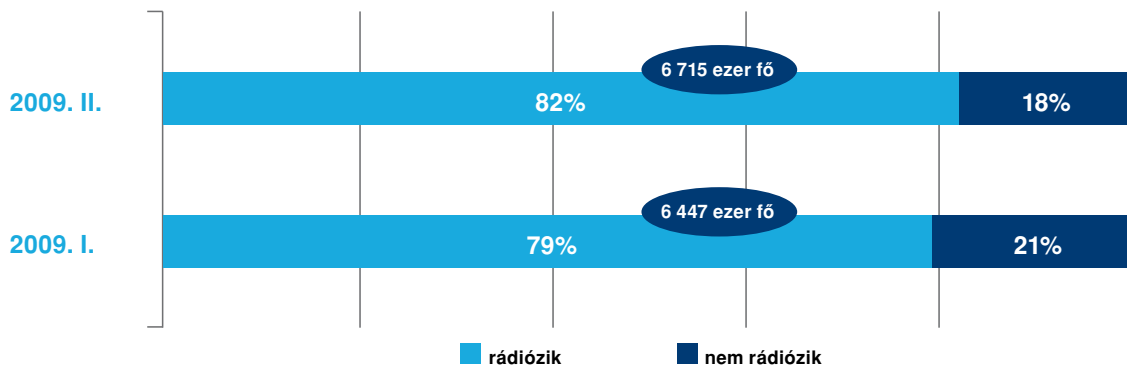


Rádióhallgatók aránya a felnőtt lakosságban

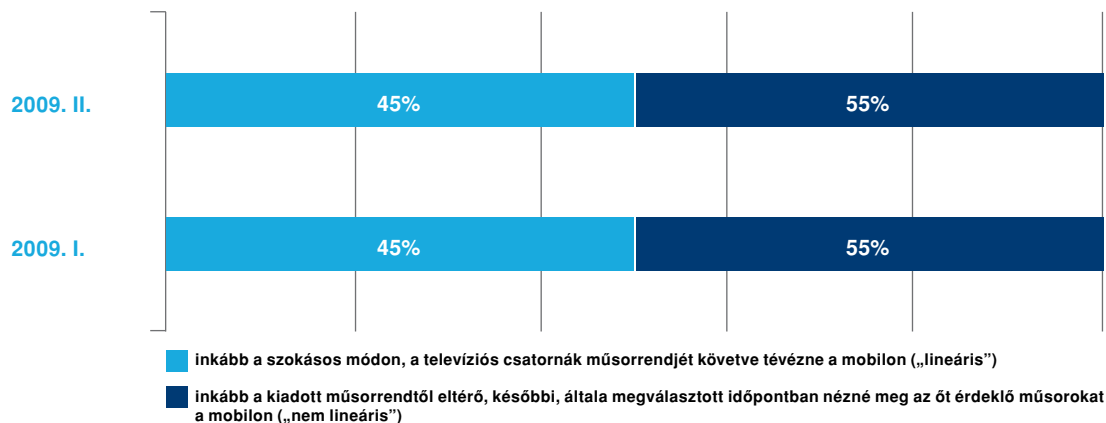


Mobiltelevízió

A „legfiatalabb” tévés platformról, a mobiltelevízióról a felnőtt lakosság közel fele, egész pontosan 46 százaléka hallott már, azonban mindössze 95 ezren valószínűsítik, hogy elő is fizetnének rá.

A mobiltevé használat iránt nyitottak körében közel kiegyenlített az arány a hagyományos televíziózással megegyező lineáris (azaz „azt nézem, amit épp adnak” típusú) és az internetes használathoz hasonló nem lineáris (azaz „akkor nézem, amikor ráérek” típusú) szolgáltatást preferálók között.

A mobiltevé szándékolt használati módja



Impresszum

A Nemzeti Hírközlési Hatóság szakmai melléklete, a kiadvány szerkesztésében közreműködik az NHH kommunikációs igazgatósága.

Elérhetőség

1015 Budapest, Ostrom utca 23-25., Telefon: (06 1) 457 7100, E-mail: sajto@nhh.hu, Web: www.nhh.hu



Pozitívan ítéli meg a lakosság a digitális átállást – A digitális rádiózás és a mobiltévét népszerűsége még jelentősen elmarad a digitális televízióétól

A lakosság többsége pozitívan ítéli meg a digitális átállást, derül ki a Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) megbízásából az Ariosz Kft. által elkészített és immár második alkalommal publikált digitális átállás monitoringból. A reprezentatív kutatás alapján évente kétszer kiadott jelentés adatfelvétele 2009 októberében és novemberében zajlott, összesen 1500 háztartást megkérdezve személyes interjúk keretében a televíziózással, rádiózással és mobiltévézéssel kapcsolatos témákról.

A digitális átállás keretében 2011 végéig megszűnik a jelenlegi analóg földfelszíni televízió vételi mód és helyébe a jobb kép- és hangminőséget, nagyobb szolgáltatásválasztékot nyújtó, a korlátos erőforrással, az ország számára rendelkezésre álló frekvenciakészlettel való hatékonyabb gazdálkodást lehetővé tevő digitális földfelszíni televíziózás lép. Mindez azt jelenti, hogy a jelenleg még a földfelszíni analóg adást nézőknek 2011 végéig valamelyik másik televíziózási módra kell áttérniük.

Televíziós platformok és előfizetések

Kábelen keresztül tévéznek hazánk lakosságának legnagyobb része – mintegy 4 millió háztartásból 2,392 milliónál érhe-

tő el televíziós adás ily módon. Az egyedi műholdas és a szoba- vagy tetőantennás földfelszíni televíziózás elterjedtsége az elmúlt időszakban folyamatosan csökkent, míg az előfizetési műholdas és az IPTV-szolgáltatás részesedése tovább nőtt. Továbbra is a lakosság 1,4 százaléka nem tévéz, csökken a platformok kereszthasználatára, már kevesebb, mint 6 százaléknál az olyan háztartás, ahol egynél több platformon tévéznek. A platformok közül a földfelszíni digitális televíziózás (azaz a DVB-T vételi mód) még nem éri el az 1 százalékot, ezért a kutatás statisztikai hibahatára miatt arra platformhasználati számot nem lehet adni.

820 ezer háztartásban elsődleges a szoba- vagy tetőantennás földfelszíni vételi mód.

Az átállással kapcsolatos elsődleges várakozás a jobb képminőséget érinti, a megkérdezettek közel kétharmada számít erre a pozitív változásra.

Ezek a háztartások a digitális átállás elsődleges érintettjei, hiszen ők a jelenlegi országos

földfelszíni tévécsatornákat, köztük a közszolgálati m1-et csak ilyen módon érik el.

	2007	2008	2009 I.	2009 II.	2007	2008	2009 I.	2009 II.
Háztartások: ezer db				Bázis: összes háztartás, egy háztartás egynél több televíziós platformot is használhat!				
Kábeltévé	2 454,3	2 376,0	2 440,7	2 392,1	61,3 %	59,4 %	61,0 %	59,8 %
Előfizetési műholdas	474,0	544,1	620,3	676,4	11,8 %	13,6 %	15,5 %	16,9 %
IPTV	n.a.	n.a.	40,5	63,7	n.a.	n.a.	1,0 %	1,6 %
Egyedi műholdas	257,3	194,9	163,5	139,8	6,4 %	4,9 %	4,1 %	3,5 %
Szoba vagy tetőantenna	1 235,4	1 174,2	966,4	912,2	30,9 %	29,3 %	24,1 %	22,8 %
ÖSSZESEN ¹					110,4 %	107,2 %	105,7 %	104,6 %

¹ A száz százalékot meghaladó eredmény azzal magyarázható, hogy egyes háztartások egyszerre több platformon is tévéznek, például valamelyik előfizetési mód mellett még megtartották pl. a szoba- vagy tetőantennát is.

Az előfizetési műholdas szolgáltatók sikere elsősorban a kisebb településen élőknek „köszönhető”, ezeken a területeken ugyanis a kábeltelvíziós ellátottság jelentősen elmarad a nagyvárosokétól. Esetükben 28 százalék volt ezen platform elterjedtsége a kábel és az IPTV 42 százalékával szemben, míg a fővárosban közel teljes a kábel és az IPTV dominanciája (84 százalék), az előfizetési műholdas tévé szerepe pedig szinte elhanyagolható (6 százalék). Szintén a kistelepüléseken a legjellemzőbb a földfelszíni televíziós vételi mód – 100-ból 30 háztartásban használják ezt a technológiát, bár érdemes megjegyezni, hogy 2005-ben még 52-ben tették ugyanezt.

Digitális átállás

A digitális televíziózás részaránya folyamatosan emelkedik a televízióvételi módok körében, 2009 végére már a háztartások egynegyede (26 százalék) használt digitális platformot.

Az analóg sugárzás 2011 végén történő leállításáról (az analóg lekapcsolásról) 4,6 millióan tudnak (a lakosság 56 százaléka), és 3,4 millióan hallottak arról (a lakosság 42 százaléka), hogy az ország egyes területein már jelenleg is fogható a digitális adás.

A digitális átállás megítélése javult, a korábbi 44 százalékkal szemben tavaly ősszel már a lakosság 49 százaléka ítélte meg pozitív módon a folyamatot, sok volt a semleges vélemény is, míg negatívnak csak minden tizedik ember (12 százalék) értékelte az átállást.

Nem meglepő módon az átállás elsődleges érintettjei, a jelenleg televíziót analóg földfelszíni módon, szoba- vagy tetőantennával nézők, akikre mindez konkrét feladatot ró, kevésbé ítélik meg pozitívan a jelenséget.

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy már minden második felnőtt (a lakosság 52 százaléka) tisztában van azzal, hogy a régi készülékekhez dekóder kell a digitá-

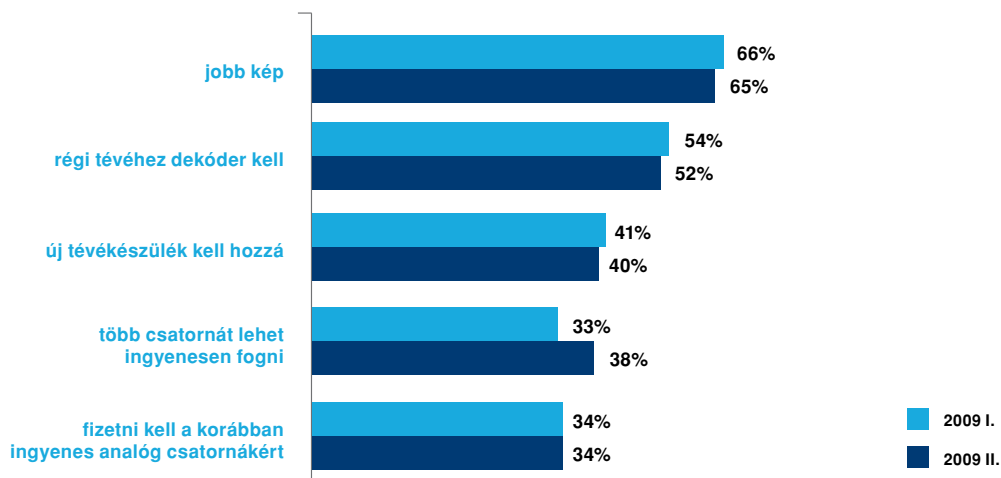
lis földfelszíni adás vételéhez, azonban a dekóder nélküli vételre alkalmas televíziókészülékeket a felnőtt lakosság fele, míg az elsődlegesen érintettek háromnegyede nem tudja, miről lehet felismerni. Minden harmadik felnőtt (a lakosság 34 százaléka) tévesen úgy gondolja, hogy az átállás miatt a jövőben fizetni kell a jelenleg ingyenesen elérhető csatornákért.

Az Antenna Hungária kommunikációs kampányának hatása többek között a Min-

digTV logó ismertségével is mérhető: közel duplájára, 20-ról 39 százalékra nőtt az emblémát ismerők száma. Közülük legtöbben a tévében (reklámokban) találtak a digitális földfelszíni adás szimbólumával. Valószínűleg a reklámoknak köszönhető, hogy az átállással kapcsolatos elsődleges várakozás a jobb képminőséget érinti – a megkérdezettek közel kétharmada (65 százalék) számít erre a pozitív változásra.

A digitális földi sugárzással kapcsolatos várakozások

Tévéző háztartásban élő felnőttek százaléka



Rádiózás

A kutatás megállapította, hogy az ország felnőtt lakosságának 82 százaléka, 6,715 millió fő szokott rádiót hallgatni. Közülük csak minden tizedik, 620 ezer ember hallgat interneten rádiót – 69 százalékuk ugyanazo-

kat, mint a földi sugárzás során, és csak 14 százalékuk szakad el ebben a tekintetben a hazaitól és választ külföldi adókat. A digitális rádiózásról alig több mint minden hatodik ember hallott (17 százalék), számuk stagnált az elmúlt időszakban.