

# MEGFERTŐZÖTT MÉDIARENDSZER

A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon  
2020

Hann Endre, Megyeri Klára, Polyák Gábor, Urbán Ágnes  
2020 november



A kutatás 2020 őszén 2000 fős országos reprezentatív mintán vizsgálta a magyarok politikai tájékozódási szokásait, preferenciáit és attitűdjeit.



Az adatok – nem függetlenül a járványtól – a politika, a közélet iránti érdeklődés növekedését, egyúttal a hírigények gyors kielégítését szolgáló online és közösségi hírforrások felértékelődését mutatják.



A lakosság összességében a független hírforrásokat tartja hitelesnek, de ez elsősorban az ellenzéki és párt nélküli válaszadók véleményéből következik: a kormánypártiak szemében jellemzően a kormánymédia termékei a hitelesek. A magyar társadalom polarizációja a hírfogyasztás és a hírértelmezés mintázaiban is kimutatható.

# MEGFERTŐZÖTT MÉDIARENDSZER

A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon  
2020

  
**MÉRTÉK**  
médiaelemző műhely  
[www.mertek.eu](http://www.mertek.eu)

 **MEDIAN**

# TARTALOM

<b>1.</b>	<b>BEVEZETÉS</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>POLITIKAI ÉRDEKLŐDÉS ÉS A TÁJÉKOZÓDÁS FORRÁSAI</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>AZ EGYES MÉDIUMOK SZEREPE A POLITIKAI TÁJÉKOZTATÁSBAN</b>	<b>8</b>
<b>4.</b>	<b>A MAGYAR MÉDIA POLITIKAI KIEGYENSÚLYOZOTTSÁGÁNAK ÉS FÜGGETLENSÉGÉNEK MEGÍTÉLÉSE</b>	<b>11</b>
<b>5.</b>	<b>A MÉDIA FELADATÁNAK ÉRTÉKELÉSE</b>	<b>14</b>
<b>6.</b>	<b>ELŐFIZETÉS, TÁMOGATÁS</b>	<b>16</b>
<b>7.</b>	<b>KÖVETKEZTETÉSEK</b>	<b>17</b>
<b>8.</b>	<b>ÁBRA- ÉS TÁBLÁZATJEGYZÉK</b>	<b>18</b>
<b>9.</b>	<b>FÜGGELÉK</b>	<b>19</b>
9.1	Módszer .....	19
9.2	Politikai érdeklődés és tájékozódás .....	19
9.3	Az egyes hírforrások szerepe a tájékozódásban .....	25
9.4	A hírforrások politikai megítélése .....	35
9.5	Politikai tájékozódás és a Facebook .....	38
9.6	A média politikai állapotának megítélése .....	40
9.7	Az index.hu válsága .....	48
9.8	Az előfizetés és az önkéntes támogatás .....	50
9.9	A Klubrádió és az internet .....	52
	A szerzőkről .....	54
	A szervezetekről .....	54
	Impresszum .....	54

# 1.

## BEVEZETÉS

A média sokszínűsége nem csak azon múlik, hogy milyen mennyiségű és minőségű médiatartalom érhető el a médiapiacra. A sokszínűség, a pluralizmus végső soron azért vált a médiáról való gondolkodás egyik legfontosabb irányítójává, mert e gondolkodás mögött a tájékozott, a közéleti tényeket ismerő, a különböző álláspontokat mérlegelni képes, a demokratikus párbeszédben és döntéshozatalban résztvevő polgár víziója áll. Nyilvánvaló, hogy sokszínű kínálat nélkül ez a vízió nem valósulhat meg, de a sokszínű kínálat önmagában nem teszi tájékozottá a polgárt. A demokrácia működése mindenkitől erőfeszítéseket igényel. Ilyen erőfeszítés maga a tájékozódás is.

A Mérték Médiaelemző Műhely 2013 óta készít felmérést a hírfogyasztási, tájékozódási szokásokról (a korábbi kutatások eredményei elérhetők a mertek.eu oldalon, a Sajtószabadság menüpont alatt). A kutatást minden alkalommal a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézetrel együttműködve készítettük el. A magyar médiahelyzet sajátossága, hogy az évek alatt a legolvasottabb napilapok címei eltűntek a listáról, lecserélődtek a rádiós piac szereplői, és számos nagy elérésű médium olyan tulajdonosváltáson ment keresztül, ami teljesen felülírta a korábbi szerkesztési irányokat. Az ismétlődő kutatások pontos képet adnak arról is, hogy a közönség milyen érzékenyen és milyen gyorsan reagálnak arra, ha az általuk használt hírforrások a korábitól jelentősen eltérő hangvételben mutatják be a napi eseményeket. A tanulság: a piaci változások sokkal gyorsabbak, mint a fogyasztói szokások változása.

A változó, sőt instabil médiakörnyezet ellenére a kutatás fontos pillanatképet ad arról, hogy a közönség egyes csoportjai mely médiumokból tájékozódnak, a különböző médiumokat a politikai irányultság és a hitelesség szempontjából hogyan ítélik meg, keresik-e azokat a hírforrásokat, amelyek a sajátjukétól eltérő álláspontot közvetítenek. Az elmúlt években kiemelt figyelmet fordítottunk a közösségi média (Facebook) használatának vizsgálatára, és mára egyértelműen megállapítható, hogy a közösségi média a felhasználók jelentős része számára a nyilvános politizálás terepévé vált.

A kutatás adatai meggyőző bizonyítékul szolgálnak arra, hogy nemcsak a hírforrások kiválasztását, de a hírek értelmezését, értékelését is jelentősen befolyásolja a válaszadó

pártállása. A kormánypárti szavazók nyilvánvalóan előnyben részesítik és hitelesebbnek tartják a kormányközeli médiumokat, ugyanakkor a napi eseményeket is a kormány narratívájával összhangban értelmezik. Akkor is, ha eközben a kormány narratívájával ellentétes hírforrásokkal is találkozhatnak. A magyar társadalom polarizációja a hírfogyasztás és a hírértelmezés mintázataiban világosan kimutatható.

2020 rendhagyó év volt a hírfogyasztás szempontjából is. A COVID-19 járvány miatt jelentősen nőtt a hírek iránti kereslet, és a járvánnyal kapcsolatos intézkedések egyúttal a politikai közbeszéd és viták középpontjába is kerültek. A friss adatok egyfelől a politika, a közélet iránti érdeklődés növekedését, másfelől a hírigények gyors kielégítését szolgáló online és közösségi hírforrások felértékelődését mutatják. A következő időszak alapvető kérdése, hogy ezek a mintázatok rögzülnek-e, vagy a pandémia lecsengésével visszaáll a televízióközpontú, a közügyek iránt mérsékelt nyitottságot mutató hírfogyasztás.

Az Index átalakulása és a Telex indulása mintha áttörést jelentene a hírek iránti fizetési hajlandóság alakulásában. 2020 egyik legdrámaibb médiapiaci fejleménye az Index korábbi szerkesztőségének felmondása volt, és úgy tűnik, ennek a jelentőségét a médiapiaci események iránt kevésbé érdeklődő közönség is felmérte. A Klubrádió jövőjét fenyegető médiatanácsi döntés szintén viszonylag széles körben vált ismertté. Az Index helyén induló Telex és a Klubrádió egyúttal a legsikeresebb adománygyűjtők is voltak a vizsgált időszakban.

A magyar médiarendszer folyamatos átalakulása a legutóbbi hírfogyasztókat is komoly kihívások elé állítja. A Mérték és a Medián kutatása talán segíti a tisztánlátást.

Budapest, 2020. november 17.

Polyák Gábor és Urbán Ágnes  
Mérték Médiaelemző Műhely

## 2.

## POLITIKAI ÉRDEKLŐDÉS ÉS A TÁJÉKOZÓDÁS FORRÁSAI

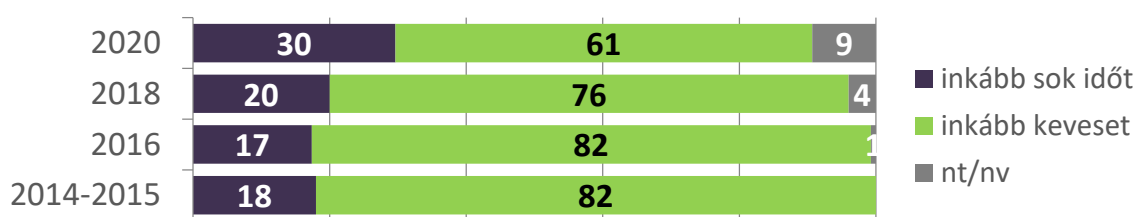
Majdnem minden második magyar állampolgár állítja, hogy „nagyon” vagy „közepesen” érdeklődik a politika iránt, és ez jelentős növekedést jelent az előző évekhez képest, hiszen a 2015 óta elvégzett felméréseinkben rendre 34–36 százalék volt a fenti arány. Elképzelhető, hogy a nagyobb számok mögött valamilyen nehezen kideríthető módszertani ok húzódik meg, de valószínű, hogy a magyarázat legalább részben a vírusjárványban keresendő. A pandémia az elmúlt fél évben nagyon sok embert arra indított, hogy nagyobb intenzitással forduljon a hírek felé, és felismerje a téma egészségügyi összefüggéseken túli politikai jelentőségét. Ezt látszik alátámasztani az is, hogy nemcsak többen mondják, hogy sok időt fordítanak politikai-közéleti tájékozódásra, mint néhány évvel korábban, de az egyének saját szubjektív élményük szerint is több időt töltenek ilyesmivel (1. ábra).

Miközben a politikai érdeklődés, az információigény egyértelműen fokozódott, jelentősen átstrukturálódott a tájékozódás szerkezete: egyértelműen csökkent a televízió szerepe és növekedett az interneté. Korábban, beleértve az elmúlt öt-hat évet, egyértelműen és kimagaslóan a tévé volt az első számú politikai-közéleti hírforrás, ám mostanra a jelentősége számottevően csökkent, a világháló pedig számottevően nőtt, és ma már az utóbbit is csaknem ugyanannyian használják rendszeresen politikai tájékozódásra. Ha pedig a fókusz a közönségnek arra a háromnegyed részére irányítjuk, akiknek van internethozzáférése és használják is a világhálót, toronymagasan az internet a legfontosabb hírforrás (71 százalék használja rendszeresen, szemben a televíziót használó 50 százaléknyi válaszadóval). A rádió és a nyomtatott sajtó görbéje viszont a vízszintest közelíti, tehát ezeknek a tájékozódásban betöltött szerepe 2014 óta lényegében változatlan (2. ábra).

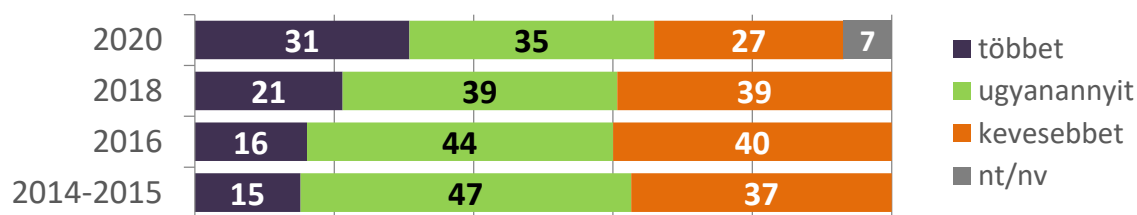
1. ábra

### A tájékozódásra fordított idő (százalék)

#### Mennyi időt fordít politikai-közéleti tájékozódásra?

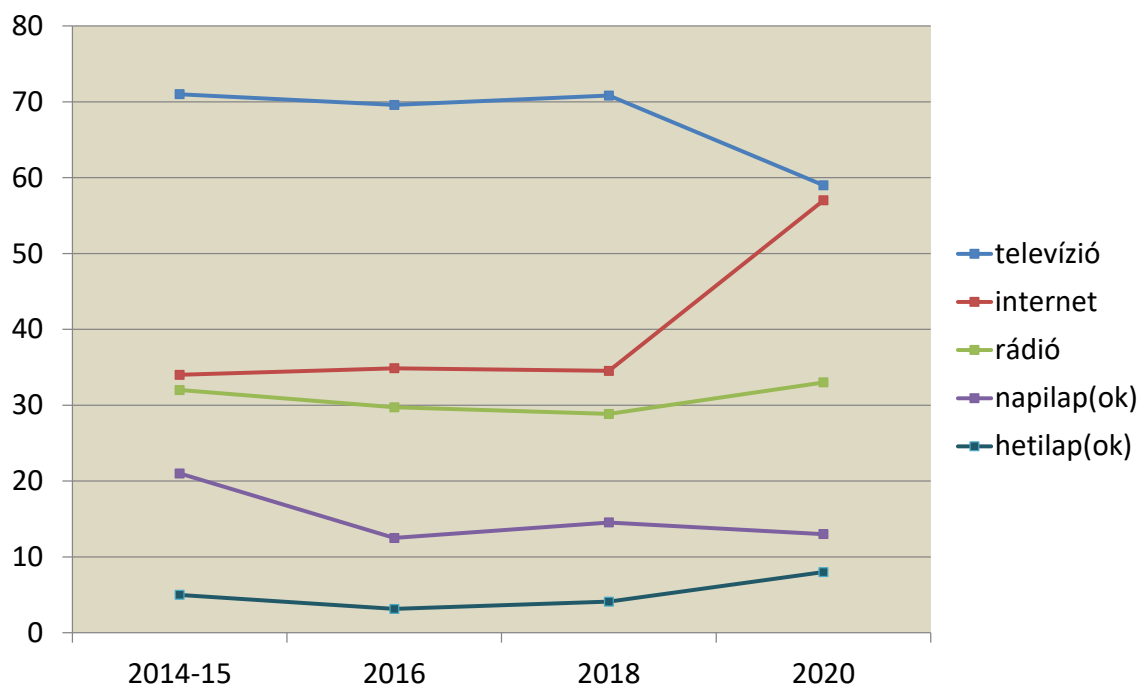


#### Ha a néhány évvel ezelőttihez\* viszonyítja, most mennyi időt fordít politikai-közéleti tájékozódásra?



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

2. ábra

**A tájékozódás forrásainak változása (százalék)**

Az internet előretörésében ugyancsak szerepe lehet a koronavírus-járványnak. Minden jel szerint számosan, különösen az idősebbek közül, a járvány által kikényszerített izolációnak köszönhetően fordultak fokozódó mértékben az internethez, és találtak ott – számos praktikus és szórakoztató információ mellett – egészségügyi információkat és érdekes politikai-közéleti tartalmakat. Mindez nem jelenti azt, hogy az internethasználat tekintetében teljesen kiegyenlítődtek volna a generációs különbségek, hiszen a rendszeres internethasználók aránya az 50 évesnél fiatalabbak körében 74 százalék, 50-59 év között 65 százalék, a 60 évesnél idősebbek körében még mindig csak 28 százalék. Mindez a *politikai* tájékozódásra vonatkozik, és ezt a képet árnyalja, hogy a fiatalok valamivel kevésbé érdeklődnek a közügyek iránt: a legfiatalabb korcsoportban a legnagyobb a politikáról alig vagy egyáltalán nem tájékozódók aránya (30 alatt 28 százalék, 60 fölött 8 százalék).

A mérleg másik serpenyőjében a televízió található. Ezt politikai tájékozódásra a 60 év felettieknek még 84 százaléka használja rendszeresen, aztán a fiatalabb korcsoportokban rendre csökken ez az arány, és 40 év alatt már csak 30 százalék sorolható ide. És van még egy médium, amelynek használatában a legidősebb korcsoport jár az élen, ez pedig a nyomtatott sajtó, mind a napilapok, mind a hetilapok tekintetében.

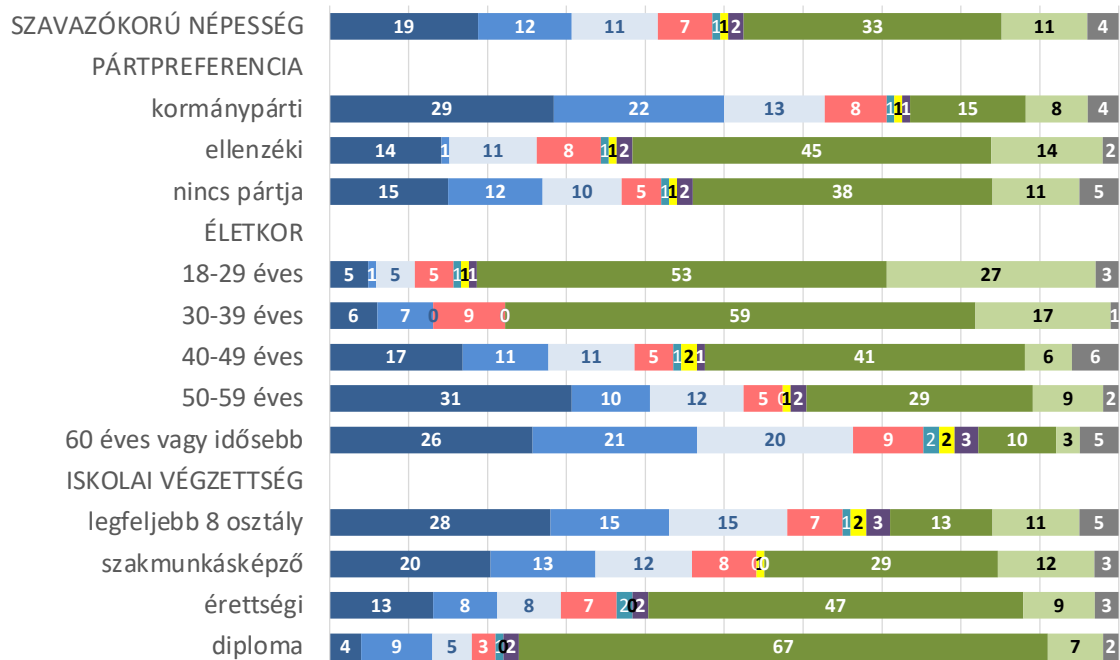
Különösen látványosan alakultak az életkori különbségek, amikor a kutatás egy olyan képzeletbeli helyzet-ről érdeklődött, amelyben csak egyetlen médium állna rendelkezésre. Az emberek nagy többsége belement a játékba, és választott „nélkülözhetetlen” tájékoztató eszközt, mégpedig relatív többségük (44 százalékuk) általában az internetet vagy konkrétan a Facebook-ot említette, és már egy hajszállal kevesebben (41 százalék) a televíziót. Minél fiatalabb korcsoport válaszait nézzük, annál elsőprőbb az internet választása, és annál jelentéktelenebb a televízióé.

A „hanyagolt” televízió és a „feltörekvő” internet közötti törésvonal ugyancsak egyre élesebb a politikai megosztottság mentén, annyira hogy a két médium fontossága szinte tükörképe egymásnak a kormányparti és az ellenzéki szavazók szemében. Számszerűen a tévé és az internet választásának aránya a fideszesek körében 64:23, az ellenzékiek körében pedig 26:59. Az ellenzékiek jóval nagyobb arányban fordulnak az internet felé, ami minden bizonnyal összefügg a hagyományos csatornákon az elmúlt években bekövetkezett kormányzati térfoglalással. A párt nélküli szavazók köztes álláspontot képviselnek, de összességében az ellenzékhez állnak közelebb: a tévé-internet választásának aránya esetükben 37:49 (3. ábra).

3. ábra

**Preferenciák a politikai-közéleti tájékozódás médiumai között**

Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódna, a kártyán felsoroltak közül melyiket választaná? (százalék)



### 3.

## AZ EGYES MÉDIUMOK SZEREPE A POLITIKAI TÁJÉKOZTATÁSBAN

A politikai-közéleti tájékozódás tekintetében a **napilapok** „fogyasztói piacán” a közelmúltban nem következett be jelentős átrendeződés, mindössze arra érdemes felhívni a figyelmet, hogy valamelyest tovább csökkent a megyei újságok olvasottsága. Ráadásul ezt jócskán determinálja a politikai hovatartozás: a kormánypárti szavazók 26 százalékkal szemben az ellenzékieknek és a párt nélkülieknek csak 14-15 százaléka tájékozódik megyei napilapból.

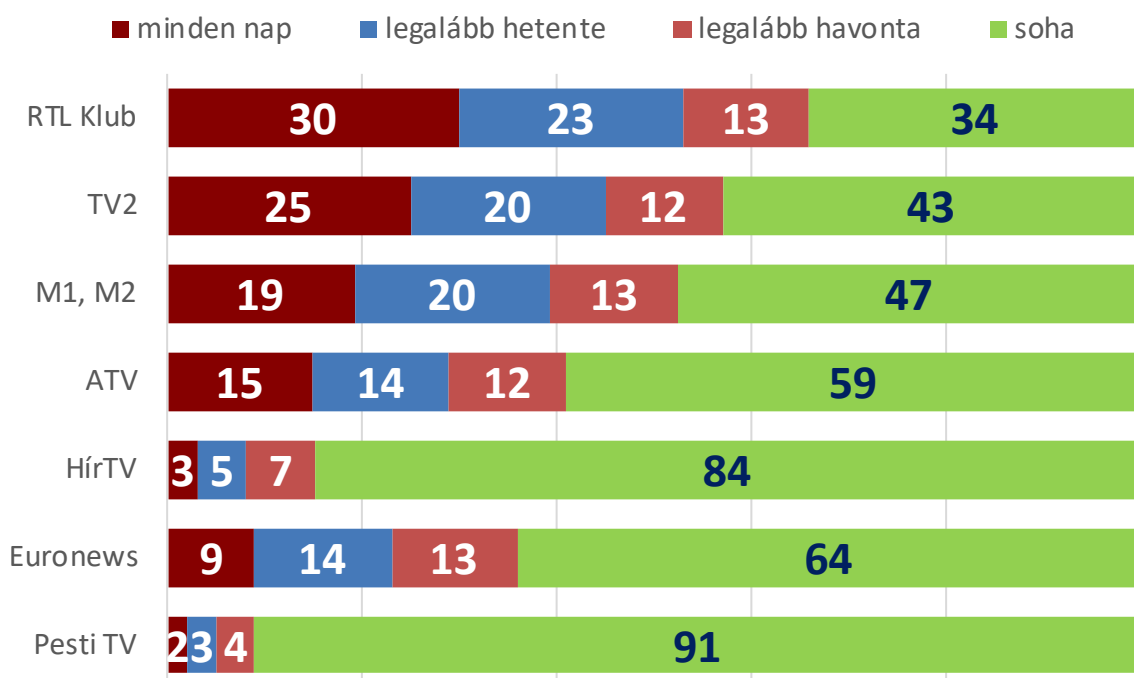
A **televíziócsatornák** rangsorában nem következett be változás: mint évek óta mindig, az RTL Klub a listavezető, a TV2 a második és a két kereskedelmi csatorna mögött annak ellenére csak a harmadik helyre került a „közszolgálati” televízió, hogy ebben a kategóriában a kutatás együtt szerepeltette az MTVA összes tévécsatornáját. A változatlan sorrend mellett feltűnő, hogy a televíziók politikai tájékozódásban betöltött szerepe általában véve csökkent, a két kimondott hírcsatornát kivéve mindegyik csatornát

kevesebben említették, mint az előző években. Ezt nehéz mással magyarázni, mint hogy az utóbbi időben, különösen a járvány hatására az emberek olyan mértékben fordultak hírekért az internet felé, hogy sokuk számára elhalványult a televíziók jelentősége az informálódásban (4. ábra).

A rádiók versenyében is visszaszorulóban vannak a közszolgálati adók, különösen a Kossuth, és zenés rádió léte a politikai tájékozódásban is listavezető a Retro Rádió.

Fontos fejlemény a tájékoztató **rádiók** piacán, hogy a közelmúltban veszélybe került a Klubrádió frekvenciája, a Médiatechnika nem újítja meg automatikusan az jövő év elején. Ez a hír a kutatás lezárultáig a felnőtt népesség bő harmadához jutott el. Az átlagnál jobban érintett csoportok (ellenzéki szavazók, Budapesten élők) természetesen tájékozottabbak az átlagnál. Azoknak, akik értesültek a Klubrádió helyzetéről, 10 százaléka biztos abban,

4. ábra  
Politikai-közéleti tájékozódás televíziókból (százalék)





hogy – ha nem lesz elérhető hagyományos módon – az interneten is hallgatni fogja a rádiót, további 20 százalék pedig valószínűnek tartja ezt. Ez a teljes felnőtt népesség arányában 6, illetve 13 százalékot jelent.

A Klubrádiót jelenleg tájékoztatói forrásként használók körében 31 százalék azok aránya, akik biztosan hallgatják majd az interneten is; a jelenleg rendszeresen (legalább heti szinten) hallgatók körében pedig 41 százalék ez az arány.

A rádió hallgatóinak közel fele az 50 éves és idősebb korosztályból kerül ki. Ez a korosztály elkötelezettebb is: annak ellenére, hogy kevésbé mozognak otthonosan az interneten, nagyobb arányban szándékoznak követni a rádiót az esetleges új platformra, mint a fiatalok. Mindamelllett a várható hallgatottságot befolyásolja a digitális írástudás hiánya: jelenleg az 50-59 évesek és a legalább 60 évesek azonos arányban hallgatják a Klubrádiót; a jövőben viszont az 50-59 évesek 46 százaléka, a legalább 60 éveseknek pedig csak 31 százaléka biztos benne, hogy az interneten is hallgatni fogja (5. ábra).

Az **internetes hírportálok** között tovább éleződött a korábban is szoros pozícióharc. Ahogyan az internet szerepe általában is növekedett, mindegyik vezető online csatorna nagyobb közönséget tudhat magáénak, mint néhány évvel ezelőtt. Jelenleg holtversenyhez közeli helyzetben áll az élen a 24.hu, az index, a hvg.hu és az origo, miközben megerősítette ötödik helyét a 444 (6. ábra).

A felmérés időpontjában még meglehetősen forró téma volt az **index.hu** ügye. Október első felében a szavazókorú népesség közel háromnegyede hallott arról, hogy a nyáron az Index teljes szerkesztősége felmondott, vagyis az indexesek határozott fellépés elérte a célját, és nem sikerült feltűnés nélkül átvenni a tartalom feletti irányítást. Az informáltság ebben a kérdésben is, mint ahogy a médiával kapcsolatos egyéb kérdésekben, összefügg a társadalmi státussal: az alacsonyabb státusúak nem csak kevésbé érzékenyek a média állapotára, már maguk a médiával kapcsolatos információk is nehezebben jutnak el hozzájuk.

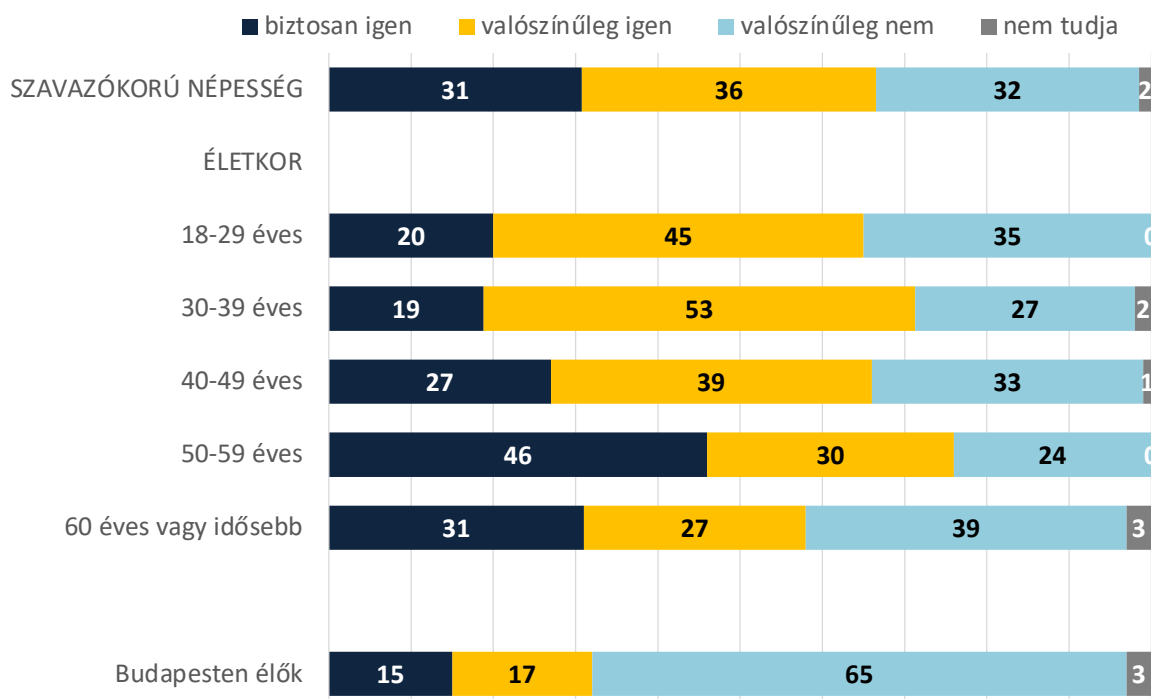
Azok közül, akik értesültek a szerkesztőség felmondásáról, a legtöbben azt gondolják, hogy a kormány valóban befolyásolni próbálta a tartalmakat (67 százalék) és csak 27 százalék feltételezi, hogy valami más állt a konfliktus hátterében. Az utóbbi vélekedés a leginkább a kormánypárti szavazókra jellemző, kétharmaduk (68 százalék) gondolja úgy, hogy nem a kormány befolyásolási kísérlete állt az Indexet érintő tervek, változások mögött (7. ábra).

A tájékozott olvasók 18 százaléka bojkottálja a portált az eset óta, 23 százalék pedig ritkábban olvassa, mint korábban. Ha ugyanezt a korábbi olvasók arányában vizsgáljuk, az derül ki, hogy 28 százalék teljesen elfordult az Indextől, 35 százalék ritkábban kattint rá, de még mindig olvassa és 37 százalék azok aránya, akik változatlanul olvassák a hírportált.

5. ábra

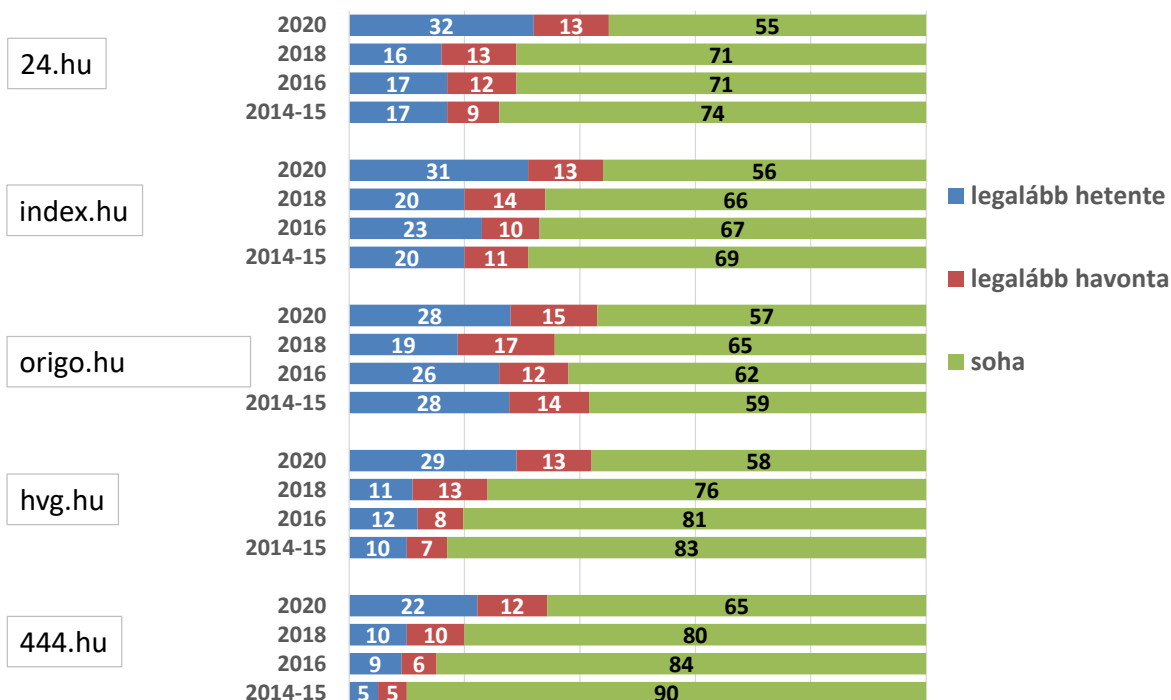
**Egy kizárólag internetes Klubrádió hallgatottsága kényszerű átalakulás után****Mit gondol, fogja hallgatni a Klubrádiót az interneten, ha hagyományos módon nem lesz elérhető?**

(azok százalékában, akik jelenleg hallgatják a Klubrádiót)



6. ábra

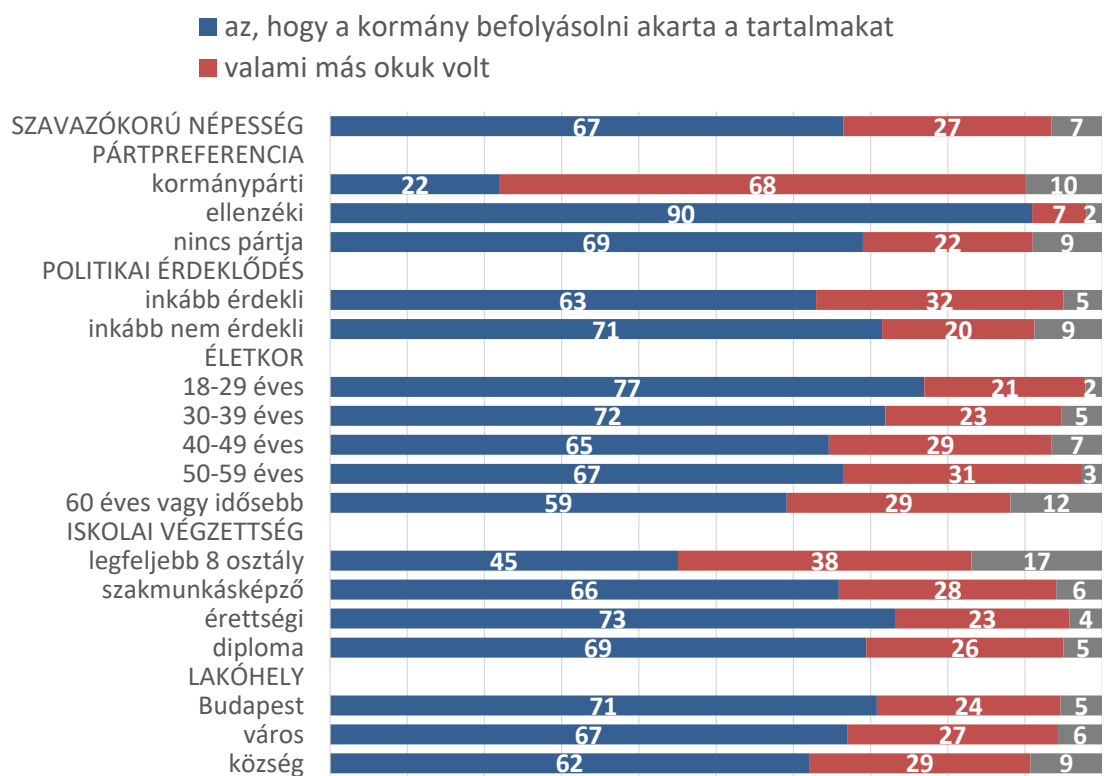
## Az internetes hírportálokról történő tájékozódás trendjei



7. ábra

## Az Index átalakulásának megítélése

Ön mit gondol, mi állt az Index szerkesztőségének a felmondása mögött? (azok százalékában, akik hallottak az ügyről)



## 4.

## A MAGYAR MÉDIA POLITIKAI KIEGYENSÚLYOZOTTSÁGÁNAK ÉS FÜGGETLENSÉGÉNEK MEGÍTÉLÉSE

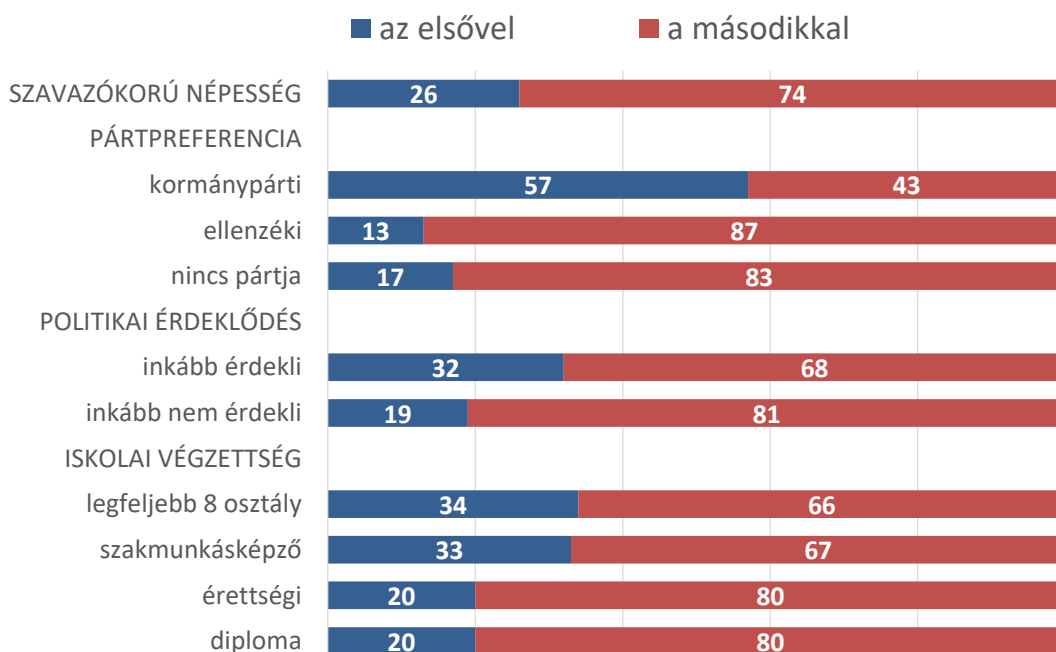
A lakosság értékelése a médiában uralkodó viszonyokról és a tájékozódás lehetőségeiről meglehetősen kedvezőtlen. Kisebbségben vannak azok, akik úgy látják, hogy Magyarországon jól lehet tájékozódni a médiából, ráadásul az arányuk folyamatosan csökken. 2016-ban még a kérdésre válaszolni tudók 38 százaléka látta úgy, hogy a sajtóból meg lehet ismerni a valóságot; jelenleg már csak a felnőtt népesség negyede véli így. A legtöbben (74 százalék) azzal értenek egyet, hogy a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. A magyarországi média-helyzettel kapcsolatos további kutatási eredmények arra utalnak, hogy ebben a negatív és egyre kedvezőtlenebb véleményben nagy szerepet játszik a kormány média iránti bizalmatlanság, de nem ez az egyetlen tényező: a nem kormánypárti médiát is elég sokan tartják elfogultnak, hiteltelennek (8. ábra).

A többség (57 százalék) úgy gondolja, hogy minden nagyobb hírforrás valamelyik politikai oldal befolyása alatt áll. Ebben a kérdésben szinte egyetértenek a kormánypárti és az ellenzéki szavazók, noha valószínűleg nem teljesen ugyanarra a jelenségre gondolnak. A közvélemény abban lényegében egyetért, hogy ma Magyarországon a Fidesznek nagyobb befolyása van a médiában, mint az ellenzéknek: a válaszolni tudók 82 százaléka gondolja így; azt pedig, hogy az ellenzéki vélemények dominálnak, csak 5 százalék feltételezi. Még a kormánypárti szavazók 65 százaléka is egyetért azzal, hogy a Fidesznek van nagyobb befolyása a médiában. Érdeemes megemlíteni, hogy ebben a csoportban 12 százalék gondolja úgy, hogy az ellenzéki pártok befolyása erősebb. A felnőtt népesség 13 százaléka, a kormánypártokat támogatók 23 százaléka úgy gondolja, hogy a média kiegyensúlyozott, egyik oldalnak sincs a másikénál nagyobb befolyása (9. ábra).

8. ábra

### A politikai-közéleti hírforrások objektivitásának megítélése

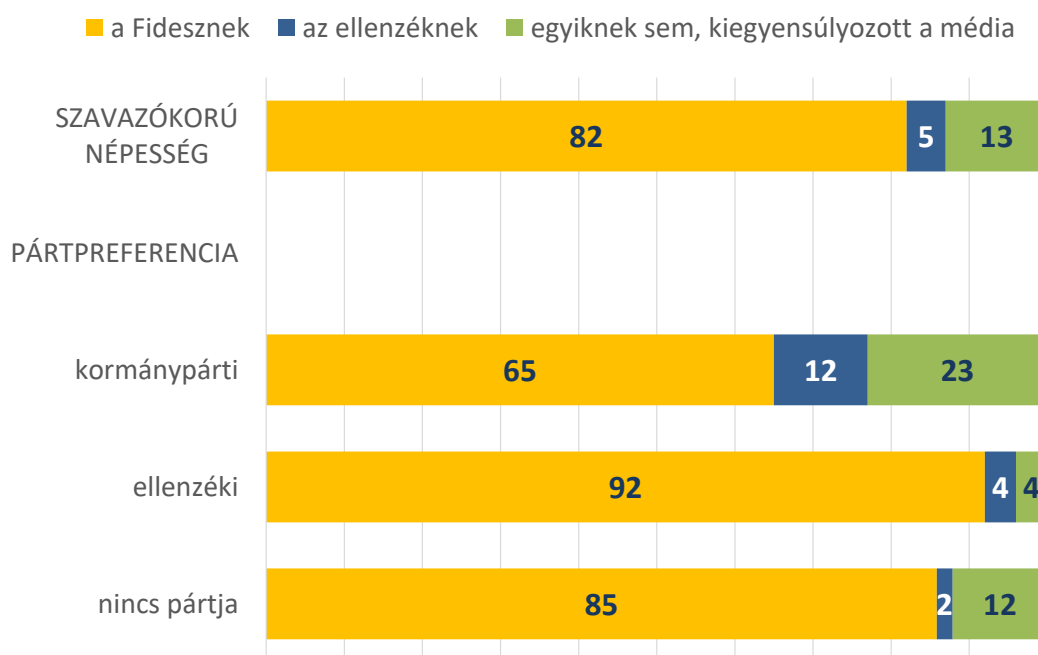
Vannak, akik azt mondják, hogy (1) a magyar médiából jól lehet tájékozódni, meg lehet ismerni a tényleges valóságot, mások szerint (2) a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. Ön melyik véleménnyel ért inkább egyet? (az érdemben válaszolók százalékában)



9. ábra

**A politika befolyása a médiumokra**

Ön szerint Magyarországon a médiában melyik politikai oldalnak, pártnak van nagyobb befolyása? (az érdemben válaszolók százalékában)



Kimagasló, majdnem négyötödös többség (78 százalék) nem tartja elfogadhatónak, ha pártok vagy más politikai szereplők beleszólnak egy médium tartalmába, vagy ellenőrzik, hogy megjelenhet-e valami. A kormánypárti szavazók nagy része is azt gondolja, hogy nem így kell működnie a médiának, noha körükben jóval magasabb az átlagosnál (28 százalék) azok aránya, akik „teljes mértékben” vagy „inkább” elfogadhatónak tartják az ilyen jelenségeket. Figyelemre méltó, hogy a fiatalok körében, konkrétan a 18-29 éves korcsoportban alacsonyabb azok aránya, akik a közvetlen politikai befolyásolást teljesen elfogadhatatlannak tartják, mint az idősebb korosztályokban. A média közvetlen befolyásolását a lakosság szűk többsége (56 százalék) nagyon jellemzőnek véli ma Magyarországon, további 27 százalék szerint előfordul, de nem jellemző. A kormánypárti szavazók elsősorban az utóbbi kategóriába sorolva tompítják a jelenséget. Érdekesség, hogy a népesség 39 százaléka rendszeresen fogyaszt kormánypárti sajtóterméket (TV2, köztvév, HírTV, Pesti TV, Magyar Nemzet, Ripost, megyei napilap, Kossuth Rádió, Petőfi Rádió, 888.hu, origo.hu, ripost.hu, pestisracok.hu, Demokrata), miközben egyáltalán nem tartja elfogadhatónak, ha a politikai szereplők közvetlenül beleszólnak a tartalomba.

A következő táblázat összefoglalja, hogy a kormánypárti és az ellenzéki szavazók hogyan vélekednek a média befolyásolásáról, a szerkesztőségi tartalomba való közvetlen beleszólásról. A Fidesz-szavazók vonatkozásában azt olvashatjuk ki az eredményekből, hogy ők jellemzően nem tartják elfogadhatónak a tartalomba való közvetlen beleszólást, de többségük úgy látja, hogy az nem jellemző a kormánypárti sajtóra, vagy azzal enyhíti a helyzetet, hogy

mind a kormánypárti, mind a nem kormánypárti sajtóban jellemzőnek tartja (1. táblázat).

A Közép-Európai Sajtó és Média Alapítványról (KESMA) és arról, hogy ezáltal egy kézben összpontosulnak a kormánypárti médiumok, csupán a felnőtt népesség negyede hallott. A kormánypárti szavazók körében még az átlagosnál is alacsonyabb szintű a tájékozottság ezen a téren: csak 16 százalékuk hallott róla. Az adatok rávilágítanak arra, hogy elsősorban a közéleti eseményeket kifejezetten figyelő, jellemzően ellenzéki szavazóhoz jutott el a KESMA híre. Ezek alapján nem meglepő, hogy az alapítványról értesültek kétharmada nagy problémának érzi a médiapiac koncentrálódását és mindössze tizedük nem látja ezt egyáltalán veszélyesnek. A KESMA-ról információval rendelkező Fidesz-szavazók jellemzően nem tartják problémának (vagy legfeljebb közepes mértékűnek), hogy egy kézben összpontosulnak a kormánypárti sajtótermékek.

Itt is észre lehet venni, hogy a sajtó függetlensége a fiatalokat valamivel kevésbé foglalkoztatja, mint az idősebb korosztályokat. További vizsgálatot igényelne, hogy ez egyszerűen a sajtó szabadságával kapcsolatos alacsonyabb fokú érzékenység, a politikai iránti mérsékelt érdeklődés következménye, vagy egyszerűen arról van szó, hogy ez a korosztály kisebb jelentőséget tulajdonít a hagyományos médiumoknak, amelyben ezek a folyamatok elsősorban zajlanak. Azt mindenesetre elárulják a számok, hogy nem egyszerűen a politika iránti egyébként kimutatható kisebb érdeklődés magyarázza ezt a fiatalok körében, ugyanis az érdeklődők és nem érdeklődők csoportjában is alacsonyabb problémaérzékenység volt kimutatható a 18–29-es korcsoportban (10. ábra).

1. táblázat

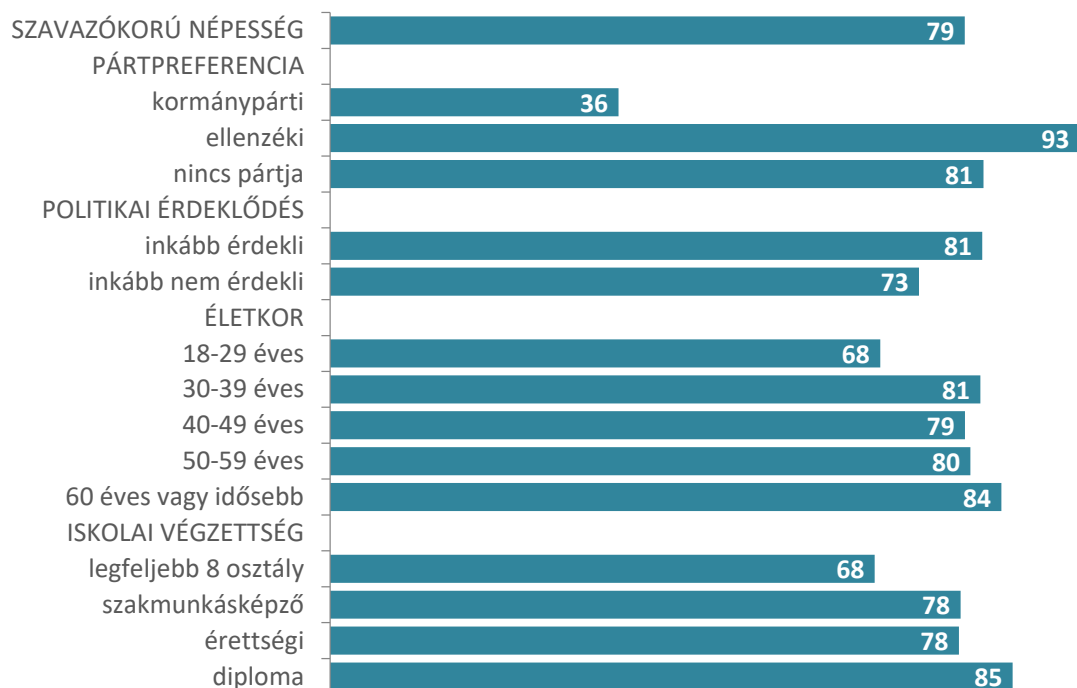
A sajtótermékek közvetlen politikai befolyásolásáról alkotott vélemények összefoglalása (százalék)

	szavazókorú népesség	kormánypárti szavazó	ellenzéki szavazó	nincs pártja
<b>elfogadhatónak tartja</b>				
jellemző vagy előfordul a kormánypárti sajtóban	5	6	8	2
jellemző vagy előfordul az ellenzéki sajtóban	1	4	–	1
jellemző vagy előfordul mind a kormánypárti, mind az ellenzéki sajtóban	7	11	4	6
egyéb véleménykombinációk	3	6	1	2
<b>nem tartja elfogadhatónak</b>				
jellemző vagy előfordul a kormánypárti sajtóban	34	5	63	31
jellemző vagy előfordul az ellenzéki sajtóban	6	16	3	2
jellemző vagy előfordul mind a kormánypárti, mind az ellenzéki sajtóban	24	30	13	26
egyéb véleménykombinációk	10	13	5	13
<b>nem tudja, hogy elfogadhatónak tartja-e</b>	10	8	4	18

10. ábra

A KESMA médiamonopóliumának a megítélése

Mennyire érzi problémának a kiegyensúlyozott tájékoztatás szempontjából azt, hogy egy kézben vannak ezek a sajtótermékek? (átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán, azok körében, akik hallottak a KESMA-ról – N=509)



## 5.

# A MÉDIA FELADATÁNAK ÉRTÉKELÉSE

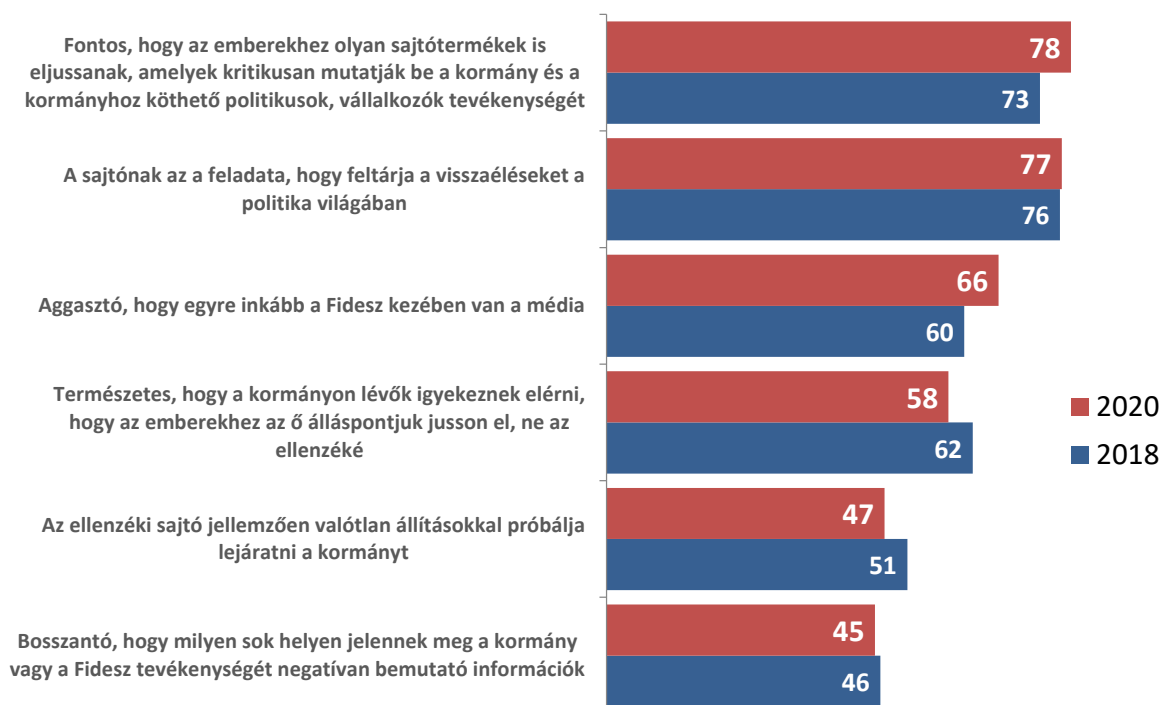
A lakosság többsége – beleértve a kormánypártiakat is – nagyrészt egyetért azzal, hogy a sajtónak az a feladata, hogy feltárja a visszaéléseket a politika világában. Fontosnak tartják, hogy az emberekhez eljussanak olyan sajtótermékek is, amelyek kritikusán mutatják be a kormányt és a kormányhoz köthető politikusok, vállalkozók tevékenységét. Viszonylag elfogadott és politikai értelemben nem nagyon megosztó állítás az is, hogy természetes, ha a kormányon lévők igyekeznek elérni, hogy az emberekhez az ő álláspontjuk jusson el, ne az ellenzéké. Természetesnek mondható, hogy a Fidesz-szavazók nagyobb

arányban értenek ezzel egyet, de viszonylag nagy egyetértés mutatkozik az ellenzéki szavazók és a párt nélküliek válaszaiban is (11. ábra).

Szemben a fentiekkel, határozottan megosztó állítás, hogy „aggasztó, hogy egyre inkább a Fidesz kezében van a média”: az átlagos egyetértés igen magas (100 fokú skálán 66 pont), miközben a kormánypárti szavazók jóval kevésbé értenek egyet vele, mint az ellenzéki szavazók és a párt nélküliek. A média jelenlegi helyzetét valamivel aggasztóbbnak találja a lakosság ma, mint két évvel ezelőtt.

11. ábra

Vélemények a médiáról (átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán az érdeklődők körében)



2. táblázat

**Vélemények a médiáról pártpreferencia szerint** (átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán)

	szavazókorú népesség	kormánypárti	ellenzéki	nincs pártja
Fontos, hogy az emberekhez olyan sajtótermékek is eljussanak, amelyek kritikusán mutatják be a kormány és a kormányhoz köthető politikusok, vállalkozók tevékenységét	78	71	86	77
A sajtónak az a feladata, hogy feltárja a visszaéléseket a politika világában	77	73	82	74
Aggasztó, hogy a egyre inkább a Fidesz kezében van a média	66	37	86	68
Természetes, hogy a kormányon lévők igyekeznek elérni, hogy az emberekhez az ő álláspontjuk jusson el, ne az ellenzékié	58	65	51	57
Az ellenzéki sajtó jellemzően valótlan állításokkal próbálja lejáratni a kormányt	47	69	29	46
Bosszantó, hogy milyen sok helyen jelennek meg a kormány vagy a Fidesz tevékenységét negatívan bemutató információk	45	67	30	44

A kormánypárti szavazók igen nagy hányada gondolja úgy, hogy az ellenzéki sajtó jellemzően valótlan állításokkal próbálja lejáratni a kormányt és azok is többségben vannak ebben a körben, akik bosszantónak találják, hogy milyen sok helyen jelennek meg a Fidesz tevékenységét negatívan bemutató információk. Mindez nem csak az

elkötelezettségükről és a kormányba vetett bizalmukról árulkodik, hanem arról is, hogy a sajtó szerepével kapcsolatos liberális elképzeléseik (többségük egyetért azzal, hogy fontos a kiegyensúlyozott tájékoztatás és a kormány kritikus bemutatásának lehetősége) inkább csak a szavak szintjén érvényesek (2. táblázat).

## 6.

# ELŐFIZETÉS, TÁMOGATÁS

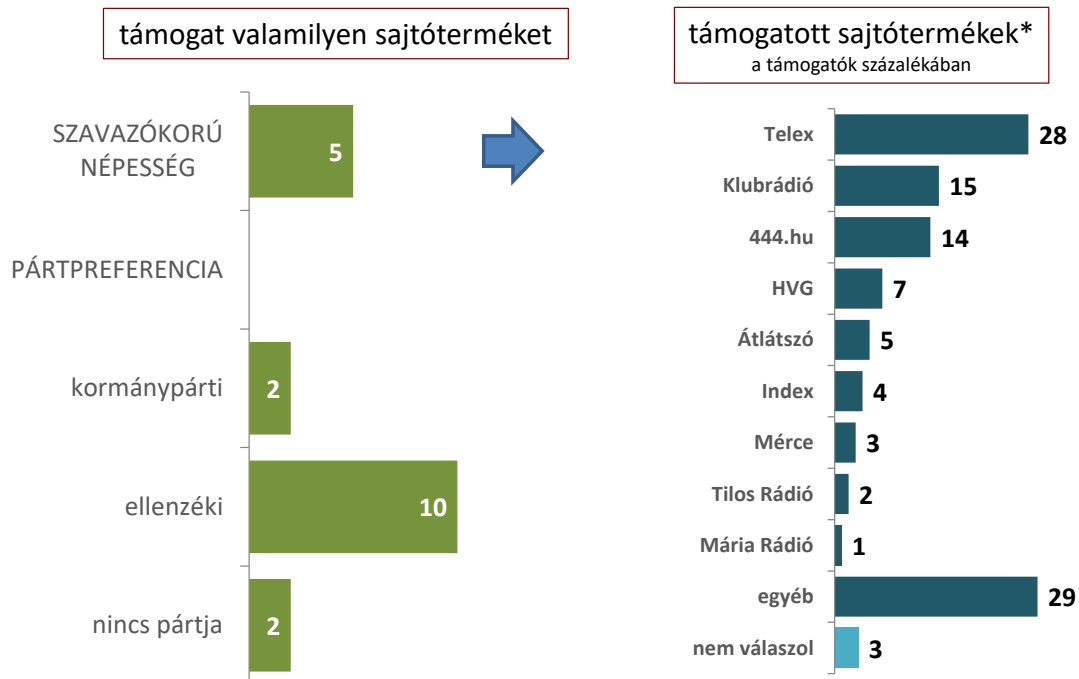
A felnőtt népesség tizede fizet elő közéleti napi vagy hetilapra, 8 százalék megyei napilapra. Az utóbbi adat miatt érthető, hogy a kormánypárti szavazók körében magasabb az előfizetők aránya, mint az ellenzékiek és a pártot választani nem tudók csoportjában.

Az előfizetéshez képest a sajtótermékek önkéntes támogatása új jelenség, de már így is a szavazókorú népesség 5 százaléka tartozik a támogatók közé. Sajtótermékeket elsősorban az ellenzéki szavazók támogatnak, körükben 10 százalék azok aránya, akik alkalmilag vagy rendszeren támogatnak pénzzel valamilyen médiumot. A leg-

többben a Telexet támogatják (a támogatók több mint negyede), de számottevő a Klubrádiónak és a 444.hu-nak adományozók aránya is (15, illetve 14 százalék).

A támogatásért cserébe a legtöbben nem várnak exkluzív tartalmakat, csak 12 százalék válaszolta, hogy ez motiválja; a többségnek az a célja, hogy fennmaradjanak kormánytól független médiumok és mindenki számára elérhetőek maradjanak ezek a tartalmak (12. ábra).

12. ábra  
Sajtótermékek támogatása (százalék)



\*Nyitott kérdés, a megkérdezettek spontán válaszoltak



## 7.

## KÖVETKEZTETÉSEK

A 2020-as kutatás eredményei azt mutatják, hogy megingott a korábbi évek néhány stabil hírfogyasztási jellegzetessége. Az internet hírfogyasztási jelentősége gyakorlatilag beérte a televízióét, a közösségi média pedig még inkább felértékelődött.

Ugyanakkor 2020 rendhagyó év volt a hírfogyasztás szempontjából is. A COVID-19 járvány miatt jelentősen nőtt a hírek iránti kereslet, és a járvánnyal kapcsolatos intézkedések egyúttal a politikai közbeszéd és viták középpontjába is kerültek. A friss adatok egyfelől a politika, a közélet iránti érdeklődés növekedését, másfelől a hírigények gyors kielégítését szolgáló online és közösségi hírforrások felértékelődését mutatják. A következő időszak alapvető kérdése, hogy ezek a mintázatok rögzülnek-e, vagy a pandémia lecsengésével visszaáll a televízióközpontú, a közügyek iránt mérsékelt nyitottságot mutató hírfogyasztás.

Ebből az a következtetés levonható, hogy a politikai kommunikáció szempontjából a következő időszakban az ellenzéki pártoknak is még inkább az online és közösségi médiás megjelenésre érdemes koncentrálniuk, nem csak azért, mert a hagyományos média nagy részéhez egyébként sem férnek hozzá, hanem mert a (potenciális) szavazók is itt keresik a híreket.

Továbbra is a legfiatalabb választók között a legmagasabb azoknak az aránya, akik nem vagy nem rendszeresen tájékozódnak. Ugyanakkor éppen az e korosztályt jelentősen érintő kormányzati intézkedések nyitnak lehetőséget a független média és az ellenzéki oldal számára, hogy az eddigieknél hatékonyabban szólítsák meg a fiatalokat.

A kutatás adatai meggyőző bizonyítékkal szolgálnak arra, hogy nemcsak a hírforrások kiválasztását, de a hírek értelmezését, értékelését is jelentősen befolyásolja a válaszadó pártállása. A kormánypárti szavazók nyilvánvalóan előnyben részesítik és hitelesebbnek tartják a kormányközeli médiumokat, ugyanakkor a napi eseményeket is a kormány narratívájával összhangban értelmezik. Akkor is, ha eközben a kormány narratívájával ellentétes hírforrásokkal

is találkozhatnak. Különösen drámai különbségek láthatók a hírforrások hitelességének megítélésében. A magyar társadalom polarizációja a hírfogyasztás és a hírértelmezés mintázataiban világosan kimutatható. Ez sajnos hosszú távon is komoly korlátja a politikai oldalak közötti higgadt párbeszédnek, hiszen az ellentétes politikai oldalon állók a másik oldal által hitelesnek tekintett médiumokat sem tekintik komoly hírforrásnak.

A kormánypárti szavazók jelentős része tisztában van azzal, hogy a Fidesz uralja a médiarendszert, de ezt egyáltalán nem ítéli meg negatívan. Ugyanakkor a kormánypárti szavazók túlnyomó többsége számára sem elfogadható az a gyakorlat, hogy egy-egy szerkesztőség kívülről irányított, és lényegében készen kapott anyagokat közöl. Úgy tűnik azonban, hogy a kormánypárti szavazók e létező gyakorlathoz nem tudnak vagy nem vesznek tudomást a kormánypárti médiával kapcsolatban.

A független média, a civil szervezetek és az ellenzék számára fontos feladat, hogy a kormánypárti szavazók számára a lehető legegyszerűbb tényekkel tegyék világossá, hogy a szerkesztői szabadság a kormánypárti médiában nem úgy érvényesül, ahogy azt a kormánypárti szavazók is elvárják.

Az Index átalakulása és a Telex indulása mintha áttörést jelentene a hírek iránti fizetési hajlandóság alakulásában. 2020 egyik legdrámaibb médiapiaci fejleménye az Index korábbi szerkesztőségének felmondása volt, és úgy tűnik, ennek a jelentőségét a médiapiaci események iránt kevésbé érdeklődő közönség is felmérte. A Klubrádió jövőjét fenyegető médiatanácsi döntés szintén viszonylag széles körben vált ismertté. Az Index helyén induló Telex és a Klubrádió egyúttal a legsikeresebb adománygyűjtők is voltak a vizsgált időszakban.

A független média számára ebből az a következtetés adódik, hogy nem az exkluzív tartalmakkal tudják a legtöbb előfizetőt vagy támogatót magukhoz vonzani, hanem éppen azzal az ígérettel, hogy a stabil működés révén egyre több választóhoz juttatják el a megbízható információkat.

## 8.

# ÁBRA- ÉS TÁBLÁZATJEGYZÉK

<b>1. ábra</b>	A tájékozódásra fordított idő .....	5
<b>2. ábra</b>	A tájékozódás forrásainak változása .....	6
<b>3. ábra</b>	Preferenciák a politikai-közéleti tájékozódás médiumai között .....	7
<b>4. ábra</b>	Politikai-közéleti tájékozódás televíziókból .....	8
<b>5. ábra</b>	Egy kizárólag internetes Klubrádió hallgatottsága kényszerű átalakulás után .....	9
<b>6. ábra</b>	Az internetes hírportálokról történő tájékozódás trendjei .....	10
<b>7. ábra</b>	Az Index átalakulásának megítélése .....	10
<b>8. ábra</b>	A politikai-közéleti hírforrások objektivitásának megítélése .....	11
<b>9. ábra</b>	A politika befolyása a médiumokra .....	12
<b>10. ábra</b>	A KESMA médiamonopóliumának a megítélése .....	13
<b>11. ábra</b>	Vélemények a médiáról .....	14
<b>12. ábra</b>	Sajtótermékek támogatása .....	16
<b>1. táblázat</b>	A sajtótermékek közvetlen politikai befolyásolásáról alkotott vélemények összefoglalása .....	13
<b>2. táblázat</b>	Vélemények a médiáról pártpreferencia szerint .....	15

## 9.

## FÜGGELÉK

## A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon 2015–2020

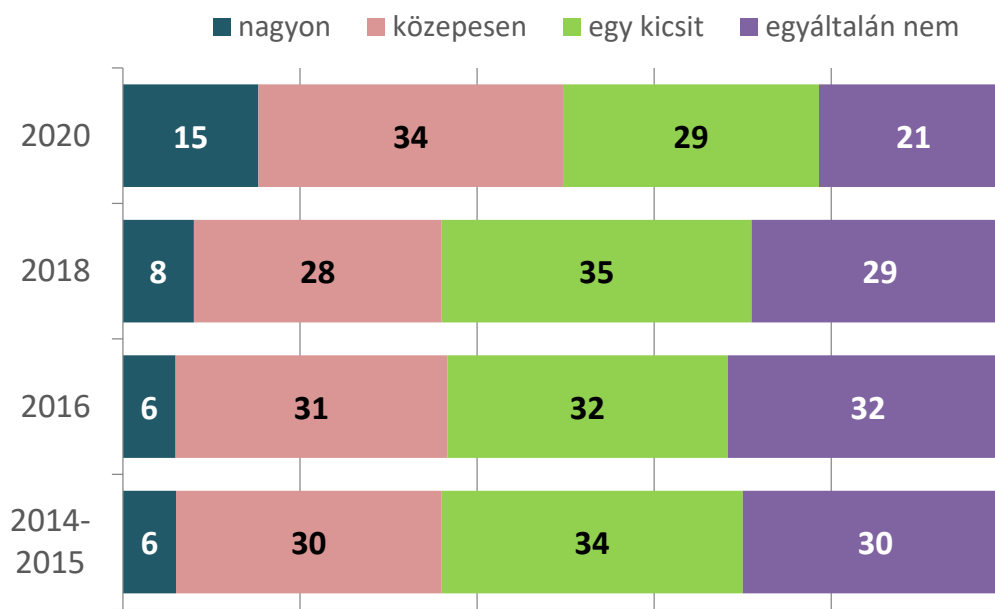
## 9.1 MÓDSZER

- A kutatást a **Mérték Médiaelemző Műhely**vel együttműködve a **Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet** végezte kombinált telefonos és online adatfelvétellel, összesen 2000 fős mintán. A súlyozás után a minta jól tükrözi a 18 éves és idősebb magyarországi népesség összetételét
- **Az adatfelvétel ideje:** 2020. szeptember 30–október 15.
- A kutatás részben megismételte a 2014-15-ben, valamint a 2016-ban és 2018-ban végzett felmérések kérdéseit.
- **Statistikai hibahatár:** a teljes mintát tekintve a válaszok megoszlásától függően  $\pm 2$ -4 százalékpont, a kisebb részcsoportok esetében ennél nagyobb.

## 9.2 POLITIKAI ÉRDEKLŐDÉS ÉS TÁJÉKOZÓDÁS

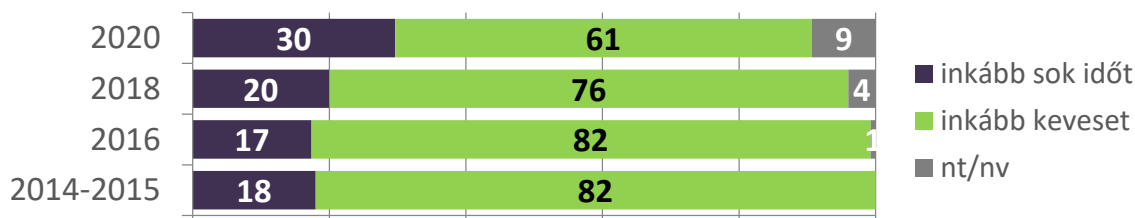
13. ábra

Mennyire érdekli Önt a politika? (százalék)



14. ábra  
A tájékozódásra fordított idő (százalék)

Mennyi időt fordít politikai-közeleti tájékozódásra?

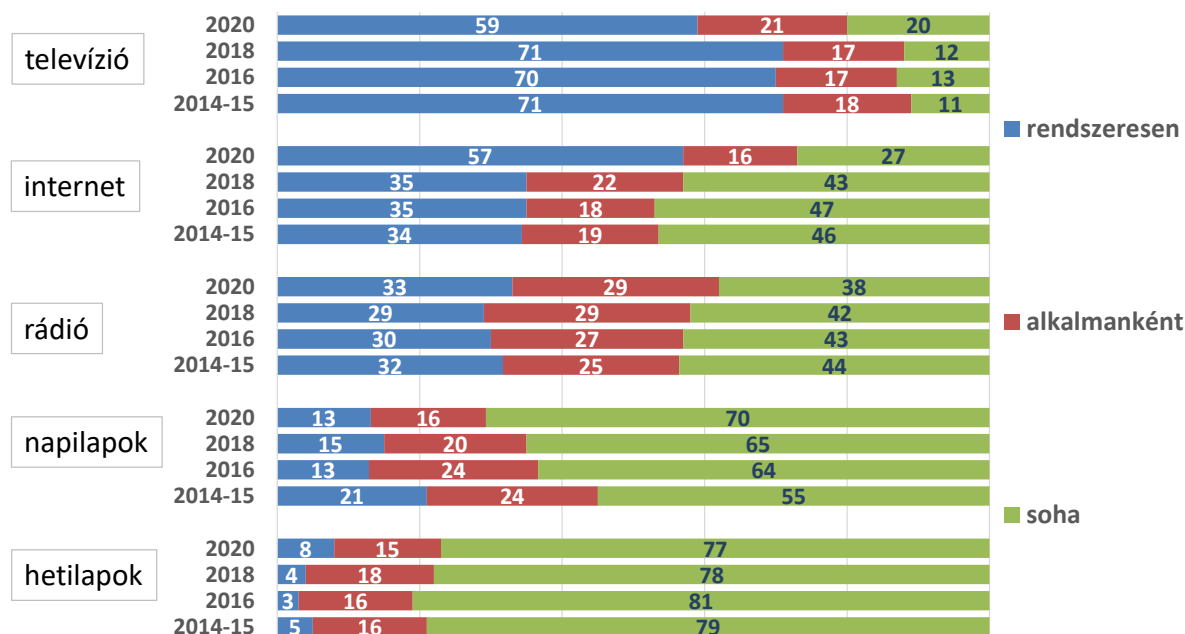


Ha a néhány évvel ezelőttihez\* viszonyítja, most mennyi időt fordít politikai-közeleti tájékozódásra?



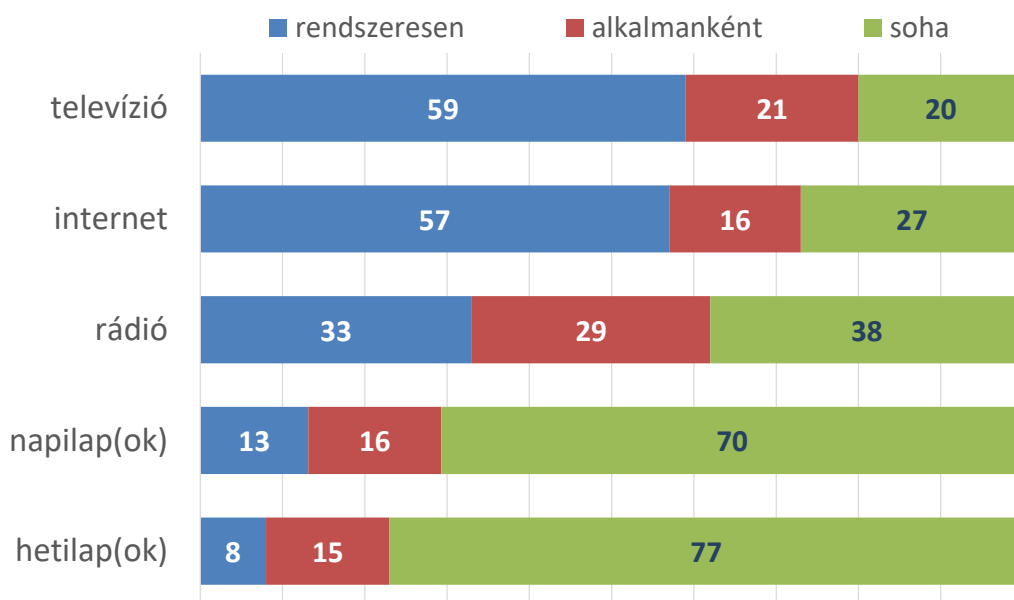
\*2014-15-ben: „Ha az öt évvel ezelőttihez viszonyítja...”

15. ábra  
Az internetes hírportálokról történő tájékozódás trendjei (százalék)



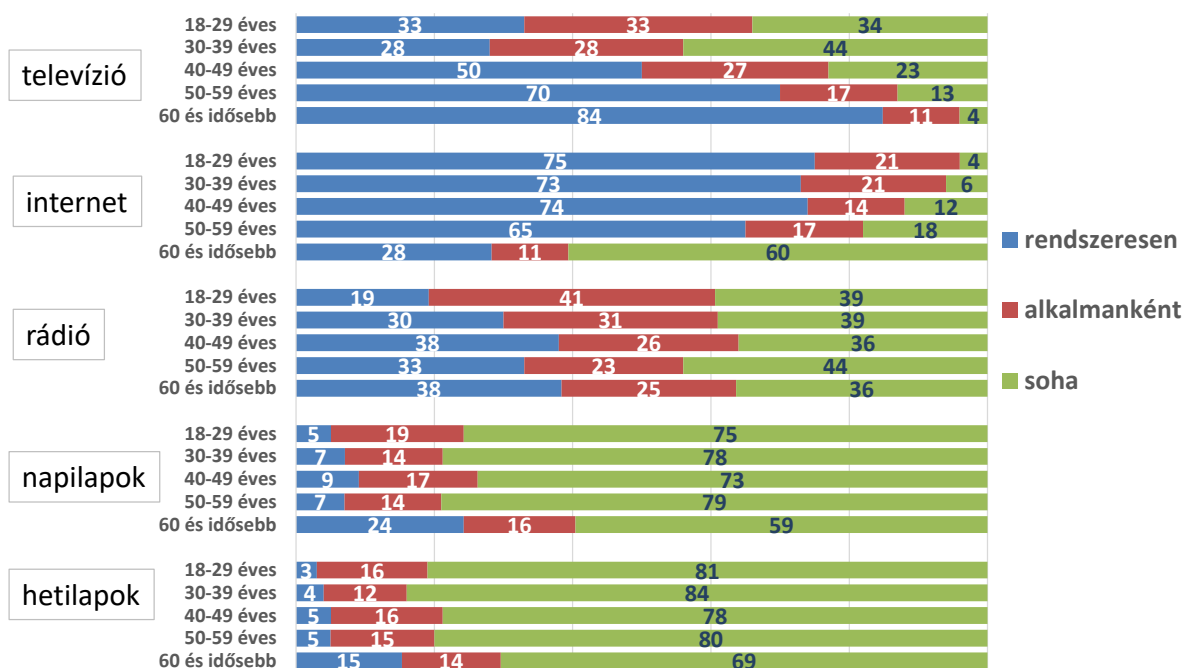
16. ábra

Amikor Ön politikai, közéleti ügyekben tájékozódik, milyen hírforrásokat használ rendszeresen? (2020, százalék)



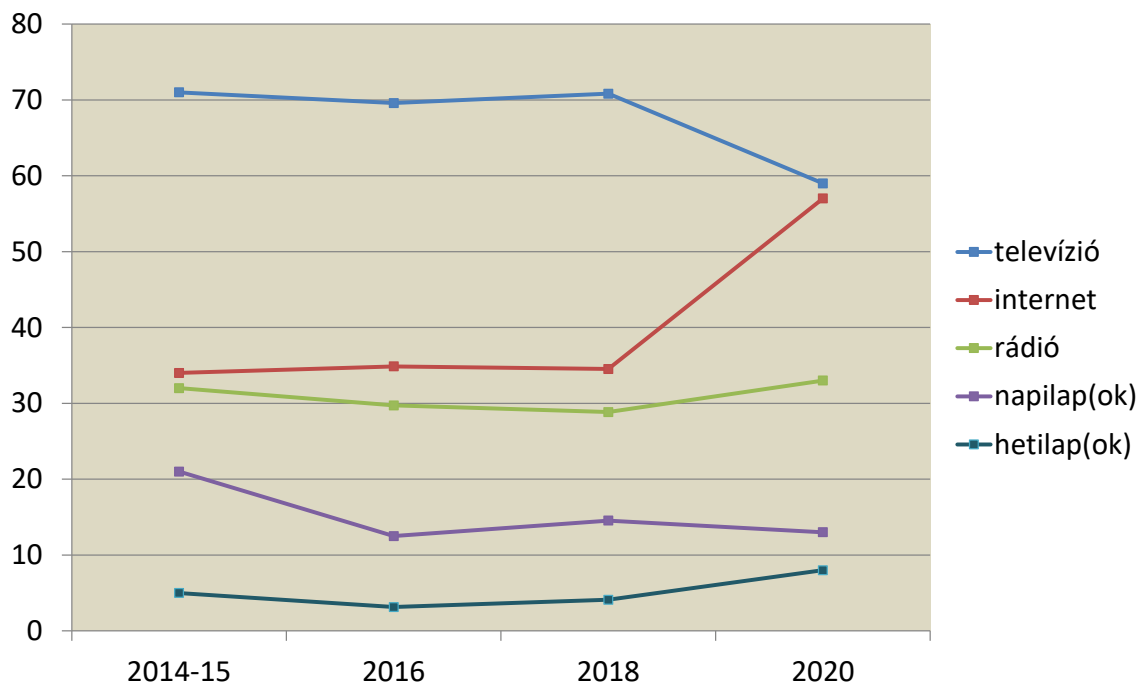
17. ábra

Amikor Ön politikai, közéleti ügyekben tájékozódik, milyen hírforrásokat használ rendszeresen? (2020, életkor szerint, százalék)



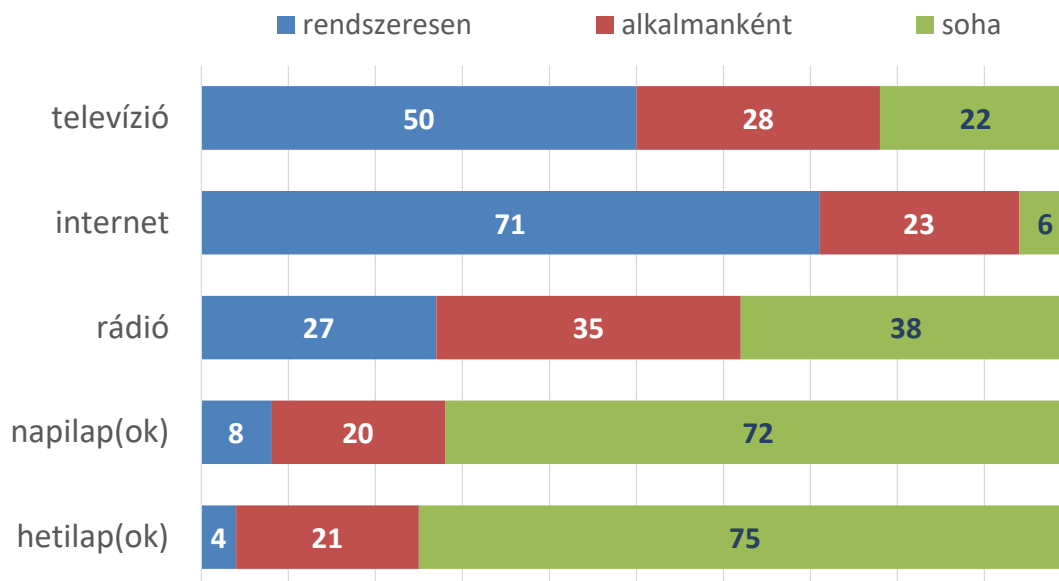
18. ábra

A tájékozódás forrásainak változása (az elmúlt öt év trendje, százalék)



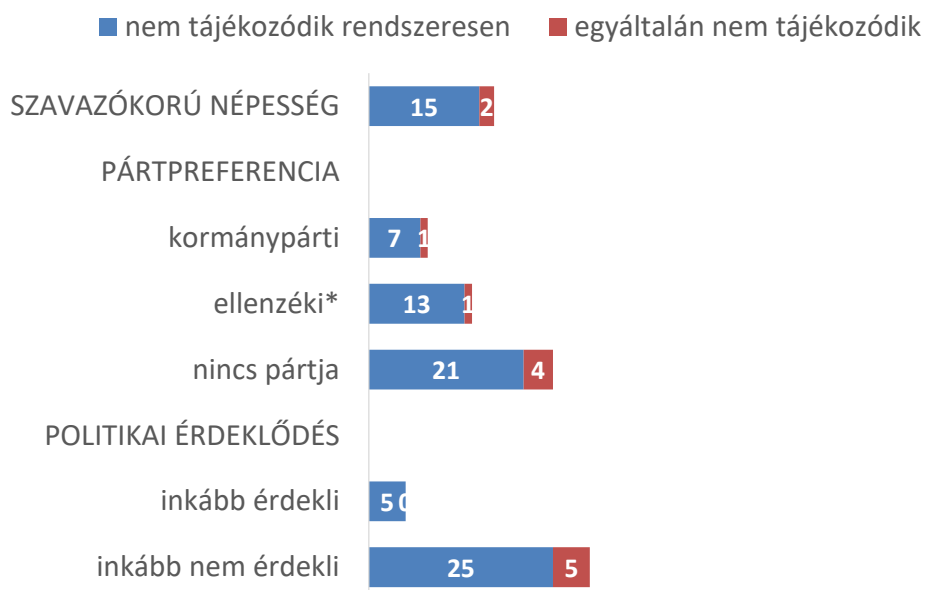
19. ábra

Amikor Ön politikai, közéleti ügyekben tájékozódik, milyen hírforrásokat használ rendszeresen?  
(2020, az internetet használók százalékában – N=1888)



20. ábra

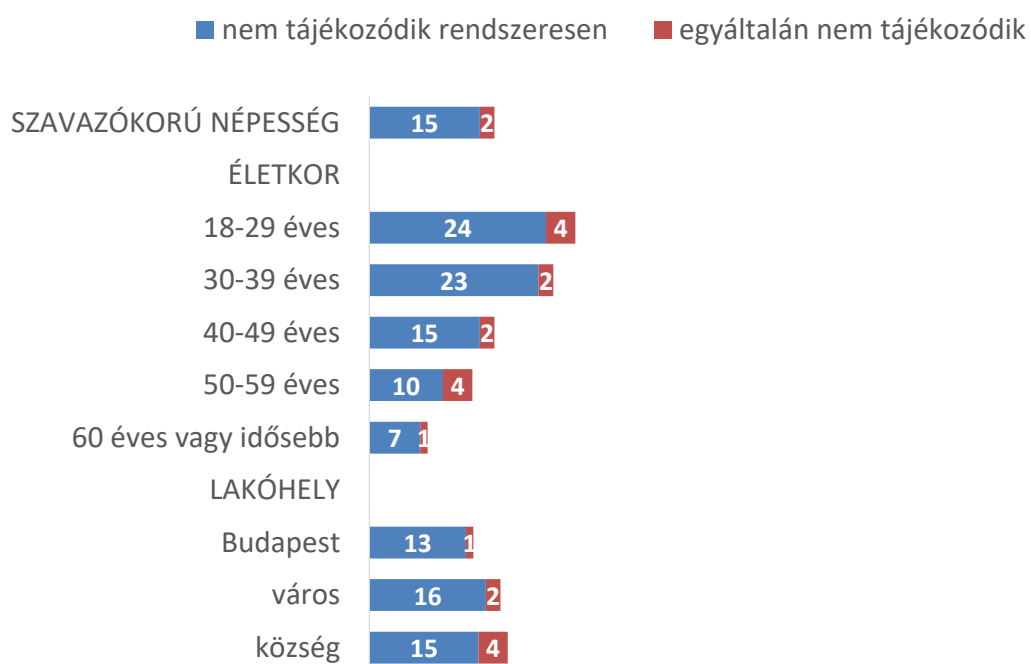
**A nem tájékozódók aránya pártpreferencia és politikai érdeklődés szerint** (százalék)



\*Az ellenzéki pártok támogatói között nem vesszük figyelembe a Mi Hazánk Mozgalom szavazóit.

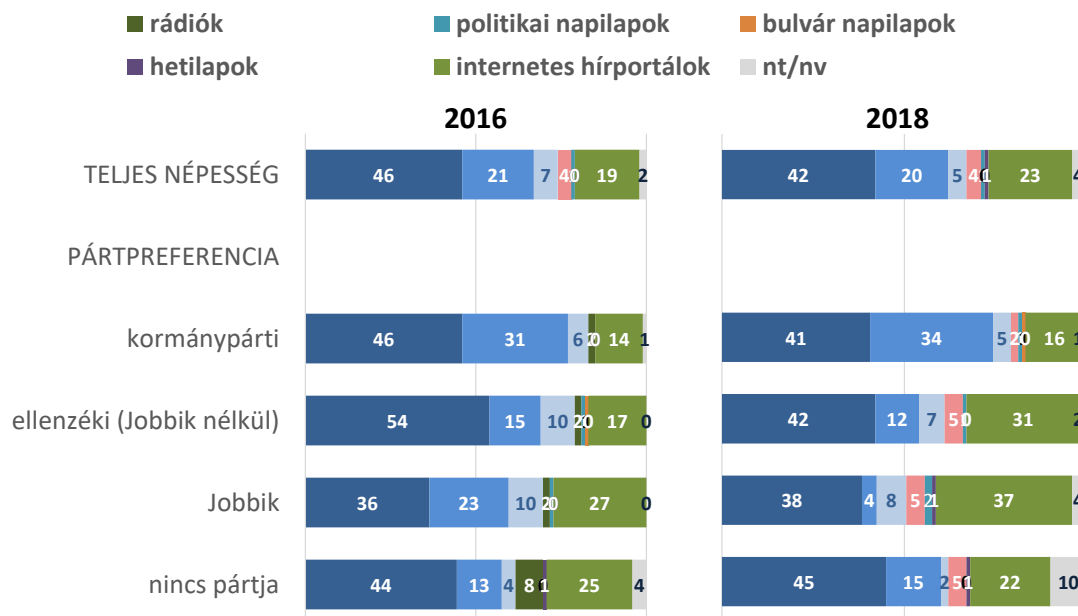
21. ábra

**A nem tájékozódók aránya életkor és lakóhely szerint** (százalék)



22. ábra

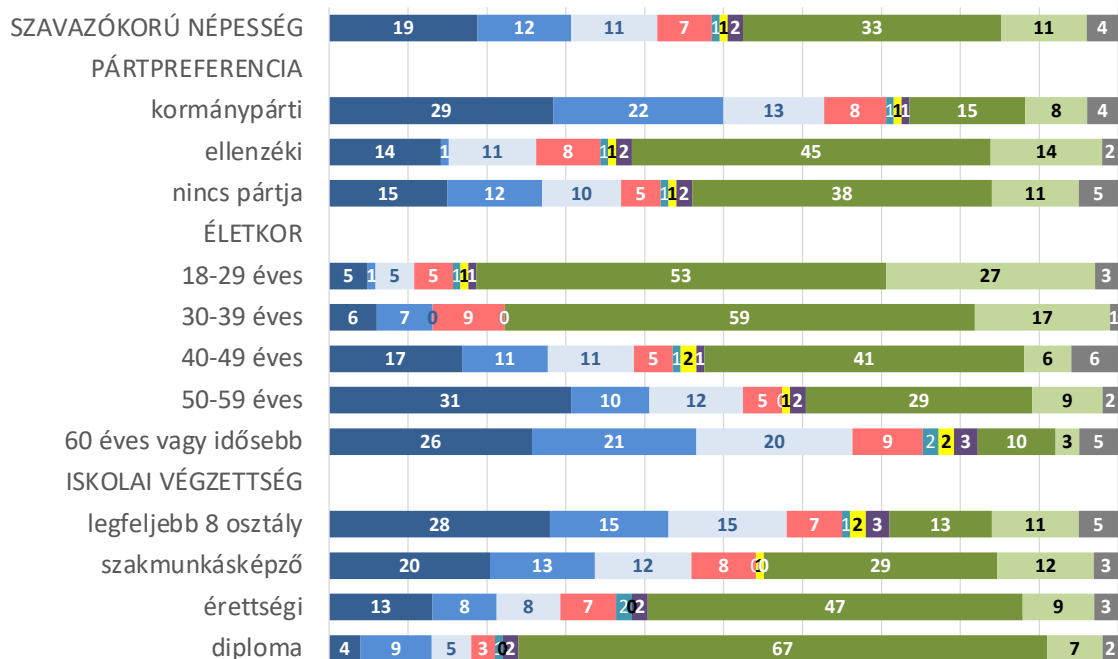
Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódhatna, a kártyán felsoroltak közül melyiket választaná? (százalék)



23. ábra

Preferenciák a politikai-közéleti tájékozódás médiumai között

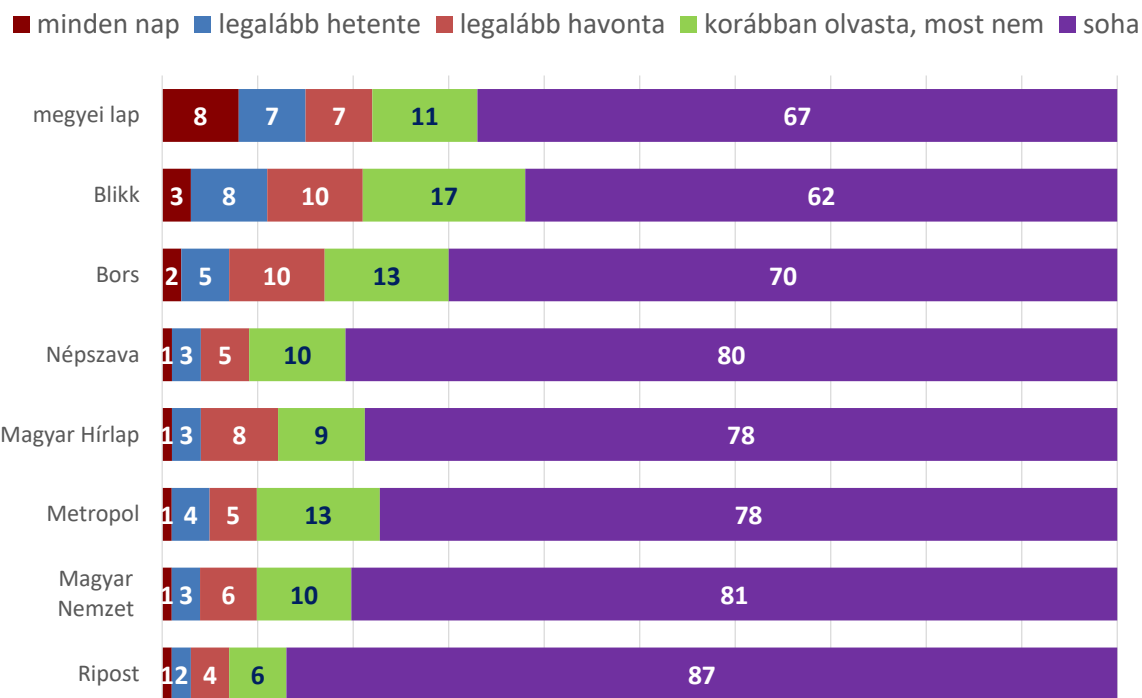
Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódhatna, a kártyán felsoroltak közül melyiket választaná? (százalék)



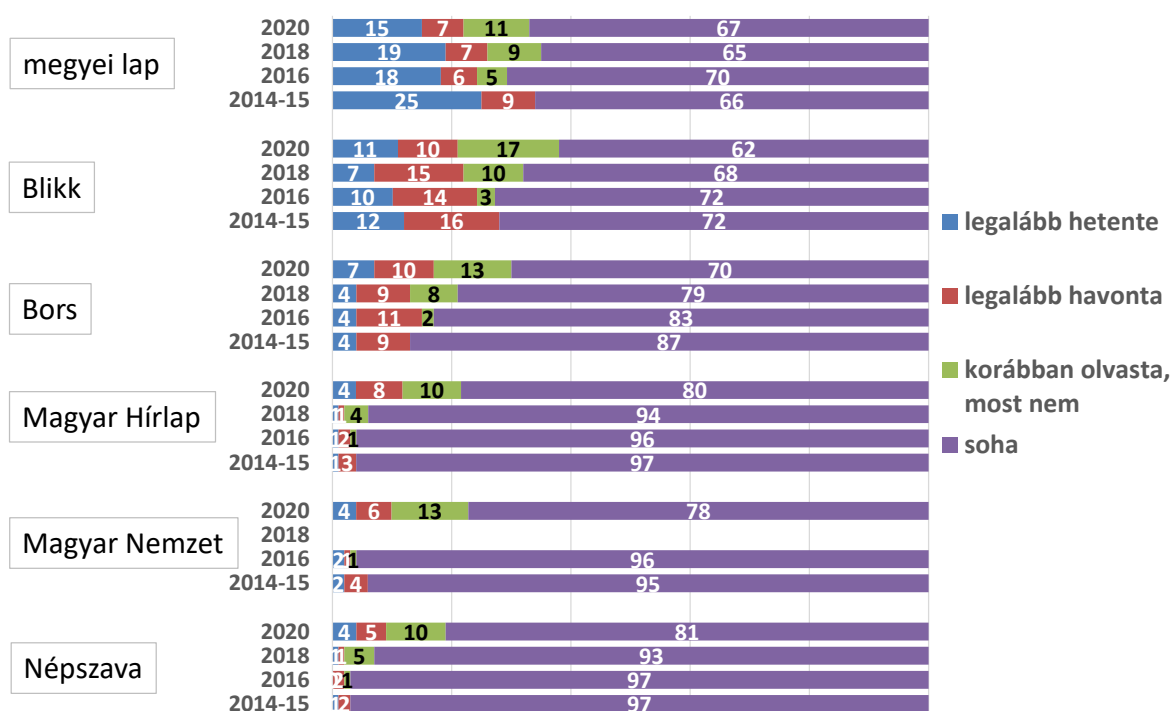


## 9.3 AZ EGYES HÍRFORRÁSOK SZEREPE A TÁJÉKOZÓDÁSBAN

24. ábra  
Politikai-közéleti tájékozódás napilapokból (százalék)

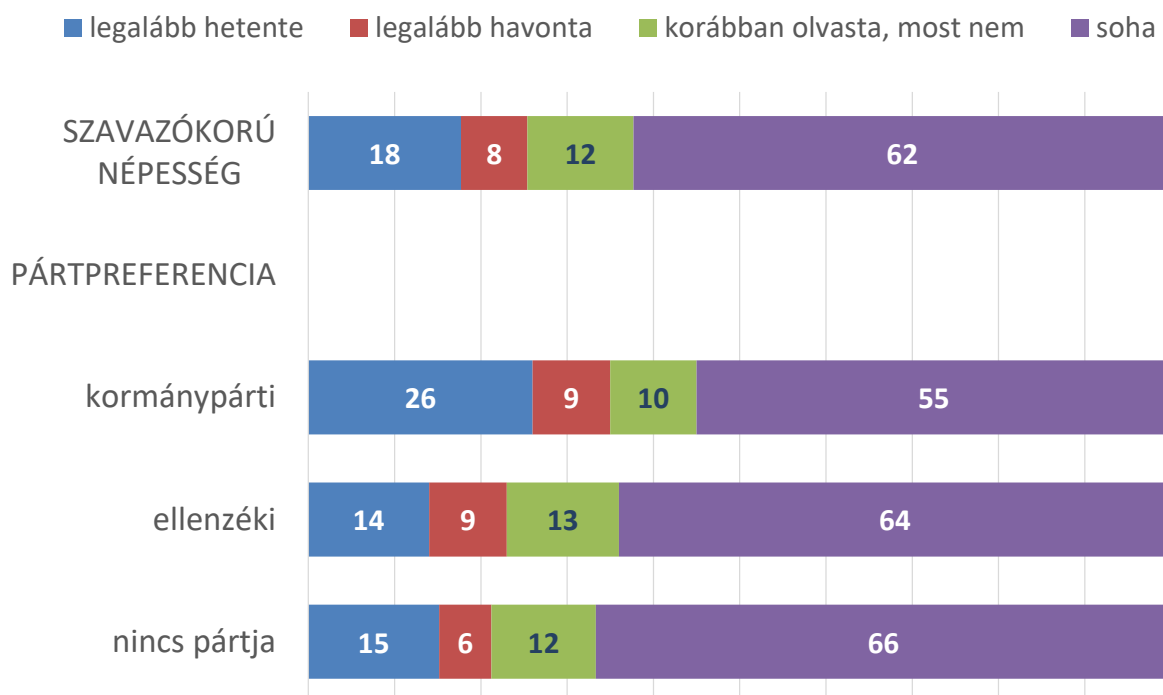


25. ábra  
A napilapokból történő tájékozódás (öt év trendje, százalék)



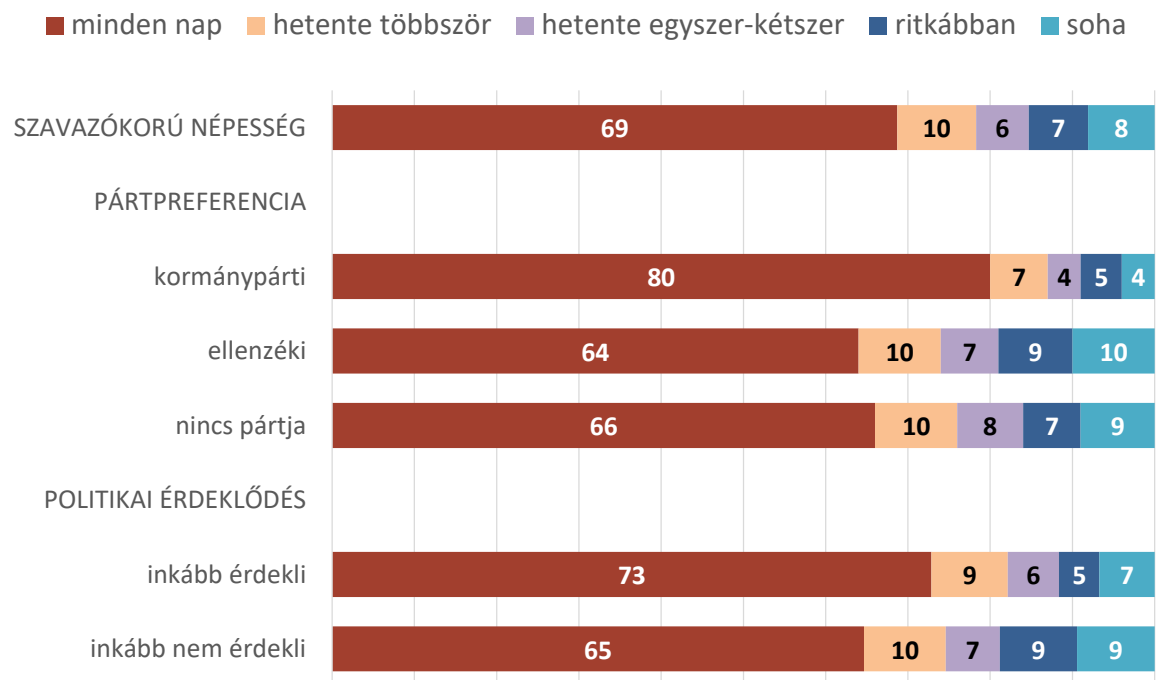
26. ábra

Politikai-közéleti tájékozódás megyei napilapokból (a Budapesten és Pest megyén kívül élők százalékában – N=860)

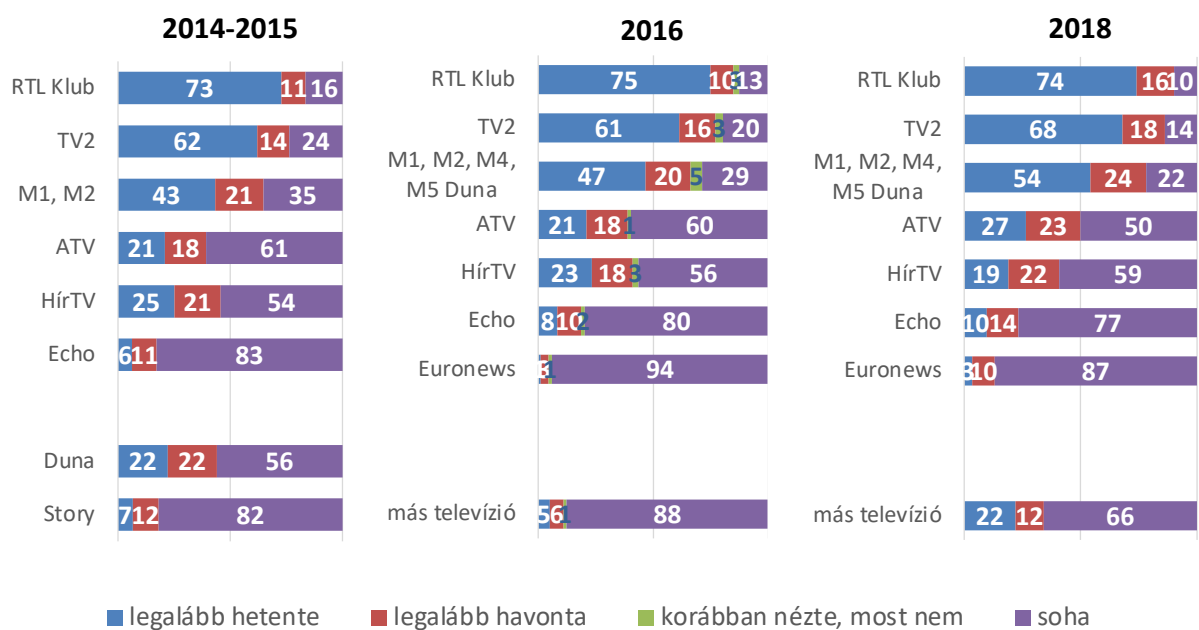


27. ábra

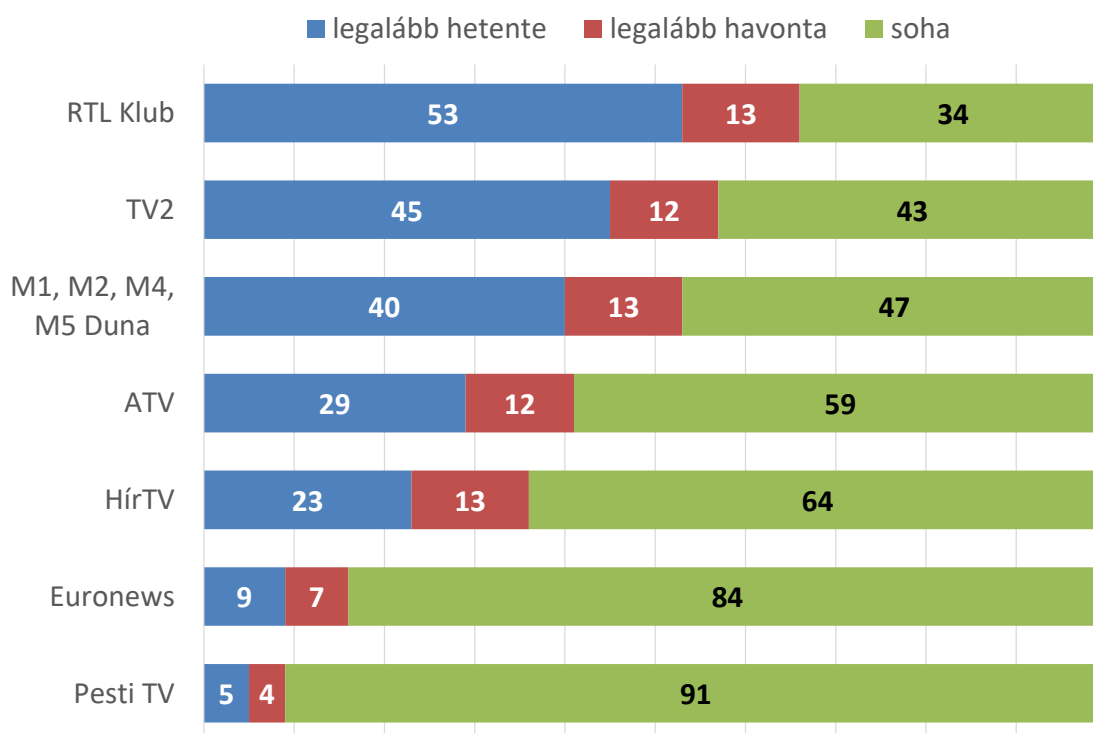
A tévézés gyakorisága (százalék)



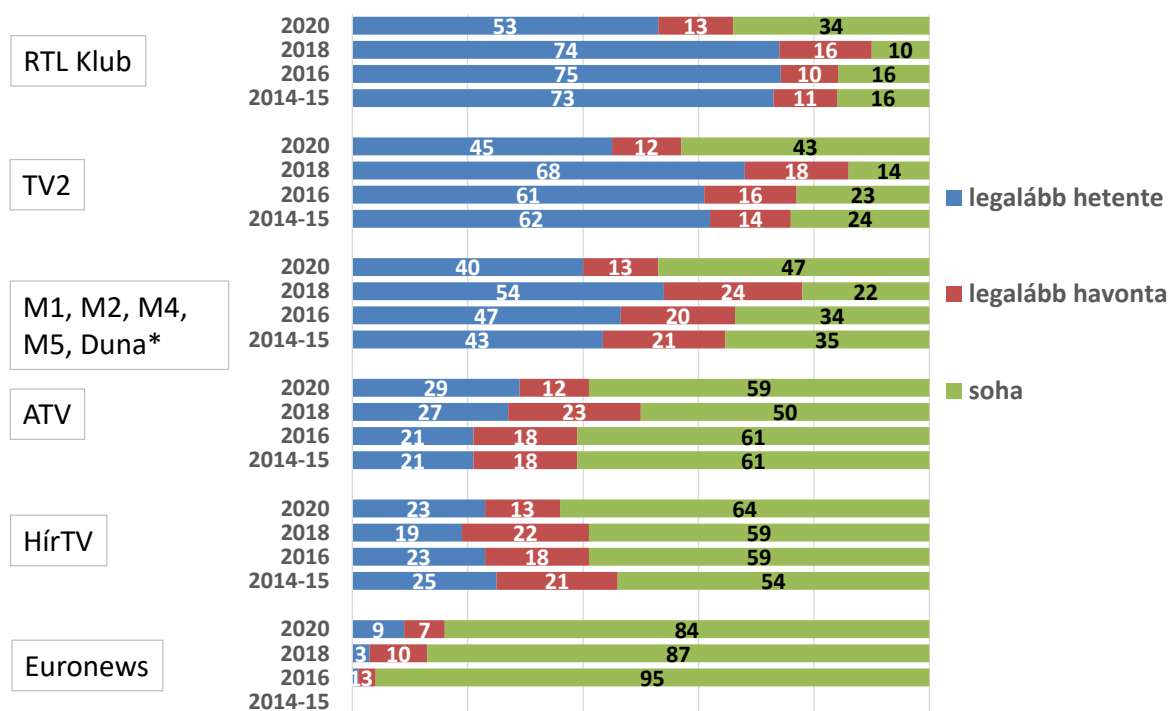
28. ábra  
Politikai-közéleti tájékozódás televíziókból (százalék)



29. ábra  
Politikai-közéleti tájékozódás televíziókból (2020, százalék)

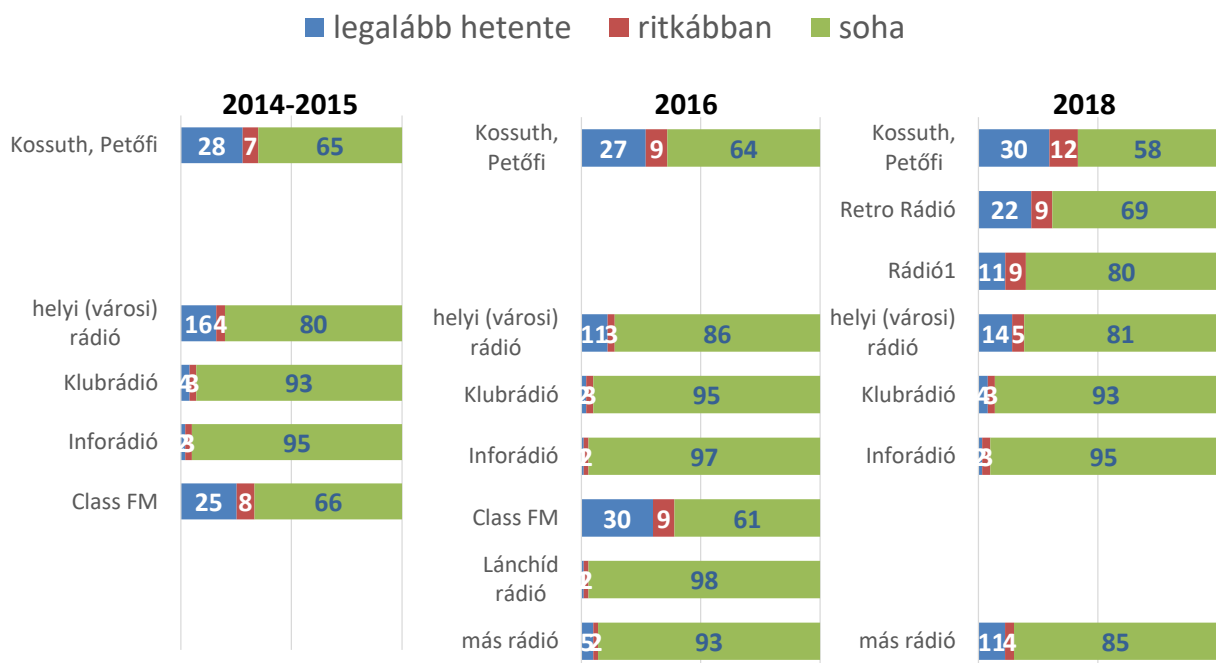


30. ábra  
Tájékoztatás a televízióból (öt év trendje, százalék)



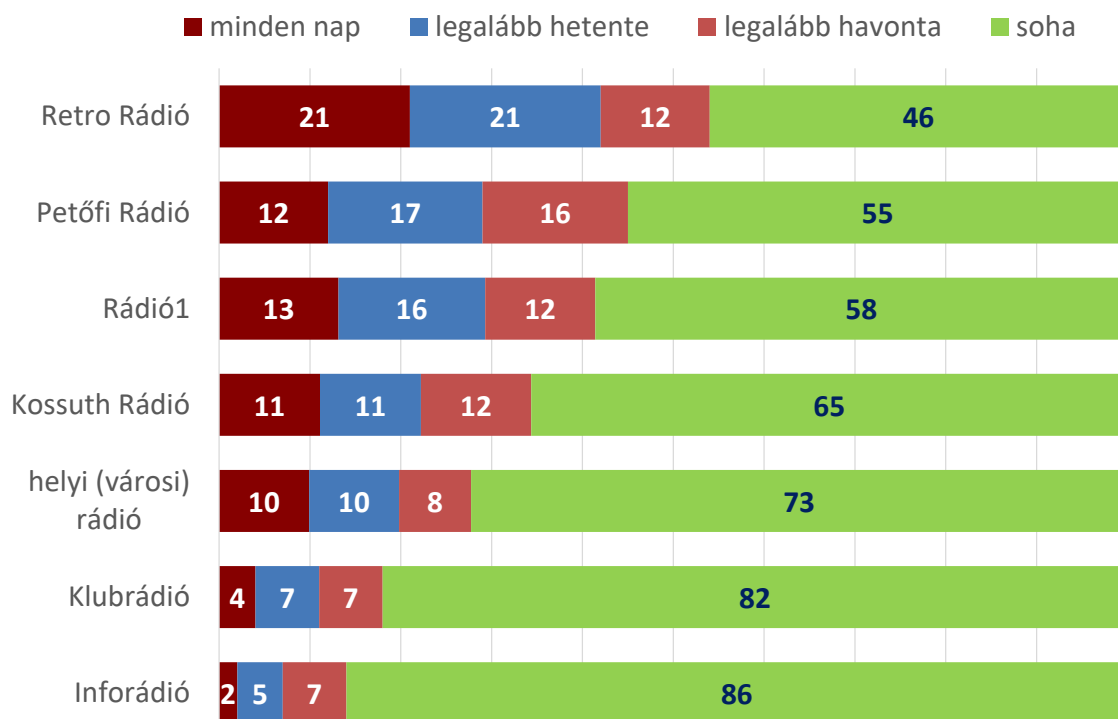
\*2014-15-ben csak az M1, M2-re vonatkozott a kérdés

31. ábra  
Politikai-közéleti tájékozódás rádiókból (százalék)



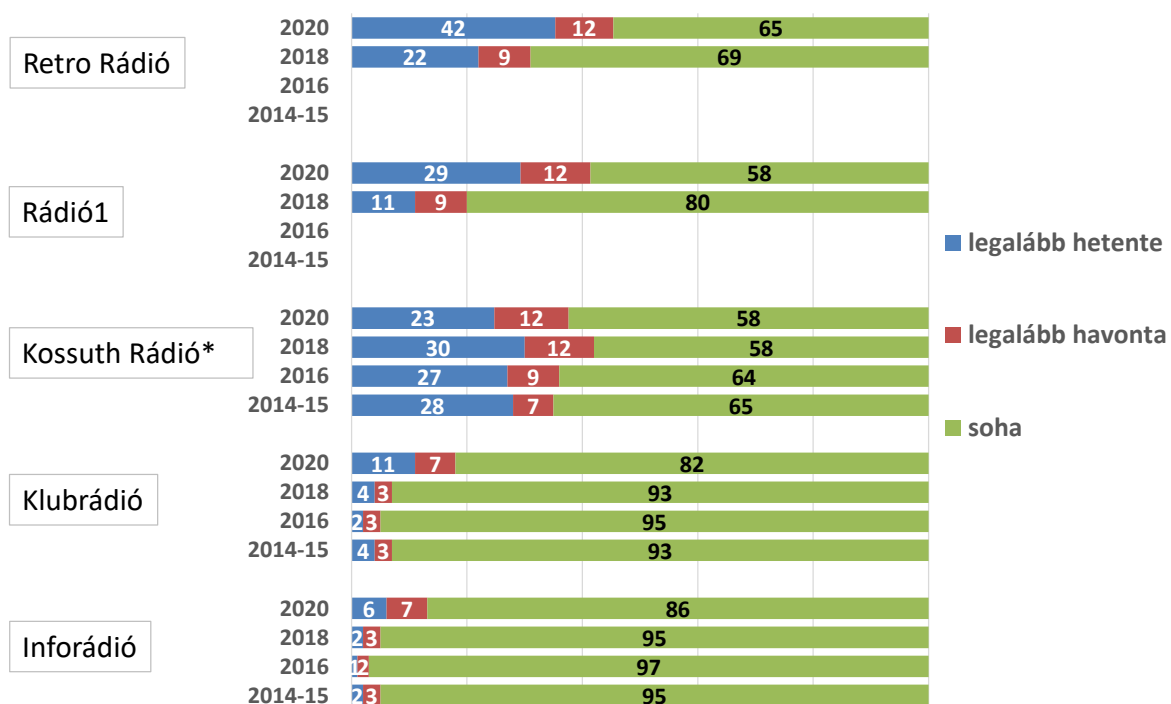
32. ábra

Politikai-közéleti tájékozódás rádiókból (2020, százalék)



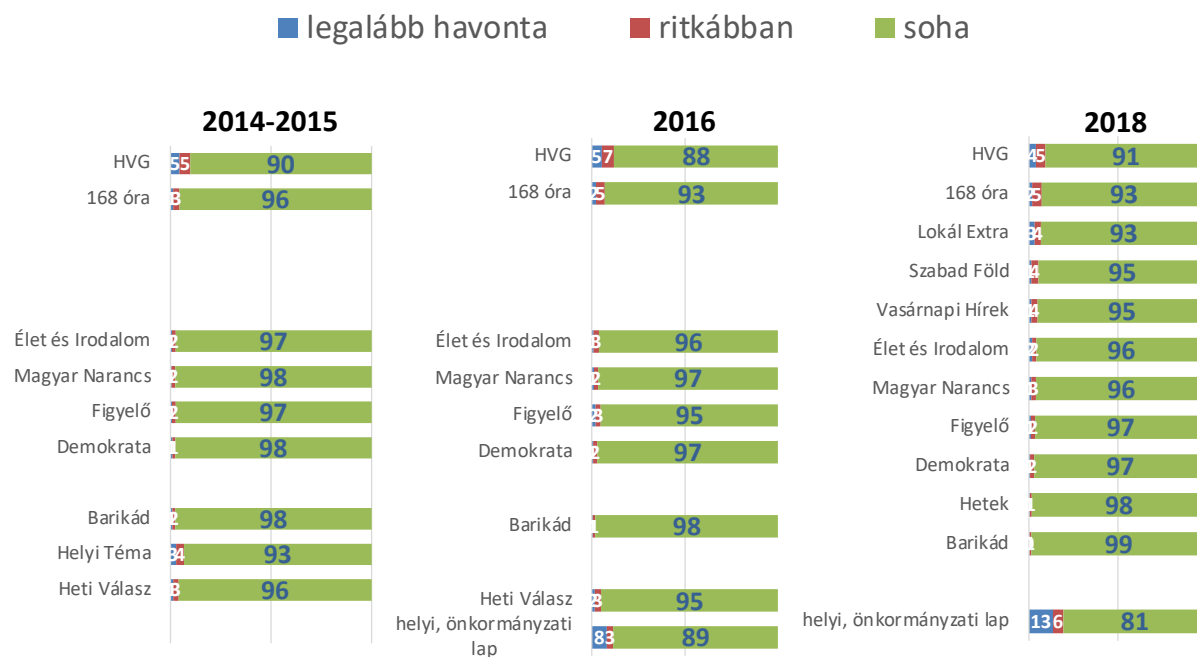
33. ábra

A rádióból történő tájékozódás (öt év trendje, százalék)

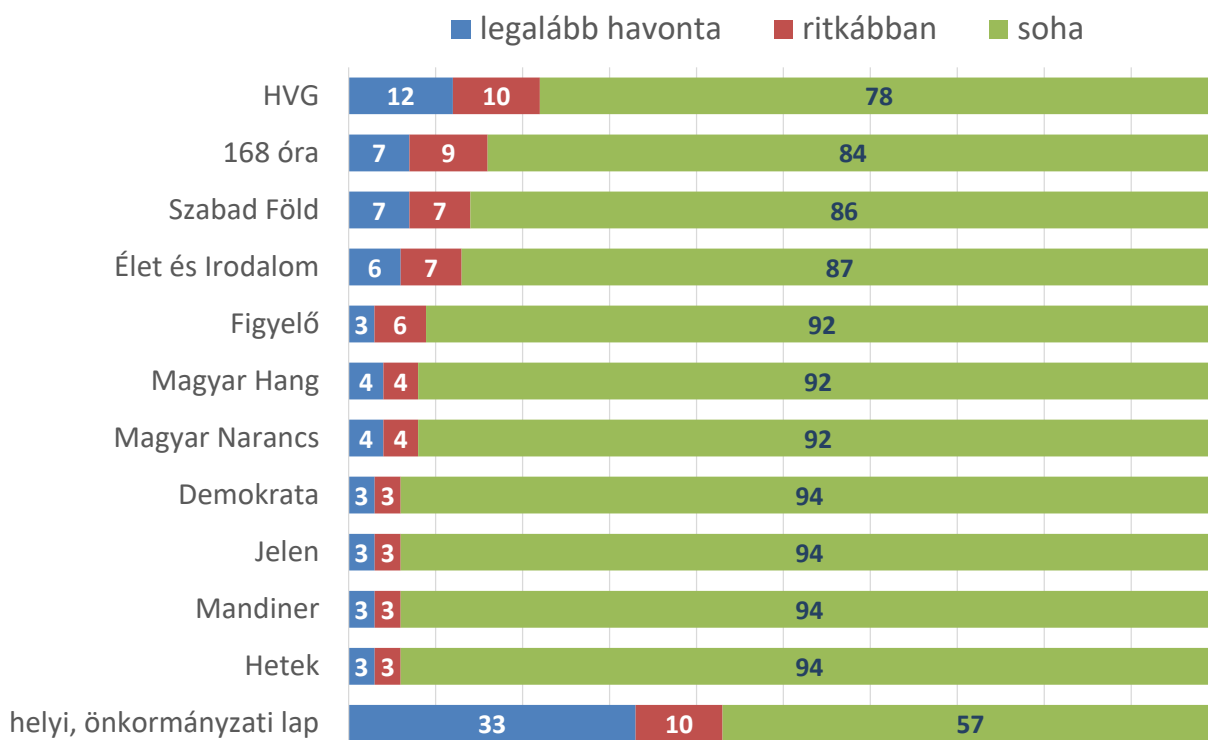


\*2020-ig a Kossuth Rádiót és a Petőfi Rádiót együtt kérdeztük

34. ábra  
**Hetilapok olvasottsága** (százalék)

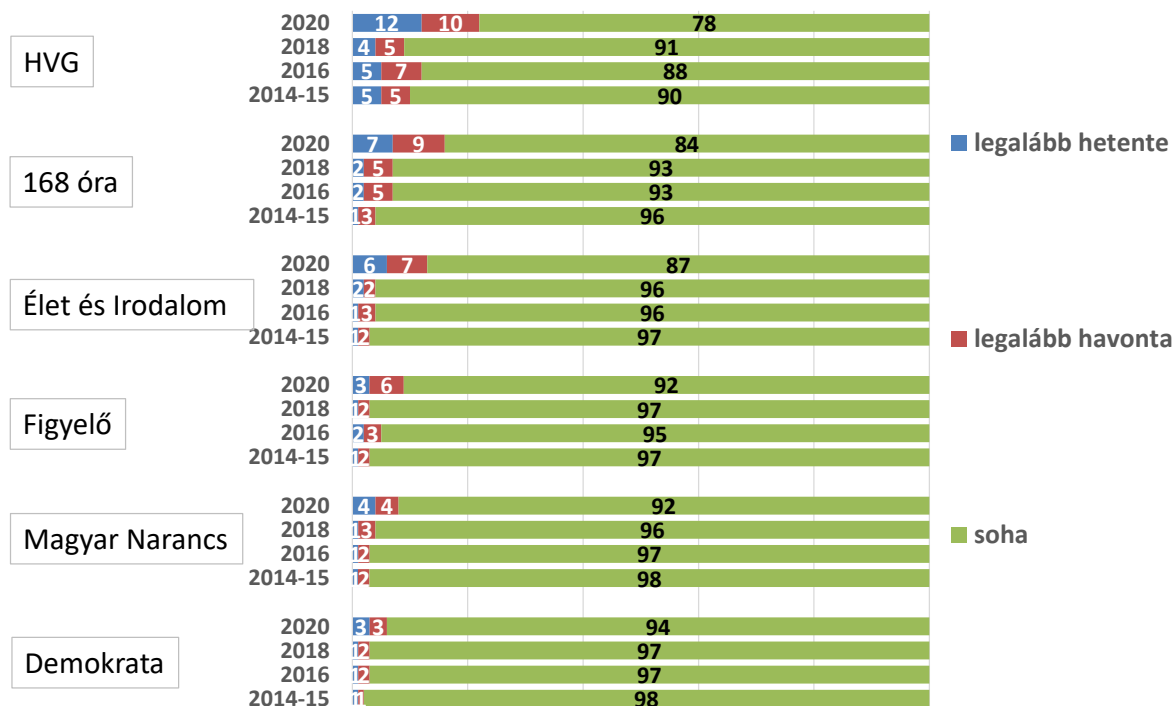


35. ábra  
**Hetilapok olvasottsága** (2020, százalék)



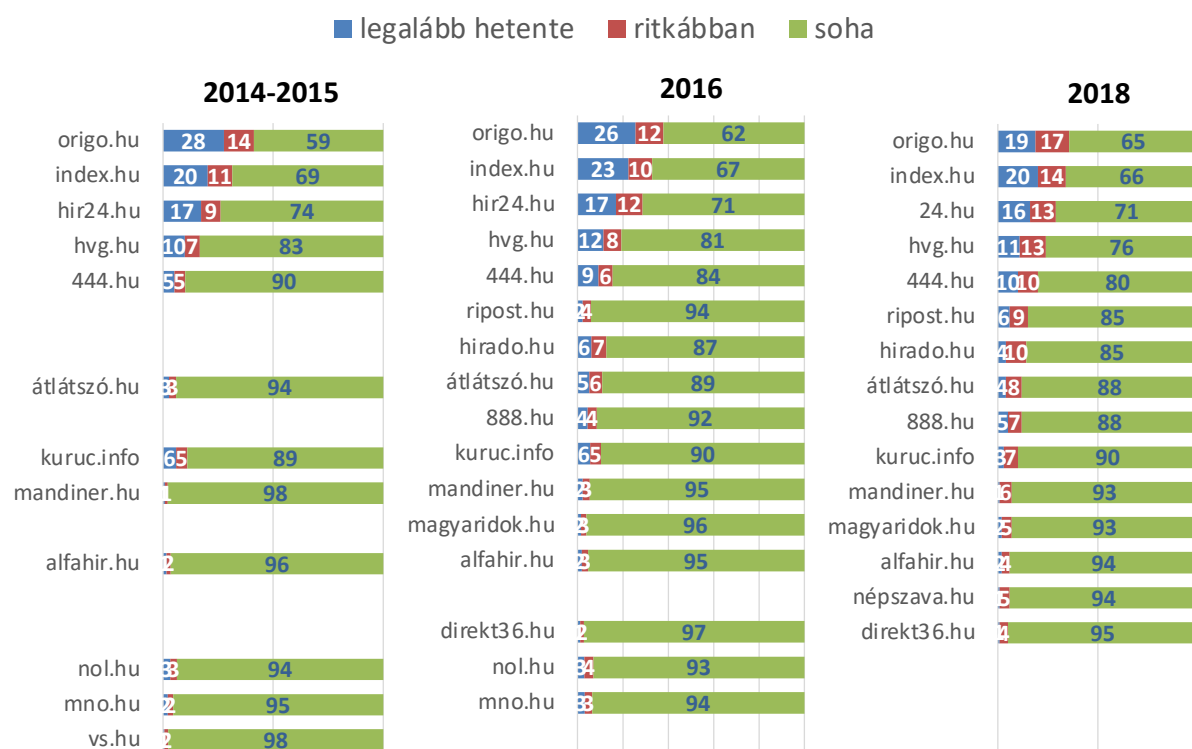
36. ábra

A hetilapokból történő tájékozódás (öt év trendje, százalék)

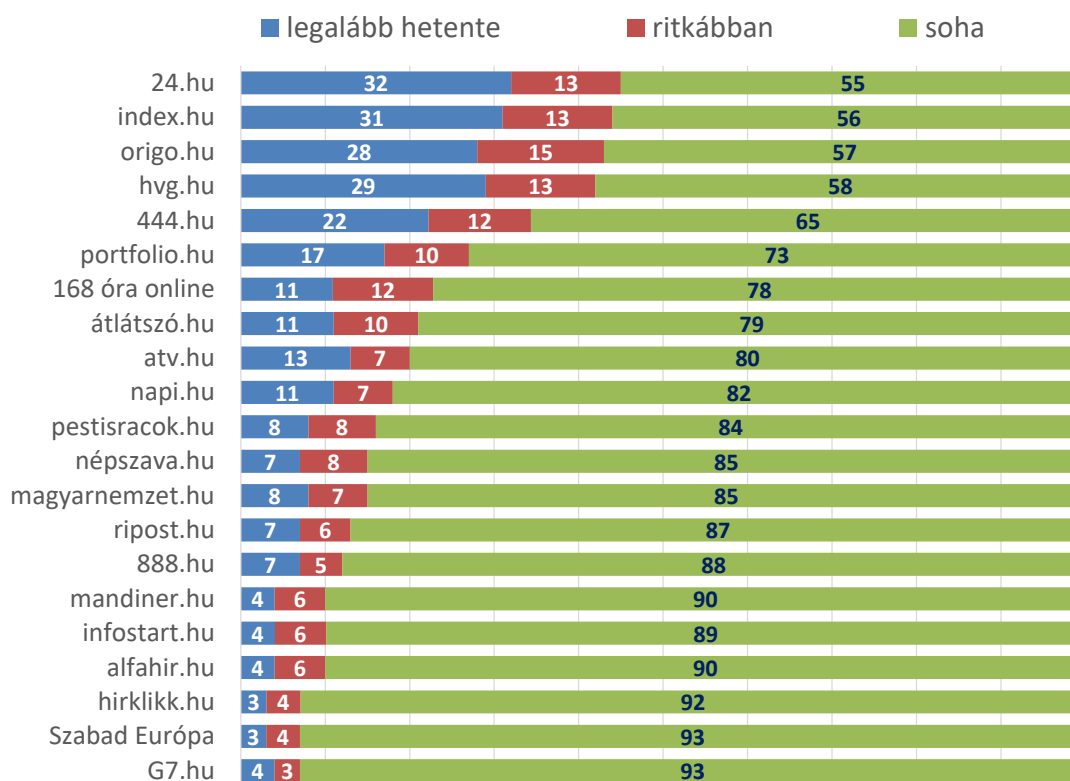


37. ábra

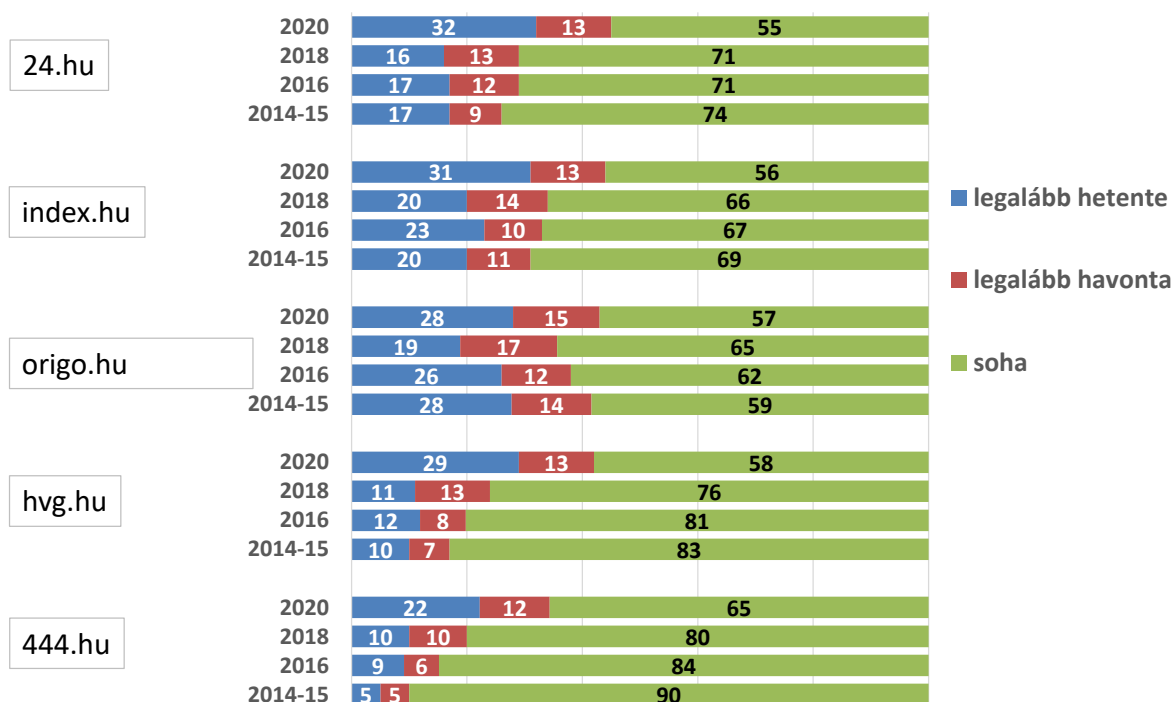
Internetes hírportálok olvasottsága (százalék)



38. ábra  
**Politikai-közéleti tájékozódás internetes hírportálokról (2020, százalék)**



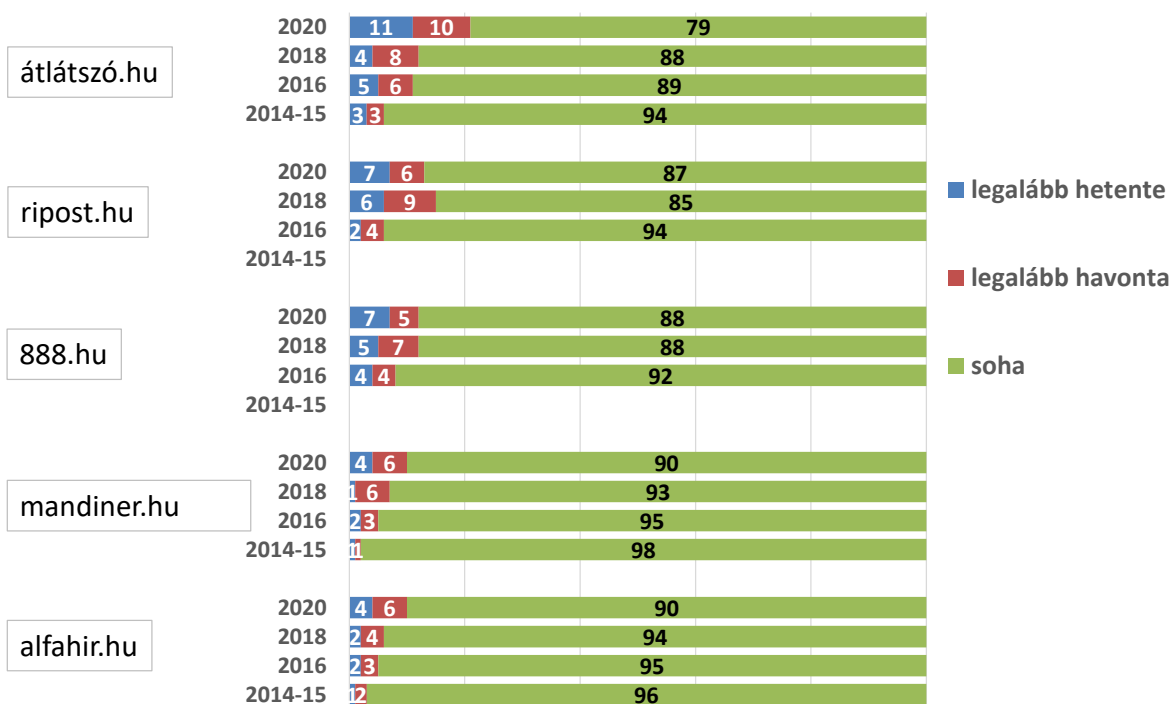
39. ábra  
**Tájékozódás internetes hírportálokról I. (öt év trendje, százalék)**





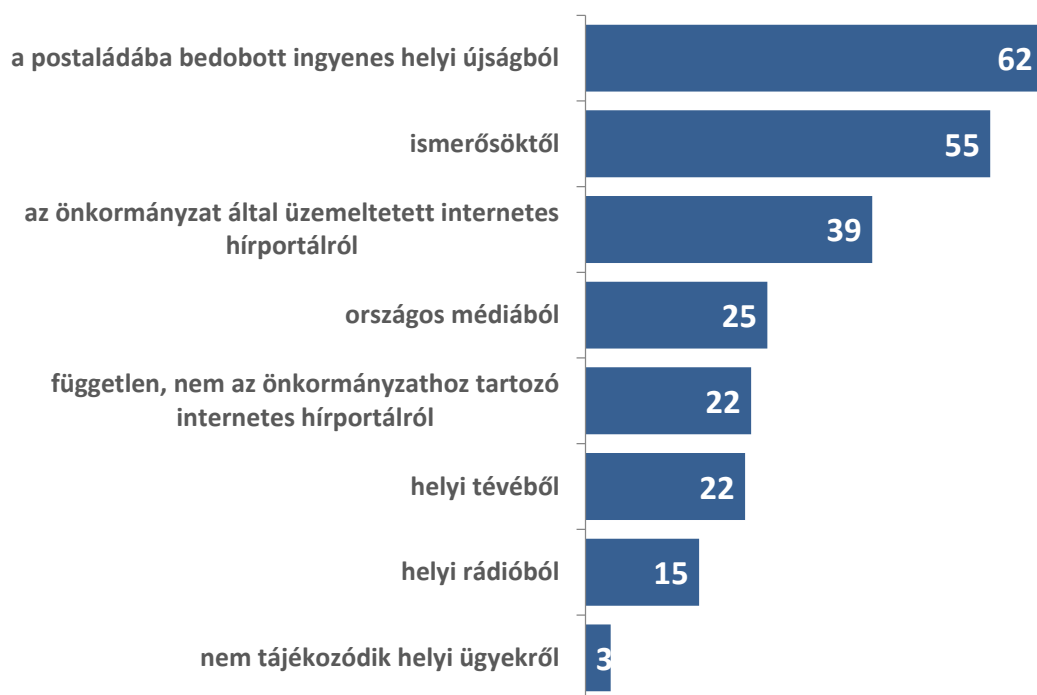
40. ábra

Tájékozódás internetes hírportálokról II. (százalék)



41. ábra

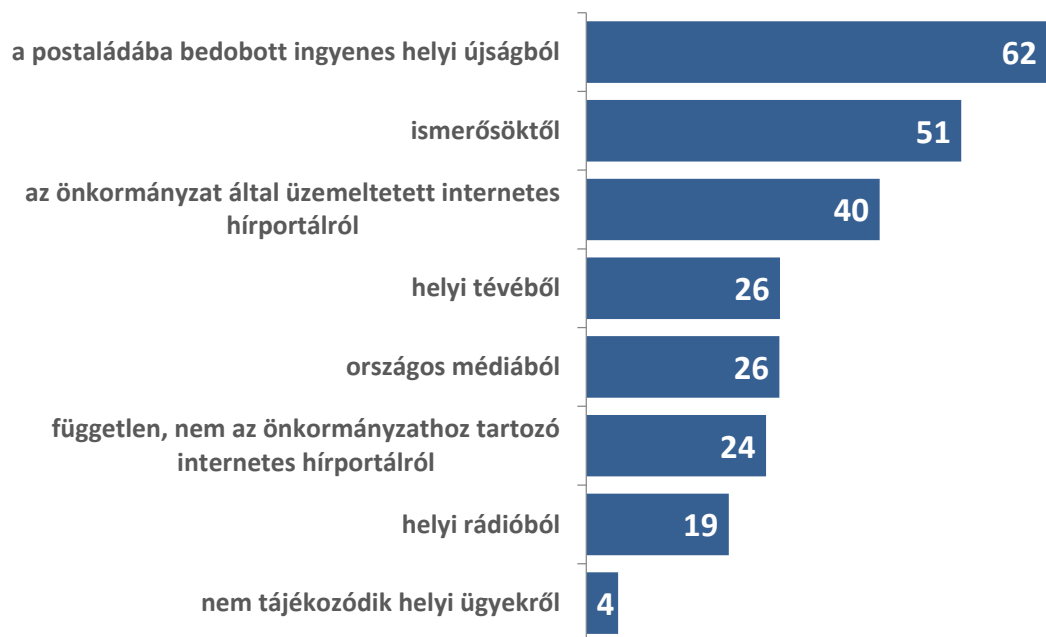
Tájékozódás helyi ügyekről\* (százalék)



\*Ön honnan tájékozik a lakóhelyét közvetlenül érintő települési, kerületi ügyekről?

42. ábra

**Tájékoztatás helyi ügyekről\*** (a városban élők százalékában – N=1532)

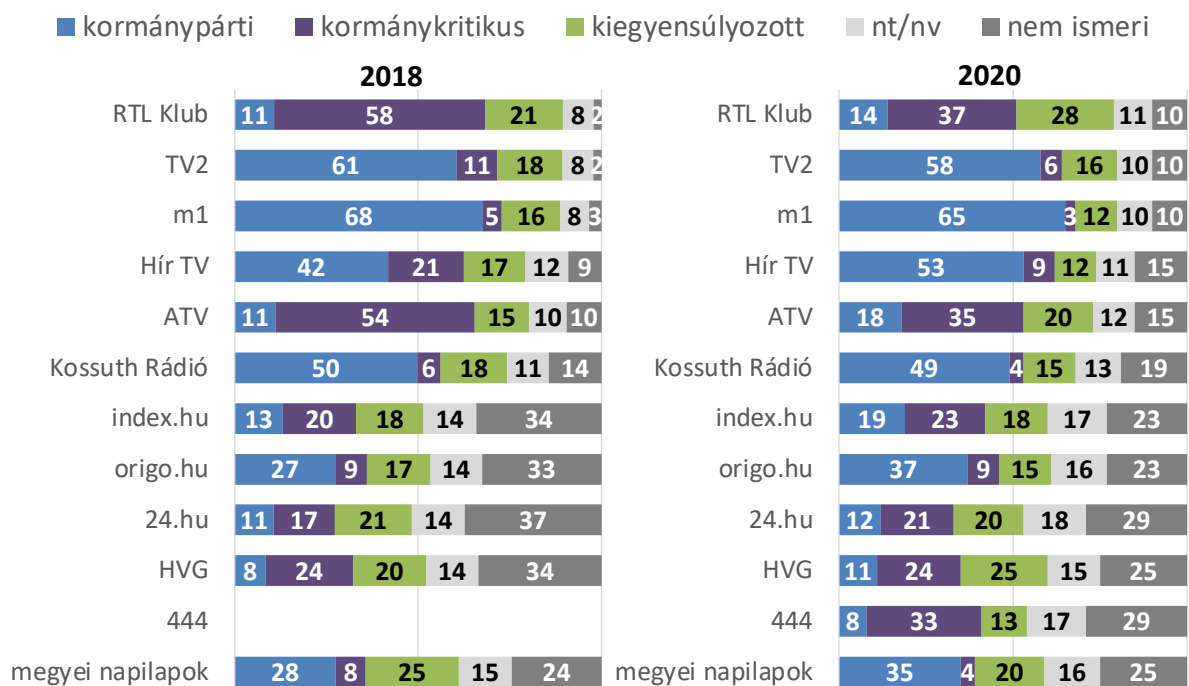


\*Ön honnan tájékozódik a lakóhelyét közvetlenül érintő települési, kerületi ügyekről?

## 9.4 A HÍRFORRÁSOK POLITIKAI MEGÍTÉLÉSE

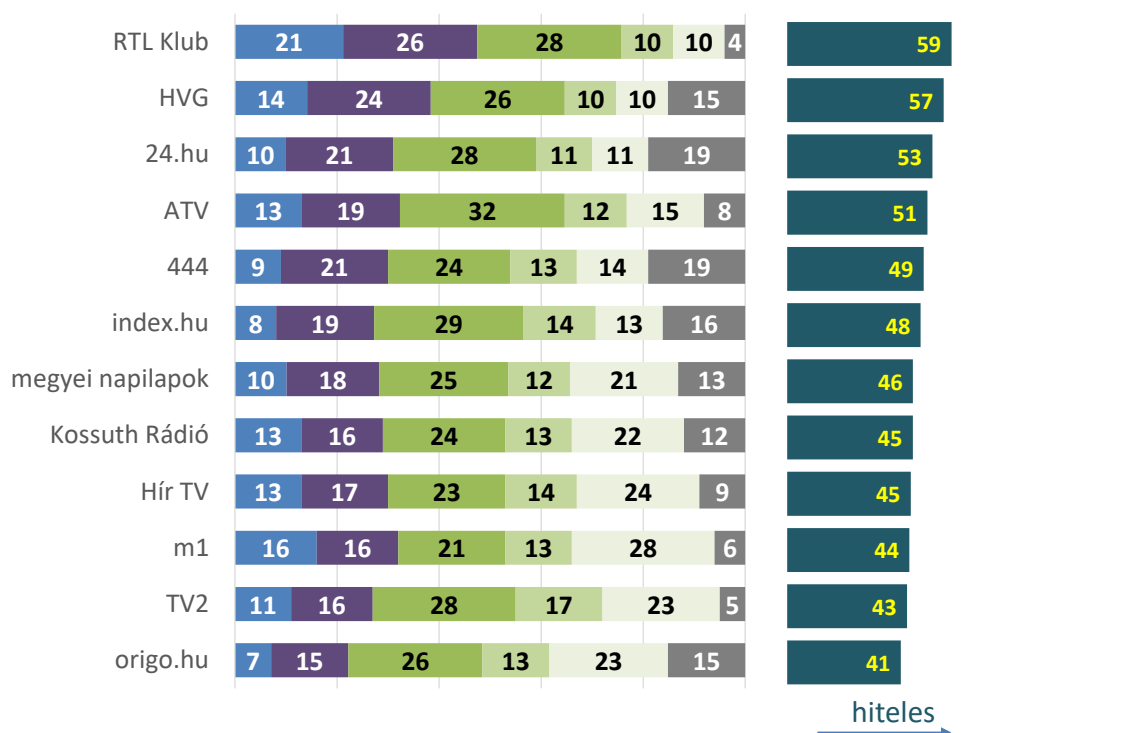
43. ábra

A hírforrások politikai besorolása a válaszadók által (százalék)



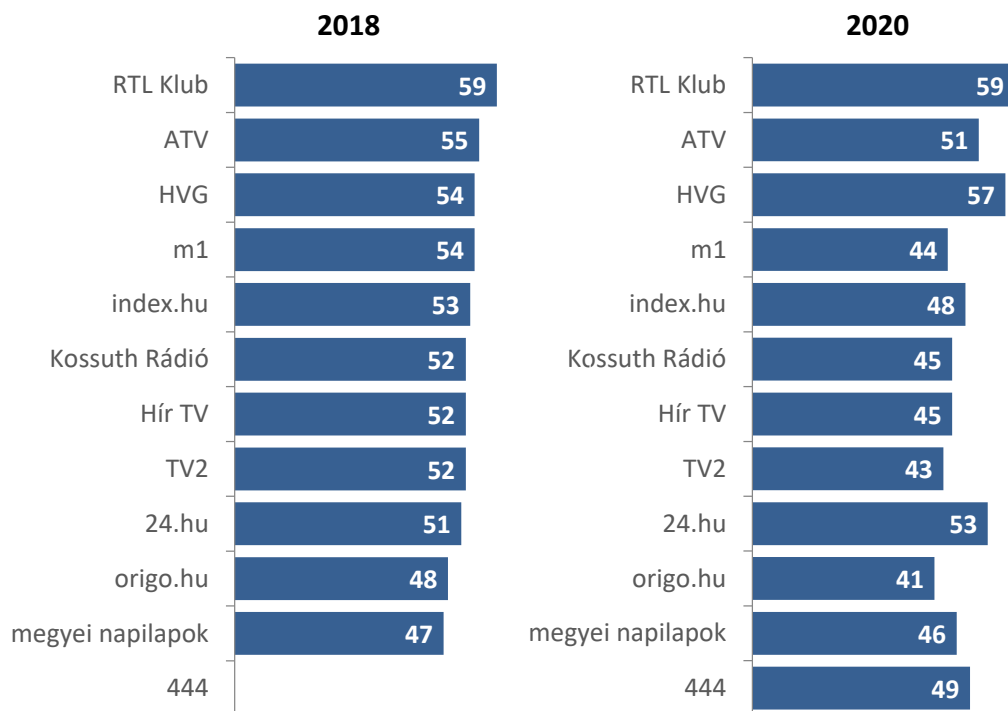
44. ábra

A hírforrások hitelességének megítélése (osztályzatok 5-ös skálán: százalék, átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán)



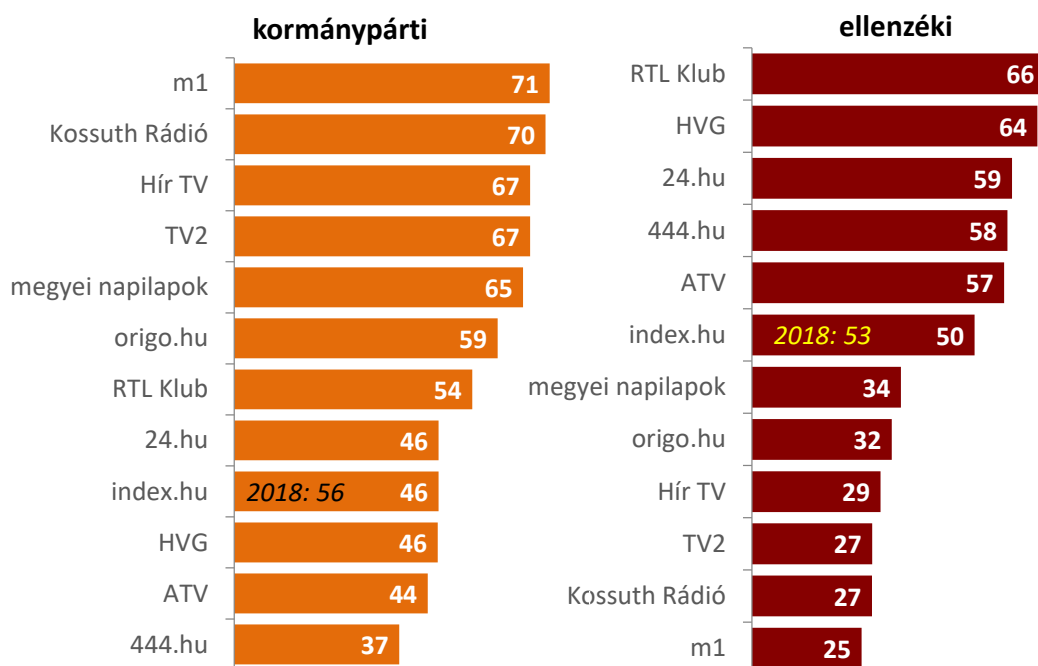
45. ábra

A hírforrások hitelességének megítélése (2018–2020, átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán)



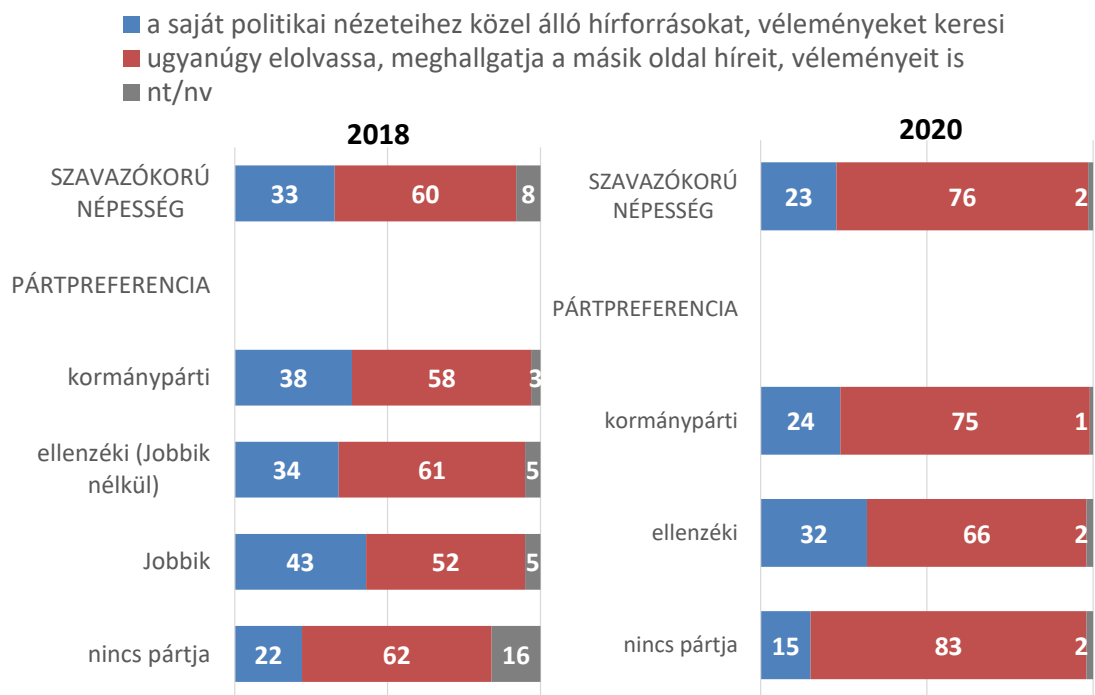
46. ábra

A hírforrások hitelességének megítélése pártpreferencia szerint (2020, átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán)



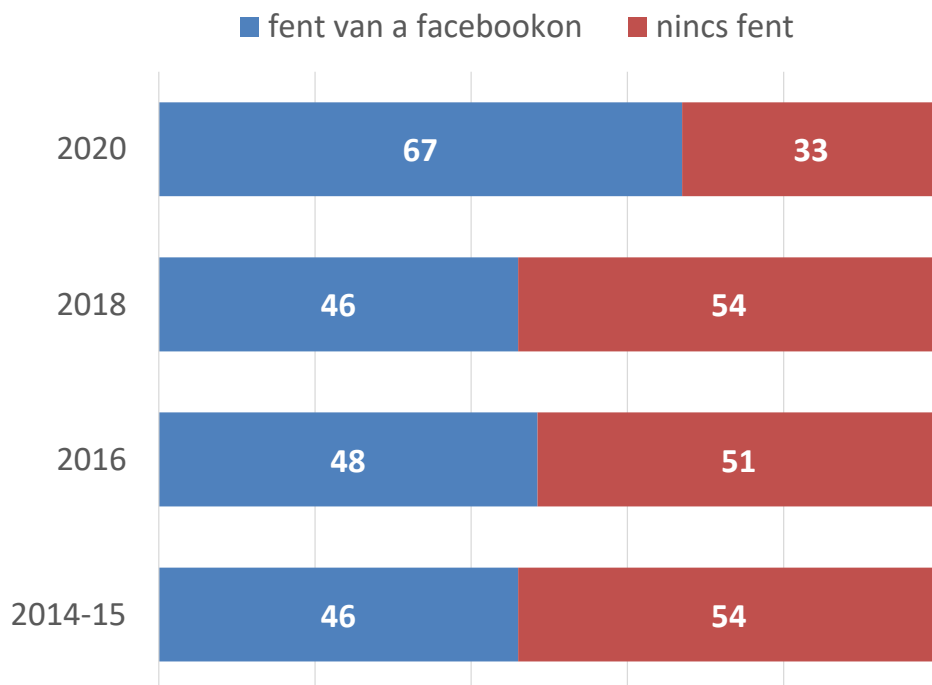
47. ábra

Amikor Ön politikai-közéleti témában tájékozódik... (százalék)

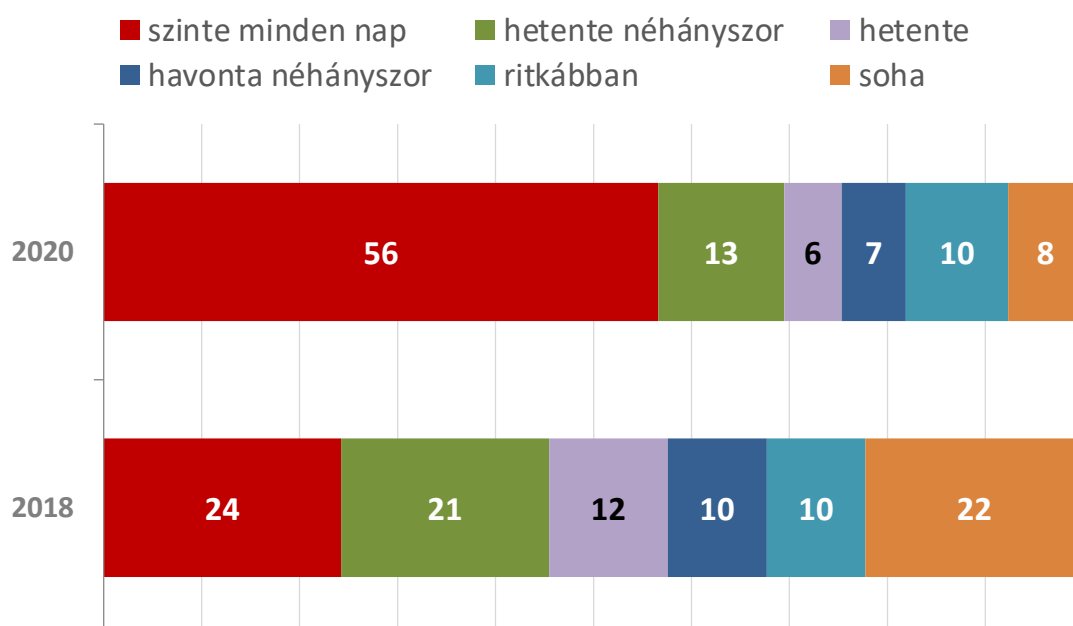


## 9.5 POLITIKAI TÁJÉKOZÓDÁS ÉS A FACEBOOK

48. ábra  
Facebook-használat (százalék)

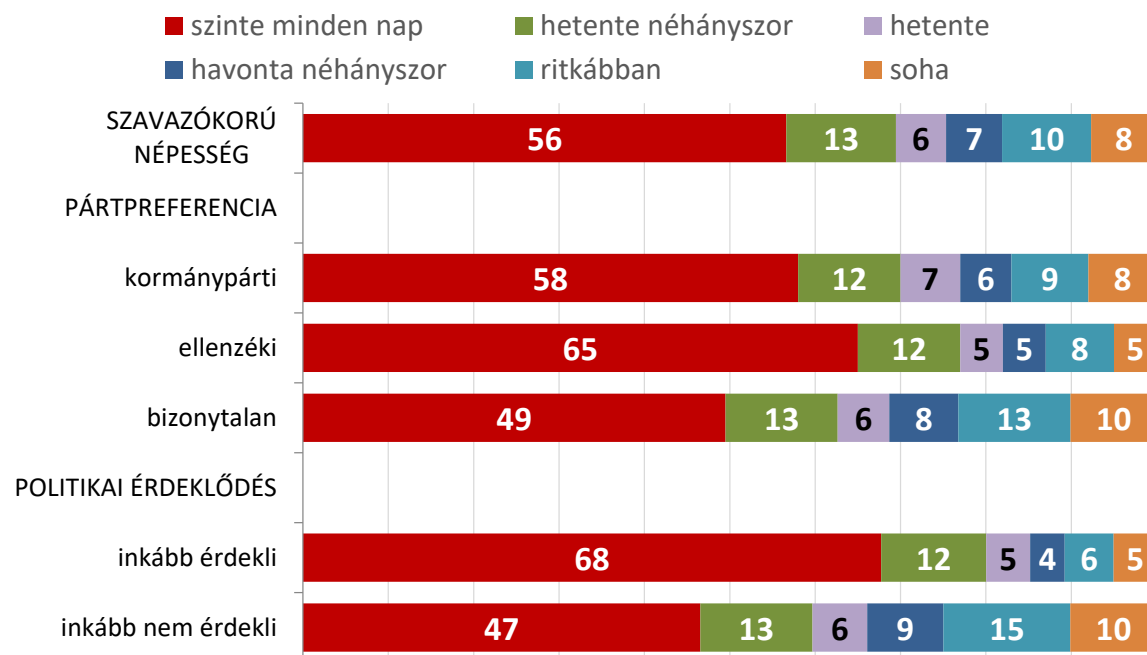


49. ábra  
Milyen gyakran találkozik a Facebookon politikai, közéleti témájú cikkekkkel, tartalmakkal? (a Facebookot használók körében)



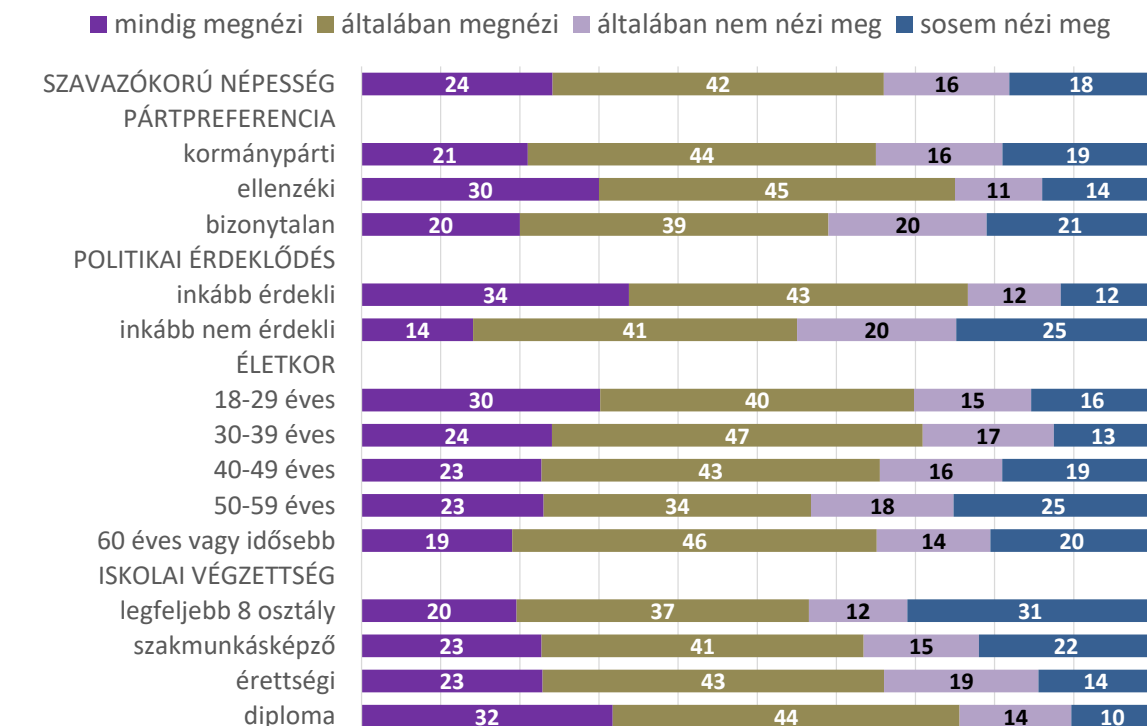
50. ábra

Milyen gyakran találkozik a Facebookon politikai, közéleti témájú cikkekkel, tartalmakkal?  
(2020, a Facebookot használók körében – N=1646)



51. ábra

Ön megnézi, hogy mi a Facebookon Ön által megnyitott cikk eredeti forrása? (a Facebookot használók körében – N=1646)

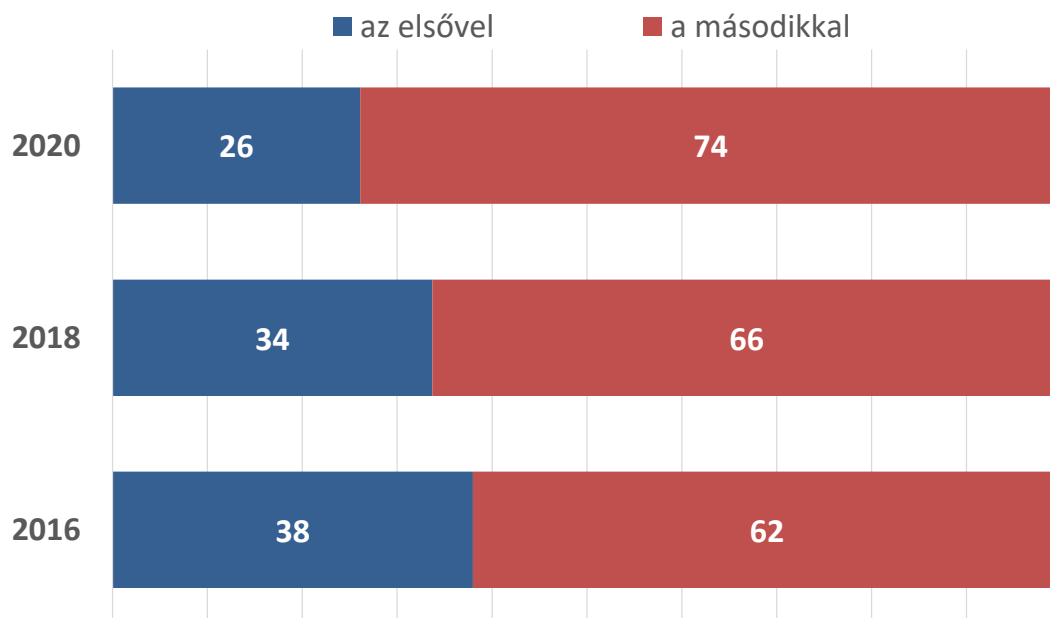


## 9.6 A MÉDIA POLITIKAI ÁLLAPOTÁNAK MEGÍTÉLÉSE

52. ábra

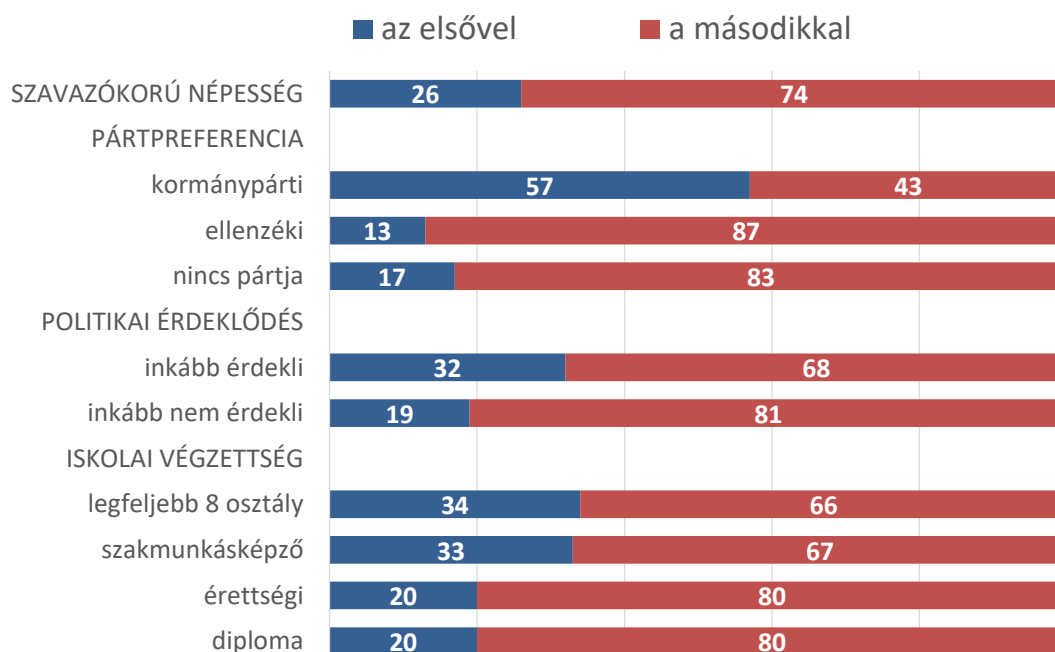
### A politikai-közéleti hírforrások objektivitásának megítélése

Vannak, akik azt mondják, hogy (1) a magyar médiából jól lehet tájékozódni, meg lehet ismerni a tényleges valóságot, mások szerint (2) a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. Ön melyik véleménnyel ért inkább egyet? (az érdemben válaszolók százalékában – N=1696)



53. ábra

Vannak, akik azt mondják, hogy (1) a magyar médiából jól lehet tájékozódni, meg lehet ismerni a tényleges valóságot, mások szerint (2) a magyar sajtó elfogult, az egyik politikai oldal álláspontja mindig nagyobb hangsúlyt kap, mint a másiké. Ön melyik véleménnyel ért inkább egyet? (2020, az érdemben válaszolók százalékában – N=1696)



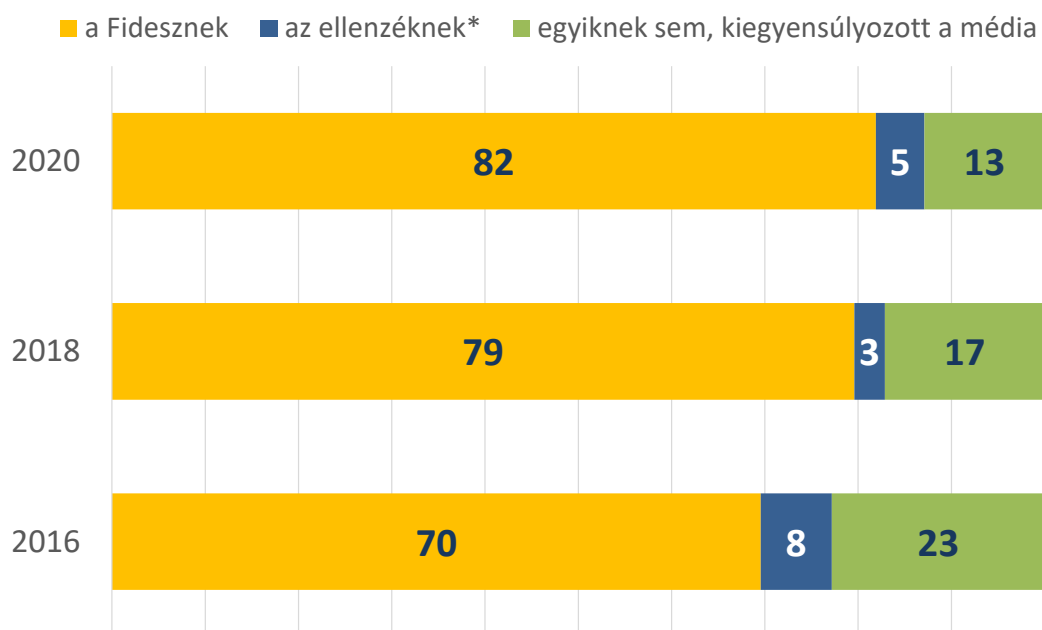


54. ábra

**A politika befolyása a médiumokra**

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

(az érdeemben válaszolók százalékában – N=1881)

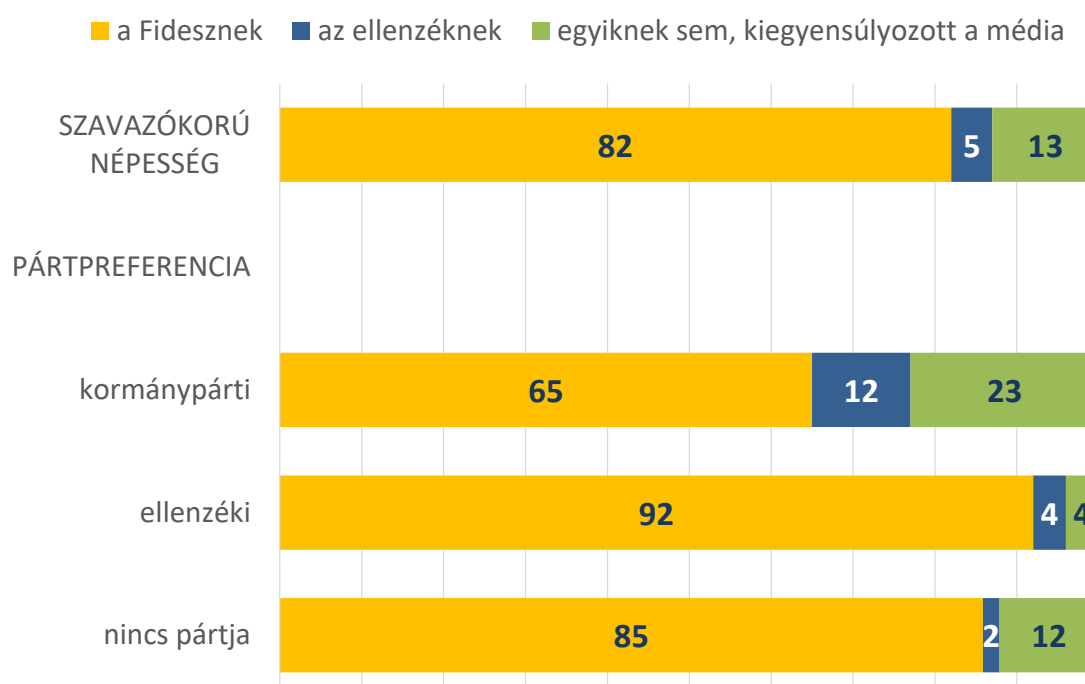


\* a válaszlehetőségek 2016-ban: a Fidesznek; a baloldalnak; egyiknek sem, kiegyensúlyozott a média.

55. ábra

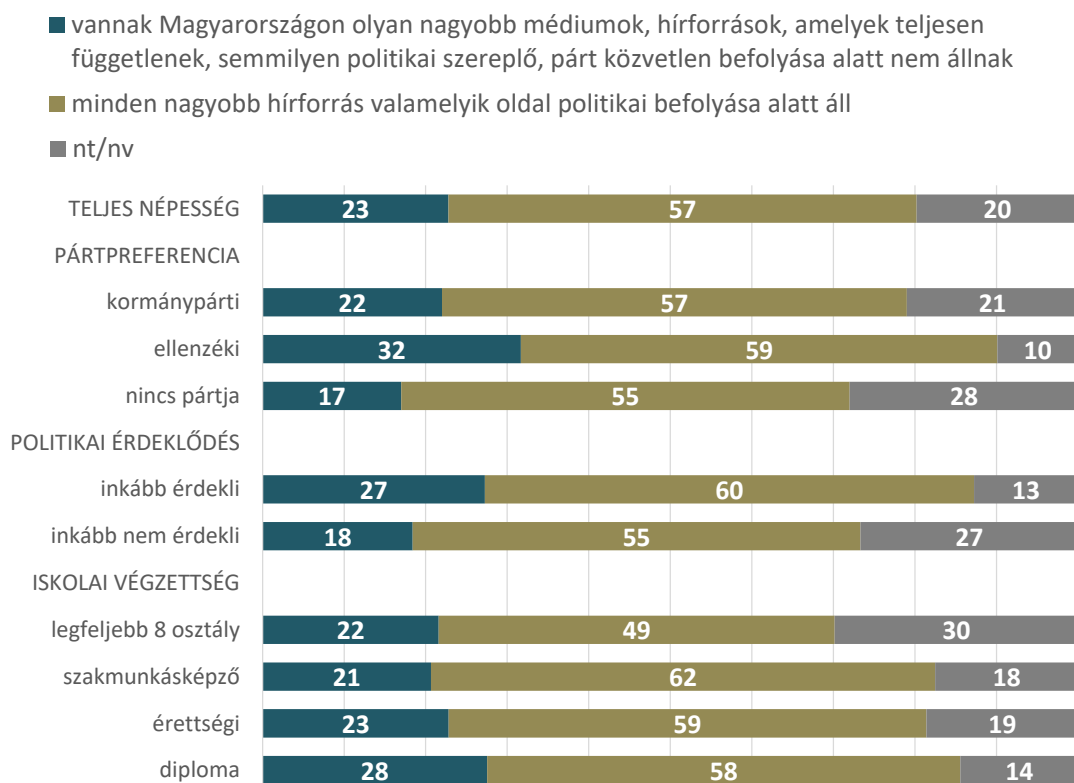
Ön szerint Magyarországon a médiában melyik politikai oldalnak, pártnak van nagyobb befolyása?

(az érdeemben válaszolók százalékában – N=1881)



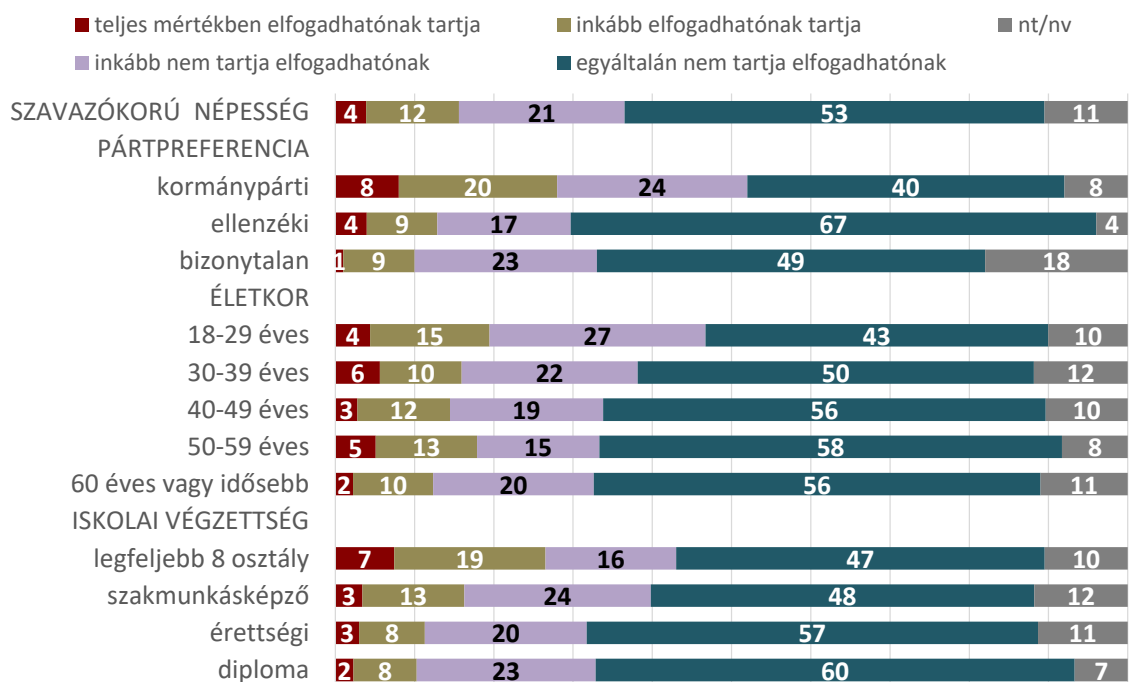
56. ábra

Vélemények a hírforrások függetlenségéről (százalék)



57. ábra

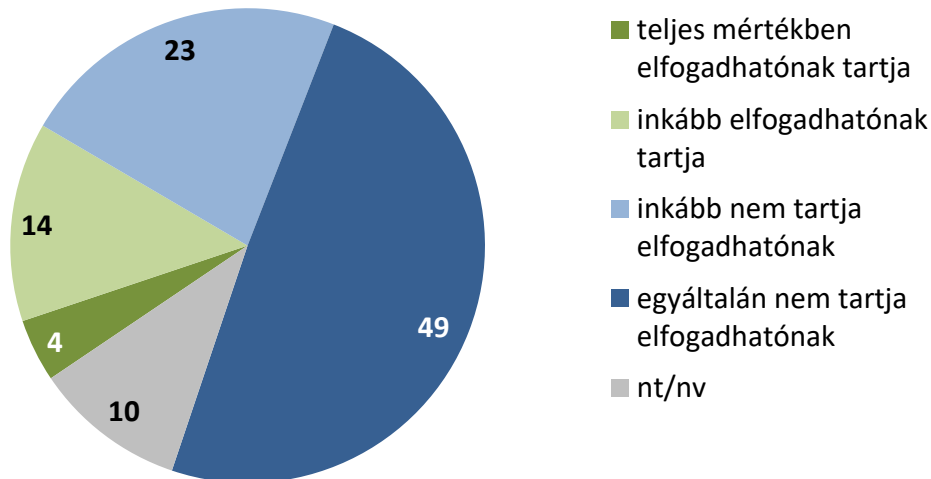
Ön elfogadhatónak tartja, ha egy újság tartalmába közvetlenül beleszólnak politikai szereplők például úgy, hogy kész cikkeket jelentetnek meg az újsággal, vagy ellenőrzik, hogy megjelenhet-e egy cikk? (százalék)



58. ábra

**Ön elfogadhatónak tartja, ha egy újság tartalmába közvetlenül beleszólnak politikai szereplők például úgy, hogy kész cikkeket jelentetnek meg az újsággal, vagy ellenőrzik, hogy megjelenhet-e egy cikk?**

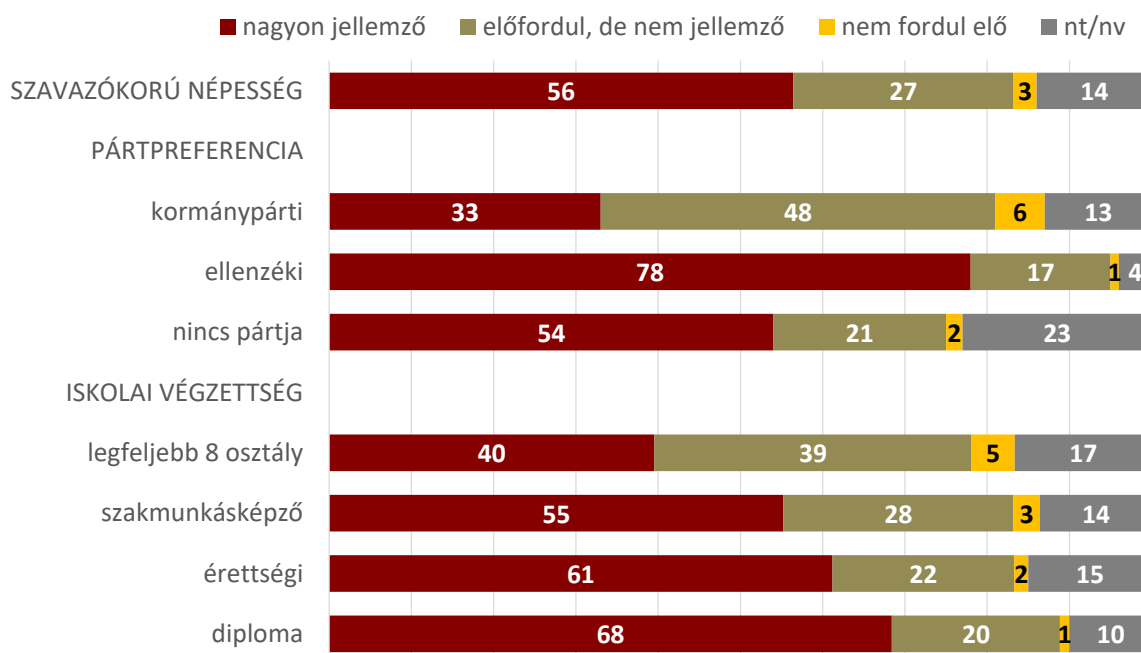
(a kormánypárti sajtótermékekből\* rendszeresen tájékozódók százalékában – N=1729)



\*TV2, állami TV, HírTV, Pesti TV, Magyar Nemzet, Ripost, megyei napilap, Kossuth Rádió, Petőfi Rádió, 888.hu, origo.hu, ripost.hu, pestisracok.hu, Demokrata)

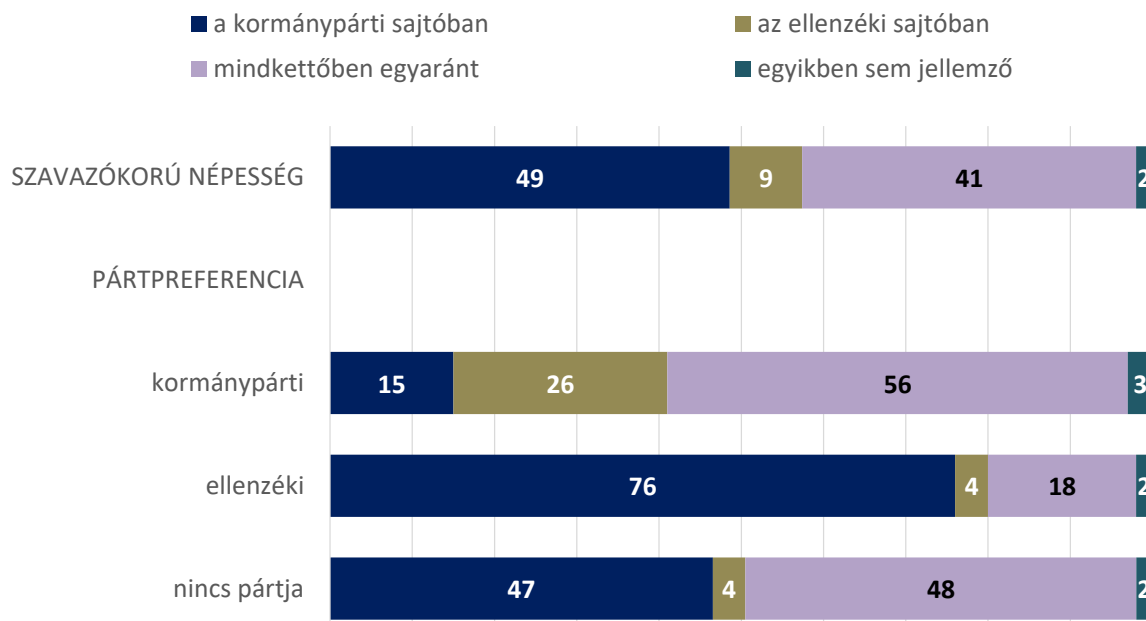
59. ábra

**Ön szerint mennyire jellemző ma Magyarországon a médiában, hogy politikai szereplők közvetlenül beleszólnak a tartalomba?** (százalék)



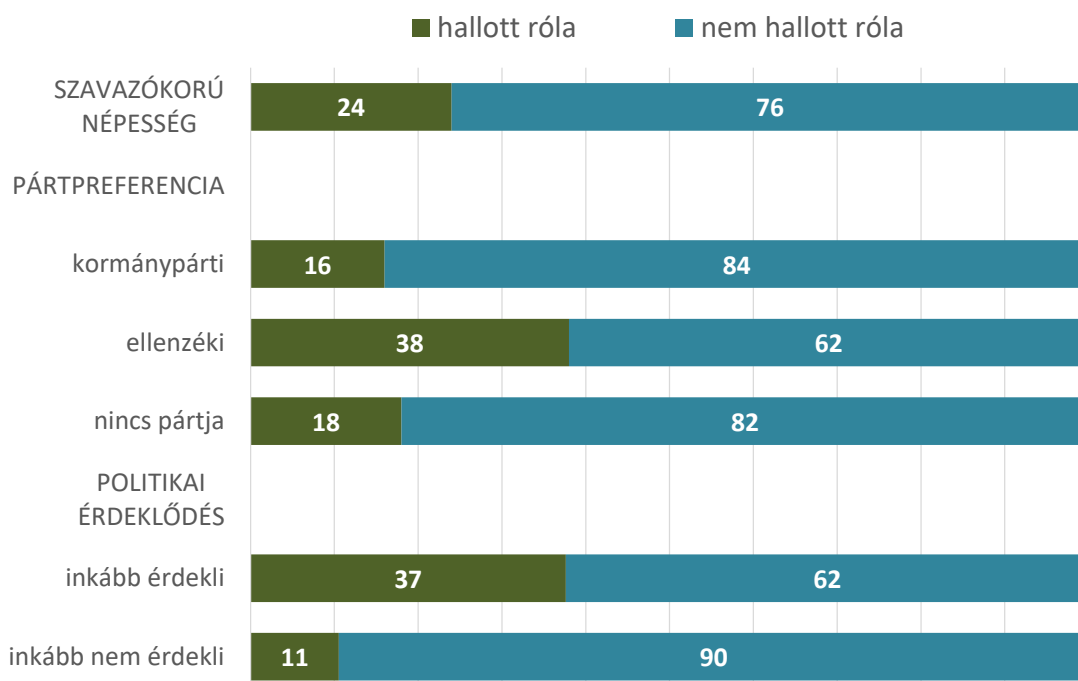
60. ábra

**És melyik politikai oldalon tartja inkább jellemzőnek az ilyen politikai beavatkozást?**  
 (azok százalékában, akik szerint jellemző vagy legalábbis előfordul ilyen – N=1776)



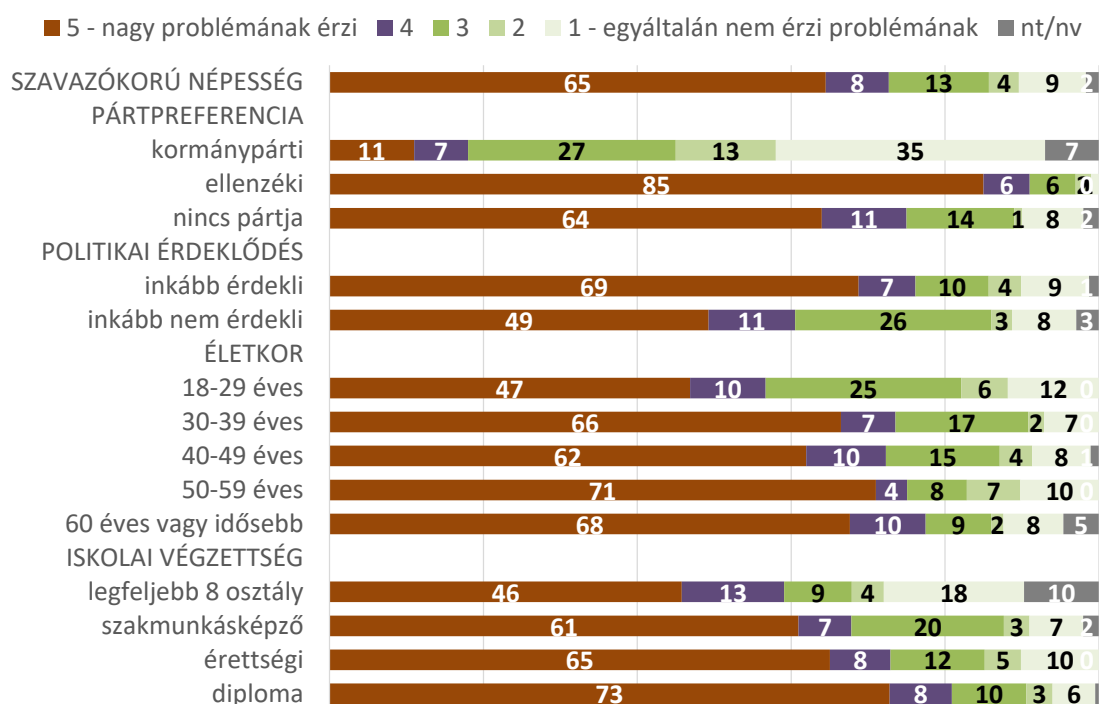
61. ábra

**Hallott Ön arról, hogy van egy olyan magyar alapítvány, amely csaknem minden kormánypárti médiumot egy kézben összpontosít? A neve Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány, röviden KESMA? (százalék)**



62. ábra

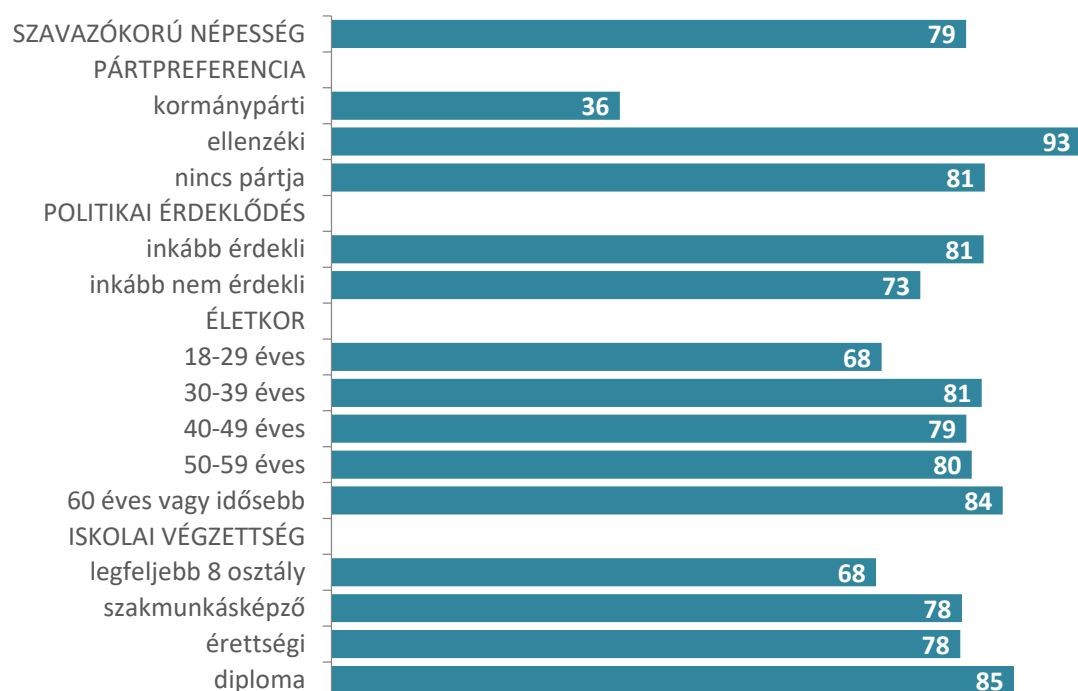
**Mennyire érzi problémának a kiegyensúlyozott tájékoztatás szempontjából azt, hogy egy kézben vannak ezek a sajtótermékek?**  
(azok százalékában, akik hallottak a KESMÁ-ról – N=518)



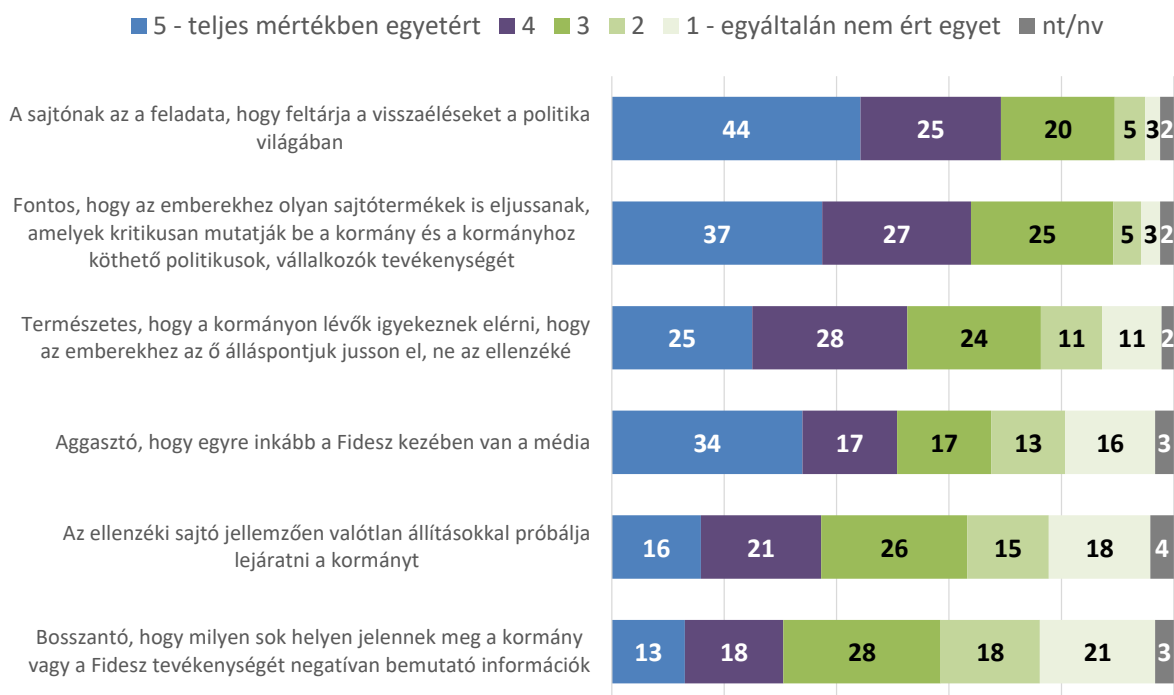
63. ábra

### A KESMA médiamonopóliumának a megítélése

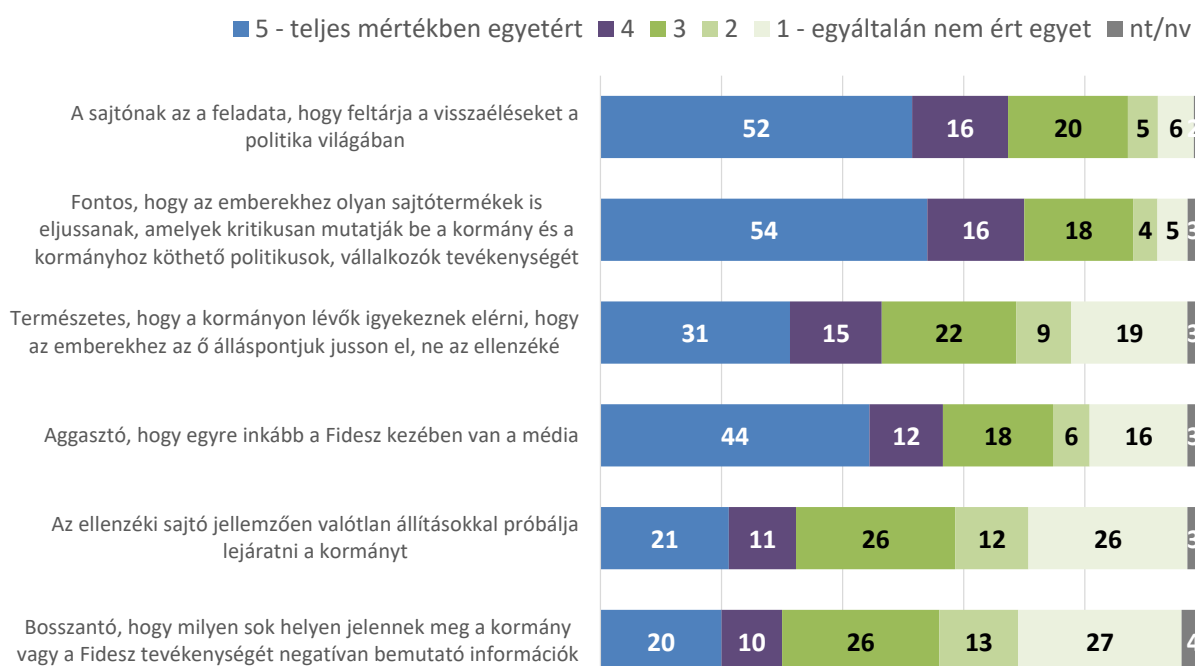
**Mennyire érzi problémának a kiegyensúlyozott tájékoztatás szempontjából azt, hogy egy kézben vannak ezek a sajtótermékek?**  
(átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán)



64. ábra  
Vélemények a médiáról (2018, százalék)

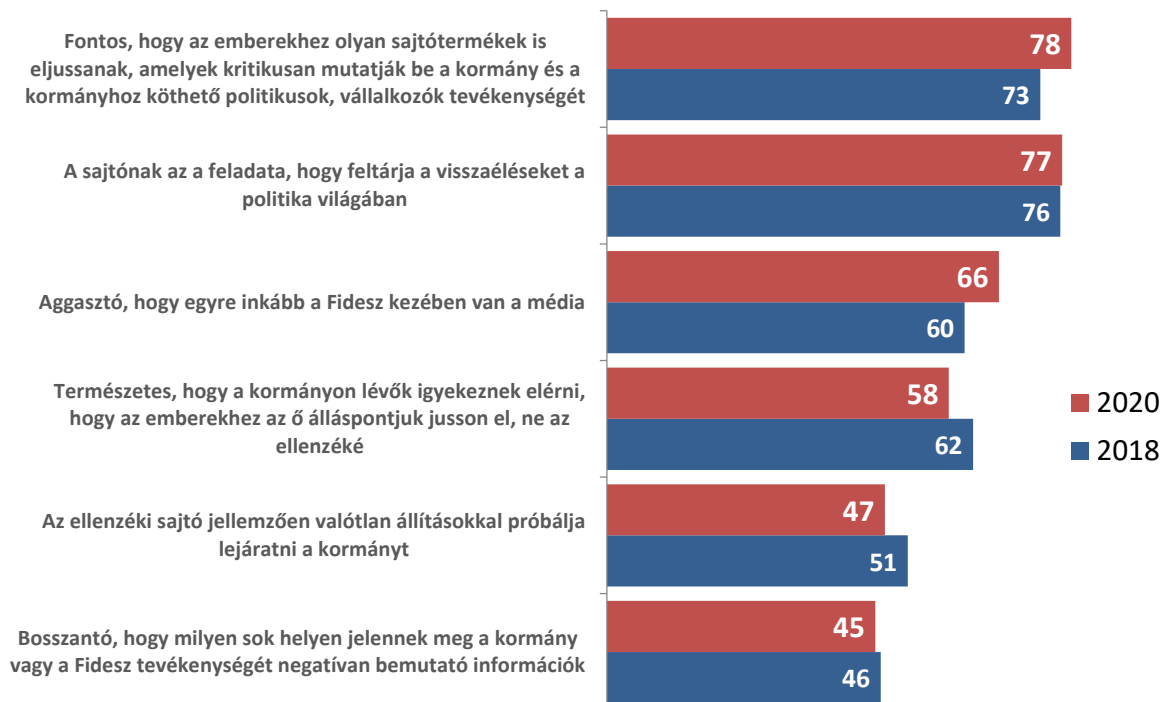


65. ábra  
Vélemények a médiáról (2020, százalék)



66. ábra

**Vélemények a médiáról** (átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán az érdemben válaszolók körében)



67. ábra

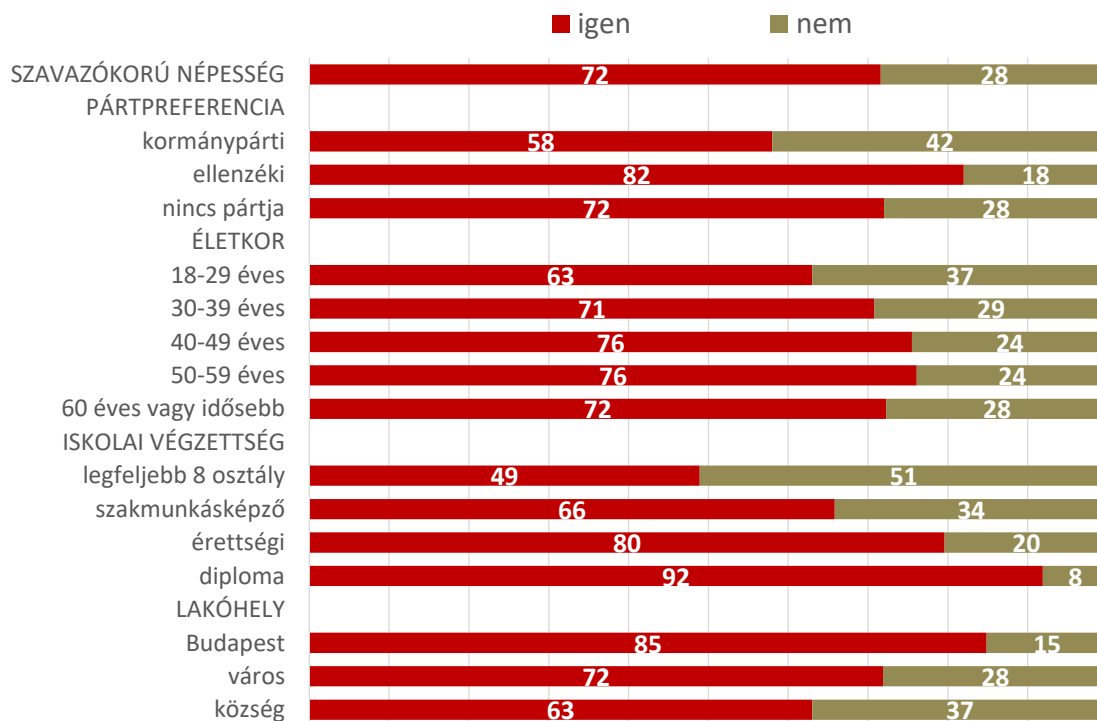
**Vélemények a médiáról?** (2020, átlagok 0-tól 100-ig terjedő skálán, pártpreferencia szerint)

	szavazókorú népesség	kormánypárti	ellenzéki	nincs pártja
A sajtónak az a feladata, hogy feltárja a visszaéléseket a politika világában	77	73	82	74
Fontos, hogy az emberekhez olyan sajtótermékek is eljussanak, amelyek kritikusán mutatják be a kormány és a kormányhoz köthető politikusok, vállalkozók tevékenységét	78	71	86	77
Természetes, hogy a kormányon lévők igyekeznek elérni, hogy az emberekhez az ő álláspontjuk jusson el, ne az ellenzéké	58	65	51	57
Aggasztó, hogy a egyre inkább a Fidesz kezében van a média	66	37	86	68
Az ellenzéki sajtó jellemzően valótlan állításokkal próbálja lejáratni a kormányt	47	69	29	46
Bosszantó, hogy milyen sok helyen jelennek meg a kormány vagy a Fidesz tevékenységét negatívan bemutató információk	45	67	30	44

## 9.7 AZ INDEX.HU VÁLSÁGA

68. ábra

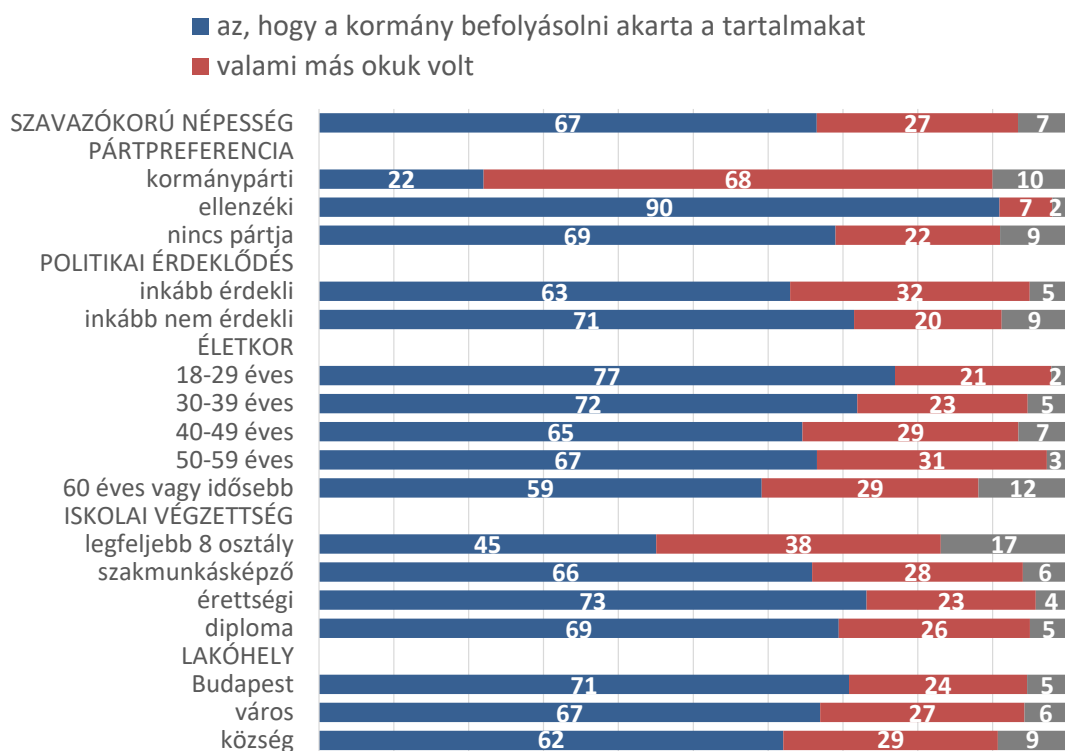
Hallott arról, hogy a nyáron az Index internetes hírportál teljes szerkesztősége felmondott? (százalék)



69. ábra

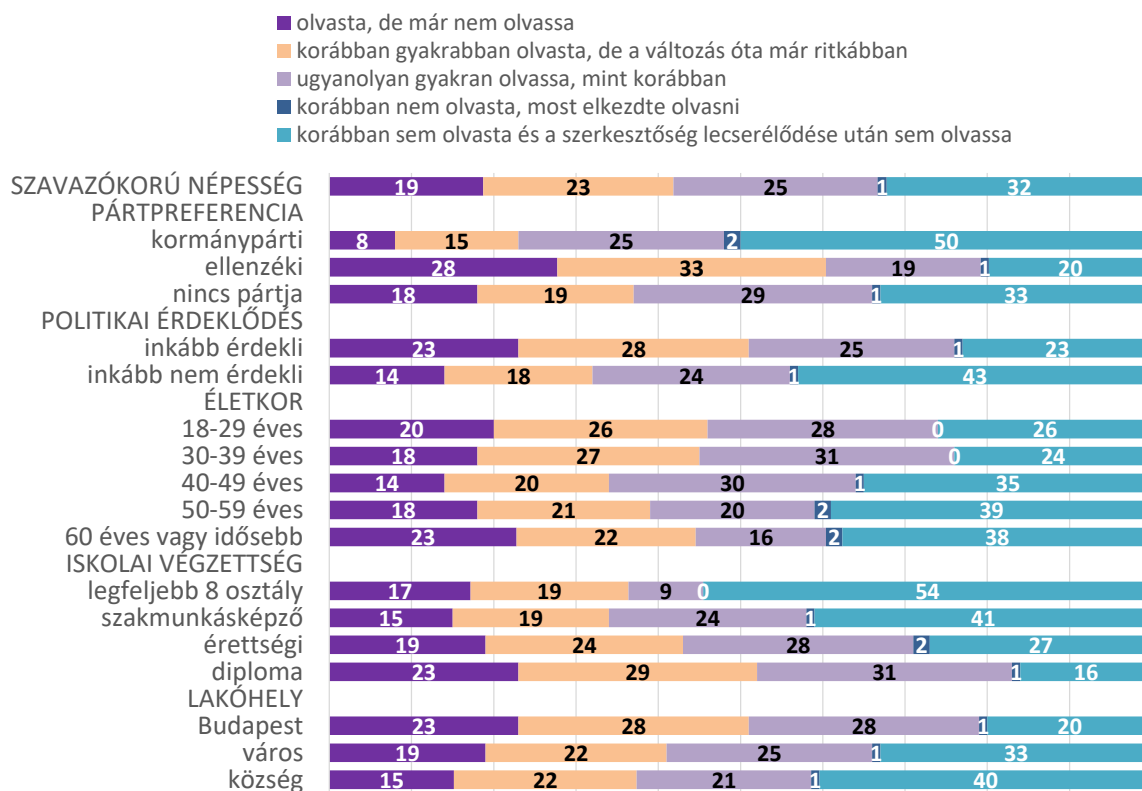
Az Index átalakulásának megítélése

Ön mit gondol, mi állt az Index szerkesztőségének a felmondása mögött? (azok százalékában, akik hallottak az ügyről – N=1538)





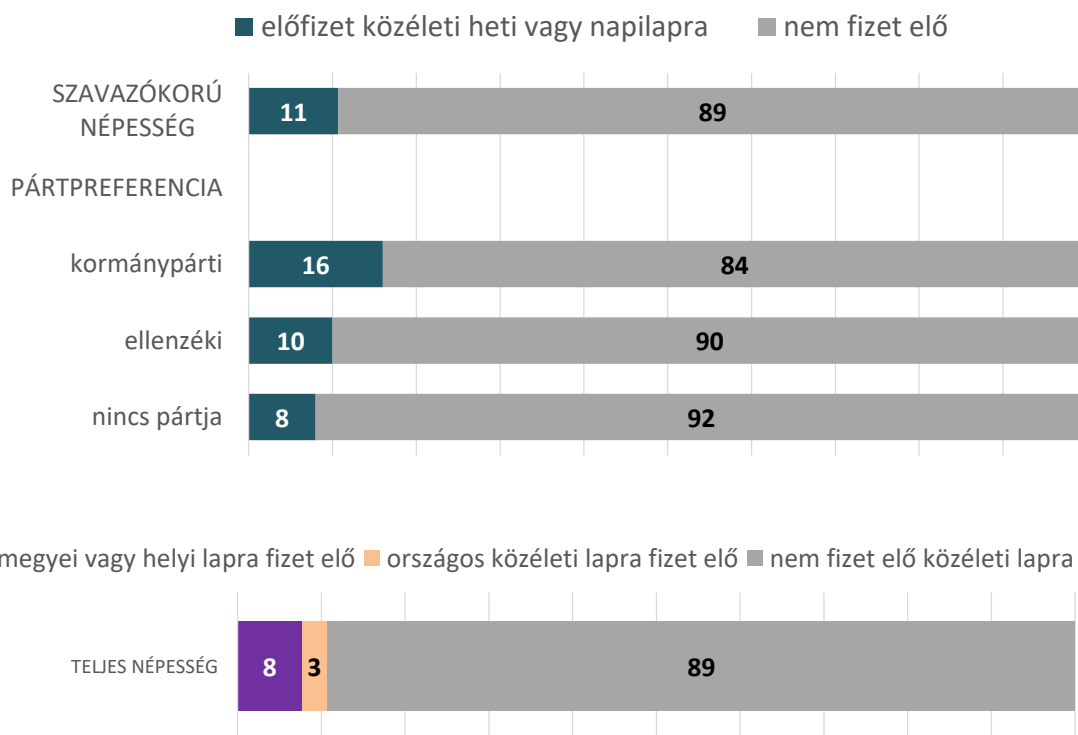
70. ábra

**Az indexhez való viszony** (azok százalékában, akik hallottak az ügyről – N=1538)

## 9.8 AZ ELŐFIZETÉS ÉS AZ ÖNKÉNTES TÁMOGATÁS

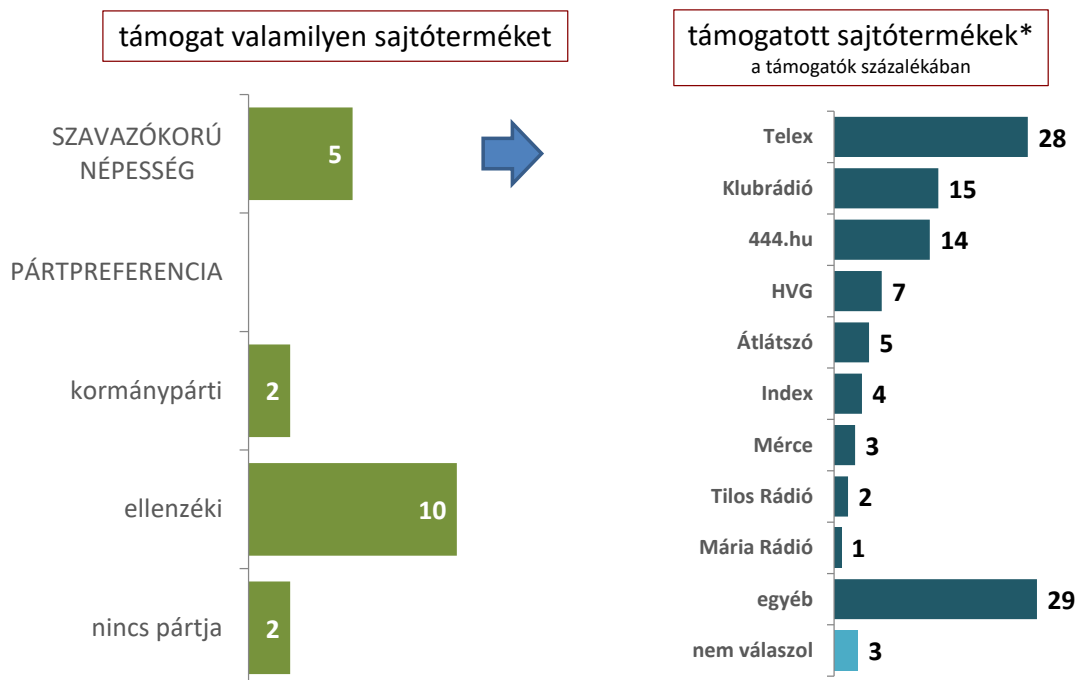
71. ábra

Előfizet-e Ön valamelyik nyomtatott napi- vagy hetilapra? (százalék)



72. ábra

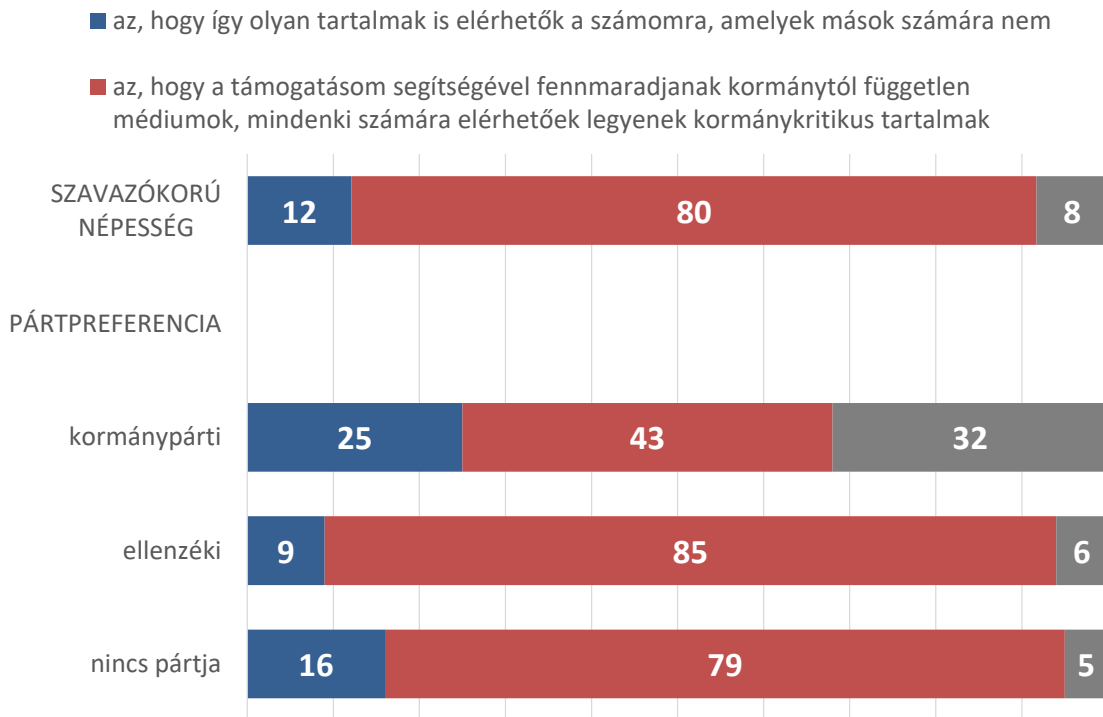
Sajtótermékek támogatása (százalék)



73. ábra

**Önnek mi a fontosabb akkor, amikor egy internetes hírportált támogat vagy előfizet egy hírportálra?**

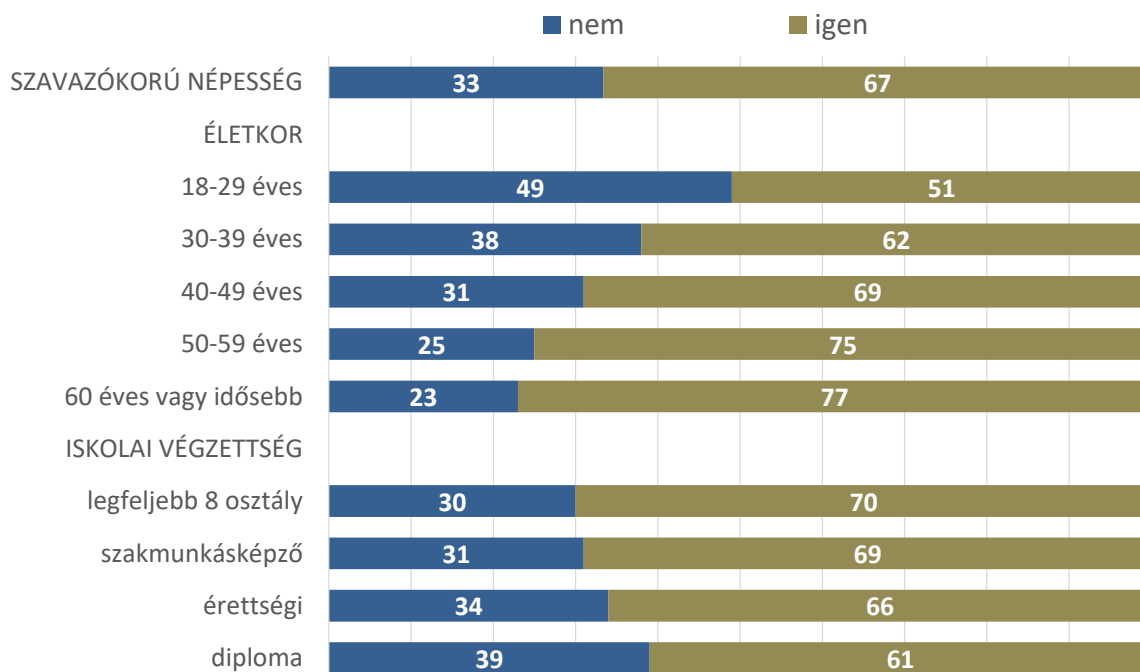
(azok százalékában, akik előfizetők vagy támogatók – N=137)



## 9.9 A KLUBRÁDIÓ ÉS AZ INTERNET

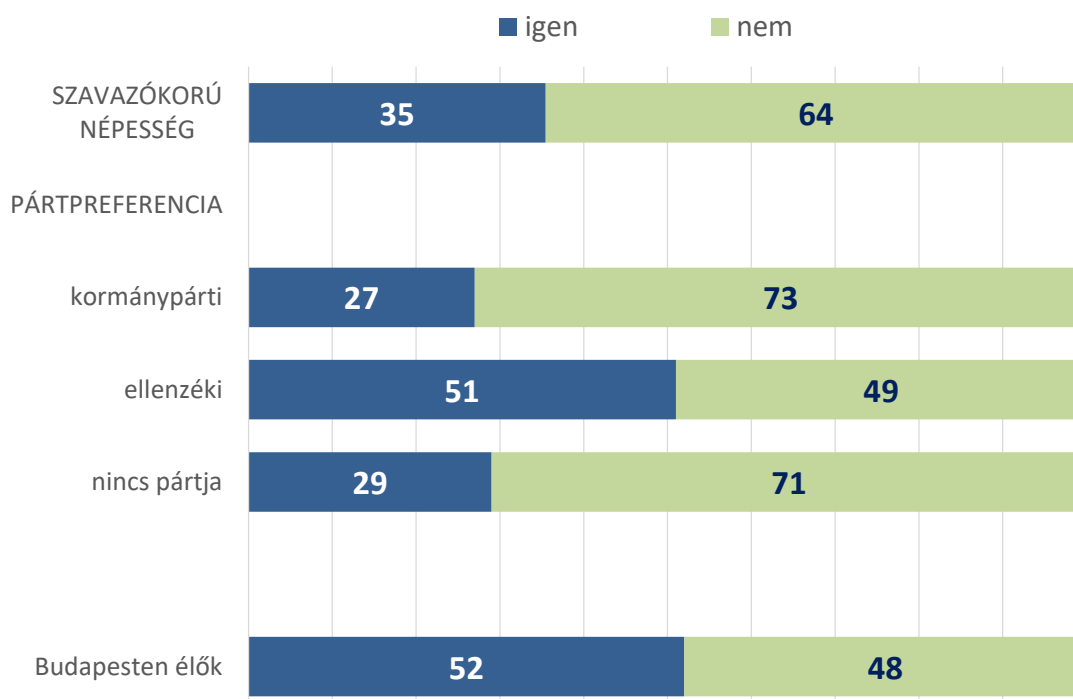
74. ábra

**Szokott Ön interneten rádiót hallgatni, internetes beszélgetős műsorokat, podcastokat hallgatni?**  
(az internethasználók százalékában – N=1888)



75. ábra

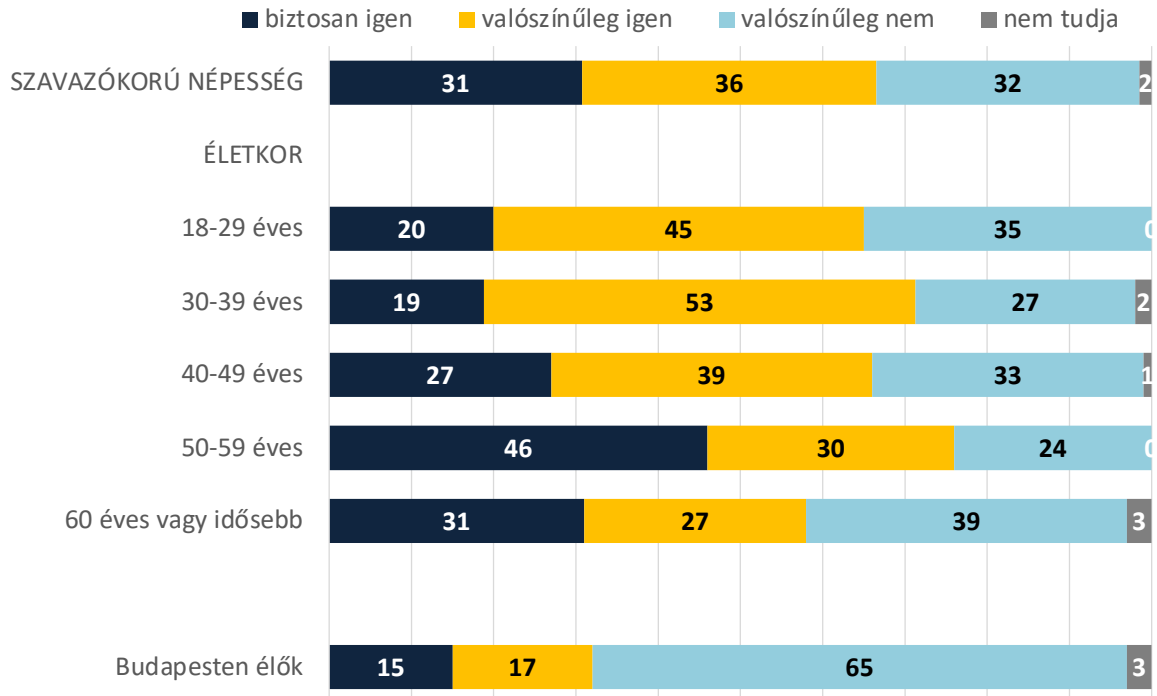
**Hallott Ön arról, hogy a Klubrádió nem kaphatja meg pályázat nélkül a most használt frekvenciáját, vagyis veszélybe került a jövőbeli működése?** (százalék)



76. ábra

**Egy kizárólag internetes Klubrádió hallgatottsága kényszerű átalakulás után****Mit gondol, fogja hallgatni a Klubrádiót az interneten, ha hagyományos módon nem lesz elérhető?**

(azok százalékában, akik jelenleg hallgatják a Klubrádiót)



## A SZERZŐKRŐL

**Hann Endre** szociálpszichológus, a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet ügyvezető igazgatója.

**Polyák Gábor** médiajogász, a Pécsi Tudományegyetem oktatója, a Mérték Médiaelemző Műhely társalapítója.

**Megyeri Klára** szociológus, a Medián külső munkatársa.

**Urbán Ágnes** közgazdász, a Corvinus Egyetem oktatója, az Infokommunikációs Tanszék tanszékvezetője, a Mérték Médiaelemző Műhely ügyvezetője.

## A SZERVEZETEKRŐL

A **Mérték Médiaelemző Műhely** 2011-ben jött létre, miután az Orbán-kormány kétharmados parlamenti többségével megalkotta az új médiatörvényeket. A Mérték monitorozza a médiahatóság tevékenységét és a mediaszabályozás szélesebb piaci, tartalomkínálatra gyakorolt, illetve az újságírói magatartásokra gyakorolt hatását. Eredményeivel folyamatosan jelen van a hazai és nemzetközi nyilvánosság szakmai és civil fórumain, elősegítve a sajtószabadság érvényesülését és a demokrácia elveinek megfelelő nyilvánosság működését.

A **Medián Közvélemény- és Piackutató Intézetet** 1989-ben alapították évtizedes gyakorlattal rendelkező társadalomkutatók. Az egyik legismertebb közvéleménykutató, amely nagyjából piackutatással foglalkozik, de alapítása óta elkötelezettje a társadalmi folyamatok és a politikai közvélemény vizsgálatának is

## IMPRESSZUM

Friedrich-Ebert-Stiftung

Kiadó:

A Friedrich-Ebert-Stiftung Budapesti Irodája  
1054 Budapest | Fővám tér 2–3.

Tel.: +36-1-461-60-11 | Fax: +36-1-461-60-18

[fesbp@fesbp.hu](mailto:fesbp@fesbp.hu)

[www.fes-budapest.org](http://www.fes-budapest.org)

Felelős kiadó: **Jörg Bergstermann**

Projektkoordinátor: **Bogár Zsolt**

Friedrich Ebert Stiftung (FES) által kiadott minden médiatermék kereskedelmi felhasználása csak a FES engedélyével megengedett.



# MEGFERTŐZÖTT MÉDIARENDSZER

## A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon 2020



A kutatás eredményei szerint megingott a korábbi évek néhány stabil hírfogyasztási jellegzetessége. Az internet jelentősége gyakorlatilag beérte a televízióét, a közösségi média pedig még inkább felértékelődött. A COVID-19 járvány miatt jelentősen nőtt a hírek iránti kereslet, és a járvánnyal kapcsolatos intézkedések egyúttal a politikai közbeszéd és viták középpontjába is kerültek. Az adatok a politika, a közélet iránti érdeklődés növekedését, egyúttal a hírigények gyors kielégítését szolgáló online és közösségi hírforrások felértékelődését mutatják.



A kormánypárti szavazók nyilvánvalóan előnyben részesítik és hitelesebbnek tartják a kormányközeli médiumokat, ugyanakkor a napi eseményeket is a kormány narratívájával összhangban értelmezik. A kormánypárti szavazók jelentős része tisztában van azzal, hogy a Fidesz uralja a médiarendszert, de ezt egyáltalán nem ítéli meg negatívan. Ugyanakkor túlnyomó többségük számára nem elfogadható az a gyakorlat, hogy egy-egy szerkesztőség kívülről irányított, és lényegében készen kapott anyagokat közöl. Úgy tűnik azonban, hogy a kormánypárti szavazók e létező gyakorlatról nem tudnak vagy nem vesznek tudomást a kormánypárti médiával kapcsolatban. A független média, a civil szervezetek és az ellenzék számára fontos feladat, hogy a kormánypárti szavazók számára a lehető legegységesebb tényekkel tegyék világossá, hogy a szerkesztői szabadság a kormánypárti médiában nem úgy érvényesül, ahogy azt a kormánypárti szavazók is elvárnák.



Az Index átalakulása és a Telex indulása mintha áttörést jelentene a hírek iránti fizetési hajlandóság alakulásában. 2020 egyik legdrámaibb médiapiaci fejleménye az Index korábbi szerkesztőségének felmondása volt. A Klubrádió jövőjét fenyegető médiatanácsi döntés szintén viszonylag széles körben vált ismertté. Az Index helyén induló Telex és a Klubrádió egyúttal a legsikeresebb adománygyűjtők is voltak a vizsgált időszakban. A független média számára ebből az a következtetés adódik, hogy nem az exkluzív tartalmakkal tudják a legtöbb előfizetőt vagy támogatót magukhoz vonzani, hanem éppen azal az ígérettel, hogy a stabil működés révén egyre több választóhoz juttatják el a megbízható információkat.

További információk:

[www.fes-budapest.org](http://www.fes-budapest.org)