



# A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon

## A médiastuktúra átalakulása előtti és az utána következő állapot

A kutatás a Friedrich  
Ebert Stiftunggal  
együttműködve készült



Szakmai partner:  
Medián Közvélemény és Piackutató  
Intézet



Mérték Médiaelemző Műhely  
2016 november

## Tartalom:

A médiastruktúra átalakulása – 3. oldal

Politikai érdeklődés, közéleti tájékozódás – 4. oldal

A közéleti tájékozódás forrásai – 4. oldal

Az internetes tájékozódás alternatív csatornái: facebook, blogok – 5. oldal

Bizalom, hitelesség – 6. oldal

Nyitottság a tájékozódás során – 7. oldal

A teljes kutatási anyag – 9. oldal

A politikai, közéleti tájékozódás feltárását célzó kutatást a Mérték Médiaelemző Műhely megbízásából végezte a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet. Az adatok felvétele személyes megkérdezéssel történt. A kutatás mintája 1200 fő, amely nem, életkor és iskolai végzettség szerint reprezentálja a felnőtt magyarországi népességet.

A kutatás kérdései jórészt a 2014 őszén és 2015 tavaszán végzett hasonló kutatás kérdéseit ismétlik meg, ezért az eredmények bemutatásának fókuszában a változások állnak.

A kutatás a Népszabadság kiadásának felfüggesztése előtt zajlott, a legnagyobb példányszámú politikai napilap megszűnésének hatása még nem regisztrálható az eredményeken.

## A médiastruktúra átalakulása

- A kutatás egyik legfontosabb tanulsága, hogy a tájékozódási, médiafogyasztási szokások meglehetősen állandóak, még a médiastruktúrában, a tulajdoni viszonyokban és ezáltal a tartalomban bekövetkezett változások is alig gyakorolnak hatást a fogyasztásra ilyen rövid távon. A televízióból való tájékozódásra alig voltak hatással az elmúlt időszak változásai, a TV2 nézőinek száma lényegében változatlan; a „közszolgálati” csatornák ugyan veszítettek 5% korábbi nézőt, de nyertek is közel ennyit.
- A Magyar Nemzet elveszítette a változások miatt az olvasótáborának negyedét, de a politikai napilap igen alacsony olvasottsága miatt ez összességében alig látható változás a teljes népességet tekintve (1 százalék).
- A HírTV veszített még kimutatható mértékben közönséget: a válaszadók 3 százaléka válaszolta, hogy korábban nézte, és 5 százalékponttal alacsonyabb a jelenlegi nézők aránya a 2014-15-ben mértnél.
- A tulajdonviszonyok változásának hatásánál a jelek szerint lényegesebb (és gyorsabb) folyamat a nyomtatott sajtótermékek, különösen a politikai napilapok jelentőségének visszaszorulása a közéleti tájékozódásban. A megyei napilapok olvasóinak aránya az elmúlt évben 34-ről 24 százalékra csökkent. Összességében a politikai napilapokból és megyei napilapokból (ide értve a korábbi Metropolt és a jelenlegi Lokált) az elmúlt években még a lakosság 47 százaléka tájékozódott valamilyen gyakorisággal, jelenleg pedig már csak 33 százalékuk. A megyei napilapok olvasóinak megfoghatósága mellett ebben a folyamatban a Metropolisz megszűnése is nagy szerepet játszik, de része a többi napilap ilyen távon nehezen kimutatható, de folyamatos példányszámcsökkenése is.
- A Magyar Idők rendkívül alacsony olvasottsággal lépett be a politikai napilapok piacára, így nem tudta lényegesen befolyásolni ezeket a folyamatokat.
- A megyei lapok közönsége legalább heti rendszerességgel tájékozódik valamely országos médiumból is. A válaszok alapján a megyei lapok olvasói az egyéb médiumok fogyasztásában nem mutatnak érdemi eltérést az átlagos hírfogyasztási szokásoktól. Nem állítható tehát, hogy pusztán a megyei lapok közönsége a megyei lapok esetlegesen egyoldalú tájékoztatásával szemben védtelenek lennének.

## Politikai érdeklődés, közéleti tájékozódás

- Ahogy összességében a médiafogyasztási szokások, úgy a politikai iránti érdeklődés is meglehetősen állandó képet mutat az elmúlt években: egy 10 százalék alatti szűk kisebbség érdeklődik nagyon a közéleti kérdések iránt, a lakosság közel kétharmada közepesen vagy kicsit és közel egyharmad teljesen távol tartja magától a témát.
- A felnőtt népesség kimagasló többsége kevésnek ítéli meg az általa tájékozódásra fordított időt (82 százalék) és 40 százalékuk szerint ez az elmúlt években még csökkent is.
- Ahhoz képest, hogy a felnőtt népesség harmadát egyáltalán nem érdekli a politika saját bevallása szerint, viszonylag alacsonynak tekinthető azok aránya, akik a kutatás során adott válaszaik alapján egyáltalán nem tájékozódnak: 8 százalék. További 14 százalékra jellemző, hogy nem tájékozódik rendszeresen semmilyen forrásból. Figyelemreméltó az egyáltalán nem vagy nem rendszeresen tájékozódók magas aránya a 30 alatti korosztályban (összesen 32 százalék). A fiatalok közélettől való elfordulása, távolmaradása évek óta kimutatható jelenség.
- Nem meglepő módon a pártpreferenciával nem rendelkezők és a saját bevallásuk szerint a politika iránt csak kicsit vagy egyáltalán nem érdeklődők körében az átlagosnál jóval magasabb arányban találjuk azokat, akik nem fordítanak időt arra, hogy politikai, közéleti eseményekről tájékozódjanak.

## A közéleti tájékozódás forrásai

- A televízió dominanciája a közéleti tájékozódás terén töretlen, de a nyomtatott sajtótermékeket és a rádiót már egy ideje megelőzi az internet is ezen a területen. Az internet a 18-29 évesek csoportjában megközelíti, de nem éri el a televízió jelentőségét: az internetet az átlagosnál magasabb (44%), a televíziót pedig alacsonyabb arányban (53%) használják tájékozódásra.
- Még az internethasználók körében is megfigyelhető a televízió kiemelkedő szerepe: ebben a csoportban a televíziót 88 százalék, az internetet pedig 75 százalék használja valamilyen gyakorisággal tájékozódásra.
- A televízió kizárólagossága a közéleti, politikai tájékozódásban az időseknél (60 éven felüliek) és a legfeljebb 8 általános iskolai osztály végzettséggel rendelkezőknél gyakori jelenség (18, illetve 24 százalék az egyes csoportokban).
- Kizárólag internetről nagyon kevesen tájékozódnak, ők elsősorban a legfiatalabb, 30 év alatti korcsoportból kerülnek ki (6 százalék).
- A televízió tájékozódásban betöltött szerepe alapján nem meglepő, hogy a legtöbben ettől a médiumtípustól válnának meg legnehezebben, de igen magas azok aránya, akik szerint, ha csak egy típusból lehet tájékozódni, akkor az internet bizonyul a legfontosabbnak.
- A televíziókon belül jóval nagyobb a ragaszkodás a kereskedelmi csatornákhöz, mint a közszolgálatihoz (48 vs. 8 százalék).
- A televízióból történő tájékozódás új területe a sportcsatornákon megjelenő egyperces híradók, amelyeknek azért szenteltünk figyelmet a kutatásban, mert a nagy sportesemények (foci EB, olimpia) idején rendkívül széles tömegeket tudtak elérni. A kutatás tanulságai szerint a felnőtt lakosság 59 százaléka szokott látni egyperces híradókat sportcsatornákon. Körükben egyharmad azok aránya, akiket zavar és kétharmad azoké, akiket inkább nem zavar a jelenség.

A kormánypárti szavazókat zavarja legkevésbé, de viszonylag alacsony az érzékenység az ellenzéki szavazók körében is.

- A kutatásban megismert fogyasztási szokásokból kiindulva tájékozódási csoportokat, klasztereket azonosítottunk a politikai, közéleti témában tájékozódók körében. Ennek tanulsága, hogy van egy igen széles, rendkívül szűk körűen tájékozódó, a tájékozódók csoportjának 46 százalékát kitevő réteg, amelynek médiafogyasztásában a televíziónak van a legnagyobb szerepe. Szintén viszonylag széles réteget jellemez az internetközpontú tájékozódás (36 százalék). Csaknem 10 százalék rendkívül széles körűen, hangsúlyosan mégis rádióból tájékozódik – feltehetően autóban, illetve más tevékenységek háttértevékenységeként –, és egy ugyanekkora csoport információszerzésében játszanak kiemelkedő szerepet a politikai napilapok.
- Az első, a szűk körű tájékozódással jellemezhető csoportba az idősek és alacsony végzettségűek rendkívül magas hányada tartozik (66, illetve 74 százalék), tehát éppen az a csoport, amelyre eleve a tájékozódás is az átlagosnál kevésbé jellemző.
- Az internetközpontú tájékozódás leginkább a fiatalokat jellemzi, de a középkorúak és a fiatalok közötti különbségnél jóval hangsúlyosabb a legidősebb (60 év feletti) korosztály lemaradása. A magas iskolai végzettség is az internetre fókuszáló tájékozódásnak kedvez, a diplomások körében többségben vannak (52 százalék) az ebbe a tájékozódási csoportba tartozók.
- A széles körűen, de hangsúlyosan rádióból tájékozódók és a politikai napilapokhoz kötődők csoportja ugyancsak a diplomások körében jelentősebb az átlagosnál.
- A válaszadók pártpreferenciája a tájékozódási csoportokkal annyiban van összefüggésben, hogy a különböző pártok szavazóinak átlagos életkora igen eltérő, így az életkor hatása megmutatkozik a különbségekben: a Jobbik szavazói például az átlagosnál magasabb arányban találhatók meg az internetközpontú fogyasztással jellemezhető csoportban. Fontos még kiemelni, hogy a párt nélküliek 60 százaléka a szűk körű, leginkább televíziós fogyasztással jellemezhető csoportba tartozik.

## Az internetes tájékozódás alternatív csatornái: facebook, blogok

- A facebook-használók aránya nem változott lényegesen az elmúlt évben: a két százalékpontos növekedés nem tekinthető szignifikánsnak. Továbbra is nagyon karakteresen határozza meg a jelenlétet a közösségi oldalon az életkor, és ennél valamivel kevésbé erősen, de szintén határozottan az iskolai végzettség.
- Enyhén nőtt az elmúlt évben a facebook-ot tájékozódásra, közéleti információszerzésre használók aránya. Ennek eredményeképpen ma a felnőtt népesség 36%-a, a facebook-ozók 74 százaléka használja valamilyen gyakorisággal közéleti információk szerzésére a közösségi oldalt.
- A szavazói csoportok közül a Jobbik-szavazók körében volt kimagasló az elmúlt években a facebook-jelenlét. Ez a különbség mára lényegében eltűnt. A különböző életkori csoportokon belül sem kimagasló a jobbikosok facebook-aktivitása, tehát nem a szavazói csoport esetleges átrendeződése magyarázza a változást. Inkább arról lehet szó, hogy a Jobbik egyre kevésbé van kiszorítva a fontosabb médiumokból, egyre kevésbé szorul ki a facebook-ra.
- Akárcsak magánál a facebook-használtnál, a facebook-on történő tájékozódásnál is megfigyelhető, hogy a korábbi évekkel szemben már nem emelkedik ki a Jobbik-szavazók

aktivitása a többi szavazói csoporthoz képest. Jelenleg az ellenzéki szavazókra általában igaz, hogy magasabb arányban tájékozódnak a facebook-on, mint a kormánypárti szavazók és a párt nélküliek.

- Nem változott az elmúlt évben a politikai, közéleti témájú blogokat olvasók aránya. A blogolvasás az internethasználat elterjedtségével összefüggésben az átlagnál jóval kevésbé jellemző az idősekre és alacsony iskolai végzettségűekre. Amennyiben az internethasználók körében vizsgáljuk ennek a két csoportnak a hátránya jóval kevésbé szembetűnő, de fennmarad, tehát a műfaj önmagában jobban vonzza a fiatalokat és magas végzettségűeket.

## Bizalom, hitelesség

- A felnőtt népesség többsége (57 százalék) elégedetlen a tájékozódási lehetőségekkel, úgy gondolja, hogy az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap. Ez pedig jelenleg a válaszadók kétharmada szerint a Fidesz álláspontjának a túlzottan hangsúlyos megjelenéséhez vezet. Figyelemreméltó, hogy még a kormánypárt szavazói körében is többségben vannak azok, akik szerint a Fidesznek van jelenleg nagyobb befolyása a médiában. A közbeszédben ma is fel-felbukkanó „baloldali liberális médiatúlsúly” helyett a közönség egyértelműen kormánypárti médiatúlsúlyt érzékel.
- Csak a kormánypárti szavazók között vannak többségben azok, akik elégedettek a tájékozódási lehetőségekkel, de még körükben is csak 56 százalék vélekedik így. Az ellenzéki szavazók igen kritikusak: a Jobbik nélküli ellenzék táborának 77 százaléka, a Jobbik-szavazók 70 százaléka szerint elfogult a média.
- A nagyarányú elégedetlenség ellenére elmondható, hogy a „közzolgálati” televíziók hitelessége még ma is igen magas a válaszadók szemében. Spontán említette az összes megkérdezett 33, a széles körben tájékozódók 44 százaléka, mint leginkább megbízható, hiteles forrást. Még az ellenzéki szavazók között is viszonylag magas a közmédia megbecsültsége információforrásként. Úgy tűnik, a „közzolgálati” jelleg a tájékoztatási tevékenységgel kapcsolatos erőteljes kritikák ellenére is nagyon komoly hitelességnövelő tényező, illetve a televízió mint médium jelentős hitelesítő erővel rendelkezik.
- A hitelességi listát a teljes népesség körében az RTL Klub vezeti. Ez annyiban nem meglepő, hogy a hitelesség kérdése szorosan összefügg a tájékozódásban betöltött szereppel: a válaszadók jelentős hányada azokat a forrásokat jelölte meg hitelesként, amelyeket ő maga használ, az RTL Klub pedig a legszélesebb körben használt információforrás. Az RTL Klub az elmúlt időszakban maga is tudatosan erősített a közéleti tájékoztatásban betöltött szerepét. Érdekeség viszont, hogy a TV2 jelentősen elmarad mögötte és meg is előzik a „közzolgálati” csatornák.

## Nyitottság a tájékozódás során

- A lakosság negyedére jellemző, hogy saját bevallása szerint a saját politikai nézeteihez közel álló hírforrásokat, véleményeket keresi a tájékozódása során. A válaszok alapján a többség elolvassa, meghallgatja a másik oldal híreit, véleményeit is. A saját bevallásuk szerint egyoldalúan tájékozódók aránya csökkent az elmúlt évben: 2014-15-ben 31 százalék volt.
- A kormánypárti szavazók a válaszaik alapján kevésbé ragaszkodnak a saját oldaluk álláspontjához. Leginkább a Jobbik-szavazókra jellemző, hogy azokat a tartalmakat keresik, amelyek megerősítik a világnézetüket, véleményüket.
- A rendelkezésünkre álló adatok lehetővé teszik, hogy utánajárjunk, valóban széles körben szerez-e információkat a többség. A kutatás során vizsgált médiumokat statisztikai módszerrel politikai oldalakhoz soroltuk. Ehhez azt vizsgáltuk, hogy szignifikánsan magasabb arányban fogyasztója-e valamelyik szavazói csoport az adott médiumnak. Ezek után megvizsgáltuk, hogy a válaszadók milyen oldalhoz közel álló tartalmakat fogyasztanak. Ennek tanulsága, hogy összesen 31 százaléknál sikerült kimutatni, hogy különböző politikai oldalakhoz sorolható médiumokból tájékozódik: 9 százalék mind kormánypárti, mind baloldali/liberális, mind radikális jobboldali; 20 százalék kormánypárti és baloldali/liberális; 2 százalék pedig kormánypárti és jobboldali radikális forrásokból is tájékozódik. Minden oldal véleményét a konkrét médiumok vizsgálata alapján tehát csupán a lakosság 9 százaléka követi.
- A felnőtt népesség több, mint ötödére jellemző, hogy csak kormánypárti forrásból tájékozódik, a vizsgált forrásokból nem tájékozódókon kívül ez a legnagyobb csoport. A csak kormánypárti médiumból tájékozódók csoportja valószínűleg köszönheti a számosságát annak, hogy a közmédiát a fenti módszer alapján kormánypárti médiumként azonosítottuk, így azok a rétegek, amelyeknek a tagjai elsősorban ehhez az információforráshoz férnek hozzá, szükségképpen az egyoldalúan tájékozódók csoportját gyarapítják.
- Azt láthattuk, hogy a Fidesz-szavazók saját bevallásuk szerint nyitottabbak, mint az ellenzéki szavazók. A ténylegesen olvasott, hallgatott, nézett információforrások azonban cáfolják ezt az összefüggést. A jelek szerint a kormánypárti szavazók igen nagy hányada (36 százalék) csak kormánypárti forrásból tájékozódik, miközben a baloldali ellenzéki szavazók körében csak 14 százalék a saját oldal hírforrásaira korlátozódó tájékozódás, a Jobbik-szavazóknak pedig mindössze 7 százaléka keresi egyoldalúan a jobboldali-radikális médiumokban az információkat, véleményeket.
- A kutatás kitért arra a kérdésre is, hogy a hírek, tudósítások és a vélemény jellegű tartalmak közül melyek a népszerűbbek. Ennek tanulsága szerint kimondottan a véleményeket a lakosság nagyon kis hányada preferálja (5 százalék); a többség inkább a híreket, tudósításokat (48 százalék), illetve mindkét típusú tartalmat (42 százalék) keresi. Sem a szocio-demográfiai különbségek, sem a pártpreferencia mentén nem különböznek lényegesen a válaszadók ezen a téren. A különböző korcsoportba tartozók között figyelhetünk meg szignifikáns különbséget, a fiatalok és az idősek a középkorúakhoz képest jobban ragaszkodnak a hírekhez a véleményekkel szemben.

A kutatás összességében azt mutatja, hogy a hírfogyasztási szokások viszonylag rugalmatlanok a médiakörnyezetet, a médiatulajdonosi hátteret, sőt a hírszolgáltatás minőségét érintő változásokkal szemben. A televízió a közönség információkkal való elérésének még mindig a kimagaslóan legfontosabb eszköze, amit a közönség, legyen szó kereskedelmi vagy közszolgálati televízióról,

egyúttal a leghitelesebb médiumnak is tart. A nyomtatott sajtó tájékoztatói forrásként folyamatosan veszít a jelentőségéből, az online média a második legfontosabb hírforrásként stabilizálódott. A Mediaworks felvásárlása kapcsán a figyelem középpontjába került megyei lapok továbbra is a legnagyobb elérésű hírforrások a nyomtatott sajtón belül, de fogyasztóik az átlagosnál nem kevésbé széles egyéb tájékoztatói forrásokat vesznek igénybe. A kutatás talán legmeglepőbb eredménye a közszolgálati média jelentős szerepe és viszonylag magas hitelessége a hírforrások között, amit a közmédia tájékoztatói tevékenységéről készült tartalomelemzések nem igazolnak.



# **A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon**

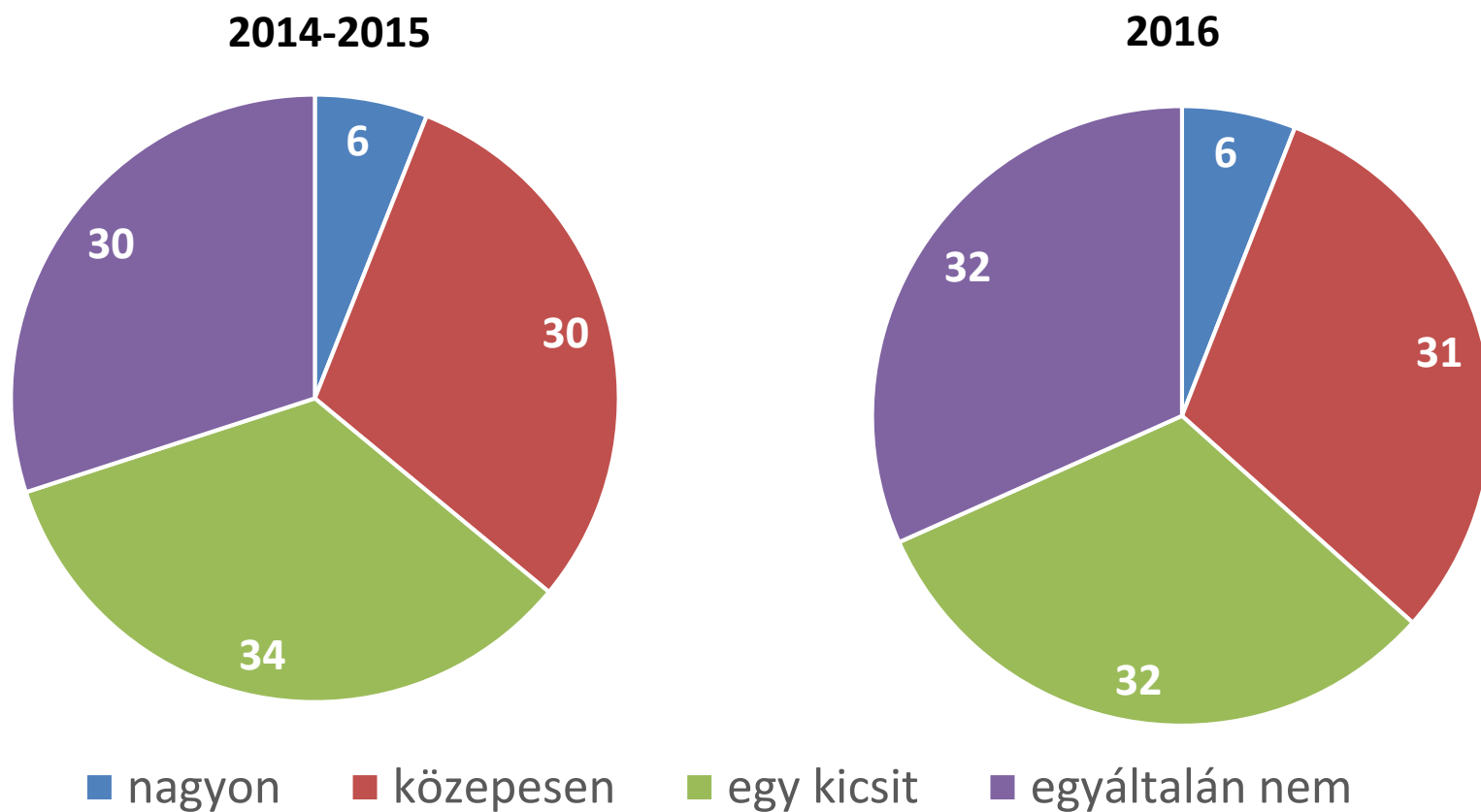
**A médiastuktúra átalakulása előtti és az utána  
következő állapot**

**2016. november 25.**

# Módszertan

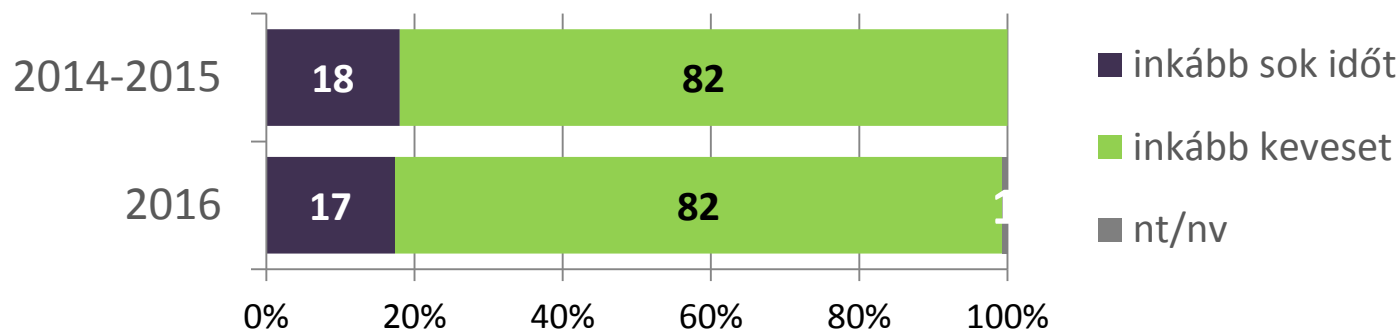
- A kutatást a **Mérték Médiaelemző Műhely megbízásából a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet végezte** személyes megkérdezéssel, 1200 fős mintán. A minta a súlyozás után tükrözi a 18 éves és idősebb magyarországi népesség összetételét.
- **Az adatfelvétel ideje:** 2016. szeptember 9-13.
- A kutatás részben megismételte a 2014-ben és 2015-ben elvégzett felmérés kérdéseit.
- **Statisztikai hibahatár:** a teljes mintát tekintve +/-3 százalékpont, a kisebb részcsoporthok esetében ennél nagyobb.

# Mennyire érdekli Önt a politika?

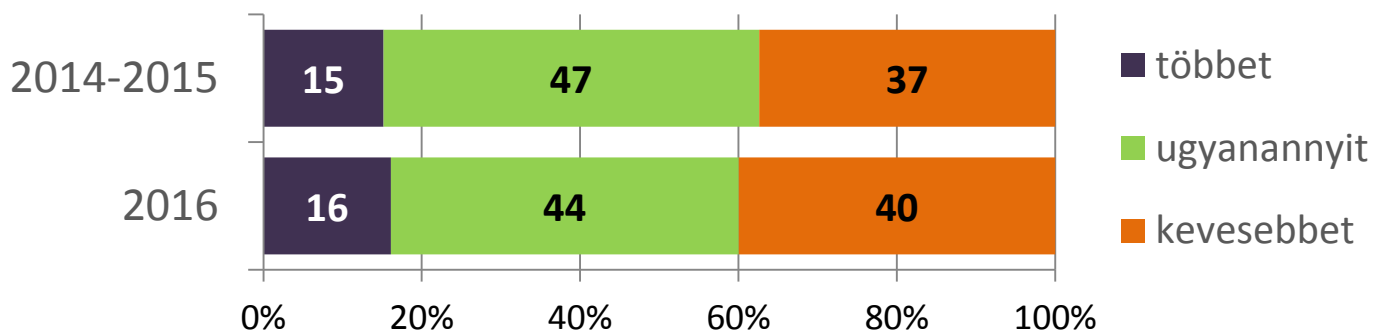


Nem történt érdemi változás az elmúlt évben a lakosság politikai érdeklődésében. Továbbra is egy szűk kisebbség érdeklődik nagyon a politika iránt, a közepesen és kicsit érdeklődők, valamint az egyáltalán nem érdeklődők aránya pedig 30% körül alakul.

## Mit mondana, mennyi időt fordít politikai-közületi tájékozódásra? a teljes népesség százalékában



## Ha a néhány évvel ezelőttihez\* viszonyítja, most mennyi időt fordít politikai-közületi tájékozódásra? a teljes népesség százalékában

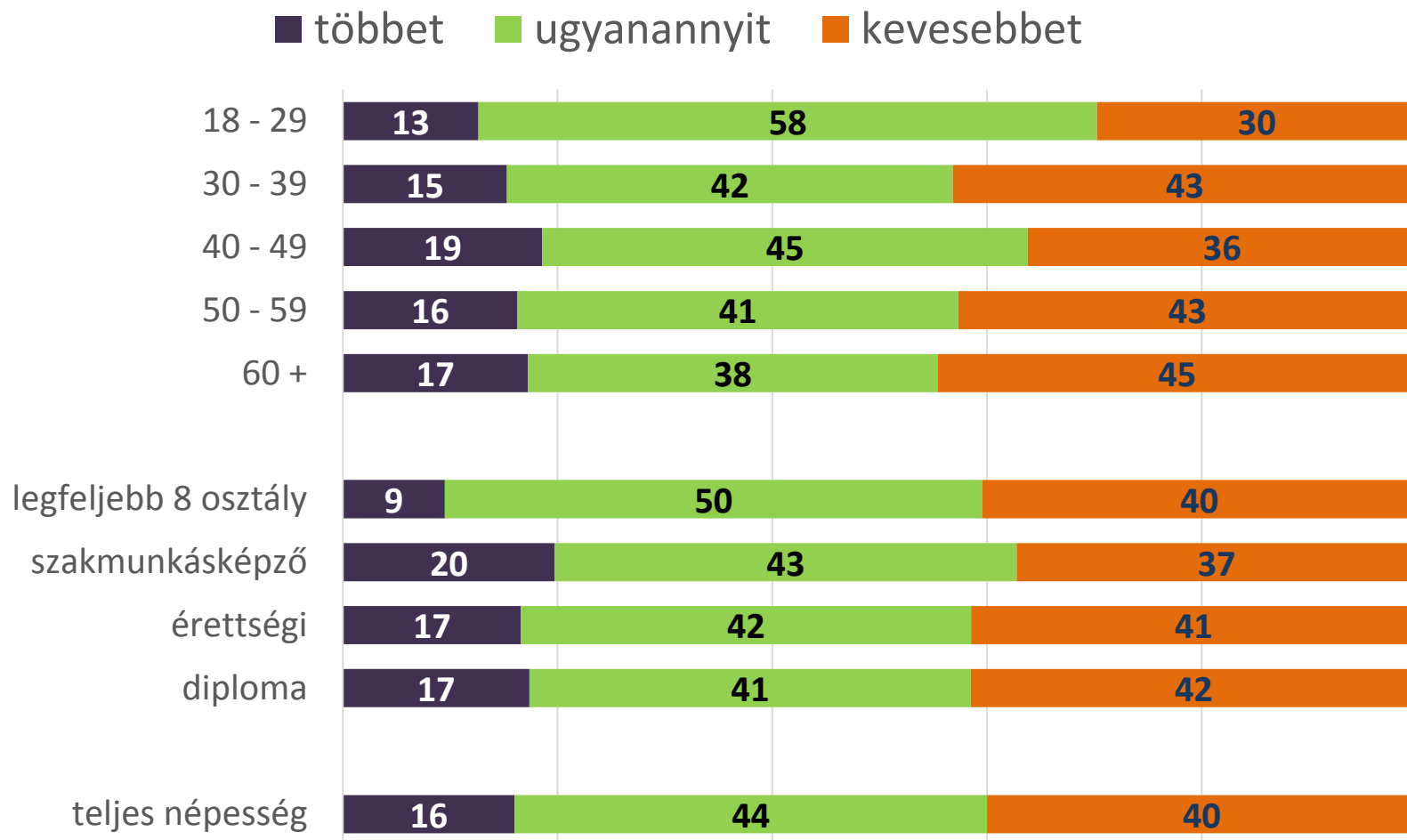


Ugyancsak nem történt átrendeződés a tájékozódásra fordított, szubjektíven értékelt időben, és abban, hogy hogyan értékelik a válaszadók a tájékozódásra fordított idő változását az elmúlt években.

\*2014-15-ben: „Ha az öt évvel ezelőttihez viszonyítja...”

# Ha a néhány évvel ezelőttihez viszonyítja, most mennyi időt fordít politikai-közüéleti tájékozódásra?

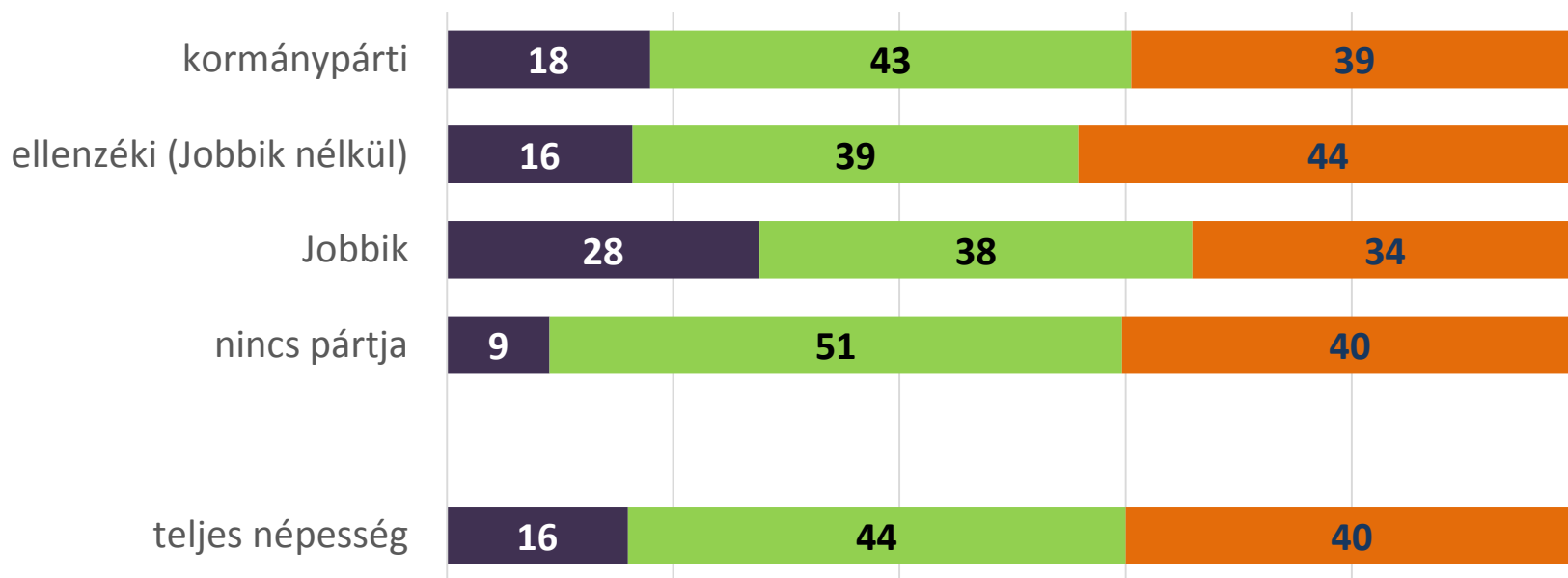
életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában



# Ha a néhány évvel ezelőttihez viszonyítja, most mennyi időt fordít politikai-közéleti tájékozódásra?

politikai hovatartozás szerint, a teljes népesség százalékban

■ többet ■ ugyanannyit ■ kevesebbet

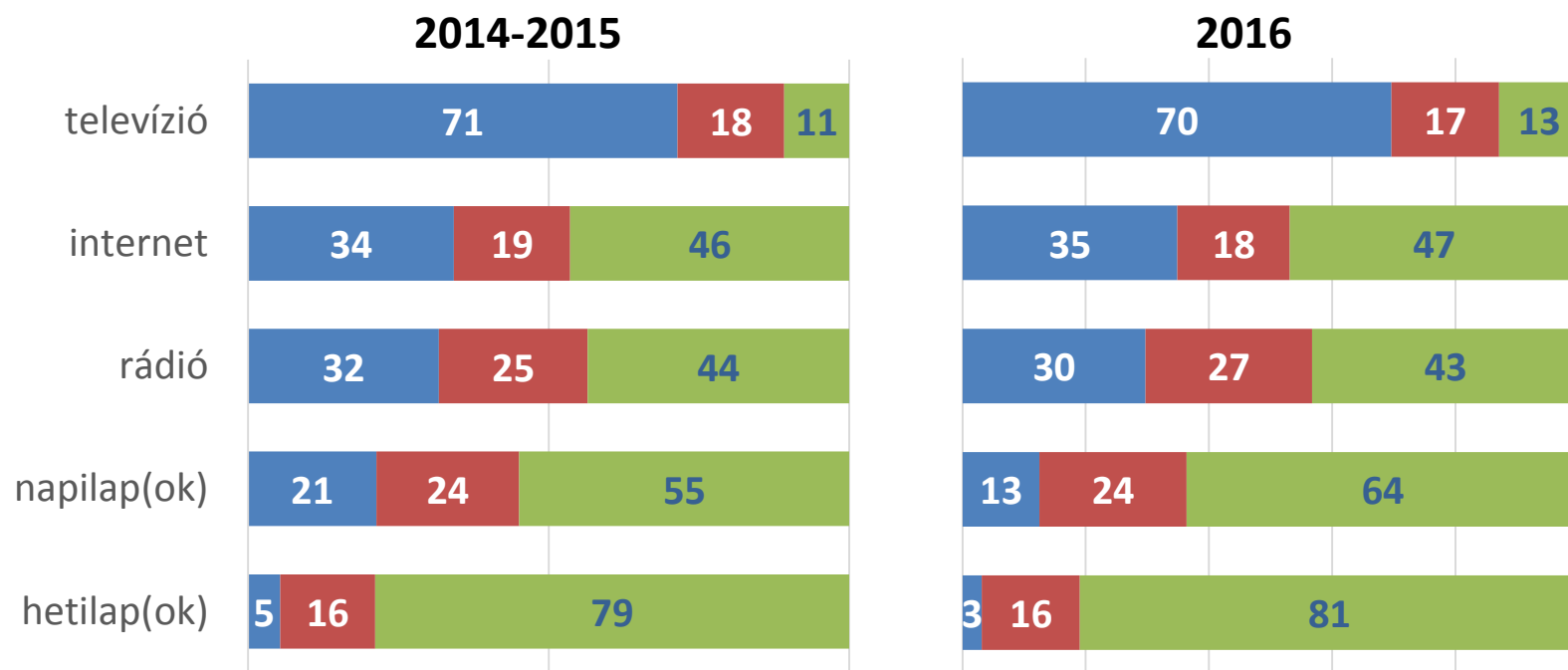


A Jobbik-szavazók az átlagot jelentősen meghaladó arányban érzik úgy, hogy jelenleg többet tájékoznak, mint néhány évvel ezelőtt. Ezt csak részben magyarázza a párt szavazóinak átlagosnál alacsonyabb életkora; inkább arról lehet szó, hogy a jelenlegi nagyon aktívnak értékelt tájékozódást írják le a kérdésre adott ilyen válaszok.

# Amikor Ön politikai, közéleti ügyekben tájékozódik, milyen hírforrásokat használ rendszeresen?

a teljes népesség százalékában

■ rendszeresen ■ alkalmanként ■ soha



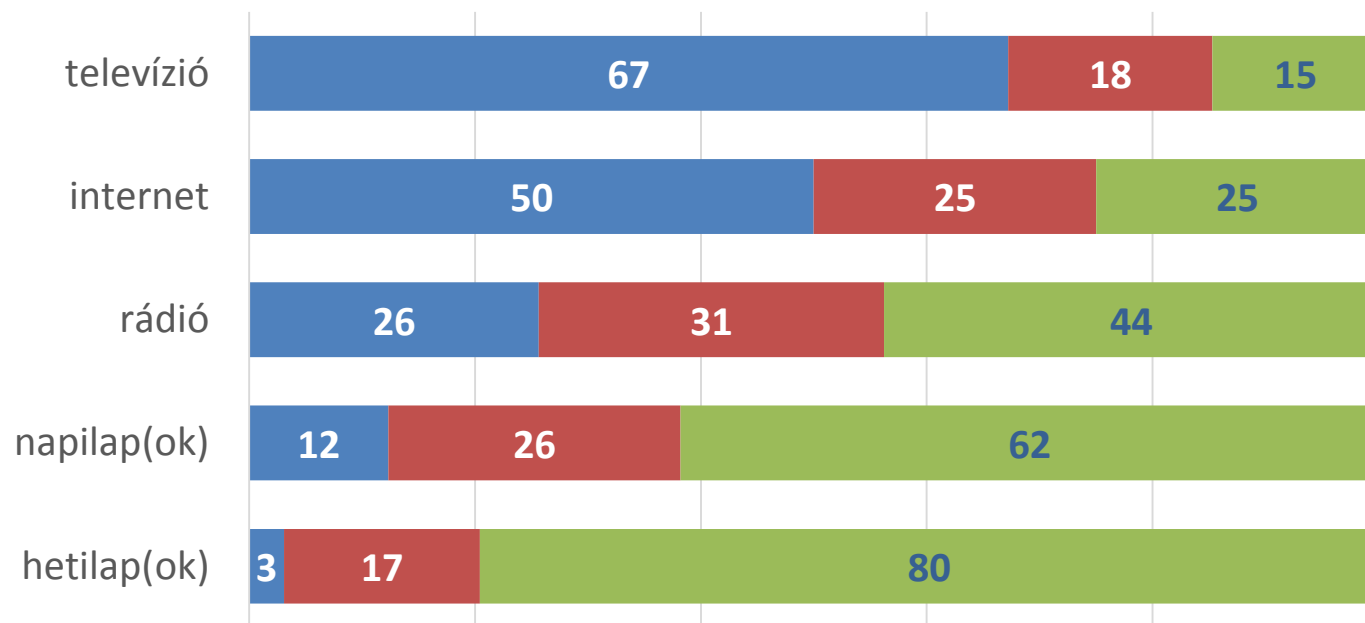
A televízió dominanciája továbbra is töretlen, de a nyomtatott médiát és a rádiót maga mögé utasítja az internet a tájékozódás terén. Az internet szerepe nem lett nagyobb az elmúlt évben, viszont feltűnő a napilapok jelentőségének további visszaszorulása.

Az internet a 18-29 évesek csoportjában megközelíti a televízió jelentőségét: az internetet az átlagosnál magasabb (44%), a televíziót pedig alacsonyabb arányban (53%) használják tájékozódásra.

# Amikor Ön politikai, közéleti ügyekben tájékozódik, milyen hírforrásokat használ rendszeresen?

az internetezők százalékában

■ rendszeresen ■ alkalmanként ■ soha



A televízió az internethasználók körében is megelőzi az internetet a tájékozódásban betöltött szerepét tekintve, bár a különbség jóval csekélyebb, mint a teljes népesség körében.

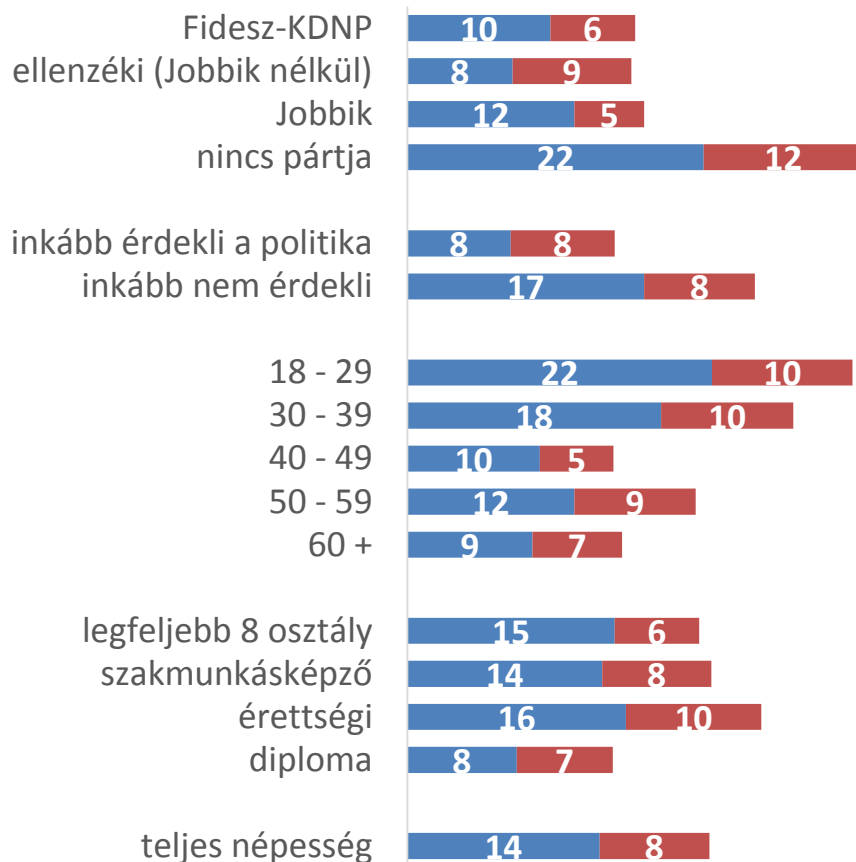


# A nem tájékozódók összetétele 1.

életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában

■ nem tájékozódik rendszeresen

■ egyáltalán nem tájékozódik



Továbbra is feltűnő a nem tájékozódók magas aránya a fiatalok között. A pártpreferenciával rendelkezők a választott párttól függetlenül tájékozódnak, a párt nélküliek között viszont igen magas a rendszeresen nem tájékozódók aránya.

# Csak televízióból, illetve csak internetről tájékozódók életkor és iskolai végzettség szerint a teljes népesség százalékában



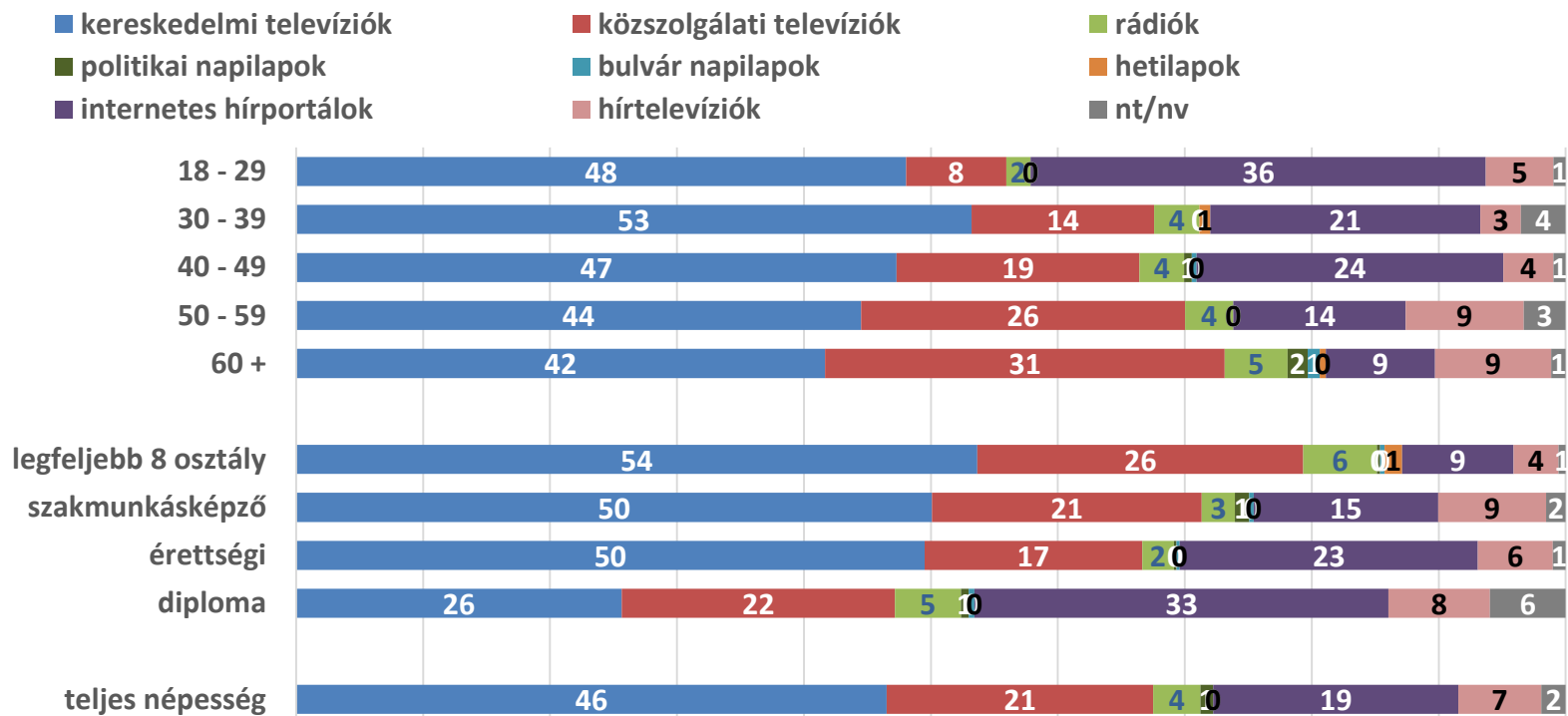
Csak televízióból továbbra is jellemzően az idősek és az alacsony végzettségűek tájékozódnak. Összességében nem jellemző a csak internetről történő tájékozódás (3%), még leginkább a fiatalok és a magas végzettségűek körében fordul elő, de ezekben a csoportokban sem ér el magas arányt.

# Csak televízióból, illetve csak internetről tájékozódók tájékozódók pártpreferencia és politikai érdeklődés szerint a teljes népesség százalékában



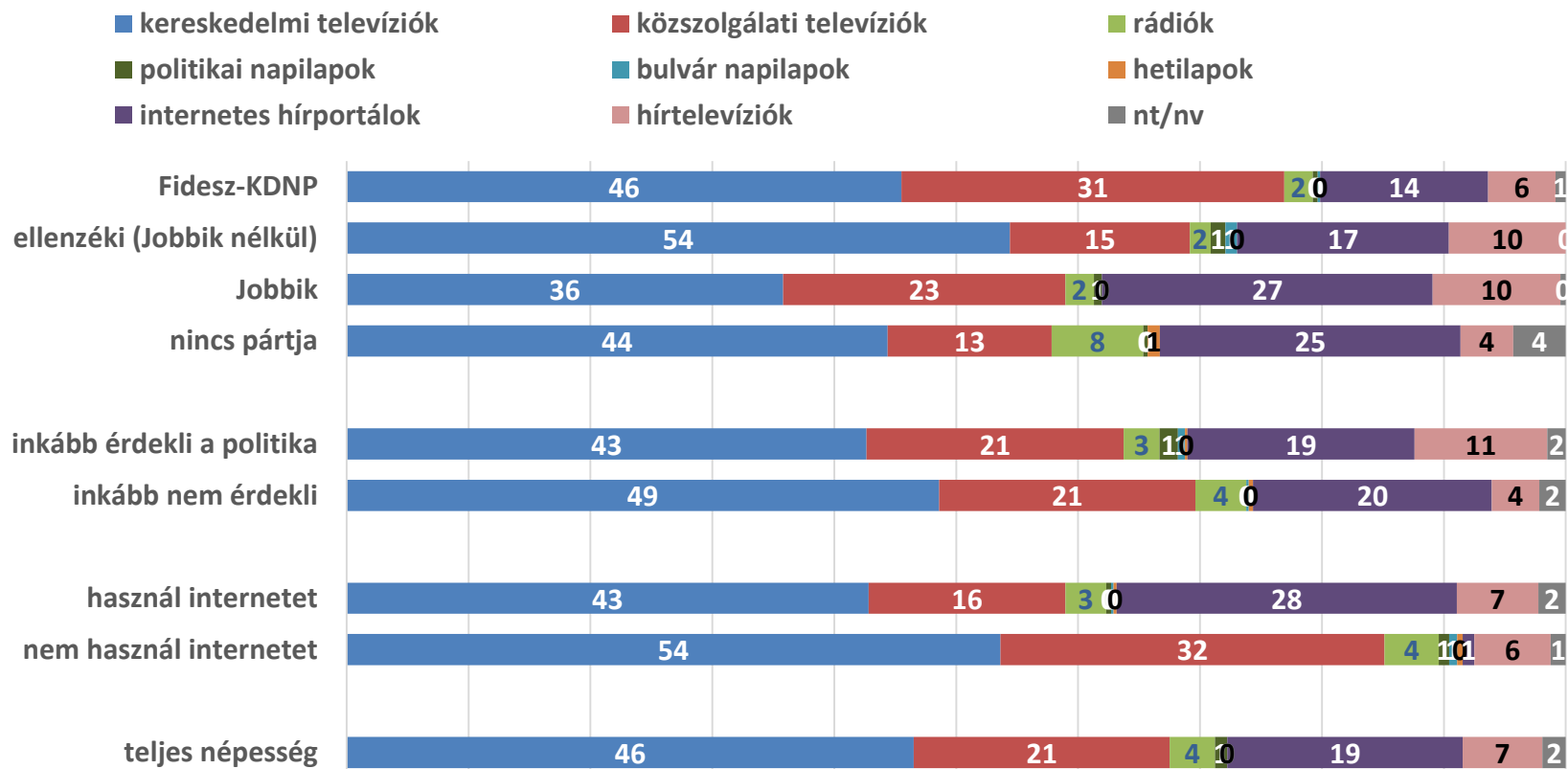
A politikailag inaktívak, nem érdeklődők és a párt nélküliek – az iskolai végzettséggel összefüggésben – jellemzőbben tájékozódnak csak televízióból. A pártpreferenciával nem rendelkezők körében az átlagnál magasabb a csak internetről tájékozódók aránya is: összességében tehát körükben jellemzőbben fordul elő az egyfajta forrásból történő tájékozódás.

# Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódhatna, a kártyán felsoroltak közül melyiket választaná?



A televízió tájékozódásban betöltött szerepét ismerve nem meglepő, hogy a legtöbben ettől a médiumtípustól válnának meg legnehezebben, de igen magas azok aránya, akik szerint, ha csak egy típusból lehet tájékozódni, akkor az internet bizonyul a legfontosabbnak. Természetesen a fiatalokra jellemző leginkább az internethez való ragaszkodás, az idősebbek pedig a hagyományos forrásokat, elsősorban a televíziót preferálják. A diplomások körében az internet megelőzi a kereskedelmi televíziókat; a diplomás fiatalok körében pedig teljes mértékben az előbbi dominál (65% a 16%-kal szemben).

# Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódhatna, a kártyán felsoroltak közül melyiket választaná



A televízió a kormánypárt szavazói számára kiemelkedően fontos, a közszolgálati televíziókat az átlagnál magasabb arányban választanák egyedüli információforrásként, miközben az internetet az átlagosnál valamivel alacsonyabb arányban tartják fontosnak. Kiemelkedően fontos az internet a Jobbik-szavazók számára a csoport életkorával is összefüggésben.

# A kereskedelmi televíziók választását meghatározó tényezők\*

önálló hatással  
rendelkező tényezők:

Megmagyarázott hányad: 25%

Életkor ( $\beta=-0,193$ ) (! negatívan függ össze)

Internethasználat ( $\beta=-0,152$ ) (! negatívan függ össze)

Iskolai végzettség ( $\beta=-0,132$ ) (! negatívan függ össze)

Jobbikon kívüli ellenzék szavazója ( $\beta=0,095$ )

Jobbik-szavazó ( $\beta=-0,063$ ) (! negatívan függ össze)

önálló hatással nem  
rendelkező tényezők:

Kormánypárti szavazó

Politikai érdeklődés

A kereskedelmi televíziók egyetlen médiumtípusként történő választásával önállóan (a többi tényezőtől függetlenül) elsősorban az életkor, az internethasználat és az iskolai végzettség függ össze: minél idősebb valaki, és minél magasabb az iskolai végzettsége annál kevésbé ragaszkodik a kereskedelmi televízióhoz; az internetet nem használók jobban kötődnek hozzá. Ezen kívül még valószínűsíti ennek a médiumtípusnak a választását az, ha valaki a Jobbikon kívüli ellenzéki pártok szavazója, miközben a Jobbik-szavazók a többi csoportnál kisebb valószínűséggel preferálják a kereskedelmi televíziókat.

\*A két legnagyobb típus (a kereskedelmi televíziók és az internet) választását lineáris regresszió módszerével vizsgáltuk, annak érdekében, hogy megértsük, a különböző társadalmi, demográfiai tényező, pártválasztás és politikai érdeklődés egymástól függetlenül milyen hatással vannak a médiumtípusok kiválasztására.

# Az internet választását meghatározó tényezők\*

önálló hatással  
rendelkező tényezők:

Megmagyarázott hányad: 36%

Internethasználat ( $\beta=0,241$ )

Kormánypárti szavazó ( $\beta=-0,126$ ) (! negatívan függ össze)

Iskolai végzettség ( $\beta=0,096$ )

Életkor ( $\beta=-0,077$ ) (! negatívan függ össze)

Jobbikon kívüli ellenzék szavazója ( $\beta=-0,075$ ) (! negatívan függ össze)

önálló hatással nem  
rendelkező tényezők:

Jobbik-szavazó

Politikai érdeklődés

Az internet egyetlen médiumtípusként választását értelemszerűen legerősebben az internethasználat határozza meg önállóan (a többi tényező hatását kiszűrve). Emellett jellemző, hogy a kormánypárti szavazók és a Jobbikon kívüli ellenzék támogatói a többi szavazói csoportnál kevésbé választják jellemzően, ahogy az idősekre és az alacsony végzettségűekre sem jellemző az internet preferálása az információforrások között.

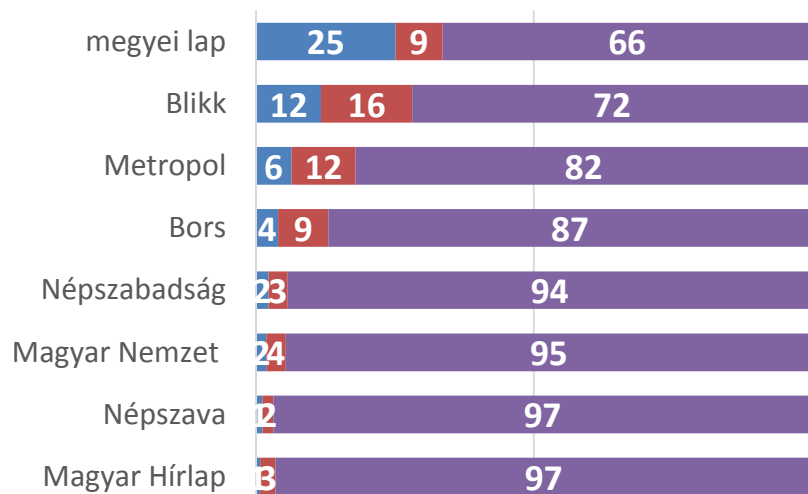
\*A két legnagyobb típus (a kereskedelmi televíziók és az internet) választását lineáris regresszió módszerével vizsgáltuk, annak érdekében, hogy megértsük, a különböző társadalmi, demográfiai tényező, pártválasztás és politikai érdeklődés egymástól függetlenül milyen hatással vannak a médiumtípusok kiválasztására.

# Politikai-közéleti tájékozódás napilapokból

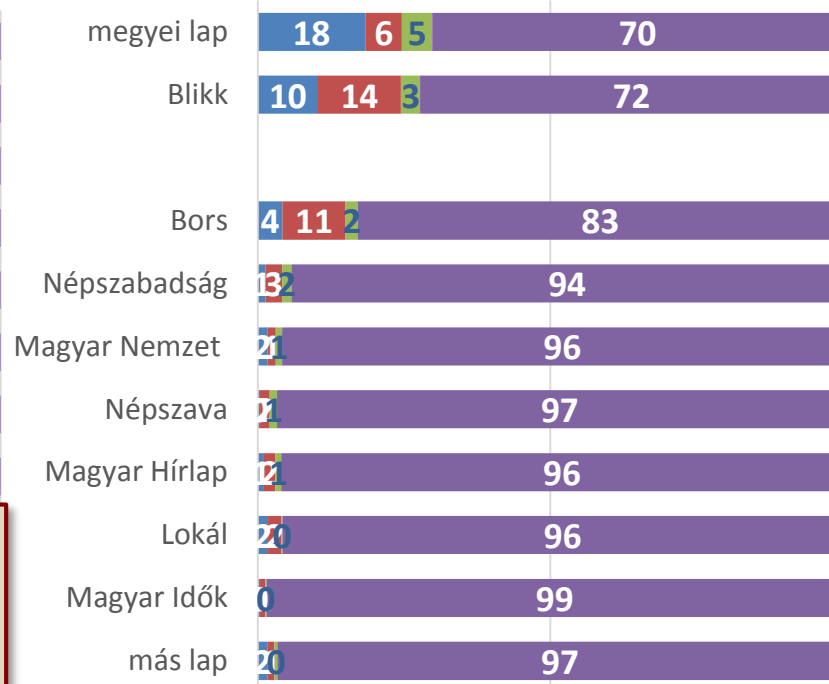
## a teljes népesség százalékában

■ legalább hetente ■ legalább havonta ■ korábban rendszeresen olvasta ■ soha

2014-2015



2016



A napilapok szerepének visszaszorulása leginkább a megyei napilapoknál mutatható ki, tehát a nyomtatott sajtó jelentőségének csökkenése legalább annyira meghatározó a változásokban, mint a médiapiac ártrendeződése. Megyei lapokat elsősorban az idősebb korosztály olvas (a 18-29 éveseknek csak 14%-a veszi a kezébe legalább havonta), így a jövőben további visszaszorulása várható.

A Metropol megszűnése ugyancsak hatással lehet összességében a napilapokból tájékozódók arányának csökkenésére. A Magyar Nemzettől a teljes népességnek csak 1 százaléka fordult el, ez viszont az olvasók arányában igen nagy veszteséget jelent. **Egyelőre nagyon alacsony olvasottsággal lépett be a piacra a Lokál és a Magyar Idők.**



# Politikai-közéleti tájékozódás napilapokból

pártpreferencia szerint, %

	kormánypárti	ellenzéki (Jobbik nélkül)	Jobbik	nincs pártja
Blikk	28%	28%	25%	18%
megyei napilapok	29%	18%	29%	20%
Bors	17%	15%	18%	11%
Lokál	3%	10%	4%	1%
Népszabadság	2%	13%	1%	2%
Magyar Nemzet	3%	5%	3%	1%
Magyar Hírlap	4%	2%	3%	1%
Népszava	1%	7%	1%	0%
Magyar Idők	2%	1%	2%	0%

A bulvárlapokat pártpreferenciától függetlenül olvassák a napilapokból tájékozódók, a politikai napilapok esetében viszont (a legkisebbek kivételével) jól kimutatható összefüggéseket láthatunk: a Népszabadságot elsősorban a Jobbikon kívüli ellenzék szavazói olvasták és ők olvassák kimagasló arányban a Népszavát is. A Magyar Nemzet láthatóan elveszítette a karakterét ebben az értelemben, az átalakulás valószínűleg még folyamatban van, jelenleg egyik szavazói csoport sem kötődik hozzá.

# A megyei lapok olvasótáborának tájékozódása

az érintett népesség százalékában

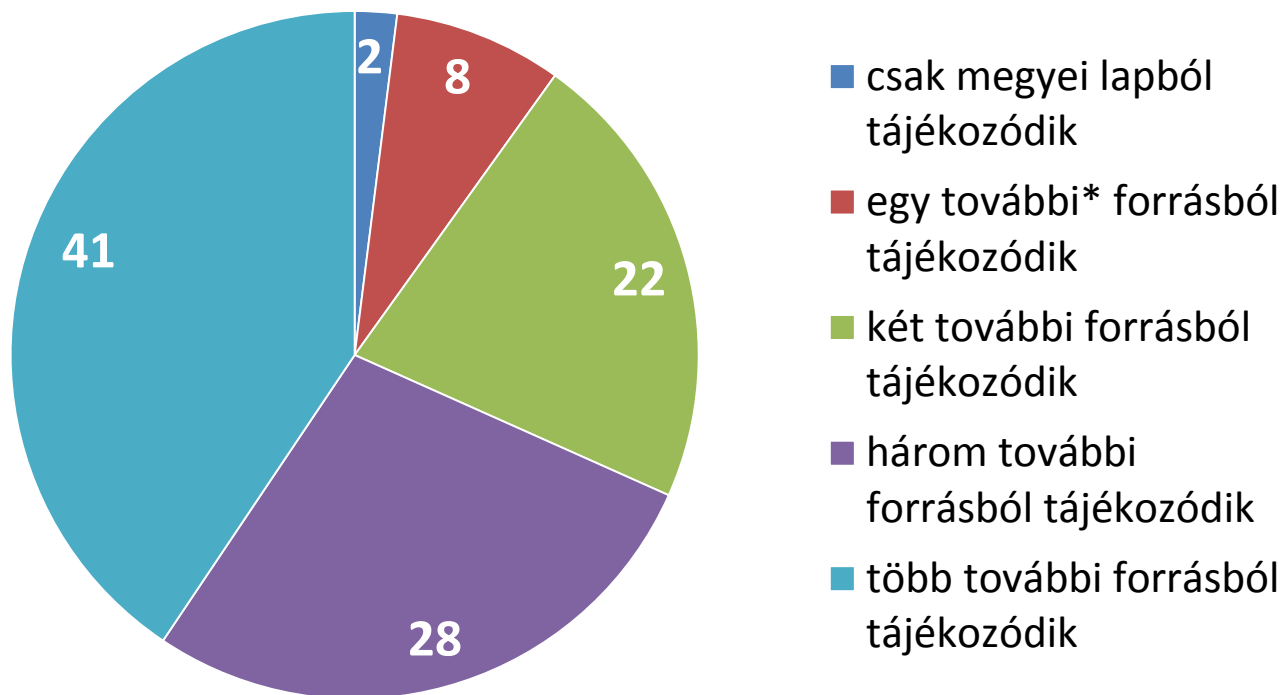


A megyei lapok olvasóinak kimagasló többsége (összesen 98%) tájékozódik rendszeresen, legalább heti gyakorisággal valamilyen országos témájú médiumból is, így a megyei lapok tulajdonosváltásának, várható átalakulásának híre feltehetően eljutott az érintettekhez. A legfontosabb tájékoztató forrás az RTL Klub és a TV2, valamint a nem helyi rádiók és a „közszolgálati” televíziók.

\*legalább hetente

# A megyei lapok olvasótáborának tájékozódása

az érintett népesség százalékában

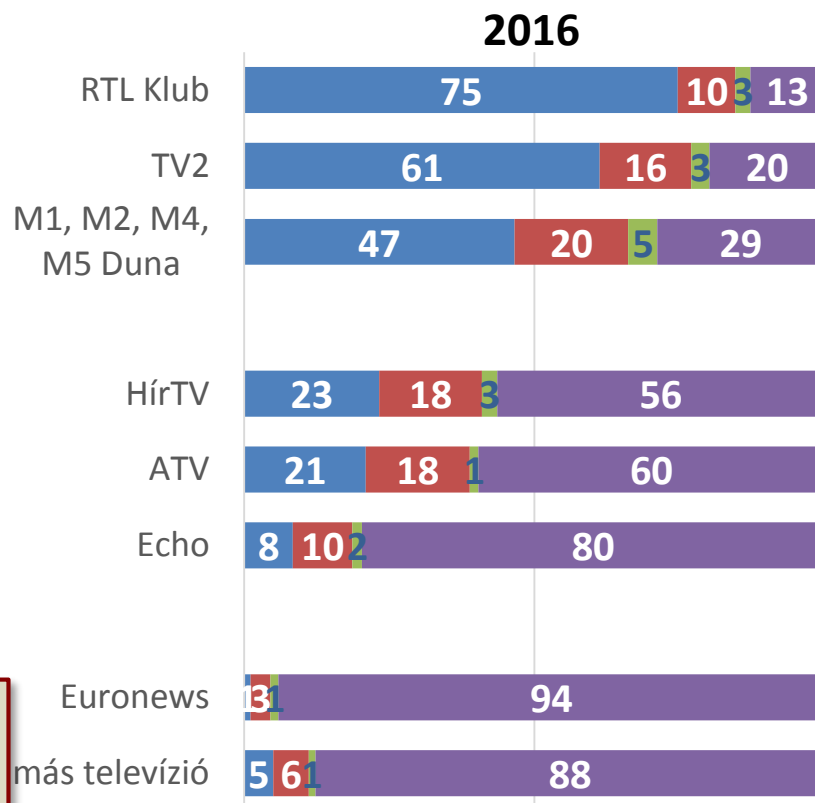
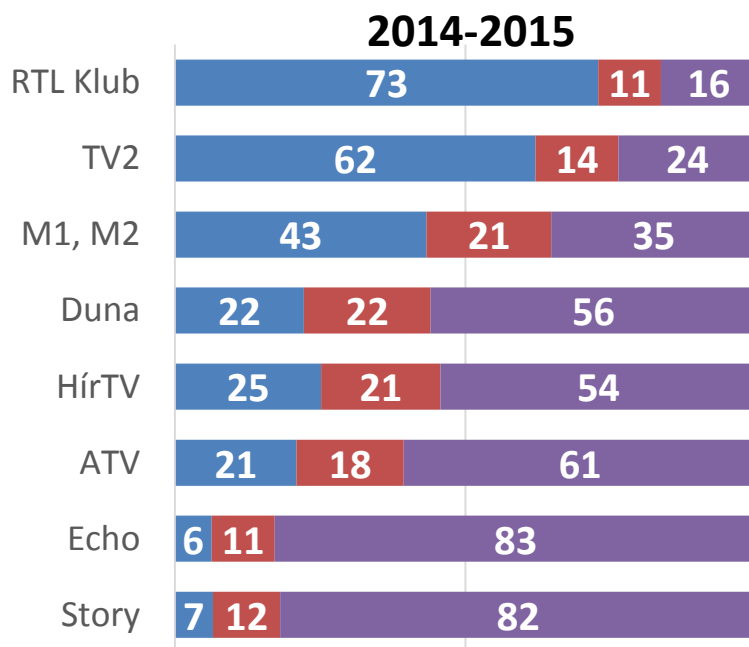


\*a 18. ábra forrástípusait véve figyelembe

# Politikai-közéleti tájékozódás televíziókból

## a teljes népesség százalékában

■ legalább hetente ■ legalább havonta ■ korábban nézte ■ soha



A televíziókból való tájékozódásra nagyon enyhe hatással voltak az elmúlt évek változásai: a közszolgálati csatornák ugyan veszítettek 5% korábbi nézőt, de nyertek is közel ennyit. A HírTV veszített kimutatható mértékben közönséget: 3% válaszolta, hogy korábban nézte, de 5 százalékponttal alacsonyabb a jelenlegi nézők aránya a 2014-15-ben mértnél.

# Politikai-közéleti tájékozódás televízióból

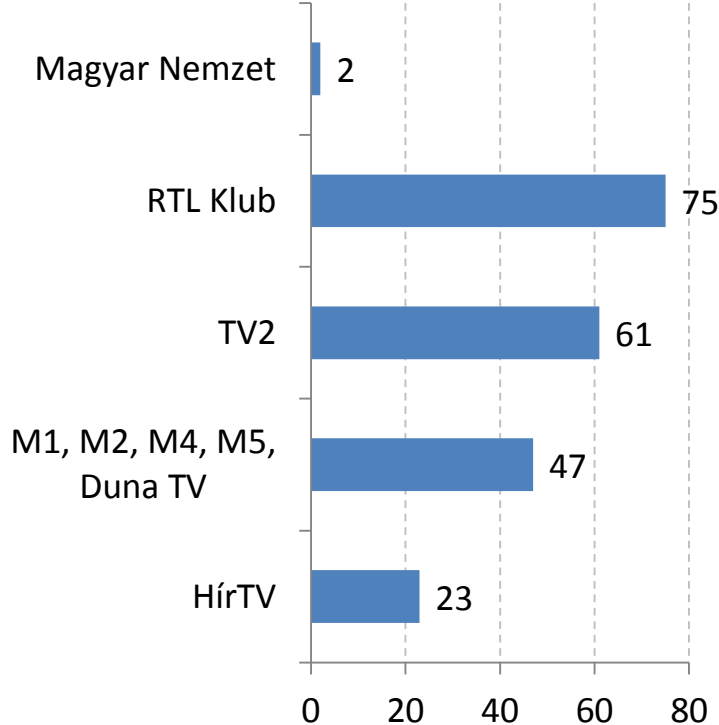
pártpreferencia szerint, %

	kormánypárti	ellenzéki (Jobbik nélkül)	Jobbik	nincs pártja
RTL Klub	86%	90%	86%	78%
TV2	80%	76%	77%	74%
M1, M2, M4, M5, Duna TV	78%	63%	75%	53%
HírTV	50%	44%	54%	26%
ATV	38%	56%	42%	29%
Echo TV	26%	15%	28%	9%
Euronews	7%	4%	2%	3%

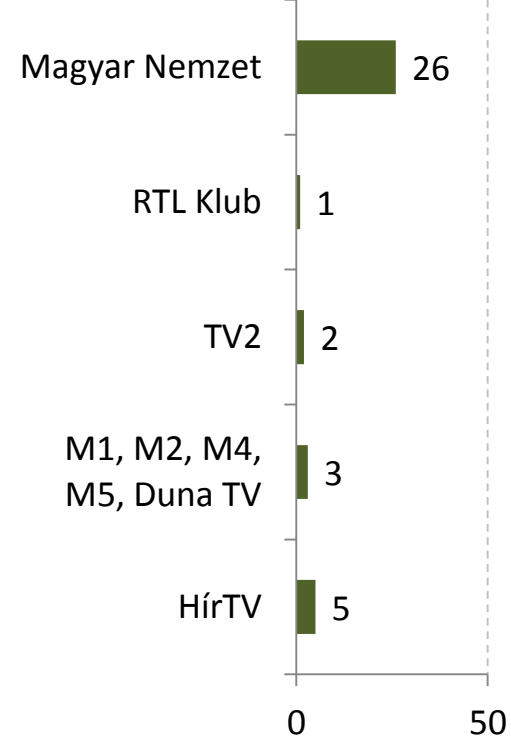
A kereskedelmi televíziókat pártpreferenciától függetlenül magas arányban használja tájékozódásra a lakosság. A „közszolgálati” csatornáknál annak ellenére kimutatható a kormánypárti és a Jobbik-szavazók fölénye a nézők között, hogy a sportcsatornák is szerepelnek a felsorolásban, és hogy van olyan rétege a társadalomnak, amely elsősorban ezt a hírforrást éri el (idős, alacsony végzettségű, községben élők). A hírcsatornák közül a HírTV nem rendelkezik a többihez hasonló markáns karakterrel jelenleg, talán a Jobbik-szavazók átlagosnál erősebb kötődését lehetne kiemelni a csatornával kapcsolatban.

# Átrendeződés

A jelenleg rendszeresen nézők/olvasók aránya (teljes népességben %)



A megváltozott hangvétel, a forrás politikai állásfoglalása miatt nem használja már (a korábban rendszeresen használók arányában)\*

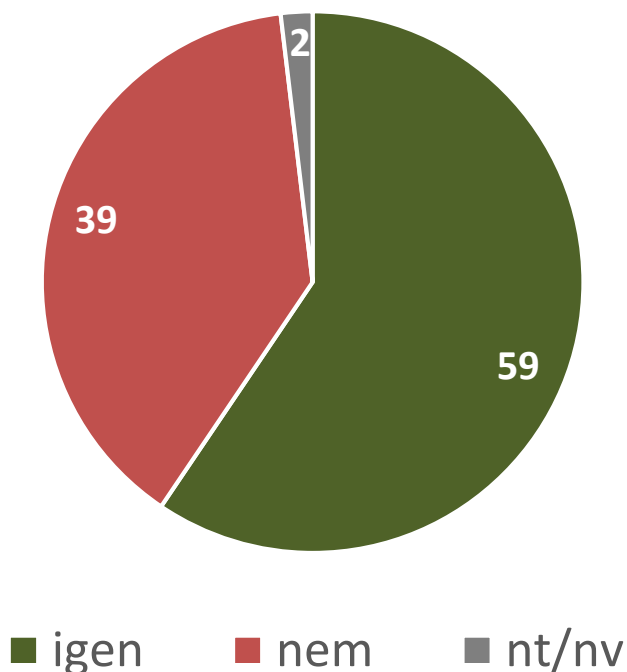


Az átrendeződés, hangvételváltás legerősebben a Magyar Nemzetre hatott, legalábbis a televíziókénál jóval kisebb fogyasztói réteg arányában jelentős veszteséget szenvedett a lap. A televíziók közül arányaiban a HírTV veszített legtöbbet, majd a közszolgálati csatornák. A kereskedelmi televíziók esetében még alacsonyabb, elenyésző azok aránya, akik elfordultak a csatornától a megváltozott hangvétel miatt.

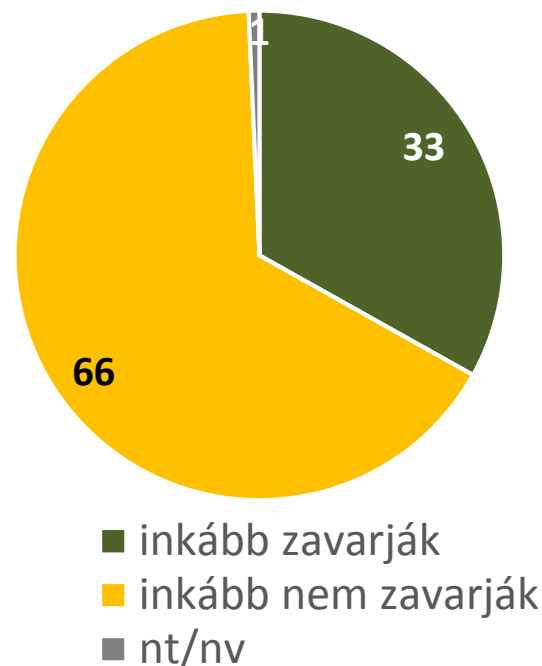
\*Az elmúlt években távolodott el a médiumtól

# Egyperces híradók

Szokott látni egyperces híradókat a sportcsatornákon, sportközvetítések között?



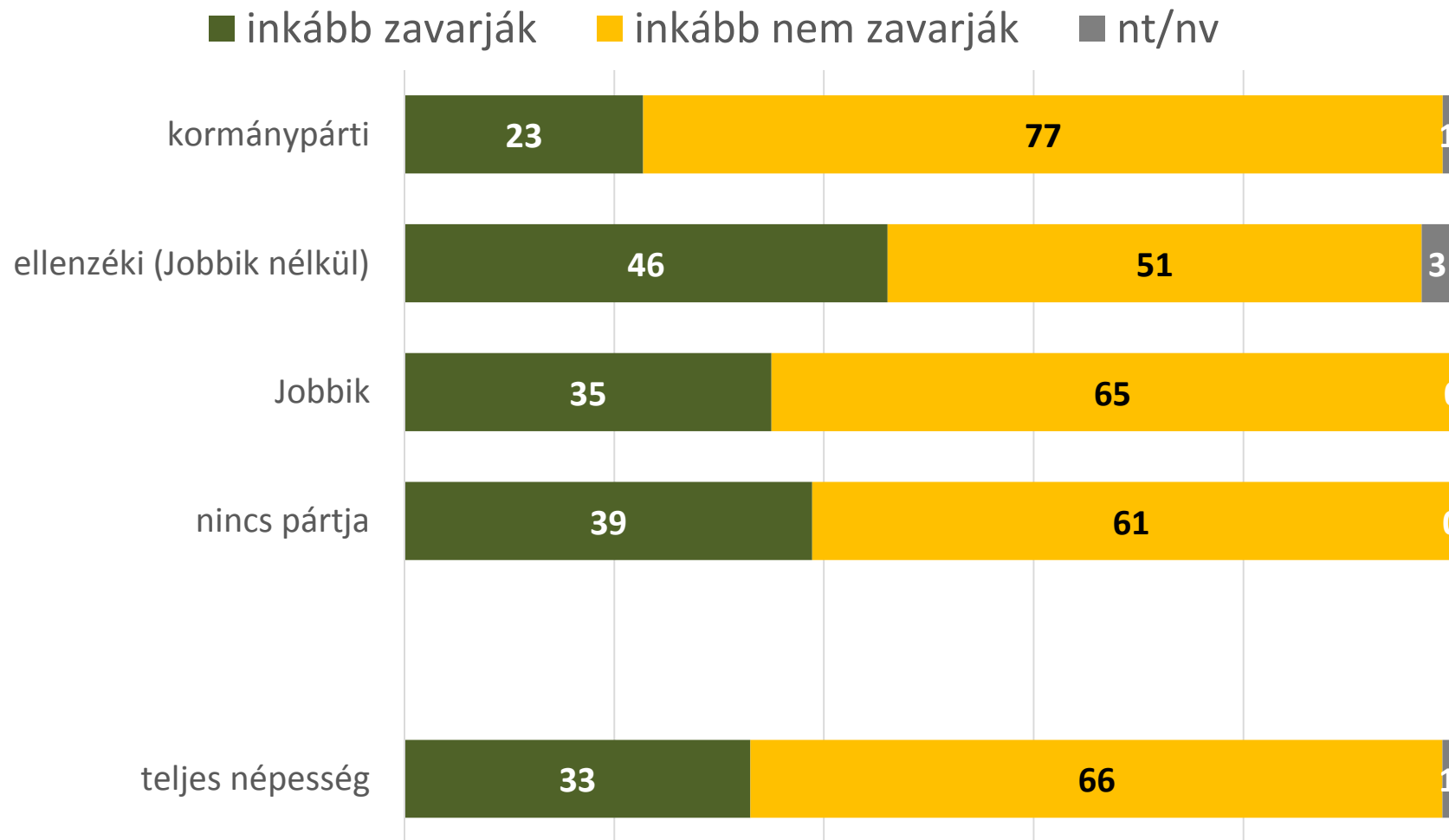
Önt inkább zavarják, vagy nem zavarják az egyperces híradók?



A felnőtt népesség nagyobb része találkozik a sportcsatornák egyperces híradóival. A műfaj ismerőinek kétharmadát nem zavarja a jelenség. Az, hogy zavarja-e, összefügg a pártpreferenciával (24. ábra), de még az ellenzéki pártok szavazó körében is szűk többségben vannak azok, akiket nem zavarják az egyperces híradók.

# Önt inkább zavarják vagy inkább nem zavarják az egyperces híradók?

százalék



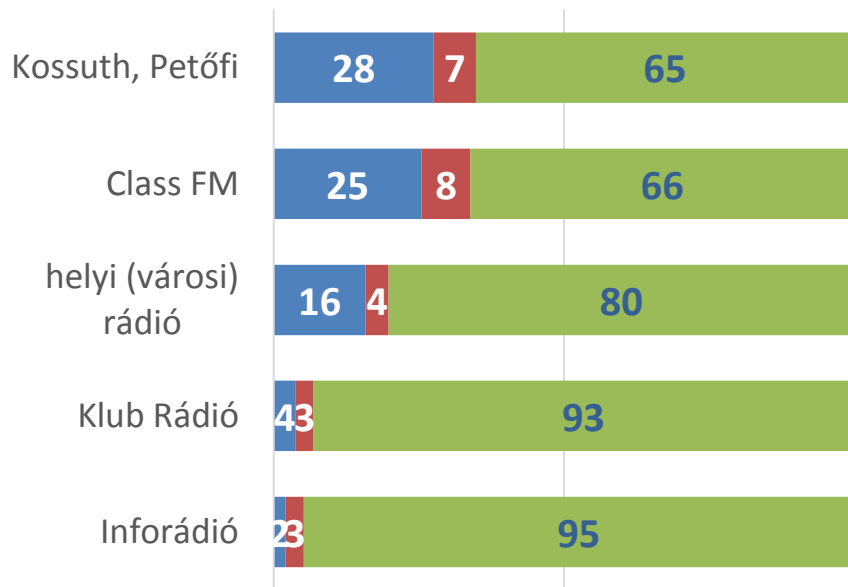


# Politikai-közéleti tájékozódás rádiókból

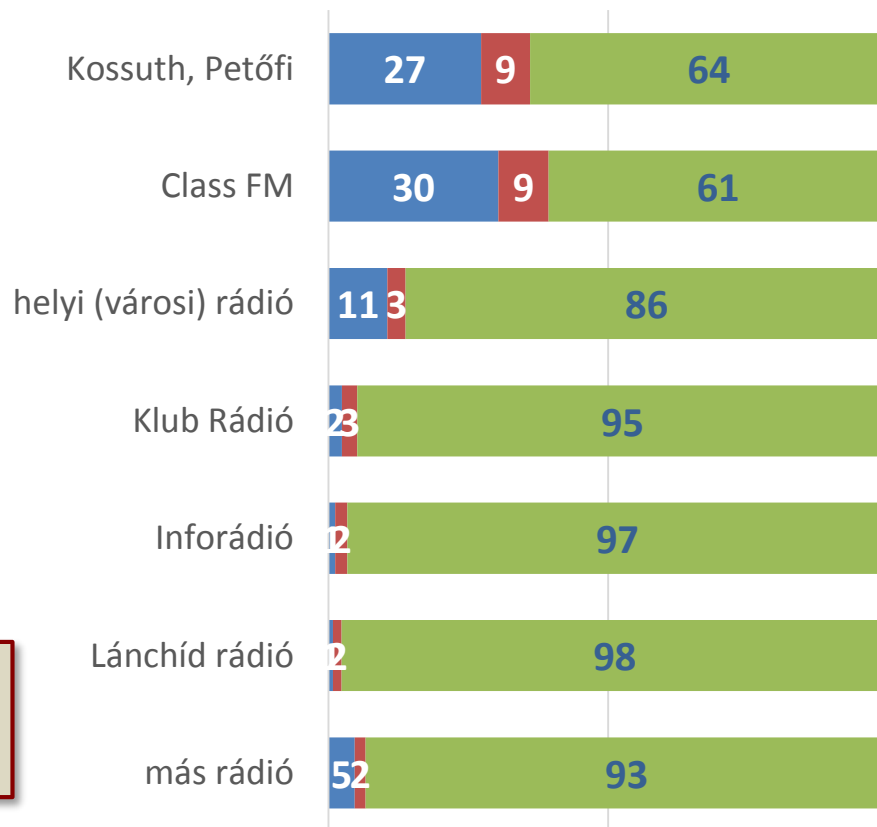
a teljes népesség százalékában

■ legalább hetente ■ ritkábban ■ soha

2014-2015



2016



A rádiók tájékozódásban betöltött szerepében nem történt nagy változás az elmúlt évben. A Class FM szerepe kicsit nőtt, a helyi rádióké pedig visszaesett.

# Politikai-közéleti tájékozódás rádiókból

pártpreferencia szerint, %

	kormánypárti	ellenzéki (Jobbik nélkül)	Jobbik	nincs pártja
Class FM	44%	41%	48%	28%
Kossuth, Petőfi	45%	40%	44%	23%
Klubrádió	3%	14%	2%	4%
Inforádió	4%	4%	4%	2%
Lánchíd Rádió	3%	2%	4%	1%

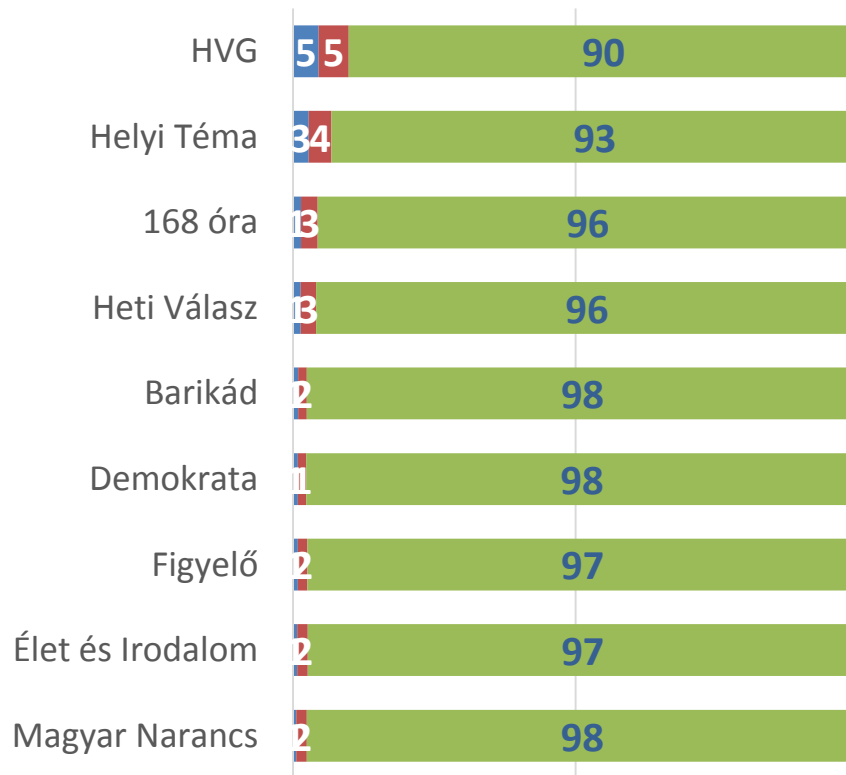
A Kossuth és a Petőfi rádiót az átlagosnál magasabb arányban hallgatják a kormánypárti szavazók, miközben a klubrádiónál a baloldali ellenzékiek túlsúlya jól megfigyelhető. A többi rádió közönsége nem tartozik karakteresen valamelyik szavazói csoporthoz, még a Lánchíd Rádió esetében sem mutatható ki ilyen összefüggés, valószínűleg összefüggésben a hallgatók igen alacsony arányával.

# Hetilapok olvasottsága

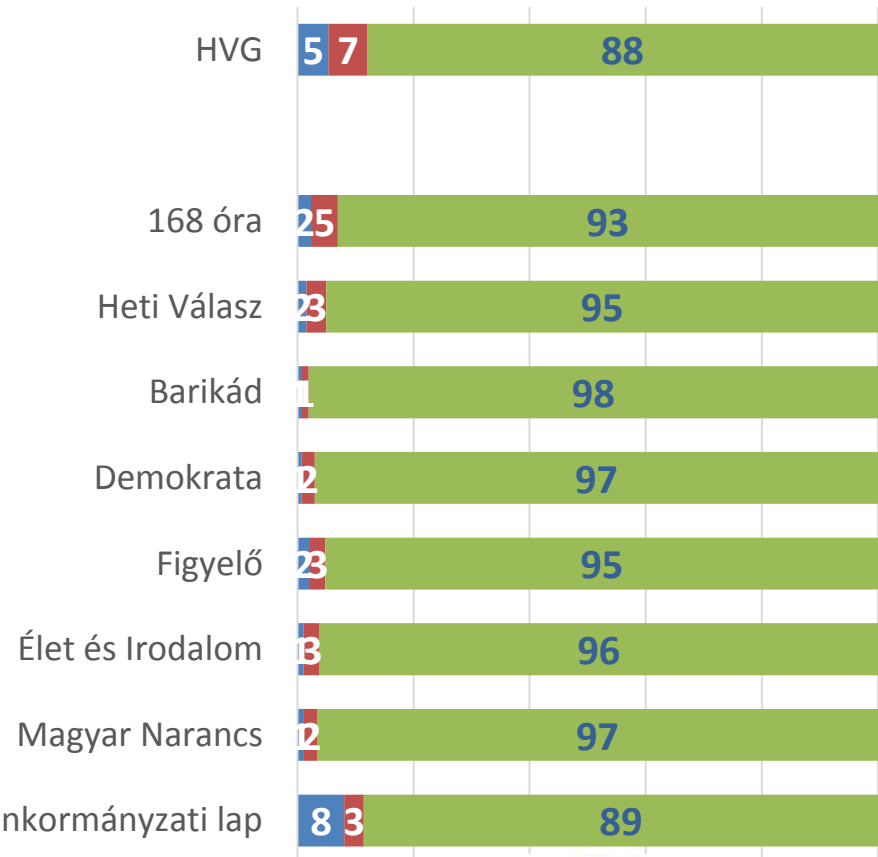
a teljes népesség százalékában

■ legalább havonta ■ ritkábban ■ soha

2014-2015



2016



A hetilapok tájékozódásban betöltött szerepében nem történt érdemi változás az 2015 tavasza óta.

# Politikai-közéleti tájékozódás hetilapokból

pártpreferencia szerint, %

	kormánypárti	ellenzéki (Jobbik nélkül)	Jobbik	nincs pártja
HVG	13%	20%	14%	5%
168 óra	8%	11%	4%	4%
Heti Válasz	7%	6%	7%	2%
Figyelő	8%	6%	3%	2%
Élet és Irodalom	4%	8%	3%	2%
Magyar Narancs	4%	6%	3%	1%
Demokrata	5%	3%	2%	1%
Barikád	3%	1%	3%	1%

A hetilapok olvasóinak az alacsony olvasottsági arányoknak köszönhetően nincsen jellemzően mérhető politikai oldalhoz tartozása. Kivételt képez a HVG, a lapot jelentősen magasabb arányban olvassák a Jobbikon kívüli ellenzéki pártok szavazói.

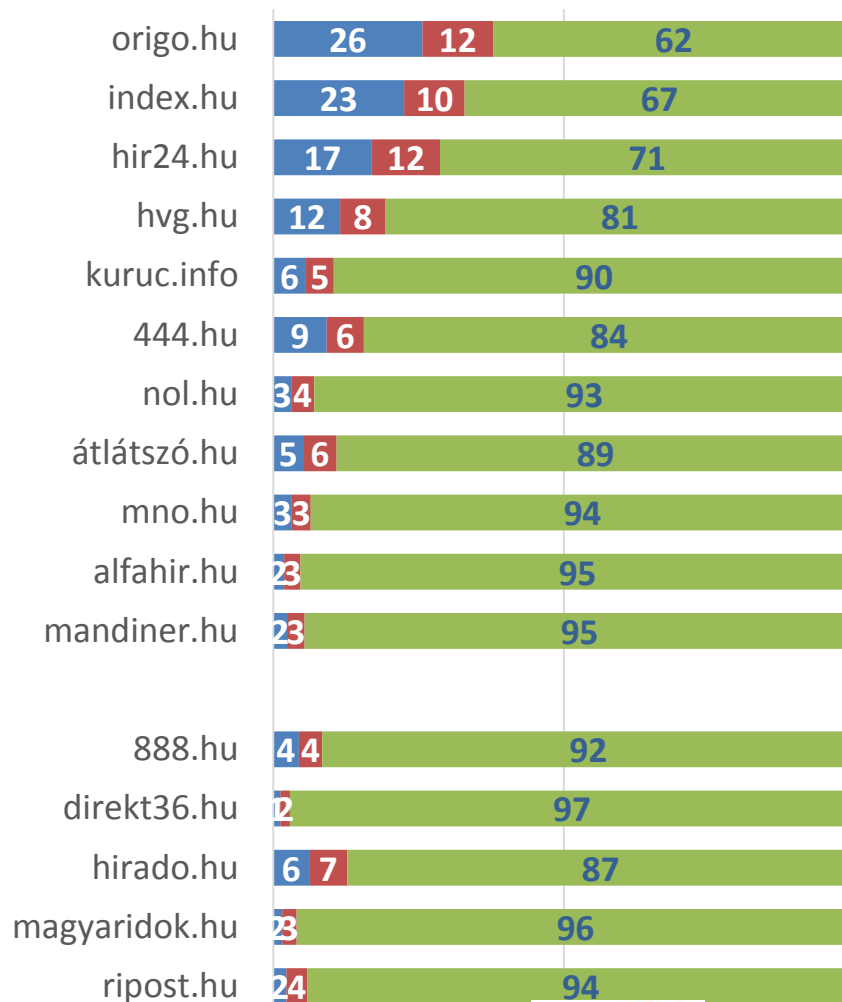
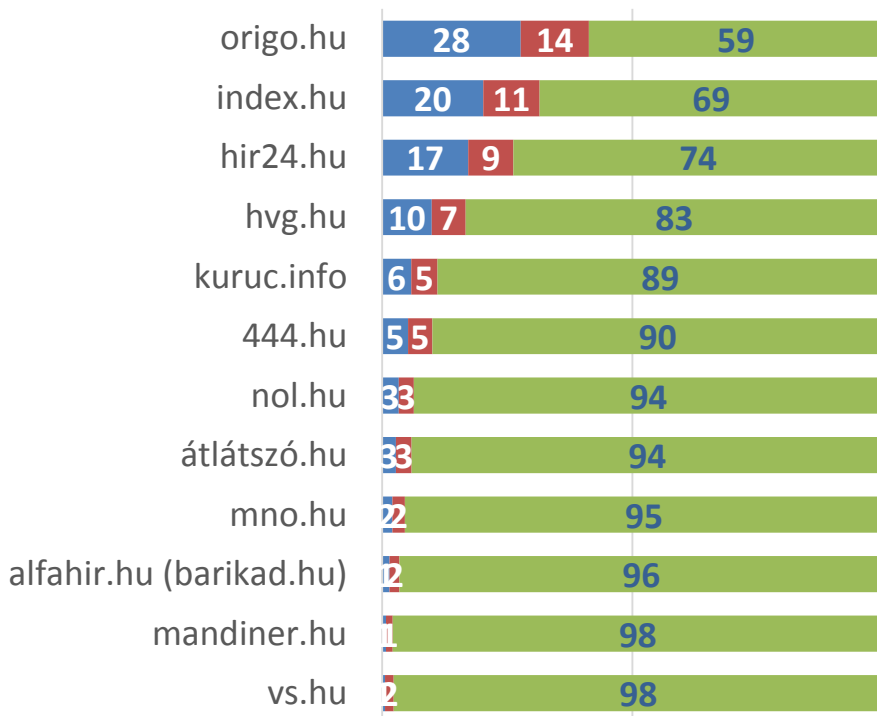
# Internetes hírportálok olvasottsága

a teljes népesség százalékában

■ legalább hetente ■ ritkábban ■ soha

**2014-2015**

**2016**



A korábban is mért internetes hírportálok közül a 444 és az átlátszó tudta növelni a népszerűségét az elmúlt évben. Korábban nem mért, de jelentős hírportál a hirado.hu. Az újak közül a 888 a legnépszerűbb, de a ripost is elérte összességében 6%-ot.

# Politikai-közéleti tájékozódás internetes hírportálokról

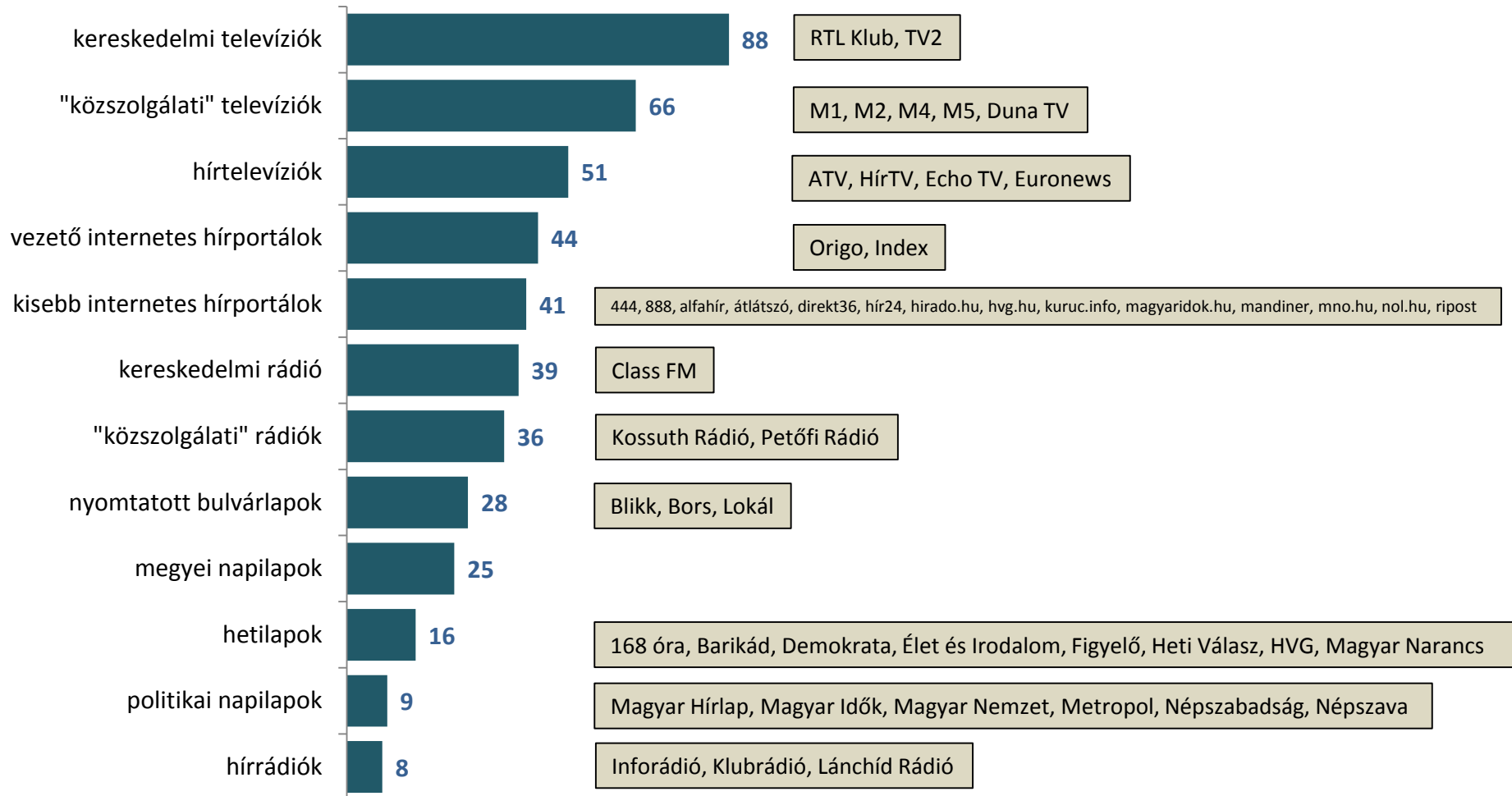
## pártpreferencia szerint, %

	kormánypárti	ellenzéki (Jobbik nélkül)	Jobbik	nincs pártja
origo.hu	39%	46%	49%	25%
index.hu	36%	41%	41%	20%
hir24.hu	32%	37%	34%	17%
hvg.hu	20%	32%	22%	11%
444.hu	16%	23%	15%	9%
kuruc.info	11%	7%	34%	4%
hirado.hu	19%	14%	14%	5%
átlátszó.hu	11%	17%	8%	9%
888.hu	11%	10%	11%	3%
nol.hu	7%	12%	6%	5%
mno.hu	8%	8%	8%	3%
alfahir.hu	5%	2%	16%	2%
mandiner.hu	6%	8%	7%	3%
ripost.hu	8%	7%	4%	4%
magyaridok.hu	6%	3%	8%	1%
direkt36.hu	3%	6%	3%	1%

Az olvasók megoszlása alapján jól körülhatárolható politikai karaktere a hvg.hu-nak, a 444-nek, a kuruc.info-nak, a hirado.hu-nak, az átlátszónak, a (már nem elérhető) nol.hu-nak és az alfahírnek van. Látható, hogy a 888, a ripost.hu és a Magyar Idők internes változata még nem alakította ki ilyen értelemben az olvasói csoportját, a mno.hu pedig a nyomtatott verzióhoz hasonlóan elveszítette karakterét.

# Tájékoztató mintázatok – médiumtípusok

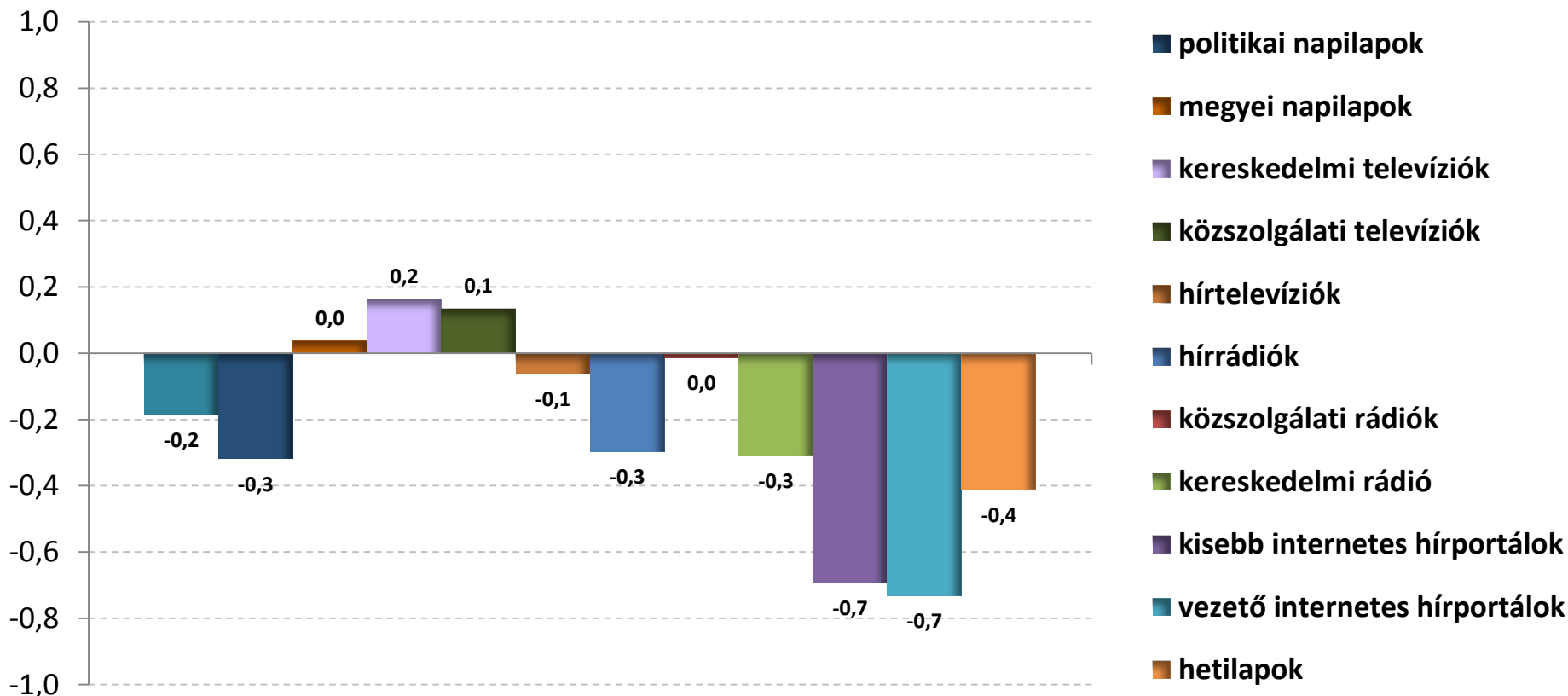
Az adott típusból legalább az egyik forrásból tájékozódók aránya



Az egyes médiumok használatából kiinduló tipológiánk (melynek célja a következő lépésben fogyasztói csoportok létrehozása) erős összhangban van azzal, ahogy a válaszadók nyilatkoztak a tájékoztató forrásaikról. A televíziók a legfontosabbak, ezt követik az internetes hírportálok, majd a rádiók és a nyomtatott sajtótermékek.

# A közéleti tájékozódás klaszterei

szűk körű, leginkább televíziós (46%)



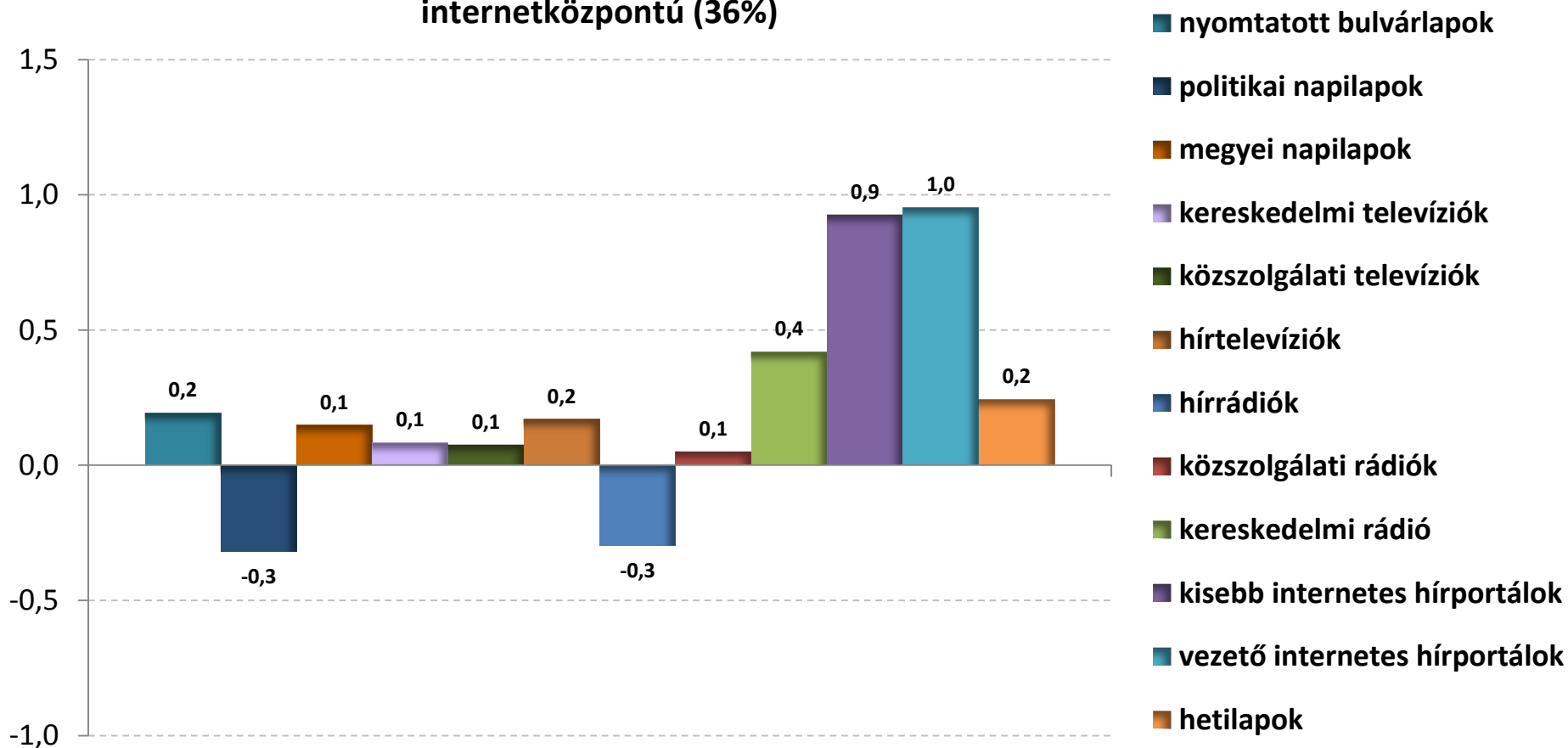
A fenti csoportokból kiindulva négy tájékozódási csoportot (klasztert) hoztunk létre. Ezek közül a legnagyobb egy nagyon kevésbé karakteres csoport, amelynek tagjai a legtöbb típusú médium esetében (de főleg az internetes hírportáloknál) negatív értéket értek el, kizárólag a televízió, és különösen a kereskedelmi televíziók tájékozódásra történő használata köti össze őket. Ez a fogyasztási mintázat a (legalább valamennyire) tájékozódók 46%-ára jellemző.

A klasztereket a rendszeresen tájékozódók csoportján belül hoztuk létre: N=946



# A közéleti tájékozódás klaszterei

internetközpontú (36%)

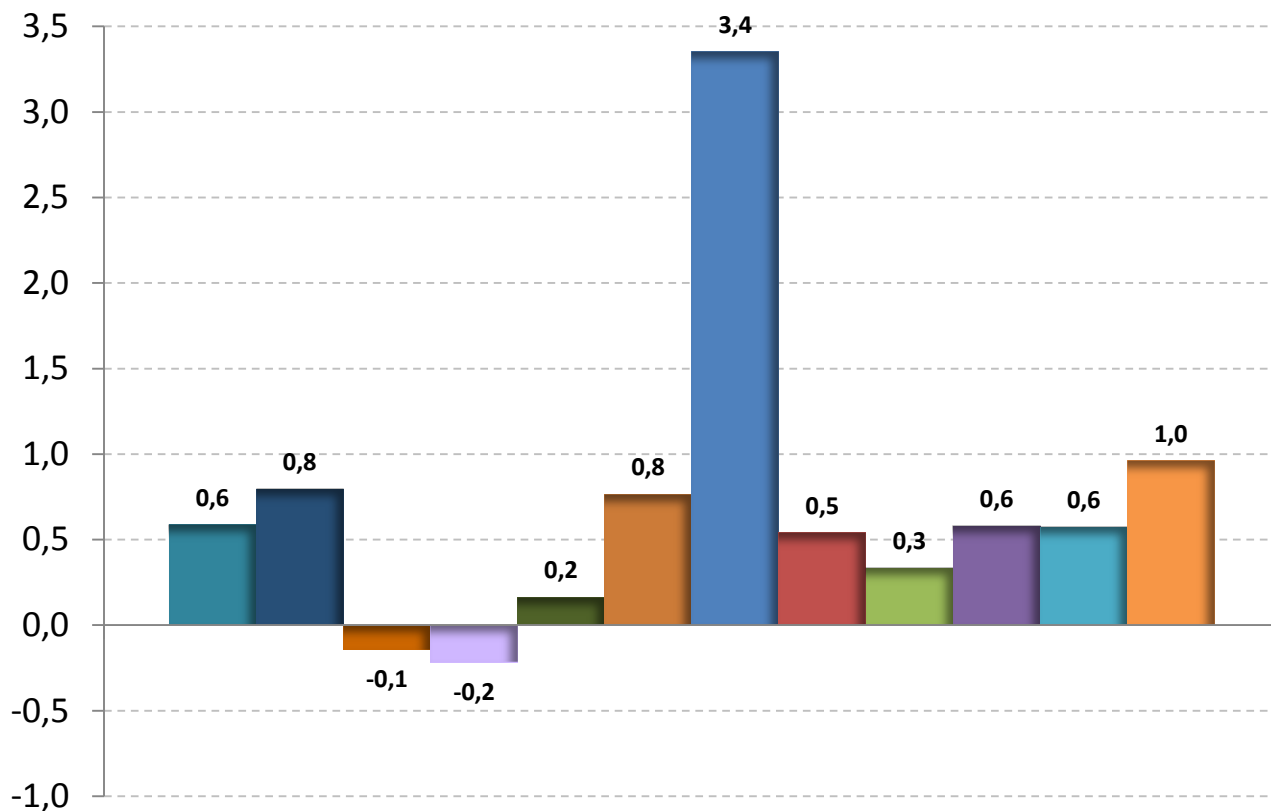


A második legnagyobb csoport fogyasztása az internetes hírportálokhoz kötődik legerősebben, a klaszter a tájékozódók körének 36%-át teszi ki. Jellemzője még a viszonylag széleskörű tájékozódás, csak a nyomtatott politikai napilapok és a hírrádiók használata áll távol tőlük a vizsgált típusok közül.

A klasztereket a rendszeresen tájékozódók csoportján belül hoztuk létre: N=946

# A közéleti tájékozódás klaszterei

hírrádióközpontú, széles körben tájékozódó (9%)

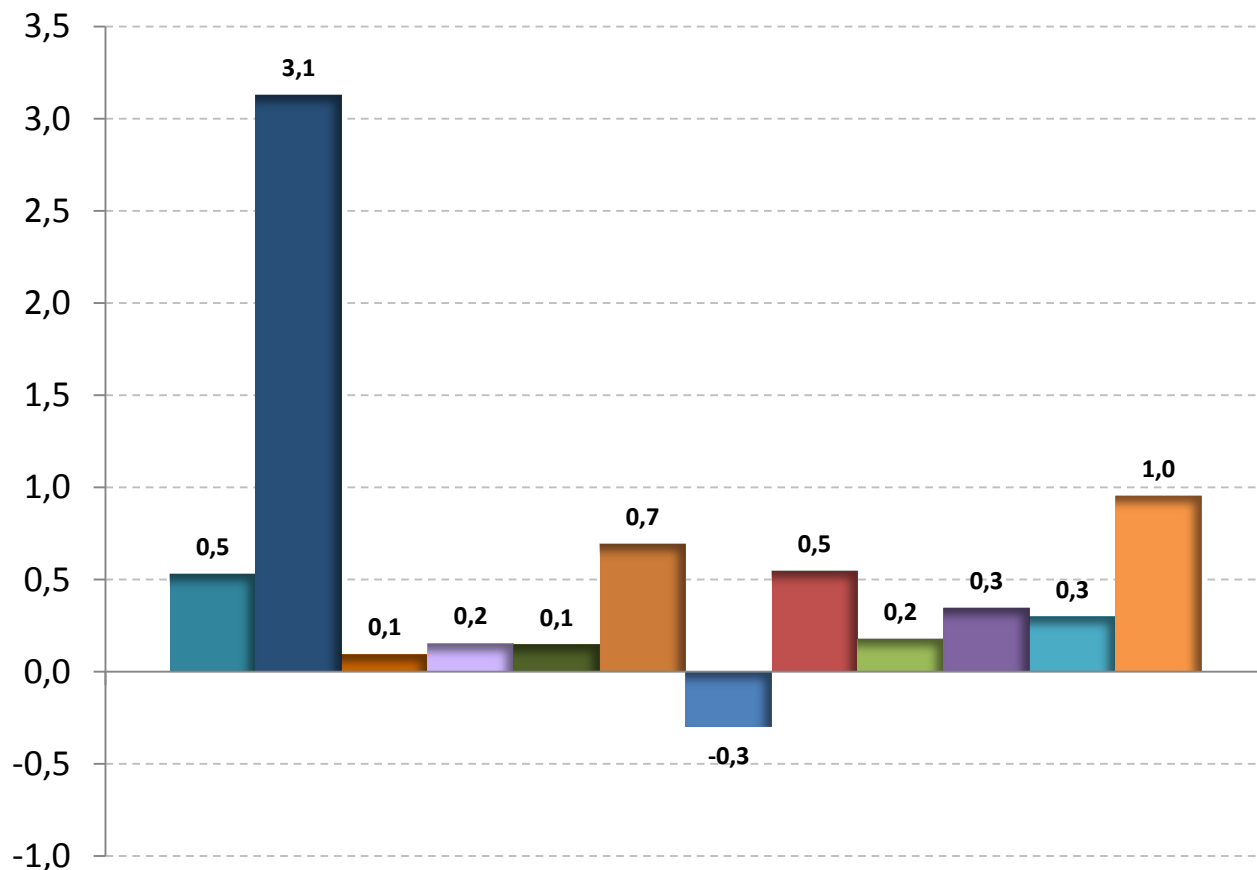


- nyomtatott bulvárlapok
- politikai napilapok
- megyei napilapok
- kereskedelmi televíziók
- közzszolgálati televíziók
- hírtelevíziók
- hírrádiók
- közzszolgálati rádiók
- kereskedelmi rádió
- kisebb internetes hírportálok
- vezető internetes hírportálok
- hetilapok

A tájékozódók 9%-a egy olyan csoportba tartozik, amelyben a hírrádiók különösen fontos szerepet töltenek be, de a médiumtípusok tekintetében rendkívül széles körű fogyasztási mintázattal rendelkezők alkotják. Figyelemreméltó, hogy a kereskedelmi és „közzszolgálati” televíziók szerepe elhanyagolható a csoport tájékozódásában.

# A közéleti tájékozódás klaszterei

politikai napilap (9%)

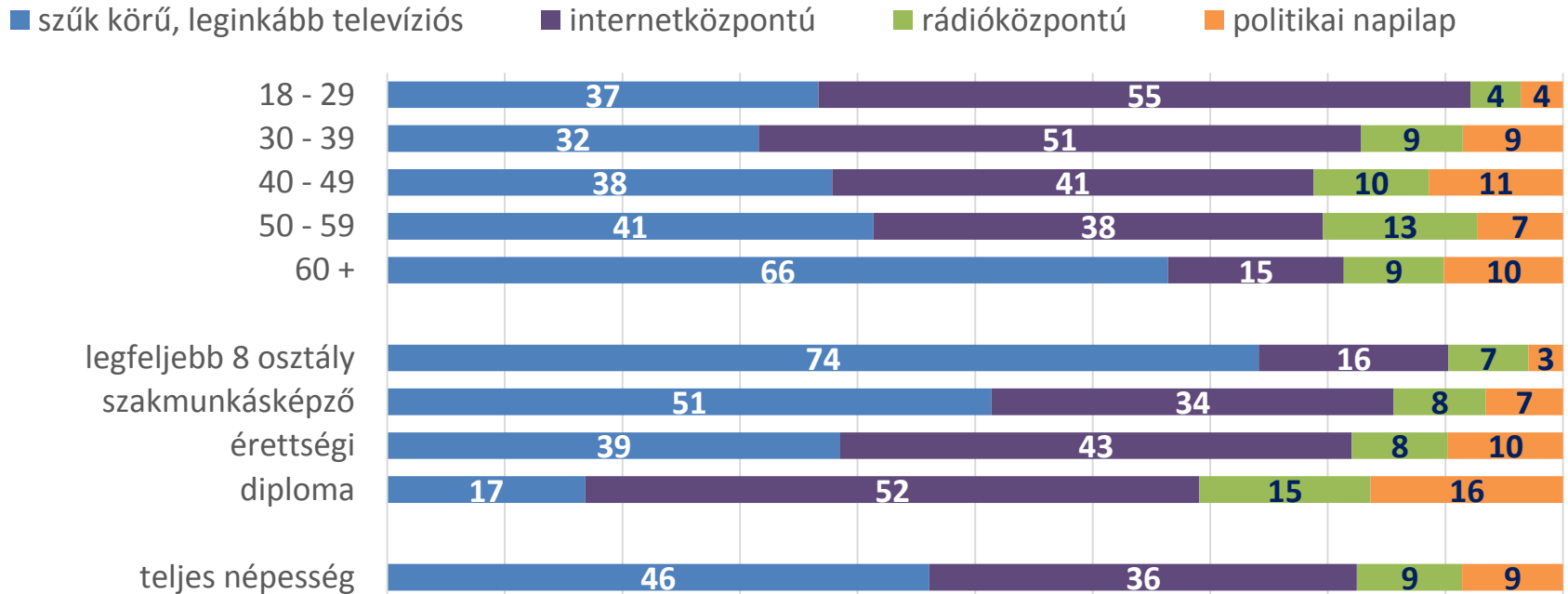


- nyomtatott bulvárlapok
- politikai napilapok
- megyei napilapok
- kereskedelmi televíziók
- közszolgálati televíziók
- hírtelevíziók
- hírrádiók
- közszolgálati rádiók
- kereskedelmi rádió
- kisebb internetes hírportálok
- vezető internetes hírportálok
- hetilapok

Ugyancsak a tájékozódók 9%-át tömöríti és ugyancsak széles körű tájékozódással jellemezhető az a csoport, amelynek fő kötőeleme a politikai napilapok hangsúlyos szerepe a közéleti tájékozódásban.

# A közéleti tájékozódás klaszterei

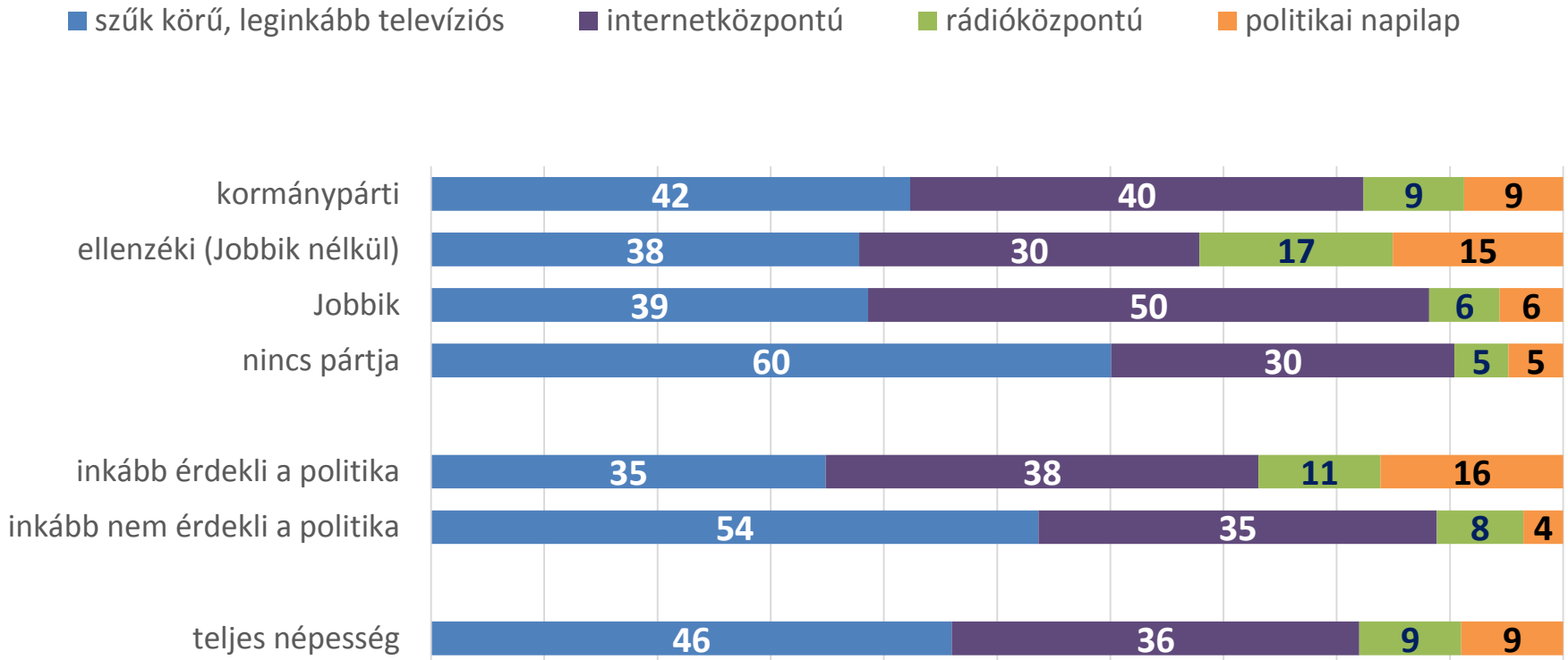
életkor és iskolai végzettség szerint



Nem meglepő módon a szűk körű tájékozódással jellemezhető, leginkább a televízióhoz és azon belül is a kereskedelmi csatornákhöz kötődő csoportban az átlagot jelentősen meghaladó arányban találunk időseket és alacsony iskolai végzettségűeket. Az iskolai végzettség mentén felfelé haladva meredeken csökken a klaszterbe tartozók aránya. Ezzel ellentétes a viszonylag széles körűen, de elsősorban az internetről tájékozódók csoportjának összetétele: a fiatalok és különösen a diplomások alkotják legnagyobb részben. A szintén aktív, széles körű tájékozódással jellemezhető rádióközpontú és a politikai napilapokat olvasó csoportok tagjait is elsősorban a magas végzettségűek között találjuk. Utóbbi két klaszter tagjai viszont – szemben a hasonló, de internetközpontú tájékozódókkal – jellemzően nem a legfiatalabb korcsoportokhoz tartoznak.

# A közéleti tájékozódás klaszterei

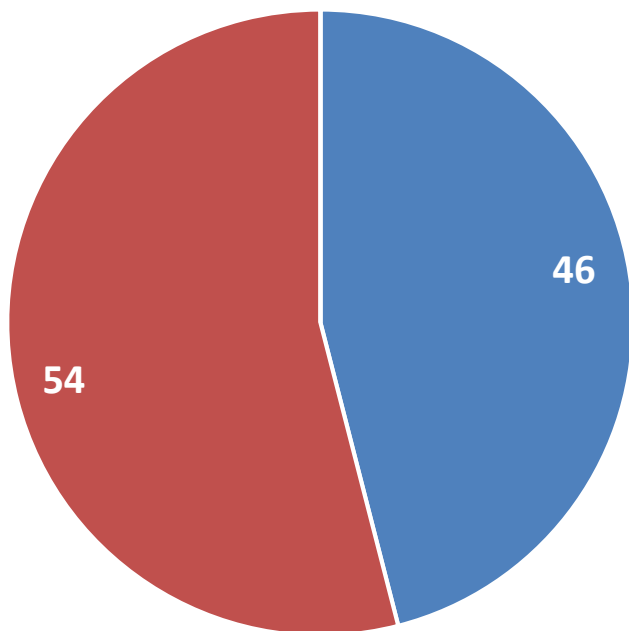
politikai hovatartozás és politikai érdeklődés szerint



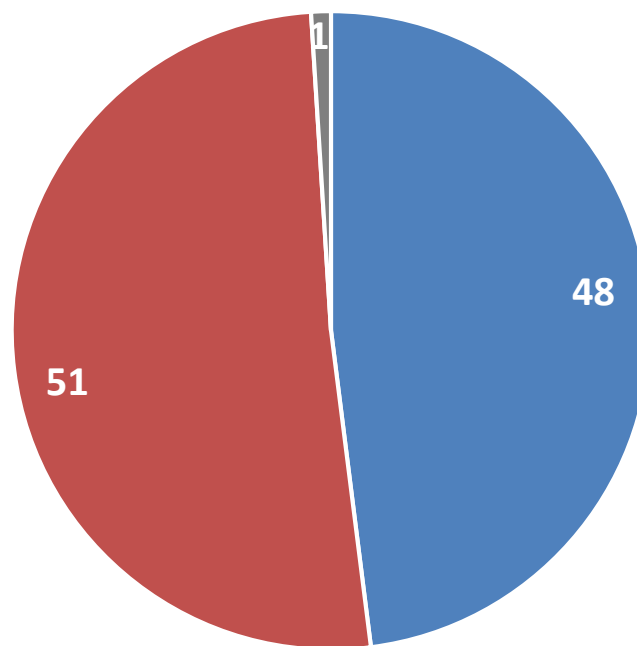
Pártpreferencia szerint a legmarkánsabban a párt nélküliek csoportja különbözik az átlagtól, ők (összefüggésben az alacsony iskolai végzettséggel is) feltűnően magas arányban tartoznak a kereskedelmi televíziók dominanciájával jellemezhető klaszterbe. Az életkorral van összefüggésben, hogy a Jobbik szavazói között az átlagosnál magasabb az internetközpontúan tájékozódók, a baloldaliak körében pedig a rádióból, illetve politikai napilapokból tájékozódók aránya.

# Jelenlét a facebook-on

2014-2015



2016



■ fent van a facebookon

■ nincs fent

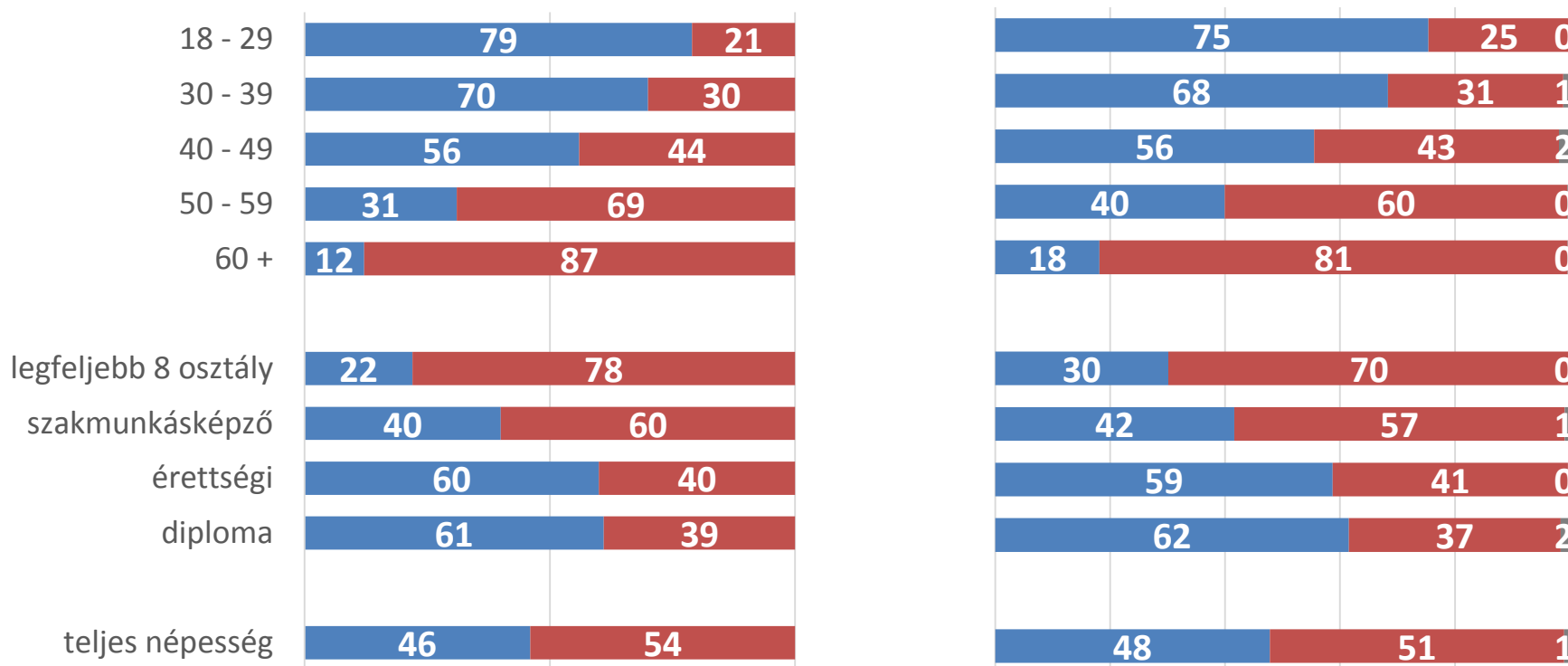
■ nem válaszol

# Facebook-jelenlét életkor és iskolai végzettség szerint százalék

■ **fent van a facebookon** ■ **nincs fent** ■ **nem válaszol**

**2014-2015**

**2016**

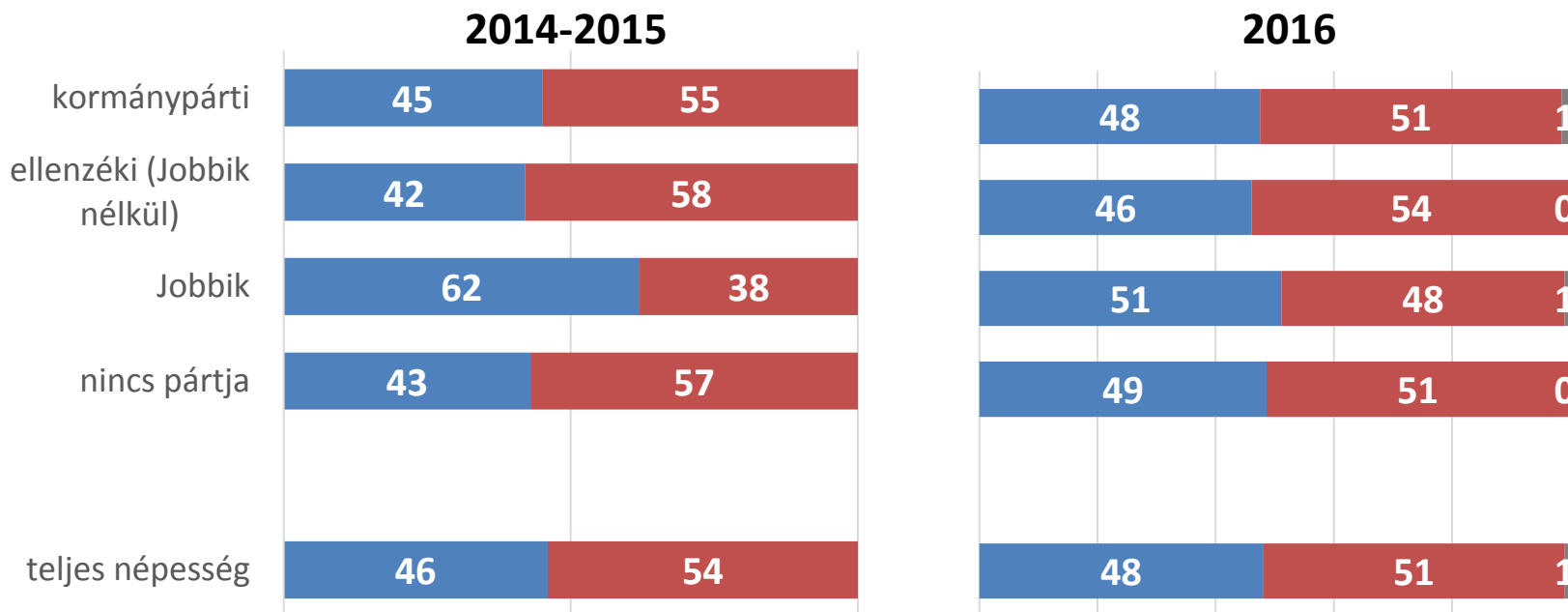


A facebook-használók aránya az elmúlt évben nagyjából változatlan maradt. Továbbra is nagyon karakteresen határozza meg a jelenlétet a közösségi oldalon az életkor, és ennél valamivel kevésbé erősen, de szintén határozottan az iskolai végzettség.

# Facebook-jelenlét politikai hovatartozás szerint

## százalék

■ **fent van a facebookon** ■ **nincs fent** ■ **nem válaszol**

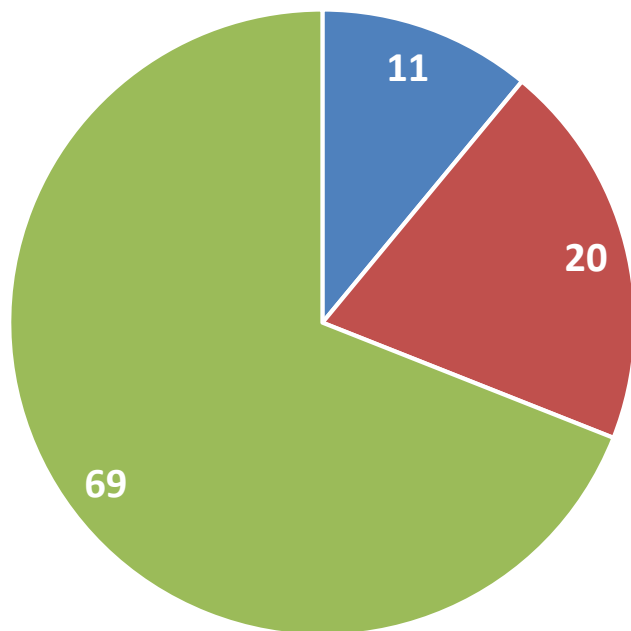


A szavazói csoportok közül a Jobbik-szavazók körében volt kimagasló az elmúlt években a facebook-jelenlét. Ez a különbség mára lényegében eltűnt. A különböző életkori csoportokon belül sem kimagasló a jobbikosok facebook-aktivitása, tehát nem a szavazói csoport esetleges átrendeződése magyarázza a változást. Inkább arról lehet szó, hogy a Jobbik egyre kevésbé van kiszorítva a fontosabb médiumokból, egyre kevésbé szorul ki a facebook-ra.



**Milyen gyakran fordul elő Önnel, hogy politikai, közéleti hírekről a facebook-  
ról tájékozódik, tehát hogy facebook-os ismerősei bejegyzéseiből értesül  
ilyen hírekről?  
a teljes népesség százalékában**

**2014-2015**

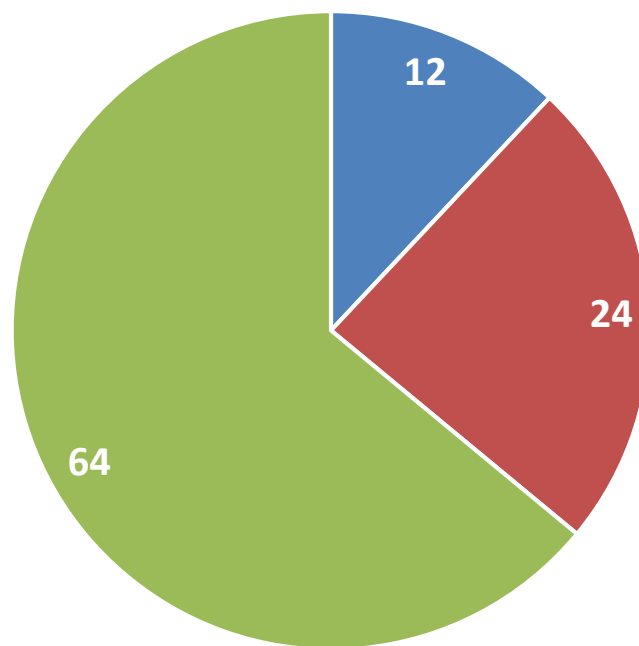


■ gyakran

■ ritkán

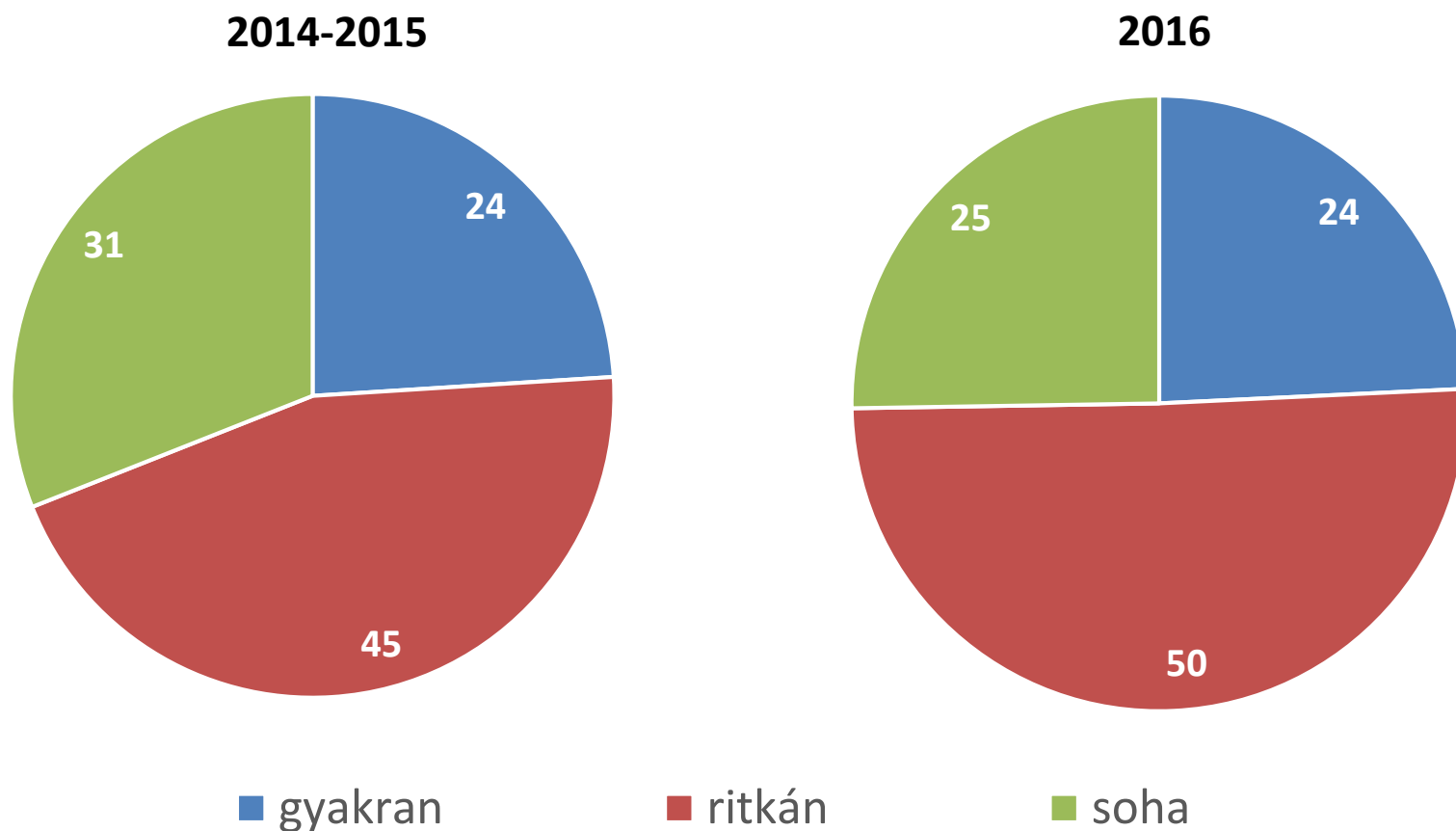
■ soha

**2016**



# Milyen gyakran fordul elő Önnel, hogy politikai, közéleti hírekről a facebook-ról tájékozik, tehát hogy facebook-os ismerősei bejegyzéseiből értesül ilyen hírekről?

a facebook-ozók százalékában

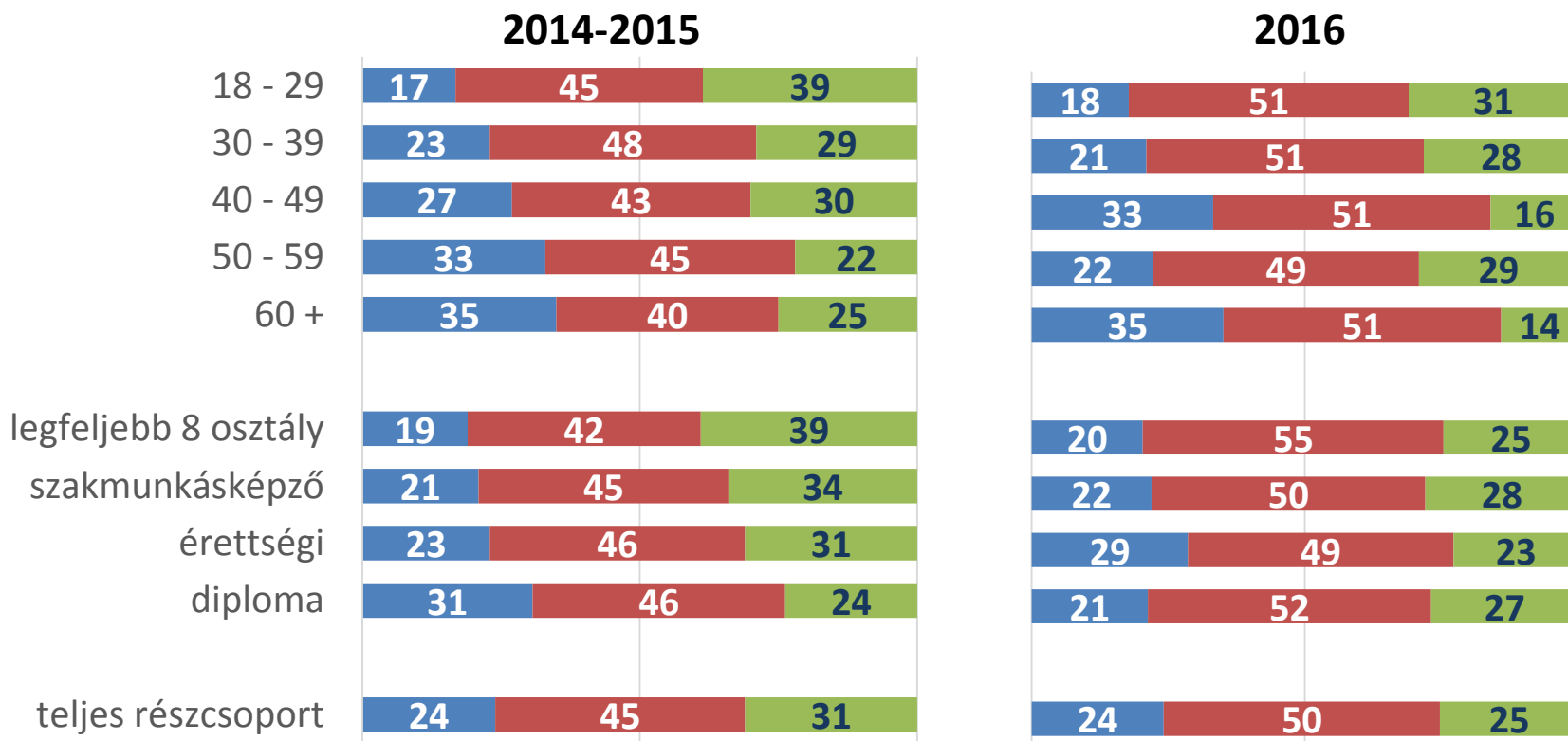


Enyhén nőtt az elmúlt évben a facebook-ot tájékozódásra, közéleti információszerzésre használók aránya. Ennek eredményeképpen ma a felnőtt népesség 36%-a, a facebook-ozók 74 százaléka használja valamilyen gyakorisággal közéleti információk szerzésére a közösségi oldalt.

# Milyen gyakran fordul elő Önnel, hogy politikai, közéleti hírekről a facebook-ról tájékozódik, tehát hogy facebook-os ismerősei bejegyzéseiből értesül ilyen hírekről?

életkor és iskolai végzettség szerint, a facebook-ozók százalékában

■ gyakran ■ ritkán ■ soha



2014-2015-ben határozottan kirajzolódott az, hogy – bár jóval alacsonyabb arányban vannak jelen a facebook-on – az idősebbekre jellemzőbb az, hogy politikai, közéleti hírekről tájékozódnak ezen a csatornán. A jelenség most is kimutatható, de már nem figyelhető meg az életkor mentén történő lineáris növekedés.

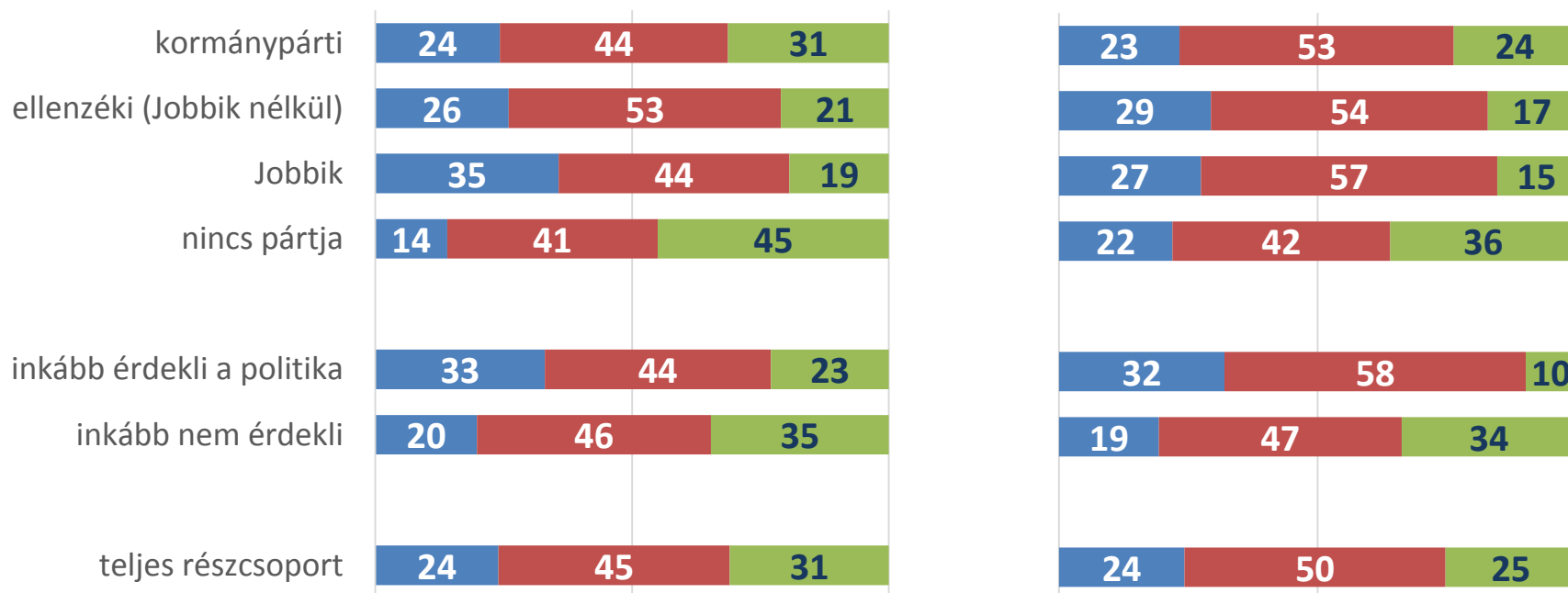
# Milyen gyakran fordul elő Önnel, hogy politikai, közéleti hírekről a facebook-ról tájékozik, tehát hogy facebook-os ismerősei bejegyzéseiből értesül ilyen hírekről?

politikai hovatartozás szerint, a facebook-ozók százalékban

■ gyakran ■ ritkán ■ soha

2014-2015

2016

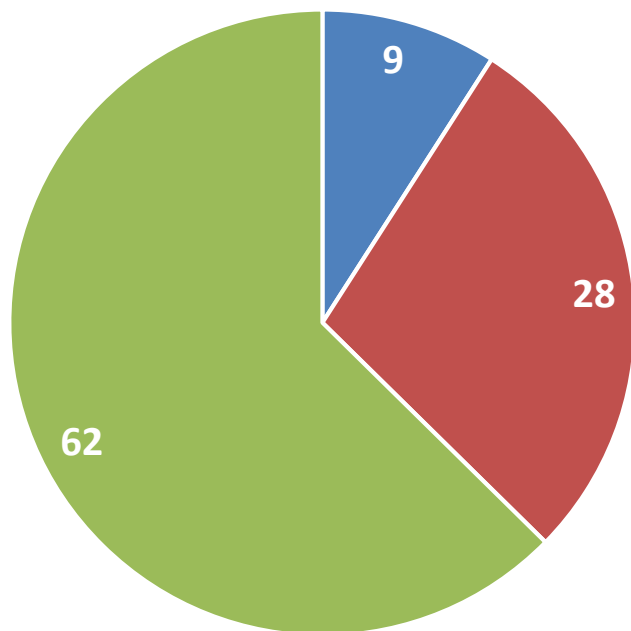


Akárcsak magánál a facebook-használatnál, a facebook-on történő tájékozódásnál is megfigyelhető, hogy a korábbi évekkel szemben már nem emelkedik ki a Jobbik-szavazók aktivitása a többi szavazói csoporthoz képest. Jelenleg az ellenzéki szavazókra általában igaz, hogy magasabb arányban tájékoznak a facebook-on, mint a kormánypárti szavazók és a párt nélküliek.

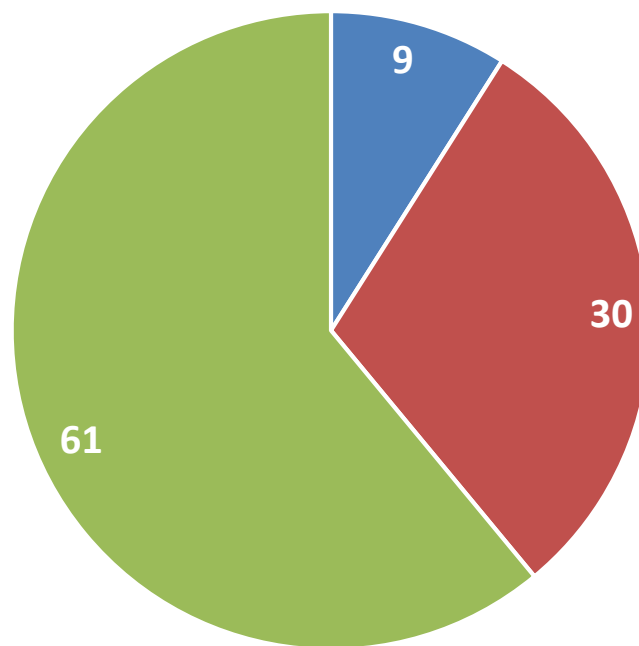
# Milyen gyakran szokott Ön az interneten politikai, közéleti témájú blogokat olvasni?

a teljes népesség százalékában

2014-2015



2016



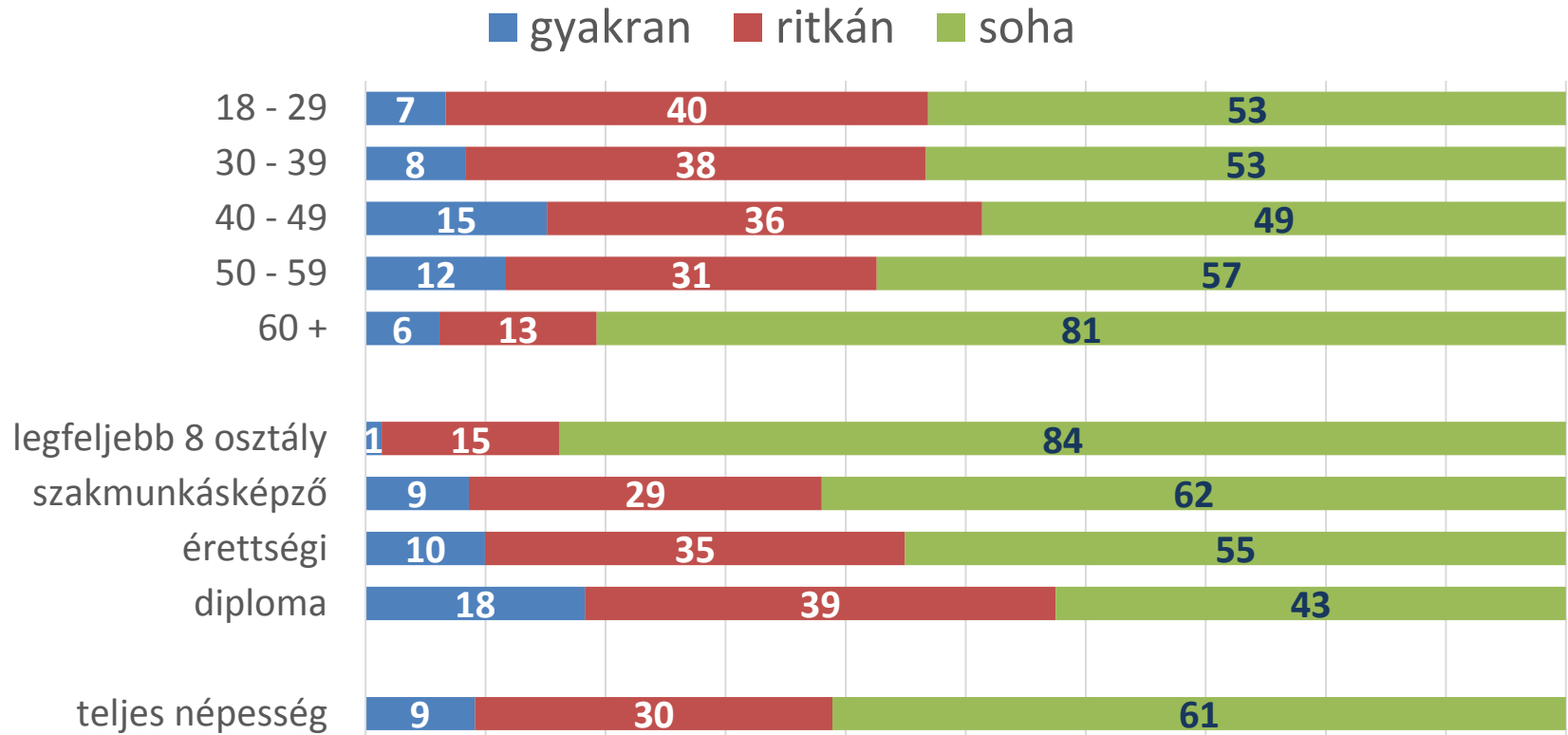
■ gyakran

■ ritkán

■ soha

# Milyen gyakran szokott Ön az interneten politikai, közéleti témájú blogokat olvasni?

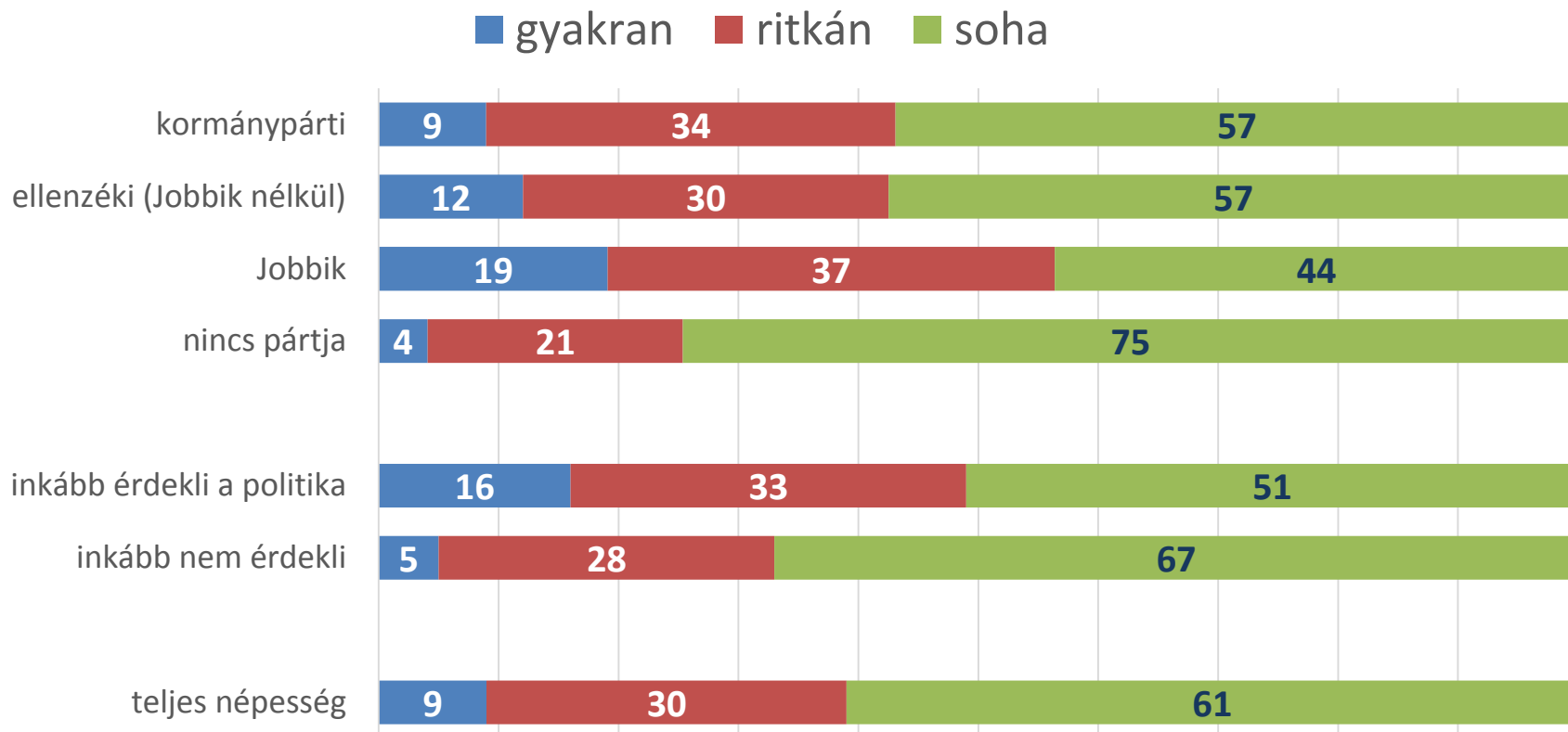
életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában



Nem változott az elmúlt évben a politikai, közéleti témájú blogokat olvasók aránya. A blogolvasás az internethasználat elterjedtségével összefüggésben az átlagosnál jóval kevésbé jellemző az idősekre és alacsony iskolai végzettségűekre. Amennyiben az internethasználók körében vizsgáljuk (46. ábra) ennek a két csoportnak a hátránya jóval kevésbé szembetűnő, de fennmarad, tehát a műfaj önmagában jobban vonzza a fiatalokat és magas végzettségűeket.

# Milyen gyakran szokott Ön az interneten politikai, közéleti témájú blogokat olvasni?

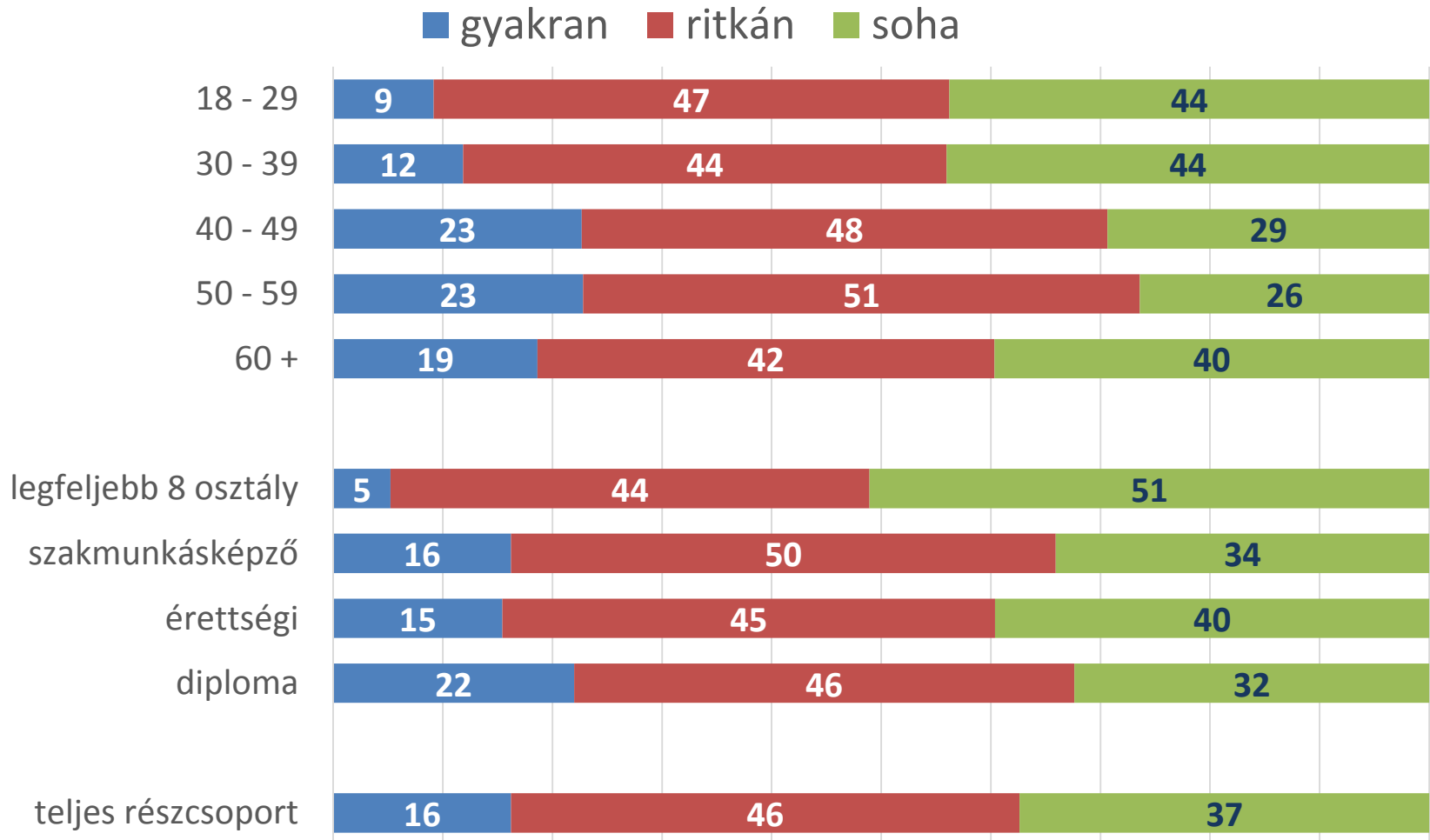
politikai hovatartozás szerint, a teljes népesség százalékban



A Jobbik-szavazókra az átlagosnál jellemzőbb a blogok olvasása, de ez részben az alacsonyabb átlagos életkoruknak köszönhető. Mivel az internetezők körében is kimutatható a szélsőjobboldali párt szimpatizánsainak magasabb aránya a blogolvasók között, arra következtethetünk, hogy az életkoron kívül is van sajátos kötődése a műfajhoz ennek a szavazói csoportnak.

# Milyen gyakran szokott Ön az interneten politikai, közéleti témájú blogokat olvasni?

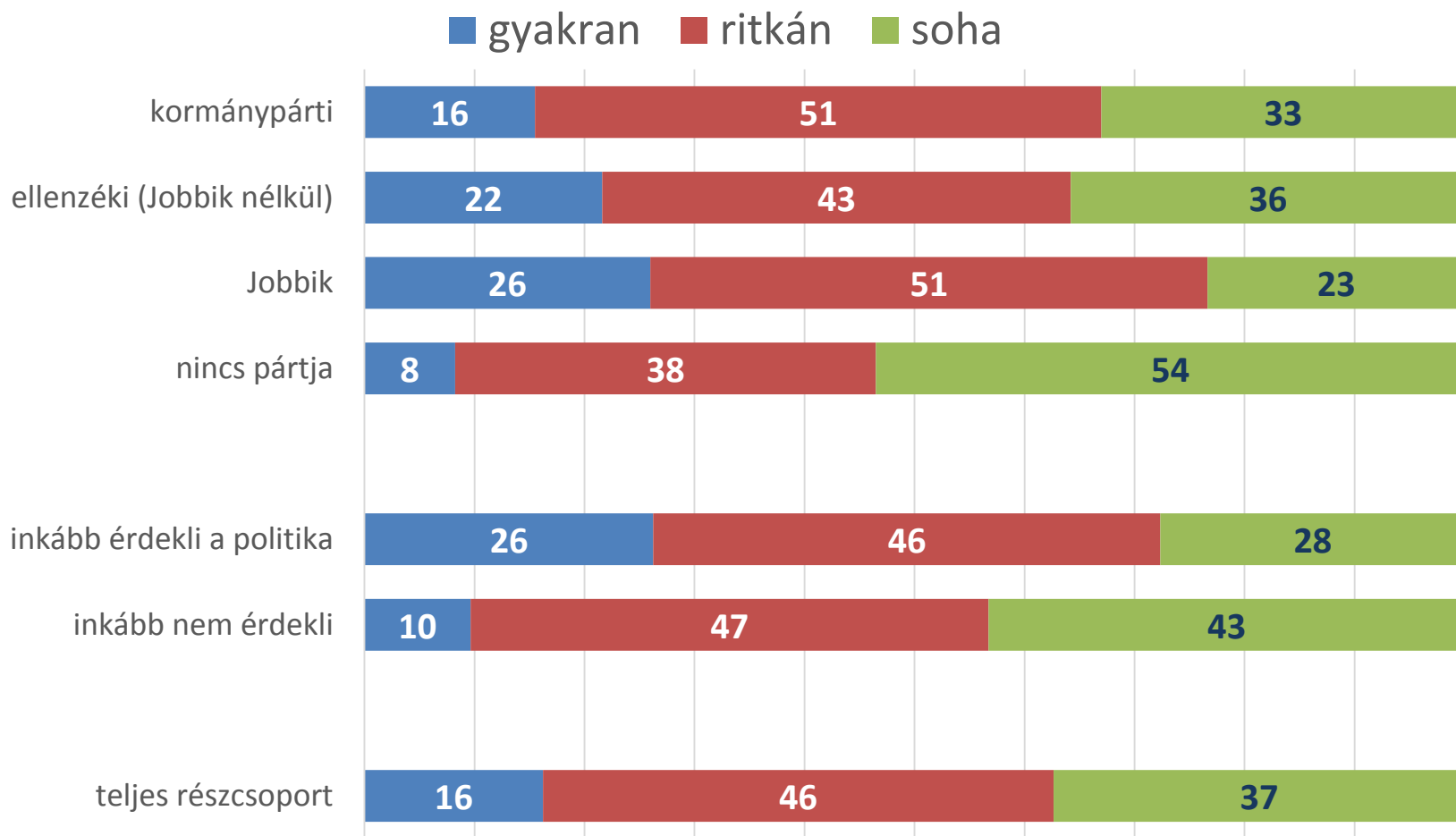
életkor és iskolai végzettség szerint, az interneten tájékozódók százalékában





# Milyen gyakran szokott Ön az interneten politikai, közéleti témájú blogokat olvasni?

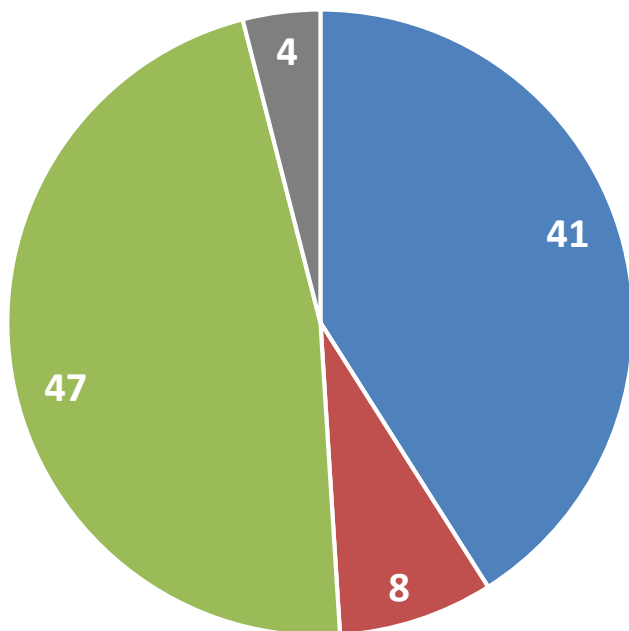
politikai hovatartozás szerint, az interneten tájékozódók százalékában



# Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik, mi érdekli jobban?

a teljes népesség százalékában

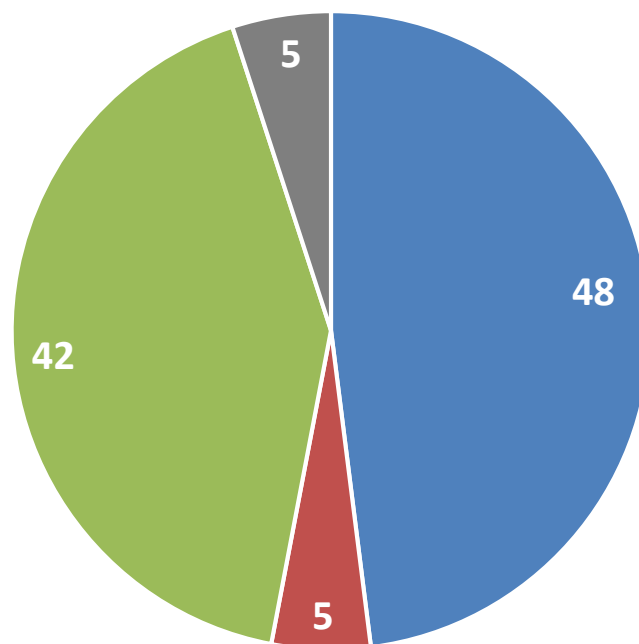
2014-2015



■ hírek, tudósítások

■ mindkettő egyformán

2016

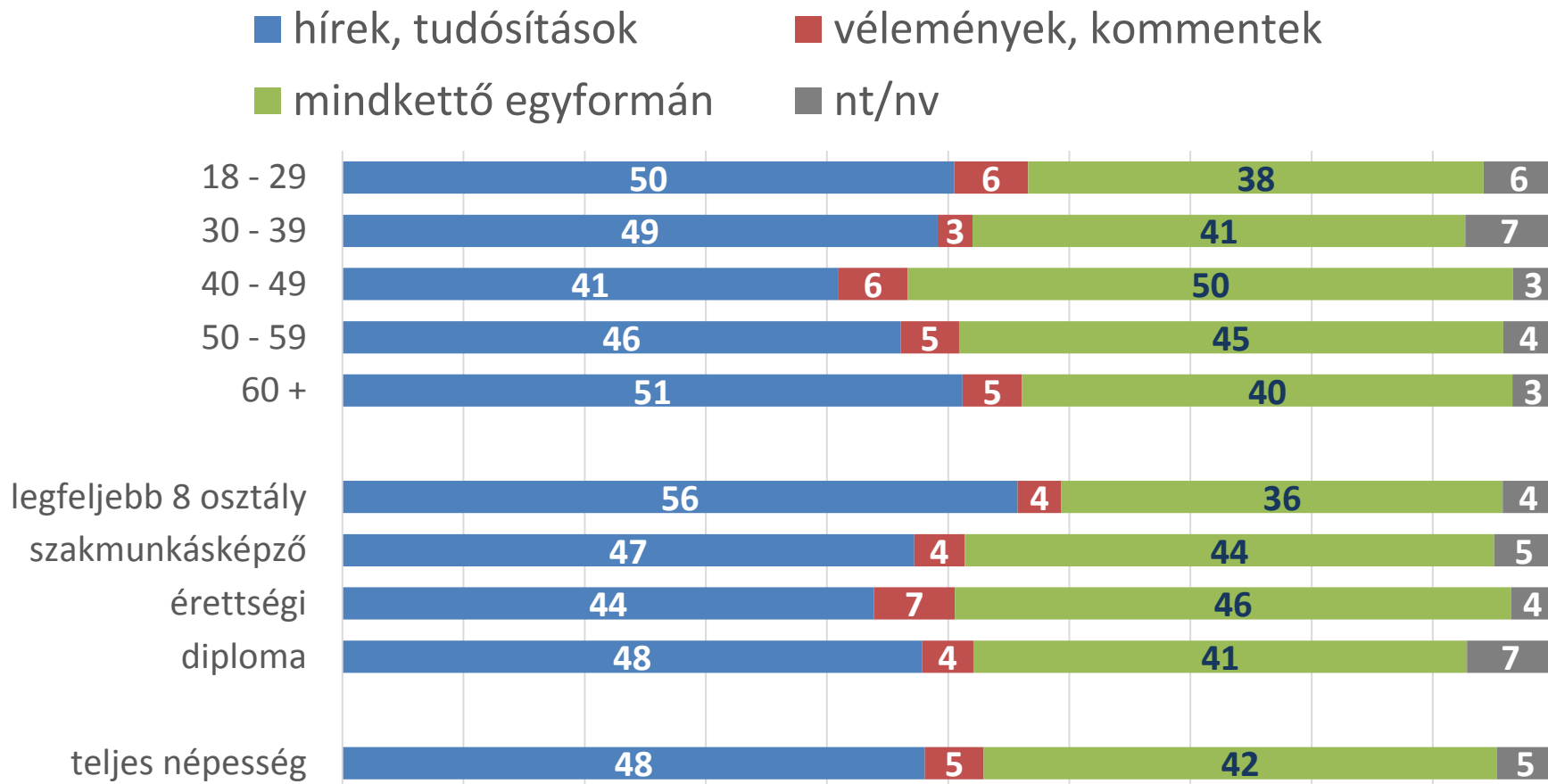


■ vélemények, kommentek

■ nt/nv

# Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik, mi érdekli jobban?

életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában

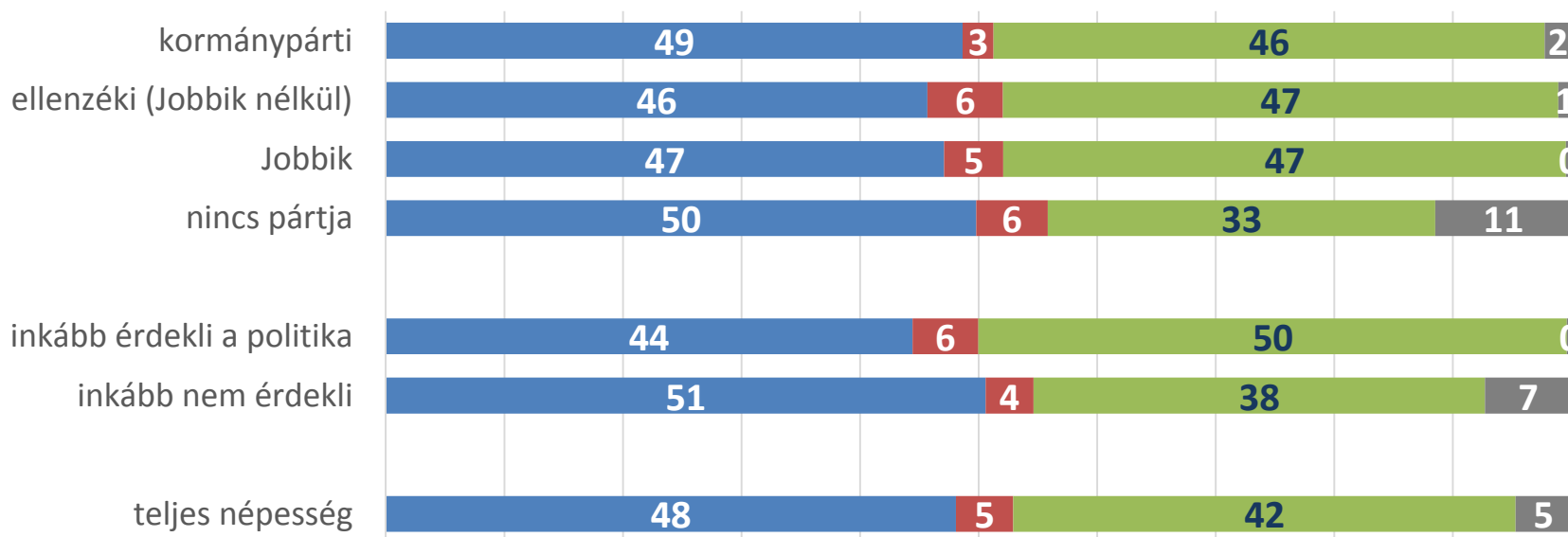


Az elmúlt évben enyhe mértékben nőtt azok aránya, akik inkább a hírek, tudósítások iránt érdeklődnek, kevésbé keresik a véleményeket a közéleti tájékozódásuk során. Különösen az alacsony végzettségűekre jellemző ez a vélemény, de a legidősebb és a legfiatalabb korcsoportban is többségben vannak a csak a tények iránt érdeklődők.

# Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik, mi érdekli jobban?

politikai hovatartozás szerint, a teljes népesség százalékban

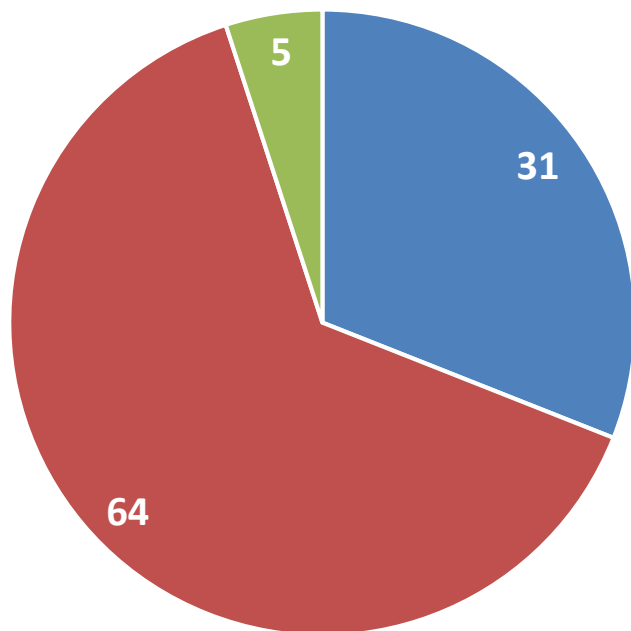
■ hírek, tudósítások      ■ vélemények, kommentek  
■ mindkettő egyformán      ■ nt/nv



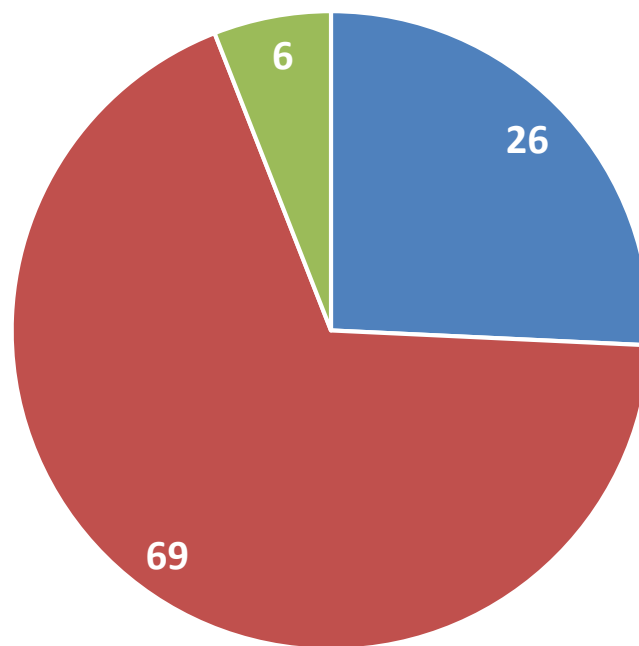
A különböző szavazói csoportok között lényegében nincs különbség abban a tekintetben, hogy híreket, véleményeket vagy mindkét műfajhoz tartozó tartalmakat keresnek a médiában. Észre lehet venni viszont, hogy a politika iránt kevésbé érdeklődők csoportjára jellemzőbb, hogy csak a hírek, tudósítások érdeklik a tagjait.

## Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik... a teljes népesség százalékában

2014-2015



2016

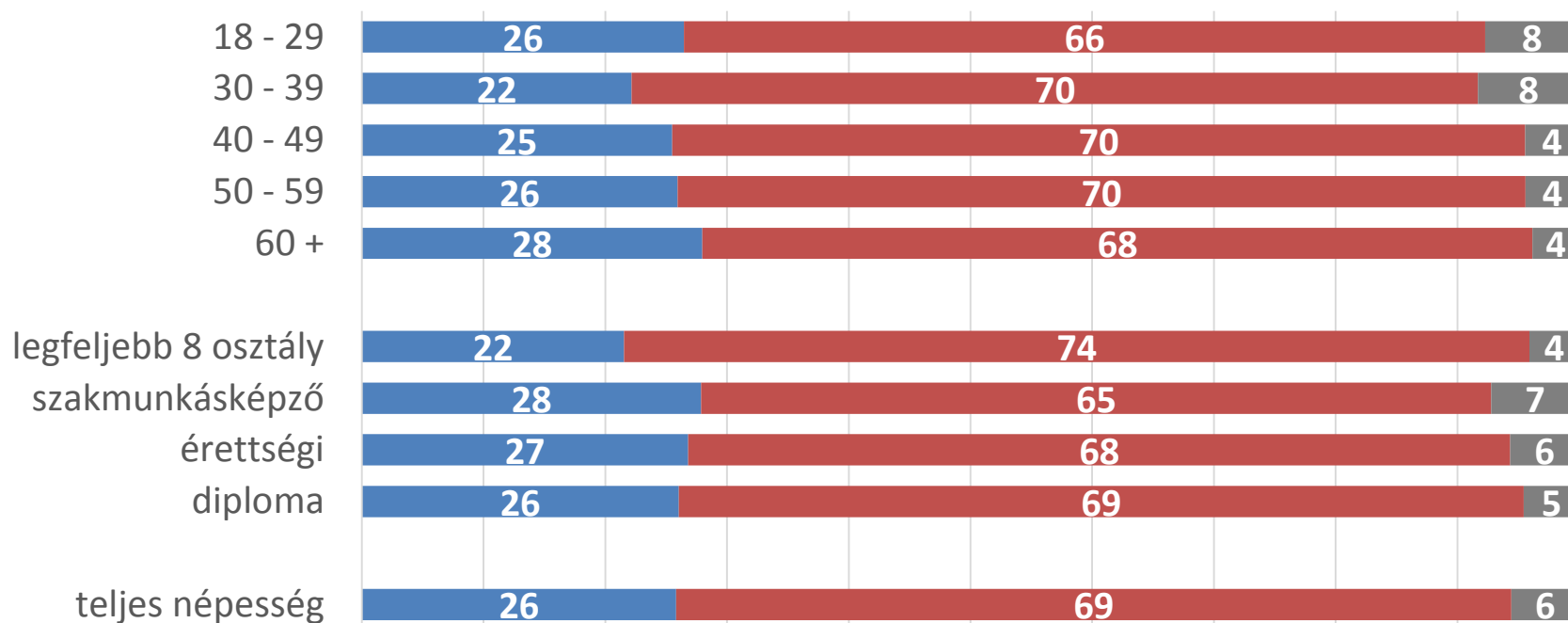


- a saját politikai nézeteihez közel álló hírforrásokat, véleményeket keresi
- ugyanúgy elolvassa, meghallgatja a másik oldal híreit, véleményeit is
- nt/nv

# Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik...

életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában

- a saját politikai nézeteihez közel álló hírforrásokat, véleményeket keresi
- ugyanúgy elolvassa, meghallgatja a másik oldal híreit, véleményeit is
- nt/nv

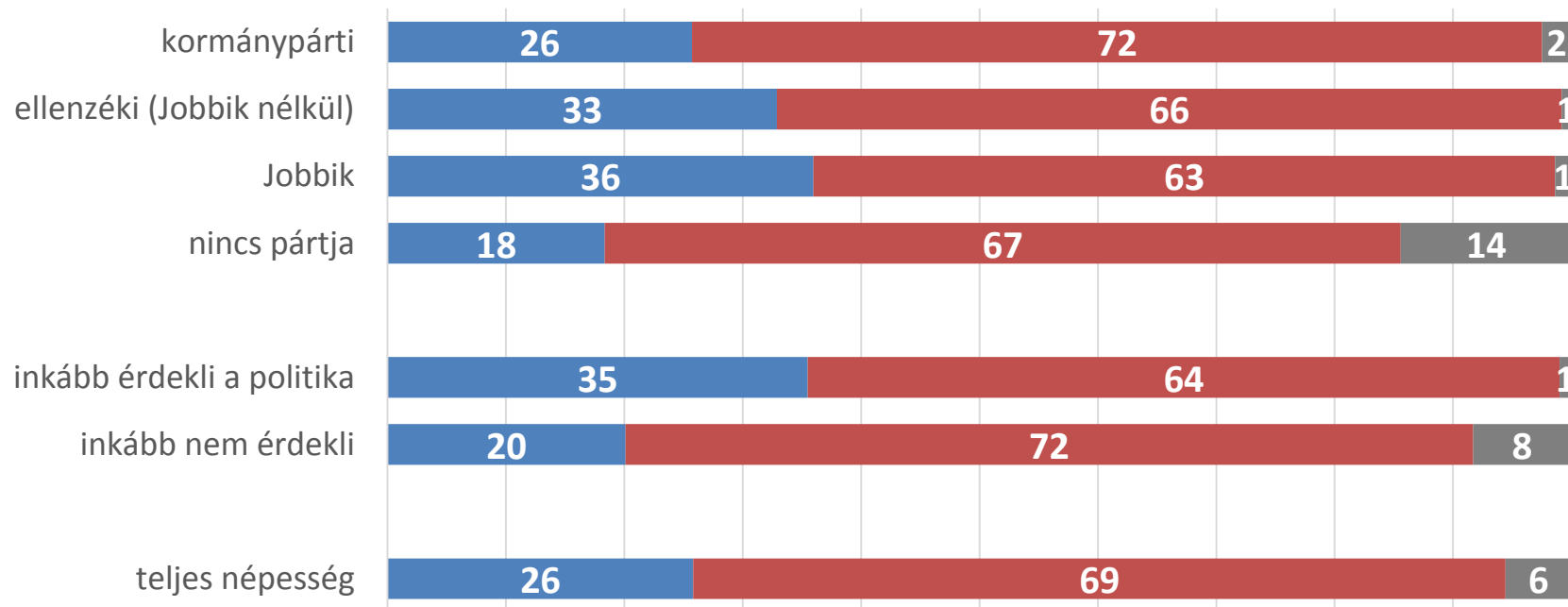


Az elmúlt évben valamivel szűkebb lett a saját bevallásuk szerint egyoldalúan tájékozódók csoportja. Az életkor és az iskolai végzettség mentén nem különböznek jelentősen egymástól a válaszadók.

# Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik...

politikai hovatartozás szerint, a teljes népesség százalékban

- a saját politikai nézeteihez közel álló hírforrásokat, véleményeket keresi
- ugyanúgy elolvassa, meghallgatja a másik oldal híreit, véleményeit is
- nt/nv



Leginkább a Jobbik-szavazók ragaszkodnak a saját nézeteikhez közel álló tartalmakhoz, legkevésbé pedig a kormánypárti szavazók. A politika iránt nem, vagy kevésbé érdeklődők csoportjára jellemzőbb, hogy szélesebb körben, több oldal álláspontját megismerve tájékozódnak, mint a határozottan érdeklődőkre.

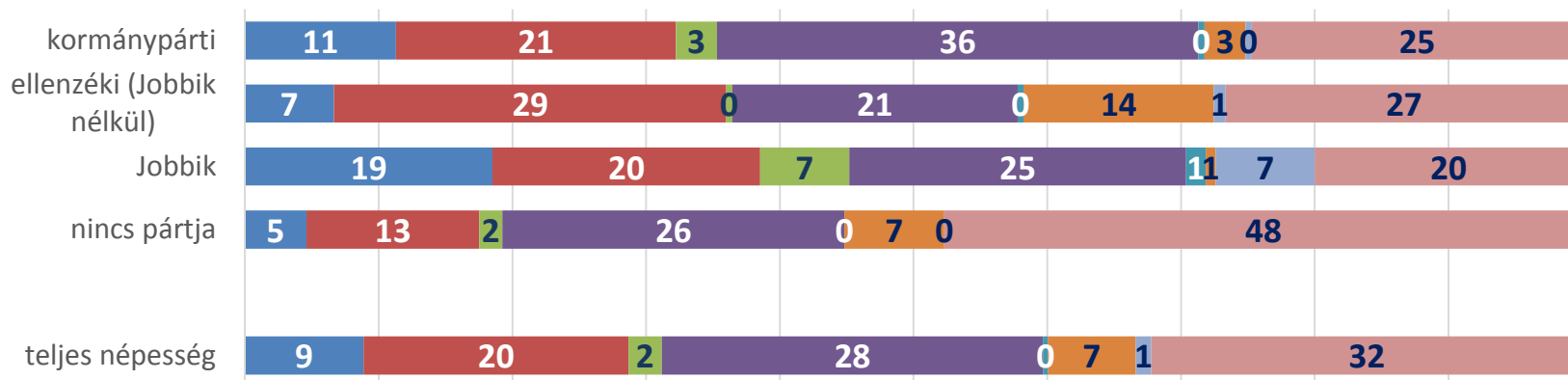
# Módszertani leírás az 57. ábrához

- A következő ábrán bemutatott csoportképzés során a gyakran olvasó/néző/hallgatóból indultunk ki.
- Politikai oldal szerint csak olyan médiumokat soroltunk be, amelyeket jellegzetesen valamelyik politikai oldal szavazói használnak (adjusted residualok alapján: 2-nél nagyobb érték úgy, hogy más szavazói csoportnál nincs 2-nél nagyobb pozitív érték).
- Ha az itt felsorolt médiumcsoportokon belül legalább egyet használ valaki rendszeresen, akkor kap egy „kormánypárti”, „baloldali” vagy „radikális jobboldali” értéket; a három értékből készült tipológiát mutatja az ábra.
- **A fogyasztási mintázatok alapján kormánypárti médiumok:**
  - Magyar Hírlap
  - Magyar Idők
  - m1, m2, m4, m5, duna
  - HírTV
  - Kossuth, Petőfi rádió
  - 888.hu
  - hirado.hu
  - magyaridok.hu
  - mno.hu
  - Demokrata
  - Heti Válasz
- **Baloldali/liberális:**
  - Népszabadság
  - Népszava
  - RTL Klub
  - ATV
  - 444.hu
  - atlatszo.hu
  - direkt36.hu
  - hvg.hu
  - nol.hu
  - 168 óra
  - Élet és Irodalom
  - HVG
  - Magyar Narancs
- **Jobboldali radikális:**
  - Echo TV
  - kuruc.info
  - alfahir.hu



## A tájékozódás forrásai politikai oldal szerint csoportosítva politikai hovatartozás szerint

- mindhárom típusból (kormánypárti, baloldali/liberális, jobboldali radikális) tájékozódik
- kormánypárti és baloldali/liberális forrásokból tájékozódik
- kormánypárti és jobboldali radikális forrásból tájékozódik
- csak kormánypárti forrásokból tájékozódik
- baloldali/liberális és radikális jobboldali forrásokból tájékozódik
- csak baloldali/liberális forrásokból tájékozódik
- csak jobboldali radikális forrásokból tájékozódik
- nem tájékozódik a vizsgált forrásokból

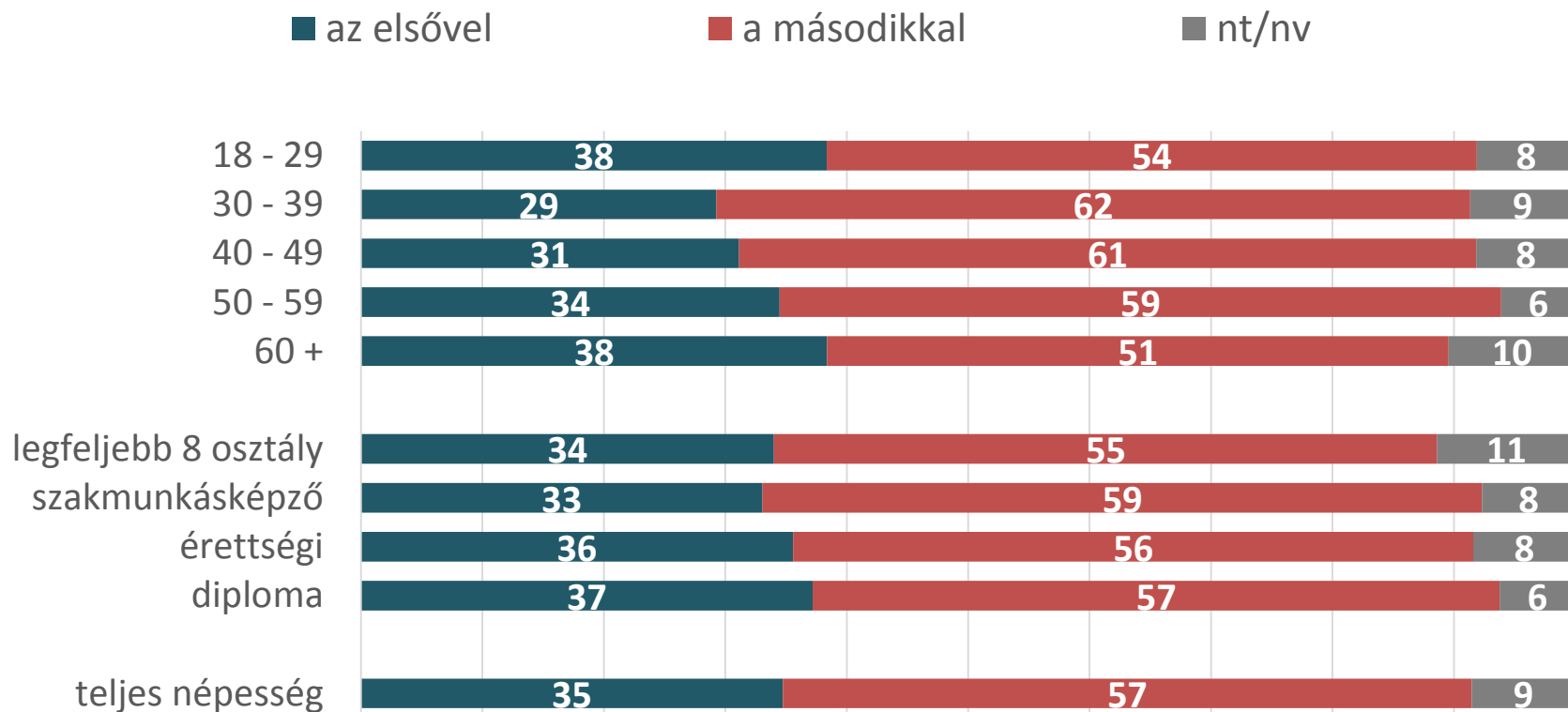


A szubjektív értékelés mellett a használt médiumokból kiindulva is megvizsgáltuk, hogy mennyire széles körben tájékozódnak a válaszadók a politikai oldalakhoz köthető tartalmak tekintetében. Ennek egyik legfontosabb tanulsága, hogy a lakosság közel 30%-a csak kormánypárti forrásokból tájékozódik. Ebben természetesen szerepet játszik az, hogy a sokak számára kizárólagosan elérhető „közszolgálati” csatornák is ide tartoznak. A csak baloldali/liberális forrást használók aránya 7%, a kizárólag radikális jobboldali tartalmakat fogyasztóké pedig (valószínűleg a médiumok alacsony számával is összefüggésben) csak 1%.

A kormánypárti szavazókra jellemző leginkább, hogy csak a saját oldalhoz tartozó forrásokból tájékozódnak. A Jobbik-szavazók összetettebben tájékozódnak, mint a korábbi években. Ennek valószínűleg az az oka, hogy a Jobbik megjelent olyan médiumokban, ahol korábban nem kapott szerepet.

**Vannak, akik azt mondják, hogy a magyar médiából jól lehet tájékozódni, meg lehet ismerni a tényleges valóságot, mások szerint a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. Ön melyik véleménnyel ért inkább egyet?**

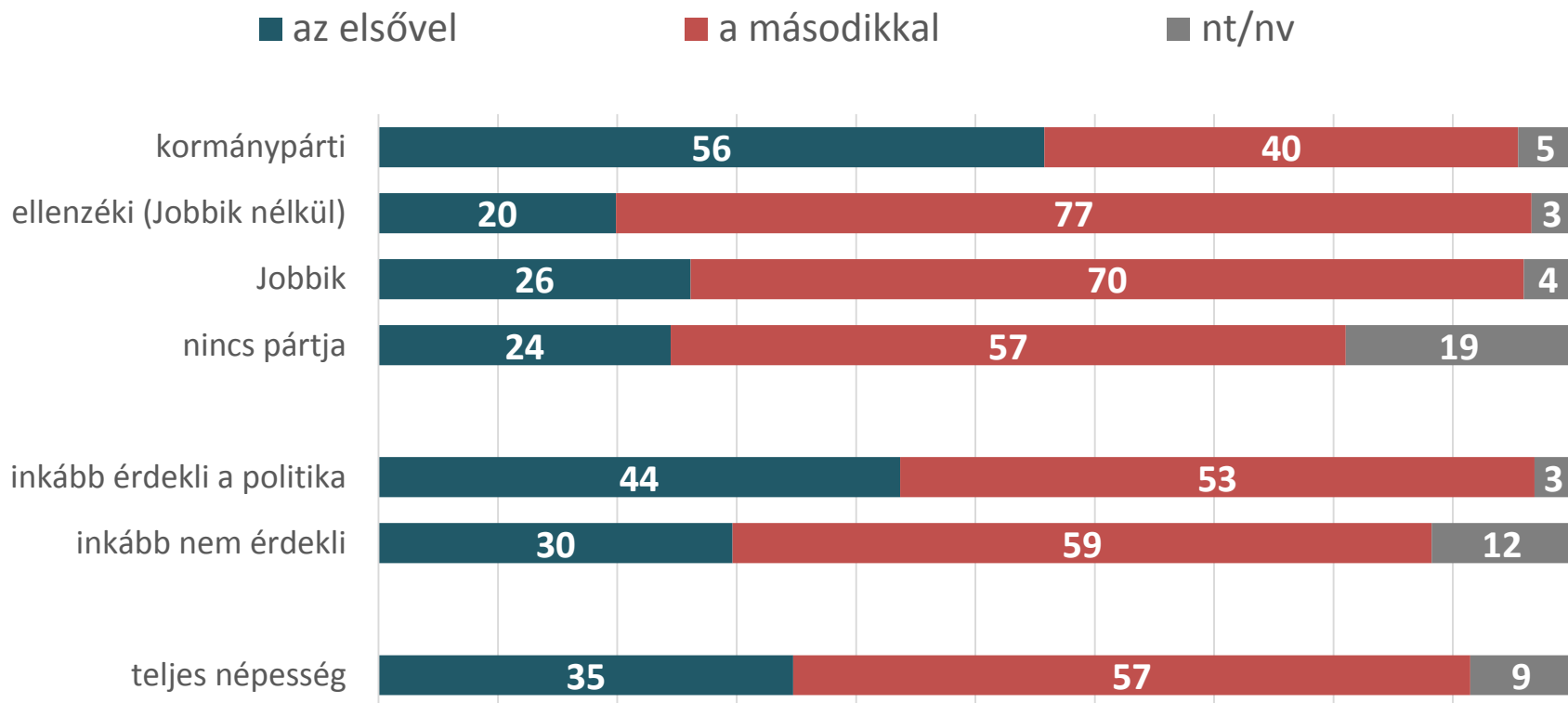
életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában



A magyarországi felnőtt népesség többsége szerint a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap mint a másiké. A legfiatalabb korcsoport viszonylagos elégedettségét a tájékozódás kiegyensúlyozottságával kapcsolatban talán magyarázhatja, hogy a tartalmak szélesebb köréhez férnek hozzá az internet révén, mint az idősek.

**Vannak, akik azt mondják, hogy a magyar médiából jól lehet tájékozódni, meg lehet ismerni a tényleges valóságot, mások szerint a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. Ön melyik véleménnyel ért inkább egyet?**

életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában

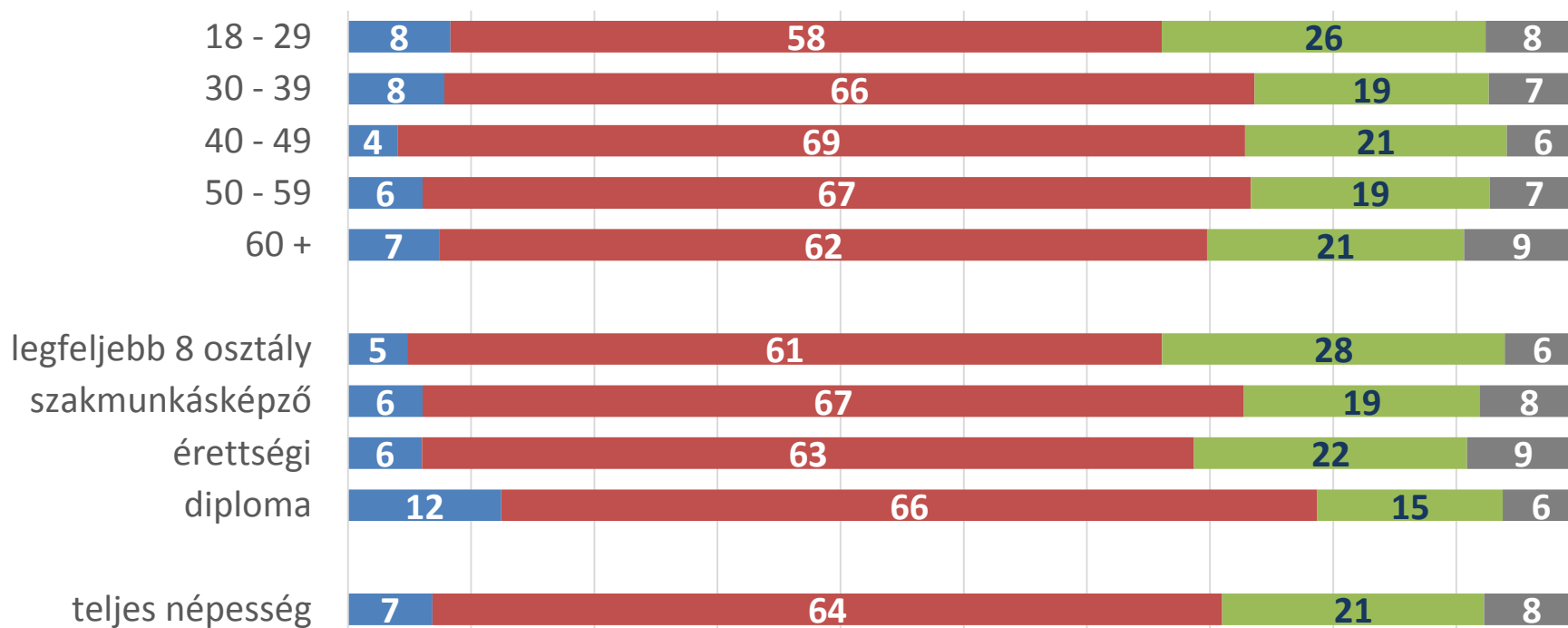


A kormánypárti szavazók többsége elégedett a jelenlegi helyzettel, úgy érzi, jól lehet tájékozódni a magyar médiából, az ellenzéki szavazók viszont igen elégedetlenek, a baloldaliaknak mindössze ötöde, a Jobbik-szavazóknak pedig negyede tartja kielégítőnek a helyzetet. Érdekes módon a politika iránt érdeklődők elégedettebbek a helyzettel. Ennek az lehet a magyarázata, hogy ők a források szélesebb körét használják.

# Ön szerint Magyarországon a médiában melyik politikai oldalnak, pártnak van nagyobb befolyása?

életkor és iskolai végzettség szerint, a teljes népesség százalékában

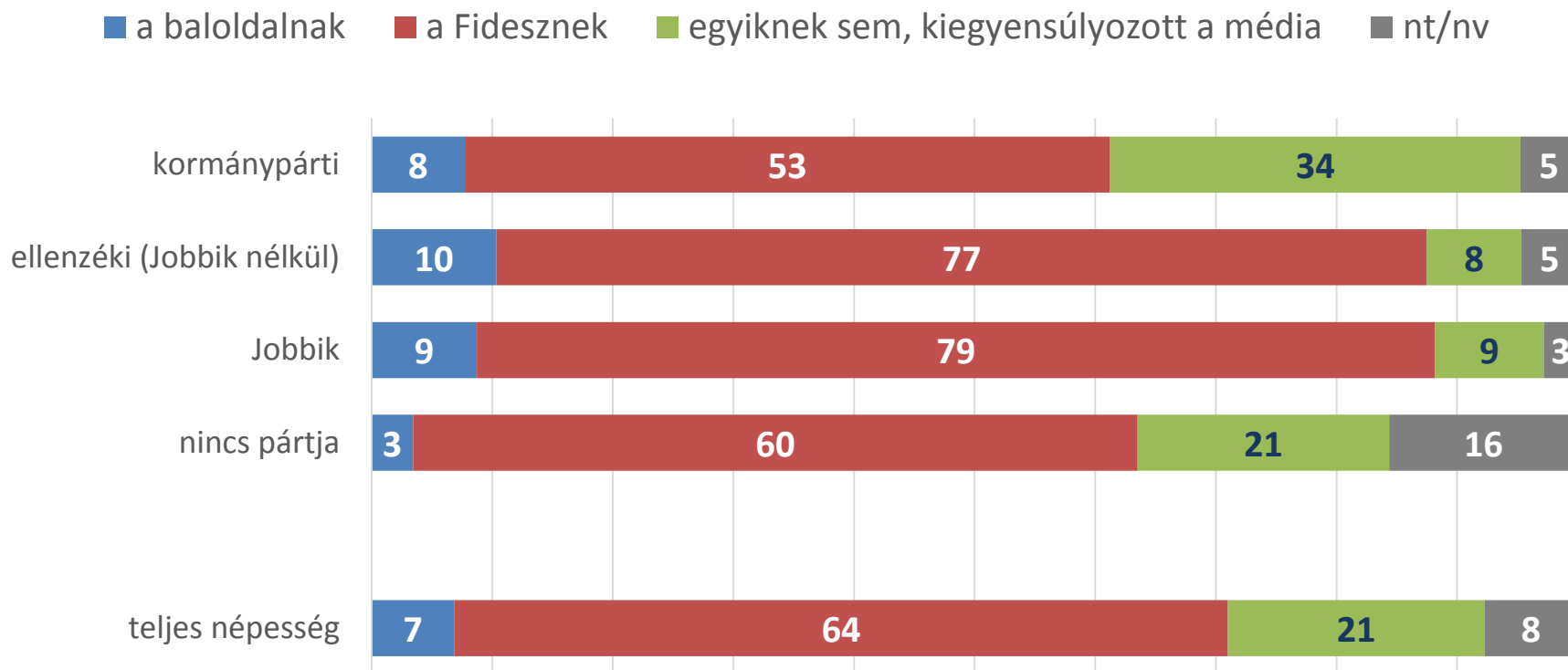
■ a baloldálnak ■ a Fidesznek ■ egyiknek sem, kiegyensúlyozott a média ■ nt/nv



Azok szerint, akik úgy gondolják, nem kiegyensúlyozott a média, jelentős fölényben vannak, akik szerint a Fidesznek van nagyobb befolyása.

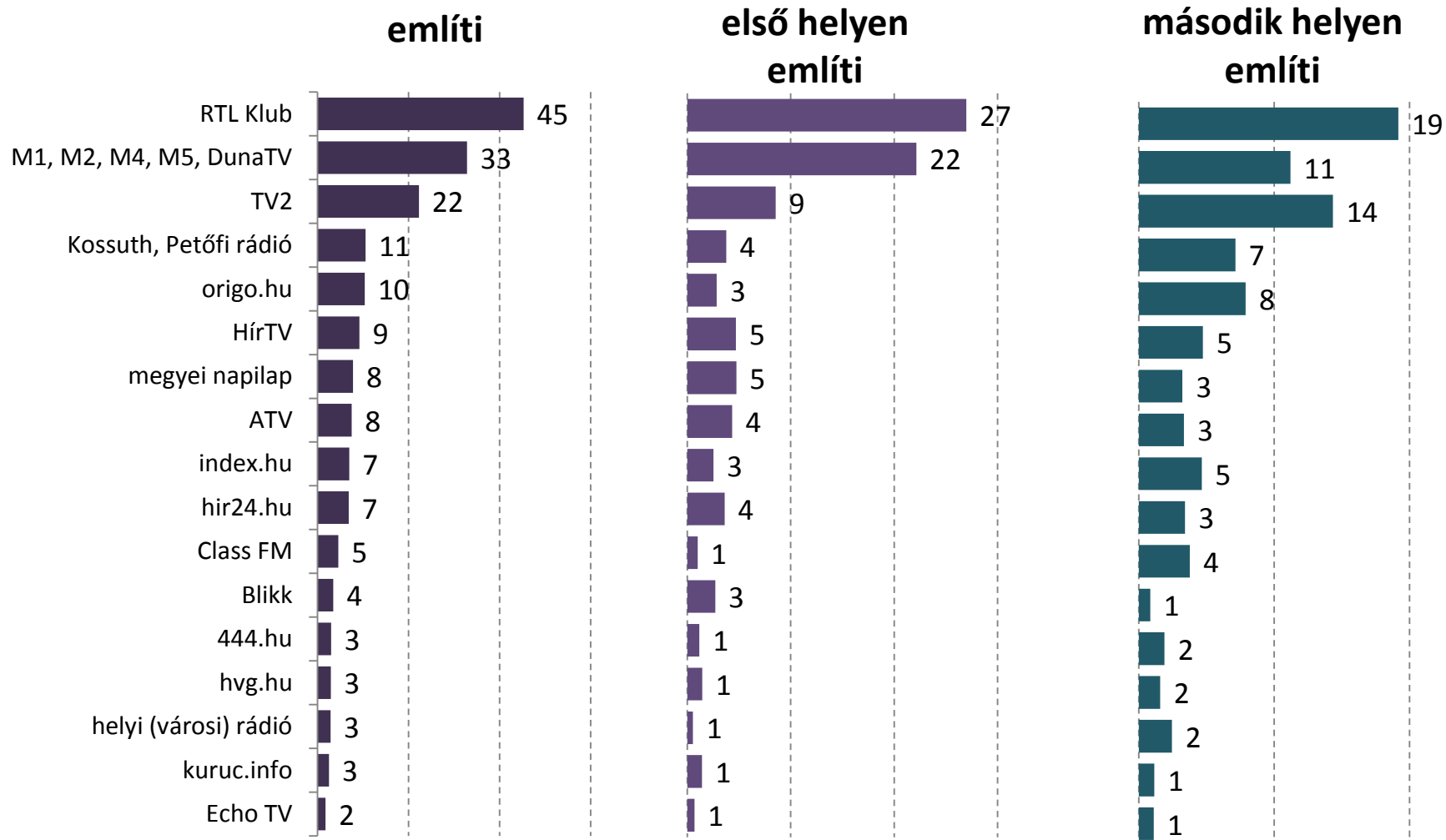
# Ön szerint Magyarországon a médiában melyik politikai oldalnak, pártnak van nagyobb befolyása?

politikai hovatartozás szerint, a teljes népesség százalékban



Még a párt szavazói között is többségben van az a nézet, hogy a Fidesz befolyása jelenleg nagyobb a médiára, mint a baloldalé.

## Információforrások hitelessége\* (a fontosabb médiumok)

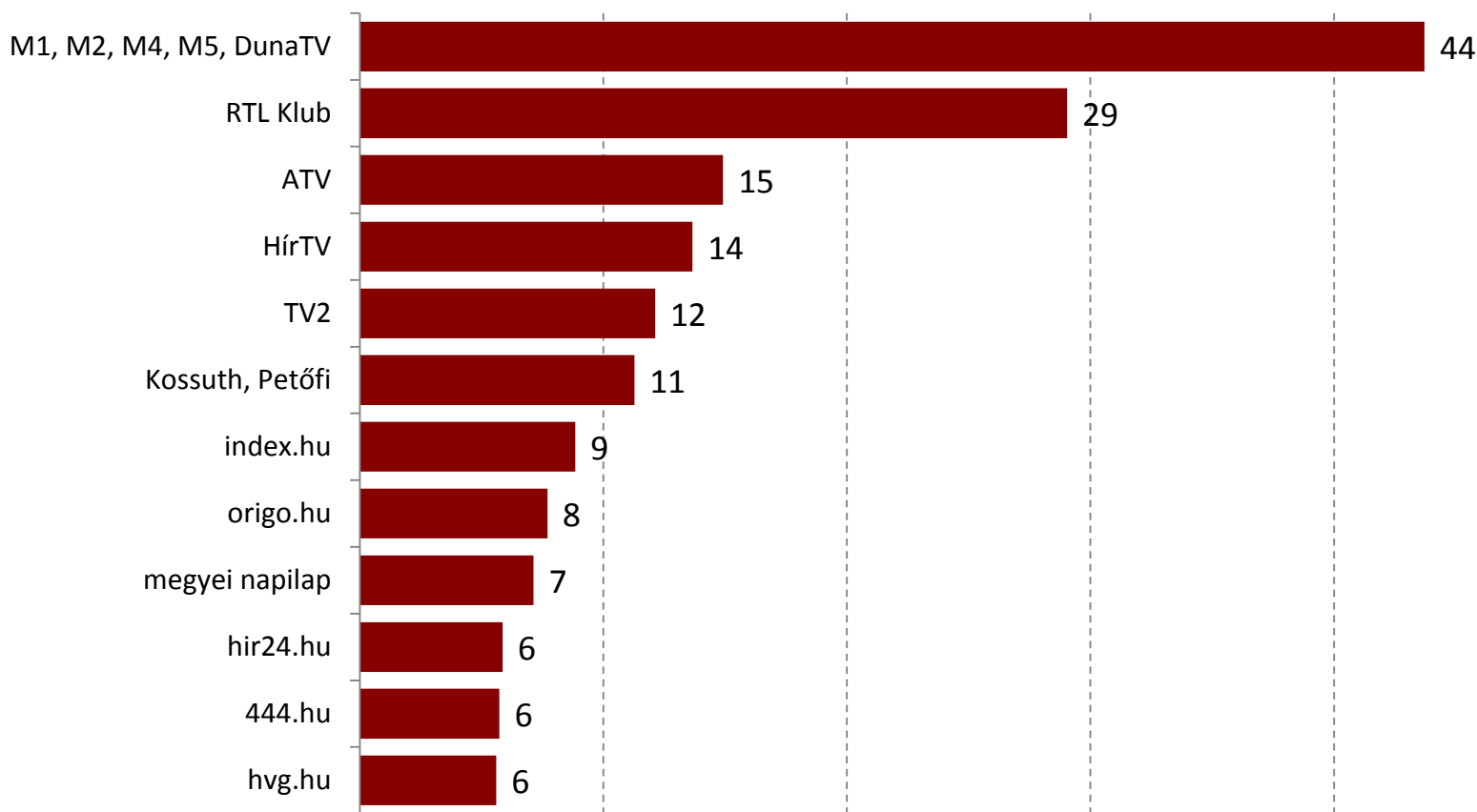


Az információforrások hitelességébe vetett hit szorosan követi a médiumok tájékozódásban betöltött szerepét. Emellett a válaszadó pártpreferenciája gyakorol kimutatható hatást a kérdés megítélésére (61. ábra).

\* Ha arról szeretne minél hitelesebb, megbízhatóbb információhoz jutni, hogy mik a legfontosabb politikai, közéleti hírek Magyarországon, melyik az a forrás, amelyikhez elsősorban fordul?

## Információforrások hitelessége

### A fontosabb médiumok említettsége a többféle forrásból tájékozódók\* körében



A leginkább hitelesnek tartott információforrások sorrendje másként alakul a széles körben\* tájékozódók válaszait vizsgálva, mint az összes megkérdezett esetében: a változatos forrásból tájékozódók (összehasonlítókkal rendelkezők) körében a „közzszolgálati” televíziók fölényesen megelőzik az RTL Klubot, az ATV és a HírTV jelentősége jóval nagyobb az átlagosnál, miközben a TV2 háttérbe szorul.

\*Azon válaszadók körében, akik mind kormánypárti, mind ellenzéki (kormánypárti és baloldali, vagy kormánypárti és radikális jobboldali és baloldali) forrásokból is tájékozódnak.

# Információforrások hitelessége

## A fontosabb médiumok említettsége pártpreferencia szerint

