

NYOMTATOTT MÉDIUMOK HELYETTESÍTÉSE NAPILAPOLVASÓK KÖRÉBEN

Elemző tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal részére
2010. augusztus 31.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	A kutatás célja.....	4
2.	Kutatási Design	5
	Mintavételezési folyamat lépései	7
	Mintanagyság és megbízhatóság	8
3.	Vezetői összefoglaló.....	9
4.	A minta jellemzői	15
5.	Tartalomfogyasztás.....	17
	5.1. Releváns tartalmak.....	17
	5.2. Tartalomfogyasztási források.....	20
	5.3. Tartalomfogyasztási indexek	23
6.	Újságolvasási szokások.....	25
	A napilapolvasók tartalomfogyasztásának feltérképezése után a fogyasztott napilapokat, a fogyasztás intenzitását, illetve a hozzáférés, beszerzés gyakorlatát vettük nagytó alá.....	25
	6.1. Olvasási szokások	25
	6.2. Motivációk	29
	6.3. Beszerzés, előfizetők	31
7.	Ingyenes lapok.....	34
	7.1. Hozzáférés - Metropol.....	34
	7.2. Hasonlóság.....	36
	Metropol	36
	Helyi/regionális ingyenes lapok.....	39
8.	Internet és napilapok.....	41
	8.1. Internet használat	41
	8.2. Honlapok ismertsége, látogatottsága	43
	8.3. Napilapok helyettesíthetősége honlapok által	49
9.	TV, rádió és napilapok.....	51
	9.1. Műsorok ismertsége, nézettsége/hallgatottsága	51
	9.2. Napilapok helyettesíthetősége TV / rádióműsorok által	56
10.	Kiadások	59
	10.1. Árpercepció	59
	10.2. Árelfogadás	60
11.	Napilap helyettesítési tapasztalatok és hipotézisek.....	61
	11.1. Hasonlóság, helyettesítés/kiegészítés	61
	Megyei napilapok.....	61
	Országos politikai napilapok	63
	Országos bulvár napilapok.....	65
	11.2. Napilapok elérési nehézségei és azok ellensúlyozása.....	67
	11.3. Helyettesítési stratégiák	69
	Megyei napilapok.....	69
	Országos politikai napilapok	72
	Országos bulvár napilapok.....	75
	Ábra- és táblajegyzék	80

1. A KUTATÁS CÉLJA

A Gazdasági Versenyhivaltól egy olyan lakossági körben folytatott kvantitatív piackutatás elvégzésre kaptunk felkérést, mely a különböző típusú napilapok egymás közötti és az elektronikus médiumokkal [internet, televízió, rádió] szembeni helyettesítési viszonyait tárja fel az olvasói [tartalomfogyasztói] oldalon. A kutatás célja, hogy az kvantitatív eredményekkel támogassa az érintett piacok meghatározását a versenyfelügyeleti eljárásban.

A kutatás által megválaszolendő főbb kérdések:

- A napilapok olvasói számára helyettesítő vagy kiegészítő termékek a különböző típusú nyomtatott illetve elektronikus médiumok?
- A különböző típusú napilapok olvasói számára mely médiumok helyettesítik ezen lapok olvasását? Különösen:
 - melyik nyomtatott médiatermék[ek] helyettesíti[k] a különböző típusú napilapok fogyasztását [pl. áremelkedés esetén átváltanának-e más típusú újságra]?
 - az elektronikus médiában megjelenő tartalmak helyettesítői-e a lapok olvasásának [különös tekintettel az internetes médiára]?

A kutatás célcsoportját a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált lapok jelenlegi [rendszeres és alkalmi] olvasói jelentik, beleértve azokat is, akik csak olvassák, de nem maguk vásárolják meg a lapokat. Azok tehát a célszemélyek, akik legalább hetente egy alkalommal a vizsgált országos politikai napilapok, megyei napilapok, vagy országos bulvár napilapok nyomtatott formában megjelenő kiadását olvassák. A keresztfogyasztás megengedett, így egy célszemély több lapot, ill. több lapkategóriát is olvashat. A kutatás adatgyűjtéséhez kérdőíves módszert választottunk, az adatfelvétel 20-25 perces személyes interjúkkal történt, a minta elemszáma $n = 1\,249$ fő.

2. KUTATÁSI DESIGN

A minta kialakítása során a legfrissebb elérhető adatbázisokat használtuk, így a településsoros adatbázis KSH 2005 Mikrocenzus kiadványát a megoszlások, valamint a 2010-es településátsorolásokat településkategorizálás tekintetében. [üzleti titok], a kutatás során [üzleti titok] véletlen sétás adatfelvételi eljárást alkalmaztunk. A módszer előnye abban rejlik, hogy az a kiválasztás szempontjából kevésbé torzított kutatási mintát eredményez, mivel a teljes napilapolvasó lakossági populáció minden tagjának egyenlő esélye van a mintába kerülésre.

A népesség és a kutatási minta összetétele					
Lakosság: 8515 ezer fő					
		[üzleti titok]	A kutatás célcsoportjának demográfiai összetétele a kutatási mintában		
		[üzleti titok]	[üzleti titok]	n	% [a teljes minta %-ban]
Életkor					
	15-17 éves	[üzleti titok]	[üzleti titok]	-	-
	18-29 éves	[üzleti titok]	[üzleti titok]	153	12,2
	30-39 éves	[üzleti titok]	[üzleti titok]	256	20,5
	40-49 éves	[üzleti titok]	[üzleti titok]	242	19,4
	50-59 éves	[üzleti titok]	[üzleti titok]	283	22,7
	60 felett	[üzleti titok]	[üzleti titok]	315	25,2
Regionális elhelyezkedés szerint					
	Közép-Magyarország	[üzleti titok]	[üzleti titok]	359	28,7
	Közép-Dunántúl	[üzleti titok]	[üzleti titok]	137	11,0
	Nyugat-Dunántúl	[üzleti titok]	[üzleti titok]	124	9,9
	Dél-Dunántúl	[üzleti titok]	[üzleti titok]	121	9,7
	Észak-Magyarország	[üzleti titok]	[üzleti titok]	155	12,4
	Észak-Alföld	[üzleti titok]	[üzleti titok]	183	14,7
	Dél Alföld	[üzleti titok]	[üzleti titok]	170	13,6
Településtípus szerint					
	Főváros	[üzleti titok]	[üzleti titok]	229	18,3
	Megyeszékhely	[üzleti titok]	[üzleti titok]	223	17,9
	Város	[üzleti titok]	[üzleti titok]	405	32,4
	Község	[üzleti titok]	[üzleti titok]	392	31,4
	Összesen	[üzleti titok]	[üzleti titok]	1 249	100,0

1. tábla: A teljes 15+ fős népesség és a kutatási minta összetétele

A mintavétel során a teljes magyarországi felnőtt lakosságot tekintettünk mintakeretnek. Ez a célcsoport legközelebb álló, ismert méretű és földrajzi eloszlású alapsokaság, mivel a tényleges célcsoport eléréséhez nem rendelkezünk célzott listákkal. A mintakeret alapján rétegzett véletlen mintát vettünk. Az első lépcsőben

földrajzi felosztás megye és településtípus, ill. Budapest esetében kerületek szerint mintavételi cellákra osztottuk fel a mintakeretet.

Minden egyes cellából arányos mintát vettünk [a cellában élő felnőtt népesség KSH Mikrocenzus 2005 adatait használva fel az arányok megállapításához], majd mintavételi településeket jelöltünk ki. A mintavételi településeken véletlen sétás módszerrel választottuk ki a megkérdezendő célszemélyek háztartásait. A véletlen sétához kiindulási pontokat jelöltünk ki véletlenszerűen és meghatároztuk a séta algoritmusát.

A kiválasztásra került háztartásban a megkeresés eredményét adatfelvételi lapon rögzítettük. A háztartásokban elvégeztük a megfelelő célszemélyekre vonatkozó szűrést szűrőkérdőív segítségével [életkor és újságolvasási szokások]. A megfelelő célszemélyek közül véletlen módszerrel [utolsó születésnap kulcs] választottuk ki a megkérdezendő válaszadókat.

Így a mintánk megfelel a statisztikai értelemben vett véletlen mintavétel szabályainak, a tényleges célcsoportra reprezentatívnak tekinthető.

A véletlen sétás mintavételi eljárás eredményeképpen a válaszadók demográfiai és főbb napilapolvasási szokásaira vonatkozó megoszlásait ellenőriztük, [üzleti titok], így bizonyítottuk mintánk „jóságát”. Az arányos mintavétel és a bizonyítottan „megfelelő” mintaeloszlás miatt nem volt szükség súlyozás alkalmazására a feldolgozás során.

Népszabadság és Blikk olvasók megoszlása egyes demográfiai ismérvek mentén								
	Népszabadság olvasók				Blikk olvasók			
	üzleti titok	üzleti titok	Minta megoszlása		üzleti titok	üzleti titok	Minta megoszlása	
	üzleti titok	üzleti titok	n	%	üzleti titok	üzleti titok	n	%
Életkor								
18-29 éves	üzleti titok	üzleti titok	14	9,7	üzleti titok	üzleti titok	95	15,2
30-39 éves	üzleti titok	üzleti titok	22	15,2	üzleti titok	üzleti titok	148	23,6
40-49 éves	üzleti titok	üzleti titok	17	11,7	üzleti titok	üzleti titok	132	21,1
50-59 éves	üzleti titok	üzleti titok	39	26,9	üzleti titok	üzleti titok	141	22,5
60 felett	üzleti titok	üzleti titok	53	36,6	üzleti titok	üzleti titok	110	17,6
Regionális elhelyezkedés szerint								
Közép-Magyarország	üzleti titok	üzleti titok	71	49,0	üzleti titok	üzleti titok	218	34,8
Közép-Dunántúl	üzleti titok	üzleti titok	13	9,0	üzleti titok	üzleti titok	52	8,3
Nyugat-Dunántúl	üzleti titok	üzleti titok	12	8,3	üzleti titok	üzleti titok	53	8,5
Dél-Dunántúl	üzleti titok	üzleti titok	10	6,9	üzleti titok	üzleti titok	48	7,7
Észak-Magyarország	üzleti titok	üzleti titok	16	11,0	üzleti titok	üzleti titok	94	15,0
Észak-Alföld	üzleti titok	üzleti titok	6	4,1	üzleti titok	üzleti titok	76	12,1
Dél Alföld	üzleti titok	üzleti titok	17	11,7	üzleti titok	üzleti titok	85	13,6
Településtípus szerint								
Főváros	üzleti titok	üzleti titok	52	35,9	üzleti titok	üzleti titok	141	22,5
Megyeszékhely	üzleti titok	üzleti titok	26	17,9	üzleti titok	üzleti titok	93	14,9
Város	üzleti titok	üzleti titok	39	26,9	üzleti titok	üzleti titok	228	36,4
Község	üzleti titok	üzleti titok	28	19,3	üzleti titok	üzleti titok	164	26,2
Összesen	üzleti titok	üzleti titok	145	100,0	üzleti titok	üzleti titok	626	100,0

2. tábla: Népszabadság és Blikk olvasók megoszlása egyes demográfiai ismérvek mentén

Mintavételezési folyamat lépései

1. Az egyes megyékben elkészítendő interjúk számát arányos rétegzéssel, az egyes megyékben élő lakosok arányában határozzuk meg. Ezen kívül Budapestet – a jelentős alapsokaságbeli súly ill. a nagyfokú heterogenitás miatt – kerületenként [ugyancsak az egyes kerületekben található lakosok száma szerint] – arányosan tovább rétegezzük. Mindezek alapján előállítjuk az egyes megyékben ill. Budapesten az egyes kerületekben készítendő interjúk számát.
2. Az egyes megyékben elkészítendő interjúk számát rétegezzük tovább településtípus szerint. [Ehhez alapsokasági eloszlásokat a településsoros adatbázis nyújt, amely a KSH Mikrocenzus 2005. adatain alapul] Ennek végeredményeként az egyes megyékben, az egyes településtípusokon elkészítendő interjúk számát is ismerjük.
3. Valamennyi megye esetében kiválasztjuk azokat a településeket [településtípusonként és településtípusonként], ahol az interjúkat el kívánjuk készíteni [mintavételi települések]. A települések kiválasztása kategórián belül véletlen módszerrel történik.

4. A megyéken belül – településtípusonként – véletlenszerűen kiválasztott településeken elkészítendő interjúk számát határozzuk meg, a településeken élő lakosok arányában. Ezzel eljutottunk a kutatás mintatervezésének végére; az adott településen a kiinduló címek meghatározásához.
5. A kiinduló címekről véletlen sétás módszer segítségével történik a háztartások kiválasztása. A megfelelő háztartások esetén az interjú elkészítésére három alkalommal teszünk kísérletet. Amennyiben az interjú készítése három próbálkozás után is meghiúsul a célszeméllyel, a címet az azonos településen élő háztartással helyettesítjük, a véletlen séta szabályai szerint.
6. Az összes háztartásban a célszemély kiválasztása szűrőkérdőív segítségével történik, az összes 18+ éves, adott napilapot olvasó háztartástag köréből történő véletlen kiválasztás segítségével.
7. Amennyiben az adott háztartásban nincs a szűrőkritériumoknak megfelelő személy, a véletlen séta szabályai szerinti kiválasztást folytatva újabb háztartás kiválasztása történik meg.

Mintanagyság és megbízhatóság

Az adatfelvétel során alkalmazott mintamérethez [n=1 249] tartozó statisztikai hibahatár, a legrosszabb 50-50%-os megoszlást feltételezve $\pm 2,8\%$, a teljes mintára vonatkoztatva. Vagyis a mért eredmények mindkét irányba 95%-os valószínűséggel maximum ennyivel térnek el a tényleges értékektől, amelyeket akkor kapnánk, ha a kutatás során a célcsoport minden egyes tagjának véleményét megkérdeznénk. Az ezt meghaladó mértékű eltérést tekinthetjük statisztikai értelemben szignifikánsnak, az ennél kisebbeket statisztikailag nem igazoltnak.

A fenti hibahatár akkor érvényes, ha a teljes populációra vonatkozó értékekre vonatkoztatjuk. Amennyiben a teljes célcsoport egyes önálló szegmenseit vizsgáljuk, akkor a szegmenst reprezentáló al minta nagyságára vonatkozatható hibahatár válik érvényessé.

Az alábbiakban bemutatjuk, hogy egyes mintanagyságok esetében mekkora hibahatárral szükséges számolni.

Mintanagyság és megbízhatóság	Elemsszám [n]	Megbízhatóság 95%-os valószínűség mellett
Teljes minta	1 249	$\pm 2,8\%$
Megyei napilap olvasók al minta*	683	$\pm 3,7\%$
Országos politikai napilapot olvasók al minta*	284	$\pm 5,82\%$
Országos bulvárlap olvasók al minta*	694	$\pm 3,7\%$

3. tábla: Mintanagyság és megbízhatóság

*az egyes al minták átfedik egymást, hiszen a keresztfogyasztás megengedett

A szignifikáns eltéréseket a táblázatokban különböző módon jelöltük: ha az adott alminához tartozó érték a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb volt, a cellát sötét színnel árnyáltuk, a számokat kékkel emeltük ki, alacsonyabb értékek esetén világosabb színnel árnyaltuk a cellát, a számokat pedig pirossal emeltük ki. A túl alacsony elemszámok esetén – melyek megtévesztőek lehetnek az olvasó számára – a cellák fehérek.¹ Az ábrák esetében a szignifikánsan magasabb értékeket + jellel jelöltük.

¹ A szignifikáns különbségek közül csak azokat jelenítettük meg a táblákban és az ábrákon, melyek szervesen kapcsolódtak az elemző szöveghez. Az összes szignifikáns eltérést a táblakötegek tartalmazzák.

3. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A kutatás során tehát azt vizsgáltuk, hogy a vizsgált napilapok által meghatározott tartalomfogyasztási piac milyen jellegzetességeket mutat a fogyasztók szemszögéből, a különböző termékek milyen szükségletkielégítő funkciókkal rendelkeznek. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az olvasók ezeket hogyan és milyen célból fogyasztják, milyen szükségleteiket és hogyan elégítik ki általuk. A vizsgálat fókuszában a különböző termékek, médiumok egymással való kompatibilitása, helyettesíthetősége, kiegészítő funkciói álltak. Azt kívántuk tehát kideríteni, hogy mi a szóban forgó napilapoknak mi a tág értelemben vett piaci környezete, mennyiben helyettesíthetők egymással, vagy más médiumokkal, mennyiben egészítik ki egymást, vagy más médiumokat az olvasók jelenlegi fogyasztási gyakorlata alapján.

Regionális napilapok

Az alábbi táblázatos összefoglalóban részletesen kifejtjük, hogy a kutatás adatai alapján a regionális lapok olvasói számára ez a napilap kategória unikális tartalmat jelent, a hozzá való kötődésük erős. A szóba jöhető szükségletkielégítő eszközök egyike sem jelent reális alternatívát a célcsoport többsége számára. Leginkább a televízió és az internet jöhet szóba, mint lehetséges áthelyettesítési irány, de a helyettesíthetőség mértéke korlátozott, a célcsoport jelenlegi gyakorlatához képest jelentős erőfeszítést, változtatást feltételezne ezek használata.

A regionális napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója			
Lehetséges helyettesítési irányok	Helyettesítés dimenziói		
	Tartalomfogyasztás	Olvadási szokások	Hipotetikus kérdések
Saját lapcsoporton belüli helyettesítés	A regionális napilapok esetében nem kivitelezhető tartalmi, csoporton belüli helyettesítés épp a lokális tartalmak miatt, hiszen jellemzően nincs versenytárs megyei napilap	-	-
Országos politikai napilapok	A tartalomfogyasztással összefüggésben az olvasás motivációi is eltérőek: a bulvárolvasók kikapcsolódásként, a politikai lapfogyasztók a tájékozódás érdekében, a helyi lapok olvasói a lokális témák miatt olvassák napilapjukat.	Mind a regionális napilapokat, mind a másik két lapkategóriát elsődlegesen otthon olvassa a célcsoport.	Az egyes lapoknak elsősorban saját drágábban hozzáférhető kiadásainak [áremelkedés] jelentenének alternatívát, másodsorban a versenytárs, de azonos kategóriába sorolható lapok [pl. egy másik országos politikai napilap], kivéve természetesen a megyei napilapok szegmensét, harmadsorban jöhetnek szóba az egyéb médiumok, főleg a televízió és az internet, mint szükségletkielégítő lehetőségek és csak negyedikként következhet a lapkategóriák közötti helyettesítő termékek választása, ez tehát a legkevésbé valószínű cselekvési változat. Még a lap megszűnése esetén is mindössze az olvasók 8-9%-a helyettesítene át más lapkategóriára
Országos bulvár napilapok	A három lap típus olvasói köre más jellegű témák iránt érdeklődik, tartalomfogyasztásuk markánsan elkülönül egymástól, így a helyettesítés csak igen korlátozottan kivitelezhető		
Ingyenes lapok	Vannak bizonyos regionális tartalmakra építő ingyenes napilapok. Az ingyenes lapok csak korlátozottan hasonlítanak az olvasói percepciók alapján a megyei lapokra [a hasonlósági mutató 5-fokozatú skálán mérve minden vizsgált dimenzióban 3 alatti]	Míg az ingyenes regionális lapok legfeljebb hetente jelennek meg, addig a megyei napilapok olvasói körében a legmagasabb a rendszeres olvasók aránya a három vizsgált lap típus közül [74% legalább heti 3-4 számot olvas]	Az ingyenes lapokra hipotetikus esetben áthelyettesítők aránya nem éri el a 10%-ot.
TV/rádió	Nincs alternatív tartalom, a helyi érdekelttségű televíziók a megyei napilapokétól eltérő tartalmakat biztosítanak	A fogyasztás jellemző helyszíne a megyei újságok [86%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett.	
Internet	Az internet elvben bármilyen napilapot helyettesíthetne a szinte végtelenné nevezhető tartalomkinálatával.	A fogyasztás jellemző helyszíne mind az internet [92%], mind a megyei újságok [86%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett. Internet-hozzáféréssel a napilapolvasók fele rendelkezik. A hozzáférés körét tovább szűkíti, hogy a nagy hírportálokat és a fizetős lapok oldalait sem mindegyikük ismeri. Így a napilapolvasók mindössze 15%-a számára jelentene alternatívát az internet. További érv a kiegészítés mellett, hogy az internetezők jellemzően nem az általuk fogyasztott napilap online verzióját olvassák, hanem kiegészítő jelleggel más lapokét.	A TV és az internet relatív gyakori hipotetikus áthelyettesítési irány. A megyei lap megszűnése esetén a válaszadók harmada, negyede ezekkel a médiumokkal igyekezne pótolni a lapot.

4. tábla: A regionális napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója

Országos politikai napilapok

Az itt következő táblázatban részletesen kifejtjük, hogy a kutatás adatai alapján az országos lapok olvasói számára ez a napilap kategória nehezen és csak korlátozottan helyettesíthető. Bár elvi lehetőségként meglehetősen releváns alternatívát jelentenek a versenytárs országos politikai napilapok, valamint a TV és az internet is. A lehetséges helyettesítés mértéke mégis korlátozott, hiszen a versenytárs napilapok piaca korlátozott, számosságuk véges. És bár nem képezi a kutatás tárgyát, de ismert tény, hogy a politikai napilapok tematikája bizonyos mértékben igazodik olvasóik politikai meggyőződéséhez, így a helyettesíthetőség lapkategórián belül limitált.

A televízió és az internet jelenleg is szerepel a politikai napilapot olvasók fogyasztási portfóliójában, jellemzően azokat kiegészítő jellegű forrásoknak tekintik. Ez esetben is igaz a megállapítás, hogy célcsoport jelenlegi gyakorlatához képest jelentős erőfeszítést, komoly változtatást feltételezne ezek használata, ami hátrányosan érintené az olvasókat.

Az országos politikai napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója			
		Helyettesítés dimenziói	
Lehetséges helyettesítési irányok	Tartalomfogyasztás	Olvasási szokások	Hipotetikus kérdések
Saját lapcsoporton belüli helyettesítés	Tartalomfogyasztás szempontjából a lapkategórián belüli helyettesítés az adatok alapján lehetséges, hiszen az országos politikai napilapok olvasói hasonló témák iránt érdeklődnek. Az egyes lapok politikai orientációja mégis limitálhatná az átjárhatóságot [pl. Népszabadságról a Magyar Nemzetre], de erre jelen kutatás nem adhat választ.		A lap megszűnése esetén ez az elsődleges hipotetikus helyettesítési irány. Az olvasók harmada ezt a megoldást választaná, de csak ha hasonló áron elérhető lenne a versenytárs lap.
Regionális napilapok			Az egyes lapoknak elsősorban saját drágábban hozzáférhető kiadásainak [áremelkedés] jelentenének alternatívát, másodsorban a versenytárs, de azonos kategóriába sorolható lapok [pl. egy másik országos politikai napilap], kivéve természetesen a megyei napilapok szegmensét, harmadsorban jöhetnek szóba az egyéb médiumok, főleg a televízió és az internet, mint szükségletkiegészítő lehetőségek és csak negyedikként következhet a lapkategóriák közötti helyettesítő termékek választása, ez tehát a legkevésbé valószínű cselekvési változat.
Országos bulvár napilapok	A tartalomfogyasztással összefüggésben az olvasás motivációi is eltérők: a bulvárolvasók kikapcsolódásként, a politikai lapfogyasztók a tájékozódás érdekében, a helyi lapok olvasói a lokális témák miatt olvassák napilapjukat. A három lap típus olvasói köre más jellegű témák iránt érdeklődik, tartalomfogyasztásuk markánsan elkülönül egymástól, így a helyettesítés csak igen korlátozottan kivitelezhető	Mindhárom lapkategóriát elsődlegesen otthon olvassa a célcsoport.	Még a lap megszűnése esetén is mindössze az olvasók kevesebb, mint 3%-a helyettesítene át más lapkategóriára
Ingyenes lapok	Az ingyenes lapok csak korlátozottan hasonlítanak az olvasói percepciók alapján a politikai újságokra [a hasonlósági mutató 5-fokozatú skálán mérve minden vizsgált dimenzióban 3 alatt].	A Metropolit, mint az egyetlen ingyenes országos napilap kizárólag nagyvárosokban érhető el, ami korlátozza az elérhetőséget. A többi ingyenes kiadvány ritkábban jelenik meg, mint az országos politikai napilapok.	Országos politikai napilap helyett ingyenes lapot, akár a naponta megjelenő Metropolit is csak a jelenlegi politikai napilapolvasók 2-3%-a választana.
TV/rádió	Bár a televízió jelentős súlyt képvisel a teljes tartalomfogyasztás tömegében, a napilapolvasók – direkt kérdésre adott válaszuk alapján – ezt inkább az általuk olvasott napilap mellett nézik.	A fogyasztás jellemző helyszíne az országos politikai kapok [81%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett.	
Internet	Az internet elvben bármilyen napilapot helyettesíthetne a szinte végtelennek nevezhető tartalomkínálatával.	A fogyasztás jellemző helyszíne mind az internet [92%], mind a politikai újságok [81%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett. Internet-hozzáféréssel a napilapolvasók fele rendelkezik. A hozzáférés körét tovább szűkíti, hogy a nagy hírportálokat és a fizetős lapok oldalait sem mindegyikük ismeri. Így a napilapolvasók kisebbségének jelenthetne csak alternatívát az internet. További érv a kiegészítés mellett, hogy az internetezők jellemzően nem az általuk fogyasztott napilap online verzióját olvassák, hanem kiegészítő jelleggel más lapokét.	A TV és az internet relatív gyakori hipotetikus áthelyettesítési irány. Az országos politikai lap megszűnése esetén a válaszadók 20-30%-a ezekkel a médiumokkal igyekezne pótolni a lapot.

5. tábla: Az országos politikai napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója

Országos bulvár napilapok

Végül egy táblázatban összegezzük az országos bulvár napilapok olvasóira vonatkozó főbb eredményeket is a helyettesíthetőség, ill. a kiegészítő jelleg vonatkozásában. Ez ezúttal is részben ismételni tudjuk az előző két lapkategória esetében tett megállapításokat. Ugyan elvi lehetőségként mind a TV, mind az internet kínáló helyettesítési eszköz, azonban ezek a lehetőségek részben hozzáférés korlátosságánál [internet], részben a jelenlegi használati jelleg [kiegészítő] fogva csak úgy válhatnak ki az olvasók számára a jelenleg preferált bulvárlapjukat, ha jelentős erőfeszítést tennének, megváltoztatva szokásaikat, ami egy hátrányos változás számukra.

A versenytárs bulvárnapiapok szintén lehetséges helyettesítési irányt képviselnek. A hipotetikus kérdésekre kapott válaszok értelmében ez az elsődleges helyettesítési irány. A viszonylag „fájdalommentes” helyettesítés azonban csak azon feltétel teljesülése esetén érvényes, miszerint nem emelkednek meg az olvasók költségei. Hipotetikus esetben is az azonos áron elérhető versenytárs bulvárújságokat preferálják a válaszadók. A költségnövekedés árán megvalósítható helyettesítés magától értetődően többlet terhet, „kényelmetlenséget” jelent a fogyasztók számára, így szemszögükből semmiképp sem tekinthető előnyös változásnak.

Az országos bulvár napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója

Lehetséges helyettesítési irányok	Helyettesítés dimenziói		
	Tartalomfogyasztás	Olvasási szokások	Hipotetikus kérdések
Saját lapcsoporton belüli helyettesítés	Tartalomfogyasztás szempontjából a lapkategórián belüli helyettesítés az adatok alapján lehetséges, hiszen az országos politikai napilapok olvasói hasonló témák iránt érdeklődnek.		A lap megszűnése esetén ez az elsődleges hipotetikus helyettesítési irány. Az olvasók kétötöde ezt a megoldást választaná, de csak ha hasonló áron elérhető lenne a versenytárs lap.
Regionális napilapok			Az egyes lapoknak elsősorban saját drágábban hozzáférhető kiadásainak [áremelkedés] jelentenének alternatívát, másodsorban a versenytárs, de azonos kategóriába sorolható lapok [pl. egy másik országos politikai napilap], kivéve természetesen a megyei napilapok szegmensét, harmadsorban jöhetnek szóba az egyéb médiumok, főleg a televízió és az internet, mint szükségletkiegészítő lehetőségek és csak negyedikként következhet a lapkategóriák közötti helyettesítő termékek választása, ez tehát a legkevésbé valószínű cselekvési változat.
Országos politikai napilapok	A tartalomfogyasztással összefüggésben az olvasás motivációi is eltérőek: a bulvárolvasók kikapcsolódásként, a politikai lapfogyasztók a tájékozódás érdekében, a helyi lapok olvasói a lokális témák miatt olvassák napilapjukat. A három laptípus olvasói köre más jellegű témák iránt érdeklődik, tartalomfogyasztásuk markánsan elkülönül egymástól, így a helyettesítés csak igen korlátozottan kivitelezhető.	Mindhárom lapkategóriát elsődlegesen otthon olvassa a célcsoport.	Még a lap megszűnése esetén is mindössze az olvasók kevesebb, mint 3%-a helyettesítene át más lapkategóriára.
Ingyenes lapok	Az ingyenes lapok csak korlátozottan hasonlítanak az olvasói percepciók alapján a politikai újságokra [a hasonlósági mutató 5-fokozatú skálán mérve minden vizsgált dimenzióban 3, jellemzően 2,5 alatti].	A Metropol, mint az egyetlen ingyenes országos napilap kizárólag nagyvárosokban érhető el, ami korlátozza az elérhetőséget. A többi ingyenes kiadvány ritkábban jelenik meg, mint az országos politikai napilapok, bár a bulvárlapokat a három vizsgált lapkategória közül a legalacsonyabb gyakorisággal olvassák fogyasztók, így a megjelenési periódusok itt a leghasonlóbbak.	Még a lap megszűnése esetén az olvasók alig 3-4%-a helyettesítene át valamilyen ingyenes újságra.
TV/rádió	Bár a televízió jelentős súlyt képvisel a teljes tartalomfogyasztás tömegében, a napilapolvasók – direkt kérdésre adott válaszuk alapján – ezt inkább az általuk olvasott napilap mellett nézik.	A fogyasztás jellemző helyszíne az országos bulvár kapok [80%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett.	
Internet	Az internet elvben bármilyen napilapot helyettesíthetne a szinte végtelennek nevezhető tartalomkínálatával.	A fogyasztás jellemző helyszíne mind az internet [92%], mind a bulvár újságok [80%] esetében az olvasók otthona, ez egy érv a helyettesítés mellett. Internet-hozzáféréssel a napilapolvasók fele rendelkezik. A hozzáférés körét tovább szűkíti, hogy a nagy hírportálokat és a fizetős lapok oldalait sem mindegyikük ismeri. Így a napilapolvasók kisebbségének jelenthetne csak alternatívát az internet. További érv a kiegészítés mellett, hogy az internetezők jellemzően nem az általuk fogyasztott napilap online verzióját olvassák, hanem kiegészítő jelleggel más lapokét.	A TV és az internet relatív gyakori hipotetikus áthelyettesítési irány. Az országos politikai lap megszűnése esetén a válaszadók 18-23%-a ezekkel a médiumokkal igyekezne pótolni a lapot.

6. tábla: Az országos bulvár napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója

4. A MINTA JELLEMZŐI

A napilap-kutatás eredményeinek részletes bemutatása előtt érdemes vetnünk egy pillantást arra, hogy milyen demográfiai és gazdasági jellemzőkkel írható le a felmérésben részt vevők köre.

Az elemzés során az eredményeket nemcsak az összes válaszadóra vonatkoztatva mutatjuk be, hanem az egyes napilap-típusok – regionális, országos politikai és országos bulvár napilapok – olvasóira szűkítve is. Az elemzés során azt tekintettük az adott laptípus olvasójának, aki bármilyen rendszerességgel fogyasztja azt. A lap megvásárlása nem tartozott a szűrőfeltételek közé, azokat az olvasókat is ide soroltuk, akik más példányát használják.

A válaszadók demográfiai jellemzői közül a háztartásméret és az életkor kerül megjelenítésre. A minta háztartásai jellemzően 2-3 főből állnak. Ettől egyedül az országos politikai napilapolvasók köre tér el valamelyest, ahol a háztartásméret ritkán haladja meg a 2 főt.

Háztartások létszáma

Spontán, egyválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1 fő	290	23,2	152	22,3	81	28,5	143	20,6
2 fő	495	39,6	254	37,2	124	43,7	269	38,8
3 fő	234	18,7	137	20,1	41	14,4	137	19,7
4 fő	147	11,8	89	13,0	27	9,5	87	12,5
5 fő	64	5,1	41	6,0	9	3,2	42	6,1
6 fő	12	1,0	5	0,7	2	0,7	10	1,4
7 fő	7	0,6	5	0,7	0	0,0	6	0,9
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0
<i>Átlag</i>	2,41		2,48		2,17		2,52	

7. tábla: Háztartások létszáma

Az átlagos életkor 48 évre tehető. Az országos politikai napilapok olvasói körében nagyobb arányban [35%] fordulnak elő 60 év feletti, így az átlagéletkor valamivel magasabb [52 év] mint a másik két csoportban.

Életkor

Spontán, egyválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
18-29 éves	153	12,2	64	9,4	25	8,8	104	15,0
30-39 éves	256	20,5	140	20,5	41	14,4	159	22,9
40-49 éves	242	19,4	128	18,7	46	16,2	146	21,0
50-59 éves	283	22,7	166	24,3	72	25,4	160	23,1
60 felett	315	25,2	185	27,1	100	35,2	125	18,0
Átlagos életkor	48,15		49,36		52,12		45,49	

8. tábla: Életkor

A válaszadók gazdasági jellemzőit a gazdasági aktivitáson, a szubjektív gazdasági helyzeten, illetve a jövőbeli várakozásokon keresztül mutatjuk be. A napilapolvasók több mint fele aktív kereső, egyharmaduk inaktív, a fennmaradó 10% pedig munkanélküliekből, diákokból vagy egyéb eltartottakból tevődik össze.

Gazdasági aktivitás

Spontán, egyválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Aktív kereső	698	55,9	366	53,6	147	51,8	414	59,7
Inaktív kereső [nyugdíjas, GYES-en, GYED-en lévő]	417	33,4	246	36,0	115	40,5	193	27,8
Munkanélküli [segélyben részesülő]	44	3,5	23	3,4	4	1,4	31	4,5
Munkanélküli [segélyben nem részesülő]	29	2,3	16	2,3	3	1,1	21	3,0
Eltartott tanuló	28	2,2	15	2,2	8	2,8	16	2,3
Egyéb eltartott [háztartásbeli, nem tanuló gyermek, stb]	23	1,8	13	1,9	2	0,7	13	1,9
NT/NV	10	0,8	4	0,6	5	1,8	6	0,9
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

9. tábla: Gazdasági aktivitás

A napilapolvasóknak mindössze egyharmada véli megfelelőnek gazdasági helyzetét, a többség nehezebben jön ki jövedelméből.

Szubjektív gazdasági helyzet

Spontán, egyválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Gondok nélkül élnek	38	3,0	23	3,4	6	2,1	22	3,2
Beosztással jól kijönnek	386	30,9	207	30,3	105	37,0	208	30,0
Éppen hogy kijönnek a havi jövedelmükből	646	51,7	360	52,7	138	48,6	352	50,7
Hónapról-hónapra anyagi gondjaik vannak	144	11,5	78	11,4	19	6,7	90	13,0
Nélkülözések között élnek	15	1,2	9	1,3	2	0,7	10	1,4
NT/NV	20	1,6	6	0,9	14	4,9	12	1,7
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

10. tábla: Szubjektív gazdasági helyzet

Gazdasági helyzetük jövőbeni alakulását tekintve legtöbben [76%] stagnálást vagy enyhe visszaesést várnak, a bizakodók aránya igen alacsony.

Jövedelmi viszonyok jövőbeli alakulásának megítélése

Spontán, egyválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Jelentősen javul	11	0,9	4	0,6	1	0,4	9	1,3
Némileg javul	163	13,1	76	11,1	45	15,8	93	13,4
Nem változik	700	56,0	401	58,7	150	52,8	377	54,3
Némileg romlik	244	19,5	145	21,2	55	19,4	131	18,9
Jelentősen romlik	59	4,7	25	3,7	10	3,5	37	5,3
NT/NV	72	5,8	32	4,7	23	8,1	47	6,8
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

11. tábla: Jövedelmi viszonyok jövőbeli alakulásának megítélése

5. TARTALOMFOGYASZTÁS

5.1. Releváns tartalmak

A napilapok tartalomfogyasztásban elfoglalt szerepéről, súlyáról, illetve helyettesítő vagy kiegészítő funkciójáról a következő lépések segítségével kaptunk képet. Elsőként médiumoktól függetlenül vizsgáltuk a célcsoport érdeklődésére számot tartó témákat. Ehhez 18 különböző tartalom-kategóriát mutattunk be felmérésben részt vevőknek, melyek közül kiválaszhatták az érdeklődésükre általában, illetve részletesebben is számot tartókat. Emellett a releváns témák fogyasztási gyakoriságát, a forrásukul

szolgált médiumokat, az elsődleges információforrást és a napilapok helyettesíthetőségét is nagyító alá vettük.

A célcsoport érdeklődésének fókuszpontjában elsősorban a belföldi hírek, az időjárás és a külföldi hírek álltak. A belföldi hírek iránti érdeklődés a 90%-ot is meghaladja, az időjárás és a külföldi hírek a válaszadók háromnegyede – 70%-a számára releváns téma. A vizsgált tartalmak közül egyedül a belföldi hírekről mondható el, hogy a válaszadók túlnyomó többségét [78%] részletesen is érdeklik.

A megyei napilapok olvasói a legnépszerűbb témák mellett a helyi hírek és az apróhirdetések iránt is átlagon felüli érdeklődést mutattak. Az országos politikai napilapolvasókat hírcentrikus érdeklődés jellemzi, a belföldi, politikai és külföldi hírek mellett a gazdaság, a tudomány és a sport világának híreire is jobban fókuszálnak. Az országos bulvár napilapok olvasótábor a három leggyakrabban említett terület mellett a könnyedebb témákat preferálja [bűnügyek, sztárokkal, életmóddal kapcsolatos tartalmak].

A napilapolvasók érdeklődése igen széleskörűnek bizonyult, átlagosan 9 témát neveztek érdekesnek.

Érdeklődésre számot tartó témák

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Belföldi hírek	1 161	93,0	635	93,0	275	96,8	645	92,9
Időjárás	939	75,2	551	80,7	211	74,3	520	74,9
Külföldi hírek	879	70,4	463	67,8	232	81,7	494	71,2
Országos politikai témák	721	57,7	376	55,1	235	82,7	393	56,6
Helyi / regionális közéleti hírek	708	56,7	488	71,4	162	57,0	354	51,0
Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	693	55,5	358	52,4	158	55,6	424	61,1
Ismert emberek életéről szóló friss hírek	682	54,6	328	48,0	141	49,6	484	69,7
Helyi / regionális bűnügyek, rendőrségi hírek	620	49,6	398	58,3	126	44,4	343	49,4
Gazdasági, pénzügyi hírek	606	48,5	320	46,9	182	64,1	350	50,4
TV, Rádió műsor	606	48,5	369	54,0	139	48,9	345	49,7
Öltözködés, divat, receptek, táplálkozás	542	43,4	271	39,7	115	40,5	359	51,7
Helyi / regionális események, programok	531	42,5	368	53,9	130	45,8	278	40,1
Rejtvények, nyereményjátékok, viccek	510	40,8	263	38,5	117	41,2	328	47,3
Szórakoztató programok, rendezvények	483	38,7	264	38,7	107	37,7	308	44,4
Országos sporthírek	465	37,2	234	34,3	127	44,7	280	40,3
Apróhirdetések	416	33,3	291	42,6	70	24,6	231	33,3
Helyi / regionális sporthírek	408	32,7	281	41,1	98	34,5	210	30,3
Tudományos, technikai hírek	405	32,4	195	28,6	130	45,8	238	34,3
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

12. tábla: Érdeklődésre számot tartó témák

A témapreferenciák után azt vizsgáltuk, hogy mely tartalmak érdeklik mélyebben is a fogyasztókat. A részletesebb érdeklődés középpontjában változatlanul az előbbi hármas hírcsokor [belföldi hírek, időjárás, külföldi hírek] áll, a fogyasztók átlagosan 6 téma iránt

érdeklődnek komolyabban. Bár az érintőleges és a részletes érdeklődés nagy vonalakban nem mutat eltérést, a három vizsgált olvasói szegmens között az előbbinél is élesebben rajzolódik ki az eltérő tartalomfogyasztási jellegzetességek.

A célcsoportot „részletesebben” is érdeklő témák								
Segített, többválaszos kérdés								
Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]								
	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Belföldi hírek	972	77,8	530	77,6	236	83,1	526	75,8
Időjárás	675	54,0	411	60,2	138	48,6	351	50,6
Külföldi hírek	582	46,6	306	44,8	154	54,2	302	43,5
Országos politikai témák	501	40,1	264	38,7	184	64,8	249	35,9
Helyi / regionális közéleti hírek	467	37,4	350	51,2	92	32,4	203	29,3
Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	440	35,2	219	32,1	91	32,0	266	38,3
Ismert emberek életéről szóló friss hírek	427	34,2	193	28,3	61	21,5	306	44,1
Helyi / regionális bűnügyek, rendőrségi hírek	401	32,1	282	41,3	66	23,2	200	28,8
TV, Rádió műsor	378	30,3	232	34,0	78	27,5	201	29,0
Gazdasági, pénzügyi hírek	367	29,4	203	29,7	106	37,3	191	27,5
Öltözködés, divat, receptek, táplálkozás	346	27,7	166	24,3	58	20,4	231	33,3
Helyi / regionális események, programok	317	25,4	238	34,8	65	22,9	143	20,6
Országos sporthírek	315	25,2	159	23,3	86	30,3	181	26,1
Rejtvények, nyereményjátékok, viccek	290	23,2	144	21,1	51	18,0	178	25,6
Szórakoztató programok, rendezvények	278	22,3	152	22,3	50	17,6	172	24,8
Helyi / regionális sporthírek	250	20,0	184	26,9	48	16,9	116	16,7
Tudományos, technikai hírek	227	18,2	119	17,4	62	21,8	120	17,3
Apróhírdetések	220	17,6	176	25,8	25	8,8	104	15,0
Egyik sem	26	2,1	15	2,2	7	2,5	21	3,0
Összesen	1249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

13. tábla: A célcsoportot „részletesebben” is érdeklő témák

Az érdeklődés középpontjában álló témák áttekintése mellett a fogyasztás intenzitását is vizsgáltuk. A legszélesebb kört érdeklő tartalmak közül a belföldi hírekről, az időjárásról és a külföldi, ill. a politikai hírekről a többség [85-90%] naponta, vagy hetente többször is tájékozódik. A helyi hírek és az országos bűnügyek fogyasztása az előbbieknél valamivel ritkább, sokan [45-46%] csak hetente, vagy hetente többször találkoznak velük.

A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak fogyasztási gyakorisága

Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: az egyes témák iránt érdeklődő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Naponta	737	63,5	637	67,8	506	57,6	396	54,9	309	43,6	303	43,7
Hetente többször	304	26,2	210	22,4	233	26,5	204	28,3	205	29,0	205	29,6
Hetente	63	5,4	38	4,0	70	8,0	60	8,3	117	16,5	106	15,3
Havonta	15	1,3	4	0,4	17	1,9	10	1,4	29	4,1	28	4,0
Ritkábban/soha	13	1,1	12	1,3	16	1,8	19	2,6	23	3,2	17	2,5
NT/NV	29	2,5	38	4,0	37	4,2	32	4,4	25	3,5	34	4,9
Összesen	1 161	100,0	939	100,0	879	100,0	721	100,0	708	100,0	693	100,0

14. tábla: A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak fogyasztási gyakorisága

5.2. Tartalomfogyasztási források

A továbbiakban a legnépszerűbb tartalmak hozzáférési forrásairól nyújtunk áttekintést. A napilapok olvasói az őket érdeklő témákról jellemzően több forrásból is tájékozódnak.

A televízió és rádió számít a legáltalánosabb információforrásnak szinte minden témakör esetében [a legtöbb tartalomról 78-86% tájékozódik rajta keresztül]. Ez alól egyedül a helyi közéleti tartalmak jelentenek kivételt, melyekről az érintettek gyakrabban tájékozódnak a megyei napilapból [65%] mint tévéből [52%]. A napilapok és az internet jelentősége az információszerzésben számottevő ugyan, de jóval kisebb mint a TV/rádió forrásáé.

A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak hozzáférési forrásai

Segített többválaszos kérdés

Bázis: az egyes témák iránt érdeklődő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
TV/Rádió	958	82,5	781	83,2	759	86,3	583	80,9	369	52,1	541	78,1
Regionális napilap	553	47,6	438	46,6	350	39,8	279	38,7	457	64,5	252	36,4
Országos bulvár napilap	384	33,1	212	22,6	271	30,8	196	27,2	77	10,9	251	36,2
Internet	297	25,6	221	23,5	219	24,9	173	24	124	17,5	130	18,8
Országos politikai napilap	233	20,1	107	11,4	203	23,1	194	26,9	53	7,5	102	14,7
Egyéb lap	38	3,3	20	2,1	26	3,0	27	3,7	106	15	29	4,2
Egyéb napilap	11	0,9	8	0,9	14	1,6	7	1	20	2,8	5	0,7
Egyéb	11	0,9	22	2,3	6	0,7	8	1,1	21	3,0	4	0,6
NT/NV	8	0,7	17	1,8	5	0,6	7	1,0	9	1,3	13	1,9

15. tábla: A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak hozzáférési forrásai

Az elsődleges információforrást vizsgálva láthatóvá vált, hogy a TV/rádió továbbra is vezető szereppel bír a legtöbb témát illetően; a releváns válaszadók kb. fele innen

tájékozik. A többi médium súlya jóval kisebb, egyedül a helyi közéleti esetében számít jelentősebbnek a papír alapú megyei napilap [46%] a televíziónál [26%].

Az adott témákkal kapcsolatos legjelentősebb információs források

Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: az egyes témák iránt érdeklődő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
TV/Rádió	536	46,2	523	55,7	471	53,6	387	53,7	185	26,1	368	53,1
Regionális napilap	276	23,8	160	17,0	143	16,3	95	13,2	323	45,6	100	14,4
Országos politikai napilap	120	10,3	39	4,2	98	11,1	93	12,9	17	2,4	48	6,9
Internet	98	8,4	98	10,4	72	8,2	76	10,5	53	7,5	51	7,4
Országos bulvár napilap	77	6,6	43	4,6	52	5,9	34	4,7	15	2,1	81	11,7
Egyéb lap	7	0,6	8	0,9	5	0,6	6	0,8	63	8,9	9	1,3
Egyéb napilap	2	0,2	2	0,2	3	0,3	2	0,3	17	2,4	2	0,3
Egyéb	2	0,2	16	1,7	1	0,1	2	0,3	9	1,3	0	0,0
NT/NV	43	3,7	50	5,3	34	3,9	26	3,6	26	3,7	34	4,9
Összesen	1 161	100,0	939	100,0	879	100,0	721	100,0	708	100,0	693	100,0

16. tábla: Az adott témákkal kapcsolatos legjelentősebb információs források

A tájékozási forrásokkal kapcsolatos harmadik kérdéskör a napilapok más médiumokkal való helyettesíthetőségére irányult. Ha a fogyasztók nem juthatnának hozzá leggyakrabban olvasott napilapjukhoz, elsősorban TV/rádió segítségével tájékozódna kedvelt témáikról [44-46%]. Említésre méltó helyettesítő csatorna lehet még az internet [13-17%], bár a hozzáférés még korántsem nevezhető széleskörűnek. A helyettesítési alternatívákat illetően igen nagy a bizonytalanság, minden harmadik-negyedik válaszadó bizonytalan volt abban, hogy jelenleg olvasott napilapja helyett honnan tájékozódhatna az őt érdeklő témákról.

Ha külön vizsgáljuk azokat, akik az adott témákról elsődlegesen regionális napilapból szereznek információt, szintén a televízió dominanciája ötlük szembe elsőként lehetséges helyettesítési forrásként [48-58%].

Az olvasott napilap elérhetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges tájékozási forrásként regionális napilapot jelölők]

Segített egyválaszos kérdés

Bázis: az egyes tartalmak iránt érdeklődő, és elsődleges tájékozási forrásként regionális napilapot megjelölő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%

TV/Rádió	136	49,3	88	55,0	83	58,0	46	48,4	157	48,6	48	48,0
Internet	38	13,8	20	12,5	23	16,1	10	10,5	48	14,9	15	15,0
Egyéb napilapok	21	7,6	9	5,6	9	6,3	8	8,4	16	5,0	9	9,0
Megyei napilapok	16	5,8	14	8,8	6	4,2	7	7,4	14	4,3	8	8,0
Országos bulvár napilapok	6	2,2	0	0,0	1	0,7	1	1,1	0	0,0	1	1,0
Egyéb lap	4	1,4	1	0,6	2	1,4	0	0,0	9	2,8	0	0,0
Országos politikai napilapok	1	0,4	1	0,6	1	0,7	1	1,1	2	0,6	0	0,0
Egyéb	2	0,7	1	0,6	1	0,7	1	1,1	9	2,8	2	2,0
NT/NV	52	18,8	26	16,3	17	11,9	21	22,1	68	21,1	17	17,0
Összesen	276	100,0	160	100,0	143	100,0	95	100,0	323	100,0	100	100,0

17. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként regionális napilapot jelölők]

Az elsősorban országos politikai lapból tájékozódó válaszadók – bár a többséghez hasonlóan szintén a televízióval helyettesítenék legnagyobb arányban lapjukat [41-54%] – nagyobb arányban fordulnának az internethez [10-27%], mint az összes válaszadó [13-17%].

Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges tájékozódási forrásként országos politikai napilapot jelölők]

Segített egyválaszos kérdés

Bázis: az egyes tartalmak iránt érdeklődő, és elsődleges tájékozódási forrásként országos politikai napilapot megjelölő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
TV/Rádió	52	43,3	21	53,8	42	42,9	40	43,0	7	41,2	22	45,8
Internet	31	25,8	4	10,3	26	26,5	23	24,7	2	11,8	9	18,8
Országos politikai napilapok	8	6,7	1	2,6	6	6,1	3	3,2	2	11,8	2	4,2
Egyéb lap	4	3,3	1	2,6	4	4,1	4	4,3	2	11,8	0	0,0
Megyei napilapok	3	2,5	0	0,0	4	4,1	4	4,3	0	0,0	3	6,3
Egyéb napilapok	2	1,7	1	2,6	2	2,0	1	1,1	0	0,0	1	2,1
Országos bulvár napilapok	1	0,8	0	0,0	2	2,0	1	1,1	0	0,0	0	0,0
Egyéb	1	0,8	0	0,0	1	1,0	3	3,2	0	0,0	1	2,1
NT/NV	18	15,0	11	28,2	11	11,2	14	15,1	4	23,5	10	20,8
Összesen	120	100,0	39	100,0	98	100,0	93	100,0	17	100,0	48	100,0

18. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként országos politikai napilapot jelölők]

A bulvár napilapokból tájékozódók napilapjuk elérhetetlensége esetén a számukra érdekes tartalmak eléréséhez a televízió mellett a politikai napilapolvasóknál is nagyobb arányban használnák az internetet [15-31%].

Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges tájékoztató forrásként országos bulvár napilapot jelölők]

Segített egyválaszos kérdés

Bázis: az egyes tartalmak iránt érdeklődő, és elsődleges tájékoztató forrásként országos bulvár napilapot megjelölő válaszadók, n=témánként eltérő

	Belföldi hírek		Időjárás		Külföldi hírek		Országos politikai témák		Helyi / regionális közéleti hírek		Országos bűnügyek, rendőrségi hírek	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
TV/Rádió	35	45,5	20	46,5	26	50,0	17	50,0	7	46,7	43	53,1
Internet	24	31,2	8	18,6	16	30,8	5	14,7	4	26,7	17	21,0
Országos bulvár napilapok	2	2,6	4	9,3	0	0,0	0	0,0	1	6,7	4	4,9
Megyei napilapok	1	1,3	1	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,2
Egyéb napilapok	1	1,3	1	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	3,7
Egyéb lap	1	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	1	1,2
Országos politikai napilapok	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Egyéb	1	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
NT/NV	12	15,6	9	20,9	10	19,2	12	35,3	2	13,3	12	14,8
Összesen	77	100,0	43	100,0	52	100,0	34	100,0	15	100,0	81	100,0

19. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként országos bulvár napilapot jelölők]

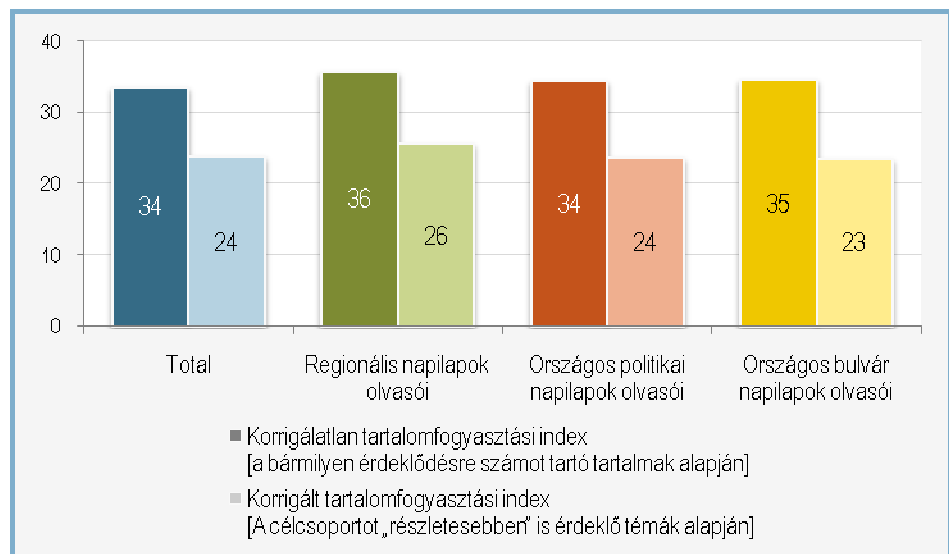
5.3. Tartalomfogyasztási indexek

Ahhoz, hogy minél komplexebb képet alakíthassunk ki a tartalomfogyasztás összetettségéről, illetve az egyes tájékoztató források jelentőségéről, súlyáról, érdemes együttesen is megvizsgálni e kérdéseket. E cél érdekében a további elemzéseinkhez olyan indexekre volt szükségünk, melyek kifejezik a fogyasztott tartalmak tömegét és megmutatják, hogy az összefogyasztás tömegéhez viszonyítva mekkora jelentőséggel bírnak az egyes tájékoztató források.

A kérdés megválaszolásához olyan indexeket képeztünk, melyek a fogyasztott tartalmak spektrumát és a fogyasztás gyakoriságát egyaránt figyelembe veszik. Mivel a témapreferenciák terén az általános és a részletesebb érdeklődést is feltérképeztük, lehetőségünk nyílt több mutató létrehozására is.² A korrigálatlan tartalomfogyasztási index a bármely érdeklődésre számot tartó témák alapján készült, a korrigált tartalomfogyasztási index viszont csak azokra a tartalmakra vonatkozik, melyek a napilapolvasókat részletesebben, mélyebben is érdeklik. Az indexek elvi lehetséges maximuma 90 [18 téma, mindegyik napi rendszerességgel fogyasztva].

A teljes tartalomfogyasztás mutatószáma 34, míg a részletes érdeklődés fókuszában álló témákra szűkített index a 24-es értéket vette fel, azaz a teljes körű tartalomfogyasztásnak kb. 70%-át teszi ki a részletes érdeklődés fókuszában álló tartalmaké. A korrigált és a korrigálatlan tartalomfogyasztás mutatója mindhárom lap típus olvasóinak körében hasonlóan alakult [a regionális napilapolvasók körében valamivel meghaladják ugyan az átlagot, de az eltérés nem számottevő].

²A tartalom tömegének kiszámításához rekordonként súlyozva összegeztük az egyes megkérdezettek által fogyasztott témákat [a kérdőív T blokkja alapján]. A súlyozás alapját azok fogyasztási gyakorisága képezte. A naponta, hetente többször, hetente, havonta és ritkábban fogyasztott tartalmak rendre 5; 3; 1; 0,25; 0 súlyértékeket kaptak. Ezeket az indexeket elkészítettük az érdeklődésre számot tartó [T1 kérdés alapján], valamint a célcsoportot részletesebben is érdeklő [T2 kérdés alapján] témákra fókuszálva, amelyeket korrigált indexnek nevezünk.



1. ábra: Korrigálatlan tartalomfogyasztási index [a bármilyen érdeklődésre számot tartó tartalmak alapján]

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [Regionális napilapok olvasói n=683, Országos politikai napilapok olvasói n=284, Országos bulvár napilapok olvasói n=694]

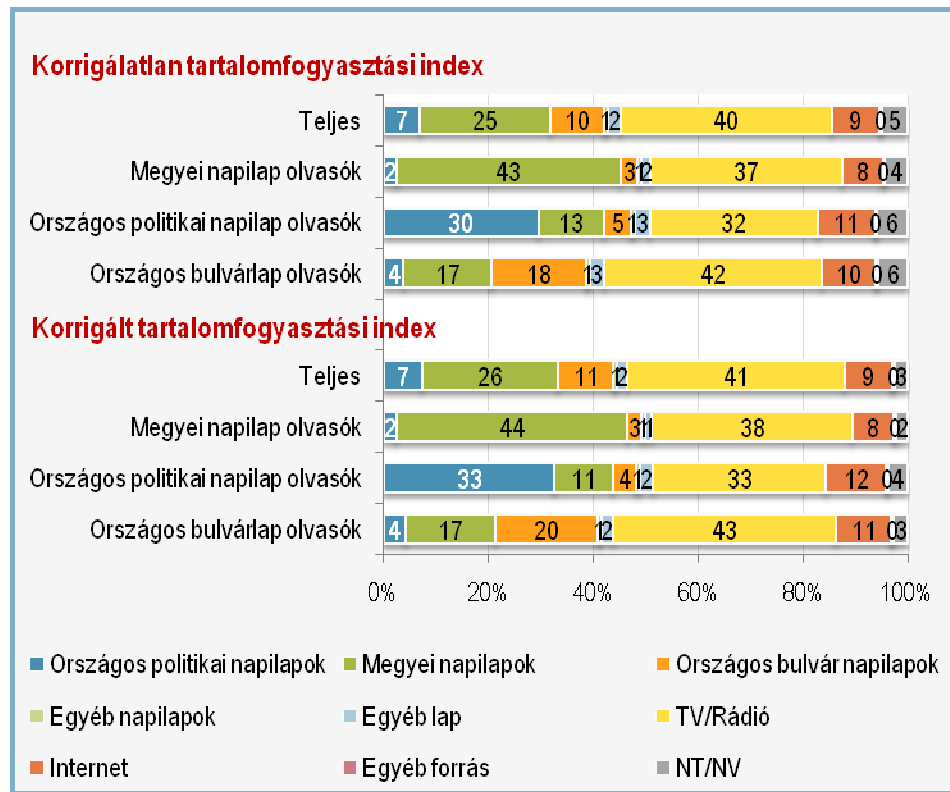
A tartalomfogyasztás mutatóinak leképzése után azt vizsgáltuk, hogy a fogyasztás teljes tömegében mekkora szerepet kapnak az egyes médiumok. Ehhez azt elemeztük, hogy a teljes fogyasztáson belül az elsődleges tájékozási forrást jelentő médiumok milyen arányban fordulnak elő [sokan nem csak egy forrásból tájékoznak az adott témáról, ezért ha a domináns forrás mellett az adott téma iránti érdeklődését a válaszadó több forrásból is kielégítette, a „legjelentősebbként” megjelölt forrást 80%-os aránnyal vettük figyelembe].

Az így kapott eredmények továbbra is az egyes médiumok „békés egymás mellett élését”, kiegészítő jellegét hangsúlyozzák. A teljes célcsoporton vizsgálódva látható, hogy az elektronikus médiumok és a napilapok hasonló súlyt képviselnek a fogyasztott tartalmak forrásai között [50% és 44%]³. Az internet jelentősége jóval kisebb [9%], nem sokkal haladja meg az egyéb napilapokból és a hetente-havonta megjelenő lapokból fogyasztott összes tartalomtömeggel megegyező részt [3%].

Az eredmények arra mutatnak rá, hogy a három napilap súlya együttesen [44%] meghaladja a televíziót/rádiót [41%], külön-külön vizsgálva azonban a teljes tartalomfogyasztásnak csak kis hányadát teszik ki.⁴ A megyei és az országos politikai napilapok olvasók tartalomfogyasztásának komoly hányadát jelenti saját napilapjuk [a regionális napilapok olvasóinál a TV súlyát is meghaladja], a bulvár napilapolvasók azonban majdnem olyan arányban tájékoznak megyei napilapokból, mint bulvárból.

³ a korrigált tartalomfogyasztási indexet alapul véve

⁴ a korrigált tartalomfogyasztási indexet alapul véve



2. ábra: Egyes források súlya a tartalomfogyasztási tömegben [az egyes indexek alapján]

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [Regionális napilapok olvasói n=683, Országos politikai napilapok olvasói n=284, Országos bulvár napilapok olvasói n=694]

Bár a televízió szinte minden napilapolvasónál megjelenik tájékoztató forrásként, a tartalomfogyasztás jelentős részét – a televízió és rádió mellett – az olvasott napilap adja. A megyei napilapolvasóknál a lokális lap súlya önmagában véve is nagyobb, mint a televízióé, és a politikai napilapolvasók lapja is hasonló tömeget jelent, mint a tévé. Az elektronikus médiumok legnagyobb súllyal a bulvárfogyasztóknál vannak jelen. Utóbbi csoportnál érdekes az is, hogy a bulvár napilap mellett hasonló arányban olvasnak megyei lapokat is.

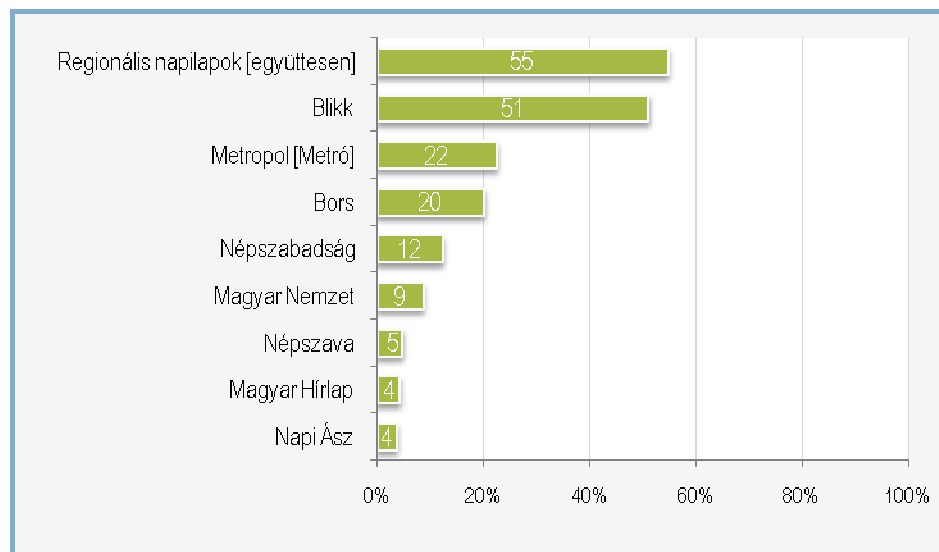
Összességében látható, hogy az elektronikus és a nyomtatott médiumok súlya közel azonos a tartalomfogyasztásban, ami inkább kiegészítő jellegre utal.

6. ÚJSÁGOLVASÁSI SZOKÁSOK

A napilapolvasók tartalomfogyasztásának feltérképezése után a fogyasztott napilapokat, a fogyasztás intenzitását, illetve a hozzáférés, beszerzés gyakorlatát vettük nagytó alá.

6.1. Olvasási szokások

Helyi napilapot lényegében minden második válaszadó olvas. Az országos bulvár napilapok közül a Blikk örvend a legnagyobb népszerűségnek [51%], majdnem akkora az olvasótábora, mint a regionális napilapoknak [55%]. Az országos politikai napilapok közül a Népszabadságot olvassák legtöbbször [12%].



3. ábra: Milyen napilapokat szokott olvasni?

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

A regionális napilapolvasók egyharmada Blikket, egyötöde pedig Metrót/Metropolit is szokott olvasni, politikai napilapokat azonban kevésbé fogyasztanak. Az országos politikai napilapok olvasótáborának egyharmada olvas helyi napilapot, és majdnem ugyanennyien forgatják a Blikket is. Az előbbieket mellett a Metropol olvasottsága is számottevő, minden negyedik politikai napilapolvasó említette. A bulvár napilapok olvasói a szinte általánosan elterjedt Blikk mellett jellemzően regionális napilapot, illetve Metropolit fogyasztanak, politikai napilapokat kevésbé olvasnak.

Milyen napilapokat szokott olvasni? I.

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok[együttesen]	683	54,7	683	100,0	101	35,6	258	37,2
Blikk	637	51,0	247	36,2	98	34,5	637	91,8
Metropol [Metró]	280	22,4	145	21,2	76	26,8	192	27,7
Bors	250	20,0	80	11,7	45	15,8	250	36,0
Népszabadság	153	12,2	63	9,2	153	53,9	65	9,4
Magyar Nemzet	107	8,6	33	4,8	107	37,7	39	5,6
Népszava	58	4,6	16	2,3	58	20,4	31	4,5
Magyar Hírlap	52	4,2	13	1,9	52	18,3	28	4,0
Napi Ász	45	3,6	16	2,3	13	4,6	45	6,5
Egyéb [Nemzeti sport]	4	0,3	2	0,3	1	0,4	3	0,4

20. tábla: Milyen napilapokat szokott olvasni? I.

Összességében látható, hogy míg a megyei napilapolvasók a regionális lap mellett nagyobb arányban olvasnak országos bulvár napilapot [37%], mint politikait [15%], a bulvárolvasók pedig inkább csak regionális lappal egészítik ki fogyasztásukat [37%], addig a politikai napilapolvasók mindkét másik típusból [36-38%] fogyasztanak.

Milyen napilapokat szokott olvasni? II.

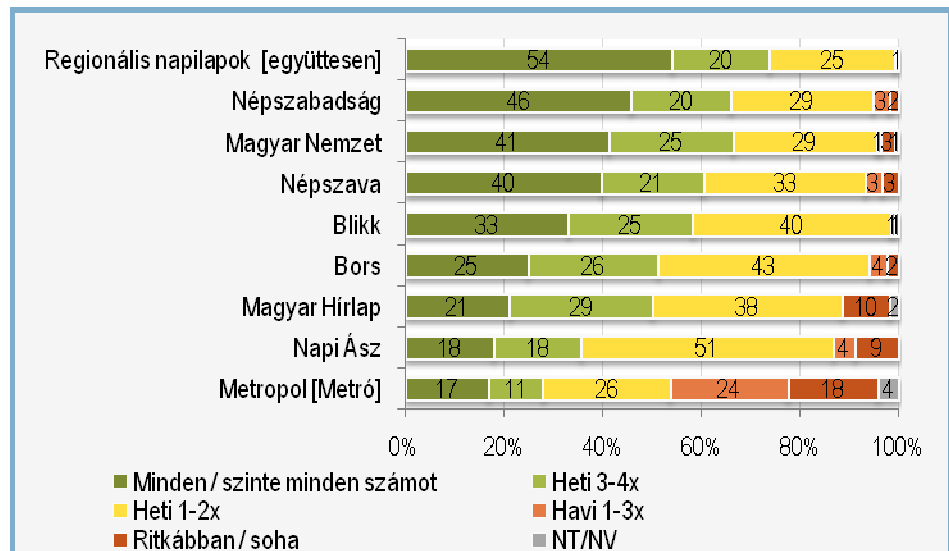
Segített, többválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok	683	54,7	683	100,0	101	35,6	258	37,2
Országos politikai napilapok	284	22,7	101	14,8	284	100,0	108	15,6
Országos bulvár napilapok	694	55,6	258	37,8	108	38,0	694	100,0
Metropol [Metró]	280	22,4	145	21,2	76	26,8	192	27,7
Egyéb [Nemzeti sport]	4	0,3	2	0,3	1	0,4	3	0,4

21. tábla: Milyen napilapokat szokott olvasni? II.

A kutatás fókuszába állított napilapok fogyasztásának gyakoriságát vizsgálva érdekes eltérés mutatkozott. Míg a regionális és a politikai napilapok többségét olvasóik szinte minden nap fogyasztják, a bulvárlapokat valamivel ritkábban olvassák.



4. ábra: Napilapok olvasási gyakorisága

Bázis: az adott lapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

Ha részletesebben is megvizsgáljuk a napilapok fogyasztásának rendszerességét, elsőként az ötlik szembe, hogy a politikai napilapokat azok olvassák ritkábban, akik a regionális, illetve a bulvár napilapolvasók táborába is tartoznak. A politikai napilapolvasók ellenben a széles körben népszerű Blikket olvassák ritkábban [25%], mint a másik két csoport tagjai [30-33%].

A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban I.

Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: az adott lapot olvasó válaszadók, n=soronként eltérő

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok [együttesen]	369	54,0	369	54,0	50	49,5	130	50,4
Népszabadság	70	45,8	20	31,7	70	45,8	20	30,8
Magyar Nemzet	44	41,1	8	24,2	44	41,1	8	20,5
Népszava	23	39,7	2	12,5	23	39,7	10	32,3
Blikk	210	33,0	75	30,4	24	24,5	210	33,0
Bors	62	24,8	21	26,3	12	26,7	62	24,8
Magyar Hírlap	11	21,2	1	7,7	11	21,2	3	10,7
Napi Ász	8	17,8	2	12,5	4	30,8	8	17,8
Metropol [Metró]	47	16,8	24	16,6	15	19,7	35	18,2

22. tábla: A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban I.

A napilaptípusokat összességében nézve látható, hogy a regionális lapok olvasóinak ötöde bulvár is olvas napi rendszerességgel, a bulvárfogyasztóknak pedig 38%-a lokális napilapot is olvas. A politikai lapolvasók közül többen olvasnak helyi napilapot [30%] mint bulvárt [18%].

A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban II.

Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: az adott lapot olvasó válaszadók, n=soronként eltérő

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok	369	55,9	369	92,0	50	30,1	130	38,0
Országos politikai napilapok	127	19,2	29	7,2	127	76,5	34	9,9
Országos bulvár napilapok	243	36,8	79	19,7	29	17,5	243	71,1
Metropol [Metró]	47	7,1	24	6,0	15	9,0	35	10,2

23. tábla: A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban II.

Az újságolvasás elsődleges helyszíne mindegyik olvasói körben az otthon, a munkahelyükön és más helyszíneken olvasók aránya elenyésző.

Jellemzően hol szokta a regionális, az országos politikai és az országos bulvár napilapokat olvasni?

Segített, egyválaszos kérdések

Bázis: az adott laptípust olvasó válaszadók [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

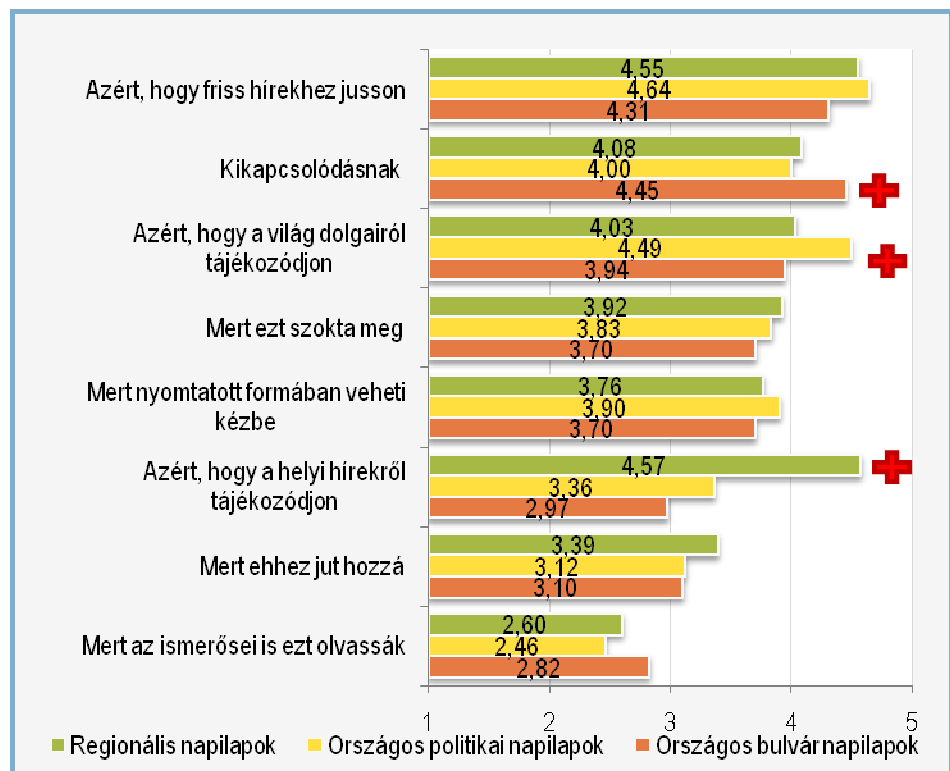
	Regionális napilapok		Országos politikai napilapok		Országos bulvár napilapok	
	n	%	n	n	%	n
Otthon	589	86,2	231	81,3	555	80,0
Munkahelyen	56	8,2	29	10,2	60	8,6
Egyéb helyen	33	4,7	18	6,3	65	9,4
NT/NV	5	0,7	6	2,1	14	2,0
Összesen	683	100,0	284	100,0	694	100,0

24. tábla: Jellemzően hol szokta a regionális, az országos politikai és az országos bulvár napilapokat olvasni?

6.2. Motivációk

Ahhoz hogy közelebb kerülhessünk a napilapok által betöltött szerep megismeréséhez, az újságolvasási szokások áttekintése mellett érdemes további, látens dimenziókat is szemügyre vennünk. Következő lépésben az olvasók motivációit térképeztük fel. Ennek keretein belül nemcsak azt vizsgáltuk, hogy az érintettek mért olvassák az adott laptípust, hanem arra is kitértünk, hogy egyes médiumok mennyire elégítik ki az igényeket.

A friss hírek iránti igény általános motiváló erőnek bizonyult, egyes területeken azonban a különféle laptípusok olvasóinak motivációi eltéréseket mutatnak. A hírorientáltabb politikai napilapolvasók számára kiemelkedően fontos, hogy értesüljenek a világban zajló eseményekről. A bulvárfogyasztók legfőbb motivációja a kapcsolódás, a regionális napilapok olvasói viszont leginkább a helyi hírek miatt olvassák újságjukat. A többi dimenzió mentén a fogyasztók motivációi hasonlóan alakultak. Legkevésbé a környezet lapfogyasztása és a hozzáférés lehetőségei befolyásolják az olvasókat. Említésre méltó, hogy a napilapok kézzelfoghatósága, nyomtatott formátuma is sokak számára fontos [57-61%], így e fogyasztók várhatóan kevésbé helyettesíthetnék megszokott napilapjukat annak online kiadásával.



5. ábra: Mi miatt szokta olvasni szokásos napilapját/napilapjait?

Skálás kérdés, 1=egyáltalán nem, 5=nagymértékben

Bázis1: megyei napilapot olvasó válaszadók, Total=683

Bázis2: országos politikai napilapot olvasó válaszadók, Total=284

Bázis3: országos bulvárlapot olvasó válaszadók, Total=694

Az igények teljesülésének vizsgálatakor a három napilaptípus mellett két másik, igen meghatározó médiumot - a televíziót/rádiót és az internetet - is figyelembe vettünk. Az öt információforrást egymáshoz viszonyítva a következő eltérések váltak láthatóvá. A legtöbb dimenzió mentén találkoznak az elvárások a gyakorlattal, az adott médiumok fogyasztóinak legalább kétharmada-háromnegyede elégedett. A bulvár napilapok olvasói kevésbé elégedettek a hírek aktualitásával, hitelességével és pontosságával, megbízhatóságával. Az internetezők ezzel szemben az online tartalmak használatának kényelmét, testreszabhatóságát hangsúlyozták. Költségek tekintetében az internet és a TV/rádió kedvezőbb megítélést kapott, mint a nyomtatott médiumok.

Egyrészt azt tapasztaltuk, hogy a bulvárolvasók hírekkel kapcsolatos elvárásai és tapasztalatai valamelyest eltérnek a másik két laptípus olvasóitól. Másrészt fontos a nyomtatott médiumok és az internet között kirajzolódó különbség: míg az előbbiek tartalma statikus, az interneten keresztül szerzett információk bő választékából könnyebben testre szabható a fogyasztás.

Mennyire elégitik ki az igényeket a különböző médiumok az alábbi szempontokból? - Top [4-5] megoszlások

Skálás kérdés, 1=egyáltalán nem, 5=nagymértékben

Bázis: az adott médiumok fogyasztói, n=oszloponként eltérő

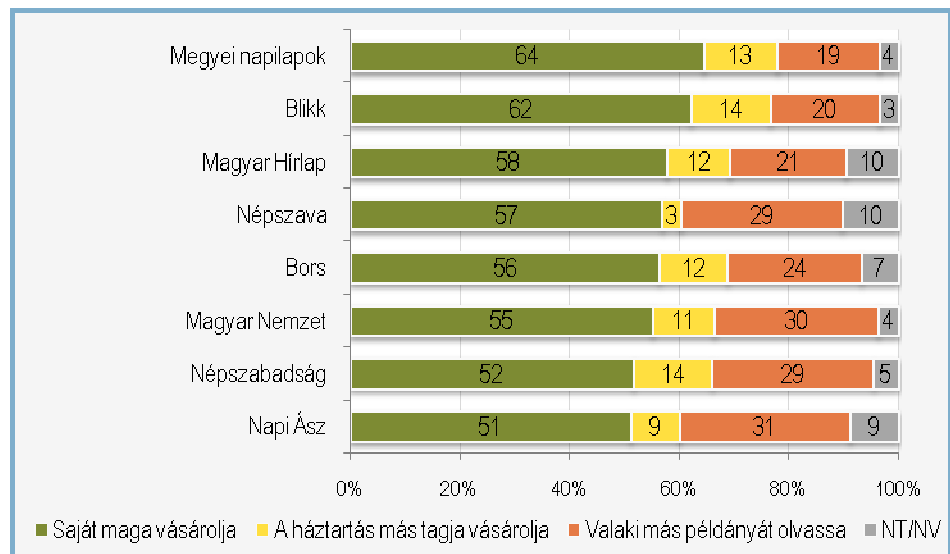
	Regionális napilapok		Országos politikai napilapok		Országos bulvár napilapok		Internet		TV / Rádió	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A benne szereplő hírek, információk frissek, aktuálisak	509	74,5	215	75,7	443	63,8	519	81,0	899	72,0
Kényelmes a használata	485	71,0	182	64,1	481	69,3	541	84,4	917	73,4
Könnyű eligazodni benne	506	74,1	183	64,4	484	69,7	513	80,0	902	72,2
Olyan dolgokról ír, vagy szól, amik Önt érdeklik	494	72,3	196	69,0	477	68,7	517	80,7	857	68,6
Közel áll Önhöz, az Ön nyelvén beszél	469	68,7	182	64,1	465	67,0	509	79,4	850	68,1
Akkor informálódik belőle, amikor épp Ön szeretne	470	68,8	177	62,3	445	64,1	518	80,8	773	61,9
Az ott szereplő információk alaposága, teljessége	428	62,7	187	65,8	338	48,7	468	73,0	797	63,8
Megéri az árát	365	53,4	153	53,9	396	57,1	502	78,3	834	66,8
Hiteles, a benne levő információk pontosak és megbízhatók	444	65,0	193	68,0	279	40,0	456	71,1	780	62,4

25. tábla: Mennyire elégitik ki az igényeket a különböző médiumok az alábbi szempontokból? - Top [4-5] megoszlások

6.3. Beszerzés, előfizetők

Az olvasási szokások és a motivációk mellett a napilapok beszerzésének gyakorlata is érdekes információt hordozhat a fogyasztókról.

Az olvasók többsége [50% felett] jellemzően maga vásárolja napilapját, ez különösen a helyi lapok fogyasztói körében gyakori [64%].



6. ábra: Ki szerzi be a kérdéses napilapokat?

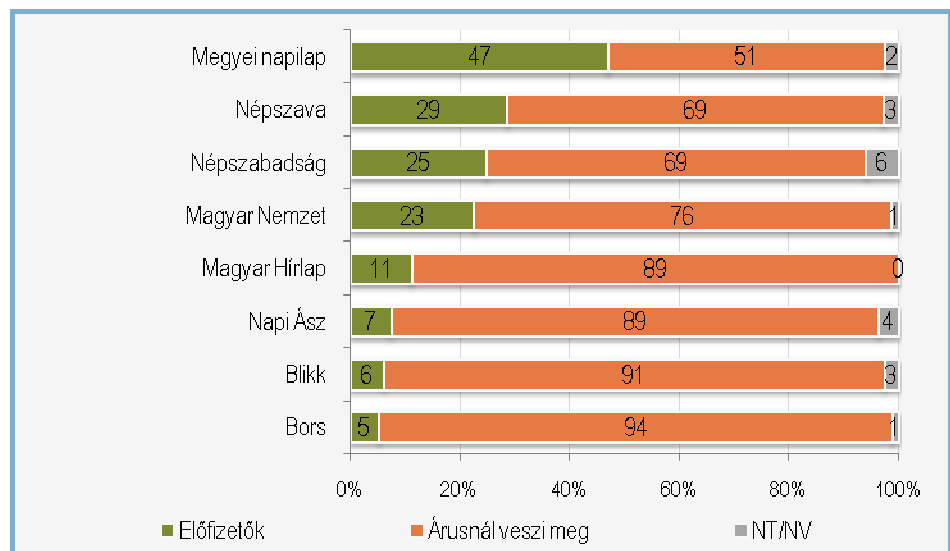
Bázis: az adott lapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

Az előbbi eredmények árnyalása érdekében megvizsgáltuk az egyes laptípusok olvasókörében élő gyakorlatot is. A regionális napilapok olvasói az átlagosnál kisebb arányban vásárolják maguk a politikai napilapokat [50% vs. 64%]. Ugyanez – kevesebb politikai napilap esetében – megfigyelhető az országos bulvár napilapok olvasóinál is. A politikai lapok olvasói a regionális lapok és a Bors esetében vásárolnak ritkábban. Mindez arra mutat rá, hogy ezek a lapok inkább kiegészítő jelleggel vannak jelen az egyes olvasótáborokban, mivel gyakrabban olvasnak mások által beszerzett példányokat.

A felsorolt napilapokat saját maguk vásárlók aránya								
Segített, többválaszos kérdés								
Bázis: az adott lapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő								
	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Megyei napilap	440	64,4	440	64,4	50	49,5	151	58,5
Népszabadság	79	51,6	27	42,9	79	51,6	31	47,7
Népszava	33	56,9	6	37,5	33	56,9	17	54,8
Magyar Hírlap	30	57,7	6	46,2	30	57,7	13	46,4
Magyar Nemzet	59	55,1	8	24,2	59	55,1	14	35,9
Blikk	396	62,2	135	54,7	53	54,1	396	62,2
Bors	141	56,4	33	41,3	19	42,2	141	56,4
Napi Ász	23	51,1	3	18,8	4	30,8	23	51,1

26. tábla: A felsorolt napilapokat saját maguk vásárlók aránya

A helyi napilapot vásárló háztartások között található legnagyobb arányban előfizetők, közel felük jut hozzá ezúton lapjához. A politikai napilapok esetében az előbbinél jóval alacsonyabb az előfizetők aránya [11-29%], az alkalmi vásárlás azonban elsősorban a bulvár napilapolvasók sajátja, túlnyomó többségük [89-94%] árusnál jut hozzá a laphoz.



7. ábra: Előfizetők és alkalmi vásárlók megoszlása

Bázis: a háztartás egyik tagja által vásárolt, adott napilapot legalább heti rendszerességgel olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

Az előbbi eredmények alapján láthattuk, hogy a megyei napilapok olvasói között találkozhatunk a legtöbb előfizetővel. Ha azonban az országos politikai és az országos bulvár napilap olvasókat vizsgáljuk, az előfizetők aránya jóval alacsonyabb. A helyi és az országos napilapokat olvasók eltérő vásárlási szokásainak hátterében több dolog is állhat. Egyrészt az előfizetés biztosabb hozzáférést és árkedvezményt is jelent, az alkalmi vásárlás azonban jobban igazítható az igényekhez [a bulvárfogyasztók például valamivel ritkábban vásárolják napilapjukat, de kevésbé is igénylik a friss információkat, mint a másik két csoport tagjai].

Előfizetők aránya

Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: a háztartás egyik tagja által vásárolt, adott napilapot legalább heti rendszerességgel olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Megyei napilap	250	47,0	250	47,0	21	33,9	66	34,7
Népszava	10	28,6	1	16,7	10	28,6	6	33,3
Népszabadság	25	24,8	5	14,7	25	24,8	8	19,5
Magyar Nemzet	16	22,5	4	23,5	16	22,5	4	17,4
Magyar Hírlap	4	11,1	1	12,5	4	11,1	2	11,8
Napi Ász	2	7,4	0	0,0	1	20,0	2	7,4
Blikk	30	6,1	14	7,8	3	4,4	30	6,1
Bors	9	5,2	3	6,3	4	16,7	9	5,2

27. tábla: Előfizetők aránya

A három laptípus fogyasztási szokásai számottevően eltérnek egymástól. A regionális napilapolvasók jellemzően napi rendszerességgel olvassák lapjukat, a biztos hozzáférés érdekében előfizetnek rá, és legfőbb motivációjuk a helyi hírekről való tájékozódás. Ezzel szemben a bulvárfogyasztók jóval ritkábban – heti néhány alkalommal – veszik kézbe napilapjukat, ad hoc vásárlás útján jutnak hozzá és elsősorban kikapcsolódás céljából olvassák. Az országos politikai napilapolvasók a fogyasztás intenzitását és a beszerzés módját tekintve a két másik olvasótábor között helyezkednek el. Ezek hátterében az eltérő tartalomfogyasztási minták mellett jelentős habitusbeli, attitűdbeli különbségek állnak.

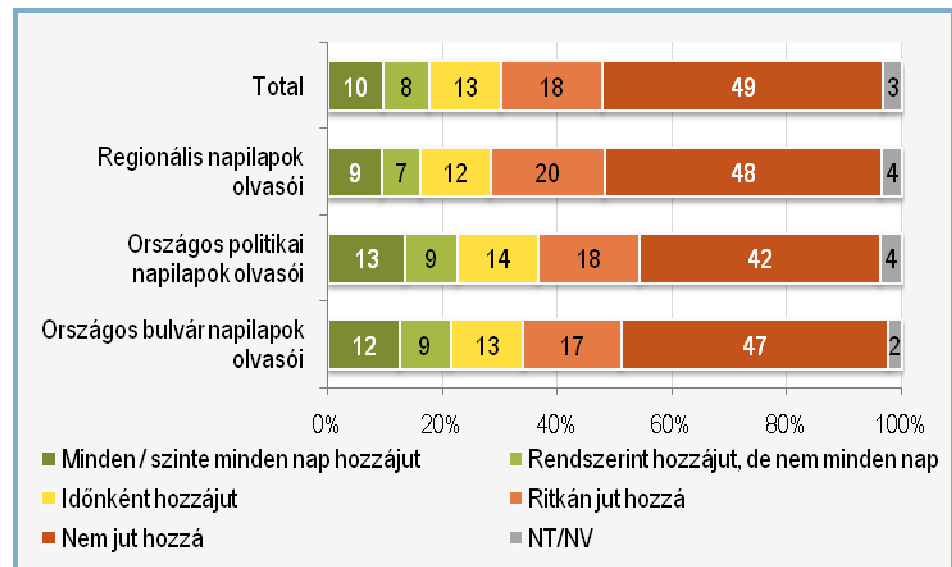
7. INGYENES LAPOK

A hagyományos üzleti modellen alapuló nyomtatott sajtótermékek mellett ma már jelentős tényezőként említendő a piacon a kizárólag hirdetőiktől származó bevételekre alapozó „ingyenes” újságok is. Ezen lapok rendszerint egy-egy földrajzilag meghatározott területen kerülnek terjesztésre, jellemzően a nagyobb népsűrűségű területekre, a nagyvárosokra koncentrálnak kiadói. Mivel tartalmukat tekintve mind a bulvár mind az országos politikai témák tekintetében átfedést mutatnak a vizsgált tárgyát képező lapokkal, így hatásukat érdemes részletesebben is feltérképezni.

A legszélesebb körben ismert, a vizsgált napilapok piacához legközelebb álló profillal a hazánkban 12 éve jelen levő Metropol írható le. A valamivel 300 ezer feletti példányszámban megjelenő, magát már „országos napilapként” aposztrofáló sajtótermék Budapesten kívül a jelentősebb városokban érhető el. Feltétlen érdemes tekintetbe venni, hogy a Metropol az egyetlen ingyenes napilap, a többi szóba jöhető újság jellemzően hetente jelenik meg.

7.1. Hozzáférés - Metropol

A célcsoport szempontjából bármely lap, elvi tartalomszükséglet-kielégítő eszközként annyiban vehető figyelembe, amennyiben a hozzáférés biztosított. A teljes célcsoport ötöde [18%] rendszeres, vagy állandó jelleggel hozzájut a laphoz, míg közelítőleg az érintettek felét [49%] egyáltalán nem éri ez a sajtótermék.

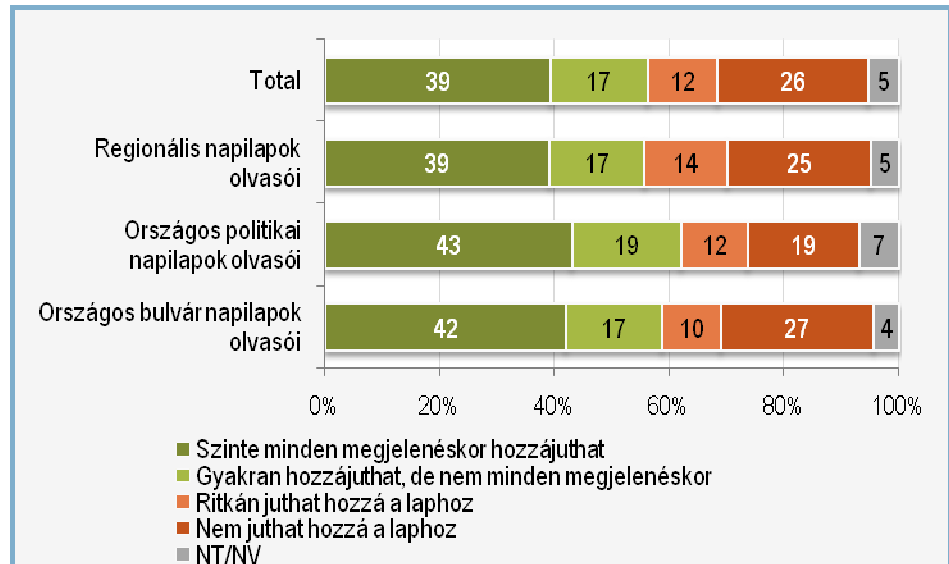


8. ábra: Milyen gyakran jut hozzá a Metropolhoz?

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

Pusztán a hozzáférés alapján definiált módon közelítve a kérdést a regionális napilapok olvasói számára a Metropol kevésbé jelent alternatívát a megszokott újságokkal szemben, hiszen körükben alacsonyabb arányú elérést mutatható ki. Mindez erősíti a regionális lapokkal kapcsolatos azon hipotézist, miszerint a vidéki-kisvárosi olvasók körében ezen lapok pozíciója erősebb, szerepe jelentősebb.

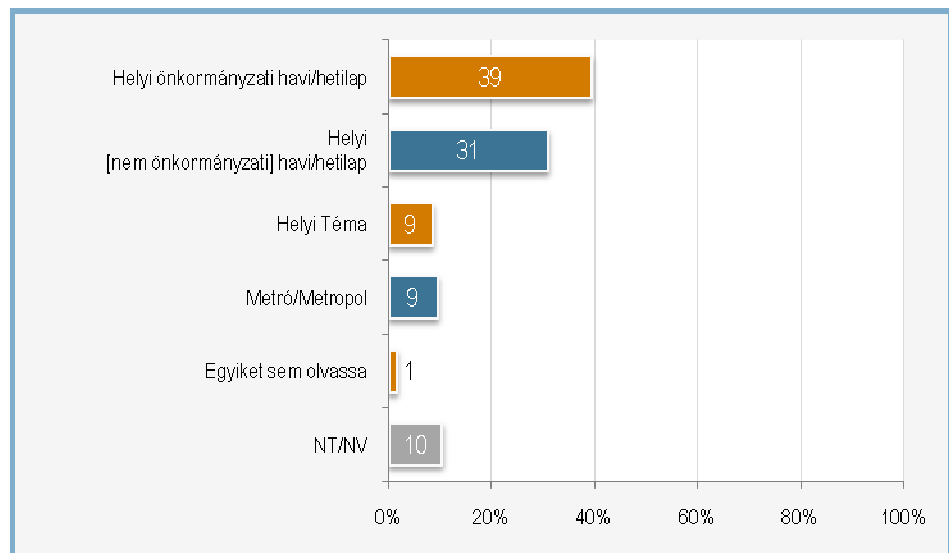
A Metropolon kívül természetesen számos más ingyenesen elérhető lap jelen van a piacon. Ha ezeket összevontan tekintjük, akkor az általuk állandó jelleggel lefedett populáció a teljes célcsoport közel kétötödét teszi ki, amihez hozzáadandó a rendszeres elvi hozzáférők 17%-os hányada. Ilyenformán valamilyen ingyenesen beszerezhető sajtótermékkel a célcsoport többsége lefedettnek tekinthető, más kérdés, hogy a tartalomfogyasztásban milyen szerepet játszhatnak ezek a sajtótermékek.



9. ábra: Milyen gyakran jut hozzá helyi/regionális ingyenes újsághoz?

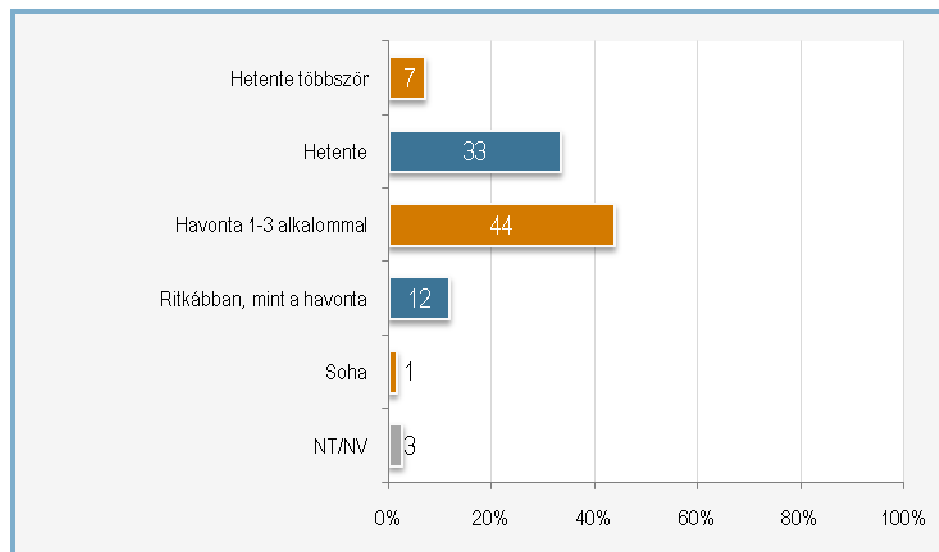
Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

Az ingyenes lapok közül a Metrón felül, sőt annál kedvezőbb olvasottsági adatokkal, a helyi szerkesztésben megjelenő újságokat fogyasztják legnagyobb arányban a célcsoportban.



10. ábra: Melyik ingyenes újságot szokta Ön a leggyakrabban olvasni?

Bázis: ingyenes lapokhoz gyakran hozzájutó válaszadók, Total=701



11. ábra: A leggyakrabban olvasott ingyenes lap olvasási gyakorisága

Bázis: ingyenes lapokhoz gyakran hozzájutó válaszadók, Total=701

Bár – lévén ezen lapok jellemzően hetente, vagy ennél ritkább periodicitással jelennek meg, így az olvasási gyakoriságuk is ehhez igazodik -, adódna a következtetés, hogy érdemben a napilapok helyettesítőjeként nem, csak kiegészítőjeként funkcionálhatnak, az explikált vélekedések, mint majd látni fogjuk, ezt csak részben támasztják alá.

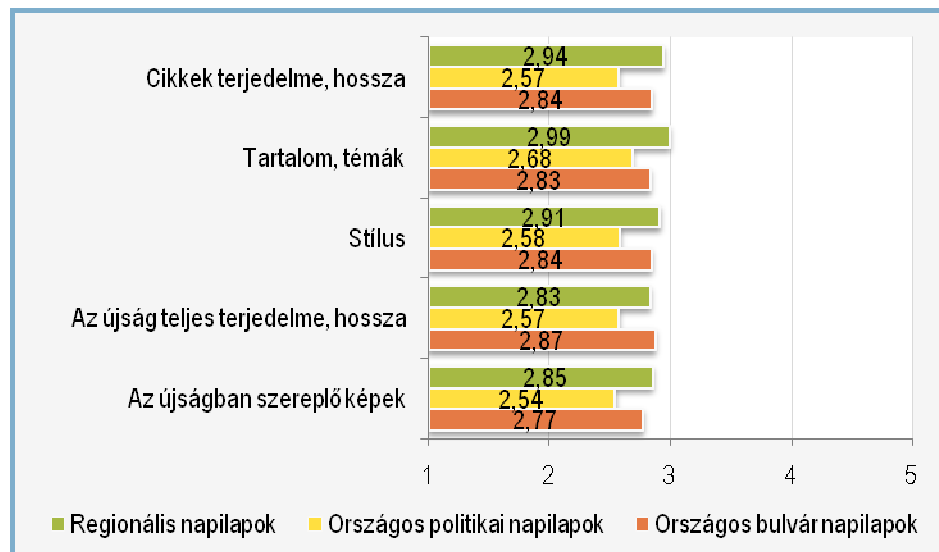
7.2. Hasonlóság

A célcsoport hozzáférési lehetőségei a szóban forgó ingyenes sajtótermékek esetében egy elvi korlátot jelentenek a kiegészítés, vagy helyettesítés kérdéskörében. A tényleges „kompatibilitás” mértékének meghatározásához tovább kell boncolgatni a kérdést, folytatva az észlelt hasonlóság és különbség mértékének bemutatásával.

Metropol

Az ingyenes újságok legjelentősebb reprezentánsa a Metropol, leginkább a regionális napilapokkal és az országos bulvár napilapokkal kerülhet közös „mezőnybe”, de a hasonlóság korlátozott, a távolság jelentősnek tekinthető. Vagyis az olvasók bár látnak közös vonásokat mind a témákat, mind a cikkek stílusát, hosszát, terjedelmét tekintve, a két lapkategóriát a többség jól megkülönböztethetőnek ítéli.

Az országos politikai napilapokkal vetve össze a Metropol megítélését, nagyobb különbségeket tapasztalhatunk, vagyis a Népszabadság, a Magyar Nemzet és a többi országos politikai napilap jellegében a fogyasztók szemében kevesebb hasonlóságot mutat a Metropollal, mint a Blikk, vagy a megyei napilapok.



12. ábra: Hasonlóság átlagértékei - Metropol [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]

Bázis: Metropolt / Metro-t olvasó válaszadók, Total=280

Egyfajta elhatárolódás figyelhető meg az országos politikai napilapokat olvasók részmintáján a teljes sokasághoz képest. Míg a regionális lapokat [is] olvasó Metropol olvasók – vagyis a megyei újságokat az átlagosnál vélhetően jobban ismerők - nagyobb arányban tartják hasonlóknak saját „fizetős” lapjukat az ingyenes kiadványhoz a teljes mintára érvényes „közvélekedésnél”, és hasonló megállapítást tehetünk az országos bulvárlapokat vásárlók esetében is, addig a politikai napilapok olvasói kifejezetten kevésbé érzik hasonlatosnak az általuk választott hagyományos üzleti modellt követő újságot az ingyenes Metropolhoz.

Mennyire hasonlít a Metropol a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások

Segített, egyválaszos kérdés

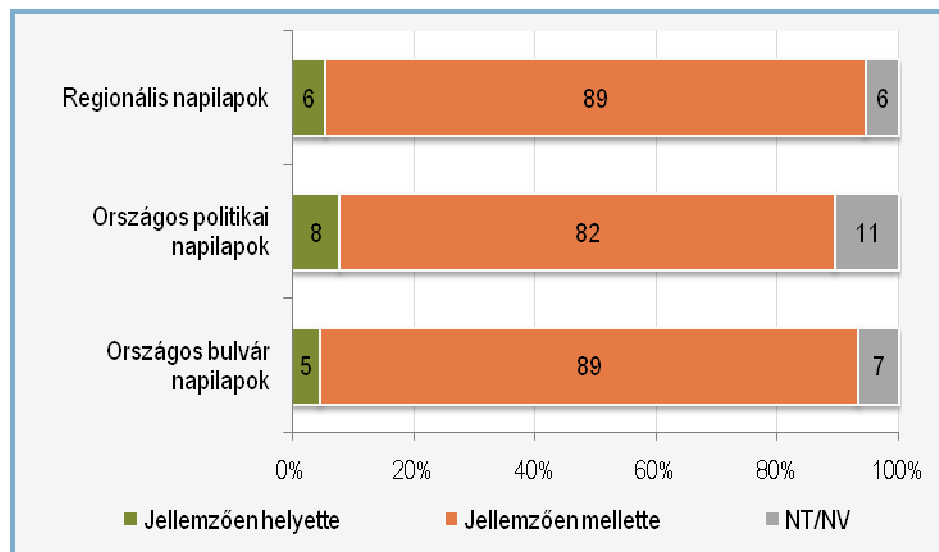
Bázis: Metropolit / Metro-t olvasó válaszadók, Total=280 [regionális napilapolvasók=145, országos politikai napilapolvasók=76, országos bulvár napilapolvasók=192]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok								
Cikkek terjedelme	67	23,9	46	31,7	12	15,8	41	21,4
Újság terjedelme	61	21,8	39	26,9	11	14,5	37	19,3
Stílus	65	23,2	46	31,7	11	14,5	40	20,8
Tartalom, téma	75	26,8	53	36,6	13	17,1	43	22,4
Képek	65	23,2	51	35,2	10	13,2	38	19,8
Országos politikai napilapok								
Cikkek terjedelme	48	17,1	23	15,9	13	17,1	28	14,6
Újság terjedelme	56	20,0	27	18,6	13	17,1	33	17,2
Stílus	51	18,2	26	17,9	10	13,2	33	17,2
Tartalom, téma	54	19,3	26	17,9	18	23,7	32	16,7
Képek	44	15,7	22	15,2	16	21,1	26	13,5
Országos bulvár napilapok								
Cikkek terjedelme	66	23,6	29	20,0	13	17,1	52	27,1
Újság terjedelme	73	26,1	34	23,4	8	10,5	59	30,7
Stílus	76	27,1	35	24,1	11	14,5	62	32,3
Tartalom, téma	71	25,4	24	16,6	14	18,4	60	31,3
Képek	75	26,8	35	24,1	16	21,1	58	30,2

28. tábla: Mennyire hasonlít a Metropol a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások

A célcsoport által explicit módon megnevezett helyettesítő ill. kiegészítő szerepet érdemes alaposan áttekinteni. A regionális napilapok [amelyeknél mint bemutattuk, magasabb fokú hasonlóságot mértünk] esetében erősebb a kiegészítő [mellette olvassa] hatás, a helyettesítőnél [helyette olvassa], míg az előző logika alapján nagyobb mértékben különböző politikai napilapok esetében a kiegészítő funkció kevésbé jelenik meg. Adódik a kérdés, hogy miért helyettesíthető valami jobban azzal, ami kevésbé hasonlít a helyettesítendő dologra, mint azzal, ami jobban hasonlít rá?

A kérdés megválaszolásához érdemes a részminták eredményeit is figyelembe venni. Ha ezt tesszük, akkor látható lesz, hogy a valódi helyettesítés meglehetősen ritka. A mintába került összes Metropol-olvasó több, mint kétötöde [43%] az országos politikai napilapok helyett olvassa a Metro-t, de az e szempontból igazán releváns politikai lapok olvasóira szűkítve ezt a kört, már 10% alatti helyettesítési rátát találunk. Mindez úgy értelmezhető, hogy bár nyilvánvalóan vannak, akik számára azonos, de legalábbis hasonló szükségletkielégítő eszközt jelent a Metropol, mint az országos politikai napilapok, de azok számára, akik jelenleg valamely országos politikai napilapot olvassák [vagyis akiknek véleménye e tekintetben releváns] nem jelent alternatívát. A teljes minta eredményeinek helyettesítési irány felé való „elhajlása” annak tulajdonítható, hogy a mintában [és a sokaságban is] többségben vannak a bulvár és regionális napilapolvasók, így véleményük elnyomja a politikai újságok olvasóit.

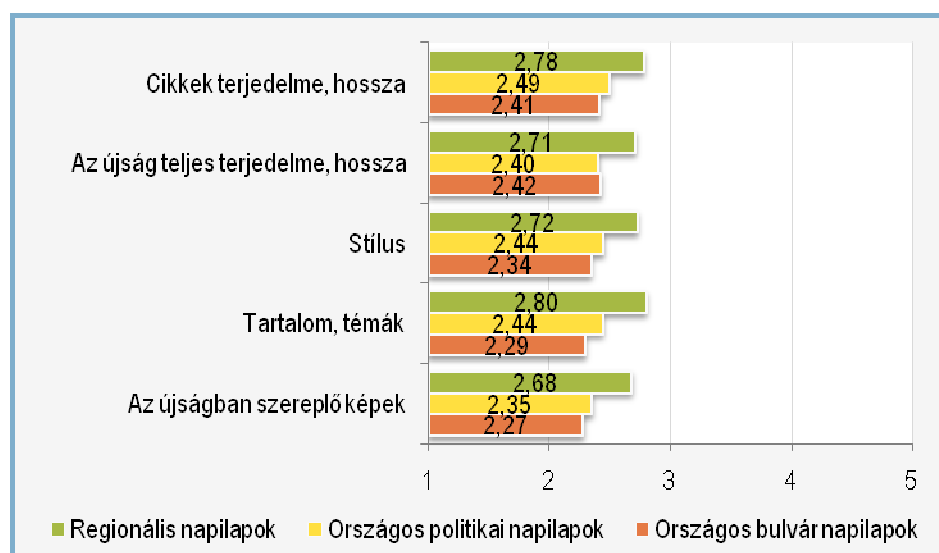


13. ábra: A Metropolt jellemzően a regionális napilapok / országos politikai napilapok / országos bulvár napilapok helyett vagy mellett olvassa?

Bázis: Metropolt / Metro-t és az adott napilaptípust olvasó válaszadók, regionális napilapolvasók=145, országos politikai napilapolvasók=76, országos bulvár napilapolvasók=192

Helyi/regionális ingyenes lapok

Az egyéb, lokálisan elérhető ingyenes lapok [amelyek között szinte kizárólag hetente, vagy ritkábban megjelenő sajtótermékeket találunk] megítélése bizonyos különbségeket mutat a Metropolhoz képest. Ezeket leginkább a regionális napilapokhoz tartják hasonlatosnak, az országos lapokhoz kevésbé. Ennek egyik feltételezhető oka, hogy a lokális ingyenes és „fizetős” kiadványokban is a helyi vonatkozású tartalmak lényegesek az olvasók számára, így a témahasonlóság erősebb a két lokális sajtótermék között, mint a helyi ingyenes lapok és az országos bulvár, vagy politikai újságok esetében.



14. ábra: Hasonlóság átlagértékei - Helyi/regionális ingyenes lapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]

Bázis: ingyenes napilaphoz gyakran hozzájutó válaszadók, Total=701

Össességében azonban a korlátozott hasonlóság és a ritkább megjelenés okán helyettesíthetőségről kevésbé beszélhetünk.

Mennyire hasonlítanak a helyi/regionális ingyenes lapok a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások

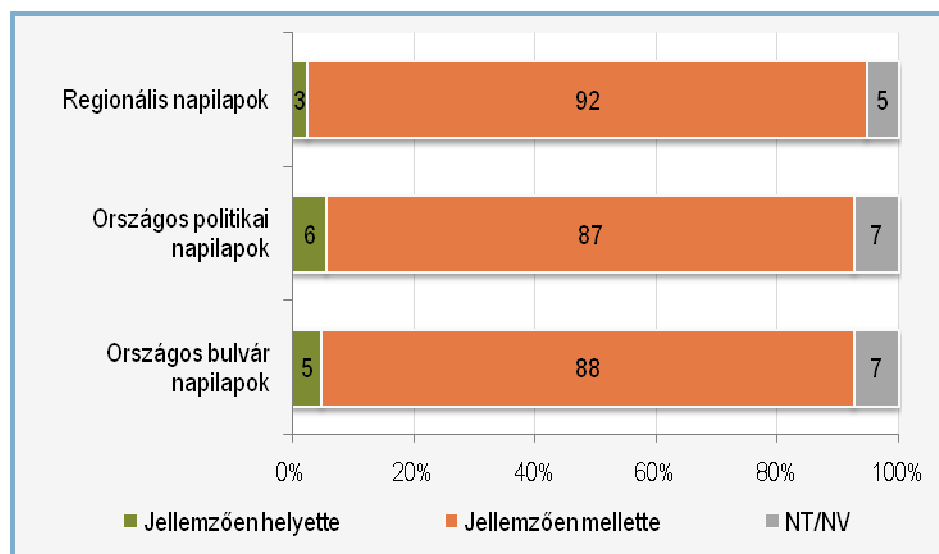
Segített, egyválaszos kérdés

Bázis: ingyenes napilaphoz gyakran hozzájutó válaszadók, Total=701 [regionális napilapolvasók=380, országos politikai napilapolvasók=176, országos bulvár napilapolvasók=407]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Regionális napilapok								
Cikkek terjedelme	137	19,5	111	29,2	27	15,3	62	15,2
Újság terjedelme	126	18,0	97	25,5	25	14,2	60	14,7
Stílus	137	19,5	108	28,4	26	14,8	65	16,0
Tartalom, téma	155	22,1	122	32,1	31	17,6	71	17,4
Képek	135	19,3	108	28,4	22	12,5	61	15,0
Országos politikai napilapok								
Cikkek terjedelme	90	12,8	52	13,7	27	15,3	49	12,0
Újság terjedelme	84	12,0	45	11,8	27	15,3	50	12,3
Stílus	91	13,0	52	13,7	23	13,1	49	12,0
Tartalom, téma	104	14,8	60	15,8	31	17,6	57	14,0
Képek	88	12,6	54	14,2	24	13,6	44	10,8
Országos bulvár napilapok								
Cikkek terjedelme	95	13,6	52	13,7	15	8,5	69	17,0
Újság terjedelme	102	14,6	53	13,9	14	8,0	78	19,2
Stílus	102	14,6	49	12,9	16	9,1	78	19,2
Tartalom, téma	91	13,0	40	10,5	17	9,7	70	17,2
Képek	98	14,0	47	12,4	17	9,7	75	18,4

29. tábla: Mennyire hasonlítanak a helyi/regionális ingyenes lapok a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások

Ha a válaszadók által explikált, a jelenlegi gyakorlatból kiinduló helyettesíthetőségi ill. párhuzamos fogyasztási lehetőségeket vesszük figyelembe, akkor igen hasonló képet kapunk, mint a Metropol esetében. A teljes mintára vetítve az országos politikai napilapoknak látszólag jó helyettesítői az ingyenes lokális kiadványok, ám a releváns célcsoportra [a politikai témákkal foglalkozó újságok olvasóira] szűkítve a szópót már látható, hogy ez számukra nem jelent érdemi alternatívát, hiszen a két terméket egymással helyettesítő viszonyban alkalmazók aránya 6% alatt marad.



15. ábra: A helyi/regionális ingyenes lapokat jellemzően a regionális napilapok / országos politikai napilapok / országos bulvár napilapok helyett vagy mellett olvassa?

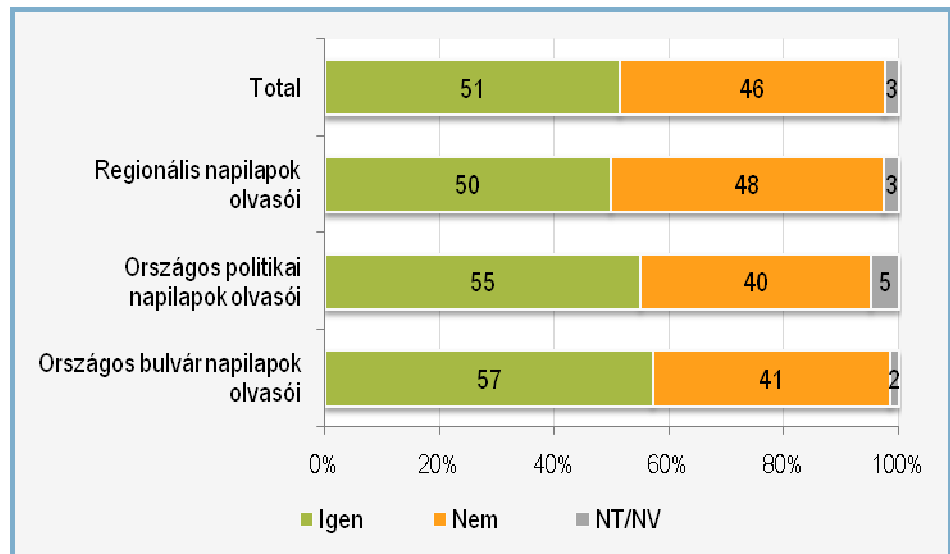
Bázis: ingyenes napilaphoz gyakran hozzájutó és az adott napilaptípust olvasó válaszadók, regionális napilapolvasók=380, országos politikai napilapolvasók=176, országos bulvár napilapolvasók=407

8. INTERNET ÉS NAPILAPOK

8.1. Internet használat

Az internet az általa kínált tartalmak sokszínűségükénél fogva elvben valamennyi vizsgált lap esetében mind helyettesítő, mind kiegészítő csatornaként szolgálhat. Az egyén hozzáférési lehetőségei természetesen a világháló esetében is éppoly korlátot jelenthetnek, mint a többi vizsgált médium esetében.

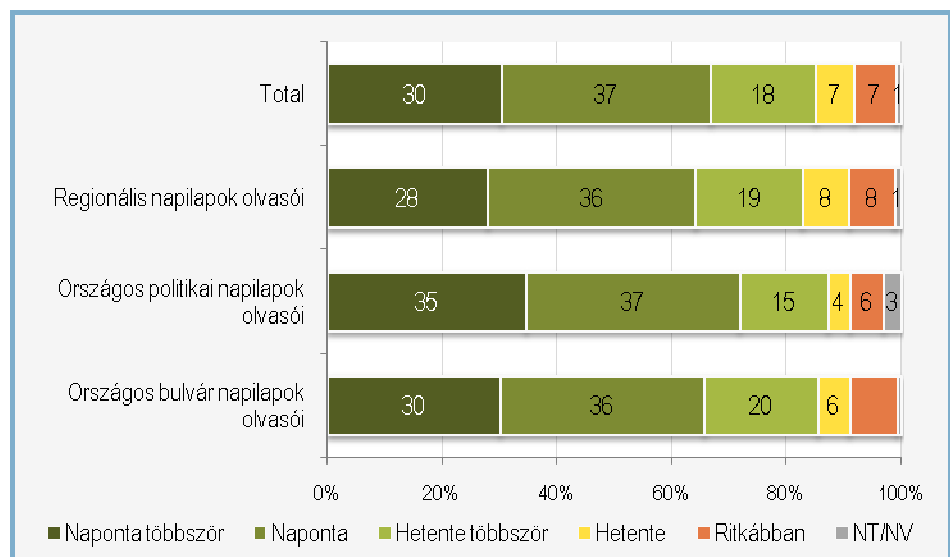
A közelítőleg fele tekinthető internet használónak, ami egybevág a teljes populációra vonatkozó, más kutatásokból származó adatokkal. A politikai napilap-, valamint a bulvár napilapolvasók körében az átlagnál magasabb értéket mutat a használók aránya.



16. ábra: Internet használat

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

Az internetezők többsége gyakran veszi igénybe a világháló nyújtotta funkciókat, az érintett szegmens több mint kétötöde hetente többször kapcsolódik fel, míg többség napi felhasználónak tekinthető.

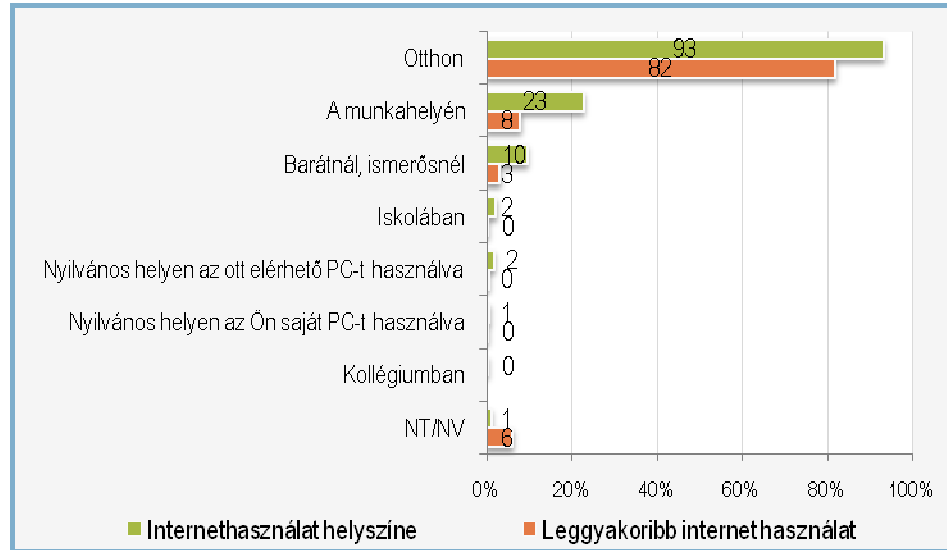


17. ábra: Internet használat gyakorisága

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641 [regionális napilapolvasók=340, országos politikai napilapolvasók=156, országos bulvár napilapolvasók=396]

E tekintetben nincs érdemi különbség az alminták között. Elmondható tehát, hogy az internethasználat dichotóm változóként kezelhető: az egyén vagy használja, de akkor gyakorta él előnyeivel, vagy tartózkodik a használatától, így számára nem jelenthet tartalomforrást. Megjegyzendő, hogy a kutatás célcsoportjában az otthoni hozzáférés penetrációs adata magasabb az egyéni internethasználatnál, vagyis vannak olyan egyének, akik bár otthonukban hozzáférhetnének az internethez, mégsem használják azt.

A tipikus hozzáférési helyszínek a háztartás tekinthető. Az internetezők nagy többsége kizárólag otthonában kapcsolódik a világhálóra, és feltétlen ez tekinthető az elsődleges hozzáférési pontnak. A munkahelyi használat nem elhanyagolható, de 24%-os adatával meg sem közelíti az otthoni használat közel 90%-osértékét.



18. ábra: Internet használat helyszínei

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641

A hozzáférési szokásoknál fogva az internet tehát a célcsoport hozzávetőlegesen 50%-a számára jelenthet elvi alternatívát a nyomtatott sajtótermékekkel szemben. Az elsősorban helyhez kötötten megvalósuló hozzáférés arra utal, hogy olyan körülmények között, ill. olyan funkciókban beszélhetnénk helyettesítésről, ahol a mobilitás hiánya nem jelent akadályt.

Érdeemes észrevenni, hogy az internethasználat lokációja nagy hasonlóságot mutat az újságolvasási szokásokkal. Mindkét tevékenység elsődleges preferált helyszíne az olvasók otthona.

8.2. Honlapok ismertsége, látogatottsága

Tekintve, hogy a vizsgálat szempontjából a különböző politikai, lokális, valamint bulvár jellegű tartalmakat kínáló oldalak jelentik a leginkább releváns internetes tartalmakat, így a nagyobb oldalak ismertségét és használatát részletesen is elemezzük. A két vezető hazai hírportál [index.hu, origo.hu] ismertsége igen magas, a netezők legalább fele ismeri e két oldal legalább egyikét. E téren átlagnál tájékozottabbak a politikai napilapok olvasói.

Fontos tapasztalat, hogy a nyomtatott sajtótermékek online kiadásainak [pl. blikk.hu, borsonline.hu, nol.hu, mno.hu stb.] ismertsége még a célzott alminták [pl. politikai napilapolvasók körében a nol.hu] esetében is jóval alacsonyabb, mint a kizárólag internetes formában elérhető vezető, horizontális hírportáloké. Mindez arra utal, hogy jellemzően a két médium egymás mellett élése valósul meg, az adott lap online kiadása nem feltétlen váltja ki az olvasók szemében a papír alapú verziót.

Honlapok ismertsége I.

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641 [regionális napilapolvasók=340, országos politikai napilapolvasók=156, országos bulvár napilapolvasók=396]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Horizontális portálok								
www.origo.hu	395	61,6	188	55,3	109	69,9	251	63,4
index.hu	319	49,8	143	42,1	95	60,9	192	48,5
Bulvár portálok								
www.blikk.hu [Blikk]	189	29,5	90	26,5	46	29,5	152	38,4
www.borsonline.hu [Bors]	101	15,8	52	15,3	26	16,7	74	18,7
velvet.hu	75	11,7	38	11,2	24	15,4	45	11,4
napiaszonline.hu [Napi Ász]	41	6,4	22	6,5	18	11,5	25	6,3
Napilapok online kiadásai és gazdasági portálok								
hvg.hu	152	23,7	80	23,5	60	38,5	86	21,7
Megyei napilap honlapja	133	20,7	112	32,9	37	23,7	73	18,4
www.magyarhirlap.hu [Magyar Hírlap]	86	13,4	47	13,8	43	27,6	45	11,4
www.mno.hu [Magyar Nemzet]	70	10,9	34	10,0	42	26,9	32	8,1
www.nol.hu [Népszabadság]	71	11,1	33	9,7	42	26,9	38	9,6
www.portfolio.hu	69	10,8	34	10,0	24	15,4	40	10,1
www.vg.hu	47	7,3	26	7,6	22	14,1	24	6,1
www.nepszava.hu [Népszava]	51	8,0	21	6,2	27	17,3	31	7,8
Egyiket sem	105	16,4	63	18,5	11	7,1	65	16,4
NT/NV	7	1,1	4	1,2	1	0,6	4	1,0
Összesen	641	100,0	340	100,0	156	100,0	396	100,0

30. tábla: Honlapok ismertsége I.

A széles körben ismert hírportálok után a bulvárlapok online változatait ismerik legtöbben [32%]. Az országos politikai és a megyei napilapok online kiadását azonban ismertség tekintetében megelőzik az egyéb, nem naponta megjelenő nyomtatott sajtótermékek honlapjai [24%].

Honlapok ismertsége II.

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641 [regionális napilapolvasók=340, országos politikai napilapolvasók=156, országos bulvár napilapolvasók=396]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hírportálok	451	70,4	216	63,5	122	78,2	281	71,0
Országos bulvár napilapok portálja	207	32,3	102	30,0	50	32,1	160	40,4
Egyéb nyomtatott sajtótermékek online portálja	156	24,3	81	23,8	62	39,7	88	22,2
Országos politikai napilapok portálja	138	21,5	67	19,7	77	49,4	69	17,4
Megyei napilapok portálja	133	20,7	112	32,9	37	23,7	73	18,4
Egyéb honlapok	111	17,3	53	15,6	38	24,4	65	16,4
Egyiket sem	105	16,4	63	18,5	11	7,1	65	16,4
NT/NV	7	1,1	4	1,2	1	0,6	4	1,0

31. tábla: Honlapok ismertsége II.

A látogatottsági adatok nem mutatnak markáns különbséget az ismertségeiktől. Mindezt úgy is interpretálhatjuk, hogy az online világban a hírnév [az ismertség] rövid életű, a felhasználók azokat a site-okat tudják felidézni, azokat tekintik ismerősnek, amelyeket látogatni is szoktak [a látogatás minimumát az utóbbi két hónapban legalább egy alkalommal az oldalt megnyitóknál húztuk meg]. Jellemzően az oldalakat ismerők 70-80%-a látogatni is szokta az adott site-ot.

Honlapok látogatottsága [az utóbbi 2 hónapban látogatta –e legalább egyszer] I.

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641 [regionális napilapolvasók=340, országos politikai napilapolvasók=156, országos bulvár napilapolvasók=396]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Horizontális portálok								
www.origo.hu	310	48,4	156	45,9	87	55,8	196	49,5
index.hu	249	38,8	103	30,3	82	52,6	148	37,4
Bulvár portálok								
www.blikk.hu [Blikk]	139	21,7	61	17,9	32	20,5	122	30,8
www.borsonline.hu [Bors]	71	11,1	34	10,0	17	10,9	57	14,4
velvet.hu	45	7,0	20	5,9	15	9,6	26	6,6
napiaszonline.hu [Napi Ász]	19	3,0	11	3,2	8	5,1	12	3,0
Napilapok online kiadásai és gazdasági portálok								
hvg.hu	105	16,4	58	17,1	42	26,9	59	14,9
Megyei napilap honlapja	106	16,5	94	27,6	30	19,2	55	13,9
www.magyarhirnap.hu [Magyar Hírlap]	54	8,4	29	8,5	32	20,5	27	6,8
www.mno.hu [Magyar Nemzet]	46	7,2	21	6,2	35	22,4	18	4,5
www.nol.hu [Népszabadság]	45	7,0	20	5,9	30	19,2	24	6,1
www.portfolio.hu	37	5,8	17	5,0	14	9,0	22	5,6
www.nepszava.hu [Népszava]	25	3,9	7	2,1	15	9,6	17	4,3
www.vg.hu	25	3,9	12	3,5	12	7,7	12	3,0
Egyiket sem	164	25,6	86	25,3	21	13,5	107	27,0
NT/NV	7	1,1	4	1,2	1	0,6	4	1,0

32. tábla: Honlapok látogatottsága I.

A vizsgált honlapok látogatottságának listáját – az ismertséghez hasonlóan – a hírportálok vezeték [59%], melyeket az országos bulvár napilapok online változatai követnek [25%]. Az egyéb nyomtatott sajtótermékek a látogatottság tekintetében is megelőzik az országos politikai és a megyei napilapok honlapjait.

Honlapok látogatottsága II.

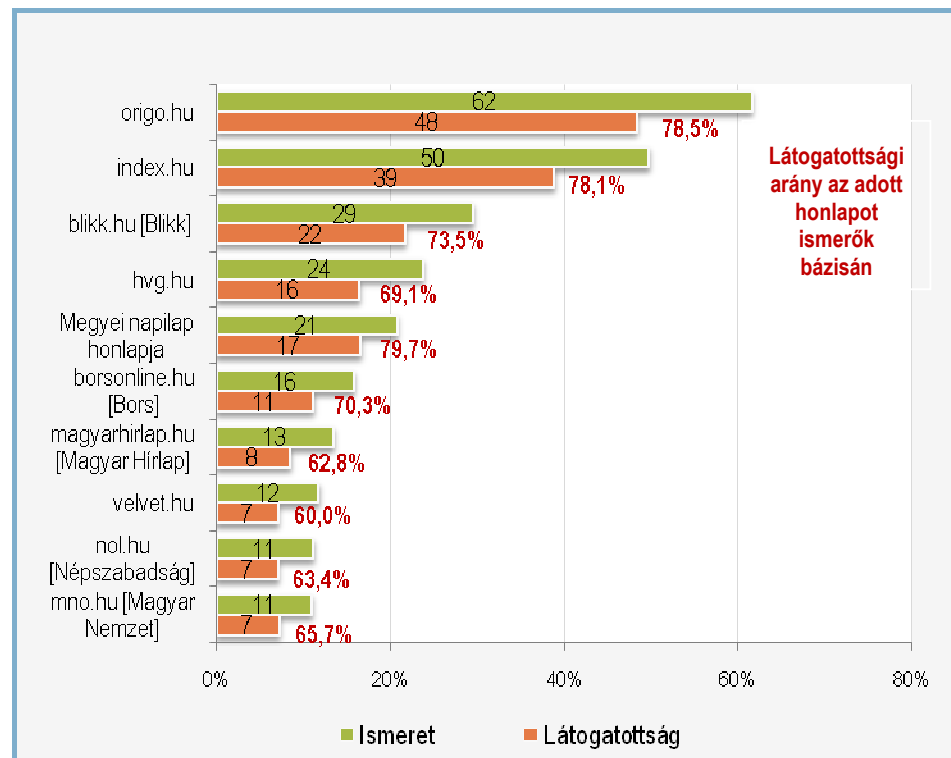
Segített, többválaszos kérdés

Bázis: Internetet használó válaszadók Total n=641 [regionális napilapolvasók=340, országos politikai napilapolvasók=156, országos bulvár napilapolvasók=396]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hírportálok	378	59,0	179	52,6	110	70,5	235	59,3
Országos bulvár napilapok portálja	157	24,5	75	22,1	35	22,4	130	32,8
Egyéb nyomtatott sajtótermékek online portálja	109	17,0	59	17,4	44	28,2	61	15,4
Megyei napilapok portálja	106	16,5	94	27,6	30	19,2	55	13,9
Országos politikai napilapok portálja	101	15,8	49	14,4	62	39,7	50	12,6
Egyéb honlapok	74	11,5	33	9,7	26	16,7	44	11,1
Egyiket sem	164	25,6	86	25,3	21	13,5	107	27,0
NT/NV	7	1,1	4	1,2	1	0,6	4	1,0

33. tábla: Honlapok látogatottsága II.

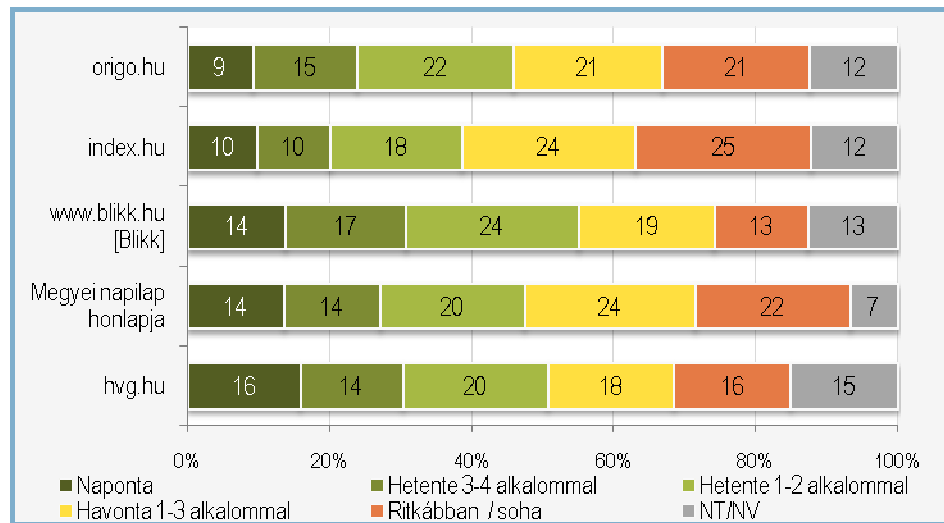
A látogatási gyakoriság érdekes mintázatot mutat. Láttuk ugyan, hogy a nagy hírportálok szélesebb publikum által ismertek a nyomtatott lapok online megfelelőiknél, ám ez utóbbiak látogatási gyakorisága, ha mindkét weblaptípus látogatási gyakoriságát az azokat ismerők bázisán mérjük, magasabb. Tehát az indexre és az origora kétségkívül többen kattintanak a célcsoportban, hiszen az előző kettőt összességében többen ismerik, de pl. a Blikk.hu, vagy a megyei napilapok online változatát gyakrabban látogatják az őket ismerők.



19. ábra: Top10 honlap ismertsége, látogatottsága

Bázis: internetet használó válaszadók, Total=641

Azt gondolhatnánk, hogy blikk.hu-t nyilván a bulvárlapokat olvasók, míg a nol.hu-t a politikai napilapok iránt érdeklődők látogatják leggyakrabban. A tények azonban nem erre utalnak. A blikk.hu a regionális lapok olvasóinak almintáján a legnépszerűbb, míg a nol.hu leggyakrabban a megyei lapok és a bulvársajtó olvasóinak böngészőjében nyílik meg. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy az együttes fogyasztás csak az eltérő lapkategóriák online megfelelője esetében áll fenn, így inkább kiegészítésről, komplementer párokról beszélhetünk. Azonos kategórián belül az online és offline kiadások egyidejű fogyasztása ritkább.



20. ábra: Top5 Honlap látogatottságának gyakorisága

Bázis: Adott honlapot látogató válaszadók, n=soronként változó

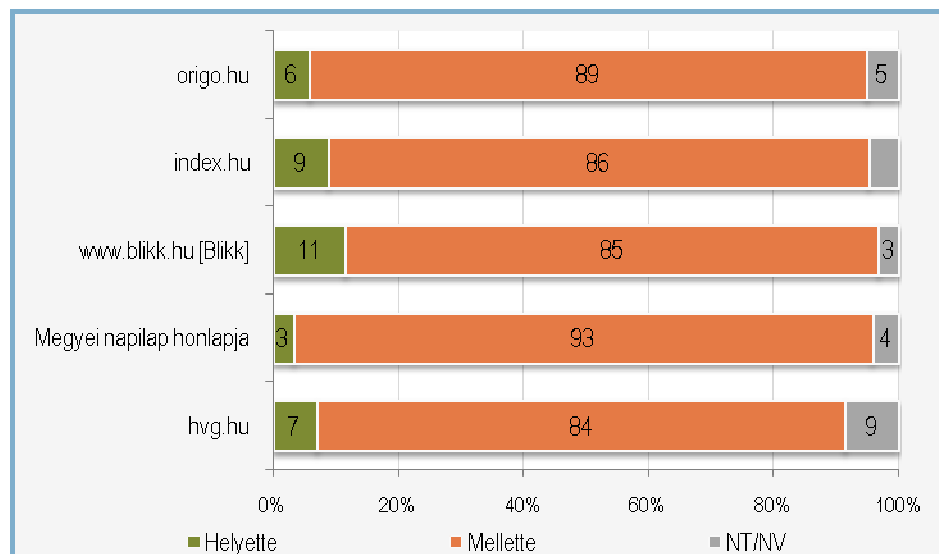
A népszerűbb portálok célcsoportbeli látogatási gyakorisága alacsonyabb a nyomtatott lapok fogyasztási gyakoriságánál. Míg a célcsoportban az alkalmi [akik legfeljebb havi 1-3 alkalommal olvassák az újságokat] olvasók kivételnek tekinthetők, addig a web-es világban az érintettek 30-50%-a nem keresi fel minden héten a vizsgált oldalakat.

Hetente legalább egy-két alkalommal a vizsgált weboldalakat az azokat látogatók kétötöde-fele keresi fel. Vagyis igaz a megállapítás, hogy az ismerők nagy többsége legalább alkalmanként [legalább kéthavonta] meg is látogatja az adott oldalt, de a rendszeres látogatók csak az előző körnek egy korlátozott részét teszik ki.

Ha a helyettesítés ill. kiegészítés oldaláról gondoljuk át a kérdést, akkor az elvi helyettesítés csak azon célcsoporton belül értelmezhető, amely: internetezik [1], ismeri az adott oldalt [2] és azt legalább heti rendszerességgel meg is szokta látogatni [3]. Így bár a tematikai, szerkezetbeli stb. hasonlósággal kapcsolatos percepciókat még nem vizsgáltuk, a potenciális helyettesítők aránya a célcsoport töredékére csökkent. A legnépszerűbb origo és index site-ok esetében így alig 15%-nyi érintettől beszélhetünk [ahol az 1-es, a 2-es és a 3-as feltétel egyszerre teljesül]. Természetesen, ha az online tartalmi kínálat egészét vesszük figyelembe, vagyis nem egy-egy oldalra koncentrálunk, akkor az elvi helyettesítési lehetőség az internetezők összessége számára adott. Ugyanakkor ez a megközelítés egy konkrétumok nélküli leegyszerűsítés volna, hiszen a nélkül tételeznénk fel bizonyos alternatív szükségletkielégítő lehetőségek meglétét, hogy ezt alátámasztanánk, meglevő szokásokkal igazolnánk. Érdemes tehát még tovább vizsgálni az online formában rendelkezésre álló kínálat valamint a nyomtatott sajtótermékek hasonlóságát.

8.3. Napilapok helyettesíthetősége honlapok által

Az explicált fogyasztói szokások az online és offline médiumok egymás melletti fogyasztására utalnak a célcsoportban. Mind a regionális napilapok, mind az országos bulvár, mind az országos politikai újságok esetében ez a magatartás jellemzőnek nevezhető.

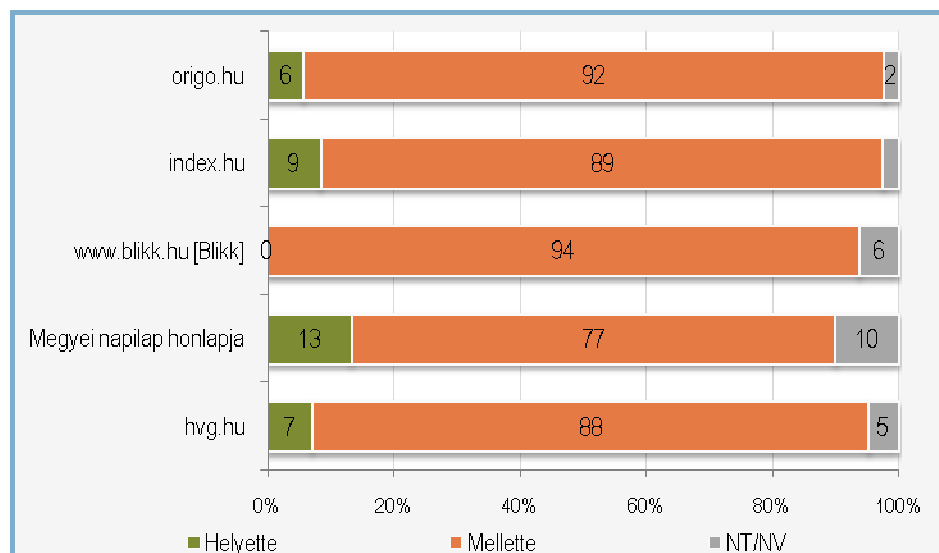


21. ábra: Az adott honlapokat jellemzően a regionális napilap helyett, vagy mellett olvassa?

Bázis: megyei napilapot olvasó és az adott honlapot látogató válaszadók, n=soranként változó

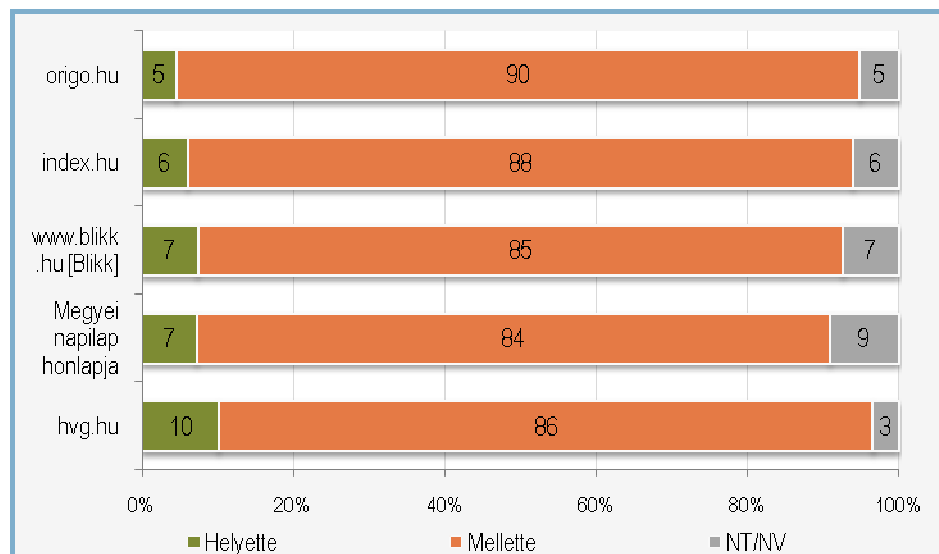
A teljes minta 80-90%-a nyilatkozott úgy, hogy különböző weboldalakat a vizsgált lapok mellett szokta olvasni, nem helyettük teszi ezt. Adódik a kérdés, hogy ha nem a teljes mintán vizsgálódunk, akkor vajon árnyaltabb eredményeket kaphatunk –e, de a válasz nemleges. A részmintákra vonatkozó, jelen kérdések esetében érvényes elemszámokból adódó limitációkat figyelmen kívül hagyva sem változik a kép. Az egyes alszegmerekbe tartozó válaszadók is a vizsgált lapok mellett fogyasztják az online tartalmakat és nem helyettük.

A kép teljessé tételéhez hozzátartozik, hogy természetesen lehetnek, sőt minden bizonnyal vannak is olyan csoportok, amelyek lecserélték a papír alapú sajtótermékeket a monitoron megjelenő társaikra, ám ők per definíció nem képezték a vizsgálat tárgyát, hiszen kizárólag újságolvasókat kerestek meg kérdezőbiztosaink.



22. ábra: Az adott honlapokat jellemzően az országos politikai napilap helyett, vagy mellett olvassa?

Bázis: országos politikai napilapot olvasó és az adott honlapot látogató válaszadók, n=soranként változó



23. ábra: Az adott honlapokat jellemzően az országos bulvár napilap helyett, vagy mellett olvassa?

Bázis: országos bulvár napilapot olvasó és az adott honlapot látogató válaszadók, n=soronként változó

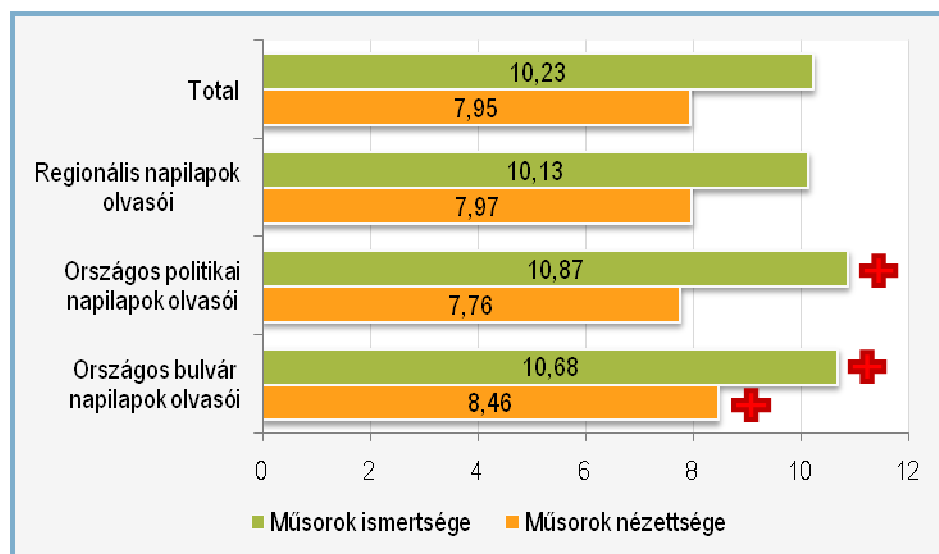
9. TV, RÁDIÓ ÉS NAPILAPOK

Az internet és a napilapok kapcsolatának részletes áttekintése után a legelterjedtebb médium, a televízió szerepét vesszük nagyító alá. Ahogyan már a tartalomfogyasztással foglalkozó fejezetben is láthattuk, a televízió és rádió számít elsődleges információforrásnak a legtöbb téma esetében, fontos lenne azonban megvizsgálni, hogy helyettesítheti-e a napilapokat, vagy inkább egymás mellett fogyasztják e csatornák tartamát.

A televíziós műsorok ismertsége és fogyasztásának mértéke messze felülmúlja a rádiókét, ezért fontos leszögezünk, hogy a gyakran együttesen kezelt médiumok közül a tévé csatornája bír nagyobb súllyal.

9.1. Műsorok ismertsége, nézettsége/hallgatottsága

Elsőként a műsorok ismertségéről nyújtunk átfogó képet. Egy átlagos válaszadó kb. 10 műsrot ismer, melyek közül kb. 8-at nézett az elmúlt két hónap során. A politikai és a bulvár napilapok olvasói átlagosan kb. 11 műsrot ismertek, azonban csak a bulvárolvasók néztek szignifikánsan több műsrot az átlagnál.



24. ábra: Az ismert és az elmúlt 2 hónap során figyelemmel kísért tévéműsorok átlagos száma

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

A klasszikus – m1, m2, RTL Klub, TV2, Duna TV által sugárzott – esti híradók szinte teljes körű ismertségnek örvendenek, majdnem minden válaszadó ismert ilyen típusú műsort. A kereskedelmi csatornák hír-összeállításai és magazinműsorai – Fókusz, Napló, Aktív – is széles körben ismertek [60-70% körül]. A teljes mintához viszonyítva leginkább a politikai napilapolvasók műsorokkal kapcsolatos ismeretei mutatnak eltérést: az m1, m2, HírTV, és ATV, illetve az MR1 és MR2 hírműsoraikat jellemzően nagyobb arányban ismerik másoknál, a tévésorozatokat – Barátok közt [RTL Klub] – viszont kevésbé. A bulvár és regionális napilapolvasók ismeretei kevésbé különböznek az átlagtól.

TV műsorok ismertsége

Segített, többválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Esti híradók [m1, m2, RTL Klub, TV2, Duna TV]	1 179	94,4	644	94,3	269	94,7	657	94,7
Fókusz [RTL Klub]	871	69,7	481	70,4	178	62,7	511	73,6
Napló [TV2]	771	61,7	427	62,5	179	63,0	461	66,4
Aktív [TV2]	765	61,2	420	61,5	171	60,2	448	64,6
Barátok Közt [RTL Klub]	744	59,6	391	57,2	138	48,6	441	63,5
Heti Hetes [RTL Klub]	665	53,2	348	51,0	147	51,8	389	56,1
KékFény [m1]	610	48,8	317	46,4	148	52,1	348	50,1
Híradó [HírTV]	602	48,2	323	47,3	170	59,9	344	49,6
Sportközvetítések	553	44,3	289	42,3	144	50,7	314	45,2
Jóban Rosszban [TV2]	505	40,4	275	40,3	106	37,3	298	42,9
Az Este [m1]	499	40,0	284	41,6	139	48,9	261	37,6
Mokka [TV2]	485	38,8	242	35,4	106	37,3	302	43,5
Híradó [ATV]	466	37,3	263	38,5	129	45,4	267	38,5
Reggeli [RTL Klub]	465	37,2	228	33,4	97	34,2	293	42,2
Kereskedelmi rádiók hírműsora	397	31,8	195	28,6	90	31,7	244	35,2
Reflektor [RTL Klub]	392	31,4	199	29,1	83	29,2	257	37,0
Ma Reggel [m1, m2]	382	30,6	201	29,4	106	37,3	218	31,4
Kereskedelmi rádiók reggeli műsora	374	29,9	191	28,0	82	28,9	231	33,3
Zenecsatornák [pl. MTV, VIVA]	372	29,8	198	29,0	84	29,6	240	34,6
Story TV	338	27,1	175	25,6	77	27,1	236	34,0
Helyi / regionális TV csatorna	315	25,2	213	31,2	78	27,5	166	23,9
Hírek [MR1]	283	22,7	161	23,6	109	38,4	132	19,0
Helyi/Regionális Rádió	280	22,4	210	30,7	63	22,2	149	21,5
Krónika [MR1]	171	13,7	96	14,1	72	25,4	66	9,5
Hírek [MR2]	169	13,5	96	14,1	69	24,3	86	12,4
180 perc [MR1]	114	9,1	55	8,1	54	19,0	44	6,3
Egyiket sem	5	0,4	4	0,6	1	0,4	2	0,3
NT/NV	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

34. tábla: TV műsorok ismertsége

A televízió- és rádióműsorok ismertsége és nézettsége összességében hasonló képet mutat. A napilapolvasók legnagyobb arányban [90%] esti híradókat néznek, az egyéb hír-, magazin-, show-műsorok és sorozatok nézettsége jóval alacsonyabb [63% alatt]. A tv-műsorok és az olvasott laptípusok keresztösszefüggései is az eltérő tartalomfogyasztás tényét erősítik. A politikai napilapok olvasói között jellemzően ritkább a bulvár tartalmak – sorozatok, bulvár hírek – fogyasztása, a rádiók hírműsoraikat azonban az átlagosnál gyakrabban hallgatják. A másik két csoport fogyasztása kevésbé tér el a teljes mintában tapasztalhatótól.

TV műsorok nézettsége [az utóbbi 2 hónapban látta-e legalább egyszer]

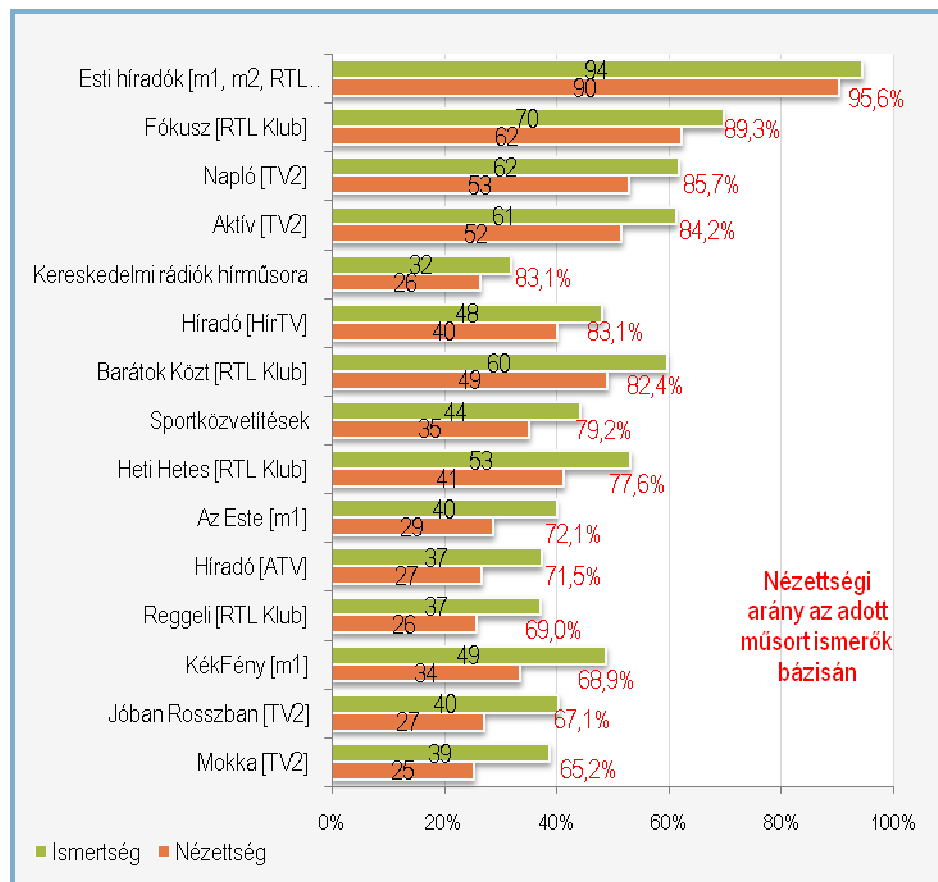
Segített többválaszos kérdés

Bázis: összes válaszadó, Total=1249 [regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694]

	Total		Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Esti híradók [m1, m2, RTL Klub, TV2, Duna TV]	1 127	90,2	612	89,6	254	89,4	633	91,2
Fókusz [RTL Klub]	778	62,3	429	62,8	145	51,1	465	67,0
Napló [TV2]	661	52,9	372	54,5	141	49,6	411	59,2
Aktív [TV2]	644	51,6	362	53,0	133	46,8	388	55,9
Barátok Közt [RTL Klub]	613	49,1	343	50,2	87	30,6	370	53,3
Heti Hetes [RTL Klub]	516	41,3	263	38,5	107	37,7	308	44,4
Híradó [HírTV]	500	40,0	270	39,5	138	48,6	285	41,1
Sportközvetítések	438	35,1	236	34,6	117	41,2	254	36,6
KékFény [m1]	420	33,6	217	31,8	94	33,1	248	35,7
Az Este [m1]	360	28,8	210	30,7	101	35,6	183	26,4
Jóban Rosszban [TV2]	339	27,1	194	28,4	54	19,0	203	29,3
Híradó [ATV]	333	26,7	197	28,8	89	31,3	190	27,4
Kereskedelmi rádiók hírműsora	330	26,4	157	23,0	64	22,5	216	31,1
Reggeli [RTL Klub]	321	25,7	163	23,9	57	20,1	212	30,5
Mokka [TV2]	316	25,3	159	23,3	58	20,4	208	30,0
Kereskedelmi rádiók reggeli műsora	311	24,9	148	21,7	61	21,5	203	29,3
Reflektor [RTL Klub]	283	22,7	142	20,8	46	16,2	194	28,0
Zenecsatornák [pl. MTV, VIVA]	252	20,2	131	19,2	52	18,3	166	23,9
Ma Reggel [m1, m2]	247	19,8	129	18,9	70	24,6	142	20,5
Helyi / regionális TV csatorna	229	18,3	162	23,7	57	20,1	119	17,1
Helyi/Regionális Rádió	220	17,6	169	24,7	42	14,8	114	16,4
Story TV	212	17,0	108	15,8	41	14,4	157	22,6
Hírek [MR1]	209	16,7	122	17,9	79	27,8	94	13,5
Krónika [MR1]	105	8,4	61	8,9	46	16,2	29	4,2
Hírek [MR2]	102	8,2	58	8,5	43	15,1	54	7,8
180 perc [MR1]	61	4,9	32	4,7	28	9,9	20	2,9
Egyiket sem	10	0,8	6	0,9	4	1,4	3	0,4
NT/NV	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1
Összesen	1 249	100,0	683	100,0	284	100,0	694	100,0

35. tábla: TV műsorok nézettsége

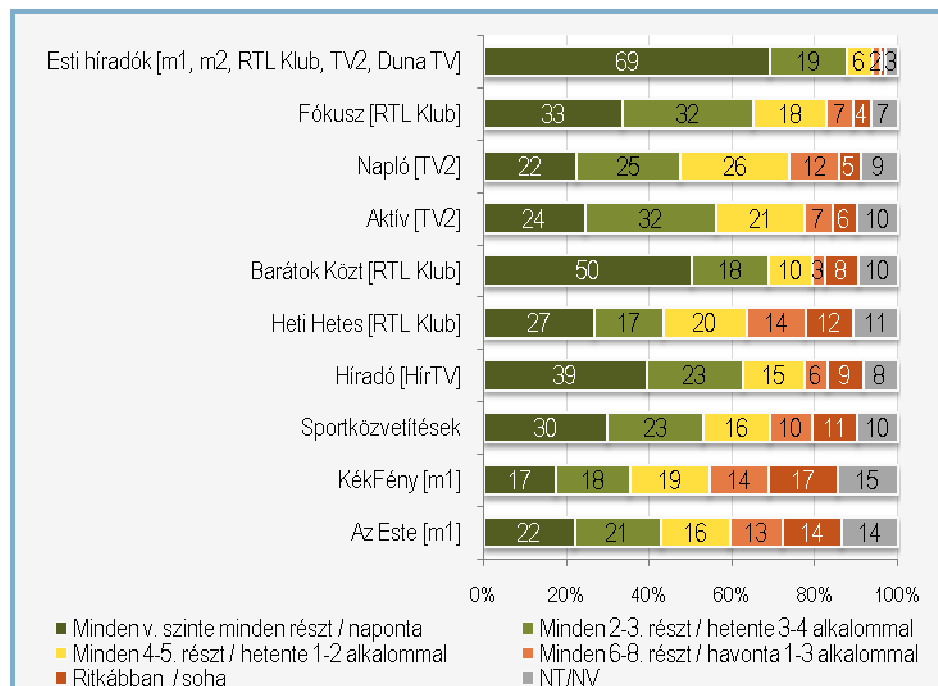
A leggyakrabban említett TV és rádióműsorok ismertségét és nézettségét részletesebben is elemeztük. Ha csak az adott műsort ismerők körében vizsgáljuk a nézettséget, láthatjuk, hogy a legnépszerűbb esti híradók [m1, m2, RTL Klub, TV2, Duna TV] és bulvárhírek [pl. Fókusz, Aktív] után a kereskedelmi rádiók hírműsora, és a sorozatok [Barátok Közt] nézettségi/hallgatottsági aránya a legnagyobb.



25. ábra: Top15 műsor ismertsége, nézettsége

Bázis: összes válaszadó, Total=1249

A televízió- és rádióműsorok ismertségének és nézettségének áttekintése után a fogyasztás intenzitását is figyelembe vettük. A napi fogyasztás elsősorban az esti hírműsorok és a sorozatok esetében gyakori. Bulvármagazinokat, egyéb híreket, sportközvetítéseket a többség ha nem is minden nap, de legalább hetente 1-4 alkalommal kíséri figyelemmel.



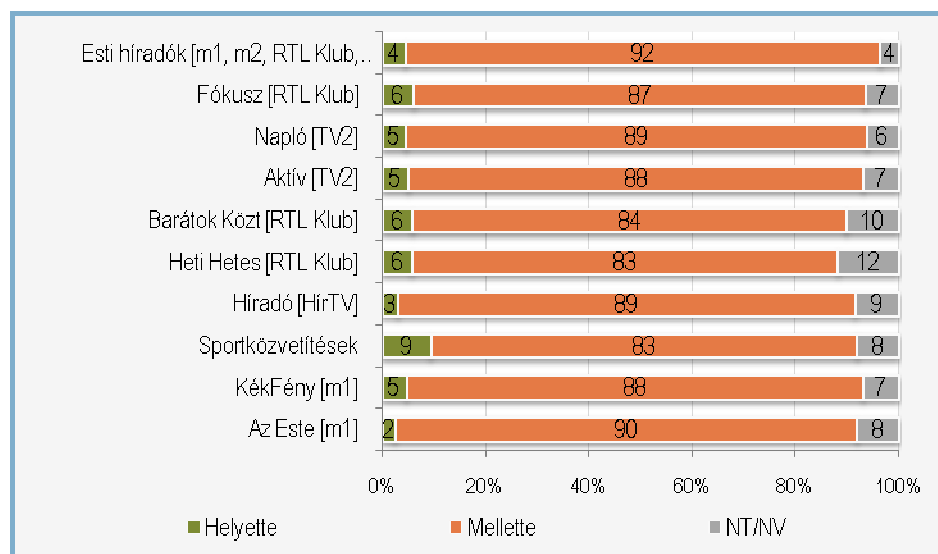
26. ábra: Top 10 műsor nézettségének gyakorisága

Bázis: adott műsort néző válaszadók, n=soranként eltérő

9.2. Napilapok helyettesíthetősége TV / rádióműsorok által

Az internet helyettesítő/kiegészítő szerepéhez hasonlóan a TV és rádióműsorok esetében is megvizsgáltuk, hogy azok mennyire lehetnek alternatívái vagy kiegészítői az adott napilaptípusnak.

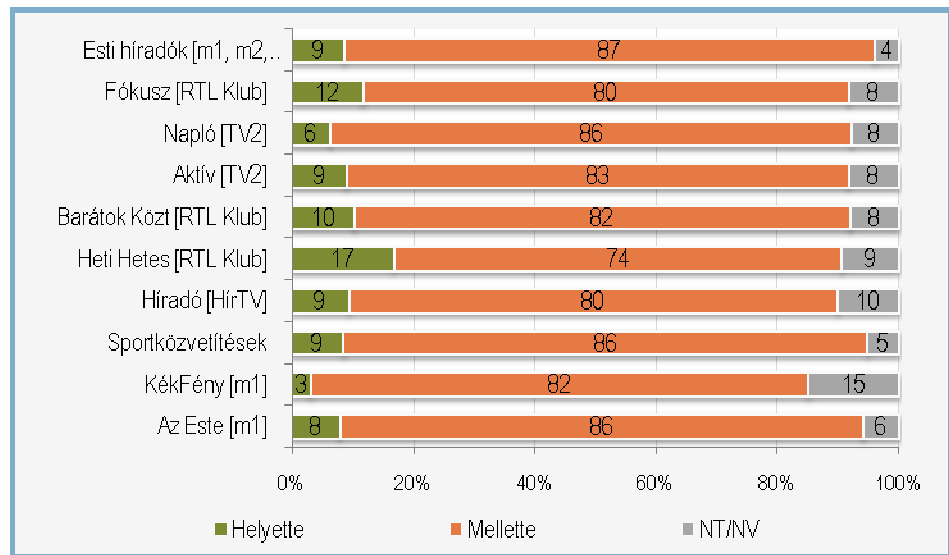
A direkt kérdésre adott válaszok szerint a regionális napilapok olvasói egyöntetűen kiegészítő funkciót tulajdonítanak a televízió- és rádióműsoroknak, a helyettesítés lehetősége mindenhol 10% alatti.



27. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően a megyei napilap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?

Bázis: adott műsort néző és regionális napilapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

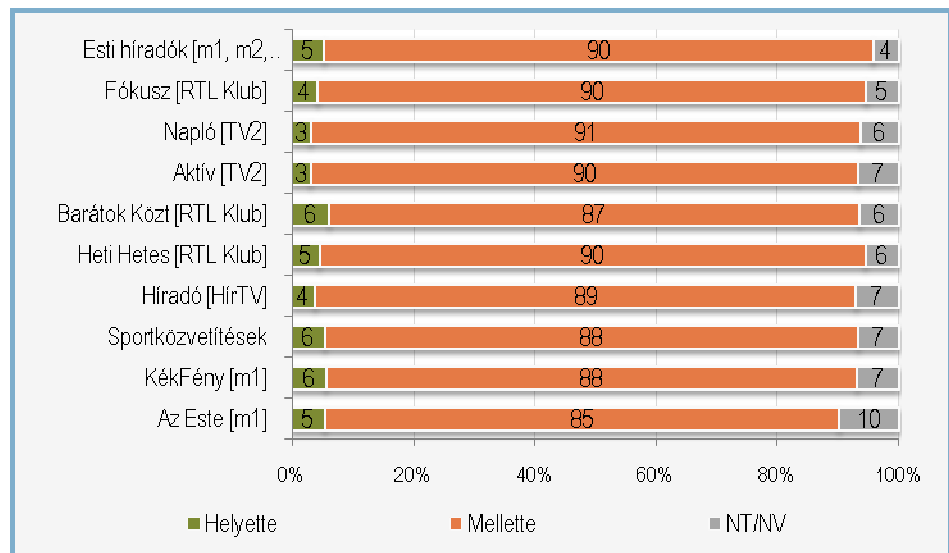
Az országos politikai napilapok olvasói az előbbi csoportnál valamivel nagyobb arányban néznek/hallgatnak egyes műsorokat – Heti Hetes, Jóban Rosszban, Reggeli, Barátok közt – helyettesítő jelleggel [3-17%]. A műsorok kiegészítő jellege azonban továbbra is meghatározó.



28. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően az országos politikai lap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?

Bázis: adott műsort néző és országos politikai napilapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

Az országos bulvár napilapok olvasói a regionális lapokéhoz hasonlóan majdnem egyöntetűen kiegészítő funkciót tulajdonítanak a TV- és rádióműsoroknak [85-91].



29. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően az országos bulvár napilap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?

Bázis: adott műsort néző és országos bulvár napilapot olvasó válaszadók, n=soranként eltérő

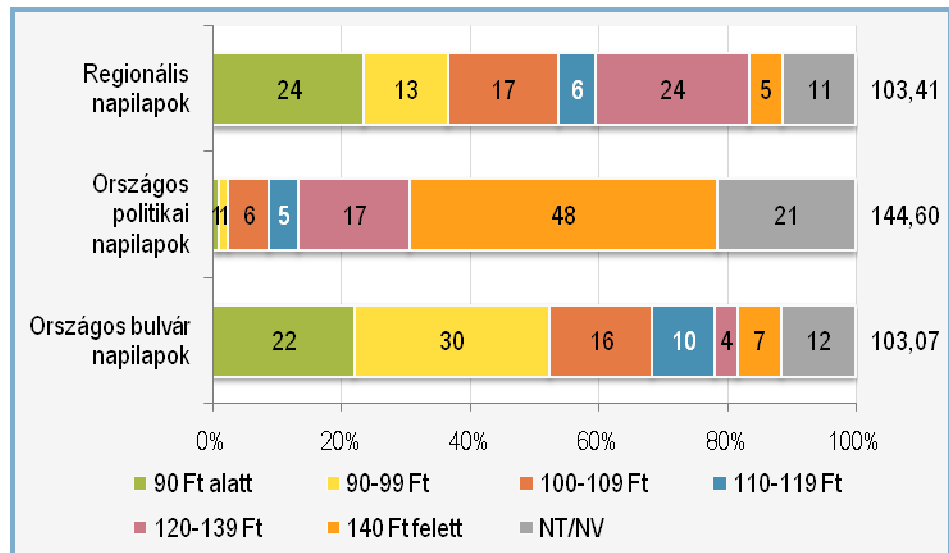
Ez utóbbi kérdések egyértelműnek tűnő eredményei ellenére a kiegészítés és a helyettesítés kérdése nem válaszolható meg ilyen egyszerűen: a direkt kérdések mellett elengedhetetlenül fontos további látens attitűdök, helyettesítési stratégiák, mintázatok vizsgálata is.

10. KIADÁSOK

A következőkben az árpercepció és az árelfogadás kérdéskörével foglalkozunk. A vizsgált olvasók ismeretei meglehetősen pontosak, ugyan a bulvár napilapok árát valamivel a valóságosnál magasabbra helyezték, de a percepcionált árak viszonylag jól közelítik a valóságot.

10.1. Árpercepció

A percepciókból kirajzolódó sorrendiség alapján kijelenthető, hogy az olvasók tisztában vannak azzal, hogy az országos politikai napilapok némileg magasabb árszínvonalat képviselnek mind a regionális, mind a bulvárnapi napilapokénál, és bár korlátozottan, de a regionális napilapok és a bulvárlapok közötti árkülönbségek is tetten érhetők voltak.



30. ábra: Napilapok árpercepciója

Bázis: az adott laptípust olvasó válaszadók, regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694

Az értékek közötti szóródás egyik oka lehet a különböző lapszámok eltérő árazása [nem minden lapszám vásárolható meg azonos áron, ezért mi a hétfőre kérdeztünk rá bizonytalanság esetén], ami az emlékezetet torzíthatja, ill. nehezebbé teszi a válaszadást.

Tovább árnyalja az észlelt árak helyességének megítélését, hogy az egyes lapkategóriák egyes reprezentánsait, sőt az egyes lapszámokat is eltérő árakon hozzák forgalomba. A politikai napilapok 143-160 Ft közötti árszínvonalon szerezhethők be, a bulvárlapok 80-100 Ft között, míg a megyei újságok 100-120 Ft-ba kerülnek. Az előfizetői kedvezményekkel ezek a költségek csökkenthetők, az előfizetők azonban még nehezebben képesek egy-egy példány árának megítélésére, hiszen azok költségét nagyobb tömbökben, negyedévente, félévente stb. fizetik meg.

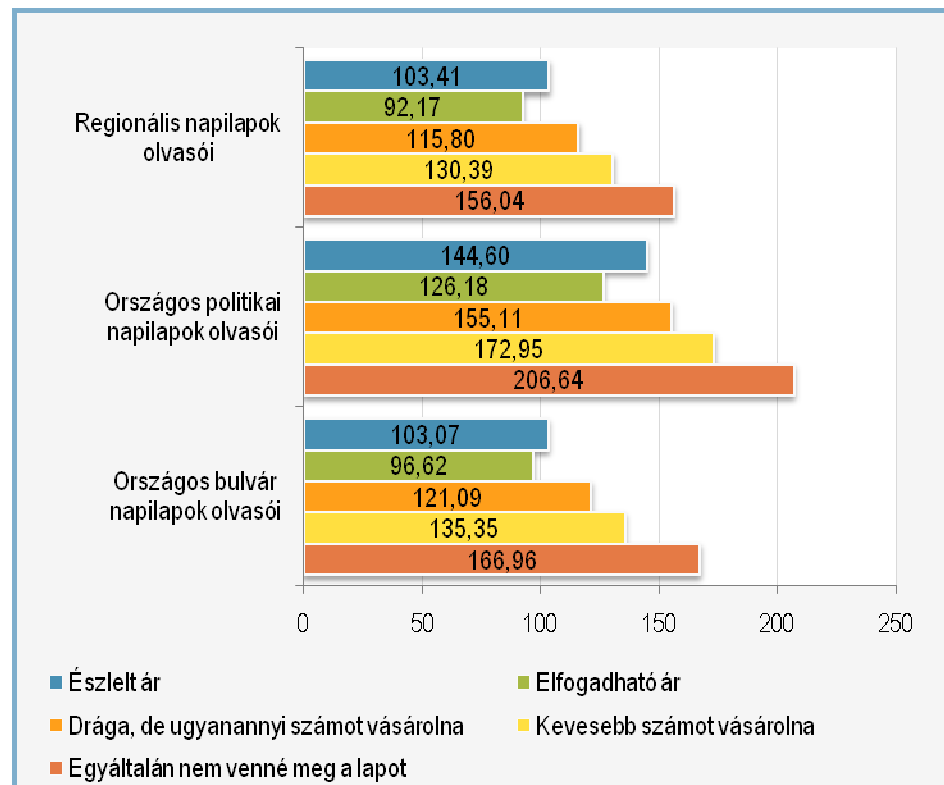
10.2. Árelfogadás

Az árrelfogadási hajlandóságot különböző fogyasztói magatartásokat feltételezve vizsgáltuk meg. Az észlelt áron kívül kíváncsiak voltunk az „elfogadható”, a „drága, de ugyanannyi számot vásárolna”, a „kevesebb számot vásárolna” és az „egyáltalán nem venné meg a lapot” magatartásokhoz kapcsolódó árszintekre is. Fontos kiemelni, hogy ezzel a mérési technikával a fogyasztó attitűdjének magatartási komponense vizsgálható, az olvasókat nem helyeztük kísérleti ill. megfigyelési környezetbe, ahol tényleges vásárlási aktusokat kellett volna lefolytatniuk különböző árszintek mellett.

A kapott eredmények alapján kirajzolódik, hogy bár a jelenlegi árszint kissé az elfogadhatónak gondolt érték felett húzódik.

Érdekes tapasztalat, hogy a tűréshatár a politikai napilapok esetében jóval közelebb van a jelenlegi árszinthez, itt átlagosan már átlagosan 6%-os áremelkedés is csökkentené a fogyasztási mennyiséget, míg a bulvárlapoknál ez csak háromszoros [átlagosan 18%-os áremelkedés] értéknél következne be. A megyei napilapok a két érték között helyezkednek el.

Szintén érdekes tapasztalat, hogy a célcsoport árrelfogadási mechanizmusa csak részben követi a piac bulvárlapok -> regionális lapok -> politikai lapok sorrendben meghatározott jelenleg a piacon érvényes árbeli sorrendiséget. A regionális lapokhoz kapcsolódó árrelfogadási tartomány ugyanis igen közel esik az egyébként jelenleg valamivel alacsonyabb áron beszerezhető bulvárlapok árrelfogadási tartományához. Az országos politikai napilapok esetében toleránsabbak az olvasók, de mint láttuk, a szegmens tartaléka kisebb, az árbeli mozgástér szűkös.



31. ábra: Árpercepció, árrelfogadás – megyei napilap olvasók

Bázis: az adott laptípust olvasó válaszadók, regionális napilapolvasók=683, országos politikai napilapolvasók=284, országos bulvár napilapolvasók=694

Az árpercepciók és az árrelfogadás terén az egyes laptípusokat napi rendszerességgel fogyasztó válaszadók attitűdjei az összes olvasóéhoz hasonlóan alakulnak, azaz az olvasás intenzitása nem befolyásolja érdemben az árral kapcsolatos meglátásokat.

Mint később látni fogjuk az árelfogadás jelentősége elsősorban abban áll, hogy ez nagymértékben meghatározza, hogy a fogyasztók adott, rendelkezésre álló keretből mekkora jószágmennyiséghez juthatnak a preferált sajtótermékekből. Az áremelkedésre adott elsődleges reakció ugyanis a vásárlási mennyiség fenntartása ill. csökkentése lesz, kevésbé a helyettesítő termékek felé fordulás.

11. NAPILAP HELYETTESÍTÉSI TAPASZTALATOK ÉS HIPOTÉZISEK

A következőkben azt vizsgáljuk meg, hogy a vizsgált lapcsoportok milyen hasonlóságokat ill. különbségeket mutatnak az olyan leíró jellemzők mentén, mint terjedelem, stílus, tartalom stb. A vizsgálódás háttérében az áll, hogy fel kívánjuk mérni, milyen mértékben [volnának] képesek egymás helyettesítőiként funkcionálni. Ezt követően pedig a múlt tapasztalatai alapján ill. hipotetikus eseteket felvázolva arra keressük a választ, hogy vajon valamely jelentős piaci változás bekövetkeztekor [pl. áremelkedés, valamely lap megszűnése stb.] mit tett ill. mit tenne a célcsoport.

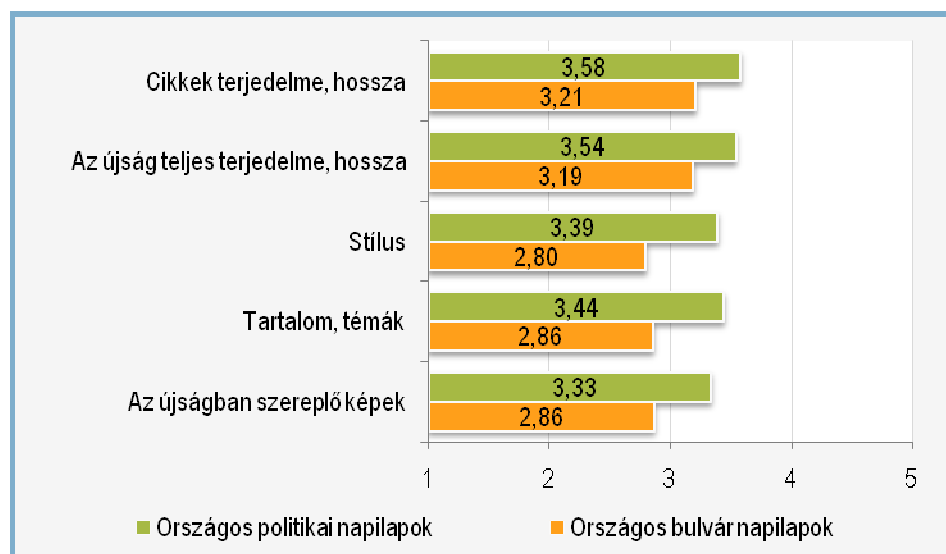
11.1. Hasonlóság, helyettesítés/kiegészítés

Vessük tehát össze a különböző lapokat az alábbi szempontok mentén hasonlóságok és különbségek után kutatva:

- Cikkterjedelme, hossza
- Az újság teljes terjedelme, hossza
- Stílus
- Tartalom, témák
- Az újságban szereplő képek

Megyei napilapok

A regionális napilapokat olvasók azokat jellemzően inkább az országos politikai napilapokhoz tekintik hasonlóknak, a bulvárújságokhoz kevésbé tartják közelinek őket. Összességében azonban e két szóban forgó lap egyike sem feleltethető meg a szemükben a lokalizált napilapoknak, a hasonlóság legfeljebb csak közepes mértékű.

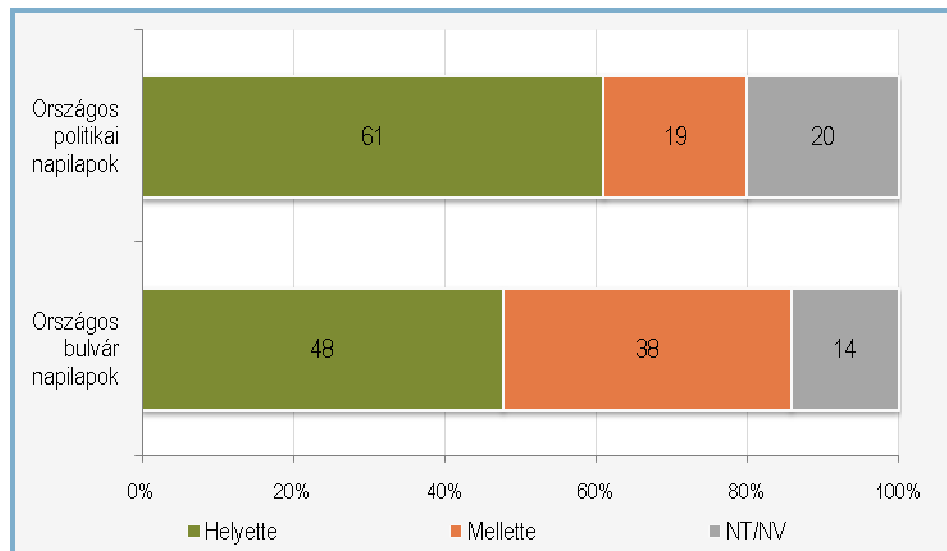


32. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Megyei napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]

Bázis: regionális napilapot olvasó válaszadók, Total=683

Érdeemes megfigyelni, hogy míg a politikai napilapok viszonylag erősebb hasonlósága valamennyi dimenzióban közel azonos mértékűnek tekinthető, addig a bulvárlapok eltérően „teljesítenek” az egyes összevetési dimenziókat tekintve. Mindez arra utal, hogy a célcsoport képes volt differenciáltan kezelni a vizsgálat dimenzióit, a gondolkodásukban különböznek ezek a szempontok. Így például a bulvárlapok a cikkek terjedelme és hossza tekintetében közelebb, a stílust tekintve jóval távolabb állnak a regionális lapoktól.

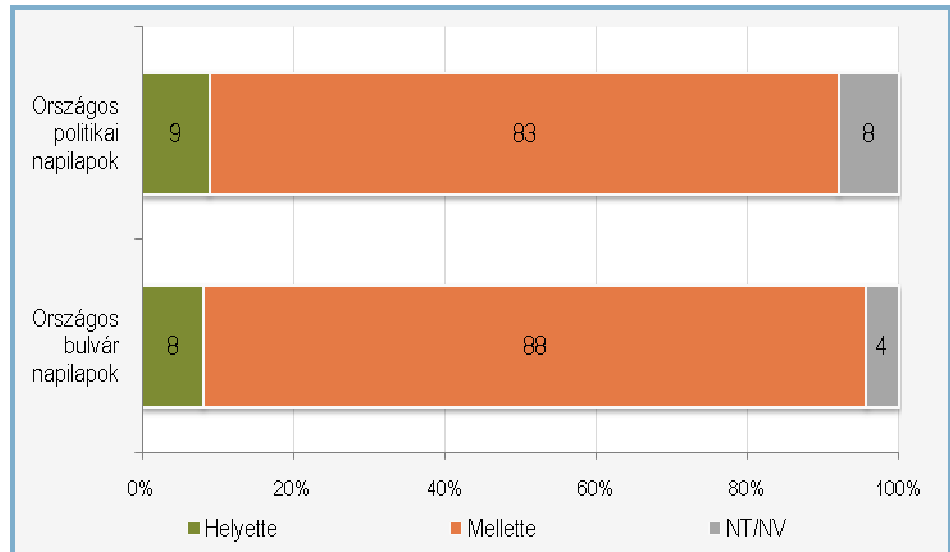
Érdeemes kitérni arra, hogy az egyes lapkategóriák tekintetében hasonlóság kérdését illetően az egyes alminták eredményei igen hasonlóak, a bulvárlapok és a megyei lapok összehasonlításában a politikai lapok olvasói és a bulvárolvasók némileg eltérő álláspontra helyezkednek. A politikai lapok olvasói nagyobb távolságot húznak a megyei újságok és az országos terjesztésű bulvárnapiapok közé, mint a bulvárolvasók. A politikai napilapok és a megyei napilapok esetében a vélemények jóval egységesebb képet mutatnak.



33. ábra: A megyei napilapot más [politikai/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? I.

Bázis: regionális napilapot olvasó válaszadók, Total=683

A helyettesítéssel kapcsolatos vélemények mind a bulvárlapok, mind a politikai napilapok esetében a kiegészítő jellegre utalnak. Bár a teljes minta alapján kirajzolódó kép megosztottságot jelez, ahol a helyettesítés erősebb a kiegészítő hatásnál, az e szempontból igazán releváns válaszadók, azaz a bulvárlapokat ill. a politikai napilapokat is olvasó megyei lapolvasók [ahol a keresztolvasottság fennáll] egyértelműen a kiegészítő jelleget tartják meghatározónak. Vagyis ugyan vannak olyanok, akik bizonyos tartalomfogyasztási szükségleteik kielégítésekor alternatívaként tekintenek egyik, vagy másik újságszegmensre, akik jelenleg is mindkét kategóriát egyaránt olvassák, nem érzik azokat egymással „kompatibilisnek”.



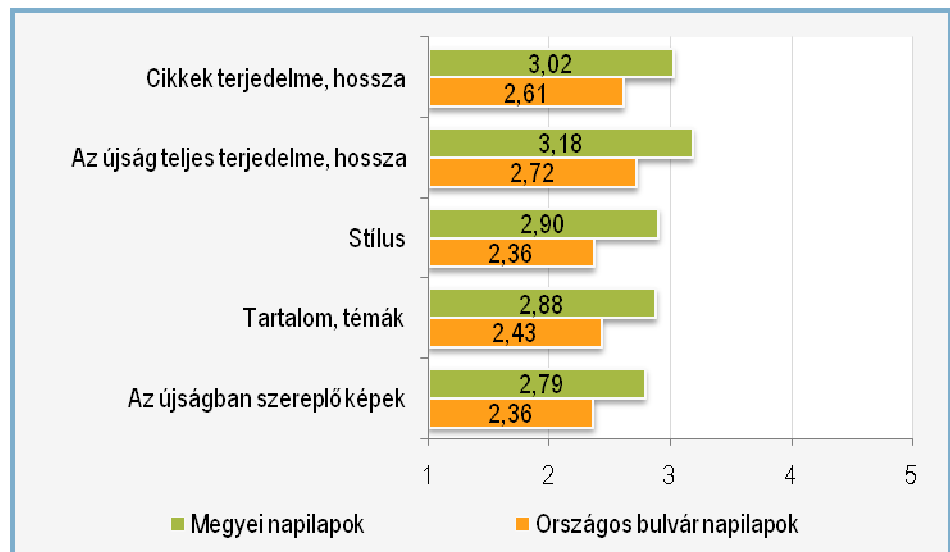
34. ábra: A megyei napilapot más [politikai/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.

Bázis1: megyei és egyben országos politikai napilapok olvasói, Total=101

Bázis2: megyei és egyben országos bulvár napilapok olvasói, Total=258

Országos politikai napilapok

Láthattuk már korábban, hogy a megyei napilapok sok tekintetben közelebb állnak a célcsoport vélekedése szerint az országos politikai napilapokhoz, mint a bulvárújságokhoz. Ez a vélemény igaz, ha a megyei lapok olvasóit tartalmazó almintából származó eredményeket vesszük figyelembe és akkor is helytálló, ha az országos politikai napilapok olvasóit tekintjük. Érdekes tanulság, hogy a megyei lapok olvasói szerint újságjukhoz közelebb állnak az országos politikai sajtóorgánumok, mint fordítva, azaz a politikai lapok olvasói kevésbé látják hasonlóknak az általuk olvasott lapot a megyei újságokhoz.

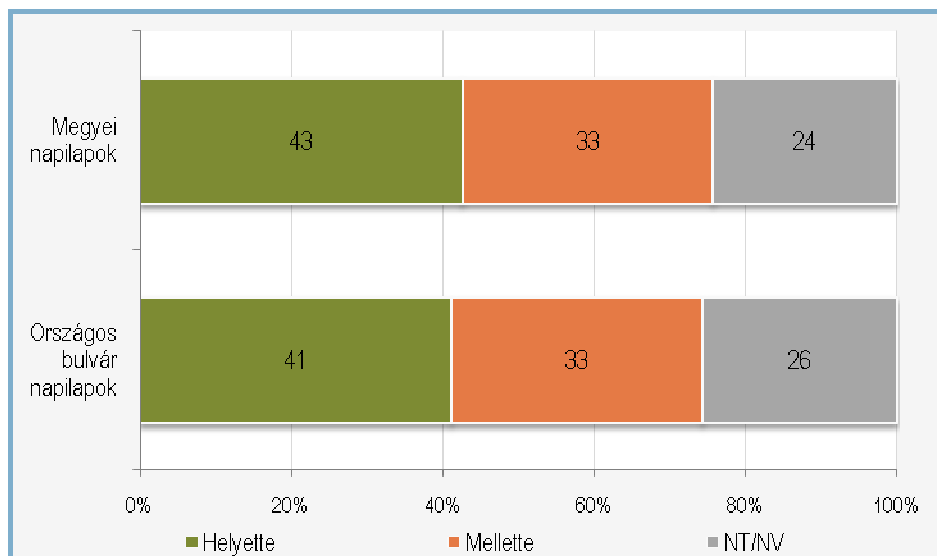


35. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Országos politikai napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]

Bázis: országos politikai lapot olvasó válaszadók, Total=284

Azt mindenképpen leszögezhetjük, hogy a megyei napilapok és az országos politikai napilapok közelebb állnak egymáshoz, az országos bulvár napilapok kissé kilógnak a sorból. Mindezt figyelembe véve is létezik azonban differencia a vizsgált lapok között, a hasonlóság korlátozott, van észlelt különbség mind a tartalmi, mind a formai paramétereket tekintve.

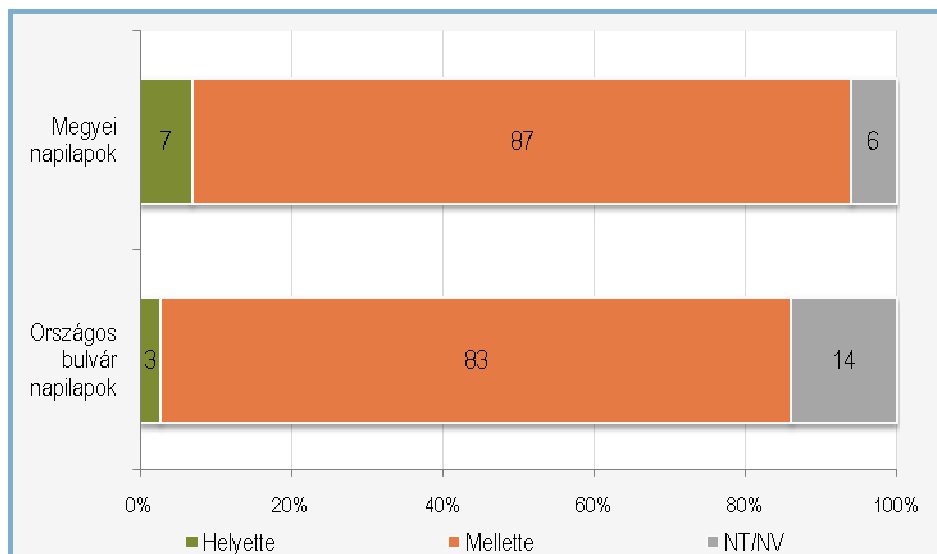
A három különböző lapkategória által lefedett piac különbözőségére utal a helyettesíthetőség kérdésre adott explicit válaszok megoszlása is. Az országos politikai napilapok olvasóinak szükségleteit részben kielégítik mind a bulvár újságok, mind a regionális napilapok által lefedett szegmensben. Erre utal az „áthelyettesítés” kétötöd feletti aránya. Ezt a helyettesítés részben a múltban történt olvasói szokás-változással magyarázható, nem feltételezhetjük, hogy a további lehetséges helyettesítés is törvényszerű volna.



36. ábra: Országos politikai napilapokat más [megyei/bulvár] napilapok helyett, vagy mellette olvassa? I.

Bázis: országos politikai lapot olvasó válaszadók, Total=284

A keresztolvasók egyharmados hányada miatt érdemes megvizsgálni a helyettesítés kérdését kizárólag arra a csoportra leszűkítve, akik a szóban forgó lap típusokat egyidejűleg olvassák. A tapasztalatok azt mutatták, hogy a különféle napilaptípusok a többség számára [83-87%] nem tekinthetők egymás tökéletes helyettesítőinek.



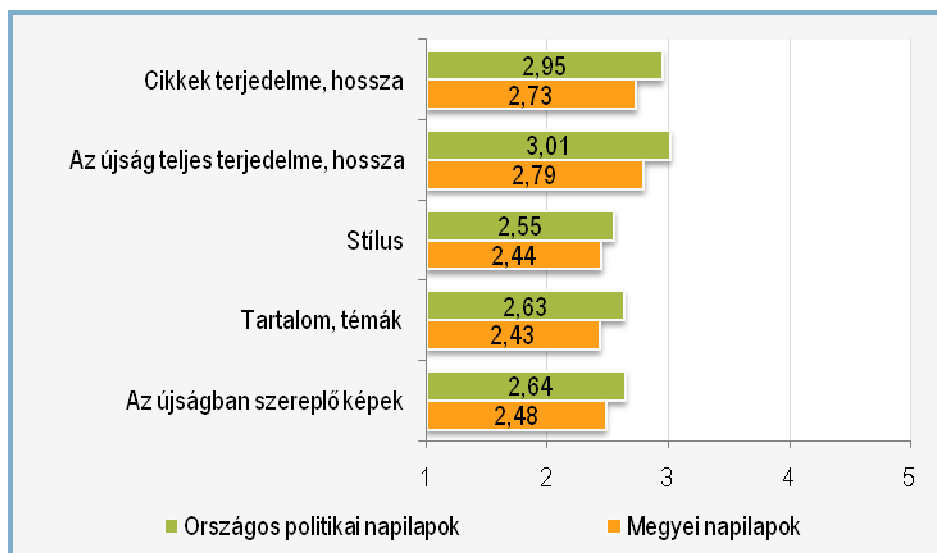
37. ábra: Országos politikai napilapokat más [megyei/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.

Bázis1: országos politikai és egyben megyei napilapok olvasói, Total=101

Bázis2: országos politikai és egyben országos bulvár napilapok olvasói, Total=108

Országos bulvár napilapok

Az országos bulvárlapok olvasói a másik két alminta válaszadóihoz hasonló módon szintén korlátozott hasonlóságot érzékelnek az egyes újságcsoportok között, ám számukra a politikai és a megyei napilapok közti határ elmosódottabb, közelebb áll a két laptípus egymáshoz.

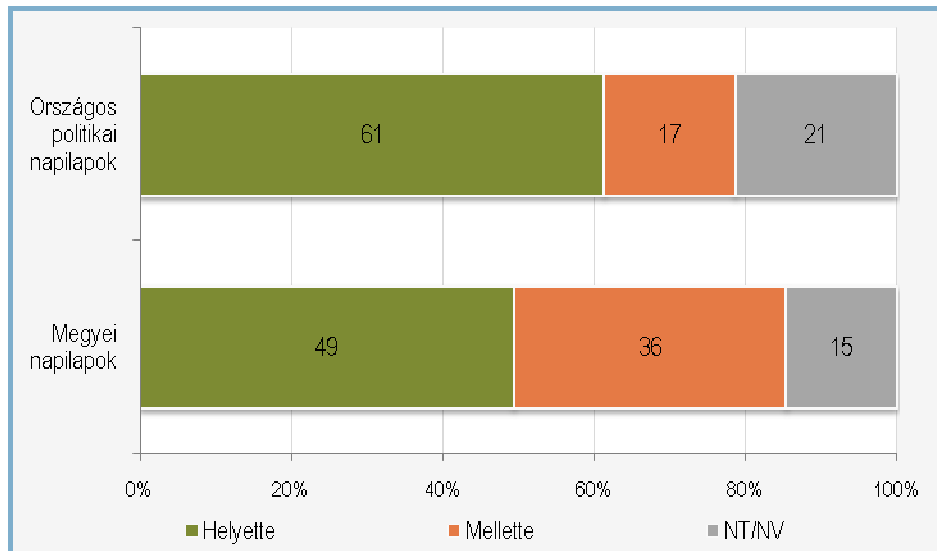


38. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Országos bulvár napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]

Bázis: országos bulvár napilapot olvasó és megyei napilapot nem olvasó válaszadók, Total=436

Amennyiben a bulvárlapok olvasóik szemében betöltött funkcióját vizsgáljuk, érdekes megállapítást tehetünk. Ebben a szegmensben a politikai napilap funkcióit a

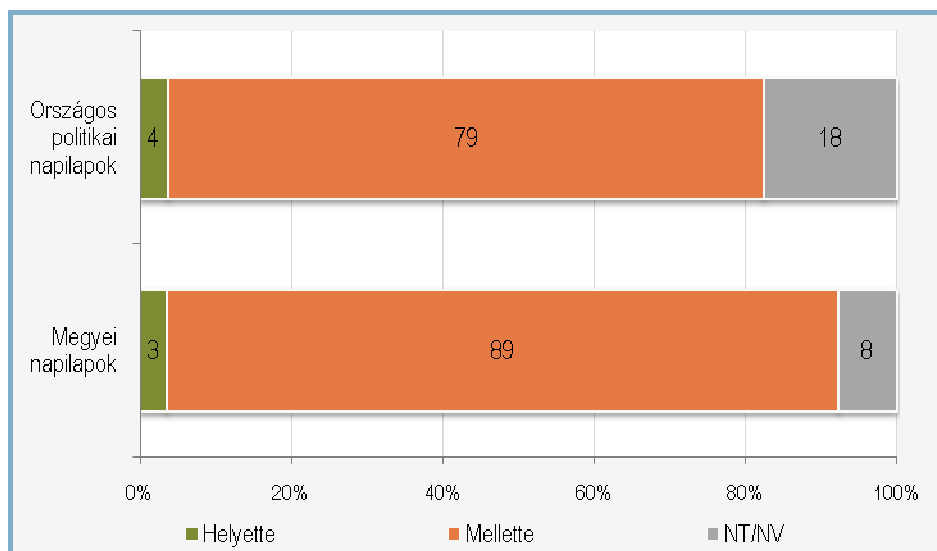
bulvárújságok átvehették, jellemzően nem azon mellett, inkább helyettük olvassák őket, vagyis a bulvár-politikai napilap keresztolvasottság viszonylag ritka. A megyei napilapok esetében nem ilyen egyértelmű a kép, ott a helyettesítés és a párhuzamos, kiegészítő fogyasztás egyaránt szerepet kap, bár az előbbi látszik hangsúlyosabbnak.



39. ábra: Országos bulvár napilapokat más [megyei/politikai] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? I.

Bázis: országos bulvár napilapot olvasó válaszadók, Total=694

Ha szűkítjük a kört a bulvár és a többi napilap keresztolvasóira, láthatóvá válik, hogy a releváns válaszadók elsöprő többsége [79-89%] párhuzamosan, egymás mellett olvassa a kérdéses lapokat, a helyettesítés szerepe elenyésző.



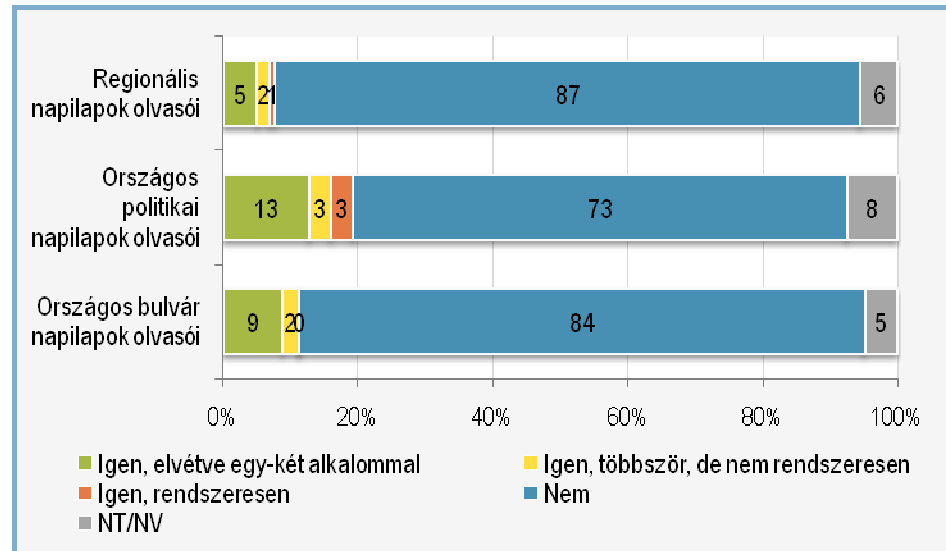
40. ábra: Országos bulvár napilapokat más [megyei/politikai] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.

Bázis1: országos bulvár és egyben országos politikai napilapok olvasói, Total=108

Bázis2: országos bulvár és egyben megyei napilapok olvasói, Total=258

11.2. Napilapok elérési nehézségei és azok ellensúlyozása

A rendszeresen olvasott sajtótermékhez való ad-hoc hozzá-nem jutás jól modellezi azt a helyzetet, amikor a piaci viszonyok megváltozása kényszeríti az olvasókat a fogyasztási szokásainak megváltozására. Természetesen egy-egy alkalommal kimaradó lap hasznosságát, funkcióit könnyebb ideiglenesen ellensúlyozni és kisebb hasznosságvesztést jelent, mint ha a termék eltűnik a polcokról, vagy valamely paraméterében jelentős változás következik be.



41. ábra: Az utóbbi 3 hónapban előfordult-e, hogy valamilyen okból [pl. elfogyott, nem kapta meg stb.] kifolyólag nem jutott hozzá az Ön által olvasott napilaphoz?

Bázis1: megyei napilapot rendszeresen olvasó válaszadók, Total=678

Bázis2: országos politikai lapot rendszeresen olvasó válaszadók, Total=276

Bázis3: országos bulvár napilapot rendszeresen olvasó válaszadók, Total=683

A kutatási adatok azt mutatják, hogy meglehetősen ritkán kell az olvasóknak az eléréssel kapcsolatos negatív eseményekkel szembesülniük. Az utóbbi negyedévre vetítve a tapasztalatokat, 2-6% számolt be ismétlődő problémákról, eseti jellegűekről már valamivel magasabb arányban, 5-13%-ban szereztünk tudomást. Láthatóan kisebb különbség mutatkozik az egyes szegmensek mutatóiban. Míg az országos bulvárlapok és a regionális napilapok olvasóinak 84-87%-a nevezte problémamentesnek kedvelt sajtótermékéhez való hozzájutást, addig a politikai napilapok esetében 73%-os ugyanezen arány. Így az összkép a fogyasztók szemszögéből jellemzően kedvező, de bizonyos lap-specifikus ill. laptípus specifikus különbségek tetten érhetők.

Érdeemes megvizsgálni a célcsoport a hozzáféréssel kapcsolatos negatív eseményekkor adott reakcióit.

Ugyan a válaszok heterogenitása némi megosztottságról árulkodik, a tipikus válaszreakciónak a passzivitás lenne nevezhető. Azonban mivel a hozzáférhetőség az esetek túlnyomó részében biztosított, így a mintába csak igen alacsony számban kerültek be a kedvezőtlen tapasztalatot szerző olvasók, így a részletes következtetések levonása az alacsony elemszám miatt csak korlátozottan kivitelezhető.

Az alternatív szükségletkielégítő metódusok tekintetében az egyes alminták között különbségeket fedezhetünk fel, de sajnos a szűkített bázisból [a kérdés csak azon válaszadók esetében releváns, akik találtak hozzáférési problémával] következő alacsony elemszámok miatt messzemenő következtetéseket nem vonhatunk le.

A termék kategórián belüli áthelyettesítés [másik országos lap megvásárlása a kiesett helyett] egyedül a bulvárujságok esetében számottevő, a többi kapnál inkább az elektronikus és az online médiumok helyettesítő szerepe olvasható ki az adatokból.

Amit a fogyasztók a rendszeresen olvasott napilap elérhetlensége esetén tettek annak érdekében, hogy a megszokott információkhoz hozzájussanak

Egyválaszos kérdés [mi a legjellemzőbb]

Bázis: azon válaszadók, akik az adott napilaptípus rendszeres olvasói és az utóbbi 3 hónapban legalább egy alkalommal nem jutottak hozzá az újsághoz

	Regionális napilapok olvasói		Országos politikai napilapok olvasói		Országos bulvár napilapok olvasói	
	n	%	n	%	n	%
Nem tett / tenne semmit	17	32,7	14	26,4	24	31,2
Továbbra is megvette / megvenné a megyei napilapot, csak ritkábban	9	17,3	5	9,4	11	14,3
Interneten nézett / nézne utána	7	13,5	9	17,0	6	7,8
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól a megyei napilapot	6	11,5	2	3,8	1	1,3
Tévében nézett / nézne utána	6	11,5	9	17,0	8	10,4
Egy országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	2	3,8	1	1,9	21	27,3
Rádióban hallgatott / hallgatna	1	1,9	0	0,0	0	0,0
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	1	1,9	0	0,0	0	0,0
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	1	1,9	5	9,4	0	0,0
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	1	1,9	0	0,0	1	1,3
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	0	0,0	1	1,9	1	1,3
Egyéb ingyenes lapot olvasott/ olvasna helyette	0	0,0	1	1,9	0	0,0
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	0	0,0	1	1,9	0	0,0
NT/NV	1	1,9	5	9,4	4	5,2
Összesen	52	100	53	100,0	77	100,0

36. tábla: Amit a fogyasztók a rendszeresen olvasott napilap elérhetlensége esetén tettek annak érdekében, hogy a megszokott információkhoz hozzájussanak

Az összképet vizsgálva megállapítható, hogy nincs egyértelmű „jó gyakorlat”, nincs általánosnak nevezhető rövid távú áthelyettesítési irány, ami mértékadó támpontot jelentene az idevágó fogyasztói gyakorlat megértéséhez. Inkább abba az irányba mutatnak az adatok, hogy a fogyasztók számára nem könnyű a megfelelő helyettesítő megoldást megtalálni.

11.3. Helyettesítési stratégiák

Mivel a múltbeli fogyasztói tapasztalatok elemzése önmagában csak kevés támponttal szolgál egy esetleges piaci változás hatásainak modellezésében, érdemes a hipotetikus kérdésekre kapott válaszokat megvizsgálni.

A kutatás során a válaszadókat arra kértük, hogy néhány elképzelt szituációban írják le a várható reakcióikat. A szituációk megyei lapolvasók szegmensében az alábbiak voltak:

- a megyei napilap megszűnne
- a megyei napilap ára 10 Ft-tal emelkedne
- a megyei napilap és az országos politikai napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne
- a megyei napilap, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne

A válaszlehetőségek között pedig az alábbiakat soroltuk fel:

- Továbbra is megvette / megvenné az országos bulvár napilapot, csak ritkábban
- Egy másik országos bulvár napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban
- Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot
- Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban
- Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy megyei napilapot
- Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban
- Metropolt [Metro] olvasott / olvasna helyette
- Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette
- Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette
- Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól az országos bulvár napilapot
- Interneten nézett / nézne utána
- Tévében nézett / nézne utána
- Rádióban hallgatott / hallgatna
- Nem tett / tenne semmit

Hasonlóképp vizsgáltuk meg az országos bulvár és az országos politikai lapokat olvasók almintáját is a megyei lap helyébe az adott lapot ill. lapkategóriát behelyettesítve. Az adott szituációt illetően korábbi tapasztalattal már rendelkező válaszadók a tapasztalatokról, míg a többiek a hipotetikus szituációra vonatkozó elgondolt magatartásukról számoltak be.

Megyei napilapok

A megyei lapok olvasói magas lojalitást mutatnak. Többségük 10 Ft-os áremelkedés esetén [ez nagyságrendileg 10%-os növekménynek felel meg] nem változtatna érdemben olvasási szokásain, vagyis elviselné ezt az extra terhet annak érdekében, hogy a fogyasztási szokásait megőrizhesse. Így vagy inkább ritkábban venné meg a lapot, de lojális maradna. Ez abban az esetben is fennáll, ha egyidejűleg a többi elvi helyettesítő sajtóterméket egyaránt 10 Ft-os áremelkedés jellemezné.

A megyei lapok kényszerű helyettesítési irányai az elektronikus sajtó irányába mutatnak. Az olvasott lap piacról való eltűnése [megszűnése] esetén a válaszadók közel kétötöde [37%] TV-ben, egyötöde [19%] interneten, míg 15%-a a rádióban keresne helyettesítő

tartalmakat. Más nyomtatott sajtótermékekre [politikai napilapok, bulvár újságok, hetilapok stb.] való áthelyettesítők aránya egyenként [több lehetőség egyidejű választását is megengedjük] nem haladta meg a 10%-ot.

Mit tenne, ha... [megyei napilapok] I.

Többválaszos kérdés

Bázis: megyei napilapot rendszeresen olvasó válaszadók, akik vásároltak is megyei napilapot, Total=439

	...a megyei napilap megszűnne?		...a megyei napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap és az országos politikai napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Tévében nézett / nézne utána	248	36,6	106	24,1	103	23,5	104	23,7
Interneten nézett / nézne utána	125	18,4	43	9,8	48	10,9	48	10,9
Rádióban hallgatott / hallgatna	98	14,5	47	10,7	43	9,8	39	8,9
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	68	10,0	12	2,7	12	2,7	10	2,3
Egy országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	63	9,3	18	4,1	17	3,9	12	2,7
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	57	8,4	10	2,3	9	2,1	9	2,1
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	51	7,5	16	3,6	16	3,6	20	4,6
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	34	5,0	10	2,3	5	1,1	5	1,1
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	29	4,3	20	4,6	20	4,6	22	5,0
Továbbra is megvette / megvenné a megyei napilapot, csak ritkábban	-	-	185	42,1	171	39,0	165	37,6
Kölcsönkérte/ kölcsönkérné mástól a megyei napilapot	0	0,0	4	0,9	3	0,7	2	0,5
Nem venné meg a lapot	0	0,0	2	0,5	3	0,7	2	0,5
Nem tett / tenne semmit	94	13,9	57	13	64	14,6	66	15
NT/NV	101	14,9	46	10,5	49	11,2	53	12,1

37. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] I.

Arra következtethetünk, hogy a regionális napilapok rendelkeznek bizonyos unikális fogyasztói előnyökkel a többi sajtótermékkel ill. egyéb médiumokkal szemben. Olyan előnyökkel, amelyekért a fogyasztók hajlandók 10%-os többletköltséget is vállalni. Érdeemes megfigyelni, hogy áremelkedés esetén sokkal inkább a vásárlási gyakoriságon változtatnának, mint hogy pl. az eleve ritkábban megjelenő regionális hetilappal váltásák fel a kedvelt napilapot.

Vagyis az nem mondhatjuk, hogy a kereslet teljes rugalmatlanságot mutatna, sőt a vásárlási [olvasási] gyakoriságot 10% körüli áremelkedés is csökkentené, de az áthelyettesítés nem indulna be, a magas lojalitás miatt az olvasók maradnának a megszokott sajtóterméküknél.

Ennek ismeretében érdemes megvizsgálnunk, hogy azok, akik áremelkedés esetén továbbra is megmaradnának napilapjuknál, csak ritkábban vásárolnák azokat, hogyan kompenzálnák a kieső lapszámok okozta információvesztést. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a leggyakoribb kiegészítő forrás a televízió, a rádió és az internet lehetne az érintetteknek.

Mit tenne, ha... [megyei napilapok] II.

Többválaszos kérdés

Bázis: válaszadók, akik áremelkedés esetén továbbra is vásárolnák megyei napilapjukat, csak ritkábban, n=oszloponként eltérő [az áremelés körülményeitől függően]

	...a megyei napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap és az országos politikai napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%
Tévében nézett / nézne utána	22	11,9	21	12,3	19	11,5
Rádióban hallgatott / hallgatna	16	8,6	15	8,8	13	7,9
Interneten nézett / nézne utána	14	7,6	13	7,6	13	7,9
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	5	2,7	5	2,9	5	3,0
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	6	3,2	3	1,8	3	1,8
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	1	0,5	2	1,2	3	1,8
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron	2	1,1	1	0,6	2	1,2
Egy országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron	1	0,5	1	0,6	2	1,2
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól a megyei napilapot	2	1,1	0	0,0	0	0,0

38. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] II.

A megyei napilapot napi rendszerességgel olvasó válaszadók helyettesítésre vonatkozó habitusa az összes megyei napilapolvasóhoz hasonlóan alakul: jellemzően az elektronikus médiumokban – TV, internet, rádió – látják a helyettesítés lehetőségét lapjuk megszűnése/drágulása esetén.

Mit tenne, ha... [megyei napilapok] III.

Többválaszos kérdés

Bázis: megyei napilapot napi rendszerességgel olvasó válaszadók, akik vásároltak is megyei napilapot, Total=333

	...a megyei napilap megszűnne?		...a megyei napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap és az országos politikai napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei napilap, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Továbbra is megvette / megvinné a megyei napilapot, csak ritkábban	-	-	156	46,8	146	43,8	139	41,7
Tévében nézett / nézne utána	191	37,9	81	24,3	77	23,1	76	22,8
Internetesen nézett / nézne utána	102	20,2	35	10,5	39	11,7	40	12,0
Rádióban hallgatott / hallgatna	81	16,1	41	12,3	37	11,1	33	9,9
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	27	5,4	19	5,7	20	6,0	22	6,6
Egy országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	54	10,7	16	4,8	14	4,2	11	3,3
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	41	8,1	13	3,9	12	3,6	16	4,8
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	51	10,1	12	3,6	12	3,6	8	2,4
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	51	10,1	9	2,7	8	2,4	7	2,1
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	31	6,2	7	2,1	3	0,9	5	1,5
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól a megyei napilapot	0	0,0	4	1,2	3	0,9	2	0,6
Nem venné meg a lapot	0	0,0	2	0,6	2	0,6	1	0,3
Nem tett / tenne semmit	77	15,3	45	13,5	52	15,6	54	16,2
NT/NV	38	7,5	18	5,4	19	5,7	24	7,2

39. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] III.

Országos politikai napilapok

Megyei lapoknál azok jellegénél fogva nem beszélhetünk közvetlen versenytárs termékekről, így a „másik megyei napilap” irányba való helyettesítés teoretikus cselekvési változatnak tekinthető. Ezzel szemben az országos politikai és bulvár napilapoknál több közvetlen versenytárs termék közül választhatnak az olvasók.

A helyettesítés iránya egyértelmű. A többség 10%-os árnövekedés esetén nem váltana lapot, legfeljebb ritkábban venné meg azt.

Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] I.

Többválaszos kérdés

Bázis: országos politikai lapot olvasó és vásárló válaszadók, Total=168

	...az országos politikai napilap megszűnne?		... az országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Egy másik országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	92	33,3	14	8,3	12	7,1	9	5,4
Tévében nézett / nézne utána	82	29,7	22	13,1	19	11,3	21	12,5
Interneten nézett / nézne utána	61	22,1	19	11,3	19	11,3	19	11,3
Nem tett / tenne semmit	38	13,8	34	20,2	36	21,4	34	20,2
Rádióban hallgatott / hallgatna	33	12,0	10	6,0	10	6,0	12	7,1
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	13	4,7	3	1,8	2	1,2	2	1,2
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy másik országos politikai napilapot	10	3,6	0	0,0	1	0,6	1	0,6
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	9	3,3	0	0,0	2	1,2	3	1,8
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	7	2,5	1	0,6	1	0,6	1	0,6
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	6	2,2	2	1,2	2	1,2	2	1,2
Egy országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	5	1,8	1	0,6	1	0,6	0	0,0
Továbbra is megvette / megvenné az országos politikai napilapot, csak ritkábban	-	-	83	49,4	80	47,6	77	45,8
Kölcsönkérte/ kölcsönkérné mástól az országos napilapot	0	0,0	2	1,2	1	0,6	0	0,0
NT/NV	37	13,4	13	7,7	13	7,7	19	11,3

40. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] I.

Az adott újság megszűnése esetén a helyettesítés iránya elsősorban a többi országos politikai lap felé mutatna, csak másodsorban az egyéb médiumok [főleg a TV, internet és rádió] felé. Lapkategóriák közti helyettesítésről itt sem beszélhetünk, vagyis a vizsgált hipotetikus piaci helyzetekben a helyettesítő termékek nem a nyomtatott lapok piacáról kerülnek ki.

Ezt támasztja alá az is, hogy akik egy esetleges áremelés hatására csökkentenék a vásárolt lapszámokat, a kieső információt jellemzően nem más nyomtatott lapból pótolnák, inkább elektronikus médiumokhoz – tévé, rádió, internet – fordulnának.

Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] II.

Többválaszos kérdés

Bázis: válaszadók, akik áremelkedés esetén továbbra is vásárolnák országos politikai napilapjukat, csak ritkábban, n=oszloponként eltérő [az áremelés körülményeitől függően]

	... az országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%
Tévében nézett / nézne utána	6	7,2	5	6,3	5	6,5
Interneten nézett / nézne utána	6	7,2	4	5,0	3	3,9
Egy másik országos politikai napilapot vett / venne helyette	1	1,2	2	2,5	1	1,3
Rádióban hallgatott / hallgatna	2	2,4	1	1,3	1	1,3
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	1	1,2	1	1,3	1	1,3

41. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] II.

Az országos politikai napilapokat naponta, vagy szinte naponta olvasókra fókuszálva nem tapasztaltunk nagy eltéréseket az összes politikai lapolvasóhoz képest. Ebben az intenzív fogyasztói körben is jellemző, hogy áremelkedés esetén is ragaszkodnának lapjukhoz [inkább a fogyasztás intenzitását csökkentenék], és csak a lap megszűnése esetén keresnének nagyobb arányban más hírforrást. Az alternatív hírforrások között elsősorban elektronikus médiumokat említettek, megszűnés esetén pedig azonos laptípusba tartozó termékkel helyettesítenék a jelenlegit.

Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] III.

Többválaszos kérdés

Bázis: országos politikai napilapot napi rendszerességgel olvasó válaszadók, akik vásároltak is országos politikai napilapot, Total=127

	...az országos politikai napilap megszűnne?		... az országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos politikai napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		...a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Továbbra is megvette / megvenné az országos politikai napilapot, csak ritkábban	-	-	62	48,8	59	46,5	58	45,7
Egy másik országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	68	34,5	12	9,4	10	7,9	8	6,3
Tévében nézett / nézne utána	50	25,4	13	10,2	11	8,7	13	10,2
Interneten nézett / nézne utána	36	18,3	11	8,7	12	9,4	12	9,4
Rádióban hallgatott / hallgatna	20	10,2	5	3,9	5	3,9	6	4,7
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	12	6,1	2	1,6	1	0,8	1	0,8
Metropolt [Metro] olvasott / olvasna helyette	4	2,0	2	1,6	2	1,6	2	1,6
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy másik országos politikai napilapot	8	4,1	0	0,0	1	0,8	1	0,8
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	4	2,0	0	0,0	2	1,6	2	1,6
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	5	2,5	1	0,8	1	0,8	1	0,8
Egy országos bulvár napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	4	2,0	1	0,8	1	0,8	0	0,0
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól az országos politikai napilapot	0	0,0	2	1,6	1	0,8	0	0,0
Nem tett / tenne semmit	30	15,2	26	20,5	27	21,3	25	19,7
NT/NV	28	14,2	11	8,7	11	8,7	16	12,6

42. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] III.

Országos bulvár napilapok

A bulvárnapok esetében is magas lojalitásról árulkodik az alacsony helyettesítési ráta. A modellünkben alkalmazott 10 Ft-os növekmény ezen termékek esetében éri el a legmagasabb rátát, hiszen a bulvárnapilapok a vizsgált három újságkategória között a legolcsóbbnak számítanak. A magas relatív áremelkedés ellenére is csak az olvasók 15%-a jelezte, hogy inkább más országos bulvárnapilapra váltana a megszokott helyett. Hasonló arányban találhatók a mintában a fogyasztói magatartásukon változtatni nem tervező olvasók. A két csoport a szóban forgó alminán [bulvárolvasók] mért azonos aránya a lapok kiadói szempontjából előnytelenebb a politikai napilapok esetében mért arányoknál, hiszen itt bár szintén erős lojalitással találkozunk, de némileg magasabb a várhatóan hűtlen fogyasztók aránya a változtatni nem tervezőkéhez képest. [megjegyzendő, hogy politikai napilapoknál a 10 Ft-os áremelkedéshez kisebb relatív növekmény társul]

A válaszadók több mint kétötöde [45%] az olvasási gyakoriságán változtatna, ők egy lojális, de korlátozott ár-toleranciával rendelkező csoportként írhatók le.

Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] I.

Többválaszos kérdés

Bázis: országos bulvár napilapot olvasó, és azt vásárló válaszadók, Total=446

	...az országos bulvár napilap megszűnne?		... az országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Egy másik országos bulvár napilapot vett/venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	275	40,3	68	15,2	44	9,9	42	9,4
Tévében nézett / nézne utána	154	22,5	78	17,5	77	17,3	92	20,6
Interneten nézett / nézne utána	122	17,9	48	10,8	51	11,4	54	12,1
Nem tett / tenne semmit	79	11,6	70	15,7	73	16,4	71	15,9
Rádióban hallgatott / hallgatna	45	6,6	20	4,5	18	4,0	20	4,5
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	35	5,1	10	2,2	11	2,5	7	1,6
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	27	4,0	7	1,6	5	1,1	7	1,6
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	23	3,4	17	3,8	19	4,3	18	4,0
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	14	2,0	2	0,4	3	0,7	3	0,7
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron, vagy olcsóbban	6	0,9	3	0,7	3	0,7	6	1,3
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	5	0,7	4	0,9	3	0,7	1	0,2
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy megyei napilapot	2	0,3	1	0,2	2	0,4	1	0,2
Továbbra is megvette / megvenné az országos bulvár napilapot, csak ritkábban	-	-	199	44,6	209	46,9	206	46,2
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól az országos bulvár napilapot	0	0,0	3	0,7	4	0,9	4	0,9
Nem venné meg a lapot	-	-	1	0,2	1	0,2	2	0,4
NT/NV	108	15,8	36	8,1	40	9,0	39	8,7

43. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] I.

Az olvasott lap megszűnése esetén az áthelyettesítési irány egyértelműen a versenytárs lapok felé fordul. A célcsoport kétötöde döntene így. Az egyéb médiumokkal [TV, internet stb.] való helyettesítést csak korlátozottan tervezik megvalósítani. Ekkor a fogyasztók preferenciarendszerében a televízió után az internet, majd kissé lemaradva a rádió következik ill. következne.

Azok a válaszadók, akik áremelés esetén továbbra is kitartanának megszokott bulvárlapjuk mellett, csak ritkábban vásárolnák, a kieső információt inkább televízióból vagy az internetről szereznék be, a többi forrás kiegészítő szerepe igen marginális esetükben.

Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] II.

Többválaszos kérdés

Bázis: válaszadók, akik áremelkedés esetén továbbra is vásárolnák országos bulvár napilapjukat, csak ritkábban, n=oszloponként eltérő [az áremelés körülményeitől függően]

	... az országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%
Tévében nézett / nézne utána	20	10,1	22	10,5	27	13,1
Interneten nézett / nézne utána	15	7,5	15	7,2	15	7,3
Egy másik országos bulvár napilapot vett / venne helyette hasonló áron	7	3,5	6	2,9	7	3,4
Rádióban hallgatott / hallgatna	4	2,0	5	2,4	7	3,4
Metropolit [Metro] olvasott / olvasna helyette	4	2,0	5	2,4	4	1,9
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	2	1,0	1	0,5	2	1,0
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	2	1,0	1	0,5	1	0,5
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól az országos bulvár napilapot	1	0,5	1	0,5	1	0,5
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	0	0,0	1	0,5	0	0,0

44. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] II.

Az országos bulvárlapok olvasói közül az intenzív, napi bulvárfogyasztók csoportja nem tér el számottevően az összes bulvárolvasótól. Jelentős részük [47-50%] lojális, de korlátozott ártoleranciával rendelkezik, így áremelkedés esetén elsősorban az olvasás gyakoriságán változtatnának, legnagyobb részük pedig az elektronikus médiumokból szerezne kiegészítő információkat.

Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] III.

Többválaszos kérdés

Bázis: országos politikai napilapot napi rendszerességgel olvasó válaszadók, akik vásároltak is országos politikai napilapot, Total=289

	...az országos bulvár napilap megszűnne?		... az országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... az összes országos bulvár napilap ára 10 Ft-tal emelkedne?		... a megyei, az országos politikai és az országos bulvár napilapok ára is 10 Ft-tal emelkedne?	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Továbbra is megvette / megvenné az országos bulvár napilapot, csak ritkábban	-	-	137	47,4	145	50,2	145	50,2
Egy másik országos bulvár napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	193	45,1	49	17,0	29	10,0	27	9,3
Tévében nézett / nézne utána	92	21,5	44	15,2	44	15,2	53	18,3
Interneten nézett / nézne utána	78	18,2	34	11,8	37	12,8	39	13,5
Rádióban hallgatott / hallgatna	29	6,8	13	4,5	11	3,8	12	4,2
Metropolt [Metro] olvasott / olvasna helyette	13	3,0	11	3,8	10	3,5	10	3,5
Hasonló témákkal foglalkozó hetilapot vett / venne helyette	22	5,1	5	1,7	6	2,1	4	1,4
Egy megyei napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	13	3,0	2	0,7	3	1,0	3	1,0
Egyéb ingyenes lapot olvasott / olvasna helyette	14	3,3	2	0,7	1	0,3	3	1,0
Egy országos politikai napilapot vett / venne helyette hasonló áron vagy olcsóbban	5	1,2	3	1,0	3	1,0	4	1,4
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyette egy országos politikai napilapot	2	0,5	4	1,4	1	0,3	1	0,3
Kölcsönkérte / kölcsönkérné mástól az országos bulvár napilapot	0	0,0	1	0,3	2	0,7	2	0,7
Nem venné meg a lapot	0	0,0	1	0,3	1	0,3	2	0,7
Akár 20-50 forinttal drágábban is megvette / megvenne helyett egy megyei napilapot	2	0,5	0	0,0	2	0,7	0	0,0
Nem tett / tenne semmit	54	12,6	48	16,6	52	18,0	51	17,6
NT/NV	42	9,8	6	2,1	9	3,1	7	2,4

45. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] III.

Említésre érdemes, hogy bár az adatfelvétel során, az adott piaci esemény bekövetkeztére vonatkozóan egyszerre több lehetséges válaszreakciót is rögzítettünk, a célcsoport jellemzően egy [átlagosan 1,2 - 1,3] választ adott a kérdésekre. Vagyis a reakcióknak egyéni szinten vizsgálva a kérdést, van egyfajta egyértelmű iránya. Még ha a sokaság egyes tagjai eltérően vélekednek is, az egyének egy-egy megoldást választanak.

A helyettesítési stratégiákról összefoglalóan elmondható, hogy az olvasókat a modellben szereplő 10 Ft-os árnövekedés ugyan hátrányosan érinti, vélhetően a fogyasztási tömegük csökkenne [kevesebb tartalomhoz jutnának hozzá], de lojálisak maradnának választott sajtóorgánumokhoz.

Az olvasott lap megszűnése a regionális napilapok olvasóit hozná a leginkább kedvezőtlen helyzetbe, hiszen adott területen közvetlen versenytárs termék nem érhető el. A helyettesítés elsődleges iránya az elektronikus [TV], majd az online média [internet] irányába mutat.

A közvetlen versenytárs termékekkel [másik országos politikai napilap, másik országos bulvár napilap] való pótlás a helyettesítés elsődleges iránya a bulvár és a politikai napilapok esetében. A szükségletek egyéb médiumokból való kielégítése jellemzően csak „B-terv” a fogyasztók számára. Érdemes megfigyelni, hogy a lapkategóriák közötti áthelyettesítés [pl. országos bulvár napilap helyett országos politikai napilap] egyáltalán nem jellemző a modellezett szituációban.

Így arra következtethetünk, hogy az egyes lapoknak elsősorban saját drágábban hozzáférhető kiadásainak jelentenének alternatívát, másodsorban a versenytárs, de azonos kategóriába sorolható lapok [pl. egy másik országos politikai napilap], kivéve természetesen a megyei napilapok szegmensét, harmadsorban jöhetnek szóba az egyéb médiumok, főleg a televízió és az internet, mint szükségletkielégítő lehetőségek és csak negyedikként következhet a lapkategóriák közötti helyettesítő termékek választása, ez tehát a legkevésbé valószínű cselekvési változat.

ÁBRA- ÉS TÁBLAJEGYZÉK

1. tábla: A teljes 15+ fős népesség és a kutatási minta összetétele	5
2. tábla: Népszabadság és Blikk olvasók megoszlása egyes demográfiai ismérvek mentén	7
3. tábla: Mintanagyság és megbízhatóság	8
4. tábla: A regionális napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója	10
5. tábla: Az országos politikai napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója	12
6. tábla: Az országos bulvár napilapok helyettesíthetőségét igazoló ill. cáfoló kutatási eredmények összefoglalója	14
7. tábla: Háztartások létszáma	15
8. tábla: Életkor	16
9. tábla: Gazdasági aktivitás	16
10. tábla: Szubjektív gazdasági helyzet	17
11. tábla: Jövedelmi viszonyok jövőbeli alakulásának megítélése	17
12. tábla: Érdeklődésre számot tartó témák	18
13. tábla: A célcsoportot „részletesebben” is érdeklő témák	19
14. tábla: A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak fogyasztási gyakorisága	20
15. tábla: A legszélesebb érdeklődésre számot tartó tartalmak hozzáférési forrásai	20
16. tábla: Az adott témákkal kapcsolatos legjelentősebb információs források	21
17. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként regionális napilapot jelölők]	22
18. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként országos politikai napilapot jelölők]	22
19. tábla: Az olvasott napilap elérhetetlensége esetén preferált jellemző helyettesítési források [elsődleges forrásként országos bulvár napilapot jelölők]	23
1. ábra: Korrigálatlan tartalomfogyasztási index [a bármilyen érdeklődésre számot tartó tartalmak alapján]	24
2. ábra: Egyes források súlya a tartalomfogyasztási tömegben [az egyes indexek alapján]	25
3. ábra: Milyen napilapokat szokott olvasni?	26
20. tábla: Milyen napilapokat szokott olvasni? I.	26
21. tábla: Milyen napilapokat szokott olvasni? II.	27
4. ábra: Napilapok olvasási gyakorisága	27

22. tábla: A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban I.	28
23. tábla: A felsorolt napilapokat napi rendszerességgel olvasók aránya a teljes mintában és az almintákban II.	28
24. tábla: Jellemzően hol szokta a regionális, az országos politikai és az országos bulvár napilapokat olvasni?	29
5. ábra: Mi miatt szokta olvasni szokásos napilapját/napilapjait?	30
25. tábla: Mennyire elégitik ki az igényeket a különböző médiumok az alábbi szempontokból? - Top [4-5] megoszlások	31
6. ábra: Ki szerzi be a kérdéses napilapokat?	31
26. tábla: A felsorolt napilapokat saját maguk vásárlók aránya	32
7. ábra: Előfizetők és alkalmi vásárlók megoszlása	32
27. tábla: Előfizetők aránya	33
8. ábra: Milyen gyakran jut hozzá a Metropolhoz?	34
9. ábra: Milyen gyakran jut hozzá helyi/regionális ingyenes újsághoz?	35
10. ábra: Melyik ingyenes újságot szokta Ön a leggyakrabban olvasni?	35
11. ábra: A leggyakrabban olvasott ingyenes lap olvasási gyakorisága	36
12. ábra: Hasonlóság átlagértékei - Metropol [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]	37
28. tábla: Mennyire hasonlít a Metropol a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások	38
13. ábra: A Metropolt jellemzően a regionális napilapok / országos politikai napilapok / országos bulvár napilapok helyett vagy mellett olvassa?	39
14. ábra: Hasonlóság átlagértékei - Helyi/regionális ingyenes lapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]	39
29. tábla: Mennyire hasonlítanak a helyi/regionális ingyenes lapok a regionális napilapokra, az országos politikai és az országos bulvár napilapokra? - Top [4-5] megoszlások.....	40
15. ábra: A helyi/regionális ingyenes lapokat jellemzően a regionális napilapok / országos politikai napilapok / országos bulvár napilapok helyett vagy mellett olvassa?.....	41
16. ábra: Internet használat.....	42
17. ábra: Internet használat gyakorisága	42
18. ábra: Internet használat helyszínei.....	43
30. tábla: Honlapok ismertsége I.	44
31. tábla: Honlapok ismertsége II.....	45
32. tábla: Honlapok látogatottsága I.	46
33. tábla: Honlapok látogatottsága II.....	47
19. ábra: Top10 honlap ismertsége, látogatottsága	48
20. ábra: Top5 Honlap látogatottságának gyakorisága.....	49
21. ábra: Az adott honlapokat jellemzően a regionális napilap helyett, vagy mellett olvassa?	50
22. ábra: Az adott honlapokat jellemzően az országos politikai napilap helyett, vagy mellett olvassa?	50

23. ábra: Az adott honlapokat jellemzően az országos bulvár napilap helyett, vagy mellett olvassa?.....	51
24. ábra: Az ismert és az elmúlt 2 hónap során figyelemmel kísért tévéműsorok átlagos száma	52
34. tábla: TV műsorok ismertsége	53
35. tábla: TV műsorok nézettsége	54
25. ábra: Top15 műsor ismertsége, nézettsége.....	55
26. ábra: Top 10 műsor nézettségének gyakorisága	56
27. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően a megyei napilap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?.....	57
28. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően az országos politikai lap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?.....	57
29. ábra: Ezeket a műsorokat ill. csatornákat jellemzően az országos bulvár napilap helyett, vagy mellett szokta nézni / hallgatni?	57
30. ábra: Napilapok árpercepciója	59
31. ábra: Árpercepció, árelfogadás – megyei napilap olvasók	60
32. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Megyei napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]	62
33. ábra: A megyei napilapot más [politikai/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? I.....	62
34. ábra: A megyei napilapot más [politikai/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.	63
35. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Országos politikai napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]	63
36. ábra: Országos politikai napilapokat más [megyei/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? I.	64
37. ábra: Országos politikai napilapokat más [megyei/bulvár] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.	65
38. ábra: Hasonlóság átlagértékei – Országos bulvár napilapok [1 – egyáltalán nem hasonlít, 5 – teljes mértékben hasonlít]	65
39. ábra: Országos bulvár napilapokat más [megyei/politikai] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? I.	66
40. ábra: Országos bulvár napilapokat más [megyei/politikai] napilapok helyett, vagy mellett olvassa? II.	66
41. ábra: Az utóbbi 3 hónapban előfordult-e, hogy valamilyen okból [pl. elfogyott, nem kapta meg stb.] kifolyólag nem jutott hozzá az Ön által olvasott napilaphoz?	67
36. tábla: Amit a fogyasztók a rendszeresen olvasott napilap elérhetetlensége esetén tettek annak érdekében, hogy a megszokott információkhoz hozzájussanak.....	68
37. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] I.	70
38. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] II.	71
39. tábla: Mit tenne, ha... [megyei napilapok] III.	72
40. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] I.	73
41. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] II.....	74
42. tábla: Mit tenne, ha... [országos politikai napilapok] III.	75

43. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] I.	76
44. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] II.	77
45. tábla: Mit tenne, ha... [országos bulvár napilapok] III.	78