



MÉRTÉK MÉDIAOMBUDSMAN

Adatok az online hírfogyasztásról

Az elemzést készítette
Győri Adél és Timár János.

2017. április

Tartalom

A hírfogyasztás alapvető jellemzői	2
Hírfogyasztás valamennyi médium figyelembevételével.....	4
Online hírfogyasztás	5
„Ismerd meg a másik oldalt is” szegmentáció a hírforrás használati szokások alapján.....	8
Tájékoztató sokszínűség az online világban	12
Összegzés.....	17

A Mérték Médiaelemző Műhely megbízásából a Medián Közvélemény és Piackutató Kft. 2016 őszén, 1200 fős az ország felnőtt lakosságát nem, településtípus, életkor és iskolai végzettség szerint reprezentáló mintán, személyes kérdéssel kutatást végzett a magyarországi felnőtt lakosság hírfogyasztási szokásai témakörben.

A kutatási eredményekről szóló beszámoló „A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon”¹ címmel a Mérték Füzetek sorozatban 2016 novemberében jelent meg.

Mostani elemzésünk, az adatok további vizsgálatával arra keresi a választ, hogyan alakultak a hírfogyasztási szokások az online szféra nyújtotta lehetőségek használatával. Különbözik-e azok tájékozódási gyakorlata, akik részesei a digitális világ nyújtotta új, bővülő lehetőségeknek, azoktól, akik nem, vagy csak kevéssé veszik igénybe az internet nyújtotta lehetőségeket. Elemzésünk középpontjában – nem függetlenül a hírek világában jelenleg zajló folyamatoktól – a sokszínű, illetve ennek hiányában információs buborékban élők tájékozódási gyakorlata áll.

A hírfogyasztás alapvető jellemzői

Az adatok azt mutatják, hogy a tájékozódási, médiafogyasztási szokások meglehetősen állandóak, és a médiastuktúrában, a tulajdoni viszonyokban, a tartalomban bekövetkezett változások alig gyakorolnak hatást a fogyasztásra rövidtávon. Ahogy összességében a médiafogyasztási szokások, úgy a politikai iránti érdeklődés is meglehetősen állandó képet mutat az elmúlt években: egy 10 százalék alatti szűk kisebbség minősítette magát a közéleti kérdések iránt nagyon érdeklődőnek, a lakosság közel kétharmada közepesen vagy kicsit és közel egyharmad teljesen távol tartja magától a témát.

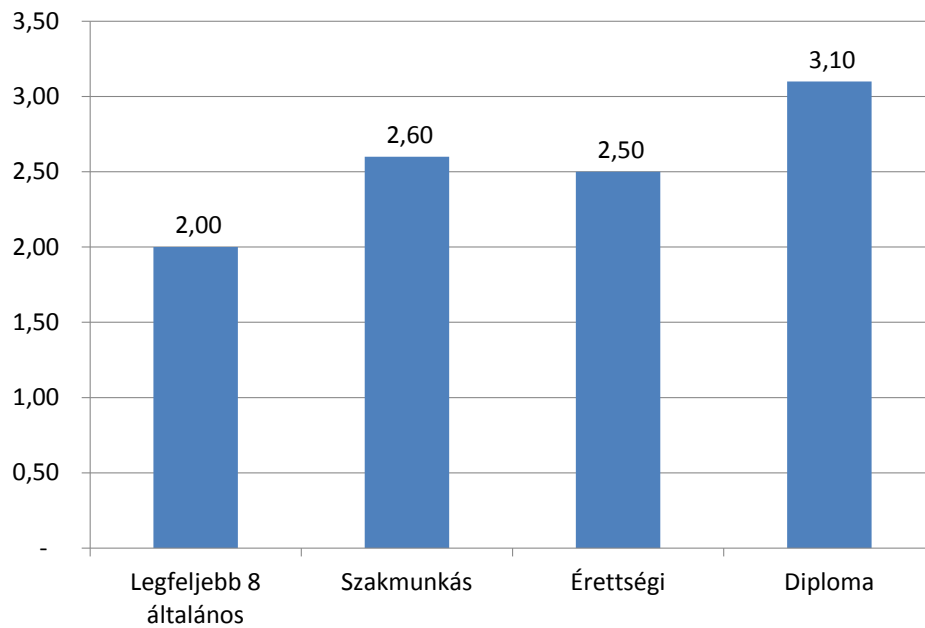
Az érdeklődés a politika iránt, illetve a politika világról történő tájékozódás deklarált igénye, bár természetesen korrelál, de nem pontosan azonos képet mutat. A válaszolók egyharmada (38%) nyilatkozott úgy, hogy nagyon kevés időt fordít tájékozódásra, és további 44% válaszolt úgy, hogy elég kevés időt. Ugyanakkor az elég sok és a nagyon sok időt tájékozódásra fordítók aránya 18 százalék, ami lényegesen magasabb arány, mint a közéleti kérdések iránt nagyon érdeklődők tíz százaléka.

A politikai, közéleti tájékozódásra az emberek 92 százaléka egy vagy több médium típust használ. Mindössze 8 százalék azok aránya, akik sehonnán sem tájékozódnak a közélet ügyeiről. Az öt lehetséges médiumtípusból az érdeklődők átlagosan 2,5 típust használnak. Egyhatod azok aránya, akik csak egy eszközt, egytized azok aránya, akik valamennyi eszközt használják tájékozódásuk során.

A legnagyobb különbség az iskolai végzettség alapján látható – a diplomások szignifikánsan több médiumtípusból informálódnak, mint az alacsonyabb képzettséggel rendelkezők.

¹ http://mertek.eu/wp-content/uploads/2016/11/Mertek_newsconsumption_hu_2016.11.25.pdf

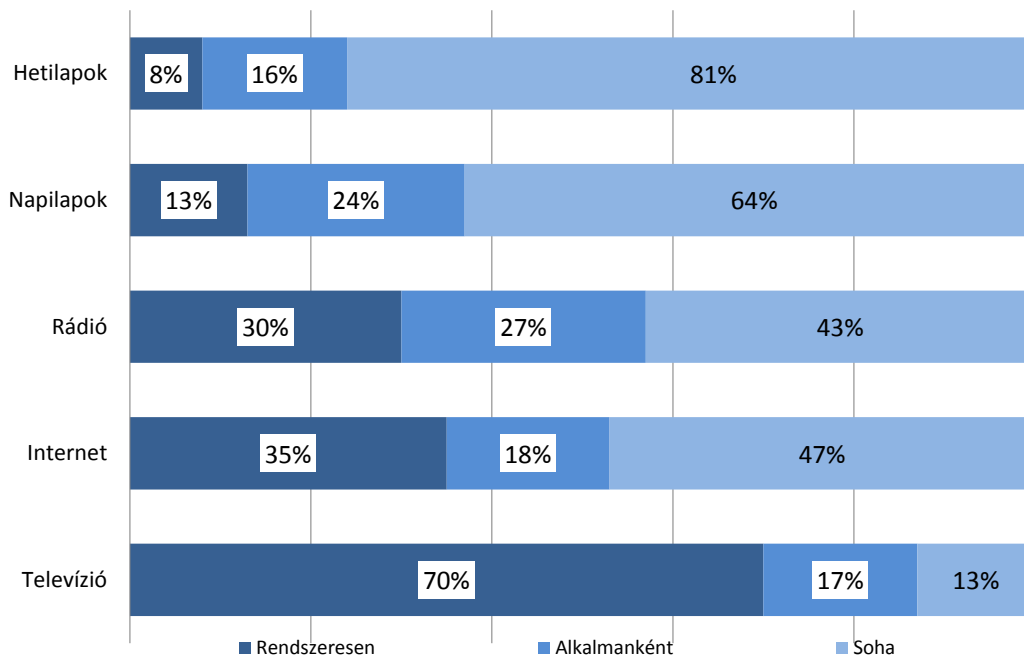
1. Ábra - Használt médiatípusok átlagos száma iskolázottság alapján



Az internetet tájékozási forrásként használók átlagosan kevesebb médiumtípust vesznek igénybe tájékozódásra (2.2), mint azok, akik ezt a médiumot nem használják (3.3)

A televízió dominanciája a közéleti tájékozódás terén töretlen, de a nyomtatott sajtótermékeket és a rádiót már megelőzi az internet, ha mint rendszeresen használt forrást nézzük. A televízió kizárólagossága a közéleti, politikai tájékozódásban az időseknél (60 éven felüliek) és a legfeljebb 8 általános iskolai osztály végzettséggel rendelkezőknél gyakori jelenség. Kizárólag internetről nagyon kevesen tájékozódnak, ők elsősorban a legfiatalabb, 30 év alatti korcsoportból kerülnek ki. Az internet a 18-29 évesek csoportjában lassan megközelíti, bár még mindig nem éri el a televízió jelentőségét.

2. Ábra - Közéletről tájékozódás gyakorisága a különböző médiumtípusokból



A kutatásban megismert fogyasztási szokásokból kiindulva a tájékozódási csoportok, klaszterek négy markáns csoportja vált elkülöníthetővé. A kérdezettek közel fele (46%) egy rendkívül szűk körűen tájékozódó csoport tagja, amelynek médiafogyasztásában a televízió van a legnagyobb szerepe. Szintén viszonylag széles réteget jellemez az internetközpontú tájékozódás (36 százalék). Két közel azonos, a lakosság egytizedét érintő csoportba kerültek a széles körűen, de hangsúlyosan a rádióból, illetve a politikai napilapokból tájékozódók. A televíziós tájékozódók jellemzően az idősebb, a kevésbé iskolázott csoportok tagjaiból kerülnek ki. Az internetközpontú tájékozódás pedig egyértelműen a fiatalabb korosztályok, a képzettek, különösen a diplomások csoportjaira jellemzőek.

Hírfogyasztás valamennyi médium figyelembevételével

Korábbi kutatási beszámolóinkban az egyes médiumok hírfogyasztásban betöltött szerepét elsősorban a kérdezettek saját maguk szokásairól kialakult önképük alapján mutattuk be. Mostani beszámolóinkban más módszert választottunk, így a számszerű eredmények estenként valamelyest eltérőek lehetnek, de az alapvető trendek nem különböznek.

Ez alkalommal az egyes médiumok hírfogyasztásban betöltött szerepét a kérdezettek által heti rendszerességgel figyelt konkrét médiumok választása alapján mutatjuk be. Az egyes médiumtípusok vizsgálatánál eltekintettünk azoktól a magukat „hírfogyasztónak” definiáló válaszolóktól, akik az adott típust heti rendszerességnél ritkábban forgatják (hetilapok esetében a havi gyakoriságot vettük figyelembe). Bár ez a megközelítés is tartalmaz szubjektív elemeket, hiszen azt, hogy milyen gyakorisággal forgatja valaki az adott

médiomot, az ugyancsak a saját becslése, mégis valamivel kisebb teret enged a kérdezett saját magáról kialakult kép szubjektív torzításainak. Úgy véljük a „heti” gyakorisággal történő hírfogyasztás pontosabb és informatívabb képet ad a valódi tájékozódási gyakorlatról. A médiumtípusok mindegyikénél – kivéve a hetilapokat – nem tekinthetjük érdemi tájékozódási forrásnak azt, ha valaki esetenként, alkalomszerűen (esetleg egy-egy hír kivételes követése kapcsán) forgatja, nézi, hallgatja, követi az adott médiumot.

A kérdőív tájékozódási szokásokra vonatkozó kérdéssorozata 48 megnevezett médium (ideértve a televíziókat, rádiókat, napi- és hetilapokat, internetes honlapokat) követésére vonatkozó konkrét kérdést tartalmazott. A nevesített médiumok rendszeres² követői átlagosan 5 médiumot követnek. Fogyasztási szokásaik alapján az emberek három nagy csoportba sorolhatóak: átlag alatti fogyasztók - 35%, az átlag körüli fogyasztók - 36% és az átlag feletti fogyasztók - 29%. Az első csoportban a rendszeres fogyasztók átlagosan 2.2, a középsőben 4.9, míg az intenzív fogyasztók átlagosan 9.6 médiumot követtek rendszeresen. Ennél a mutatónál is az életkor és az iskolai végzettség volt a meghatározó a fiataloktól az idősebbek felé haladva szignifikánsan nő a több médiumot rendszeresen követők aránya és ugyanez tapasztalható az iskolai végzettség szerinti bontás esetén is.

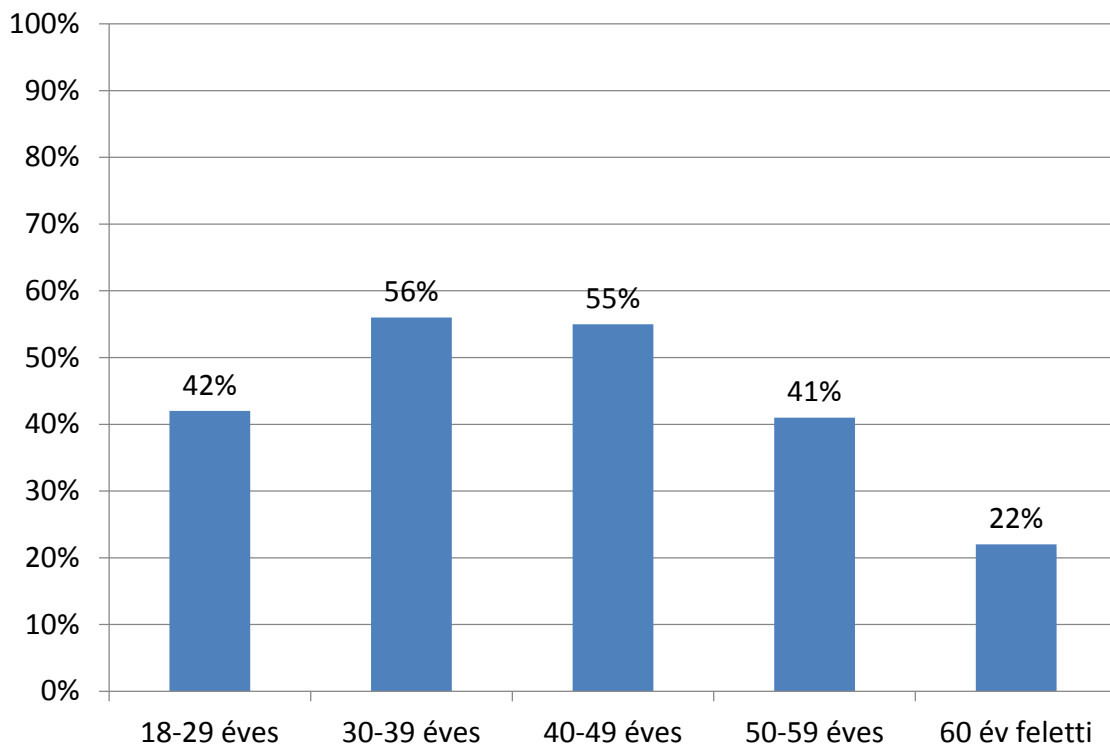
Online hírfogyasztás

A felnőtt lakosság 40 százaléka olvas heti gyakorisággal a kutatás által mért 15 honlap közül legalább egyet. Ők heti rendszerességgel átlagosan 3.0 hírportált követnek.

Az, hogy valaki rendszeres online hírfogyasztóvá válik-e, ma Magyarországon az életkorától, a lakóhelyétől, illetve iskolai végzettségétől függ a demográfiai mutatók mentén. A budapestiek több mint fele (53%) a falvakban élők alig több mint egyharmada (37%), a diplomások kétharmada (85%), a legfeljebb általános iskolát végzettek alig egyhatoda (16%) rendszeres hírfogyasztó az online világban. Erős összefüggés fedezhető fel az életkor és az online hírfogyasztás kapcsolata között. Az összefüggés ugyanis nem lineáris, hanem egy jól követhető görbét mutat. A legfiatalabb korosztály viszonylag alacsonyabb hírfogyasztása a korosztály közélethez való viszonyáról szól, hiszen körükben magas az internet ellátottság, ugyanúgy, mint az egyel idősebb korosztályban.

² Televíziónél, rádiónél, napilapnál és internetes portálnál a legalább heti látogatás, hetilapoknál a legalább havi látogatás

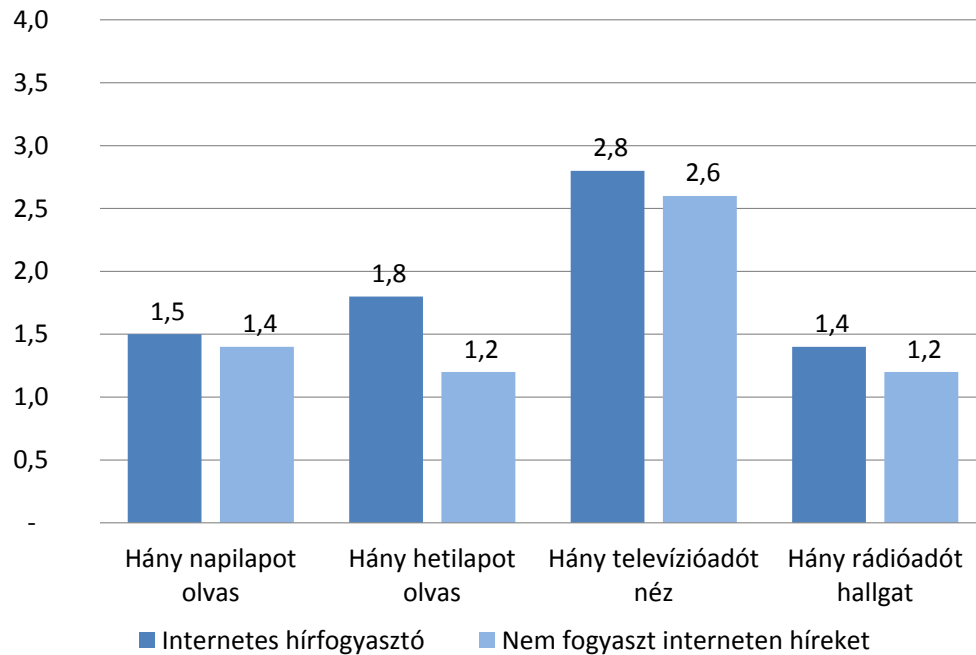
3. Ábra - A 15 mért honlap rendszeres látogatóinak aránya korcsoportonként



Leginkább az életkor az a tényező, amely befolyásolja a tájékozódás intenzitását. Valamennyi médium típus esetében szignifikáns összefüggés mutatható ki az adott médium közéleti ügyekben való tájékozódásra használata és a különböző életkori csoportok között. Az összefüggés azonban eltér az internet és a többi médiumtípus között: míg a nyomtatott sajtót, televíziót és a rádiót inkább az idősebbek használják, addig az internet esetében éppen fordítva, a fiatalok, az idősebbekhez képest nagyobb arányban használják.

Az internetes hírfogyasztók az átlagosnál aktívabb követői a közéleti eseményeknek. Valamennyi médium esetében szignifikáns összefüggés mutatható ki aszerint, hogy aki heti rendszerességgel néz egy vagy több hírportált, az a napilapok, hetilapok esetében is többet olvas, illetve több televízió és rádió műsorát követi.

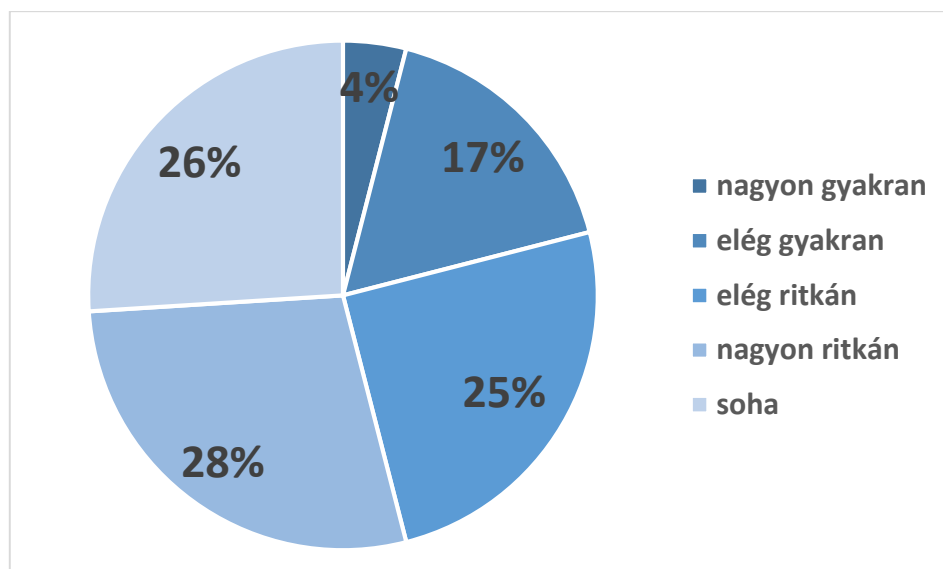
4. Ábra - Interneten hírt fogyasztók és nem fogyasztók más médiumtípusok használati intenzitás



A politikai-közéleti tájékozódásra sok időt fordítók az internet világában is értelemszerűen az átlag feletti érdeklődést mutatják. Az internetező inkább sok időt tájékozódásra fordítók körében 3,9 honlap az átlagos követett internetes források száma, a kevésbé érdeklődők körében ez 2,9, míg az egyáltalán nem érdeklődők 2,3 internetes portált követnek heti rendszerességgel.

A közéleti, politikai tartalommal rendelkező blogokat az internetezők viszonylag kevésbé követik. Az ilyen blogok rendszeres olvasói mindössze az internetes honlapokról tájékozódók egy ötödét teszi ki.

5. Ábra - A politikai, közéleti tartalmú blogok követése internetezők körében



„Ismerd meg a másik oldalt is” szegmentáció a hírforrás használati szokások alapján

A magyar közéletben régi toposznak tekinthetjük az ellentétes politikai vélemények ütköztetésének nehézségét. (népi – urbánus, konzervatív – liberális, kormányzati – ellenzéki). A politikai vitakultúra fejletlen, sem a politikusok, sem az állampolgárok nem gyakorolják.

Tény, hogy az emberek – egy kérdőíves kutatás során – magukat nyitottnak, érdeklődnek szeretik minősíteni. Úgy gondolják, saját hírfogyasztásukat, tájékozódási szokásaikat helyes, ha ilyenek mutatják be. A minta háromnegyede (73%) saját megítélése szerint nyitottan tájékozódik, „ugyanúgy elolvassa, meghallgatja a másik oldal híreit, véleményét”, mint ahogy a sajátéit. Csak negyedük (27%) mondta magáról, hogy „elsősorban a saját politikai nézeteihez közelálló hírforrásokat, véleményeket keresi.

Az egyes médiumtípusok használói külön-külön nem mutattak jelentős eltérést ennél a kérdésnél az átlagtól. A Fidesz szavazói az átlaghoz közeli arányban válaszoltak a fenti kérdésre, de a Jobbik szavazói szignifikánsan bezárkózóbbnak minősítették magukat, körükben 36 százalék az elsősorban saját politikai nézeteinek megfelelő forrásokból, hírekből való tájékozódás, ahogy más jelenleg ellenzéki pártok szavazói is szignifikánsan nagyobb arányban (33%) választották saját maguk jellemzésére a bezárkózóbb jellemzést.

Kutatásunkban ez alkalommal azt vizsgáltuk, hogy látható-e valamilyen mintázat az eltérő szemléletű hírforrások használatában a hírfogyasztó állampolgárok körében. Hipotézisünk szerint a valóságban, a tényleges hírfogyasztásban jól kimutathatóan vannak olyan nem jelentéktelen csoportok, akik csak az „egyik” vagy „másik” oldal által közölt híreket, közéleti információkat keresik – ezáltal információs buborékba kerülnek. Az elmúlt évben lezajlott néhány hírtartalom elemzés ugyanis alátámasztja azt, hogy ma Magyarországon a médiumok ideológiai vagy a kormányhoz való viszonyon alapuló szűrőkön keresztül informálnak.

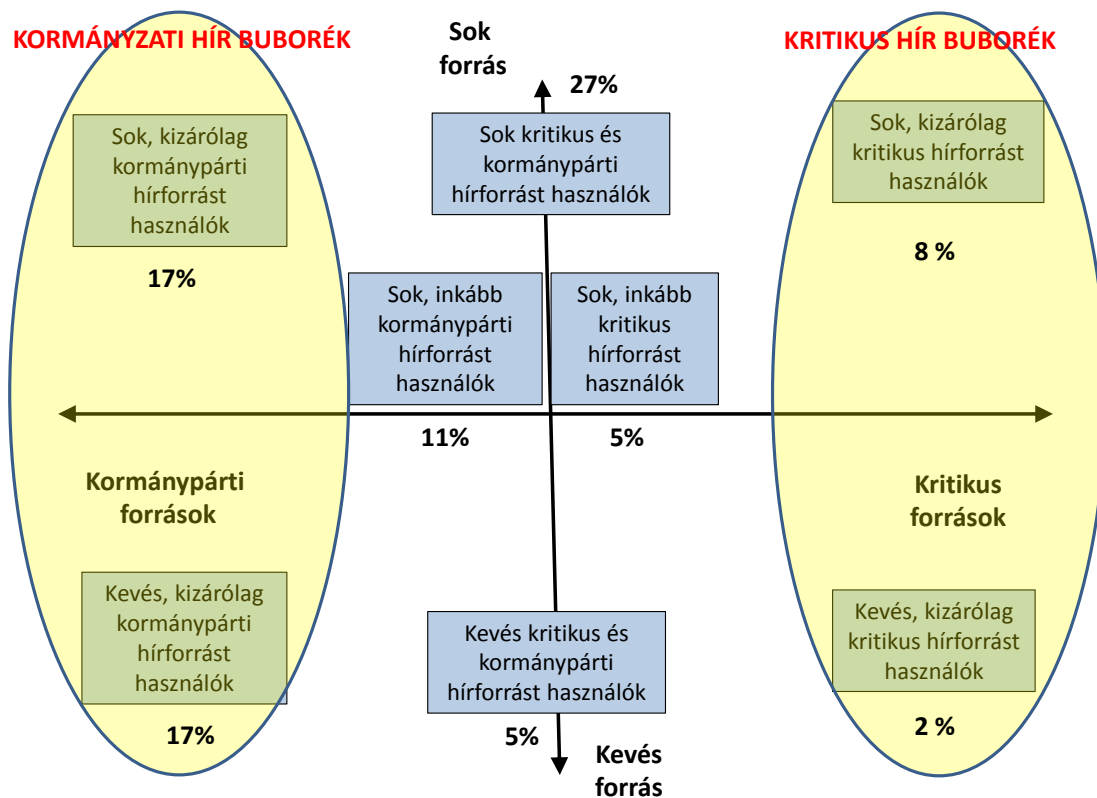
Modellünk kiindulási pontja az volt, hogy besoroltuk a médiumokat az alapján, hogy a hírek, közéleti tartalmak mennyire kormánypártiak/kritikusak/semlegesek az adott csatornán. Kritikusnak tekintettük azokat a tartalmakat, amelyek tendenciózusan kritizálják a kormány működését, kormánypártinak pedig azokat, akik kritika nélkül vagy kizárólag pozitív értelmezéssel továbbítják a kormány üzeneteit. Semlegesként kétféle hírszerkesztési attitűdöt definiáltunk: azokat a médiumokat, akik kritikai és támogató híreket, véleményeket egyaránt megszólaltatnak, vagy jellemzően nem foglalkoznak politikai témákkal. A besorolást médiaszakértők bevonásával végeztük.

Modellünk az alapján kategorizálja a magyar hírfogyasztókat, hogy mennyire csak kritikus vagy kormánypárti hírforrásokat használnak, illetve mennyire jellemző a másik oldalhoz sorolt médiumok fogyasztása is. A modellbe mennyiségi dimenziót is bevontunk – az alapján, hogy az átlagos hírfogyasztóhoz képest az adott irányzatba tartozó médiumokat kisebb vagy nagyobb számban fogyasztja. Elemzésünk fókuszában az áll, hogy megértsük, a hírfogyasztók mennyire zártan vagy nyitottan állnak a szakértő vélemények alapján kritikusnak vagy kormánypártinak tartott hírforrásokhoz, ezért a semlegesként kategorizált médiumok követését kihagytuk a modellalkotásból.

Modellünk célja az információs buborékban élők és a mindkét oldalról tájékozódók közötti különbség megértése – jelen tanulmányban az online hír- és politikai véleményoldalak használóira koncentrálva. Azonban mielőtt az online oldalak használóit részletesebben leírjuk, fontosnak tartjuk a teljes médiafogyasztásra felépített alapmodell bemutatását.

A médium használat alapján a magyar felnőtt lakosság 92 %-át tudtuk besorolni, mint hírfogyasztót (6. ábra) . A lakosság közel fele, 44%-a él „hírbuborékban” – azaz vagy kizárólag kormánypárti forrásokból vagy kizárólag kritikus forrásokból informálódik. Azonban a kormánypárti hírbuborék jelentősen nagyobb, mint a kritikai hírbuborék – 34 % szemben 10 %-kal. Ma az emberek többsége (54%) még mindkét oldalról tájékozódik. A legnagyobb csoportot – 27 %-ot – azok adják, akik az átlagnál több kormányoldali ÉS kritikai médiumot is figyelnek.

6. Ábra – Tájékozódási sokszínűség modell a magyar médiában



Kategorizálás:

Kormánypárti média: Magyar Hírlap, Lokál, Magyar Idők, TV2, Közzolgálati TV-k, Echo TV, közzolgálati rádiók, origo.hu, 888.hu, hirado.hu, magyaridok.hu, ripost.hu

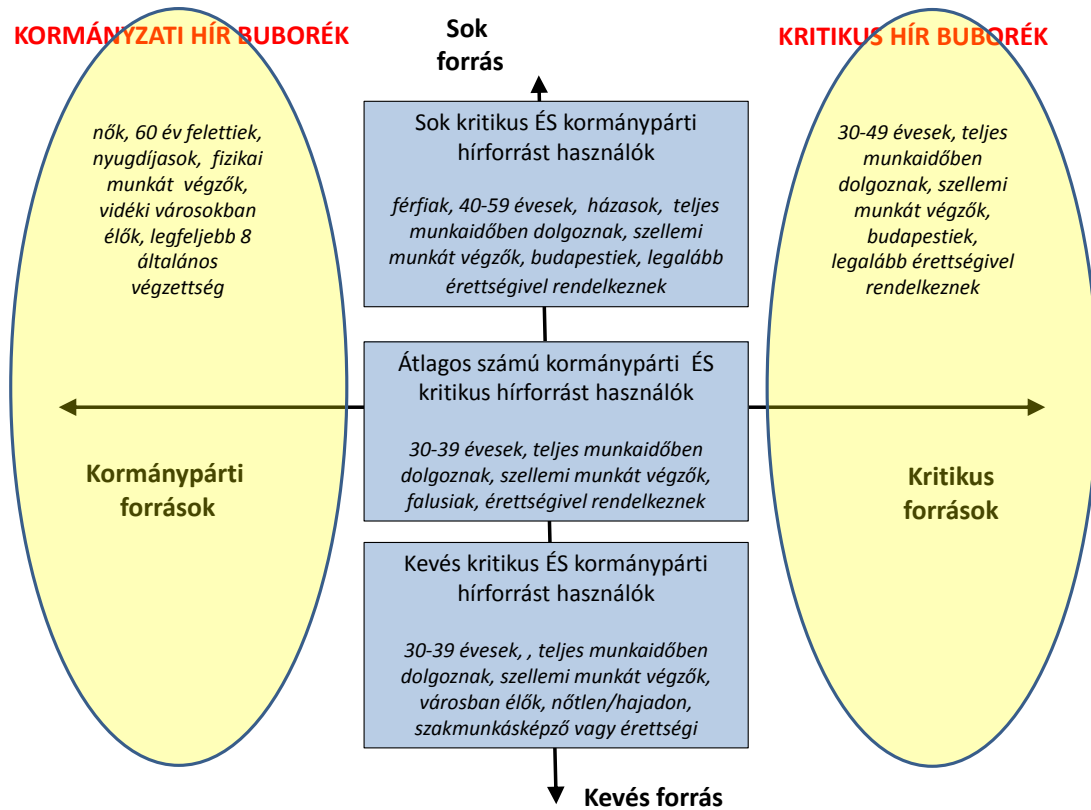
Kritikus média: Magyar Nemzet, Népszabadság, Népszava, ATV, HírTV, Klub Rádió, Lánchíd Rádió, 444.hu, alfahir.hu (barrikad.hu), atlatszo.hu, hir24.hu, hvg.hu, index.hu, nol.hu, mno.hu, direct36.hu

Semleges, kritikai és kormánypárti egyaránt (a modellbe nem bevont média): Blikk, Bors, megyei napilapok (a tulajdonos váltás előtt készült a kutatás), RTL Klub, Euronews, Inforádió, Class FM, mandiner.hu

A kutatás rákérdezett arra, hogy mit gondolnak magukról az emberek, mennyire tájékozódnak minden oldal véleményéről, akkor azt látjuk, hogy a jelentős többség úgy gondol magára, mint kiegyensúlyozottan, minden oldal véleményére kíváncsi hírfogyasztó. A két információs buborékban élők között azonban jelentős különbség van. Míg a Kormányzati buborékba tartozók közel háromnegyede (72%) úgy gondolja, hogy „ugyanúgy elolvassa a másik oldal híreit”, mint a „saját politikai nézeteihez közel álló híreket”, addig a kritikus buborékban élők körében ezt csak 56 % gondolja magáról – ami persze még mindig minden második embert jelent.

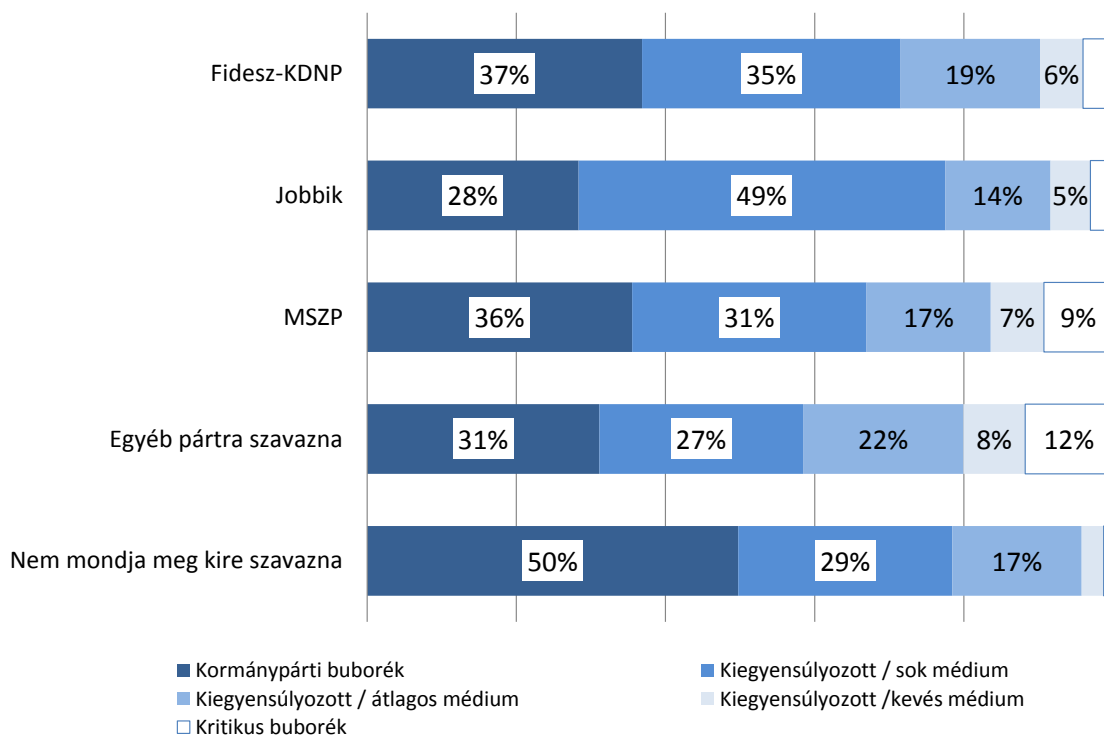
Demográfiai jellemzőik mentén markánsan elkülönülnek egymástól a csoportok (7. ábra). A *Kormánypárti hírbuborékban* élők tipikusan nők, 60 év feletti, nyugdíjasok, fizikai munkát végzők, vidéki városokban élők, legfeljebb 8 általános végzettséggel rendelkezők. A *Kritikus hírbuborékban* élők tipikusan 30-49 évesek, teljes munkaidőben dolgoznak, szellemi munkát végeznek, budapestiek, legalább érettségivel rendelkeznek. A *Kiegyensúlyozott, sok médiumot használók* tipikusan férfiak, 40-59 évesek, teljes munkaidőben dolgoznak, szellemi munkát végeznek, budapestiek és legalább érettségivel rendelkeznek. A *Kiegyensúlyozott, átlagos számú médiumot használók* 30-39 évesek, teljes munkaidőben dolgoznak, szellemi munkát végeznek, falusiak, érettségivel rendelkeznek. A *Kiegyensúlyozott, kevés médiumot használók* tipikusan 30-39 évesek, teljes munkaidőben dolgoznak, szellemi munkát végeznek, városban élnek, szakmunkásképzőt végeztek vagy érettségivel rendelkeznek.

7. ábra – A tájékozódási sokszínűség alapján létrehozott csoportok tipikus demográfiai jellemzői



Ha a bevallott pártpreferenciák alapján vizsgáljuk a tájékozódási sokszínűséget (8. ábra), az látható, hogy a csak kormánypárti hírforrásból tájékozódók bár eltérő arányban, mégis mindegyik párt szavazótáborában jelentős számban megtalálhatóak. A Fidesz-KDNP és MSZP szavazói körében a legmagasabb a kormánypárti hír-buborékban élők aránya (37% és 36%). Az MSZP szavazótáborában ez talán meglepetés lehetne, azonban itt a szavazóbázis demográfiai jellemzői miatt a TV2-nek és a közszolgálati rádióknak a szerepe tradicionálisan erős. A Jobbik választói körében a legkevésbé jellemző a kizárólag kormányzati forrásokból tájékozódás (28%). Az országos viszonylatban kisméretű Kritikus buborék csoport a nem Fidesz-KDNP / MSZP / Jobbik szavazó, de pártpreferenciával rendelkező csoportban a legnagyobb – de itt is csak 12% az aránya.

8. Ábra – A különböző pártpreferenciájú potenciális szavazók megoszlása a tájékozódási sokszínűség alapján létrehozott csoportok szerint

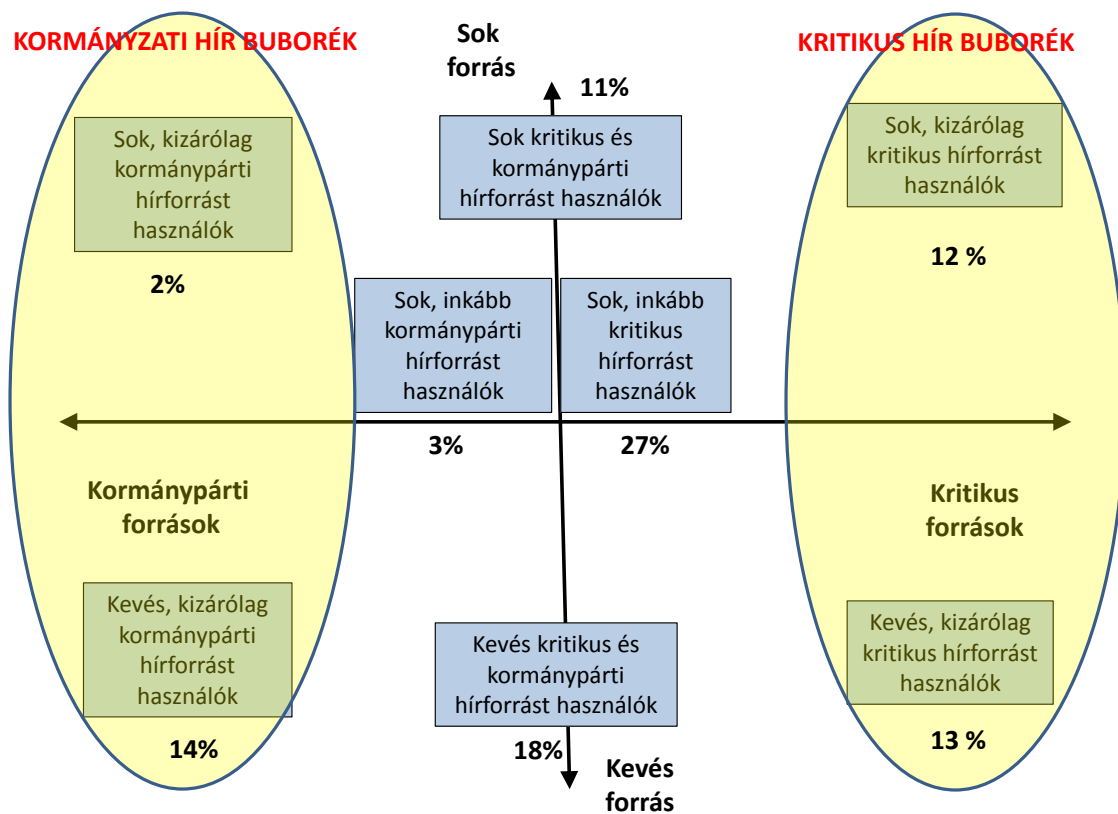


Tájékozódási sokszínűség az online világban

Az előző részben bemutatott modellt létrehoztuk kizárólag hírportálok látogatási szokásai alapján is. Hírfogyasztás szempontjából azokat az internetezőket tartjuk releváns alapsokaságnak, akik legalább hetente informálódtak valamelyik, a kutatás által mért honlapról. Ez a vizsgált populáció 40%-a.

Kizárólag az online hírfogyasztási szokásokat vizsgálva, a tájékozódási szegmensek méretei jelentősen megváltoznak (9. Ábra). A kizárólag kormányzati hírbuborékból tájékozódók aránya jelentősen csökken (34 %-ról 16 %-ra), a kizárólag kritikus hírbuborékban élők aránya megnő (10 %-ról 25 %-ra). Jelentősen megnőtt a kiegyensúlyozott, de inkább kritikus oldalakat olvasók aránya (5 %-ról 25 %-ra) és lecsökkent a sok kritikus és sok kormánypárti médiumot használók száma is (27 %-ról 11 %-ra). Ennek a strukturális átalakulásnak az oka az, hogy a kritikus online híroldalak elérése jelentős.

9. Ábra – Tájékozódási sokszínűség modell az online szférában



Bázis: hetente interneten informálódók

Kategorizálás:

Kormánypárti honlap: origo.hu, 888.hu, hirado.hu, magyaridok.hu, ripost.hu

Kritikus honlap: 444.hu, alfahir.hu (barrikad.hu), atlatszo.hu, hir24.hu, hvg.hu, index.hu, nol.hu, mno.hu, direct36.hu

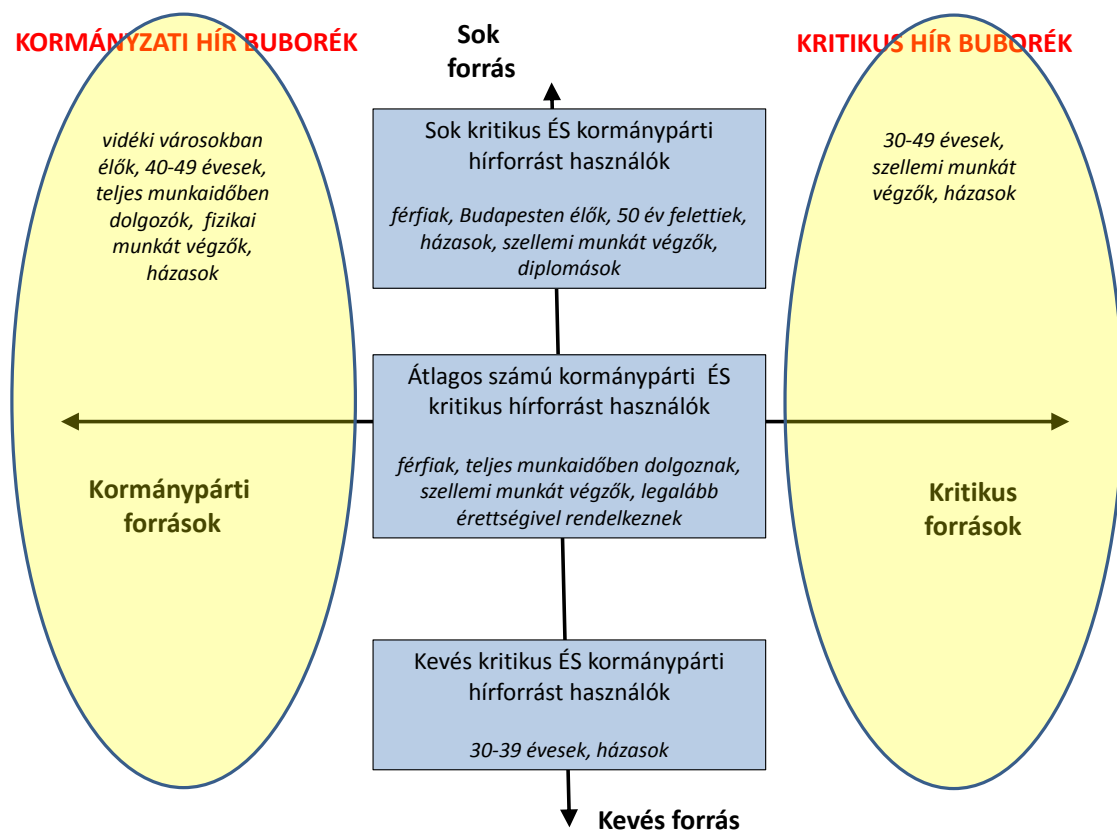
Semleges kritikai és kormánypárti egyaránt (a modellbe nem bevont média): mandiner.hu

Az internetről tájékozódók körében is – ahogy a teljes lakosság körében már láttuk - a jelentős többség úgy gondol magára, mint kiegyensúlyozottan, minden oldal véleményére kíváncsi hírfogyasztó. A két internetes információs buborékban élők között is jelentős különbség van – bár kisebb, mint azt a komplex médiahasználati modellben tapasztalhattuk. Míg a Kormányzati buborékba tartozók több mint háromnegyede (76%) úgy gondolja, hogy „ugyanúgy elolvassa a másik oldal híreit”, mint a „saját politikai nézeteihez közel álló híreket”, addig a kritikus buborékban élők körében ezt csak 66 % gondolja magáról – ami persze még mindig háromból kettő embert jelent.

A szegmensek tipikus demográfiai jellemzőit a heti internetezőkhöz viszonyítva kerestük, hogy kiszűrjük a rendszeres internetezőknek a magyar lakossághoz képest eltérő jellemzőit (iskolai végzettségben, gazdasági aktivitásban, életkorban) (10. Ábra).

A *Kormánypárti online hírbuborékban* élők tipikusan vidéki városokban élők, 40-49 évesek, teljes munkaidőben dolgozók, fizikai munkát végzők, házasok. A *Kritikus online hírbuborékban* élők tipikusan 30-49 évesek, szellemi munkát végzők, házasok. A *Kiegyensúlyozott, sok honlapot használók* tipikusan férfiak, Budapesten élők, 50 év felettiak, házasok, szellemi munkát végzők, diplomások. A *Kiegyensúlyozott, átlagos számú honlapot használók* férfiak, teljes munkaidőben dolgoznak, szellemi munkát végzők, legalább érettségivel rendelkeznek. A *Kiegyensúlyozott, kevés honlapot használók* tipikusan 30-39 évesek, házasok.

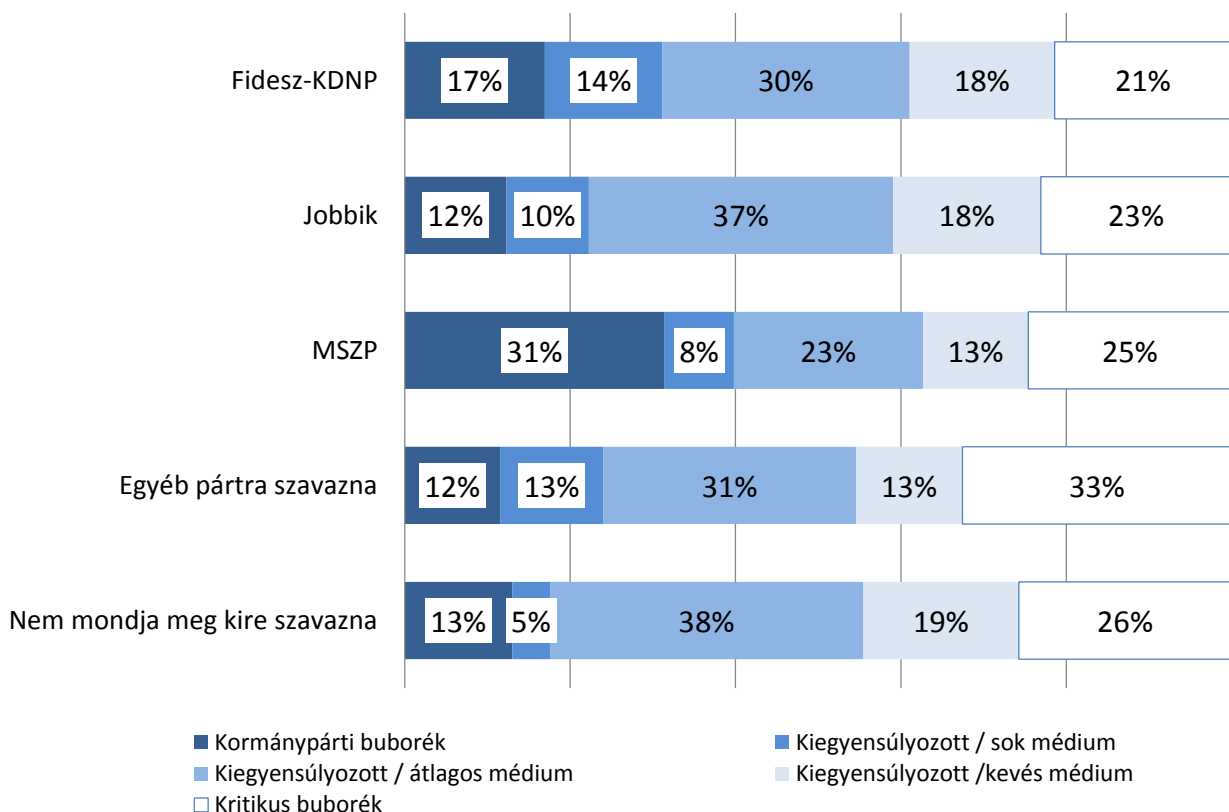
10. ábra – Az online tájékozódási sokszínűség alapján létrehozott csoportok tipikus demográfiai jellemzői



Ha a bevallott pártpreferenciák alapján vizsgáljuk a tájékozódási sokszínűséget (11. ábra), egészen meglepő eredményeket találunk. A híroldalak használatában nincs összefüggés a kormánypártisággal vagy ellenzékiességgel. Az MSZP szavazók körében a legmagasabb a kizárólag kormánypárti híroldalokról történő tájékozódás, aminek a magyarázata az, hogy az Origo.hu kizárólagos látogatása az ő körükben a legmagasabb arányú. Az adatfelvétel 2016 őszén történt, amikor az oldal tulajdonosi köre már megváltozott, azonban ez a honlap-

látogatási szokásokban még nem tükröződött. A csak kritikus honlapokról tájékozódók a nem Fidesz-KDNP / MSzP / Jobbik szavazó, de pártpreferenciával rendelkező csoportban a legnagyobb – ennek a csoportnak egyharmada nem olvas kormánypárti honlapot. De még a Fidesz-KDNP szavazótábor körében is 20 % fölötti azoknak az aránya, akik csak kritikus honlapokat olvasnak.

11. Ábra – A különböző pártpreferenciájú potenciális szavazók megoszlása az online tájékozódási sokszínűség alapján létrehozott csoportok szerint



Bázis: hetente interneten informálódók

A kutatás vizsgálta azt is, hogy az emberek mely médiumhoz fordulnak, ha hiteles, megbízható információhoz szeretnének jutni a magyar politikai, közéleti hírekről. Mindenki két médiumot jelölhetett meg. A heti internetezők körében magasan az RTL Klub a leghitelesebb forrás – 40 %-uk jelölte első vagy második helyen a TV adót. A második leghitelesebb a közszolgálati TV adók – 26 % jelölte ezt a lehetőséget, őket követi a TV2 (20%), origo.hu (16%) és az index.hu (11%).

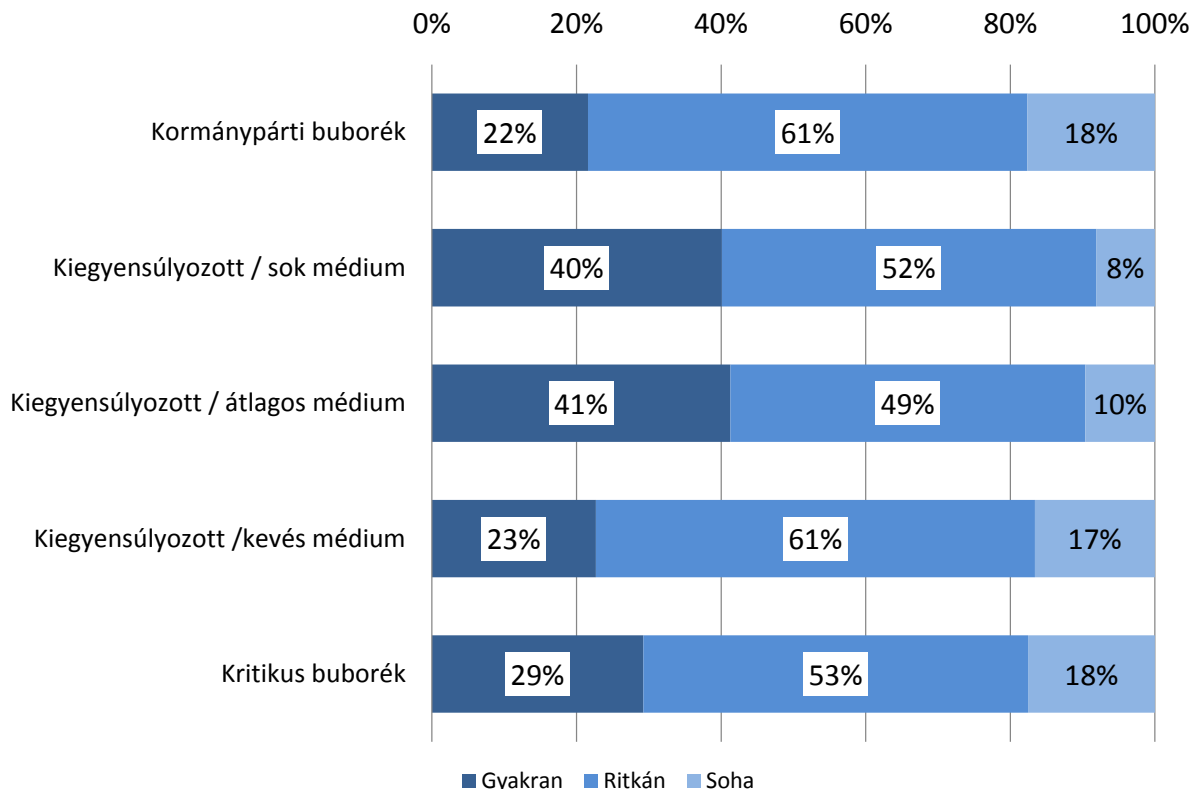
Az online tájékozódási sokszínűségi szegmenseket vizsgálva az RTL Klub jelenik meg első helyen 3 csoportban és a közszolgálati csatornák két csoportban. Négy honlap került be a top5 legmegbízhatóbb forrásba valamelyik szegmensben: az origo.hu, az index.hu, a hir24.hu és a kuruc.info.

12. Ábra – A legmegbízhatóbb hírforrások az online tájékozódási sokszínűség alapján létrehozott csoportokban

Kormánypárti buborék	Kiegyensúlyozott / sok médium	Kiegyensúlyozott / átlagos médium	Kiegyensúlyozott / kevés médium	Kritikus buborék
RTL Klub	Közszolgálati TV adók	Közszolgálati TV adók	RTL Klub	RTL Klub
origo.hu	RTL Klub	RTL Klub	origo.hu	hir24.hu
Közszolgálati TV adók	index.hu	index.hu	Közszolgálati TV adók	Közszolgálati TV adók
TV2	HírTV	origo.hu	TV2	ATV
megyei napilap	origo.hu	hir24.hu	HírTV	kuruc.info

Az online világ megkerülhetetlen helyszíne a Facebook. A Facebook mivel nem szolgáltat saját tartalmat, nem került be a modellbe, azonban sokaknál a politikai tájékozódás egyik fontos forrása. Az online tájékozódási sokszínűségi szegmensek között nincs jelentős különbség Facebook használatban - 70-75%-uk tagja a közösségi hálózatnak. Azonban abban már van eltérés, hogy a különböző csoportok mennyire használják a Facebook-ot politikai, közéleti információszerezésre. A Facebook-on leginkább azok figyelik az ismerőseik által megosztott politikai tartalmakat, akik honlap-használatukban kiegyensúlyozottak és átlagos vagy több honlapról is tájékozódnak.

13. Ábra – Facebook használat, mint közéleti hírforrás gyakorisága



Összegzés

Szeretünk magunkra úgy tekinteni, mint körültekintő, minden oldalt meghallgató, figyelmes emberre. Azonban jelen kutatás is alátámasztja, hogy ha a tényleges viselkedés alapján írjuk le az embereket, jelentős disszonanciát találunk a vélt és valós gyakorlat között. Láttuk, hogy ha a politikai tájékozódást vesszük górcső alá, ma Magyarországon az emberek köze fele nem tájékozódik a másik oldal véleménye által dominált hírforrásokból. Ha mindezt csak az online világban vizsgáljuk, nagyon hasonló képet látunk, azzal a jelentős különbséggel, hogy míg a komplex médiahasználat alapján a kormánypárti hírbuborék a domináns, az online világban a csak kritikus híroldalokról tájékozódók aránya valamivel magasabb, mint a csak kormánypárti híroldalokról tájékozódóké.