

DOBOS FERENC

A MÉDIAHASZNÁLAT
VÁLTOZÁSA AZ ERDÉLYI,
FELVIDÉKI, KÁRPÁTALJAI ÉS
VAJDASÁGI MAGYARSÁG
KÖRÉBEN
2001–2014



NEMZETI MÉDIA- ÉS
HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG



MÉDIATUDOMÁNYI
INTÉZET

A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki,
kárpátaljai és vajdasági magyarság körében
2001–2014

16.

Sorozatszerkesztő:

Koltay András – Nyakas Levente

Dobos Ferenc

**A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki,
kárpátaljai és vajdasági magyarság körében
2001–2014**

Szerkesztette:
Apró István

Médiatudományi Intézet

2015

A kutatást támogatta:
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Médiatudományi Intézet
MTVA



Minden jog fenntartva.

© Dobos Ferenc 2015

© Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete 2015

Tartalom

Előszó	7
Bevezetés, módszertani megfontolások.....	9
1. A médiafelület-hierarchia változása.....	11
2. Televízió-nézési szokások változása a határon túli magyarság körében.....	21
2.1. Televíziókészülékekkel való ellátottság és vételi lehetőségek.....	21
2.2. A televíziózásra fordított napi átlagos időmennyiség.....	28
2.3. A televíziócsatornák nézettségi intenzitásának változása	33
2.3.1. A televíziócsatornák nézettségi intenzitásának változása (2001–2014).....	33
2.3.2. <i>A magyar nyelvű televíziócsatornák</i> műsorkínálatának megítélése.....	51
2.3.3. <i>A magyar nyelvű televíziócsatornák</i> műsorainak nézettségi intenzitása.....	55
3. Rádióhallgatási szokások változása a határon túli magyarság körében	69
3.1. A rádiót nem hallgatók részarányának változása	69
3.2. A rádióhallgatásra fordított idő	73
3.3. A rádióadások vételére alkalmas eszközök használata és a rádiózás helyszínei	74
3.4. A rádióadók hallgatottságának intenzitása.....	76
3.5. A Magyarországról sugárzott rádióadók műsorkínálatával kapcsolatos adatok.....	79
3.5.1. <i>A rádióadók műsorkínálatával kapcsolatos általános szintű elégedettség.....</i>	<i>79</i>
3.5.2. <i>Hallgatottsági intenzitás és népszerűségi indexek</i>	<i>81</i>
4. A nyomtatott sajtó használatának változása a határon túli magyarság körében	87
5. Az internethasználat változása a határon túli magyarság körében.....	89
5.1. Az internethasználat helyszínei	89
5.2. Az internet hozzáférés (lefedettség) változása.....	90
5.3. Az internetet nem használók részarányának változása.....	91
5.4. Az internethasználat változása	93
5.4.1. <i>A kétgenerációs internethasználat változása.....</i>	<i>94</i>
5.4.2. <i>Az internethasználat változása a honlapok nyelve szerint</i>	<i>98</i>
5.4.4. <i>Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint</i>	<i>101</i>
Összegzés.....	115
Melléklet	127
A kutatás paraméterei.....	127
A kutatás mintasokaságainak reprezentativitása (százalékban).....	128
Telekommunikációs eszközökkel való ellátottság (százalékban)	133
Magyar televíziócsatornákat is sugárzó műsorszolgáltatók Kárpátalján	133

Előszó

Az Erdélyben, Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban 2011/2012-ben megvalósított média-kutatásunk után 2014 során módunk nyílt egy új, némileg más nézőpontból felépített adatfelvételre. Az akkori eredményekből készült átfogó, összehasonlító elemzést két kötetben tettük közzé, amelyek közül az elsőben¹ felvázoltuk a határon túli magyarság médiafogyasztásának főbb jellemzőit és számos értékrend-mutató segítségével megpróbáltunk rámutatni a szerteágazó tendenciák összefüggéseire az identitással. A kiegészítő elemzésekből született második kötet külön tanulmányokban foglalkozik a határon túli magyar médiahasználati gyakorlattal nemek, korcsoportok, és a közösségi értékekhez való viszony szerint. Továbbá, még mélyebbre ásva, még árnyaltabb összefüggések után kutatva, külön elemzés készült a médiahasználat-struktúrák és az identitás viszonyrendszeréről. Ez utóbbi esetben az elemzés a korábbiaknál magasabb absztrakciós szinten vállalkozik az érintett nemzeti közösségek tagjainak médiahasználatára és identitás-módosulásai terén tapasztalható kölcsönhatások vizsgálatára.²

Az új kutatás során a korábbi, a médiatartalmak befogadójára összpontosító szemlélet helyett magukra a médiumokra irányítottuk figyelmünket. Még konkrétabban, a fő hangsúlyt arra helyeztük, hogy az anyaországból sugárzott – főként közszolgálati – médiatartalmak milyen fokú elfogadásra vagy elutasításra, érdeklődésre vagy éppen érdektelenségre találnak a vizsgált magyar közösségek különböző rétegeinek körében.

A kapott eredmények kiértékelésében és bemutatásában felbecsülhetetlen értéket jelentettek azok az adatsorok, amelyeket korábbi – több mint másfél évtizedre visszamenő – kutatásokból meríthettünk. Idősorososan ugyanis már 1997-óta szerepelnek médiablokkok az értékrend és asszimiláció kutatásokban, amelyeket különböző intézményi és megrendelői keretek között végzett, a jelenlegi adatfelvételt is lebonyolító tudományos műhely (BFI), összességében több tízezer megkérdezett, felnőtt korú, határon túli válaszadó véleményét és magatartását regisztrálva.

A kutatás részletes módszertana a következő fejezetben és a mellékletben található, azonban néhány előzetes megjegyzést már itt meg kell tennünk. Az adatfelvételt kérdőíves módszerrel végeztük, tehát a kapott eredmények nyilvánvalóan magukon viselik a módszerrel járó előnyöket és hátrányokat. Bizonyos információk, így például a vételi lehetőségekre és a médiahasználat technikai hátterének egyéb elemeire vonatkozó adatok nehezen „fordíthatók le” konkrét, egzakt számokra – holott a műszaki szakembereket és a szakpolitikusokat gyakran elsősorban ez érdekelné. A módszer behatárolta korlátok nem teszik lehetővé, hogy olyan jellegű adatszolgáltatást végezzünk, ami bármilyen szinten helyettesítheti a konkrét nyilvántartásokat, ugyanakkor a kérdőívek mindig tartalmazzák ezeket a műszaki jellegű kéréseket, hiszen a trendek mégiscsak jól követhetők, és a vételi lehetőségekhez, a műszaki eszközökkel való ellátottsághoz mindig kapcsolhatók egyéb, szociológiai szempontból fontos összefüggések.

1 DOBOS Ferenc: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 1999–2011*. Budapest, Médiatudományi Könyvtár 2., 2012.

2 DOBOS Ferenc – MEGYERI Klára: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében II.*, Budapest, Médiatudományi Könyvtár 9., 2014.

Vannak továbbá olyan adatok, amelyek nehezen vagy sehogyan sem vethetők össze a más módszerekkel kapott, első hallásra azonosnak tűnő adatsorokkal – bármilyen nagy is legyen az elemzői (vagy olvasói) csábítás. Itt elsősorban a *nézettség* műszeres mérésére és kérdőíves felmérésére gondolunk. A médiumok és a reklámszakemberek által árgus szemmel követett, szigorúan ellenőrzött feltételek mellett előállított nézettségi mutató nyilvánvalóan nem vethető össze maradéktalanul a kérdőíves lekérdezés során kapott információkkal. Míg az előző konkrét időpontban, konkrét műsorra vonatkozóan, beazonosított fogyasztó által pontosan kicentizett felhasználást jelent, addig a kérdésekre adott válaszok – bármennyire is reprezentatívak – egy sor szubjektív hibalehetőséget rejtenek és olykor talán közelebb állnak a megkérdezettek preferenciáihoz, mint a valós fogyasztáshoz. Ez azonban koránt sem jelenti, hogy az így kapott adatok kevésbé lennének értékesek, mint az egzakt mérés eredményei. Értéküket két tényező alapozza meg: egyrészt a határon túli magyar közösségek végtelenen eltérő körülményei egyelőre nem teszik lehetővé egy egységes kritériumok alapján működő, mégis specifikus műszeres mérési rendszer működtetését, míg az azonos struktúrájú kérdőívek azonos időben való lekérdezése a megfelelő reprezentatív mintán már bevált – ha nem is egyszerű gyakorlat; másrészt – és ez a legfontosabb – adott a korábbi felmérésekkel való összevetés lehetősége, amelyek azonos módszerrel, azonos feltételek mellett készültek, tehát a levonható következtetések, trendek, nagyon is relevánsak. Ilyen értelemben tehát joggal beszélhetünk a „nézettség növekedéséről” két felmérés között, a változás valós és kimutatható. Mindazonáltal, respektálva a szakmai terminológia jogos elvárásait, elemzésünkben a *nézettség* és *hallgatottság* helyett inkább *nézettség/hallgatottság intenzitása* kifejezést igyekszünk használni, ezzel is jelezve, hogy nem teljesen egzakt, kvantitatív mutatóról van szó. Az elemző szövegben ugyanakkor az egyszerűség és a szöveg érthetősége kedvéért olykor benn maradt a „sima nézettség” is – természetesen az itt jelzett értelmezési megköötésekkel.

Még egy igen fontos körülményre kell felhívni a figyelmet: az adatfelvételre közvetlenül a magyar közszolgálati médiumok szerteágazó átalakítása előtt került sor, ami azt jelenti, hogy kutatásunk a régi struktúra viszonyait térképezte fel. Ami persze nem baj, hiszen a vizsgált időszak regisztrált folyamatai így még tisztábban kirajzolódtak, az eredményeket nem befolyásolták erőteljes külső tényezők. Az is külön értéket jelent, hogy immár birtokunkban van a korábbi struktúra „végső pillanatképe”, azaz a legjobb kiindulópont, hogy egy újabb kutatás során lemérjük az átalakítás eredményeit. Reményeink szerint, erre mielőbb sort is keríthetünk.

A szerk.

Bevezetés, módszertani megfontolások

A B-Fókusz Intézet (a továbbiakban: BFI) 2014. szeptember 15-e és október 15-e között a Médiatudományi Intézet és az MTVA megbízásából szociológiai adatfelvételt végzett négy szomszédos országban élő magyar közösség körében. Az Erdélyben, a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban reprezentatív mintákon megvalósult kérdőíves kutatás az említett régiókban kisebbségi sorban élő felnőtt korú, magukat magyarnak valló, összességében 2745 válaszadó médiahasználati szokásainak feltárására irányult.³ Vizsgálatunk folytatása annak, a 2011-ben elkezdett, alkalmazott célú tudományos kísérletnek, melynek során bizonyos időközönként azt monitorozzuk: miként alakult az érintett magyar kisebbségi közösségek tagjainak viszonya a különböző médiafelületekhez, illetve információforrásokhoz.

A most bemutatásra kerülő kutatási eredményeink tehát egyfelől szervesen kapcsolódnak a három évvel ezelőtti határon túli magyar médiakutatáshoz, mindazonáltal ezúttal eltérő súlypontok mentén kezeljük a regisztrált adathalmazokat. A 2011-es kutatás során elsősorban a határon túli magyarok, mint médiafogyasztók (befogadók) identitásának és asszimilációjának tükrében vizsgáltuk a válaszadók magyar-, illetve többségi nyelvű médiafogyasztási gyakorlatát, mint a modernkori információszerzés és tudatformálás szempontjából megkerülhetetlen vonatkozási pontot.⁴ Jelen esetben azonban a fő hangsúlyt arra helyeztük, hogy az anyaországból sugárzott – főként közszolgálati – médiatartalmak milyen fokú elfogadásra/elutasításra, érdeklődésre/érdektelenségre találnak a vizsgált magyar közösségek különböző rétegeinek körében.

Kutatási célkitűzésünk tehát sokkal inkább a döntően magyarországi közmédia működési mechanizmusainak (például a televízió csatornák és rádióadók vizsgált régiókban való elérhetőségének), valamint műsorcentrikus hatékonysági, illetve népszerűségi indexeinek feltárására irányult a határon túli magyarság szempontjából, semmint a média, előző kutatásunk által részleteiben feltárt, identitás- és értékrend struktúrákra való hatásának bemutatására.

Következésképpen – előző vizsgálatunk alapvetéseitől részben eltérő – kutatásunk tematikai felépítésének köszönhetően az elemzés során

- mindvégig prioritást élvez a magyarországi közszolgálati médiafelületekhez való viszony, az internet használat terén tapasztalt jelenlegi gyakorlat, illetve az elmúlt három évben bekövetkezett változások bemutatása, a nézettségi/hallgatottsági adatsorok, valamint a tetszési indexek alapján;

- a médiahasználat nyelvi dimenzióit (többségi és egyéb idegen nyelvű médiafogyasztás) csupán néhány indokolt esetben érintjük;

- az identitás- és értékrendtípusok szerint mutakozó médiafogyasztási tendenciák ismeretétől eltekintünk.⁵

Összességében tehát vizsgálatunk fókuszában ezúttal a határon túli magyar közösségek tagjai képezik a vonatkozási pontot ahhoz, hogy fő célunkat, a közszolgálati médiafelületek

3 A kutatás részletes paramétereit és a mintasokaságok reprezentativitását lásd a mellékletben.

4 DOBOS i. m. (1. l.).

5 Az adatfelvétel során természetesen az identitással és értékrenddel kapcsolatos kérdéssorokat is rögzítettük. Az adatbázisok tehát lehetővé teszik, hogy egy utóelemzés során az e téren bekövetkezett – a médiahasználat és az identitás kölcsönhatásaival kapcsolatban tapasztalható – változásokat külön tanulmányban dokumentáljuk.

műsorpolitikájának hatékonyságát minden eddigénél részletesebben megismerjük. Ebből a szempontból kutatásunk megint úttörő jellegűnek és a maga nemében előzmények nélkülinek mondható, annak ellenére, hogy a BFI a határon túli magyarság körében realizált értékrend és asszimiláció vizsgálatai keretén belül már 1997 óta külön – noha terjedelmileg igen korlátozott – kérdésblokkokban kísérte figyelemmel az érintettek médiahasználati szokásait.

Kutatási eredményeink ismertetése előtt arra is szükséges felhívunk a figyelmet, hogy adatfelvételünkre egy, a médiahasználat alakulása szempontjából igen mozgalmas időpontban került sor: a 2013-as digitális átállás után egy évvel. Mindez megfelelő időtávnak bizonyult ahhoz, hogy a digitális szórással kapcsolatos legelső határon túli magyar tapasztalatokat – leginkább pedig az erre visszavezethető változásokat – mind a technikai (vételi) szempontok, mind a műsorpreferenciák szerint megvizsgáljuk. Mindezzel kapcsolatban előjáróban annyi mondható el, hogy a digitális átállás régióként különböző mértékben volt/van kihatással a korábbi médiahasználat megváltozására: egy régióban számottevőbb, háromban azonban kevésbé mély nyomokat hagyott válaszadóink médiafogyasztási szokásaiban.

A következő említést érdemlő módszertani szempont elsősorban technikai jellegű. Ez alatt az értendő, hogy a vizsgált médiahasználati gyakorlatot, illetve folyamatokat azért mutatjuk be újra terjedelmes kvantitatív adatsorok segítségével, hogy mind időbeli, mind regionális összehasonlításban ugyanazon paraméterek mentén rögzíthessük a határon túli magyarok médiahasználati szokásainak aktuális állapotát. A mindkét értelemben vett összehasonlítást lehetővé tevő azonos mértékegységek – leggyakrabban skála átlagok – segítségével ugyanis nem csupán a közelmúlt, illetve a jelen médiahasználati gyakorlatát kísérhetjük egzakt adatok alapján figyelemmel, de egyben lehetőséget teremtünk arra is, hogy a határon túli magyarság médiahasználatára terén bekövetkezett/bekövetkező változásokat további adatfelvételekkel is követni (rendszeres időközönként monitorozni) tudjuk.

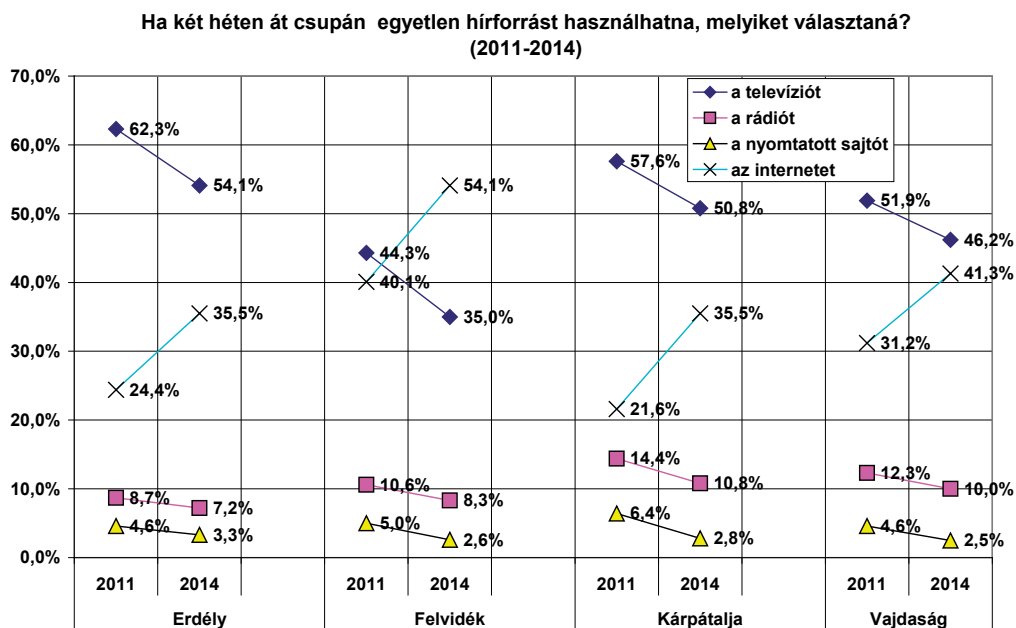
Ugyancsak nyomós módszertani okok tették szükségessé azt is, hogy a szociodemográfiai alapmegozslások mellé (nemek, korcsoportok, iskolai végzettség) táblázatainkba beemeljük a válaszadók vagyoni-, illetve munkapiaci helyzete szerinti médiahasználatával kapcsolatos adatsorokat is. Mindezt leginkább az indokolja, hogy egyfelől a legújabb (és egyre gyorsuló ütemben fejlesztett, piacra kerülő) médiahasználati eszközök megvásárlása sok esetben igen tekintélyes költségráfordítással jár, emellett pedig a munkanélküliséggel együtt járó kényszerű szabadidő növekedés úgyszintén rétegzépző tényezőnek számít a médiahasználatra fordítható időmennyiség szempontjából.

Végezetül: a határon túli magyarság médiafogyasztásának változását bemutató idősoros összehasonlító adataink főként a 2011-es, már említett első média célkutatásból valók, ám emellett felhasználásra kerültek a BFI korábbi, 1999 és 2001 között realizált kutatásainak médiahasználatra vonatkozó adatai is.

1. A médiafelület-hierarchia változása

A határon túli magyarság információforrásokhoz való viszonyának vizsgálatát – hasonlóan a 2011-es gyakorlatunkhoz – ezúttal is egy *fiktív* médiafogyasztási szituációra vonatkozó kérdéskör ismertetésével kezdjük. A „Ha két héten át csupán egyetlen hírforrást használhatna, melyiket választaná?” kérdéssel kapcsolatos válaszadói reakciók azt illusztrálják, hogy a különböző médiafelületek között a befogadók milyen hierarchikus (fontossági) sorrendet állít(a)ná fel. Bár az 1. ábrán, valamint a továbbiakban látható megoszlások nem a tényleges – elemzésünk további fejezeteiben azonban részletesen bemutatásra kerülő – médiahasználatot tükrözik, mégis igen plasztikusan szemléltetik az egyes médiafelületek közötti erőssorrendnek jelenlegi állapotát a határon túli magyarság körében, különösen pedig az elmúlt három évben – tehát az előző médiakutatásunk óta – e téren bekövetkezett változásokat.

1. ábra



A grafikonon látható idősoros adatok régióként igen ritkán tapasztalható, azonos irányú folyamatok/fejlemények meglétét bizonyítják. Ez egyfelől arra vonatkozik, hogy megkérdezetteink a rádiót és a nyomtatott sajtót továbbra is csupán a 2011-ben rögzített igen alacsony szinten választották egyetlen hírforrásként. Néhány százalékponttal mindegyik régióban tovább csökkent ugyan az említett két hagyományos médiafelület fiktív népszerűsége, nagyságrendileg azonban ugyanolyan kevesen, mindössze 2,5–14,4% között választanák csupán őket egyedüli hírforrásként.

Ehhez képest a már három évvel ezelőtt is kiugró mértékben vezető két médiafelület közötti fiktív erőviszonyok mindenütt alapvetően ártrendeződtek. Három régióban (Erdély, Kárpátalja, Vajdaság) számottevően bezárulni látszik a korábban a televízió javára még másfél-két és félszeres távolságot mutató olló az internetet választók 10-15 százalékpontos megnövekedése jóvoltából.

Mindez azt jelenti, hogy az említett régiókban az internetet választók 2011-ben még csupán 21–31%-os részaránya jelenleg már 35–41%-ot tesz ki, ami Erdélyben 20, Kárpátalján 15, a Vajdaságban pedig mindössze 5 százalékpontban marad el a televízió prioritását választók aránya mögött. Mindennek tükrében óvatlannak bizonyult előző kutatásunk azon megállapítása, hogy „az említett régiókban az internet kizárólagos hírforrásként való »fiktív« elfogadása egyelőre nem látszik komolyan veszélyeztetni a televízió dominanciáját.”⁶

Előrejelzésünk téves voltát igazolja, hogy a Felvidéken három évvel ezelőtt még ugyancsak 5 százalékpont körüli volt az internet lemaradása a televízió mögött (mint most a Vajdaságban), jelenleg azonban az internetet választók aránya – a vizsgált régiók között egyedülként – már 20 százalékponttal meghaladja a televízióra voksolókat. Mindez azt jelenti, hogy a Felvidéken a vizsgált rövid időszak alatt csökkent a televíziót, 15 százalékponttal pedig növekedett az internetet egyedüli információforrásként használni kívánók részaránya. Következésképpen esetükben nem bezárult az olló a két médiafelület erőviszonya között, hanem kinyílt – azonban már az internet javára.

Mindennek fényében elmondható továbbá, hogy – előző kutatási tapasztalatainkkal szemben – Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban a rádiózás és a nyomtatott sajtó iránti alacsony érdeklődés – valamint a televíziózás bemutatott arányú, egyre inkább csökkenő presztízse – már egyáltalán nem kis mértékben köszönhető az internet hatásának, ami a Felvidéken – mint láthattuk – jelenleg már a televíziózás fontosságát/presztízset is igen számottevően meghaladja.

Az idézett tendenciák végső soron egyértelműen arra utalnak, hogy a médiafelületek hierarchiája terén előző kutatási ismereteinkhez képest számottevően gyorsabb ütemű ártrendeződés zajlik. Erdélyben és Kárpátalján ugyan a közeljövőben még nem várható, hogy az internet fontossága a felvidéki példához hasonlóan megelőzi a televízióét, ám a Vajdaságban mindez már belátható időn belül bekövetkezhet.

Az elmondottakat igazolják a következő táblázatokban és grafikonokban látható adatok is, melyek a fontosabb társadalmi rétegek szerint mutatják a televízió, illetve az internet médiahasználati hierarchiában elfoglalt helyének módosulásait.⁷ (1–2. táblázat, 2–3. ábra) A televíziót és az internetet egyedüli hírforrásként preferálók szociodemográfiai rétegződés szerinti megoszlásai egyfelől visszaigazolják az eddig elmondottakat, másrészt még részletesebb betekintést nyújtanak a vizsgált médiahasználati folyamatok várható alakulásába.

Ez alatt elsősorban a korcsoportok szerinti tendenciák értendők, melyek alapján ugyancsak azonos fejlemények körvonalazódnak mindegyik régióban az alábbiak szerint. A televíziót egyedüli médiafelületként választók aránya mindenütt jelentősen csökkent a fiatalok (12–22 százalékpont) és középkorúak (10–16 százalékpont) körében, míg az idős korosztály eseté-

6 DOBOS i. m. (1. lj.) 9.

7 Tekintettel a rádiót és nyomtatott sajtót, mint egyedüli fiktív információforrást választók alacsony elemszámára, ezek további elemzésétől eltekintünk.

ben a korábbi szinten maradt.⁸ Következésképpen a felvidéki és vajdasági fiatalok közül már csupán minden hatodik választotta a televíziót, az Erdélyben élők közül pedig alig minden ötödik (holott három évvel ezelőtt még csaknem minden második erdélyi fiatal tartozott ebbe a kategóriába).

1. táblázat

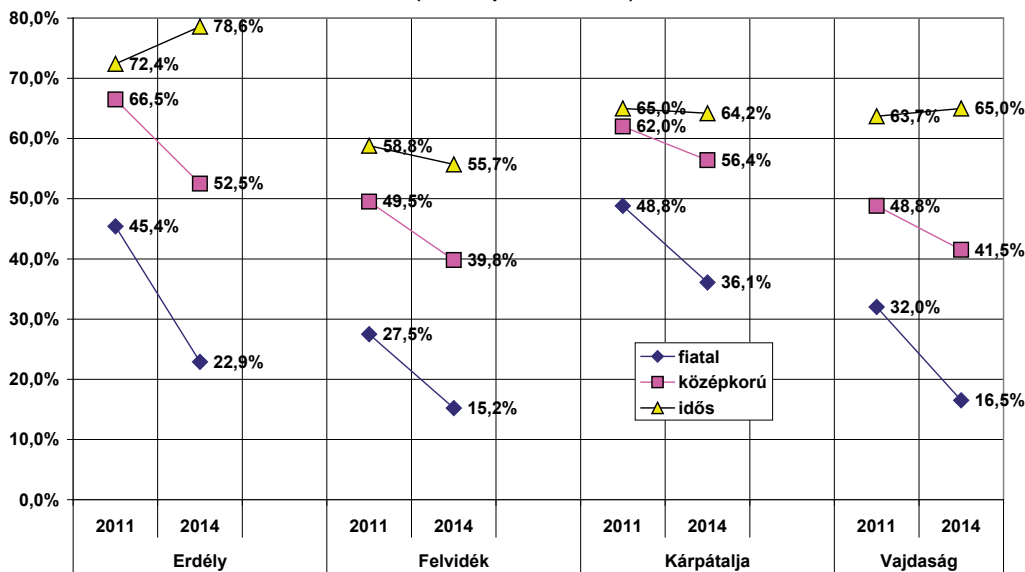
Egyetlen hírforrásként a televíziót választaná (százalékban)

	Erdély		Felvidék	
	2011	2014	2011	2014
Regionális átlagok	62,3	54,1	44,3	35,0
Korcsoportok szerint				
Fiatal	45,4	22,9	27,5	15,2
Középkorú	66,5	52,5	49,5	39,8
Idős	72,4	78,6	58,8	55,7
Iskolai végzettség szerint				
Általános	79,4	78,8	54,5	48,9
Szakmunkás	73,1	70,6	45,5	47,0
Érettségi	53,4	43,3	40,4	25,9
Felsőfokú	27,2	21,4	27,6	15,5
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	79,8	78,8	63,8	73,3
Alsó-közép	62,5	66,3	53,3	50,0
Felső-közép	42,4	40,3	38,0	32,8
Gazdag	35,7	29,0	28,9	13,4
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	52,2	45,5	41,4	33,0
Enyhe munkanélküli érintettség	59,6	34,0	47,3	32,9
Válságos munkanélküli érintettség	70,8	63,4	47,5	40,0
2011	Kárpátalja		Vajdaság	
	2014	2011	2014	
Regionális átlagok	57,6	50,8	51,9	46,2
Korcsoportok szerint				
Fiatal	48,8	36,1	32,4	16,5
Középkorú	62,0	56,4	48,8	41,5
Idős	65,0	64,2	63,7	65,0
Iskolai végzettség szerint				
Általános	63,8	67,2	60,5	62,8

8 Csúpan az erdélyi idősek körében nőtt 6 százalékponttal.

Iskolai végzettség szerint				
Szakmunkás	61,7	39,0	58,7	45,8
Érettségi	57,4	50,6	35,2	31,7
Felsőfokú	39,7	34,2	33,3	26,6
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	74,3	69,7	78,5	68,5
Alsó-közép	56,5	55,9	59,1	55,2
Felső-közép	48,3	38,0	42,0	34,8
Gazdag	36,4	27,1	28,0	30,8
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	55,3	41,1	45,4	38,2
Enyhe munkanélküli érintettség	55,1	54,8	48,4	28,6
Válságos munkanélküli érintettség	64,1	63,6	61,6	52,6

2. ábra

Egyetlen hírforrásként a televíziót választaná (2011-2014)
(Korcsoportok szerint)

Az internetet választók esetében az előbbiekhöz képest gyökeresen fordított arányosságokat regisztráltunk. (2. táblázat, 3. ábra) A fiatal korosztály tagjai az internetet egyedüli hírforrásként 59–84%-ban választották, ami három évvel ezelőtt még csupán 33–44%-ot tett ki. A középkorúak körében az internet iránti nyitottság növekedése legalább ennyire dominánsnak mondható, hiszen 2011-ben még alig 17–35%-ban választották ezt az opciót, jelenleg azonban már 34–52%-uk jelölte meg az internetet egyedüli információforrásként.

Korcsoportok szerint tehát egyértelmű tendenciaként jelentkezik, hogy a televíziózás iránt csupán az idős korosztály tagjai tartották meg korábbi, magas szintű elkötelezettségüket, a fiatalok és középkorúak körében azonban drasztikusnak mondható mértékű csökkenést regisztráltunk. Amennyiben mindehhez hozzávesszük, hogy utóbbiak az internethasználatot a korábbihoz képest ugyancsak elsöprő mértékben választották, nem lehet kétségünk afelől, hogy a médiafelületek hierarchiája szempontjából gyökeres, és tendenciájában alighanem végleges irányú változások tanúi vagyunk, melyeknek számottevő további kihatásai lehetnek. Annál is inkább, mert bizonyosan a fiataloknak és középkorúaknak – a vizsgált közösségek derékhadának – jelenlegi „fiktív” médiafelület preferenciái fogják meghatározni a közeljövő tényleges médiahasználati gyakorlatát.

A vázolt tendenciát igazolják az egyéb társadalmi rétegek szerinti megoszlások is. A televíziót választók között mindegyik régióban elsősorban a társadalmi ranglétra alacsonyabb fokain elhelyezkedők (a kevésbé képzettek, a szerényebb anyagi körülmények között élők és a munkanélküliség különböző szintjein érintettek) vannak túlsúlyban, míg az iskolázottabb rétegek tagjai, a tehetősebbek (felső-közép és gazdagok) csupán a táblázatokban látható csekély arányban választották kizárólagos információs forrásként a televíziót. (A felvidéki gazdagok mindössze 15%-ban.)

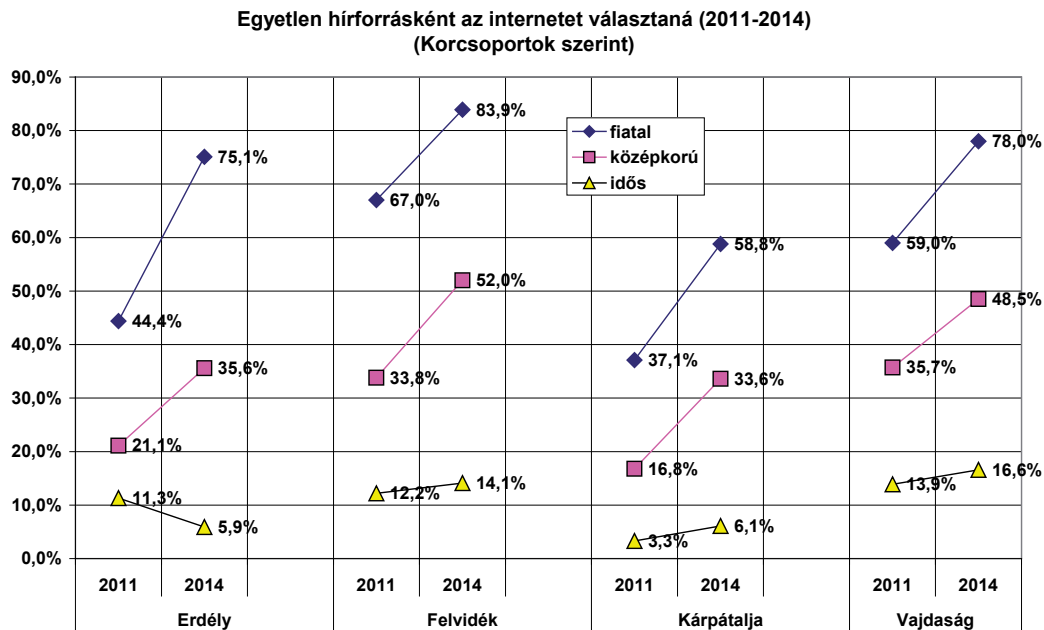
2. táblázat

Egyetlen hírforrásként az internetet választaná (százalékban)

	Erdély		Felvidék	
	2011	2014	2011	2014
Regionális átlagok	24,4	35,5	40,1	54,1
Korcsoportok szerint				
Fiatal	44,4	75,1	67,0	83,9
Középkorú	21,1	35,6	33,8	52,0
Idős	11,3	5,9	12,2	14,1
Iskolai végzettség szerint				
Általános	5,1	7,2	28,0	35,6
Szaktanácsos	14,6	21,1	31,8	42,5
Érettségi	33,4	46,5	47,4	64,9
Felsőfokú	63,2	69,5	64,3	76,7
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	3,9	3,3	13,8	8,9
Alsó-közép	22,6	20,3	28,6	34,2
Felső-közép	48,9	53,9	48,9	59,0
Gazdag	64,3	65,5	55,6	82,1
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	34,6	47,1	43,8	58,6
Enyhe munkanélküli érintettség	33,1	59,6	41,3	62,1
Válságos munkanélküli érintettség	13,9	24,1	26,3	30,6

	Kárpátalja		Vajdaság	
	2011	2014	2011	2014
Regionális átlagok	21,6	35,5	31,2	41,3
Korcsoportok szerint				
Fiatal	37,1	58,8	59,0	78,0
Középkorú	16,8	33,6	35,7	48,5
Idős	3,3	6,1	13,9	16,6
Iskolai végzettség szerint				
Általános	11,7	17,5	22,2	21,7
Szakmunkás	23,3	37,6	25,7	40,8
Érettségi	22,5	34,3	48,4	62,5
Felsőfokú	42,3	57,5	48,0	62,0
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	1,8	9,0	3,1	13,7
Alsó-közép	20,4	31,6	21,2	32,1
Felső-közép	35,6	51,1	42,4	57,4
Gazdag	63,6	60,4	68,0	52,3
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	25,8	45,1	37,0	52,0
Enyhe munkanélküli érintettség	21,3	42,9	38,5	58,3
Válságos munkanélküli érintettség	17,4	21,7	20,0	34,1

3. ábra



Társadalmi rétegződés szerint az internetet választók esetében a televízióra voksolókhöz képest a már említett fordított arányosság érvényesül. A 2. táblázat adatai alapján ugyan láthatók arra utaló jelek, hogy az alacsonyabb státusú rétegek körében is relatíve növekedett az internetet választók részaránya (a felvidéki általános iskolát végzettek például már 35%-ban választották ezt az opciót, az erdélyiek azonban továbbra is csupán 7%-ban), alaptendenciaként mindenütt az érvényesül, hogy az iskolázatlanabbaktól a diplomásokig, a szegényektől a leginkább tehetősekig, és a munkanélküliektől a stabil munkapiaci helyzetűekig exponenciálisan növekszik az internetre, mint kizárólagos médiafelületre voksolók részaránya.

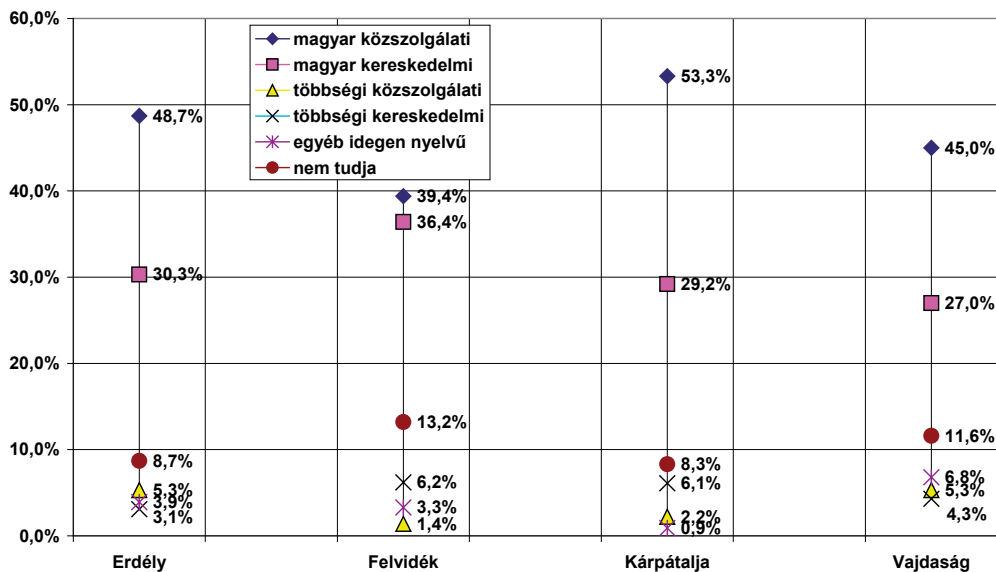
A fiktív médiafelület-hierarchiával kapcsolatos eddig bemutatott – s az idősoros összehasonlítás tekintetében számos tanulságot hozó – kérdéskört mostani kutatásunkban egy újabb kérdésblokkal bővítettük. Tekintettel a kutatás során prioritásként kezelt, Magyarországról sugárzott közszolgálati csatornák pozícióinak behatárolására a határon túli magyarság körében, ez esetben célunk az volt, hogy az egyes médiafelületeken (televízió, rádió) belül is körvonalazzuk a „fiktív” erőviszonyokat. A 4–6. ábrák ezzel kapcsolatban tehát azokat a megoszlásokat tartalmazzák, hogy megkérdezetteink mely televízió- és rádiótípusokat, valamint mely, az interneten fellelhető honlapokat választanák, ha csupán az említett médiafelületek lennének számukra elérhetők.⁹

Ami a televízió csatornákon és rádióadókon belüli választásokat illeti, egyértelműen a nyelvi faktor játszik döntő szerepet. (4–5. ábra). Ez azt jelenti, hogy első és második helyen mindegyik régióban magyar nyelvű médiafelületeket jelöltek meg, míg az idegen nyelvű opciók sehol sem érik el a 10%-ot.

⁹ A feltett kérdésekre azok is válaszoltak, akik előzőleg nem a televíziót, rádiót és internetet választották egyedi médiafelületként.

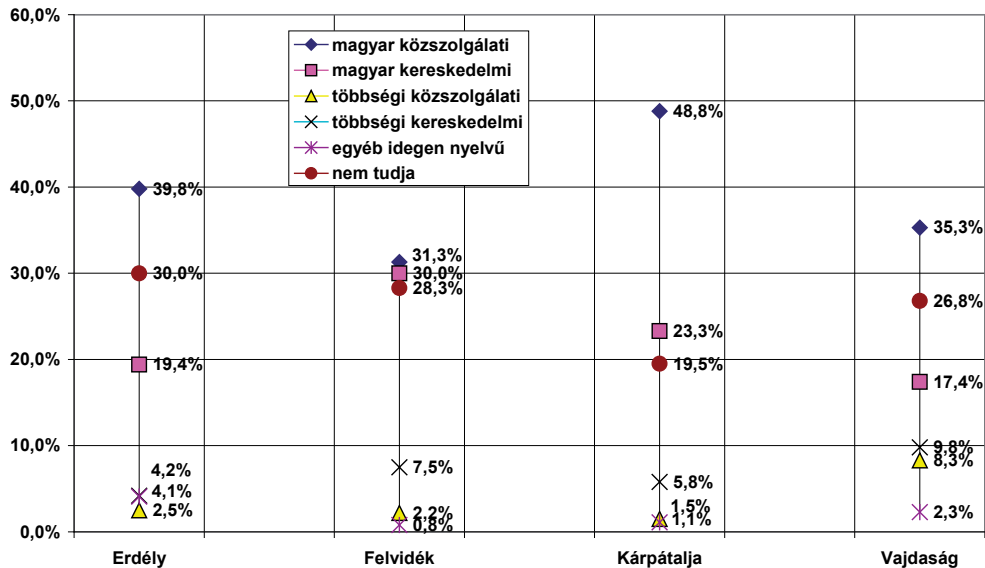
4. ábra

Ha két héten át csupán televíziót nézhetne, melyiket választaná?



5. ábra

Ha két héten át csupán rádiót hallgathatna, melyiket választaná?



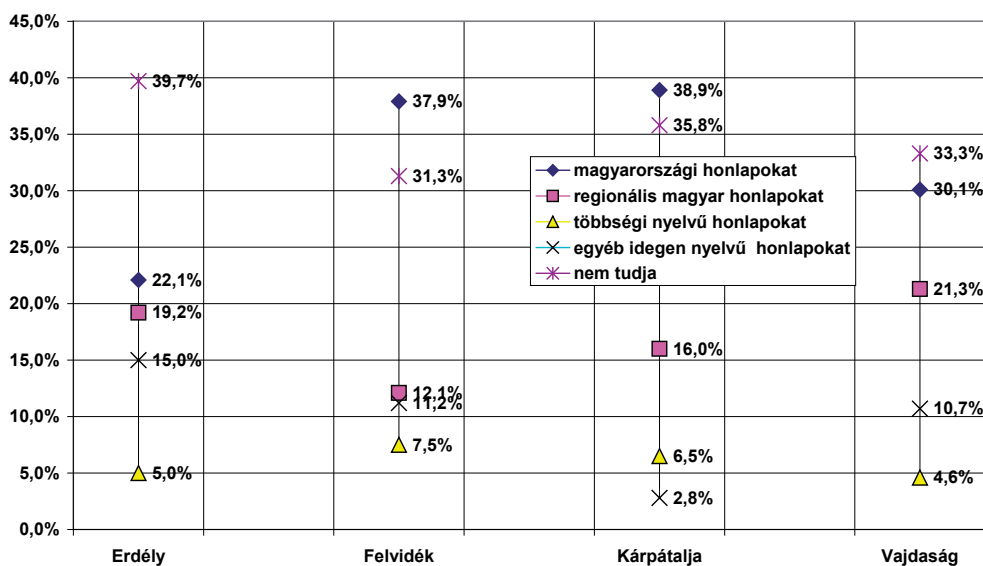
Az anyanyelvi dominancián belül azonban már igen számottevő különbségeket tapasztaltunk. Elsősorban azt, hogy – egyetlen régió kivételével – a magyar nyelvű közszolgálati televízió csatornák toronymagasan (mintegy 18–23%-kal) vezetnek a kereskedelmi televíziókkal (RTL Klub, TV2) szemben. Ezek az arányok abból a szempontból mondhatók meglepőnek, hogy a később bemutatásra kerülő, a tényleges tévézési szokásokat leíró adatok szerint a helyzet épp fordított: a kereskedelmi televíziók a vizsgált időszakban mindenütt megőrizték vezető helyzetüket, ha nem is a három évvel ezelőtti tapasztalt előnnyel.

A kereskedelmi televíziók valós pozícióira utal az említett kivétel, amely szerint a felvidékiek nagyságrendileg már ugyanolyan arányban választanák egyetlen hírforrásként a közszolgálati (39,4%) és a kereskedelmi (36,4%) magyar nyelvű televíziókat, valamint a rádiókat is (31,3% és 30%).

Összességében azonban elmondható, hogy a fiktív erősortrendet tekintve a magyarországi közszolgálati médiafelületek a Felvidéket nem számítva minden régióban igen jelentősnek mondható (18–25 százalékpontos) előnyt élveznek a kereskedelmi televíziókkal és rádiókkal szemben.

6. ábra

Ha két héten át csupán az internetet használhatná, melyiket választaná?



Az internettel, mint kizárólagos fiktív információs forrással kapcsolatban az előzőeknél lényegesen szerteágazóbb tendenciákat regisztráltunk. Aminek csupán egyik oka, hogy mind egyik régióban kiugróan magasnak bizonyult a kérdésre válaszolni nem tudók részaránya (31–40%). Ennél sokkal inkább meghatározó, hogy régióként nagyon eltérő a magyarországi, illetve helyi/regionális magyar honlapokat választók megoszlása. Amíg például Erdélyben – ahol a többi régióhoz képest meghatározóan szélesebb körű az anyanyelvi regionális internetkínálat – mindössze 20% körüli a magyar nyelvű honlapok választása, a Felvidéken,

Kárpátalján és a Vajdaságban sokkal nagyobb arányban választanának anyanyelvi internetes portálokat a jelzett fiktív helyzetben.

A régiók közötti eltérések elsősorban a magyarországi, illetve a regionális magyar honlapokhoz való viszony terén mutatkoznak. A felvidékiek esetében a magyarországi honlapokhoz képest 26 százalékponttal kevesebben választanák csupán az ottani régió magyar nyelvű honlapjait (mindössze 12%, ugyanannyian, mint az egyéb idegen nyelvű honlapokat). Mindez kellőképpen illusztrálja, hogy a felvidéki magyar közösségen belül igen alacsony szinten rekedt meg a magyar nyelvű internetes felületek kialakítása és működtetése. Ugyanez elmondható a kárpátaljai helyzetről is, ahol úgyszintén 23 százalékponttal többen választanák a magyarországi honlapokat, mint a nagyon szűkös kínálatot képviselő magyar nyelvű kárpátaljai regionális internet felületeket.

A Vajdaságban mindettől némiképpen eltérő tendenciákat tapasztaltunk. Eszerint a magyarországi honlapokat ugyan itt is az első helyen választották (30%), ám a regionális anyanyelvi portálokra voksolók részaránya esetükben már meghaladja a 20%-ot, következésképpen alig 10 százalékponttal marad csupán el az anyaországi honlapok kínálatát választók mögött. Mindez arra utal, hogy az internethasználat fiktív szintjén a vajdasági magyarok bizonyultak a leginkább régió/szülőföld-centrikusnak.

Mint láthattuk, a fiktív internetválasztás terén összességében a magyarországi honlapok masszív dominanciája érvényesül. Az egyetlen kivételt az erdélyi régió jelenti, ahol a többi régióhoz képest 8–16 százalékponttal kevesebben választották a magyarországi honlapokat, miközben a saját regionális internetkínálatukat is mindössze 19%-ban vennék igénybe (alig többen, mint az egyéb idegen nyelvű honlapokat).

Az egyes médiafelületek közötti fiktív hierarchia rövid áttekintésével célunk az volt, hogy kellő kiindulási alapot szolgáltatassunk ahhoz, hogy a továbbiakban regionális és idősoros összehasonító keretben részletesen is bemutassuk a határon túli magyar közösségek különböző rétegeinek tényleges jelenkori médiahasználatát, valamint az elmúlt három év alatt – korábbi médiakutatásunk óta – e téren végbement változásokat.

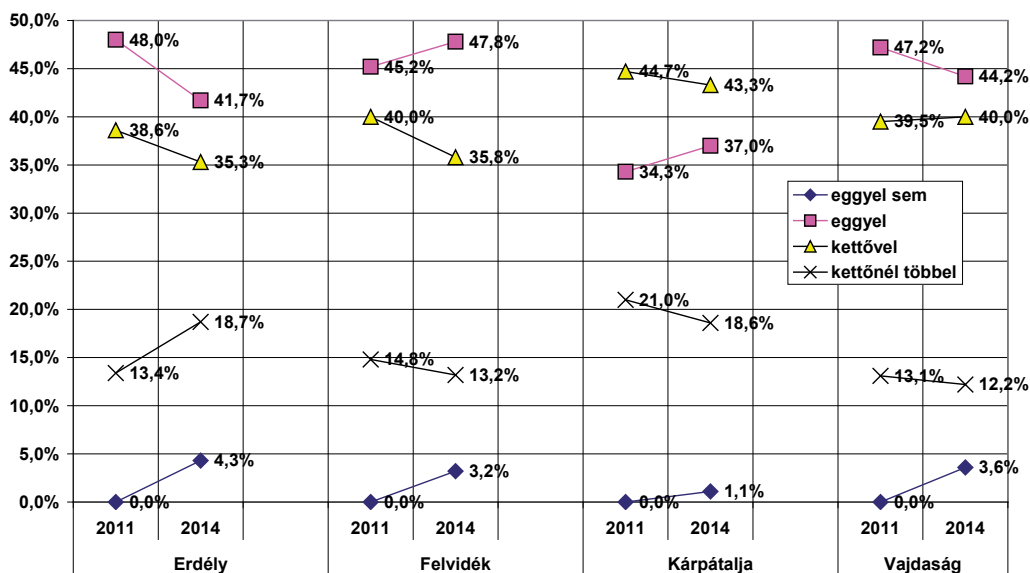
2. Televízió-nézési szokások változása a határon túli magyarság körében

2.1. Televíziókészülékekkel való ellátottság és vételi lehetőségek

A határon túli magyarság tényleges televízió-nézési szokásait elsőként az ehhez szükséges technikai háttér (a televíziókészülékekkel való ellátottság), valamint a vételi lehetőségek áttekintésével kezdjük. Azzal, hogy a háztartásokban hány és milyen típusú (analóg, illetve digitális) televíziókészülék áll rendelkezésre.

7. ábra

Háztartásokban hány televíziókészülékkel rendelkeznek? (2011-2014)



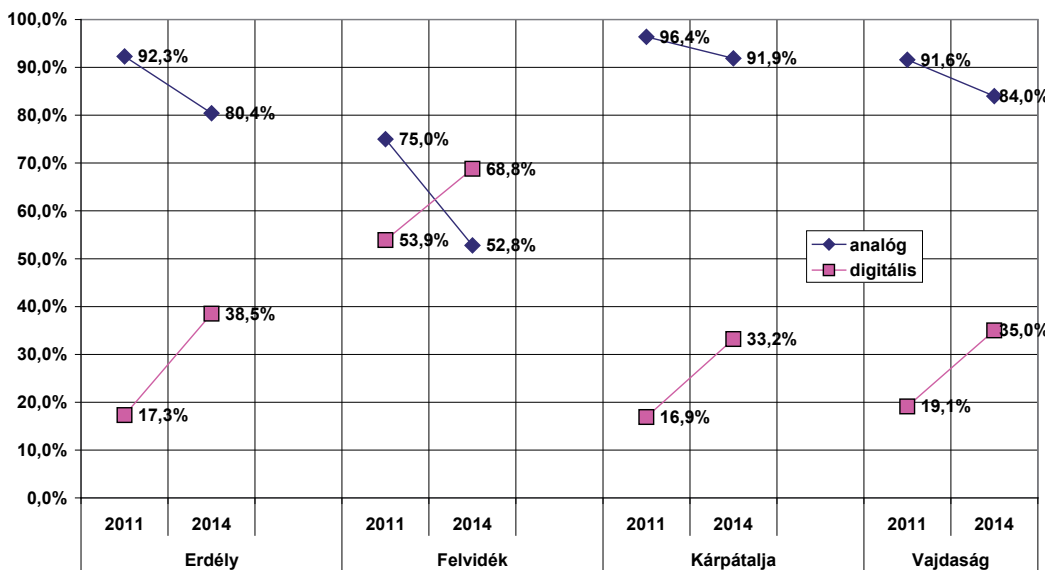
Az ezzel kapcsolatos idősoros mennyiségi mutatók szerint a digitális átállás a vártnál csekélyebb mértékű kihatással volt a háztartásokban meglévő készülékek darabszámára. Néhány kivételtől eltekintve a családok mindegyik régióban jelenleg is a 2011-ben tapasztalt nagyságrendben rendelkeznek televíziókészülékekkel.

Továbbra is Kárpátalján fordul elő legnagyobb számban két televízió egy háztartásban (43,3%), ám ezek többsége – amint azt hamarosan látni fogjuk – analóg készülék. A kettőnél több televízióval rendelkezők Erdélyben és Kárpátalján egyaránt 18%-ot tesznek ki (e téren Erdélyben három év alatt 5 százalékpontos növekedést, Kárpátalján minimális csökkenést regisztráltunk), míg a Felvidéken és a Vajdaságban a korábbi szinten (12–13%) maradt a családon belül három, vagy több televíziókészüléket használók részaránya.

A háztartásonként csak egyetlen televíziót nézők három régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) 42–48%-ot tesznek ki, ami azonban nem jelent egyben automatikus hátrányt a vételi lehetőségek szempontjából. Mindezt a felvidékiek példázzák a legjobban, ahol 2011 óta 23 százalékponttal csökkent az analóg, 15 százalékponttal pedig nőtt a digitális készülékek aránya. (8. ábra) Ennek következtében ez a régió az egyetlen, ahol a digitális vételre alkalmas televíziók vannak túlsúlyban, s a családok mintegy 70%-a rendelkezik már ilyen készülékekkel.

8. ábra

Háztartásukban milyen típusú televíziókészülékkel rendelkeznek? (2011-2014)



A többi régióban ettől továbbra is merőben eltérő a helyzet. Egyfelől ugyan erőteljesen záródik az olló az analóg, illetve digitális készülékek aránya között – ami már alighanem a digitális sugárzásra való átállás következménye –, ám Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban még jelenleg is 48–58 százalékponttal több analóg készülék van forgalomban, mint digitális.

A régi és új technológiával rendelkező televíziók használata közötti távolság csökkenése kisebb részben az analóg készülékek háttérbe szorulásának köszönhető, ám ennél számottevőbb tényezőnek bizonyult a digitális televíziók arányának (18–21 százalékpontos) növekedése. Ez a három év alatt bekövetkezett növekedési ütem ugyan önmagában jelentősnek, ám ennek ellenére csupán relatívnak mondható, hiszen a Felvidéken kívül (68,8%) a többi régióban továbbra is csupán egyharmadot tesz ki az új vételi technológiával rendelkező készülékek aránya.

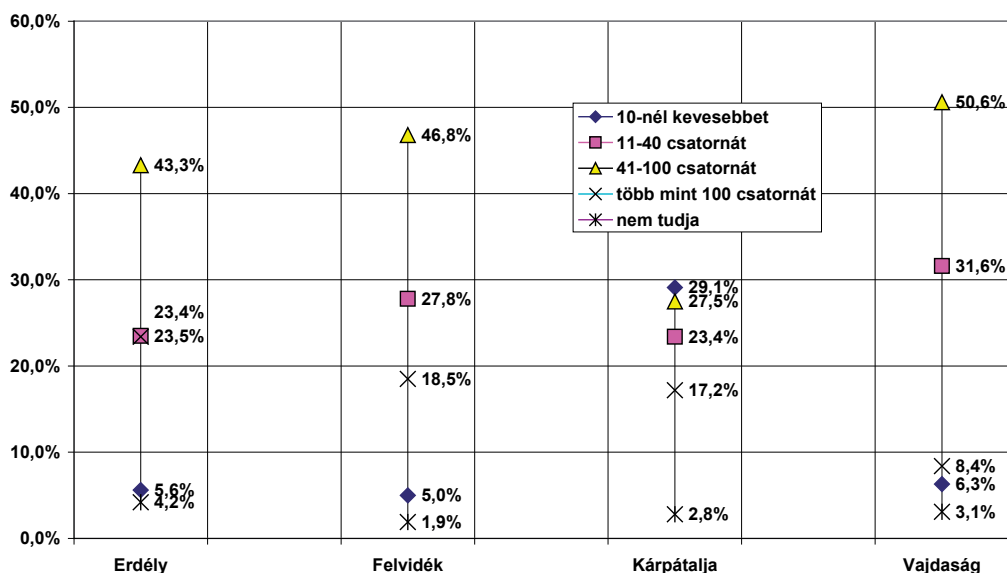
A vételi technológia szempontjából ezzel együtt az idézett mértékű erőteljes elmozdulás látszik a határon túli magyarság körében a digitális készülékek javára (a Felvidéken az analóg-digitális váltás már be is következett). Ennek bizonyítékát láthatjuk a következő 9. ábra grafikonjának adatsoraiban is, melyek azt ábrázolják, hogy a bemutatott műszaki feltételek (televíziókészülékek) segítségével válaszadóink hány televíziócsatorna műsorait tudják elérni.

Eszerint három régióban közel megegyező elérhetési arányokat találtunk. Erdélyben, a Felvidéken, valamint a Vajdaságban csaknem minden második háztartásban fogható 41–

100 televíziócsatorna, 11–40 csatorna elérése 23–31%-ban lehetséges, miközben a 10-nél kevesebb csatornával rendelkezők részaránya elenyésző mértékűnek mondható (5–6%). A televíziócsatornák elérhetőségének nagyságrendje tehát az említett régiókban széleskörű vételi lehetőségeket biztosít, szemben a kárpátaljai helyzettel, ami az eddigi látottakhoz képest merőben eltérő tendenciát tükröz.

9. ábra

Összesen hány televízió csatornát tudnak fogni?



Kárpátalján ugyanis a csupán tíznél kevesebb televízió csatornát néző háztartások állnak az első helyen (29%), míg a többi régióban magasan vezető 41–100 csatornához való hozzáférés is alig több mint minden negyedik kárpátaljai család számára elérhető (27,5%). Ez az aránytalanság arra vezethető vissza, hogy a kárpátaljai magyarság döntő többsége a 2013-as digitális átállás időpontjáig kizárólag a földfelszíni analóg sugárzású televíziós csatornákat nézte (M1, RTL Klub és TV2), anélkül, hogy a térségben említésre érdemes kábelszolgáltatás, illetve számottevő arányú parabola antennás vételi lehetőség megjelent volna.¹⁰ Ennek az állapotnak vetett véget az analóg sugárzás lekapcsolása, aminek következményeként a tárgyalt régióban élő magyarok tömegesen váltottak a Mindig TV ingyenes szolgáltatására.¹¹ Ez a közelmúltban végbement folyamat tükröződik tehát abban, hogy Kárpátalján ötszörhatszor több a csupán 10-nél kevesebb televíziós csatornát használók részaránya, mint a többi vizsgált régió magyar népessége körében.

10 Szemben az erdélyi helyzettel, ahol – főként a Magyarországról történő földi analóg sugárzás vétele szempontjából távoli Székelyföld miatt – már az 1990-es évek elején széles körben kiépültek az alternatív kábeltéves és egyéb parabola antennás szolgáltatások.

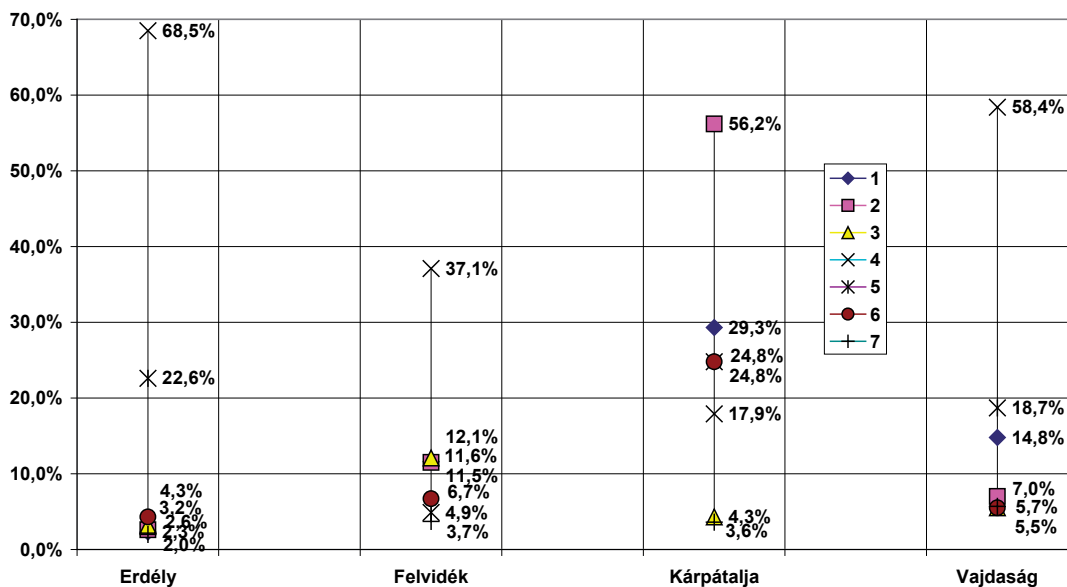
11 A bemutatott arányú váltáshoz nagyban hozzájárult, hogy az ingyenes Mindig TV csomagokhoz való hozzáférést a határon túli – amint látható, elsősorban a kárpátaljai – magyarok számára a magyarországi költségvetés is támogatja.

Az említett tendencia azonban paradox módon nem szűkítette, hanem igen jelentős mértékben tágította a kárpátaljaiak anyanyelvi csatornaválasztékát, hiszen – amint azt a későbbiekben látni fogjuk – ebben a régióban csupán 2013-ban vált hozzáférhetővé – a többiekhez képest mintegy két évtizedes késéssel – a széles közönség számára a Duna TV.

Az imént elmondottak részleteiben is visszaigazolódnak a vételi lehetőségekkel kapcsolatos kérdésre érkezett válaszmegoszlásokban. Ezek – újra Kárpátalját kivéve – mindenütt a kábeltévés előfizetési csomagok dominanciáját jelzik. Különösen igaz ez Erdélyre (68,8%) és a Vajdaságra (58,4%), ahol 40–50 százalékponttal többen rendelkeznek kábeltévével, mint Kárpátalján. A Felvidéken ugyancsak a kábeltévé előfizetések révén jut el a legtöbb háztartásba a televíziós szolgáltatás (37%), itt azonban – szemben a másik három régióval – már meghaladja a 10%-ot a Mindig TV mindkét (ingyenes és fizetős) vételének a részaránya.

10. ábra

Milyen vételi lehetőségekkel rendelkeznek?*



Jelmagyarázat:

- 1 – analóg földi
- 2 – digitális földi (Mindig TV) ingyenes
- 3 – digitális földi (Mindig TV) előfizetéses
- 4 – kábel tv előfizetéses csomag
- 5 – digitális parabola antenna (előfizetéses)
- 6 – digitális parabola antenna (ingyenes)
- 7 – egyéb

* A háztartásokon belül többféle vételi módok párhuzamos megléte miatt külön opcióként lekérdezve.

Kárpátalja esetében a most látható adatok bizonyítják kézzelfoghatóan a korábban már említett „külön utas” tendenciát: az ingyenes Mindig TV több mint minden második család-

ban érhető el (56%), ami Erdélyben és a Vajdaságban mindössze 2–7%-os részesedéssel bír, emellett pedig aránylag magas szinten maradt az analóg, illetve az ingyenes digitális parabola antenna használata is (29 és 25%).

A különböző vételi lehetőségek terén végeredményben azt tapasztaltuk, hogy a határon túli magyar régiókban működő műsorszolgáltató vállalkozások gazdasági-törvényi feltételeinek tisztulásával (jogharmozáció) három régióban is egyre növekszik a fizetős hozzáférések aránya – ezt mutatja az Erdélyben és a Vajdaságban a kábeltévé előfizetések dominanciája –, Kárpátalján pedig az ingyenes Mindig TV dominanciája érvényesül.

A különböző műholdas és kábeltévé előfizetések (szolgáltatók) arányának pontos feltérképezése – hasonlóan korábbi kutatásunkhoz – ezúttal is problematikusnak bizonyult, tekintettel a régiók szerint rendkívül változatos, és túlnyomórészt követhetetlen kínálatra.

E téren a leginkább letisztult helyzet Erdélyre és a Felvidékre jellemző: a nagy (multi) szolgáltatók Erdélyben megtartották (64%) a Felvidéken pedig növelték részesedésüket (71%) a vizsgált három éves időszakban.

3/1. táblázat

Az erdélyi műholdas és kábeltévé előfizetések megoszlása műsorszolgáltatók szerint – 2011–2014 (százalékban)

	2011	2014
Digi TV/RDS-RCS (kábeltévé)	23,5*	39,8
Digi TV/RDS-RCS (műholdas)	28,6**	13,9
UPC kábeltévé	14,9	10,3
Focus Sat (UPC műholdas)	–	4,1
Orange	–	0,7
Dolce (Romtelecom műholdas)	–	6,5
egyéb***	33,0	19,4
nincs előfizetésük	–	3,5
nem válaszolt	–	1,8

* Digi TV kábel és műholdas együtt

** RDS-RCS kábel és műholdas együtt

*** egyéb: döntően kis sugárzáskörzetű helyi (önkormányzati televíziók)

3/2. táblázat

A felvidéki műholdas és kábeltelevízió előfizetések megoszlása műsorszolgáltatók szerint – 2011–2014 (százalékban)

	2011	2014
Digi TV (kábel és műholdas együtt)	45,3	30,1
UPC kábeltvé	17,5	18,3
Freesat (UPC műholdas)	–	10,6
Magio (műholdas)	–	10,8
Orange	–	1,1
Skylink (műholdas)	–	0,8
Antik	–	1,0
egyéb*	22,6	10,3
nincs előfizetésük	–	9,7
nem válaszolt	–	7,3

* *egyéb: döntően kis sugárzáskörzetű helyi (önkormányzati televíziók)*

Merőben más a helyzet Kárpátalján és a Vajdaságban. Az előbbi régióban a mindenütt vezető pozíciót élvező Digi TV mindössze 0,9%-nyi részesedéssel bír, s a UPC szolgáltatásait is a lakosság mindössze 5%-a veszi igénybe. Az egyéb szolgáltatók terén még inkább áttekinthetetlen a helyzet. Válaszadóink az „egyéb” kategóriában felsorolt szolgáltatásokat használják, de ezeken túl még számos kiegészítőt tart nyilván a Televíziót és Rádiót Felügyelő Ukrán Nemzeti Tanács.¹²

További lényeges különbség a többi régió és Kárpátalja között, hogy az utóbbi régióban az előfizetéssel nem rendelkezők részaránya csaknem 50% (az ingyenes Mindig TV tömeges elterjedése miatt), míg ez az arány Erdélyben mindössze 3,5%, s a Felvidéken, illetve a Vajdaságban is kevesebb, mint 10%.

3/3. táblázat

A kárpátaljai műholdas és kábeltelevízió előfizetések megoszlása műsorszolgáltatók szerint (százalékban)

Digi TV	0,9
UPC	5,0
STING	5,7
egyéb*	18,8
nincs előfizetésük	49,1
nem válaszolt	20,5

* *egyéb:*

Sevlus

Express

DVS Sat

magán

¹² Az ezzel kapcsolatos részletes kárpátaljai statisztikai adatokat lásd: Melléklet, 122–123. oldal.

adsl

Mindig TV (fizetős)

Viski kábeltévé

KRAM internetszolgáltató

Beregszászi kábeltévé, TV9

UkrTelekom

West–Net

Teviant

kábeltévé (Rahó)

kábeltévé (Körösmező)

A vajdasági televízió előfizetések piacán a Digi TV és a SAT-TRAKT kábeltévé együttes részesedése csaknem 50%, az „egyéb” szolgáltatóké pedig 20%-ot tesz ki (3/4. táblázat).

3/4. táblázat

A vajdasági műholdas és kábeltelevízió előfizetések megoszlása műsorszolgáltatók szerint (százalékban)

Digi TV	23,0
SAT-TRAKT kábeltévé	23,5
SBB TV	7,6
IPTV	1,4
KDS TV	10,9
egyéb*	20,0
nincs előfizetésük	9,7
nem válaszolt	3,9

* *egyéb*

RTS

Dombos hegyes

Mindig TV (fizetős)

Up

Vezetékes kábel tv

Internetes

Kabel Tv Ada

Vojsat

Viktoria

Gimel net

Szabó Tronik

Pan Sat

Total

Falu Tv Kispic

Össességében tehát régiók szerint a most vizsgált kérdéssel kapcsolatban is nagyfokú különbözőségeket regisztráltunk. Hol bőséges, hol szűkebb (és egyben nagyrészt átláthatatlan) kínálat ellenére azonban a televíziónézés – mint látni fogjuk – továbbra is az első helyet foglalja el a határon túli magyarság médiahasználatában.

A továbbiakban immáron a televíziózáshoz kötődő szerteágazó mutatók (konkrét adatsorok) alapján azt vizsgáljuk, hogy a bemutatott szinten eltérő műszaki és szolgáltatói háttér milyen, régióként konvergáló/divergáló televízió nézési gyakorlatban ölt testet.

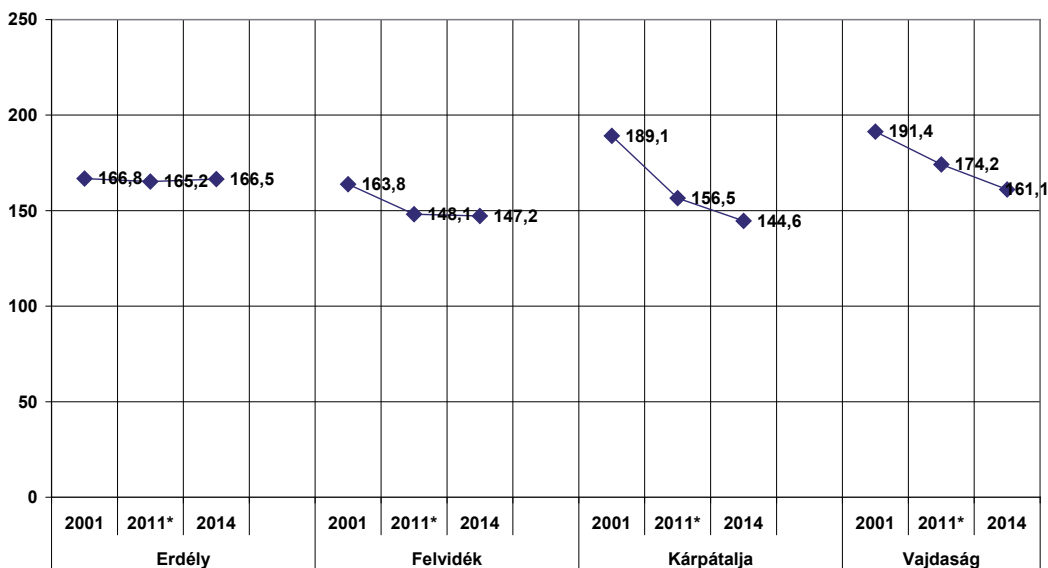
2.2. A televíziózásra fordított napi átlagos időmennyiség

Az eddig bemutatott adatsorok a határon túli magyarság médiahasználatának csupán potenciális (strukturális – műszaki és vételi, valamint szubjektív – fiktív médiafelület hierarchia) kereteit illusztrálták. A vázolt tendenciák tehát még nem a tárgyalt médiafelületek tényleges használatának mértékét tükrözték, hanem csupán annak lehetséges dimenzióit. A továbbiakban rátérünk annak vizsgálatára, hogy az eddig megismert keretek között jelenleg milyen valós médiahasználati (elsőként a tévénézési) gyakorlat jellemzi a határon túli magyarságot, és e téren milyen változások tapasztalhatók a hivatkozott 2011-es média-célkutatás, valamint a mintegy másfél évtizeddel korábban regisztrált állapotokhoz képest.

Az első ezzel kapcsolatos lényegi mutató, hogy az érintettek körében az említett mintegy másfél évtized alatt miként alakult/változott a naponta televíziónézésre fordított idő nagysága.

11. ábra

Naponta mennyi ideig (hány percig) szokott televíziót nézni?* (2001-2014)



* hétköznap és hétvégén együtt

A grafikon adatsorai ezzel kapcsolatban továbbra is azt a 2011-ben regisztrált tendenciát igazolják, mely szerint a tévénézésre fordított idő a határon túli magyarság körében továbbra sem nőtt egyik régióban sem. Erdélyben és a Felvidéken percnyi pontosan a korábbi szinten maradt (165 és 147 perc), Kárpátalján és a Vajdaságban pedig tovább csökkent (144 és 161 perc).

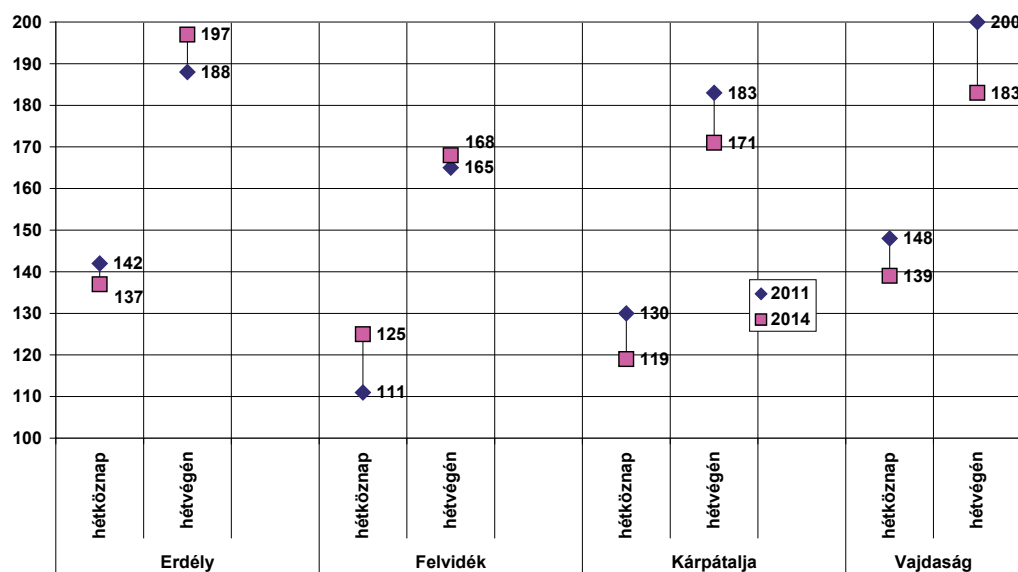
Abszolút értékekben az erdélyiek és a vajdaságiak töltenek legtöbb időt a televízió előtt, míg a másik két régióban élők 15–20 perccel televízióznak kevesebbet, mint tették azt 2011-ben.

A bemutatott tendenciák leginkább egyetlen szempontból mondhatók igen figyelemre méltónak és egyben meglepőnek. Abból, hogy a vizsgált időszak alatt végbement digitális átállás a televíziónézésre fordított idő tekintetében gyakorlatilag semmilyen érdemi elmozdulást nem hozott a határon túli magyarság körében.

Ezt bizonyítják a hétköznap, illetve hétvégi televíziózással kapcsolatos alábbi idősoros adataink is.

12. ábra

Naponta mennyi ideig (hány percig) szokott televíziót nézni? (2011-2014)



2011-ben azt tapasztaltuk, hogy válaszadóink mindegyik régióban egységesen mintegy 50 perccel néztek többet televíziót a hétvégén, mint hétköznap, ami jelenleg nagyságrendileg ugyanezen a – 40-50% közötti – szinten maradt. Az említésre érdemes árnyalatnyi változások közül arra hívjuk fel a figyelmet, hogy a kárpátaljaiak és a vajdaságiak mind hétköznap, mind a hétvégén (beleértve az egyéb ünnepnapokat is) egyaránt kevesebbet néznek tévét, mint három évvel ezelőtt, emellett Erdélyben a hétvégén, a Felvidéken pedig hétköznap nőtt néhány perccel a tévézésre fordított idő.

Ezek az elhanyagolható mértékű mozgások tehát újra azt illusztrálják, hogy a digitális átállás mennyire meglepően csekély nyomot hagyott a határon túli magyarság televíziónézéssel eltöltött időkerete szempontjából.¹³

13 Némelyik régió, elsősorban Erdély esetében mindez inkább érthető. Az ott élők túlnyomó többsége – mint láttuk, jelenleg mintegy 70%-a – ugyanis már közel két évtizede előfizetéses kábelszolgáltatásokon keresztül éri el a magyar nyelvű televízió csatornákat, mely esetben a digitális átállás semmilyen változást – átállással járó teendőt – nem hozott. Nem ez a helyzet azonban például Kárpátalján, ahol az ingyenes Mindig TV váltotta fel az analóg sugárzást – kiegészítve ezzel az addigi kínálatot a Duna TV két csatornájával –, a tévézésre fordított időben (annak növekedésében) azonban mindez a legkevésbé sem tükröződik.

Az össznépeségre vetített, mozdulatlanak mondható állapotot némiképpen árnyalja, hogy szociodemográfiai változók szerint mely rétegek bizonyultak a leginkább/legkevésbé televízió nézőnek, noha az ezeket illusztráló adatsorokban regionális megoszlásokra való tekintet nélkül egységesen ugyanazon alaptendenciák érvényesülnek.

4/1. táblázat

Egy átlagos hétköznap mennyi ideig szokott televíziót nézni? (percekben)
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	137	125	119	139
Korcsoportok szerint				
Fiatal	116	109	102	116
Középkorú	120	108	113	127
Idős	171	172	143	158
Iskolai végzettség szerint				
Általános	156	149	137	150
Szakmunkás	164	132	112	145
Érettségi	127	116	117	138
Felsőfokú	117	94	97	98
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	156	159	135	170
Alsó-közép	144	157	123	133
Felső-közép	133	116	102	137
Gazdag	134	88	110	131
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	121	108	104	122
Enyhe munkanélküli érintettség	119	115	111	126
Válságos munkanélküli érintettség	159	155	136	154

Ez alatt mind a hétköznapi, mind a hétvégi és ünnepnap televíziózásra (4/2. táblázat) fordított idő szempontjából az értendő, hogy mindenütt egyenes arányban nő a tévézésre fordított idő a fiataloktól az idősekig, és csökken a magasabb iskolázottság és anyagi jólét, valamint a stabil munkapiaci helyzet függvényében. Az említett tendenciákon belül régiók szerint ugyan megfigyelhetők árnyalatnyi különbségek, nem kétséges azonban, hogy a különböző társadalmi rétegeket az említett, szignifikánsan eltérő arányú televízió nézési gyakorlat jellemzi.

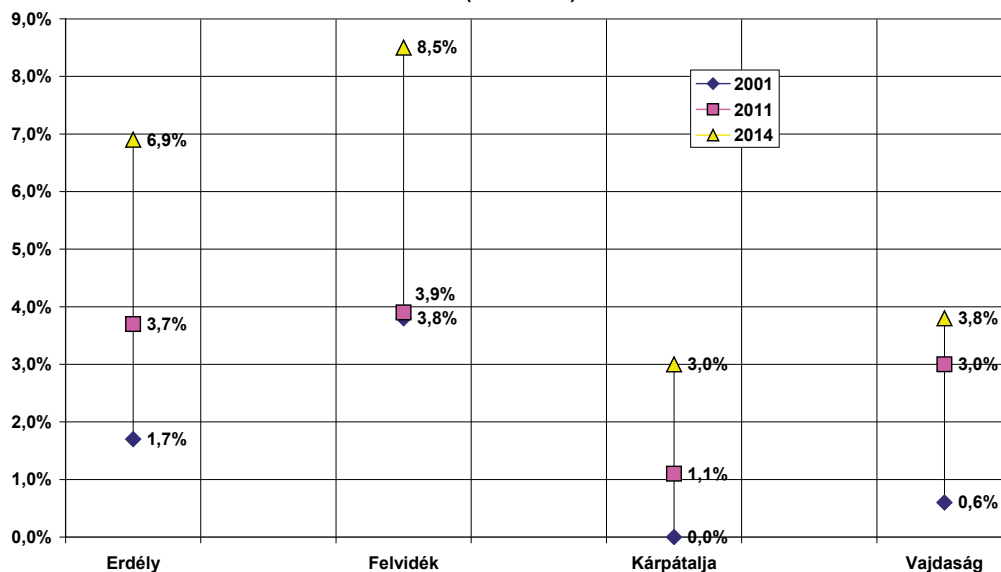
Eszerint a legtöbb időt tévézők derékhadát mindegyik régióban a társadalmi ranglétra alsóbb szintjein elhelyezkedők – a szegények, az alsó-középosztály tagjai, az alacsonyabb iskolai végzettségűek, a munkanélküliek –, valamint az idősek teszik ki. Hozzájuk képest a fiatalok, a stabil munkapiaci helyzetűek, különösképpen pedig a diplomások mélyen a regionális átlagok alatti mértékben néznek csupán televíziót. Utóbbiak például három régióban (Felvidék, Kárpátalja és Vajdaság) hétköznaponként már kevesebb, mint 100 percet töltenek naponta a tévé előtt.

4/2. táblázat

Hétvégén és ünnepnapokon mennyi ideig szokott televíziót nézni? (percekben)
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	197	168	171	183
Korcsoportok szerint				
Fiatal	182	157	158	183
Középkorú	189	152	165	170
Idős	214	207	190	198
Iskolai végzettség szerint				
Általános	205	183	188	196
Szakmunkás	234	177	167	192
Érettségi	187	161	168	167
Felsőfokú	155	141	151	145
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	207	200	182	202
Alsó-közép	208	198	175	177
Felső-közép	189	164	160	178
Gazdag	186	121	155	181
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	195	157	160	167
Enyhe munkanélküli érintettség	181	155	178	177
Válságos munkanélküli érintettség	207	181	174	201

13. ábra

Televíziót hétköznap egyáltalán nem nézők részaránya
(2001-2014)

A televíziónézésre fordított idő csökkenése mellett egy másik adatsor is – az egyelőre még vezető pozíciót betöltő – televíziózás relatív, ám egyre növekvő háttérbe szorulását igazolja. A 13. ábrán a televíziót hétköznapokon egyáltalán nem nézők részaránya látható 2001-től napjainkig. Eszerint 2001-ben a válaszadóknak még csupán 0–3,8%-a nem nézett egyáltalán televíziót, amely arány jelenleg 3–8,5%-os. A televíziózás iránti érdektelenség kivétel nélkül mindegyik régióban nőtt. A leginkább Erdélyben és a Felvidéken, ahol már a 10%-ot is megközelíti a nem tévénézők részaránya.

Mindennek ugyan lehetnek különböző háttérokai – például az említett anyagiak –, ám aligha tévedünk, ha a fő okot az internet rohamos elterjedésében keressük. Ezt bizonyítják majd az elemzésünk internethasználattal foglalkozó fejezetében bemutatásra kerülő részletes adatsorok, melyek alapján már most figyelmet érdemel, hogy a televíziónézés legmarkánsabb háttérbe szorulása az internetezés szempontjából magasan vezető felvidékiek, valamint azon társadalmi rétegek körében átlag fölötti, melyek úgyszintén a legtöbbet interneteznek.

5. táblázat

Televíziót hétköznap egyáltalán nem nézők (százalékban, szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	6,9	8,5	3,0	3,8
Korcsoportok szerint				
Fiatal	12,6	19,0	3,6	8,0
Középkorú	7,0	3,0	1,9	4,9
Idős	1,0	1,3	2,9	0,4
Iskolai végzettség szerint				
Általános	2,2	9,6	2,5	2,8
Szaktanácsos	3,8	5,1	1,3	0,8
Érettségi	7,9	9,2	3,8	8,3
Felsőfokú	11,7	7,6	3,0	3,8
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	3,1	0,0	3,3	1,3
Alsó-közép	2,4	5,6	3,0	5,0
Felső-közép	9,0	8,9	2,2	4,2
Gazdag	12,5	11,2	2,0	4,6
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	6,1	6,1	2,7	4,3
Enyhe munkanélküli érintettség	11,0	9,0	3,4	4,8
Válságos munkanélküli érintettség	5,2	10,9	1,5	4,2

Táblázatunk ezzel kapcsolatos, igen árulkodó adatsorai közül első helyen az erdélyi és felvidéki fiatalok érdemelnek említést, akik már 12,6 és 19%-ban egyáltalán nem televízióznak (a Felvidéken tehát már minden ötödik 18–35 éves válaszadó), de a tehetősebb rétegek tagjai, illetve az iskolázottabbak is magasan a regionális átlagok fölötti arányban fordultak el a televízió műsorainak követésétől. Mint látható, ezek az arányok már jelenleg is igen figyelmet érdemlőek. Olyannyira, hogy az elkövetkező médiakutatások során az egyik legfontosabb feladat alighanem annak feltárása lesz, hogy a „nem tévézők” tábora mekkora léptékek szerint fog növekedni.

2.3. A televíziócsatornák nézettségi intenzitásának változása

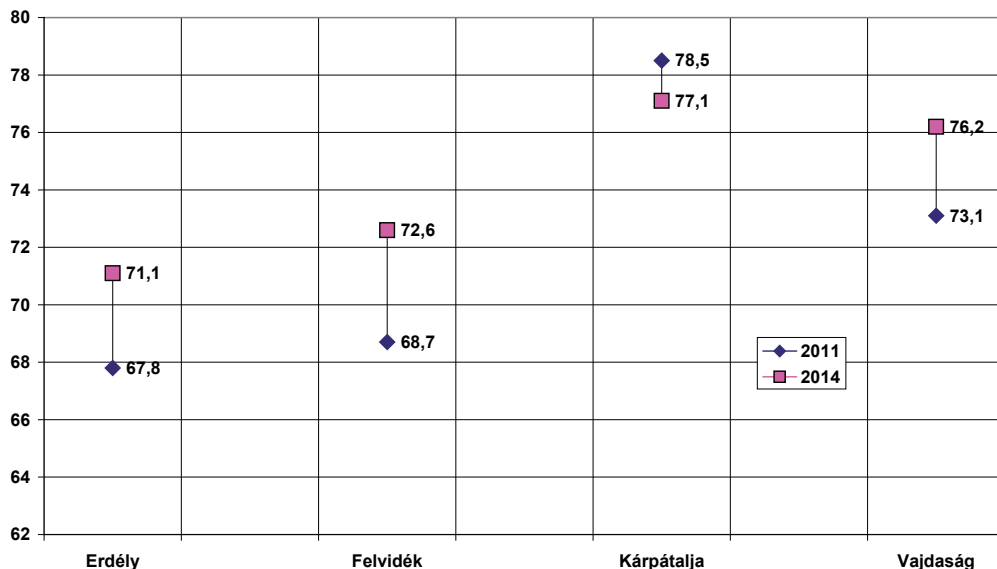
2.3.1. A televíziócsatornák nézettségi intenzitásának változása (2001–2014)

A televízió-nézés relatív csökkenésével kapcsolatos – s leginkább a közeljövő várható médiahasználatára szempontjából fontos – előbbiekben bemutatott adataink ellenére nem kétséges, hogy egyelőre a televízió számít az első számú tömegközvetítési eszköznek, hiszen válaszadóink 91,5–97%-a különböző gyakorisággal néz televíziót.

A továbbiakban ennek a televízió nézési gyakorlatnak a részleteit elemezzük. Elsőként a határon túli magyarság szempontjából kardinálisan fontos nyelvi dimenzió szerint.

14. ábra

Milyen nyelvű televíziót néz Ön?* (2011-2014)

**Jelmagyarázat:**

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-csak többségi nyelvűt...100-csak magyart

A grafikonon látható adatsorok leginkább figyelmet érdemlő tanulsága, hogy a magyar nyelvű televíziócsatornák nézettsége 2011 óta három régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) enyhén emelkedett, Kárpátalján pedig a korábbi szinten maradt. Mindez igen öröndetes tendencia, hiszen a BFI kutatásai sok egyéb vonatkozásban (nyelvváltás, egyes házasságok stb.) igen számottevő asszimilációs folyamatok meglétét igazolják mindegyik vizsgált magyar közösség körében.

Ehhez képest számítanak tehát inkább pozitív fejleménynek a magyar nyelvű televízió nézéssel kapcsolatos mutatók, melyek további részletei a következők. Kizárólag csak magyar nyelven sugárzott televízió műsorokat a megkérdezettek 20–44%-a néz, s csupán 1,2–3,9% azoknak a részaránya, akik soha nem néznek anyanyelvükön televíziót.

6. táblázat

Milyen nyelvű televíziót néz Ön?*(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	71	72	77	76
Korcsoportok szerint				
Fiatal	71	73	78	75
Középkorú	66	71	73	76
Idős	72	73	78	76
Iskolai végzettség szerint				
Általános	77	77	79	75
Szaktanulmány	68	69	76	76
Érettségi	67	71	78	76
Felsőfokú	68	70	71	79
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	74	82	74	77
Alsó-közép	69	74	79	73
Felső-közép	68	71	76	77
Gazdag	68	70	69	80
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	69	69	75	76
Enyhe munkanélküli érintettség	68	70	69	75
Válságos munkanélküli érintettség	71	80	80	73

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-csak többségi nyelvűt...100-csak magyart

A magyar nyelvű televíziócsatornák nézettségének korábbi szinten maradását a különböző társadalmi rétegek szerinti megoszlások is igazolják. Ez alatt az értendő, hogy miután a relatíve magas regionális átlagokhoz képest számottevő szóródást nem tapasztaltunk, az anyanyelven való televíziózás tekintetében a vártnál egységesebb gyakorlat jellemzi mindegyik régió magyar népességét.¹⁴

Mindazonáltal az említett növekvő asszimilációs érintettség meglétére utal, hogy amennyiben a magyar televíziókat soha nem nézőkhöz hozzámítjuk az anyanyelven csupán „ritkán” televíziókat is, ez az arány már közel sem mondható elhanyagolható mértékűnek: 6,7–12,5%-ot tesz ki.

Az ebbe a kategóriába tartozók anyanyelvtől elforduló médiahasználati gyakorlatának lehetséges okait a következő, 7. táblázat szemlélteti. A szerteágazó okok között vezető helyen három régióban is (Erdély, Felvidék, Vajdaság) az áll, hogy a helyi hírekhez csak a többségi nyelvű adókat nézve juthatnak, emellett pedig Kárpátalján, illetve a Vajdaságban első, illetve második helyen áll, hogy a háztartásukban nem fogható magyar adók. Miután ez utóbbi ok az erdélyiek és a felvidékiek esetében az utolsó helyet foglalja el, az ott élők magyar televíziótól való elfordulása sokkal inkább az érintettek erőteljes asszimilációs érintettségét jelzi.

¹⁴ A televíziózásra fordított idő esetében imént látott, társadalmi rétegenként jelentős ingadozások ez esetben azért nem mutatkoznak, mert adataink csak a televíziót valamilyen intenzitással nézők gyakorlatát tükrözik.

7. táblázat

Mi az oka annak, hogy nem (vagy alig) néz magyar nyelvű televíziót? (százalékban)

	Erdély (6,7%)*	Felvidék (7,6%)*	Kárpátalja (8,9%)*	Vajdaság (12,5%)*
helyi híreket csak többségi nyelvű adókon találok (1,2)**	59,3	38,8	44,9	44,6
a filmek és sorozatok kedvéért kapcsolok nem magyar nyelvű adókra (3,7)	29,7	22,4	26,5	31,3
a családom/környezetem más nyelvű adókat akar nézni (4,0)	34,0	8,0	26,5	27,3
nem találok meg azt a fajta műsort a magyar adókon, ami igazán érdekel (4,2)	32,5	26,5	12,2	18,5
nem fogható magyar adó (4,7)	11,8	6,1	63,3	33,8
nem érdekesek számomra a magyarországi hírek, események (5,0)	30,3	20,4	8,2	24,6
jobb a műsorkínálat a nem magyar nyelvű csatornáknak (6,5)	22,3	14,3	12,2	11,1
a sportműsorok kedvéért nézek nem magyar nyelvű adót (8,0)	22,5	12,2	6,1	21,5

*A magyar nyelvű televíziókat nem (vagy alig) nézők regionális megoszlása szerint.

Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.

**helyezési sorszám átlagok

Amint látható, a magyarul már nem tévézők elsősorban a helyi/regionális hírek miatt néznek többségi nyelvű tévét, amit a magyar televíziókban nem látható filmek és filmsorozatok nézettsége követ. A harmadik helyet a – nagy valószínűséggel asszimilálódott – családi/környezeti nyomásra nem anyanyelven való televíziózás foglalja el, s csupán az ötödik okként szerepel, hogy magyar csatornák nem foghatók.

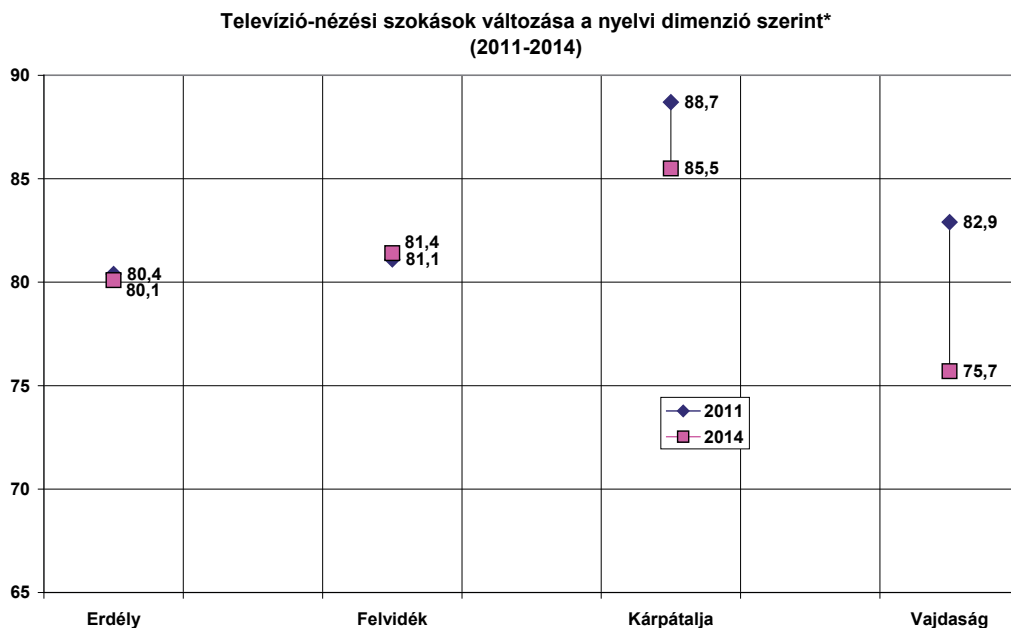
A családi környezet nyomására nem anyanyelven való televíziózás főként az erdélyieket, illetve kárpátaljaiakat, valamint a vajdaságiakat jellemzi, míg a magyarországi hírek és események iránt nem érdeklődők a mezőny második felében foglalnak helyet (főként az erdélyiek és felvidékiek).

Összességében elmondható, hogy az anyanyelvi televízió nézéstől teljesen, vagy részben elfordultak régiók szerint igen szerteágazó okokat és eltérő sorrendet jelöltek meg, ami betekintést enged a különböző régiókban élők médiahasználati gyakorlatának eltérő dimenzióiba.

A most tárgyalt kérdéssel kapcsolatban regisztrált adatok és tendenciák végeredményben újfent az eljövendő médiakutatások szempontjából válhatnak fontossá. Amikor megtudhatjuk, hogy a magyarul már nem televíziózó, jelenleg még mindössze – illetve már – 7–12%-ot kitevő réteg részaránya a közeljövőben milyen mértékű növekedést mutat majd.

A határon túli magyarság televíziónézési gyakorlatának nyelvi vonatkozásait egy másik, időbeli összehasonlítást úgyszintén lehetővé tevő kérdéssel is teszteltük, amely arra vonatkozott, hogy a válaszadók magyar, illetve többségi nyelven néznek-e olyan műsorokat, melyek egyazon időben mindkét nyelven hozzáférhetőek.

15. ábra



„Milyen nyelven nézi Ön azokat a műsorokat, melyeket egyszerre (egyazon időben) a magyar és a román, szerb stb. televízió is közvetít?”

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-kizárólag többségi nyelven...100-kizárólag magyarul

A vizsgált vonatkozásban újra az mondható figyelemre méltónak, hogy a vizsgált időszak alatt nagyságrendileg kevésbé változtak a mutatók, tehát érdemben nem csökkent a magyar nyelvű televíziókat választók részaránya. Erdélyben és a Felvidéken százalékponton ugyanakkora (magas) intenzitással nézik inkább a többségi televíziók helyett a magyar nyelvű közvetítéseket, mint három évvel ezelőtt, Kárpátalján e téren minimális csökkenést regisztráltunk, míg a vajdaságiak esetében mért mintegy 5 százalékpontnyi csökkenés sem mondható kritikus mértékűnek.

Az anyanyelven történő televíziózás aránya tehát összességében nem mutat visszaesést a korábbi állapothoz képest: a most vizsgált nyelvi dimenzió szerint a magyar nyelvű televíziós tartalmak általános szinten mindegyik régióban megőrizni látszanak korábbi pozícióikat.

Mindez azonban nyilvánvalóan nem mondható el mindegyik televíziócsatorna esetében, ezért a továbbiakban annak bemutatásával folytatjuk, hogy a különböző – anyanyelvi és többségi nyelvű – csatornatípusok nézettsége hogyan alakult 2001 óta napjainkig.

8/1. táblázat**Milyen gyakran nézi az alábbi televízió csatornákat? (százalékban*)****2001–2014**

Csatorna-típus	Erdély			Felvidék			Kárpátalja			Vajdaság		
	2001	2011	2014	2001	2011	2014	2001	2011	2014	2001	2011	2014
Többségi nyelvű közszolgálati	70	50	41	73	72	64	51	38	39	58	56	59
Többségi nyelvű kereskedelmi	59	77	43	83	87	71	32	50	47	42	54	60
M1	34	68	77	92	87	86	95	83	76	79	81	80
M2	72	70	79	56	69	80	13	36	66	39	73	71
M3	–	–	18	–	–	17	–	–	19	–	–	15
Duna TV	74	82	84	53	69	75	12	45	83	46	77	78
Duna Autonómia/World	–	26	39	–	26	53	–	23	66	–	35	52
Magyarországi kereskedelmi**	41	–	–	92	–	–	86	–	–	73	–	–
RTL Klub	–	81	83	–	94	86	–	87	84	–	86	80
TV2	–	68	75	–	92	85	–	89	84	–	89	78
Cool	–	–	51	–	–	52	–	–	27	–	–	43
Film+	–	–	62	–	–	57	–	–	32	–	–	45
Viasat	–	–	45	–	–	41	–	–	24	–	–	40

* a „gyakran” és „ritkán” válaszok együtt

** az RTL Klub és a TV2 együtt

8/2. táblázat**Milyen gyakran nézi az alábbi televízió csatornákat? (százalékban*)****(2001–2014)**

Csatorna-típus	Erdély			Felvidék			Kárpátalja			Vajdaság		
	2001	2011	2014	2001	2011	2014	2001	2011	2014	2001	2011	2014
ATV	–	32	39	–	22	28	–	14	20	–	30	23
ECHO TV	–	7	22	–	10	15	–	14	21	–	13	18
HÍR TV	–	36	32	–	22	30	–	22	29	–	38	26
Regionális többségi nyelvű televízió	–	11	12	–	22	18	–	34	30	–	37	38
Regionális magyar nyelvű televízió	–	17	20	–	31	28	–	–	–	–	–	–

* a „gyakran” és „ritkán” válaszok együtt

A többségi nyelvű televíziócsatornák esetében azt találtuk, hogy azok nézettsége a legtöbb régióban csökkenő tendenciát mutat. Elsősorban a két legnagyobb határon túli magyar közösség, az erdélyiek és a felvidékiek körében, ahol mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi román és szlovák televíziók odakapcsolási hajlandósága 10 százalékpont körüli csökkenést mutat (a román kereskedelmi televíziók esetében 34 százalékpontot). Kárpátalján és a Vajdaságban ezzel szemben inkább szinten maradásról beszélhetünk, hiszen az utóbbi régióban tapasztalt 3–6 százalékpontos növekedés nem tekinthető a szerb nyelvű televíziózás számottevő arányú térnyerésének.

Az M1 csatorna iránti érdeklődés mértékét ugyancsak a szinten tartás jellemzi leginkább, hiszen a 77–80%-os elért közönsége alig marad el a vezető magyarországi kereskedelmi csatornák mögött. Egyetlen régió kivételével korántsem jellemzi ilyen fokú mozdulatlanság az M2 televízió nézettségének változását. Adataink ugyanis azt mutatják, hogy az erre a csatornára kapcsolók – alighanem a digitális átállásnak köszönhetően – Erdélyben 9, a Felvidéken 11, Kárpátalján azonban 30 százalékponttal vannak többen, mint 2011-ben. Az említett kivételt a vajdaságiak jelentik, akiknek körében az M2 nézettsége a korábbi magas szinten stabilizálódott.

A mind az ingyenes, mind a határon túl hozzáférhető előfizetéses csomagok többségéből kimaradt legújabb közszolgálati csatorna, az M3-as esetében már sokkal alacsonyabb nézettségi indexeket regisztráltunk, melyek egyik régióban sem haladják meg a 20%-ot. Mindez logikus fejlemény, hiszen a csatorna technikai elérhetősége egyelőre csupán 60% körüli, és egy új adóról van szó.

A Duna TV elérési mutatói szerint továbbra is vezető helyet foglal el a magyarországi közszolgálati tévécsatornák között. Ez azt jelenti, hogy Erdélyben és a Vajdaságban jelenleg is a korábban tapasztalt gyakorisággal követik műsorait (84% és 78%), a Felvidéken pedig némileg nőtt a Duna TV-t nézők aránya (6 százalékponttal, 75%-ra).

Amint azt korábban már jeleztük, Kárpátalján a digitális átállás következtében robbanásszerű teret hódít a Duna TV, hiszen a 2001-ben még csupán 12%, a 2011-ben pedig mindössze 45%-os közönség nagysága jelenleg megegyezik a leginkább Duna tévé-orientált erdélyiek körében tapasztalttal (83%).

A 2011-ben még csupán igen alacsony nézettséget elérő Duna World esetében ugyancsak számottevő növekedésről beszélhetünk, ami azonban jelentősen alatta marad a Duna főcsatorna nézettségének (amiatt, mert az előfizetéses csomagok túlnyomó többségének kínálatában nem található meg). Hatóköre három év alatt a Felvidéken és Kárpátalján a duplájára nőtt (53% és 66%), a Vajdaságban is átlépte az 50%-ot, s csupán Erdélyben nézik feleannyian, mint a Duna TV-t (39%).

A magyarországi kereskedelmi csatornák ugyan szintén megőrizték vezető pozícióikat a teljes magyar nyelvű kínálatot tekintve (80–86%), ám mind a Felvidéken és Kárpátalján, mind a Vajdaságban néhány százalékpontot már veszítettek a korábbi nézettségükhöz képest. Ezek – valamint a közszolgálati csatornák, különösen pedig a Duna TV népszerűségének imént látott arányú növekedése – alapján elmondható, hogy az RTL Klub és a TV2 mintegy másfél évtizeden át tartó kiugró vezető szerepe a határon túli magyarság körében relatíve meggyengültni látszik.

Az egyéb kereskedelmi csatornák nézettségi intenzitásáról általában elmondható, hogy jelentősen elmaradnak az eddig tárgyalt közszolgálati csatornák, valamint az RTL Klub és a TV2 mögött. Az összességében 24–62%-ot kitevő nézettségi arányok közepes érdeklődést tükröznek, amelyen belül néhány százalékponttal a Film+ vezet a Cool TV és a Viasat3 előtt.

A helyi/regionális többségi és magyar nyelvű televíziók nézettsége nagyjából a korábbi szinten maradt, ám a tárgyalt televíziók népszerűsége – a kutatási körzetenként eltérő elterjedtsége, valamint a sugárzási körzetek hatósugarainak nem ismerete miatt – ezzel, a teljes régiókra (Erdélyre, a Felvidékre stb.) összevont módszerrel pontosan nem meghatározható. Annyi azonban

tudható, hogy Erdélyen kívül a többi régióban igen alacsony fokú a magyar regionális televízió hálózat. Olyannyira, hogy Kárpátalján, illetve a Vajdaságban ilyenről nem is tudunk.

Végezetül, ami a Magyarországról sugárzott politikai/közéleti kereskedelmi csatornákat illeti, a vizsgált időszak alatt a legnagyobb mértékben mindegyik régióban az ECHO TV növelte – 2011-ben még igen szerény mértékű – közönségét, ami azonban így is a legalacsonyabb maradt (15–22%) a Hír TV, illetve ATV csatornákhöz képest. Utóbbiak 20–39%-os nézői kört tudhatnak magukénak.

A politikai/közéleti kereskedelmi televíziók esetében fokozottan érvényes, hogy nézettségüket az elérhetőség foka határozza meg leginkább. Ez a tényező az esetek többségében azt jelenti, hogy a szomszédos országokban piacvezető szolgáltatók még az úgynevezett „magyar nyelvű” csomagjaikból is kivesszik őket, különösen a nemzeti oldal iránt elkötelezett Hír és ECHO tévéket.

Miután az egyes televíziócsatornák elérhetősége, illetve kínálatból való kimaradása a most említett mértékben is komoly kihatással lehet a csatornaválasztásra, következő táblázatunkban az ezzel kapcsolatos részletes adatokat mutatjuk be.

9. táblázat

A háztartásokban nem fogható televíziócsatornák (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	13,8	11,9	24,5	20,6
ECHO TV (2,0)*	28,5	26,5	43,6	36,9
M3 (2,5)	46,5	37,0	38,4	55,6
HÍR TV (3,7)	21,4	20,4	41,8	34,2
Viasat (5,0)	18,3	13,9	44,1	28,6
ATV (5,0)	14,1	16,8	43,1	29,9
Cool (6,2)	15,8	16,1	41,0	27,0
Regionális magyar nyelvű televízió (7,0)	7,6	21,5	–	–
Film+ (7,0)	10,8	14,0	41,4	26,6
Duna World (8,0)	26,1	10,6	11,6	20,4
Regionális többségi nyelvű televízió (8,2)	6,8	20,1	18,0	14,1
Többségi nyelvű kereskedelmi (12,5)	5,4	1,8	16,6	3,5
M2 (12,5)	5,4	0,6	10,3	12,0
Többségi nyelvű közszolgálati (12,7)	5,0	1,5	17,9	5,1
TV2 (13,0)	6,4	0,6	6,6	11,1
Duna TV (13,5)	9,6	1,1	5,4	6,2
RTL Klub (14,7)	4,0	0,5	6,4	10,7
M1 (15,0)	3,3	0,3	6,8	9,1

* *helyezési sorszám átlagok*

A határon túli magyarság körében nem fogható televíziók tekintetében Kárpátalján a legrosszabb a helyzet, ahol átlagban a televíziócsatornák mintegy 25%-a nem jut el a háztartásokba. A Vajdaságban ennél csupán némileg jobb a helyzet (21%), míg a vételi lehetőségek hiánya legkevésbé az erdélyieket (13,8%) és a felvidékieket (11,9%) érinti.

Ami a konkrét televízió csatornákat illeti, a legcsekélyebb lefedettséggel mindegyik régióban az M3 csatorna rendelkezik, melynek adásait a családok 37–55%-a nem tudja fogni. A Duna World elérhetősége ugyancsak relatíve problematikusnak mondható. Különösen Erdélyben, ahol 26%-ban nem elérhető, valamint a Vajdaságban, ahol ez az arány 20%-ot tesz ki.

A lefedettség – vélhetően – nagyfokú hiánya tekintetében már említett politikai/közéleti kereskedelmi csatornák elérhetősége valóban mindenütt problematikusnak bizonyult ugyanis műsoraik régióktól függően 21–44%-ban nem érhetőek el. Mindez főként a Hír TV és az ECHO TV esetében igaz, hiszen az ATV csatorna műsorai Erdélyben és a Felvidéken már csupán alig 14-16%-ban nem jutnak el a nézőkhöz.

Az egyéb tematikus kereskedelmi csatornák (Film+, Viasat, Cool) a politikai/közéleti televíziókkal megegyező arányban (10–44% között) nem foghatók.

A táblázatban szereplő többi televíziócsatorna a lefedettség tekintetében az előzőekhez képest nagyságrendekkel kedvezőbb helyzetben van. Ez a megállapítás ugyanúgy érvényes mind a többségi nyelvű, mind a magyar közszolgálati televíziók esetében (a Duna TV-t is beleértve), ezen kívül pedig az erdélyi mindkét nyelvű regionális televíziókra is. Következésképpen az utóbb felsorolt televíziós médiafelületek nézettségének alakulását a lefedettség hiánya gyakorlatilag egyáltalán nem, vagy csupán elenyésző mértékben befolyásolja.

Tovább haladva a televíziócsatornák nézettségi arányainak bemutatásában, ezúttal egy, a médiakutatások által régóta használt kérdés segítségével azt vizsgáljuk, hogy válaszadóink egy nappal a kérdezés előtt néztek-e, illetve hallgattak-e magyarországi közszolgálati televíziókat és rádiókat.¹⁵

10. táblázat

Nézte-e/hallgatta-e Ön tegnap az alábbi közszolgálati televíziós csatornákat és rádióadókat?

(százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	10,6	15,4	19,3	12,8
M1	29,5	46,6	57,4	38,9
M2	20,3	22,4	28,1	25,4
M3	4,0	3,5	3,6	4,3
Duna TV	32,4	30,9	41,5	32,4
Duna World	9,5	15,3	20,0	12,7
Kossuth Rádió	5,9	14,0	26,2	8,8
Petőfi Rádió	2,9	9,9	10,4	3,7
Bartók Rádió	0,9	4,9	1,5	0,6
Dankó Rádió	0,9	6,8	4,6	1,6
Duna World Rádió	0,2	0,3	0,2	0,2

15 Eddigi – médiahasználattal kapcsolatos – adatfelvételeink során ezt a kérdéstípust nem használtuk. Ennek oka abban a módszertani problémában rejlik, hogy a több héten át folyó kérdezés következtében a válaszok értelemszerűen különböző „előző” napokra vonatkoznak (ami éppúgy lehet a nézettség/hallgatottság szempontjából eltérő intenzitású hétköznapi, illetve munkaszüneti napi médiahasználat) anélkül, hogy ezek rögzítésre kerüljenek az adatbázisokban.

Ezzel kapcsolatban azt tapasztaltuk, hogy Erdélyben a Duna TV (32,4%), a többi régióban pedig az M1 műsorai bizonyultak a legnépszerűbbnek (39–57% között). Meglepően magasnak mondható még az M2 csatorna nézettsége is (20–28%), míg a Duna World 8,5–20% közötti közönség nagysága ennél már jelentősen csekélyebb nézőszámra utal.

A közszolgálati rádióadók hallgatottsága tekintetében számottevő a szóródás a régiók között. A Kossuth Rádiót hallgatók a Felvidéken és Kárpátalján még 14 és 26%-ot tesznek ki, a Vajdaságban azonban ez a részarány már 10% alatt marad, Erdélyben pedig nem éri el a 6%-ot. A Petőfi Rádió esetében még alacsonyabb hallgatottságról beszélhetünk, hiszen a felvidéki és kárpátaljai 10%-os, egyébként sem túl magas részarányhoz képest a másik két régióban még kevesebben, már alig 3%-ban hallgatják a Petőfi adót.

A többi Magyarországról sugárzott közszolgálati rádióadók hallgatottsága csupán töredék-megoszlásokban mérhető. Mindez az erdélyiek (pontosabban a székelyföldiek) esetében elérhetési problémákra is visszavezethető, ám a határhoz közelebb élő, következképpen vételi gondokkal nem rendelkező felvidékiek, kárpátaljaiak és vajdaságiak is az erdélyihez hasonló alacsony arányban követik a Bartók, Dankó, illetve Duna World rádiók műsorait.

A televíziónézés intenzitását a BFI által már korábban alkalmazott kérdéssor segítségével folytatjuk, amely kvantitatív alapon rendeződő ordinális mérce segítségével teszi lehetővé mind a regionális, mind az időbeli összehasonlítást. Ez esetben válaszadóink televízió nézési szokásaikat újra a „gyakran-ritkán-soha” opciók segítségével jellemezték, amit a könnyebb áttekinthetőség kedvéért 100-as skálára transzponált átlagok formájában mutatunk be.

11. táblázat

Ön melyik televíziócsatorna híreiből tájékozódik (leginkább melyik forrásból szerzi a mindennapi információit)?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Magyarországi kereskedelmi televíziók (RTL Klub, TV2) (1,2)**	61,3	72,2	68,9	57,9
M1 (2,2)	49,5	64,3	71,9	56,9
Duna TV (3,2)	57,5	45,8	57,0	50,3
Többségi nyelvű kereskedelmi (4,7)	49,8	56,5	32,4	34,9
M2 (5,0)	36,4	41,2	38,6	41,0
Többségi nyelvű közszolgálati (6,2)	24,4	37,6	24,6	38,3
Duna World (6,7)	23,0	26,7	40,6	29,4
Állami televíziók magyar nyelvű adásai (8,2)	13,7	23,6	17,2	54,8
Regionális magyar nyelvű televízió (8,7)	19,0	27,0	15,1	23,6
HÍR TV (9,5)	22,0	20,0	22,2	17,1
Regionális többségi nyelvű televízió (11,0)	17,0	20,5	9,5	17,6
ATV (11,5)	17,8	15,8	12,4	12,4
ECHO TV (12,5)	9,5	10,0	13,9	9,3
M3 (13,0)	10,5	12,1	10,8	8,2

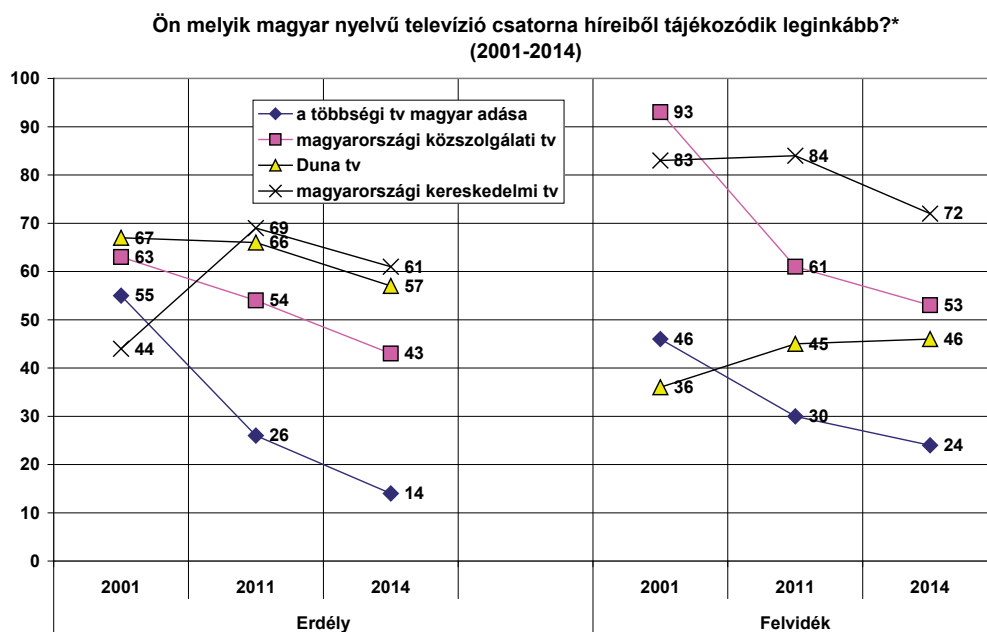
*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** helyezési sorszám átlagok

A táblázat helyezési sorszám átlagok szerint csoportosított adatsorai azt mutatják, hogy a magyarországi kereskedelmi televíziók továbbra is vezető helyet töltenek be (csupán Kárpátalján szorultak a második helyre néhány átlagponttal az M1 mögött). A közszolgálati csatornák között az M1-é a vezető szerep, Erdélyt kivéve, ahol a Duna TV fő csatornája került az első helyre, jelentősnek mondható 8 átlagpontnyi előnnyel. Az M2 csatorna 36–41 átlagponttal közepesen nézettek bizonyult, míg a közéleti/politikai televíziók (9,5–22 átlagpont), valamint a magyar nyelvű regionális csatornák (15–27 átlagpont) zárják a sort. Az elmondottakon kívül mindenképpen említést érdemel még, hogy a Duna World csatorna – amint azt már korábban a százalékos összehasonlító táblázatban is láthattuk – a vizsgált időszakban igen masszív nézettség gyarapodást ért el, ami arra utal, hogy hamarosan akár stabil helyet is elfoglalhat a legnézettebb televízió csatornák között.

A nézettségi erőviszonyokról már ezek a legfrissebb adatok is sok mindent elárulnak, teljesebb képet kapunk azonban, ha összehasonlítjuk őket a korábbi tendenciákkal, melyeket a 16/1–2. ábrák grafikonjainak adatsorai szemléltetnek.¹⁶

16/1. ábra



*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

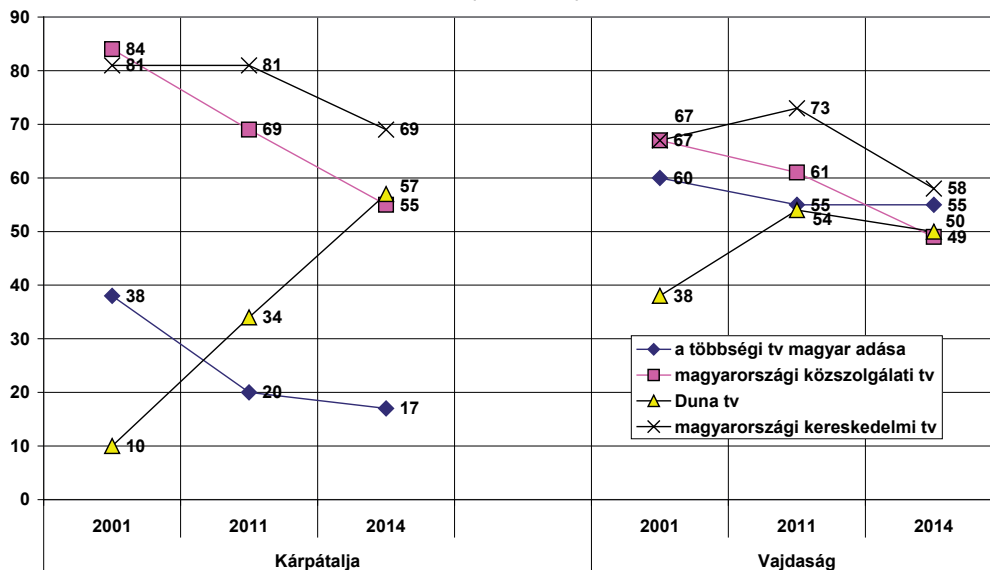
Eszerint mindegyik régióra érvényes fejleményként regisztrálhatjuk a két vezető csatornatípus – a kereskedelmi, illetve M1 és M2 közszolgálati csatornák – használatának relatív visszaesését, ami régióktól függően mind az előbbieket, mind az utóbbiak esetében 8–15 átlagpont között mozog. Miután azonban mindkét csatornatípus azonos arányban veszített a híradások szempontjából vett súlyából, a közöttük lévő távolság is mindenütt a korábban mért szinten maradt.

16 Az idősoros összehasonlítás kedvéért az M3 csatorna nézettségére vonatkozó adatokat nem számoltuk bele az M1 és M2 televíziók átlagába, és a Duna TV adatai is ugyanezen okból csupán a főadóra vonatkoznak.

16/2. ábra

Ön melyik magyar nyelvű televízió csatorna híreiből tájékozódik leginkább?*

(2001-2014)



*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

A fentiekkel szemben a Duna TV 2011 óta két régióban (Felvidék és Vajdaság) tartani látszik a pozícióját (46 és 49 átlagpont), s Erdélyben is csupán 9 átlagpontnyit vettett az igen magas népszerűségéből. Az említett relatív csökkenés ellenére továbbra is az erdélyiek számítanak a Duna TV legnagyobb fogyasztóinak (57 átlagpont), azonban már nem egyedül.

Elemzésünk korábbi fejezetében már utaltunk arra, hogy a digitális átállás érdemben csupán Kárpátalján strukturálta át az addigi – főként a földfelszíni analóg vételre alapozott – televízió nézési szokásokat. Ennek fontos bizonyítékát láthatjuk abban, hogy az említett régióban a három évvel ezelőtt mérthez képest drasztikusnak mondható 23 átlagpontnyi növekedés ment végbe a Duna TV használatával kapcsolatban. Mindez – az anyaországi információk, esetünkben a Duna TV műsorai iránti érdeklődés – egyértelműen pozitív tendenciaként értékelhető, különösen a jelenlegi időszakban, mikor az időközben Kárpátalján számottevően felgyorsult asszimilációs folyamatok mellett az addig sem stabilitásáról híres ukrajnai helyzet beláthatatlan következményekkel járó komoly belföldi és nemzetközi feszültségektől terhes.

A Duna TV-től eltérően az adott országokban működő állami közszolgálati televíziók magyar adásai a vizsgált időszak alatt – egyetlen kivételtől eltekintve – igen számottevő nézettség csökkenést produkáltak. Különösen igaz ez az erdélyiek és a felvidékiek esetében, ahol az állami tévék magyar adásait 14–15 átlagponttal nézik kevesebben, mint 2011-ben. Erdélyben mindez alighanem az igen bőséges magyar nyelvű regionális televízióhálózat meglétére vezethető vissza¹⁷, a Felvidéken azonban – ahol szinte teljesen hiányzik hasonló alternatív/

17 Az Erdély-szerte kiépült, öröndetes nagyszámú magyar nyelven sugárzó regionális televíziók nézettségét külön kérdésekben vizsgáltuk. Ezeket azonban – tekintettel mostani elemzésünk idősoros és regionális összehasonlító jellegére – csupán egy külön utóelemzés során dolgozzuk fel.

regionális anyanyelvű televíziós hálózat – annak ellenére zuhant a pozsonyi televízió magyar adásának nézettsége, hogy az ott élő magyarok ezen kívül anyanyelvükön egyéb belföldi televíziós információforráshoz nem jutnak hozzá.

Az időbeli változásokat is tükröző nézettségi adatsorok végeredményben azt mutatják, hogy az idézett tendenciák alapvetően nem változtatták meg a határon túli magyarság eddigi televízió nézési szokásait. A jelenlegi állapotról kialakult összkép újfent azt igazolja, hogy a digitális átállás a vártnál kevésbé, vagy egyáltalán nem rengette meg alapjaiban válaszadóink televíziózási szokásait. Egyetlen régiót kivéve, hiszen kárpátaljai adataink ennek épp az ellenkezőjét bizonyítják, különös tekintettel a DUNA TV és DUNA World csatornák kiugró arányú nézettségi indexeire.

A most regionális bontásban bemutatott tendenciák mögött azonban társadalmi rétegek szerint eltérő médiahasználati gyakorlat is meghúzódhat, ezért a továbbiakban vázlatosan áttekintjük az ezzel kapcsolatos adatsorokat is.

Elsőként az egyelőre még legnagyobb nézettséget produkáló – ám a korábbinál valamivel szűkebb előnyt élvező –, Magyarországról sugárzott kereskedelmi televízió csatornák (összevont) nézettségével kapcsolatos adatokat mutatjuk be, melyek meglepően kicsiny eltéréseket mutatnak társadalmi rétegződés szerint.

12. táblázat

A magyarországi kereskedelmi televíziók műsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	62	72	69	58
Korcsoportok szerint				
Fiatal	63	70	74	59
Középkorú	57	73	65	57
Idős	64	74	64	57
Iskolai végzettség szerint				
Általános	61	77	72	60
Szakmunkás	68	75	70	60
Érettségi	58	70	72	56
Felsőfokú	62	64	55	48
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	61	67	69	49
Alsó-közép	65	78	70	56
Felső-közép	60	72	68	59
Gazdag	64	68	65	64
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	65	70	66	55
Enyhe munkanélküli érintettség	53	76	69	52
Válságos munkanélküli érintettség	61	68	73	57

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

A mindegyik régióban ugyanúgy érvényes tendenciák között egyedül azt említhetjük, hogy a kereskedelmi televíziók legnagyobb fogyasztóinak a kevésbé iskolázott rétegek tagjai bizonyultak. Kárpátalján például a diplomások csaknem 20 átlagponttal kevésbé követik a tárgyalat televíziók híreit, mint az általános iskolát végzettek.

Korcsoportok és eltérő anyagi helyzet szerint azonban hasonlóan egy irányba mutató megoszlásokat nem találtunk. Kárpátalján inkább a fiatalok számítanak a kereskedelmi tévék fogyasztóinak, ám a Vajdaságban mindegyik korcsoport tagjai ugyanakkora intenzitással nézik az ott sugárzott műsorokat. Ugyanez vonatkozik az Erdélyben élő, különböző vagyoni helyzetben lévőkre is, a Vajdaságban pedig a tehetősebbek némiképpen inkább kereskedelmi tévé-orientáltak, mint a szegényebb rétegek tagjai.

A fentiek alapján összességében elmondható, hogy a kereskedelmi televíziók hírei közel ugyanolyan arányban érnek el a határon túli magyarság legkülönbözőbb rétegeihez.

Az M1 csatorna híreiből való tájékozódás az előbbinél valamelyest rétegspecifikusabbnak mondható jegyeket is tartalmaz.

13. táblázat

Az M1 csatorna műsoraiból tájékozódók* (szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	51	64	72	57
Korcsoportok szerint				
Fiatal	36	51	65	48
Középkorú	48	67	77	54
Idős	63	78	75	64
Iskolai végzettség szerint				
Általános	55	65	69	54
Szakmunkás	53	62	81	60
Érettségi	47	66	68	57
Felsőfokú	49	63	76	59
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	59	70	67	56
Alsó-közép	52	66	71	57
Felső-közép	46	63	74	55
Gazdag	52	64	76	61
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	49	64	73	55
Munkapiaci helyzet szerint				
Enyhe munkanélküli érintettség	38	60	66	49
Válságos munkanélküli érintettség	56	67	72	53

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

Ez alatt az értendő, hogy a vezető közszolgálati csatorna híreit mindegyik régióban többen nézik az életkor előre haladtával. Következésképpen a fiatalok használják a legkevésbé a közszolgálati médiumokat hírforrásként, a Felvidéken és Erdélyben például egyaránt 27 átlagponttal kevesebben nézik az M1-et, mint az ott élő idősök.

Néhány kivételtől eltekintve ugyancsak jellemző, hogy az iskolázottabbak csupán a regionális átlagoknak megfelelő arányban követik az M1 hírműsorait (kivéve a kárpátaljai diplomásokat, akik átlag fölött), amint az is (különösen Erdélyben és a Felvidéken), hogy a szegényebb rétegek tagjai néhány átlagponttal intenzívebben érdeklődnek a csatorna által kínált híradások iránt, mint a gazdagok.

A Duna TV-re a hírek miatt odakapcsolók társadalmi rétegzettsége igen sokban megegyezik az imént látott arányokkal. (13. táblázat) Elsősorban a tekintetben, hogy a legnagyobb különbséget mindegyik régióban a korcsoportok között mértük. Eszerint a Felvidéken és Erdélyben a fiatalok kétszer kisebb – mindössze 28–38 átlagpontot kitevő – intenzitással követik a Duna TV híreit, mint az idősök (66 és 77 átlagpont). Miután ez az arány mélyen alatta marad az M1 csatorna esetében tapasztalt – egyébként úgyszintén alacsony fokú – nézettségnek, nem csupán arról beszélhetünk, hogy a Duna TV igen csekély mértékben képes megszólítani a 18–35 év közötti nézőket, de egyben azt is, hogy az érintett korosztály számára a közszolgálati tartalmakat relatíve alacsony szinten ugyan, de inkább az M1 televízió közvetíti.

14. táblázat

A DUNA televízió műsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	57	46	57	50
Korcsoportok szerint				
Fiatal	38	28	48	35
Középkorú	52	47	60	48
Idős	77	66	64	60
Iskolai végzettség szerint				
Általános	74	48	52	45
Szaktanulmányos	59	48	73	55
Érettségi	53	43	52	50
Felsőfokú	50	43	61	56
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	72	61	52	43
Alsó-közép	61	49	56	52
Vagyoni helyzet szerint				
Felső-közép	51	43	61	47
Gazdag	62	43	56	64
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	54	45	58	49

Munkaiaci helyzet szerint				
Enyhe munkanélküli érintettség	38	37	53	47
Válságos munkanélküli érintettség	63	51	56	40

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

Noha jelen elemzésünk elsősorban a magyar nyelvű közszolgálati médiafelületek használatának különböző dimenzióit vizsgálja, a többségi nyelven történő televíziózás terén tapasztalható változások sem hagyhatók teljesen figyelmen kívül. Az ezzel kapcsolatos fejleményeket a 14/1–2. ábrák, valamint a 14–15. táblázatok adatsorai illusztrálják, melyek lényege röviden a következő.

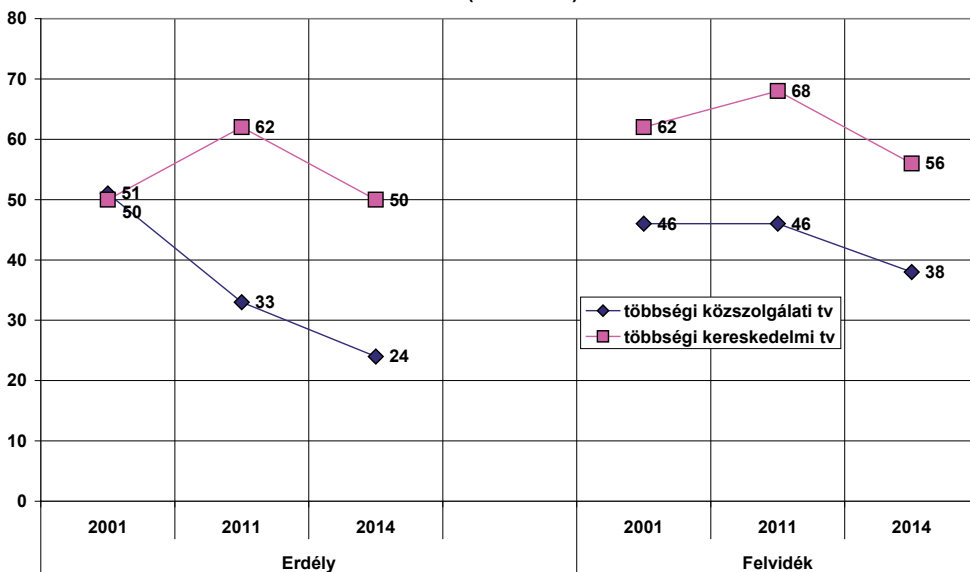
Amíg a két legnépesebb határon túli magyar régióban, Erdélyben és a Felvidéken 2011 óta számottevően (8–12 átlagponttal) csökkent a többségi nyelvű televíziók szerepe a hírfogyasztás terén (mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi), Kárpátalján és a Vajdaságban az említett csatornák híreit továbbra is a korábban mért intenzitással nézik. A román és ukrán közszolgálati televíziók súlya a legalacsonyabb (mindössze 24–25 átlagpont), aminél a szlovák és szerb hasonló csatornák híradásait némiképpen többen, mintegy 38–35 átlagpontnyi gyakorisággal követik.

A többségi nyelvű kereskedelmi televíziók súlya az említett csökkenés ellenére Erdélyben és a Felvidéken továbbra is meghatározóan nagyobb a román és szlovák közszolgálati csatornákénál (50 és 56 átlagpont), ami a Vajdaságban és Kárpátalján csupán 35–32 átlagpontot tesz ki. Következésképpen az előbb említett régiókban élők televíziózási gyakorlatának szempontjából sokkal inkább meghatározó a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók kínálata, mint az utóbbiakéban.

17/1. ábra

Ön melyik többségi nyelvű televízió csatorna híreiből tájékozik leginkább?*

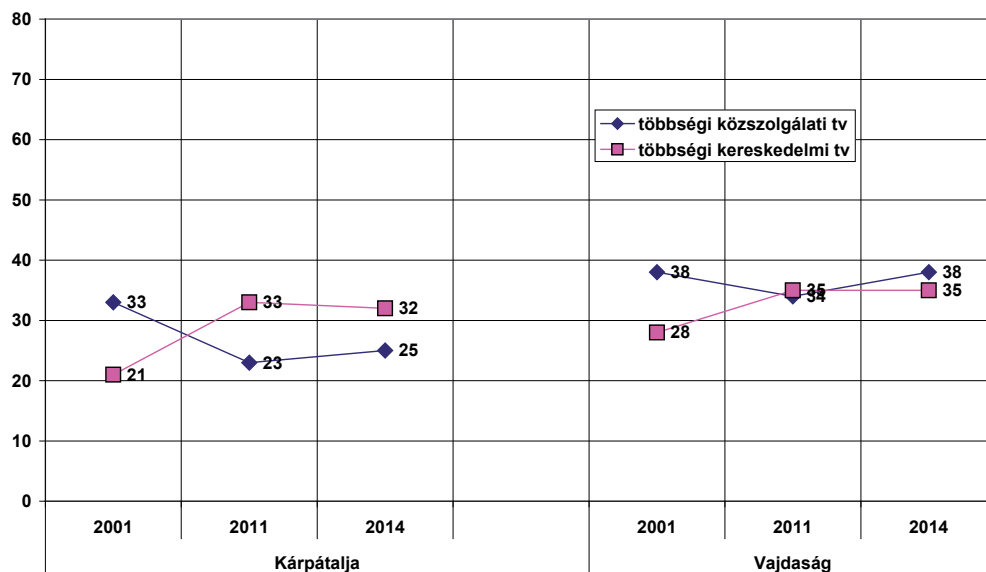
(2001-2014)



*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

17/2. ábra

Ön melyik többségi nyelvű televízió csatorna híreiből tájékozódik leginkább?
(2001-2014)



*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

A többségi nyelvű televíziók hírműsoraiból való tájékozódás regionális átlagokon belüli megoszlásai a különböző társadalmi rétegek szerint a 15. táblázatban látható részarányokat mutatják.

A román, szerb, szlovák és ukrán közszolgálati televíziók hírműsoraikat legkevésbé nézők között egyértelműen a fiatal korosztály tagjai említhetők, akik mélyen a regionális átlagok alatt – csupán alig 18–29 átlagpontot elérő arányban – kapcsolnak a tárgyalt csatornákra, emellett az iskolázatlanabb rétegekhez tartozók is ugyancsak hasonlóan alacsony gyakorisággal nézik az említett csatornákat (18–37 átlagpont). Hozzájuk képest a középkorúak, valamint az idősek már magasabb, 27–45 átlagpontnyi intenzitással követik a többségi nyelvű közszolgálati adók hírműsoraikat.

A többségi nyelvű kereskedelmi televíziók műsoraiból tájékozódik derékhadát ugyancsak a középkorosztályhoz tartozók adják, mellettük pedig a legjobb anyagi helyzetben lévők nézik a regionális átlagok fölötti arányban ezeket a csatornákat. A legkevésbé többségi nyelvű kereskedelmi televízió függőknek az alacsonyabb státusú rétegek tagjai, az általános iskolát végzettek, valamint a szegények bizonyultak, akik 26–38 átlagpontnyi gyakorisággal kapcsolnak hírek miatt csupán az említett televíziók műsoraira.

15. táblázat

A többségi nyelvű közszolgálati televíziók hírműsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	24	38	25	38
Korcsoportok szerint				
Fiatal	18	28	18	29
Középkorú	27	41	32	40
Idős	29	45	26	41
Iskolai végzettség szerint				
Általános	22	29	18	37
Szaktanácsos	26	42	27	39
Érettségi	26	41	23	37
Felsőfokú	25	38	35	42
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	27	30	24	37
Alsó-közép	25	38	20	41
Felső-közép	22	37	27	35
Gazdag	32	39	36	38

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

16. táblázat

A többségi nyelvű kereskedelmi televíziók hírműsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	50	56	32	35
Korcsoportok szerint				
Fiatal	50	47	28	30
Középkorú	55	62	38	28
Idős	50	59	31	34
Iskolai végzettség szerint				
Általános	37	49	26	33
Szaktanácsos	56	62	33	35
Érettségi	56	60	31	34
Felsőfokú	52	57	43	37
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	41	38	32	30
Alsó-közép	54	52	28	35
Felső-közép	52	59	37	37

Vagyoni helyzet szerint				
Gazdag	57	62	41	34

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

A bemutatott adatsorok összességében a többségi nyelvű televíziózás relatív háttérbe szorulására utalnak a határon túli magyarság körében. Az mindenképpen elmondható, hogy az utóbbi másfél évtizedben mért tendenciákkal ellentétben a vizsgált három éves időszak alatt legalább nem fokozódott – ám alighanem csupán relatíve fékeződött le – az anyanyelven történő televíziózástól való elfordulás mértéke.

2.3.2. A magyar nyelvű televíziócsatornák műsorkínálatának megítélése

A magyar nyelvű televíziós csatornák konkrét műsorai, illetve műsortípusai nézettségi és tetszési indexeinek részletes bemutatása előtt azt vizsgáljuk, hogy válaszadóink milyen módon szereznek tudomást az adók műsorairól, valamint általában mennyire elégedettek az ezekben látható műsorkínálattal.

17. táblázat

Honnan tájékozik Ön a magyar nyelvű tévécsatornák műsorairól?* (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
televízióban megjelenő műsorajánlók (1,0)**	65,6	70,2	72,8	79,9
nyomtatott napilap/hetilap (2,5)	34,8	52,9	67,7	56,1
családtagok, rokonok, ismerősök, barátok (2,5)	36,0	54,5	55,2	48,3
teletext (4,0)	29,0	51,2	40,4	45,7
nyomtatott tévéújság (5,5)	19,9	48,8	21,5	41,2
internet (5,5)	27,3	46,1	31,1	35,9
elektronikus program magazin, ami a tévés csomagokkal jár (7,0)	12,8	24,0	12,6	16,4

* „gyakran” és „ritkán” válaszok együtt

** helyezési sorszám átlagok

Ami a napi/heti televíziós programok iránti tájékozódási forrásokat illeti, a nyomtatott tévéújságokból való informálódás nem véletlenül foglal helyet az utolsók között. A Felvidéken és a Vajdaságban ugyan relatíve magasnak mondható, ám a másik két régióban a – Magyarországon megjelenő – műsorújságokhoz való hozzáférés aránya csupán 20% körül mozog. Mindez nyilvánvalóan a terjesztési nehézségekre vezethető vissza, valamint arra, hogy az alternatív információk lehetőségei meglepően nagyfokú népszerűségnek örvendenek.

Ezek között az első helyen az adott televíziós csatornákon látható műsorajánlók találhatók (65–80% között), amit a többnyire a régiók napi- és hetilapjai mellékleteként hozzáférhető műsorprogramok követnek (35–68%). Az internetről és teletextről ennél lényegesen kisebb arányban tájékoznak (27–51%), ami még inkább igaz az elektronikus program magazinokra (13–24%).

A bemutatott megoszlások sorrendje nem mondható különösebben meglepőnek, szemben azzal, hogy a megkérdezettek személyes, interperszonális kapcsolatain keresztül milyen nagymértékben értesülnek a televíziós műsorokról. A 36–55%-os arány mindenképpen váratlanul mondható. Nemcsak amiatt, mert a műsorokról való információk igen sokféle egyéb módon hozzáférhetőek, de különösen azért, mert a BFI korábbi kutatásai egyértelműen azt jelzik, hogy a hagyományos, személyes kapcsolatok – a modern társadalmi viszonyokra másutt is jellemzően – a határon túli magyarság körében is egyre inkább veszítenek a súlyukból.

Összességében elmondható, hogy a magyar nyelvű televízió műsorok programjai iránti tájékozottság tekintetében egyik régióban sem tapasztalható említésre érdemes információhiány.

Rátérve a magyarországi televíziócsatornák által sugárzott műsorokhoz való viszonyra, válaszadóink elsőként általában értékelték ezek műsorkínálatát, amely régiók szerint döntően azonos tendenciák meglétére utal.

18. táblázat

Mennyire elégedett Ön az alábbi csatornák műsorkínálatával?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	7,1	6,3	6,8	6,4
Duna TV (1,5)**	8,1	7,2	7,6	7,3
M1 (2,7)	7,4	7,3	7,5	7,0
Duna World (3,0)	7,6	6,8	7,4	7,1
RTL Klub (3,7)	8,2	6,7	7,1	7,0
M2 (5,0)	7,2	6,7	7,3	6,7
TV2 (5,0)	8,1	6,7	7,1	6,9
HÍR TV (7,2)	6,7	5,9	6,9	5,7
M3 (8,0)	6,2	5,8	5,7	6,1
ECHO TV (9,2)	5,6	5,4	6,2	5,2
ATV (9,5)	6,1	5,0	5,6	5,3

*A kérdésre válaszolók körében. Átlagok: 1-egyáltalán nem.....10-nagyon elégedett.

**helyezési sorszám átlagok

A régióként alig eltérő átlagértékek olyannyira közeli egymáshoz, ami részletes erőssorrend megállapítását nem is tenne szükségessé. A táblázat adatsorai ennél sokkal inkább azt a tényt igazolják, hogy a műsorválasztás a néző számára az esetek többségében már önmagában egyfajta visszaigazolást/visszacsatolást jelent az adott műsorok minőségétől, nézhetőségétől függetlenül. Alighanem tehát ez az „azért nézem, mert tetszik/érdekel” attitűd tükröződik a bemutatott és alig szóródó általános elégedettségi indexekben.

19. táblázat

Mennyire elégedett Ön az alábbi csatornák műsorkínálatával?*(százalékban)

	Erdély		Felvidék		Kárpátalja		Vajdaság	
regionális átlagok	26,7	15,0	35,6	8,9	24,2	20,3	22,0	21,0
	nv	nf	nv	nf	nv	nf	nv	nf
M1	18,5	2,9	15,2	0,5	7,7	7,2	11,2	8,8
M2	23,6	4,9	27,1	1,3	27,1	10,3	16,0	10,2
M3	31,4	43,5	52,8	28,9	41,8	38,8	33,8	46,3
Duna TV	13,9	1,9	26,8	0,7	12,5	6,6	13,3	7,3
Duna World	29,1	25,5	43,3	7,8	26,0	11,8	24,2	22,1
RTL Klub	11,5	3,2	9,7	0	8,1	6,3	8,4	9,8
TV2	17,0	5,5	10,7	0	5,9	6,8	7,4	10,0
ATV	37,1	13,3	54,1	14,2	40,6	38,7	32,8	28,5
ECHO TV	43,7	28,0	61,9	18,5	38,9	39,1	38,7	35,0
HÍR TV	40,9	20,9	54,9	16,8	33,9	38,0	33,9	32,4

* nv – a kérdésre válaszolni nem tudók

nf – a csatorna nem fogható

A műsorkínálattal kapcsolatban eddig elmondottakon túl fel kell azonban hívnunk a figyelmet arra is, hogy a kérdésben megfogalmazott általános szinten a válaszadók igen számottevő arányban (42–44%-ban) nem tudtak véleményt nyilvánítani, amit részletesen a 19. táblázat adatsorai illusztrálnak. Ebből az látható, hogy a kérdésre mindegyik régióban a megkérdezettek alig több mint a fele válaszolt azokat is beleértve, akiknek háztartásában nem foghatóak az érintett televíziócsatornák.

Közel hasonló eredményre jutottunk azzal kapcsolatban is, mikor a válaszadók azt minősítették, hogy a magyarországi közszolgálati televíziócsatornák műsorai számukra általában milyen különböző értékeket/információkat hordoznak.

20. táblázat

Mennyiben igazak az alábbi állítások a magyarországi közszolgálati csatornákra?*(átlagok: 1-nem...10-igen)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	7,7	6,8	7,4	7,1
ápolják a magyar kulturális hagyományokat (1,0)**	8,5	7,7	8,4	8,2
a határon túl élő magyar közösségek számára kapcsolként szolgálnak a magyar nemzethez (2,0)	8,0	7,3	8,2	7,8
átfogó tájékoztatást nyújtanak az Önt érdeklő, érintő témákról (3,7)	7,7	7,0	7,5	7,2
tartalmas kikapcsolódást nyújtanak (4,7)	7,8	6,8	7,3	7,3
olyan típusú műsorokat is sugároznak, amilyennel más csatornákon nem találkozhat (5,7)	7,7	6,9	7,5	6,9
sokat lehet tanulni a műsoraikból (5,7)	7,9	6,9	7,3	7,1

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
hírműsoraik igazi segítséget jelentenek, hogy a nézők eligazodjanak a politikában (6,5)	7,2	6,7	7,4	6,9
olyan emberekhez szólnak, mint Ön (7,5)	7,4	6,4	7,0	6,9
olyan ismerteket közvetítenek, amelyek segítik az embereket, hogy sikeresebben elboldoguljanak mindennapi életükben (9,0)	7,2	6,3	6,8	6,6
a műsoraikban látottakat/hallottakat megbeszélheti barátaival, hozzátartozóival (10,0)	7,2	6,3	6,8	6,6

* a kérdésre válaszolók körében (a „nem tudja/nem válaszolt” nélkül)

** helyezési sorszám átlagok

A régióként tízes skálán 6,8–7,7 kitevő átlagokon belül csupán minimális szóródást regisztráltunk, melyek közül említést érdemel, hogy a relatíve legmagasabb értékeket azok az állítások kapták, melyek a magyar kultúra ápolására vonatkoznak, valamint arra, hogy a közszolgálati televíziók műsorai kapocsként szolgálnak a magyar nemzethez való összetartozás szempontjából.

21. táblázat

Mennyiben igazak az alábbi állítások a magyarországi közszolgálati csatornákra (M1, M2, Duna TV, Duna World)?* (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	20,9	25,6	15,4	15,5
átfogó tájékoztatást nyújtanak az Önt érdeklő, érintő témákról	19,9	23,6	14,4	15,6
hírműsoraik igazi segítséget jelentenek, hogy a nézők eligazodjanak a politikában	23,8	27,8	14,6	17,2
ápolják a magyar kulturális hagyományokat	19,7	21,6	12,6	12,7
tartalmas kikapcsolódást nyújtanak	18,9	22,7	13,1	14,8
sokat lehet tanulni a műsoraikból	18,2	23,0	13,7	15,4
olyan ismerteket közvetítenek, amelyek segítik az embereket, hogy sikeresebben elboldoguljanak mindennapi életükben	22,6	28,3	18,3	17,0
a határon túl élő magyar közösségek számára kapocsként szolgálnak a magyar nemzethez	20,0	24,4	12,6	14,7
olyan emberekhez szólnak, mint Ön	22,1	27,5	16,5	17,4
olyan típusú műsorokat is sugároznak, amilyennel más csatornákon nem találkozhat	23,6	27,3	20,6	21,0
a műsoraikban látottakat/hallottakat megbeszélheti barátaival, hozzátartozóival	20,9	24,4	15,0	9,1

*a kérdésre válaszolni nem tudók részaránya

Miután ez esetben is igen számottevő arányban kaptunk nem értékelhető („nem tudja”) válaszokat (15–26 százalék között), táblázatunkban bemutatjuk az ezzel kapcsolatos részletes megoszlásokat.

2.3.3. A magyar nyelvű televíziócsatornák műsorainak nézettségi intenzitása és tetszési indexei

A magyarországi közszolgálati televíziós csatornák általános megítélésének vázlatos áttekintése után rátérünk a konkrét műsorok nézettségének, valamint tetszési indexeinek bemutatására. A különböző műfajú műsorszámokra vonatkozó adatok ugyan önmagukért beszélnek, ám ezen túl kiemelt figyelmet szentelünk a határon túli magyarság anyanyelvi médiafogyasztása olyan kiemelt fontosságú műsorainak, mint a hírműsorok, valamint a magyarok lakta régiók életéről szóló magazinműsorok.

22. táblázat

Televíziós műsorpreferenciák – Nézettségi intenzitás*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	18,5	31,5	29,2	27,1
Híradó este (M1)	51,6	59,4	71,0	61,1
Duna TV Híradó	60,2	43,1	55,8	52,8
RTL Klub Híradó	62,9	61,9	62,0	55,5
Tények (TV2)	53,3	58,2	61,0	57,9
Fábry	32,6	41,3	39,3	46,9
Szálka, avagy Bagi és Nacska megakad a torkán	25,0	31,9	35,7	40,2
Édes élet	29,6	27,6	28,5	27,2
Magánnyomozók	33,2	28,9	29,7	31,7
Kékfény	27,3	23,2	31,3	29,3
Szabadság tér '89	16,3	22,2	23,2	21,7
Barátok közt	39,3	43,9	43,8	32,8
Jóban Rosszban	29,9	31,3	36,6	33,3
Éjjel-Nappal Budapest	34,7	27,8	29,3	24,2
Ma reggel	22,3	19,1	26,0	26,0
Család-barát	30,9	26,7	30,4	33,4
Őnök kérték	40,8	35,6	39,9	42,3
Hogy volt?!	20,6	21,7	24,6	29,4
Szelek szárnyán	21,7	12,7	21,5	21,8
Kívánságkosár	47,5	36,3	33,7	38,6
Kárpát-Expressz	29,7	20,2	47,0	35,9
Közbeszéd	23,0	11,8	17,3	19,9
Térkép	27,9	17,8	16,5	28,9

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Magyarlakta – vidékek krónikája	26,7	24,1	25,5	35,2
Határtalanul magyar	21,9	20,6	23,9	28,5
Átjáró	20,0	14,2	18,0	21,9
Hazajáró	37,6	29,6	33,3	34,5
Székely kapu	23,3	17,6	13,9	20,7
Íz-Őrzők	25,0	28,1	25,1	29,9
Öt kontinens	14,8	13,9	15,6	21,8
Szerelmes földrajz	18,8	17,3	12,7	22,8
Koncertek az A38-as hajón	9,4	16,6	10,1	21,5

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

23. táblázat

Televíziós műsorpreferenciák – Tetszési index*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	51,5	54,0	55,4	51,9
Híradó este (M1)	67,0	64,5	73,4	68,5
Duna TV Híradó	72,1	63,8	69,7	66,5
RTL Klub Híradó	73,9	60,8	59,4	62,2
Tények (TV2)	70,5	59,4	62,5	62,8
Fábry	51,8	59,8	53,6	62,9
Szálka, avagy Bagi és Nacsá megakad a torkán	44,1	53,6	54,2	59,8
Édes élet	44,1	32,5	35,4	36,6
Magánnyomozók	51,7	45,8	45,2	46,9
Kékfény	47,3	47,7	49,5	47,2
Szabadság tér '89	33,9	54,5	50,1	43,5
Barátok közt	54,3	53,4	53,9	47,4
Jóban Rosszban	46,1	46,9	48,1	46,0
Éjjel-Nappal Budapest	47,4	34,9	38,1	35,5
Ma reggel	47,1	51,2	54,2	51,0
Család-barát	56,6	58,4	63,1	60,9
Őnök kérték	65,2	66,9	62,9	60,2
Hogy volt?!	46,7	57,7	55,1	50,7
Szelek szárnyán	45,1	43,8	48,7	43,9
Kívánságkosár	68,1	64,3	60,4	57,8
Kárpát-Expressz	55,6	59,0	71,4	60,1
Közbeszéd	43,8	44,1	50,6	43,6
Térkép	51,8	50,6	54,8	52,0
Magyarlakta–vidékek krónikája	52,9	60,9	64,4	59,9
Határtalanul magyar	48,0	57,6	60,7	53,3
Átjáró	44,3	50,9	54,4	42,5
Hazajáró	62,7	69,2	69,6	57,4
Székelly kapu	50,5	52,4	53,4	43,1
Íz-Őrzők	50,1	61,9	61,8	56,3
Öt kontinens	36,0	47,4	52,4	43,6
Szerelmes földrajz	45,1	52,0	47,4	45,6
Koncertek az A38-as hajón	25,4	50,6	39,5	42,5

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem tetszik....100-nagyon tetszik

Elsőként a hírműsorok (az M1, Duna TV, RTL Klub és TV2 esti híradóinak) összesített mutatóit láthatjuk, amelyek az összes vizsgált műsorszám közül a legmagasabb nézettséggel bírnak. (23/1. táblázat) Még hozzá régiók szerint ritkán tapasztalható megegyező arányban, hiszen Kárpátalján kívül válaszadóink egyaránt 57 átlagpontnyi intenzitással nézik a Magyarországról sugárzott esti hírműsorokat.

23/1. táblázat**Hírműsorok nézettségi intenzitása és tetszési indexe**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
nézettség*	57	57	62	57
tetszési index**	71	62	66	65

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem tetszik...100-nagyon tetszik

A hírműsorok nézettsége tekintetében Erdélyben és a Felvidéken árnyalatnyi különbséggel az RTL Klub vezet, míg Kárpátalján és a Vajdaságban az M1 esti híradója az első. A Duna Televízió híradójának nézettsége három régióban is az utolsó helyre került (a Felvidéken és a Vajdaságban lényegesen elmaradva a többi hírműsörtől), Erdélyben viszont a második helyen végzett, alig néhány átlagponttal az RTL Klub mögött.

A tetszési index azonban több régióban sem tükrözi automatikusan a nézettségi sorrendet. Az RTL Klub híradója e tekintetben csupán egy régióban, Erdélyben őrizte meg – igen szűken – a vezető helyét, míg a többi területen az M1 esti híradója vezet, nem sokkal a Duna TV előtt.

Az említett adatok összességében azt mutatják, hogy a magyarországi kereskedelmi televíziók – amint azt korábban láttuk – őrzik ugyan első helyüket a nézettség szempontjából, ami azonban a napi hírfogyasztást illeti, a közszolgálati csatornák hírműsorainak tetszési indexei – amit akár egyfajta hitelesség mérceként is értelmezhetünk – már több régióban is nem csupán elérték, de meg is előzték a kereskedelmi televíziók túlnyomórészt bulvár és szenzációhajhász tartalmakat hordozó híradóit.

A határon túli magyarsághoz, mint célcsoporthoz szóló közszolgálati magazinműsorok már közel sem produkálnak a hírműsorokéhoz mérhető nézettséget.

23/2. táblázat**A határon túli magyarsággal foglalkozó magazinműsorok nézettségi intenzitása és tetszési indexe**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
nézettség*	29	22	27	32
tetszési index**	53	57	61	54

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem tetszik...100-nagyon tetszik

A táblázatban látható nézettségre vonatkozó adatsorok annak ellenére számottevően alacsonyabbak az imént látottaknál (mindössze 22–32 átlagpontot tesznek ki), hogy a mindenütt kiugró népszerűségnek örvendő Kívánságkosár című műsort is ebbe a kategóriába soroltuk. A tárgyalt műsортípusok tetszési indexei azonban már lényegesen magasabbak (53–61 átlagpont között), ami arra utal, hogy a relatíve alacsony számú nézők számára fontos és tartalmas információkat hordoznak.

Az egyes konkrét magazinműsorok közötti rangsor régióként mutat mind egyezéseket, mind eltéréseket. Az említett Kívánságkosár három régióban vezető helyet foglal el a nézettség szempontjából, ám a Kárpát-Expressz és a Magyarlakta című műsorok ugyancsak jelentős nézettséggel rendelkeznek.

A műsorok tetszési indexei még inkább a vizsgált magazinműsorok népszerűségét bizonyítják, hiszen a Kárpát-Expressz két régióban (Kárpátalja és a Vajdaság) az első, míg Erdélyben a második legnépszerűbb magazinműsornak bizonyult, a Magyarlakta–vidékek krónikája című műsor pedig már három régióban is a második helyet foglalja el ebben a rangsorban.

Az említett adatsorok összességében azt a tendenciát látszanak igazolni, hogy a napi hírinformációk, illetve a kulturális tartalmak anyanyelven való fogyasztása terén a magyarországi közszolgálati televíziók műsorai relatíve erős pozíciókra tettek szert a határon túli magyarság jelenlegi médiahasználatában.

Mindennek az sem mond ellent, hogy – amint az a 22–23. táblázatokban bemutatott adatokból látható – a most részleteiben külön nem elemzett szórakoztató, tömegkulturális és fogyasztás-orientált műsorszámok továbbra is jelentős részt képviselnek válaszadóink televízió-nézési gyakorlatában.

Mindazonáltal elmondható, hogy legutóbbi kutatásunk óta a kereskedelmi és közszolgálati televíziók műsorainak nézettsége között nem nőtt, hanem relatíve csökkent a kereskedelmi tévék javára korábban hosszú ideig folyamatosan növekvő előny.

Miután a most bemutatott, pusztán a konkrét műsorszámok nézettségének és tetszési indexeinek külön-külön vizsgált szerteágazó adatsorai alapján kevésbé áttekinthetően követhetők csupán nyomon a határon túli magyarok televízió nézési szokásai, a továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy az egyes televíziós műsortípusok szerint milyen tendenciák figyelhetők meg a 2011 óta bekövetkezett változások tekintetében.

Ez esetben adataink nem az egyes televíziócsatornák, hanem az általuk sugárzott műsortípusok nézettségi intenzitásának mértékét és népszerűségének fokát szemléltetik. Elsőként a műsortípusok nézettségi intenzitásával kapcsolatos adatsorokat ismertetjük, melynek során ezeket három olyan kategóriába soroltuk, melyeket már korábbi kutatásaink során is alkalmaztunk. Ezek: az értékörző-, a tömegkulturális- és a politikai/közéleti műsortípusok. A felsorolt kategóriákon belüli megoszlásokat aszerint rendeztük sorrendbe, hogy az adott műsortípusok a transzponált skálaátlagok alapján mind a négy régióban hányadik helyen végeztek. Az így kialakult helyezési sorszám átlagok¹⁸ alapján kialakult erőssorrendeket a 24. táblázat adatsorai szemléltetik.

Az értékörző műsorok kategóriáján belül az ismeretterjesztő filmek, hagyományörző, valamint a határon túli magyar közösségek helyzetével foglalkozó műsorok végeztek az első három helyen (42–60 átlagpont), míg a többi értékörző műsortípus (művészfilmek, vallási-irodalmi- és komolyzenei műsorok) ezek mögött számottevően lemaradva csupán 13–43 átlagpontnyi nézettséggel bír.

Az értékörző műsorok regionális átlagai egymáshoz nagyon közeliek (40–42 átlagpont), csupán a felvidékiek esetében mondható, hogy a többi régióban élőkhez képest relatíve kisebb intenzitással (35 átlagpont) követik a tárgyalt műsortípusok adásait.

18 A régiókban elért helyezési számokat összeadtuk, majd négyvel osztottuk, melynek következtében a minél kisebb helyezési sorszám átlagot elért műsortípusok minősültek a népszerűbbnek.

24. táblázat

Televíziós műsортípus preferenciák – Nézettségi intenzitás*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Értéktörző műsorok				
Regionális átlagok	42,3	35,1	39,1	41,9
ismeretterjesztő filmek (1,5)**	50,5	59,9	55,6	64,3
hagyományörző műsorok (2,0)	53,7	43,5	48,1	58,1
a határon túl élő magyar közösségekkel foglalkozó műsorok (2,5)	47,8	39,8	56,0	52,5
művészfilmek (5,0)	34,8	28,6	30,9	33,9
vallási műsorok (5,0)	41,5	23,5	43,1	32,4
irodalmi műsorok (5,0)	36,4	32,3	27,0	33,2
komolyzenei műsorok (7,0)	31,9	18,1	13,6	19,4
Tömegkulturális műsorok				
Regionális átlagok	46,2	46,8	45,2	45,6
vígjátékok (1,7)	60,2	67,9	57,9	62,7
szórakoztató műsorok (2,2)	58,9	63,7	58,8	64,6
vetélkedők (3,2)	57,2	63,8	54,4	63,5
zenei vetélkedők (3,7)	59,8	55,9	54,6	52,5
mozifilmek (4,5)	50,7	67,5	53,3	58,6
bűnügyi filmek (6,5)	47,2	46,0	51,7	51,9
könnyűzenei műsorok (8,5)	48,4	43,7	45,0	45,1
napi magyar sorozatok (Barátok közt, Jóban rosszban) (8,7)	41,2	48,7	47,8	37,2
régi magyar tévésorozatok (8,7)	42,0	44,5	43,5	45,9
régi magyar fekete-fehér filmek (8,7)	47,2	44,1	41,2	50,2
kíváncságműsorok (9,0)	50,8	39,7	43,1	39,9
napi „reality” sorozatok (Éjjel-nappal Budapest, Édes élet, Magánnyomozók) (12,5)	40,3	33,8	34,5	31,5
romantikus sorozatok (13,0)	31,9	30,2	35,7	34,1
valóságshow-k (13,5)	35,1	31,6	29,1	28,4
külföldi szappanoperák (15,0)	22,5	22,3	27,7	19,3
Politikai/közéleti műsorok				
Regionális átlagok	35,9	37,3	39,2	34,2
hírműsorok (1,0)	70,9	67,9	73,4	68,8
politikai vitaműsorok (stúdióbeszélgetések) (2,0)	23,0	29,4	30,6	22,8
politikai (nézői) betelefonálás véleményműsorok (3,0)	13,9	14,7	13,7	11,2

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha nem nézi...100-gyakran nézi

** helyezési sorszám átlagok

Némiképpen meglepetésnek mondható, hogy a tömegkulturális műsorok az előbbi kategóriánál alig számottevőbb nézettséget élveznek (a regionális átlagok 45–46 átlagpontot tesznek ki).

A tömegkulturális műsортípuson belül kialakult sorrend a következő: igen meghatározó előnnyel vezetnek a vígjátékok, a humoros szórakoztató műsorok, a zenei és egyéb vetélkedők, valamint a mozifilmek (50–68 átlagpont).

A nézettség szempontjából a következő műsортípusok jelentik a középmezőnyt: bűnügyi filmek, könnyűzenei műsorok, napi magyar sorozatok, régi magyar tévésorozatok és fekete-fehér filmek, valamint a kívánságműsorok (40–52 átlagpont).

A sereghajtó tömegkulturális műsorszámok között a nézettség tekintetében jelentősen leszakadva a napi „reality” és romantikus sorozatokat, a valóságshow-kat, valamint a külföldi (nagyreszt latin-amerikai) szappanoperákat tarthatjuk számon¹⁹ (19–35 átlagpont).

A közéleti/politikai műsортípusok nézettségével kapcsolatban különösebb meglepetéseket nem tapasztaltunk. Első helyen a korábban már említett, és a határon túli magyarság túlnyomó többsége számára magas fokú prioritást élvező hírműsorok szerepelnek (68–73 átlagpont), melyek mögött számottevően lemaradva a politikai vitaműsorok (23–30 átlagpont) és a politikai betelefonálás véleményműsorok következnek (11–15 átlagpont).²⁰

A magyar nyelvű televíziós műsортípusok nézettségi adatai összességében azt mutatják, hogy a mind formai, mind tartalmi szempontból különböző műfajokba tartozó műsorok figyelemmel kísérése mindegyik határon túli magyar régióban a korábbi kutatásaink során tapasztaltnál relatíve kiegyensúlyozottabbá vált.

Mindazonáltal a nézettségi mutatók a televízió nézési gyakorlatnak csupán egyik szeletét képviselik, amelyhez szorosan kapcsolódik a vizsgált műsортípusok népszerűségi indexe is. A továbbiakban ezzel kapcsolatos adatainkat elemezzük, ezúttal idősoros összehasonlításban is.

19 A trash-, vagy gagyi műfajába tartozó műsorok nézettségével kapcsolatos adatainkat – korábbi gyakorlatunknak megfelelően – ezúttal is tanácsos kellő óvatossággal kezelni. Valószínű ugyanis, hogy nézettségük az általunk regisztráltnál némiképpen magasabb, ám a műfaj negatív erkölcsi megítélése miatt az ezeket bármilyen gyakorisággal néző válaszadók bizonyos része alighanem hajlamosnak mutatkozott szándékosan alulbecsült adatokat közölni kérdezőbiztosainkkal.

20 A most tárgyalt három televíziós műsортípus-kategória csaknem teljesen lefedi a műsorkínálatot, ám néhány műsorszám ennek ellenére egyik típusba sem volt besorolható. Ezek nézettségi indexei a következők: gyermekműsorok (25–30 átlagpont), sportközvetítések (38–52 átlagpont), reklámok (24–27 átlagpont). Rajtuk kívül terjedelmes kérdésközpontunk tartalmazta még a betelefonálás jóslás-, valamint a vásárlási műsorokat is, melyekkel azonban rendkívül alacsony, mindössze 3–7 átlagpontnyi nézettségük miatt a továbbiakban nem foglalkozunk.

25. táblázat

Televíziós műsортípus preferenciák – Tetszési indexek*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	54,9	54,3	53,8	53,8
vetélkedők	73,4	71,8	68,1	75,0
ismeretterjesztő filmek	68,0	72,2	71,4	76,2
reklámok	26,2	23,4	17,8	20,3
bűnügyi filmek	61,4	57,7	61,5	62,9
művészfilmek	52,2	50,7	48,2	48,8
hagyományörző műsorok	67,6	63,1	64,7	71,8
gyerekműsorok	47,0	53,6	52,9	53,1
könnyűzenei műsorok	64,5	61,5	61,2	60,9
komolyzenei műsorok	50,9	47,8	39,6	40,9
irodalmi, művészeti, kulturális műsorok	54,9	56,4	49,8	52,9
vallási műsorok	58,8	51,6	61,9	51,2
hírműsorok	74,6	65,3	73,1	70,2
politikai vitaműsorok (stúdióbeszélgetések)	36,1	43,7	47,4	38,0
politikai (nézői) betelefonálás véleményműsorok	29,8	37,6	36,7	28,1
sportközvetítések	54,6	63,3	54,5	57,6
valóságshow-k (Való Világ)	49,2	39,5	40,1	43,2
zenei vetélkedők (X-faktor)	70,9	60,7	63,9	65,7
kíváncságműsorok	64,2	57,8	59,9	55,2
betelefonálás jóslásműsorok	20,4	29,3	24,5	21,0
televíziós vásárlás műsorok	22,2	29,9	25,1	21,9
napi magyar sorozatok (pl. Barátok közt, Jóban rosszban)	55,2	56,4	56,8	51,3
külföldi szappanoperák	40,5	43,1	41,9	35,1
régi magyar tévésorozatok	60,9	61,1	61,2	63,6
napi „reality” sorozatok (pl. Éjjel-nappal Budapest, Édes élet, Magánnyomozók)	54,0	44,0	44,2	44,9
régi magyar fekete-fehér filmek	64,6	62,5	60,0	66,3
romantikus sorozatok	49,7	49,9	50,8	50,6
vígjátékok	74,0	73,3	70,4	73,7
mozifilmek	65,8	73,0	66,2	70,9
humoros szórakoztató műsorok	72,8	71,4	69,8	75,2
a határon túl élő magyar közösségekkel foglalkozó műsorok	64,1	59,0	71,2	67,9

* 100-as skálára transzponált átlag: 1-egyáltalán nem tetszik...100-nagyon tetszik

A tetszési indexeket tartalmazó 25. táblázat adatsorait ezúttal két okból nem csoportosítjuk az egyes műsортípusok szerint. Egyfelől azért, mert az ezt követő grafikonokon mindezt idő-

soros összehasonlítás formájában megteesszük. A műsortípusok szerinti beosztástól való eltekintést ezen túl főként az indokolja, hogy a nézettségi intenzitással kapcsolatban tapasztalt sorrendek igen nagy gyakorisággal azonosak a népszerűségi mutatók kapcsán is.

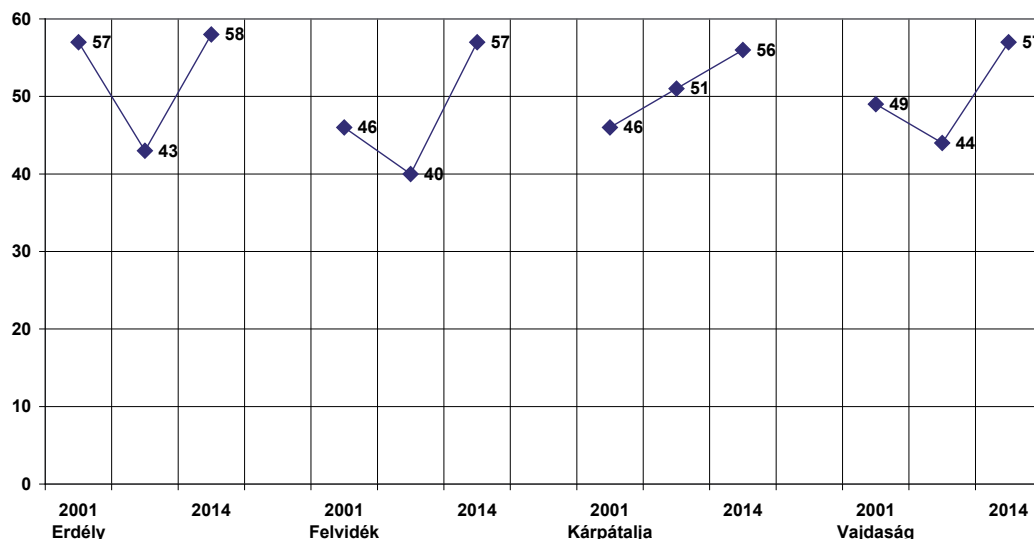
Ennek lényege, hogy a korábban látott erősrend szinte hiánytalanul ugyanaz maradt a népszerűségi indexek esetében is, azzal a különbséggel, hogy utóbbiak mintegy 8-10-12 átlagponttal magasabbak, mint azt a nézettség esetében tapasztaltuk, ami nem mondható váratlan fejlemények. Csupán arról – a korábban már említett – gyakorlatról van szó, hogy a tetszési index magának a műsorválasztásnak a megerősítéseként funkcionál. Magyarán: a megkérdezettek által választott műsortípusokkal való magasabb elégedettségi fok nem más, mint a nézői döntés egyszerű visszaigazolása (a választott alternatíva felértékelése).

Miután tehát a műsortípusok imént alkalmazott panelek mentén történő csoportosítása a népszerűségi indexek esetében döntően hasonló megoszlásokat (sorrendiséget) eredményezne, a televízió-nézési folyamatok változása szempontjából sokkalta hasznosabb, ha jelenlegi adatainkat összehasonlítjuk a korábbi (2001 és 2011-es) kutatásaink eredményeivel.

Ennek példája látható a következő grafikonokban, melyek közül elsőként az értékörző műsorokkal kapcsolatos népszerűségi index változásokat mutatjuk be.

18. ábra

Magyar nyelvű értékörző televíziós műsortípusok népszerűségi indexeinek változása (2001-2014)



„Ön mennyire kedveli a felsorolt magyar nyelvű értékörző televízió műsortípusokat?” (ismeretterjesztő- és művészfilmek, hagyományörző-, kulturális- és vallási műsorok)

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem....100-nagyon

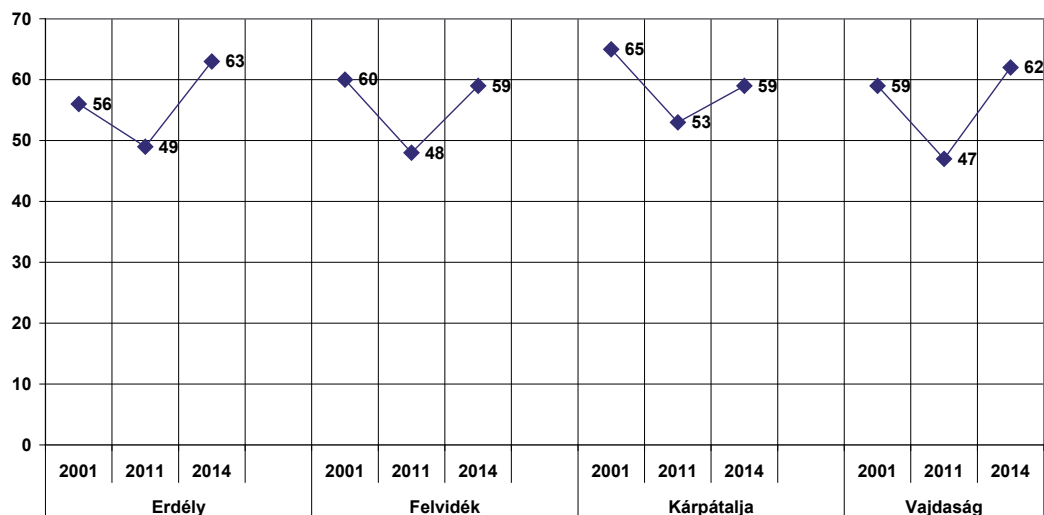
A 18. ábra adatsorai kellőképpen igazolják azt a korábban már említett tendenciát, mely szerint az értékörző műsorok pozíciói javultak a vizsgált három éves időszak alatt. E téren 2011-hez képest három régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) is jelentős, mintegy 13–17

átlagpontos népszerűség növekedést regisztráltunk, Kárpátalján pedig – 2001 óta ugyan mindössze 10 átlagpontnyi, ám – folyamatosan növekvő gyarapodást. Mindez azt jelenti, hogy a 2011-ben tapasztalt visszaesés után jelenleg mindegyik régióban a több mint tíz évvel ezelőtti magasnak mondható szintet érte el az értékőrző műsorok népszerűsége. Miután a BFI értékrend- és asszimiláció kutatásai igen sok vonatkozásban vészjósló mértékű értékrend erodálódást és identitásvesztést jeleznek a vizsgált magyar közösségek körében, a hagyományos értékeket közvetítő műsортípusok bemutatott arányban növekvő népszerűsége egyértelműen pozitív fejleményként értékelendő.

A tömegkulturális televíziós műsортípusok népszerűségének változása terén az előbb látottakhoz közel hasonló tendenciákat tapasztaltunk.²¹ A 2011-hez képest 8–15 átlagpontnyi növekedés azonban nem jelenti egyben a tárgyalt tömegkulturális tartalmak további térnyerését, tekintettel az értékőrző műsортípusok népszerűségének ugyanilyen, vagy relatíve még nagyobb mértékű gyarapodására.

19. ábra

Magyar nyelvű tömegkulturális televíziós műsортípusok népszerűségi indexeinek változása (2001-2014)



„Ön mennyire kedveli a felsorolt magyar nyelvű tömegkulturális televízió műsортípusokat?”(vetélkedők, krimik, könnyűzene, valóságshow-k, zenei vetélkedők)

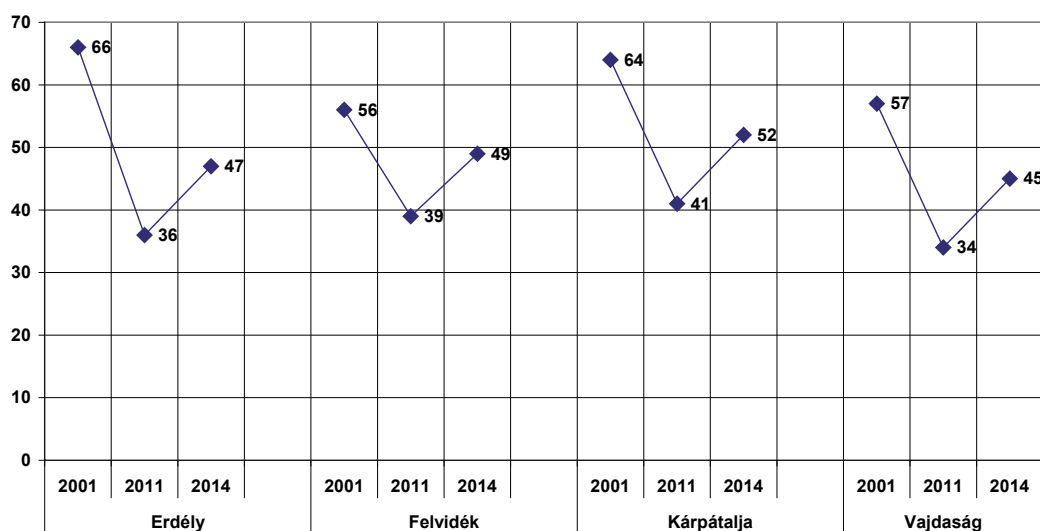
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem....100-nagyon

21 Az idősoros összehasonlításban csupán azoknak a tömegkulturális műsортípusoknak regionális átlagai szerepelnek, melyeket már 2001/2011-ben is vizsgáltunk. A mostani kutatásunk során újonnan bekerült tömegkulturális műsортípusok tetszési indexei az előző (25.) táblázatban külön kategóriákként kerültek bemutatásra.

A közéleti/politikai műsortípusok népszerűsége nagyságrendileg ugyancsak az előbb látott arányban növekedett az elmúlt három év során. A 2011-hez képest mintegy 10–11 átlagpontot kitevő növekedés tekintélyes mértékűnek mondható, ami a három évvel ezelőtt mért mélyponthoz képest azt mutatja, hogy a határon túli magyar közösségek tagjai közéleti/politikai érdeklődésének korábban tapasztalt „kiürülése” nem eszkalálódott tovább.

20. ábra

Magyar nyelvű politikai/közéleti televíziós műsortípusok
népszerűségi indexeinek változása
(2001-2014)



„Ön mennyire kedveli a felsorolt magyar nyelvű politikai/közéleti televízió műsortípusokat?” (hírműsorok, politikai vita- és betelefonálás véleményműsorok)

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem...100-nagyon

Mindazonáltal figyelmet érdemel, hogy a bő egy évtizeddel ezelőtt regisztrált állapothoz képest az erdélyiek jelenleg még mindig közel 20 átlagponttal érdeklődnek kevésbé a televízióközélettel foglalkozó műsorszámok iránt, ami a többi régióban is 7–12 átlagponttal marad el az ezredfordulón tapasztalt szinttől.

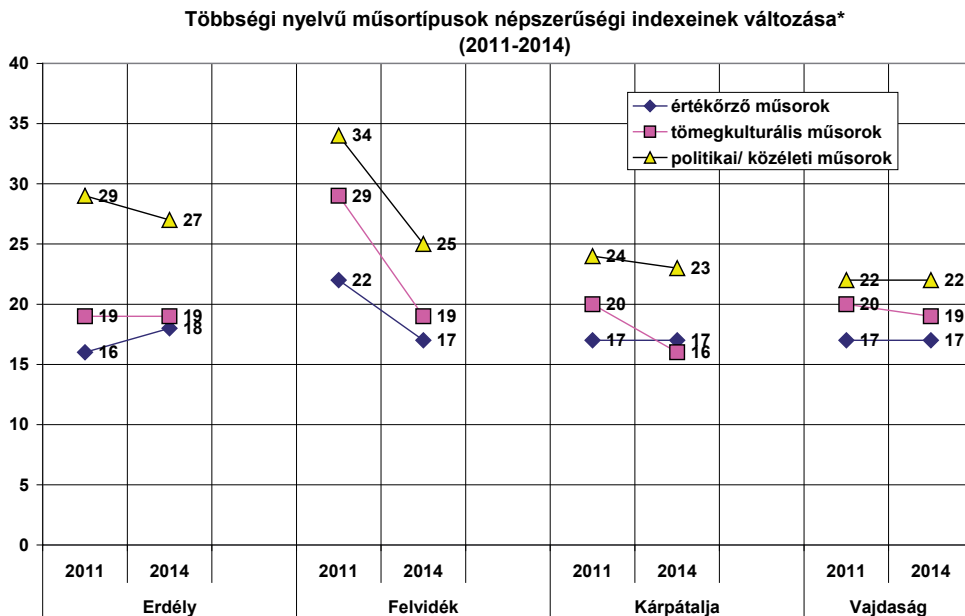
Ezek az összehasonlító adatok tehát egyfelől értékelhetők pozitív fejleményként is (a műsorok népszerűségi indexeinek növekedése mindenképpen) a határon túli magyarság korábban mért nagyfokú közéleti apátiájának mértékéhez képest. Ám csupán a későbbi kutatások eredményei lesznek képesek annak feltárására, hogy a társadalmi élet és a közösségi értékrend tekintetében egyre apolitikusabbá váló érintettek televíziók által sugárzott politikai-közéleti tartalmú információk iránti most regisztrált igényei továbbra sem mutatnak majd csökkenő tendenciát.

A tárgyalt műsortípusok relatív népszerűségét mutató kutatási adataink minden esetre a magyarországi közszolgálati adók markáns hatását bizonyítják a határon túli magyarság in-

formációs terében, ami műsorpolitikailag fokozott felelősséget is jelent az érintettek identitás megőrzése és tudatformálása szempontjából.

A televíziós műsortípusok népszerűségi indexeinek bemutatását a többségi nyelvű televíziózési gyakorlat vázlatos áttekintésével zárjuk.

21. ábra



„Ön mennyire kedveli a felsorolt többségi nyelvű televízió műsortípusokat?”

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-egyáltalán nem...100-nagyon

A grafikonon látható adatsorok legfőbb tanulsága, hogy a magyar nyelven sugárzó televízióműsorokkal kapcsolatban regisztrált idősoros (pozitív irányú) elmozdulások a többségi nyelvű műsortípusok esetében nem tapasztalhatók: három régióban (Erdély, Kárpátalja és Vajdaság) a különböző típusú műsorok népszerűsége a három évvel ezelőtt mért szinten maradt, a Felvidéken pedig mindhárom kategória szempontjából markáns csökkenés tanúi vagyunk.

Ami az utóbbi tendenciát illeti, a szlovák nyelvű televízió műsorok nagyfokú népszerűségvesztése a felvidéki magyarok körében ellentmondani látszik minden eddigi kutatási tapasztalatunknak. Miután kétség kívül ebben a régióban eszkalálódtak a legnagyobb mértékben az asszimilációs folyamatok (többségi iskolaválasztás, nyelvváltás, identitásvesztés stb.) az elmúlt két évtizedben, igencsak meglepő és a legkevésbé sem életszerű, hogy éppen az ott élők körében csökkent volna számottevő arányban mindegyik többségi nyelvű (szlovák) televízió műsortípus – különösen a szlovák kereskedelmi televíziócsatornákínálat tekintetében komoly versenytárs nélküli Markíza műsorainak – népszerűsége a többi régióhoz képest.

Erdélyben, Vajdaságban és Kárpátalján a három évvel ezelőtti népszerűségi mutatók mozdulatlanok maradtak. Ez egyfelől azt bizonyítja, hogy a digitális átállás csekély nyomot hagyott a határon túli magyarság többségi nyelvű médiafogyasztásában is.

Az alacsony népszerűségi mutatók mindegyik régióban a közéleti/politikai műsortípusok dominanciáját jelzik: többségi nyelven mindenütt ezek a műsorok bizonyultak a legnépszerűbbnek (22–27 átlagpont között). A legkisebb arányban furcsa módon Kárpátalján, ami az Ukrajnában hosszú hónapok óta dúló akut politikai válságot tekintve váratlan fejleménynek mondható. Már önmagában az is atipikus, hogy egy ilyen széleskörű – emellett a kárpátaljai magyarságot közvetlenül érintő – krízishelyzetben nem nőtt a politikai/közéleti hírek többségi forrásokból való fogyasztása.²² Miután azonban a 21. ábrán látható népszerűségi mutatók relevanciájában nincs okunk kételkedni, nagyon valószínű, hogy kárpátaljai válaszadóink a politikai folyamatokkal kapcsolatos információik zömét nem a hivatalos/közszolgálati ukrán, hanem a magyarországi televíziók hírműsoraiból szerzik.²³ Ami még inkább rávilágít az anyaországból sugárzott közszolgálati médiatartalmak fokozott felelősségére.

22 Elképzelhető azonban, hogy ezúttal is a „vajdasági magyar-szindrómának” nevezhető médiafogyasztási jelenséggel van a dolgunk. A délszláv polgárháború időszakában realizált kutatásaink eredményei ugyanis azt mutatták, hogy a vajdasági magyarság túlnyomó többsége igen rövid idő alatt határozottan elfordult a Milosevic-i háborús propagandát sugárzó szerb hírközlőeszközök használatától, és túlnyomórészt a magyar, valamint egyéb idegen nyelvű forrásokra támaszkodott.

23 Valamint – amint azt hamarosan látni fogjuk – a Kossuth Rádió híreiből.

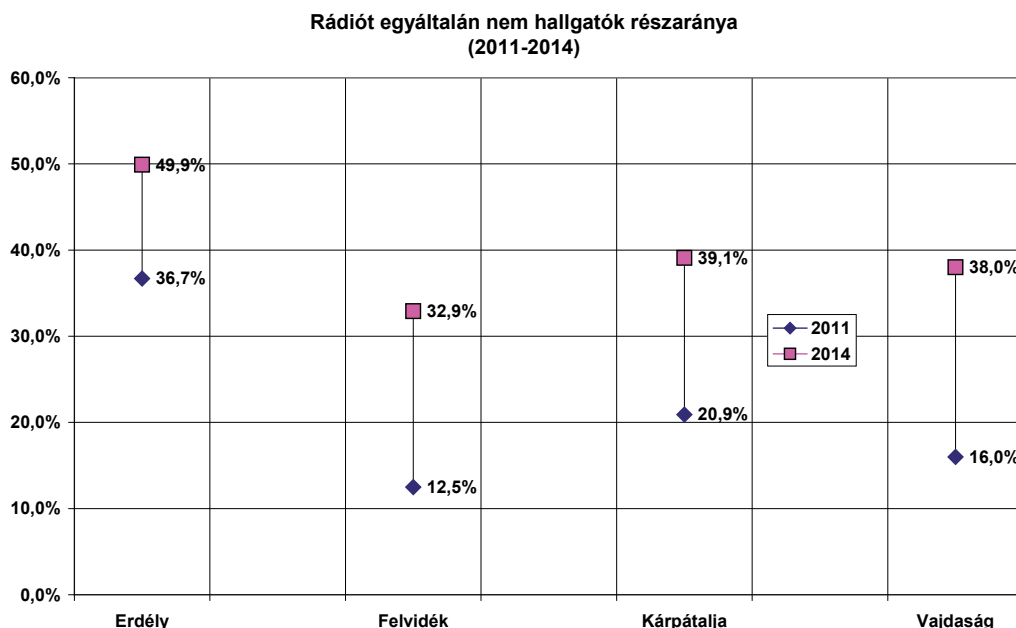
3. Rádióhallgatási szokások változása a határon túli magyarság körében

3.1. A rádiót nem hallgatók részarányának változása

A médiafelületek fiktív sorrendjében mindegyik régióban erősen leszakadva a harmadik helyen végzett – mindössze 7–14% körüli részarányt elérő – rádióhasználat a valós hallgatottsági mutatók szerint – a 2011-ben tapasztaltakhoz hasonlóan – továbbra is igen változatos, és meglepetésekkel tarkított összképről tanúskodik.

A rádióhallgatási szokások részletes áttekintése előtt azonban annak behatárolása szükséges, hogy a vizsgált határon túli magyar közösségek tagjainak mekkora hányadát érinti egyáltalán a rádióhasználat.

22. ábra



A grafikon idősoros adatai mindenütt megdöbbentő arányú rádióhallgatási visszaesést mutatnak a három évvel korábbi állapothoz képest. A rádiót egyáltalán nem hallgatók részaránya Erdélyben elérte az 50%-ot (tehát immáron minden második erdélyi magyar nem hallgat rádiót), Kárpátalján és a Vajdaságban közelít a 40%-hoz, a Felvidéken pedig minden harmadik válaszadó tartozik ebbe a kategóriába.²⁴ Utóbbiak esetében a rádiózástól elfordulók aránya a

24 A rádiózás pozícióinak nem csupán fiktív, hanem valós számottevő megrendülését mutatja, hogy a televíziót nem nézők részaránya mindössze 3–8,5%-ot tett ki (13. ábra).

vizsgált rövid időszak alatt csaknem megháromszorozódott, de Kárpátalján és a Vajdaságban is megkétszereződött.

Mindez azt jelenti, hogy a rádióhallgatási szokásokra vonatkozó, továbbiakban elemzett adataink az erdélyiek mindössze felének, a felvidékiek kétharmadának, a kárpátaljaiak és vajdaságiak pedig kevesebb, mint kétharmadának rádiózási gyakorlatára vonatkoznak.²⁵

26. táblázat

Rádiót egyáltalán nem hallgatók (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	50	33	39	38
Korcsoportok szerint				
Fiatal	51	36	41	38
Középkorú	44	35	40	36
Idős	49	21	33	37
Iskolai végzettség szerint				
Általános	55	32	43	37
Szaktanulmány	52	28	36	35
Érettségi	47	30	35	40
Felsőfokú	38	37	37	33
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	54	39	43	51
Alsó-közép	50	35	38	41
Felső-közép	45	30	36	30
Gazdag	47	33	37	29
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	45	28	36	35
Enyhe munkanélküli érintettség	45	35	45	38
Válságos munkanélküli érintettség	54	40	34	45

A rádiót nem hallgatók drasztikus arányú növekedése szociodemográfiai változók szerint nem mutat számottevő töréspontokat. Ez alatt az értendő, hogy tapasztaltunk ugyan kis-mértékű ingadozást az egyes társadalmi rétegek szerint, ám úgy tűnik, hogy a rádiózás említett arányú háttérbe szorulása az összes társadalmi réteg tagjait csaknem egyaránt azonos mértékben jellemzi.

Nem tapasztaltunk például e téren jelentős eltérést korcsoportok szerint, és a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők esetében is többnyire a regionális átlagoknak megfelelő visszaesést regisztráltunk. Mindazonáltal a rádióhallgatás csökkenése relatíve kevésbé érinti

25 A továbbiakban ugyan ezt külön nem jelezzük a grafikonok és táblázatok adatainak elemzése során, ám ezek minden esetben nem a teljes népességre, csupán a rádiót hallgatók régióként most bemutatott arányú részhalmazának médiahasználati gyakorlatát tükrözik.

az időseket, felső-közép anyagi helyzetben lévőköt, valamint stabil munkapiaci helyzetűeket, míg a szegényekre és a fiatalokra inkább jellemző, hogy átlag fölötti arányban nem hallgatnak egyáltalán rádiót.

A rádióhallgatástól való bemutatott arányú elfordulás szükségessé teszi annak megvizsgálását, hogy mindez milyen okokra vezethető vissza. Ezek között elsőként annak tisztázását végezzük el, hogy régiók szerint milyen arányban nem foghatók a különböző rádióadók adásai.²⁶ A 27. táblázat adatsorai azt mutatják, hogy míg Erdélyben az ezzel kapcsolatos regionális átlag 13,2%-ot tesz ki, és a Vajdaságban is 10,5%, a felvidékiek (5,0%), leginkább pedig a kárpátaljaiak (mindössze 2,5%) a vizsgált rádiók adásaihoz gyakorlatilag szinte korlátlan hozzáféréssel rendelkeznek.

27. táblázat

A háztartásokban nem fogható rádióadók (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	13,2	5,0	2,5	10,5
Többségi nyelvű közszolgálati	4,1	0,7	2,1	1,5
Többségi nyelvű kereskedelmi	4,6	2,0	0,9	1,2
Állami rádiók magyar nyelvű adásai	5,0	1,9	1,5	1,8
magyar nyelvű regionális, vagy helyi kereskedelmi adók	6,7	13,3	0,6	3,0
KOSSUTH Rádió	13,0	1,4	0,3	9,9
PETŐFI Rádió	16,6	1,9	0,6	14,1
BARTÓK Rádió	17,8	5,1	1,5	19,0
DANKÓ Rádió	19,1	7,5	2,7	19,9
magyarországi kereskedelmi rádió (Class FM)	17,7	2,6	2,1	0,3
Duna World Rádió	21,0	13,5	7,8	23,1
Magyarországról sugárzó határmenti, regionális rádiók	20,4	5,4	7,8	22,5

Ami a részleteket illeti, az látható, hogy a Magyarországról sugárzott rádióadások vétele tekintetében leginkább problematikus régiókban (Erdélyben és a Vajdaságban) 9,9–22,5%-ot tesz ki a nem fogható rádióadók részaránya, míg a másik két régióban ez az arány – a legkevésbé hallgatott Duna World Rádiót nem számítva – mindössze 0,3–7,8%. A többségi nyelvű és – ahol egyáltalán van ilyen, de leginkább Erdélyben működő – regionális magyar rádióadókhoz való hozzáférés viszont mindegyik régióban csaknem 100%-os elérhetőséget mutat.

Az anyanyelvükön magyarul rádiót már nem hallgatók – mindössze 7,3–11,8%-ot kitevő hányada a határon túli magyarság rádiózó, 33–50%-nyi részének – döntésüket első helyen azzal magyarázták, hogy helyi híreket csupán a többségi nyelvű rádióadókban találhatnak (27–46%) (28. táblázat).

Ezt a „nem fogható magyar rádióadó” hivatkozás követi (17–39%), amit újfent nem árt kellő óvatossággal kezelnünk. Valójában itt érhető tetten ugyanis az imént említett „elhá-ri-

²⁶ Az ugyan aligha vitatható, hogy valóban léteznek olyan távoli alrégiók, ahol nem foghatók bizonyos rádiók műsorai, azonban az éppúgy valószínű, hogy ezt az érvet az asszimiláns rétegek tagjai – nem tudható, milyen arányban – pusztán „elhárításként” választották.

tás-szindróma”, hiszen mindenütt – ám a Felvidéken és Kárpátalján különösen – számottevően többen hivatkoztak arra, hogy a vételi lehetőségek hiánya miatt nem hallgatnak magyar nyelvű rádiót, mint azt az előbbi táblázat ezzel kapcsolatos megoszlásai indokolják.

A magyar nyelvű rádiókat nem (vagy csupán ritkán) hallgatók szempontjai között a középmezőnyben található a többségi nyelvű rádiók jobb műsorkínálatára vonatkozó érvelések (17-42%), s közel ugyanekkora arányban vezethető vissza az anyanyelvi rádiók hallgatásától való elfordulás családi okokra (a családtagok nem kívánnak magyar nyelven sugárzó rádiókat hallgatni).

Végezetül említést érdemel, hogy igen számottevő mértékben szóródik azon, magyar rádiókat nem hallgatók véleménye, akik szerint számukra „nem érdekesek a magyarországi hírek, események” (Kárpátalja – 3,2, Erdély – 32%).

28. táblázat

Mi az oka, hogy nem, vagy csupán ritkán hallgat magyar nyelvű rádiót?* (százalékban)

	Erdély (8,0%)*	Felvidék (7,3)*	Kárpátalja (7,5%)*	Vajdaság (11,8%)*
helyi híreket csak többségi nyelvű adókon találok (1,5)**	46,3	27,1	32,3	36,5
nem fogható magyar adó (3,0)	27,7	17,1	30,3	38,9
jobb a műsorkínálata a nem magyar nyelvű csatornáknak (4,0)	37,9	7,1	38,7	17,3
a családom/környezetem más nyelvű adókat akar hallgatni (4,7)	14,9	14,3	29,0	23,1
nem találok meg azt a fajta műsort a magyar adókon, ami igazán érdekel (5,0)	42,4	6,4	32,3	15,4
nem érdekesek számomra a magyarországi hírek, események (5,7)	32,3	8,5	3,2	15,4
a sportműsorok kedvéért nézek nem magyar nyelvű adót (7,2)	9,7	7,1	9,7	9,6

* A magyar nyelvű rádiókat nem (soha), vagy ritkán hallgatók regionális megoszlása szerint. (Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.)

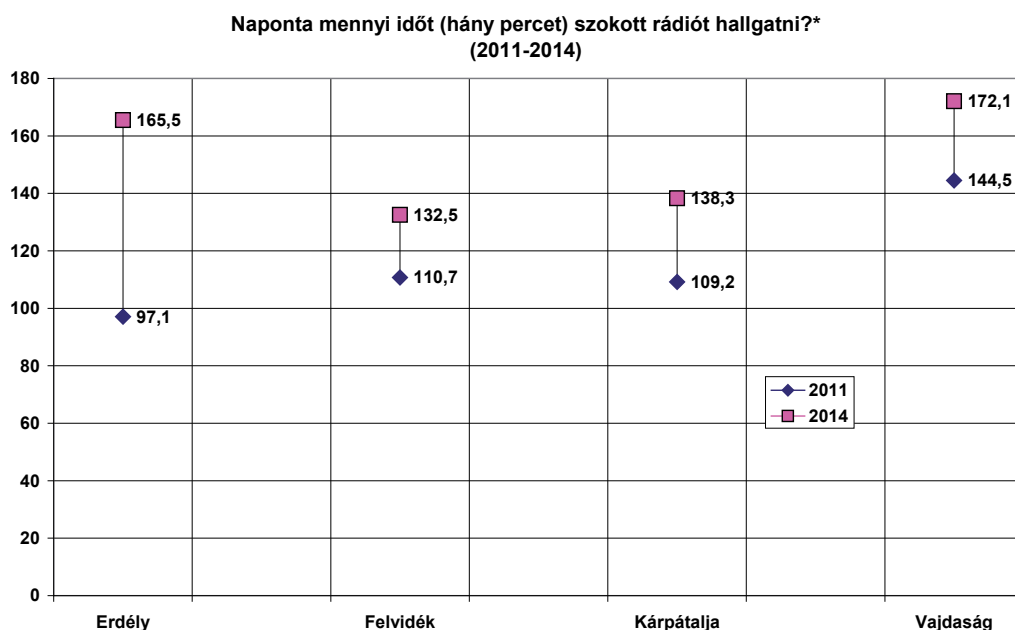
** helyezési sorszám átlagok

Bármilyen szerteágazó tendenciákat, háttér motivációkat és egyéb objektív-szubsjektív okokat találtunk is azonban a rádiózástól elfordulókval kapcsolatban, a végeredményt tekintve nem sok kétségünk lehet afelől, hogy a vizsgált igen rövid időszak alatt a rádióhallgatás erőteljesen veszített korábbi pozícióiból, önmagában is, ám különösen a két vezető médiafelülethez, a televízióhoz és az internethez képest. Ezt az általános, mindegyik régióra érvényes tapasztalatot szem előtt tartva a továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy a rádiót hallgatókat (az erdélyiek felét, a kárpátaljaiak és a vajdaságiak 60%-át, a felvidékieknek pedig a kétharmadát) milyen rádióhallgatási gyakorlat jellemzi.

3.2. A rádióhallgatásra fordított idő

Tekintettel az imént bemutatott erőteljesen negatív tendenciákra még inkább meglepő, hogy a rádiózás mellett kitartók viszont a három évvel ezelőttinél lényegesen több időt töltenek rádiózással (23. ábra). Leginkább Erdélyben, ahol egy órával többet hallgatnak rádiót, mint 2011-ben, ám Kárpátalján és a Vajdaságban is mintegy napi fél órával többet rádióznak, mint tették ezt korábban. Ezek az adatsorok eléggé egyértelműen arra utalnak, hogy a vizsgált időszakban ugyan drasztikusan csökkent a rádióhallgatók száma, ám akik továbbra is ezt a médiafelületet választják, a korábbinál sokkal intenzívebben használják azt.

23. ábra



* regionális átlagok

Látszólag úgy tűnik tehát, hogy a rádióműsorok hallgatottsága a határon túli magyarság körében alig marad el a televíziózás napi gyakorisága mögött²⁷, mindez azonban – mint utaltunk rá – csupán a népesség mintegy felére, kétharmadára vonatkozik.

A rádiózőkon belül társadalmi rétegek szerint az alábbi eltérő tendenciák érvényesülnek a rádióhallgatásra fordított idő szempontjából (27. táblázat). Korcsoportok szerint egyértelműen mindenütt az idősek hallgatnak rádiót a legtöbbet (150–193 perc között), míg a fiatalok és középkorúak csupán a regionális átlagok alatti mértékben (106–155 perc). Az alacsonyabb társadalmi státusú rétegek – az általános iskolát végzettek, szegények, alsó-közép anyagi helyzetűek, valamint a válságos munkanélküli érintettségűek – rádiózás mellett kitartó tagjai viszont (akik között, mint láttuk, igen nagymértékben vannak rádiót már egyáltalán nem

27 Mint emlékezhetünk, ennek aránya napi 144–166 perc közötti (11. ábra).

hallgatók) jóval átlag fölötti időt fordítanak rádióhallgatásra (146–220 perc között). Rájuk tehát az jellemző, hogy közülük ugyan kevesen hallgatnak rádiót, ám akik igen, azok sokat. Velük ellentétben az iskolázottabb rétegek tagjai mélyen átlag alatti arányban fordítanak csupán időt a rádiózásra (103–122 perc).

Mint láthattuk, a határon túli magyarság rádiózási gyakorlata szempontjából egyszerre két – egymásnak részben ellentmondó – tendencia érvényesül. Egyfelől rohamos elfordulás ettől a hagyományos médiafelülettől, amelyhez azonban paradox módon növekvő rádióhallgatásra fordított idő társul a népesség felének-kétharmadának esetében.

29. táblázat

Naponta hány percet szokott rádiót hallgatni?

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	165	132	138	172
Korcsoportok szerint				
Fiatal	155	106	130	148
Középkorú	137	121	135	182
Idős	193	181	150	172
Iskolai végzettség szerint¹⁴⁶				
Általános	196	146	146	194
Szakmunkás	192	127	140	167
Érettségi	156	129	148	178
Felsőfokú	122	121	103	104
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	172	171	171	220
Alsó-közép	177	144	129	155
Felső-közép	148	114	147	174
Gazdag	191	137	103	104
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	134	126	132	157
Enyhe munkanélküli érintettség	214	111	133	199
Válságos munkanélküli érintettség	171	197	142	177

A rádiózásra fordított idővel kapcsolatos, időben számottevően változónak bizonyult tendenciák bemutatása után azt vizsgáljuk, hogy válaszadóink milyen technikai eszközök segítségével, milyen helyszíneken, és milyen gyakorisággal hallgatnak rádiót.

3.3. A rádióadások vételére alkalmas eszközök használata és a rádiózás helyszínei

A rádióadások vételére alkalmas eszközök használata szempontjából igen tanulságos, és a vártól sokkal változatosabb alábbi megoszlásokat regisztráltuk.

30. táblázat

Milyen eszközön szokott rádiózni?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
asztali rádió	53,7	63,9	45,0	71,3
hordozható rádió	25,9	28,9	43,5	18,8
autórádió	42,3	60,3	31,5	42,6
mobil telefonon	12,4	15,3	12,7	18,2
műholdas eléréssel	5,1	6,5	4,8	10,9
kábeles eléréssel (tévén keresztül)	7,0	10,0	3,8	6,9
interneten keresztül élő adást	19,1	24,5	14,3	17,6
interneten keresztül hangtárból	9,8	15,6	5,7	12,9

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

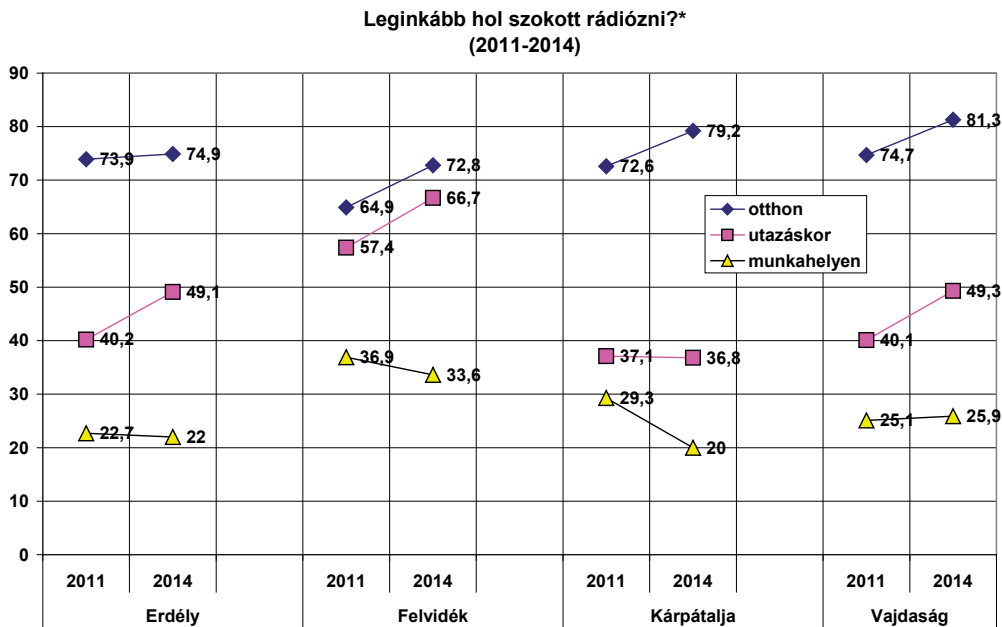
Az még nem mondható váratlannak, hogy az első három helyet mindegyik régióban az asztali-, autó-, illetve hordozható rádiókészülékek foglalják el (19–71 átlagpont). Ebben a sorrendben, csupán Kárpátalján került a harmadik helyre az autórádió, tekintettel az ott élők személygépkocsikkal való ellátottságának a többi régióhoz képest kisebb arányára.²⁸

Noha a felsorolt, hagyományosnak mondható rádióvevő eszközök dominanciája egyik régióban sem kétséges, figyelmet érdemel a korszerűbb/újabb vételi módok nem elhanyagolható szintű használata is. Ezalatt természetesen a mobiltelefonon, illetve interneten keresztül történő rádióhallgatás értendő, melyek használatának nem csupán a 12–24 átlagpont közötti mértéke mondható tekintélyesnek, hanem az is, hogy régióként csaknem hasonló mértékű hallgatottságról – tehát mindenütt ugyanolyan arányban érvényesülő tendenciáról – beszélhetünk. E téren egyelőre még az interneten keresztül fogható rádióadások élveznek némi előnyt (18,8 átlagpont) a mobiltelefon alkalmazásokkal szemben (14,6 átlagpont), ám aligha kétséges, hogy ez a két új rádióhallgatási eszköz hamarosan megközelítheti a jelenleg még szélesebb körben használt, hagyományos rádióvevők népszerűségét.

A rádióhallgatás különböző helyszínei tekintetében (24. ábra) továbbra is az a korábbi kutatásunk során tapasztalt tendencia érvényesül, mely szerint három régióban döntően otthoni kikapcsolódási tevékenységnek számít: válaszadóink Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban nagyságrendekkel nagyobb gyakorisággal hallgatnak rádiót otthonukban, mint utazáskor és a munkahelyükön. Mindez arra utal, hogy az említett régiókban a háttérrádiózás kevésbé elterjedt, mint a felvidékiek körében, akik immáron csaknem ugyanakkora intenzitással rádióznak utazás közben, mint otthon, emellett pedig egyharmadnyi gyakorisággal hallgatnak rádiót a munkahelyükön is (ami a többi régióban mindössze 20–26 átlagpontot tesz ki).

28 Az anyagi biztonság terén legjobb helyzetben lévő felvidékiek például kétszer olyan arányban hallgatnak autórádiókat, mint a kárpátaljaiak (60 és 31%).

24. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Összességében tehát elmondható, hogy a korábban mért főbb trendek a rádiózás helyszíneinek tekintetében 2011 óta érdemben nem változtak.

3.4. A rádióadók hallgatottságának intenzitása

Ami a rádióadók hallgatottságának a vizsgált három év során tapasztalt tartalmi változásait illeti, a részletes adatsorok bemutatása előtt utalnunk kell a 2011-ben tapasztalt tendenciákra, mint kiindulási pontra. Eszerint

„...tíz év alatt a magyar nyelven sugárzó rádióadók hallgatottsága mindegyik régióban csökkent, a többségi nyelvű rádióké pedig megnőtt. Ez a nemzeti identitás fenntartása, illetve az asszimilációs folyamatok szempontjából egyaránt negatív folyamat regionális megoszlásra való tekintet nélkül mindenütt végbe ment, különbség csupán az anyanyelven való rádiózástól való elfordulás nagyságrendjében mutatkozik.”²⁹

Ehhez az állapothoz képest vizsgáljuk tehát a jelenlegi helyzetet, amelyet az alábbi táblázat adatsorai jellemeznek. Ezek regionális átlagaiból látható, hogy az erdélyiek valóban továbbra is lényegesen kevesebbet rádióznak a többi régióban élőknél³⁰, amit azonban csupán a székelvöldi vételi korlátok önmagukban nem magyaráznak.

29 Lásd Melléklet 654. kérdőívszám táblázatában.

30 A felvidékieknél például csaknem kétszer kevesebbet.

31. táblázat

Milyen gyakran hallgatja az alábbi rádióadókat?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	18,5	31,5	29,2	27,1
magyar nyelvű regionális, vagy helyi kereskedelmi adók (3,0)**	40,7	29,7	43,2	60,1
Kossuth Rádió (3,0)	30,0	36,5	62,2	33,3
magyarországi kereskedelmi rádió (Class FM) (3,1)	19,4	61,5	45,1	32,9
Többségi nyelvű kereskedelmi (3,2)	27,0	43,7	30,7	34,0
Petőfi Rádió (4,7)	19,0	36,7	43,6	22,5
Állami rádiók magyar nyelvű adásai (5,2)	17,8	36,5	18,1	49,8
Többségi nyelvű közszolgálati (5,7)	24,4	29,1	24,2	27,5
Dankó Rádió (8,2)	8,1	22,7	19,4	10,6
Bartók Rádió (9,2)	8,0	16,5	18,1	12,0
Magyarországról sugárzó határmenti, regionális rádiók (9,2)	6,8	21,6	11,5	12,8
Duna World Rádió (11)	3,3	12,0	5,9	6,5

*100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** helyezési sorszám átlagok

Az egyes rádióadók népszerűségi ranglistáját – Kárpátalja kivételével, ahol a Kossuth Rádió foglalja el az első helyet – a magyar nyelvű regionális, illetve kereskedelmi adók vezetik. Ez a dominancia Erdélyben mindenképpen indokolt – mind a magyarországi rádiók vételének már említett nehézségei miatt, mind a széles körben elterjedt regionális magyar rádiók miatt –, a többi régióban azonban meglepőnek mondható, ami mögött alighanem a kérdés során felmerült értelmezési okok húzódnak meg. Arra gondolunk, hogy rádiózó válaszadóink jelentős része számára a magyar nyelvű regionális adók fogalma félreérthető volt, minek következtében a kárpátaljaiak – ahol gyakorlatilag nincs magyar nyelven sugárzó kereskedelmi adó – a határ magyarországi oldalán működő rádiókat tekintették regionálisnak³¹, a vajdaságiak pedig a hosszú évtizedek óta domináns Újvidéki Rádió magyar adását.

A második helyen a Kossuth Rádió található, amit azonban szorosán követnek a magyarországi kereskedelmi (Class FM), valamint a többségi nyelven sugárzó kereskedelmi adók. Közepes hallgatottságot az állami rádiók magyar adásaival kapcsolatban mértünk, míg a Bartók, Dankó és Duna World rádiókat válaszadóink csupán mélyen a regionális átlagok alatti mértékben hallgatnak.

Miután – amint azt láthattuk – a jelenlegi hallgatottsági arányok az egyes rádióadók szerint számottevően szóródnak, a következőkben azt vizsgáljuk, hogy a korábbi (2001-es és 2011-es) állapothoz képest miként és milyen arányban módosultak a határon túli magyarság rádióhallgató részének rádiózási szokásai. (25–26. ábra)³²

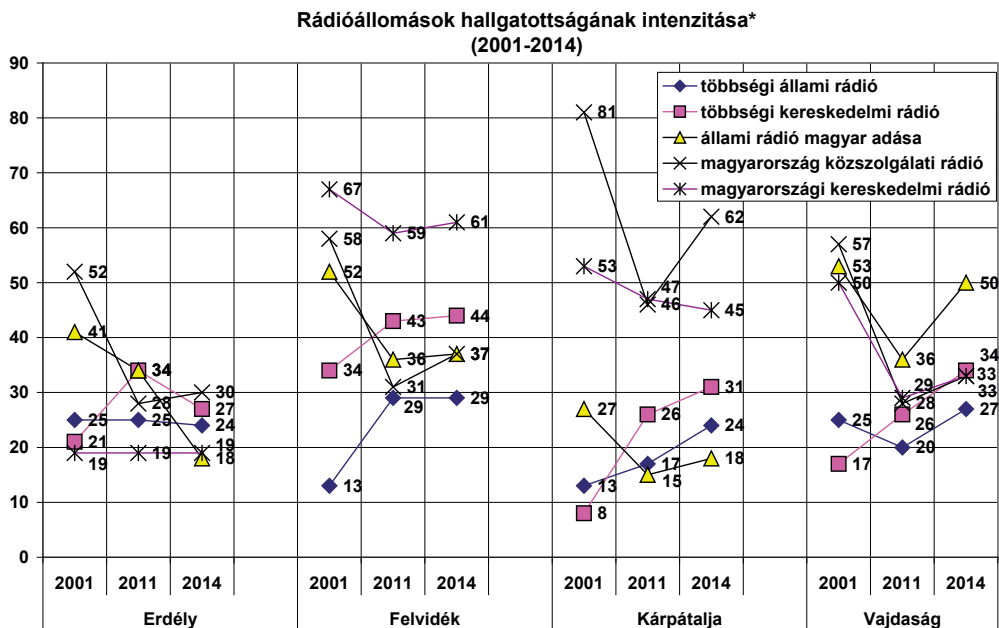
31 Hasonlóan a felvidékiekhez, ahol számottevőnek mondható magyar nyelvű regionális rádiók egyik alrégióban sem működnek.

32 A grafikonok a magyar nyelvű regionális kereskedelmi rádióadókra vonatkozó adatokat nem tartalmazzák, mert miután a korábbi adatfelvételeink során nem a jelenlegi kérdésblokkot használtuk, velük kapcsolatban hiányoznak az idősoros összehasonlításhoz szükséges adatok.

Ezek alapján elmondható, hogy a legkevésbé szórtnak, valamint leginkább változatlanok az erdélyiek rádióhallgatási gyakorlata bizonyult, ahol a korábbi állapothoz képest csupán a bukaresti rádió magyar adásának 16 átlagpontot kitevő visszaesése mondható számottevőnek. A felvidékiek ugyancsak a 2011-ben megismert intenzitással követik a vizsgált rádióadók műsorait (első helyen a magyarországi kereskedelmi rádiókat), a kárpátaljaiak és vajdaságiak viszont több rádiót is relatíve gyakrabban hallgatnak, mint tették ezt három évvel ezelőtt. (26. ábra)³³ Előbbiek körében a Kossuth Rádió, utóbbiak esetében az Újvidéki Rádió magyar adásának hallgatottsága nőtt meg számottevően, emellett mindkét régióban erősödött a többségi nyelvű kereskedelmi rádiók pozíciója is.

A bemutatott szerteágazó tendenciák mellett a rádióhallgatás terén tapasztalható változásokkal kapcsolatban összességében elmondható, hogy a korábban regisztrálnál kisebb arányú változásokat mértünk, melynek legfontosabb hozadéka, hogy – szemben a 2001-2011-es időszakkal, mikor eszkalálódott – jelenleg megállt az anyaországi közszolgálati rádióadók határon túli hallgatottságának korábbi drasztikus visszaesése.

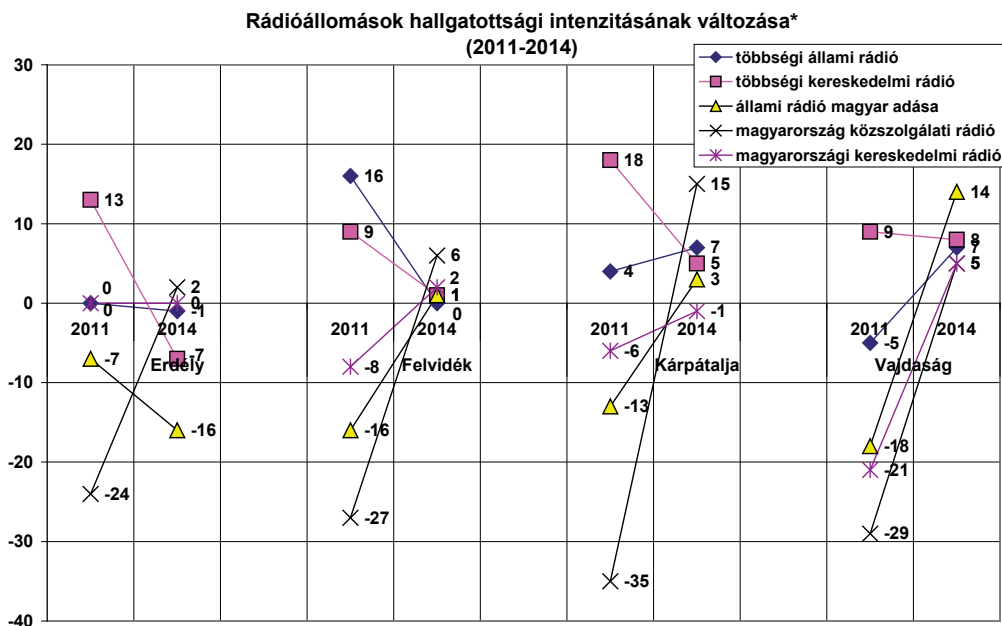
25. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

33 A 26. ábra adatsorai nem a vizsgált időszak alatt bekövetkezett abszolút növekedést, illetve csökkenést mutatják (ezek a 25. ábrán láthatók). A 2011-es oszlopban megjelenő arányok azt illusztrálják, hogy 2001-hez képest akkorra mennyit változott a különböző rádióadók hallgatottsága, a 2014-es oszlop pedig azt, hogy az elmúlt három év során e téren milyen változások mentek végbe. Ez esetben tehát a legutóbbi három év változásai/ elmozdulásai láthatók, melyek mértékét a függőleges tengely 0 értékéhez viszonyítjuk.

26. ábra



3.5. A Magyarországról sugárzott rádióadók műsorkínálatával kapcsolatos adatok

3.5.1. A rádióadók műsorkínálatával kapcsolatos általános szintű elégedettség

Az alábbi táblázat a túlnyomórészt magyarországi közszolgálati rádióadók teljes műsorkínálata általános megítélésének megoszlásait tartalmazza.³⁴

32. táblázat

Mennyire elégedett Ön az alábbi rádióadók műsorkínálatával?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	6,6	6,9	6,9	6,4
Kossuth Rádió (1,2)**	7,9	7,3	8,1	7,8
Class FM (2,2)	7,3	7,4	7,6	7,1
Petőfi Rádió (2,5)	7,4	7,2	7,5	7,1

³⁴ A műsorkínálattal kapcsolatban újra fel kell hívnunk arra a figyelmet, hogy a kérdésben megfogalmazott általános szinten a válaszadók igen számottevő arányban nem tudtak véleményt nyilvánítani (mindenekelőtt Erdélyben, ahol a megkérdezettek mindössze 3–15%-a válaszolt). A következő kérdésszövegekben feltett állításokra –, amit részletesen a 33. táblázat adatsorai illusztrálnak – is csupán a megkérdezettek 17–47%-a válaszolt.

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Dankó Rádió (4,5)	6,3	6,8	6,9	5,5
Bartók Rádió (4,7)	6,0	6,7	6,4	5,8
Duna World Rádió (6,0)	4,7	6,1	5,2	5,3
A kérdésekre válaszolók	3-15%	10-47%	6-44%	7-27%

*A kérdésre válaszoló, rádiót hallgatók körében.

(Átlagok: 1-egyáltalán nem.....10-nagyon elégedett)

** helyezési sorszám átlagok

Az összes régióra vonatkozó helyezési sorszám átlagok nem sok meglepetést tartogatnak. A kérdésre válaszolni tudók leginkább a Kossuth Rádió műsorkínálatával elégedettek, amit a Class FM és a Petőfi Rádió nagyságrendileg azonos arányú általános tetszési indexei követnek. A felsorolt legkedveltebb rádióadók mögött a Dankó és Bartók rádiók következnek, a sort pedig a Duna World adó zárja.

Mindennél csupán némileg kaptunk változatosabb összképet azzal a kérdésblokkal kapcsolatban, melynek kérdései – a televíziócsatornák esetében látottakhoz hasonlóan – arra vonatkoznak, hogy a magyarországi közszolgálati rádióadók műsorai milyen értékeket hordoznak hallgatóik számára (33. táblázat).

Az ezzel kapcsolatos erősrend azt mutatja, hogy a hallgatók elsősorban a magyar kulturális hagyományok ápolását, valamint a határon túli magyarság nemzeti reintegrációjára való törekvést értékeli leginkább a közszolgálati rádiók műsoriban. Ezután szorosan a műsorok informatív jellegét (az átfogó tájékoztatást), valamint azt említették, hogy a közszolgálati adók műsorai tartalmas kikapcsolódást nyújtanak. Ez utóbbi minősítés alighanem a kereskedelmi rádiókban hallható tömegkulturális tartalmaktól való megkülönböztetésre utal, ami egyben annak a bizonyítéka, hogy a rádióhallgatás a határon túli magyarság körében a televíziózáshoz képest kevésbé irányul az utóbbiakra, s alighanem sokkal inkább a tartalmas időtöltést, valamint a teljesebb informálódást szolgálja.

33. táblázat

Mennyiben igazak az alábbi állítások a magyarországi közszolgálati rádióadókra (Kossuth, Petőfi, Bartók, Dankó, Duna World)?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	7,6	6,7	7,5	7,1
ápolják a magyar kulturális hagyományokat (1,2)**	8,2	7,3	8,1	7,6
tartalmas kikapcsolódást nyújtanak (2,5)	8,0	7,3	7,7	7,5
a határon túl élő magyar közösségek számára kapcsolóként szolgálnak a magyar nemzethez (3,0)	7,7	6,9	8,2	7,4
átfogó tájékoztatást nyújtanak az Önt érdeklő, érintő témákról (3,5)	7,8	6,8	7,7	7,2
sokat lehet tanulni a műsoraikból (5,5)	7,8	6,5	7,5	7,2
hírműsoraik igazi segítséget jelentenek, hogy a nézők eligazodjanak a politikában (6,0)	7,4	6,6	7,6	7,1
olyan emberekhez szólnak, mint Ön (7,0)	7,6	6,6	7,4	6,8
olyan típusú műsorokat is sugároznak, amilyennel más csatornákon nem találkozhat (7,7)	7,7	6,5	7,2	6,6

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
olyan ismereteket közvetítenek, amelyek segítik az embereket, hogy sikeresebben elboldoguljanak mindennapi életükben (8,5)	7,2	6,1	6,9	6,8
a műsoraikban látottakat/hallottakat megbeszélheti barátaival, hozzátartozóival (10)	7,1	6,1	6,4	6,6
A kérdésekre válaszolók	17–18%	35–42%	39–47%	27–30%

*A kérdésekre válaszoló, rádiót hallgatók körében.

(Átlagok: 1-egyáltalán nem.....10-nagyon elégedett)

** helyezési sorszám átlagok

3.5.2. Hallgatottsági intenzitás és népszerűségi indexek

Az egyes közszolgálati rádióműsorok hallgatottsági gyakoriságának sorrendjét ábrázoló táblázat visszaigazolni látszik a korábban már említett tendenciákat.

34. táblázat

Rádiós műsorpreferenciák – Hallgatottsági intenzitás*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	25,2	26,6	30,1	24,2
Déli Krónika (1,2)**	40,7	45,0	64,8	49,2
Jó ebédhez szól a nóta (2,2)	39,4	46,6	44,4	41,7
Határok nélkül (2,7)	36,0	36,5	55,1	39,0
Napközben (4,5)	35,3	30,8	43,5	29,9
Vasárnapi Újság (6,2)	31,1	24,0	45,4	25,6
180 perc (6,5)	32,3	22,2	44,2	29,3
Vendég a háznál (7,0)	28,9	27,1	33,6	23,9
Húzd csak, primás! (7,5)	24,2	27,2	20,1	29,1
Ütköző (9,7)	16,5	19,4	25,7	18,0
Gondolat-Jel (11,2)	23,5	20,7	26,1	16,3
Hajnal-Táj (12,2)	13,1	18,5	28,8	19,0
Talpra magyar (12,2)	19,8	22,0	15,6	17,1
Kultúrfitnesz (12,2)	18,7	26,0	7,4	16,6
Egész úton hazafelé (13,5)	20,6	21,5	12,3	15,0
Petőfi összes (13,7)	22,5	25,3	18,5	16,1
Eleven – koncert sáv (14,7)	10,6	23,0	7,7	14,1
Közelről (15,2)	15,5	16,4	20,0	12,8
A kérdésekre válaszolók részaránya	12–19%	29–43%	33–50%	23–34%

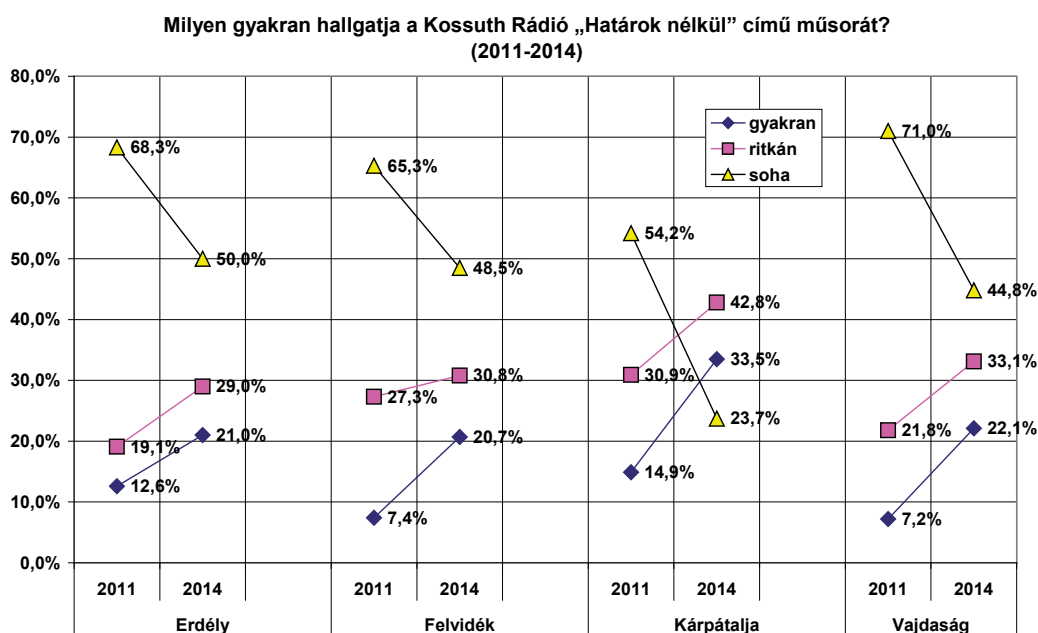
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** helyezési sorszám átlagok

Elsősorban azt, hogy válaszadóink leginkább az információszerzés céljából rádióznak (Déli Krónika), illetve a határon túli magyarsággal, mint célcsoporttal (Határok nélkül), vagy azal is foglalkozó (Vasárnapi Újság) műsorokat részesítik előnyben.

Az említett tendenciát rendkívül plasztikusan igazolják a Határon nélkül magazinműsor hallgatottságára vonatkozó idősoros adataink is (27. ábra).³⁵ A 2011-ben még meglehetősen siralmas gyakorisággal követett műsorszám hallgatottsága három év alatt igen számottevően átrendezőődött. Ennek lényege, hogy rádiót hallgatók korábban ismertetett arányain belül már csupán 23,7–50,0%-ot tesz ki az érintett műsort soha nem hallgatók részaránya (három évvel ezelőtt mindez még 54,2–70,0%-ot tett ki), gyakran/folyamatosan pedig Erdélyben, a Felvidéken és a Vajdaságban minden ötödik, Kárpátalján pedig minden harmadik rádióhallgató kíséri figyelemmel a Határok nélkül adásait (amit 2011-ben még csupán 7,2–12,6%-uk hallgatott).

27. ábra



35 Miután előző kutatásunk során a konkrét rádióműsorok közül csupán a Határok nélkül című műsorra kérdeztünk rá, idősoros adataink mindössze ezzel kapcsolatban állnak rendelkezésre.

35. táblázat

Rádiós műsorpreferenciák

Tetszési index*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlag	49,2	64,0	62,8	57,0
Hajnal-Táj	35,3	61,5	70,0	59,4
180 perc	54,2	64,2	71,0	63,9
Napközben	57,9	66,8	68,9	65,1
Vendég a háznál	56,5	66,6	68,6	62,2
Déli Krónika	64,7	72,8	76,3	72,8
Ütköző	41,9	57,3	68,7	51,6
Közelről	36,6	59,3	63,2	48,5
Határok nélkül	62,9	66,0	74,2	67,7
Vasárnapi Újság	56,6	60,4	74,1	56,0
Gondolat-Jel	50,3	57,5	64,8	43,5
Talpra magyar	42,7	60,9	58,7	52,6
Jó ebédhez szól a nóta	63,3	68,9	66,1	68,1
Húzd csak, primás!	49,8	66,3	55,7	63,3
Petőfi összes	46,7	63,8	57,3	51,1
Egész úton hazafelé	47,0	62,8	48,6	47,0
Kultúrfitnessz	43,8	71,1	38,0	50,7
Eleven – koncert sáv	27,4	62,3	44,3	46,4
A kérdésekre válaszolók részaránya	6–13%	10–31%	6–35%	7–24%

* 100-as skálára transzponált átlag: 1-egyáltalán nem tetszik...100-nagyon tetszik

A vizsgált rádióműsorok tetszési indexeivel kapcsolatban csak megismételni tudjuk a konkrét televízióműsorok népszerűségi mutatóival kapcsolatban elmondottakat. A 35. táblázat adatai szerint ez esetben is nagyrészt (néhány, az összképet nem befolyásoló kivételtől eltekintve) a hallgatottsági gyakoriság során tapasztalt sorrendek ismétlődnek. Ez esetben is érvényes tehát az a tapasztalatunk, hogy a műsorszámok hallgatottságával kapcsolatban kialakult erőssorrend a tetszési indexekben is visszatükröződik, méghozzá a tévéműsorok esetében mért, mindössze 8-10 átlagpontnyi különbséghez képest számottevően magasabb átlagértékek mentén. Ezek a tetszési indexek már inkább húsz átlagpont körüli arányban haladják meg a hallgatottsági értékeket, némely esetben pedig akár annak a két- vagy még többszörösét is elérik (a Hajnal-tájnak például a Felvidéken háromszor nagyobb a népszerűsége, mint a hallgatottsága).

Ezek a rendkívül magas tetszési indexek egyfelől annak a korábban már ugyancsak említett mechanizmusnak köszönhetőek, amelyet „a választott alternatíva felértékeléseként” jellemeztünk, emellett azonban egyéb tanulságokkal is szolgálnak. Ez alatt az értendő, hogy ugyan a rádiót hallgatók aránya a határon túli magyarság körében – mint láttuk – 2011 óta drasztikusnak mondható mértékben zsugorodott, a rádiózás mellett kitartók viszont a korábinál szorosabban kötődnek ennek a médiafelületnek a műsoraihoz.

Most elemzett adataink végeredményben tehát azt jelzik, hogy a számottevő mennyiségi visszaesés mellett az anyanyelven történő rádiózás iránt megmaradt, sőt növekedett egyfajta minőség iránti érdeklődés. Ez a tendencia elsősorban a közszolgálati rádióadók információs és egyéb magazinműsorai hallgatottsága, valamint növekvő népszerűsége tekintetében mondható új fejleménynek, amit a továbbiakban a műsортípusokkal kapcsolatos adatsoraink is visszaigazolnak.

A 35. táblázatban látható, a különböző műsортípusok hallgatottságára vonatkozó megoszlások annyiban árnyalják az eddig bemutatott képet, hogy ugyan ez esetben is a hírek és hírműsorok állnak a vezető helyen (kivétel nélkül mindegyik régióban az első helyet foglalják el), ám rádiózó válaszadóink második és harmadik helyen a könnyűzenei, illetve szórakoztató (kabaré) műsorokat kedvelik. Ezek után a határon túli magyarság számára sugárzott műsorok következnek, majd a középmezőnyben az értékörző (kulturális, népzenei, vallási) műsorok foglalnak helyet a közéleti, valamint tudományos, történelmi műsorokkal együtt.

Mindaz igen kiegyensúlyozott, sokrétű érdeklődésre irányuló rádióhallgatási gyakorlatra utal, amit a tetszési indexek sorrendje is megerősít. (35. táblázat) Ez esetben azonban a konkrét rádióműsorokkal kapcsolatban imént tapasztalt gyakorlat, mely szerint a tetszési index jelentősen meghaladja a hallgatottsági gyakoriságokat: előbbieket a legtöbb esetben mindössze alig néhány átlagponttal, vagy tíz átlagpont körüli arányban bizonyultak magasabbnak. Mindazonáltal ez esetben is azt tapasztaltuk, hogy a hallgatottsági intenzitás és a tetszési index sorrendje között igen számottevő átfedések találhatók.

36. táblázat

Rádiós műsортípus preferenciák – Hallgatottsági intenzitás*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	39,1	34,3	39,9	35,9
hírek, hírműsorok (1,0)**	70,4	70,1	78,2	68,0
pop/rock, könnyűzenei műsorok (2,5)	52,5	62,5	52,9	50,9
szórakoztató műsorok, kabaré (3,0)	50,5	45,1	53,1	47,4
a határon túli magyarság számára szóló műsorok (4,2)	40,9	39,9	59,4	44,9
kulturális műsorok (5,0)	44,8	44,9	45,4	43,8
népzenei műsorok (6,0)	43,2	34,8	36,7	42,5
vallási műsorok általában (7,2)	38,7	24,8	47,3	28,6
közéleti, elemző és vita műsorok (7,7)	30,5	33,9	37,6	28,9
tudományos, történelmi műsorok (7,7)	34,2	28,5	34,8	35,5
mise, istentisztelet közvetítés (8,7)	38,7	23,2	46,1	27,6
klasszikus zenei műsorok (9,7)	32,9	29,1	13,9	28,5
környezetvédelmi műsorok (10,0)	27,4	21,3	29,4	29,5
hangjáték, rádiójáték (11,2)	27,4	23,6	22,1	25,5
nyelvművelő műsorok (12,7)	24,2	19,2	21,4	21,4
gyermek, ifjúsági műsorok, mesék (13,7)	20,2	14,8	20,3	16,6

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha...100-gyakran

** helyezési sorszám átlagok

37. táblázat

Rádiós műsортípus preferenciák

Tetszési index *

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	57,5	59,2	55,8	56,7
hírek, hírműsorok	75,6	68,5	72,1	68,7
közéleti, elemző, és vita műsorok	44,6	51,2	47,0	45,9
kulturális műsorok	67,8	65,8	60,3	63,0
a határon túli magyarság számára szóló műsorok	61,4	64,3	69,8	66,0
vallási műsorok általában	59,1	53,4	65,2	48,6
mise, istentisztelet közvetítés	62,4	55,5	65,1	49,1
tudományos, történelmi műsorok	54,2	60,8	56,3	61,0
környezetvédelmi műsorok	48,5	52,7	51,7	55,7
szórakoztató műsorok, kabaré	69,4	69,8	68,1	70,5
hangjáték, rádiójáték	48,9	54,0	42,5	51,2
népzenei műsorok	63,3	65,9	57,6	62,6
nyelvművelő műsorok	46,1	51,1	44,1	47,8
gyermek, ifjúsági műsorok, mesék	41,5	45,6	43,9	43,2
pop/rock, könnyűzenei műsorok	68,2	69,0	65,4	69,2
klasszikus zenei műsorok	52,5	61,1	28,8	49,0

* 100-as skálára transzponált átlag: 1-egyáltalán nem tetszik...100-nagyon tetszik

Végére érve a határon túli magyarok rádiózási szokásaival, különösen azok változásaival kapcsolatos tendenciák áttekintésének, legfőbb tapasztalatként elmondható, hogy a vizsgált rövid időszak alatt a rádiózás terén lényegesen számottevőbb változásokat regisztráltunk, mint azt a televízió nézés kapcsán láttuk. Ez a nagyfokú változás mindenekelőtt a rádióhallgatás igen jelentős mértékű háttérbe szorulásában ölt testet az összes határon túli magyar régióban. Mindemellett azonban adataink azt is egyértelműen mutatják, hogy a rádiózás mellett kitarító – Erdélyt leszámítva egyelőre még – túlnyomó többség számára a rádióhallgatás a szórakozás mellett egyre hangsúlyosabban információforrásként funkcionál, amely az anyanyelven való tájékozódást biztosítja.

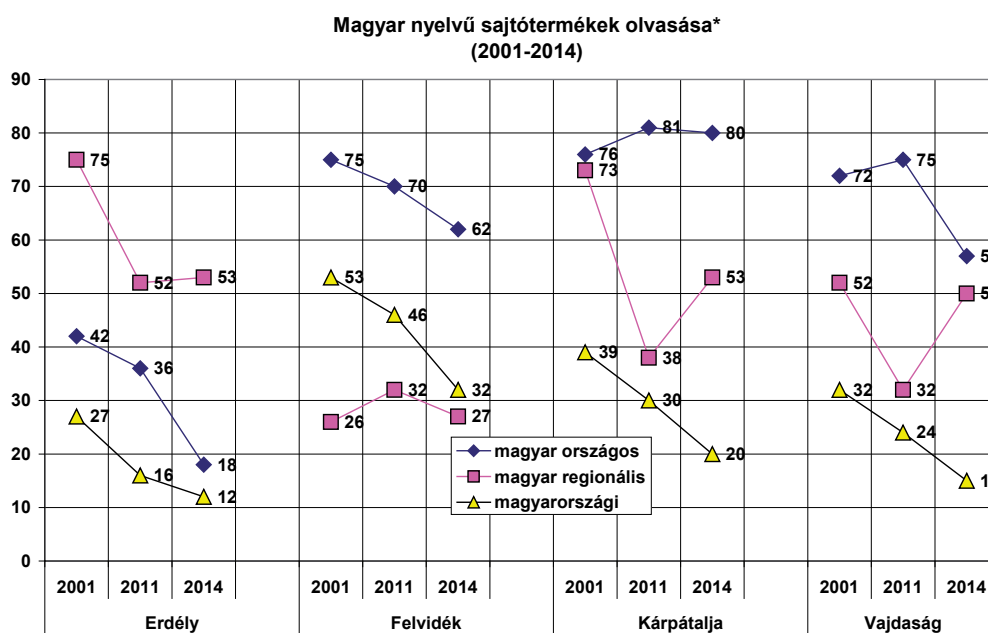
A vizsgált vonatkozásban tehát elmondható, hogy a közszolgálati tartalmakat sugárzó magyarországi rádióadók számítanak a vizsgált három év során végbement/megváltozott határon túli magyar médiahasználati (ez esetben rádióhallgatási) gyakorlat relatív nyerteseinek.

4. A nyomtatott sajtó használatának változása a határon túli magyarság körében

Miután jelen kutatásunk kiemelten az elektronikus – ezen belül pedig a Magyarországról sugárzott közszolgálati – médiafelületekkel kapcsolatban tapasztalt határon túli magyar felhasználói (nézettségi/hallgatottsági) tendenciák feltárására irányul, a nyomtatott sajtótermékek olvasása terén bekövetkezett változásokat csupán jelzésszerűen érintjük.

Amint azt a 2011-es elemzésünk, illetve a fiktív médiahasználattal kapcsolatos jelenlegi adataink is bizonyítják, a nyomtatásban megjelenő újság- és folyóirat olvasás visszaesése néhány kivételtől eltekintve tovább folytatódott a vizsgált időszakban.

28. ábra



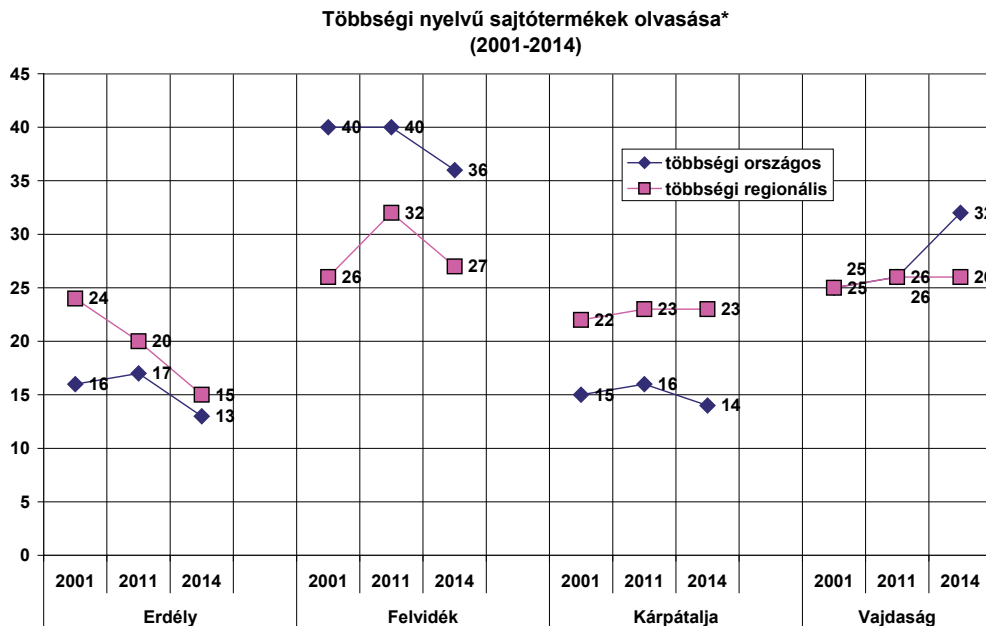
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Különösen igaz mindez a magyarországi nyomtatott sajtó, valamint az egyes régiókban megjelenő magyar nyelvű országos lefedettséggel bíró lapok esetében. Az előbbieket jelenleg mindegyik régióban már csupán fele akkora gyakorisággal olvassák, mint tették ezt 13 évvel ezelőtt, s három régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) az utóbbi kiadványok is lényegesen kevesebb olvasóhoz jutnak el.

Ehhez képest némiképpen kedvezőbben alakult a regionális magyar nyelvű nyomtatott kiadványok használata. Erdélyben a 2011-es szinten maradt (53 átlagpont), Kárpátalján és a Vajdaságban viszont nőtt a magyar nyelvű újságok és folyóiratok olvasottsága (53 és 50 átlagpont). Egyedül a Felvidéken csökkent tovább – az egyébként is igen ritkaságszámba

menő – magyar regionális kiadványok használata, ami ebben a régióban az összes vizsgált nyomtatott sajtótermékre igaz.

29. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

A többségi nyelven megjelenő nyomtatott kiadványok olvasása különösen Erdélyben és a Felvidéken csökkent, de a Kárpátalján és a Vajdaságban a korábbi szinten maradt értékek is azt mutatják, hogy az ott élő magyar közösségek tagjai csupán igen alacsony gyakorisággal (13–32 átlagpont között) forgatnak többségi nyelvű, nyomtatásban megjelent kiadványokat.

A bemutatott adatsorok végeredményben visszaigazolják a nyomtatott sajtó erőteljes háttérbe szorulásáról meglévő eddigi ismereteinket mind a hagyományos elektronikus médiafelületekhez, mind – amint azt hamarosan látni fogjuk – az internethasználathoz képest. Ami még inkább hangsúlyossá teszi az anyaországi közszolgálati televíziók és a rádiók műsorpolitikájának hatását a határon túli magyarság identitás megőrzésének, valamint hiteles információkkal való ellátásának szempontjából.

5. Az internethasználat változása a határon túli magyarság körében

Az internethasználat több vonatkozásban is megkerülhetetlen a határon túli magyarság médiafogyasztásával kapcsolatos folyamatok megismerése szempontjából. Amint azt korábbi kutatásunk eredményeiben, valamint jelen elemzésünk fiktív médiafelület hierarchiával foglalkozó első fejezetében láthattuk, a világháló használata önmagában is egyre tekintélyesebb részt hasít ki a médiafogyasztás egészéből. Ennek a térhódításnak azonban nem csupán a mennyiségi oldala (az internetezésre fordított idő növekedése), vagy tartalmi vonatkozásai (az internethasználat különböző céljai) érdekesek számunkra, hanem az is, hogy mindez milyen – direkt/indirekt – hatással van a hagyományos tömegtájékoztatói eszközök használatára, ami esetünkben elsősorban a magyarországi közszolgálati médiafelületeket érinti. Ez az oka annak, hogy mostani kutatásunk során vizsgáltuk első ízben: az említett televíziócsatornák és rádióadók internetes felületei (online adásai, honlapjai) milyen mértékű látogatottságot élveznek a határon túli magyarság körében.

Az internet azonban nem csupán a beláthatatlanul szerteágazó konkrét tartalmak hozzáférhetősége tekintetében hozott forradalmi változást az információáramlás hagyományos formáihoz képest. Miután az utóbbiak – leginkább a televíziózás – elsősorban statikus, helyhez kötött médiafogyasztási formáknak számítanak, a világháló használata abból a szempontból is alapvető változást hozott – konkrétan a kommunikációs tér igen számottevő kitágulását –, hogy az az új telekommunikációs technikáknak köszönhetően szinte bárhol hozzáférhető. Az ezzel kapcsolatos internetezési gyakorlat vizsgálatát is először illesztettük kutatási tematikáink közé, s ezért a világhálóval kapcsolatos legújabb ismereteink bemutatását azzal kezdjük, hogy a határon túli magyarság internethasználatát miként alakul(t) annak különböző helyszínei szerint.

5.1. Az internethasználat helyszínei

Az természetesen korántsem mondható meglepőnek, hogy válaszadóink mindegyik régióban otthoni számítógépen/laptopon interneteznek a legnagyobb gyakorisággal: a 65–81%-os részarányok csupán a régióként eltérő világhálóhasználat fokozatait illusztrálják (több a Felvidéken és a Vajdaságban, kevesebb Erdélyben és Kárpátalján).

38. táblázat

Milyen módon és helyen szokott internetezni?* (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
otthoni számítógépen/laptopon (1,0)**	69,7	81,6	65,5	77,4
mobil eszközön keresztül (okostelefon, vagy tablet) (2,2)	38,2	49,2	21,4	32,3
munkahelyen (4,0)	23,2	41,3	20,5	20,0
nyilvános helyen (kávézó stb.) WIFI-n keresztül (4,2)	25,4	34,4	14,9	20,1

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
más családtagoknál, barátoknál (5,2)	16,5	25,9	16,2	20,1
utazáskor (közlekedés közben) (5,7)	22,3	28,9	13,5	18,1
iskolában (5,7)	8,7	20,0	8,1	41,3

* Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.

** helyezési sorszám átlagok

Sokkal inkább meglepő és relatíve magas fokúnak mondható a mobil eszközök alkalmazásával való internetezés elterjedtsége is. Alighanem már az is tekintélyes részaránynak számít, hogy a kárpátaljaiak ötöde, az erdélyiek és a vajdaságiak egyharmada használja okostelefonon, vagy tableten az internetet, ám a felvidékiek körében immáron minden második internethasználó az említett mobileszközökön keresztül (is) internetezik.³⁶

Az internethasználat helyszínei szerint a középmezőnyben található a munka-, illetve nyilvános helyeken netezők részaránya. A munkahelyén három régióban (Erdély, Kárpátalja és Vajdaság) csupán minden ötödik válaszadó használja a világhálót, a felvidékiek azonban kétszer többen (41%). A mobil internethasználat magas elterjedtségéhez viszonyítva némileg meglepő viszont, hogy az utazás közbeni internetezés került a sorrend legvégére, emellett pedig az iskolai világhálóhasználat is meglehetősen alacsonynak bizonyult (a vajdaságiakat kivéve).

5.2. Az internet hozzáférés (lefedettség) változása

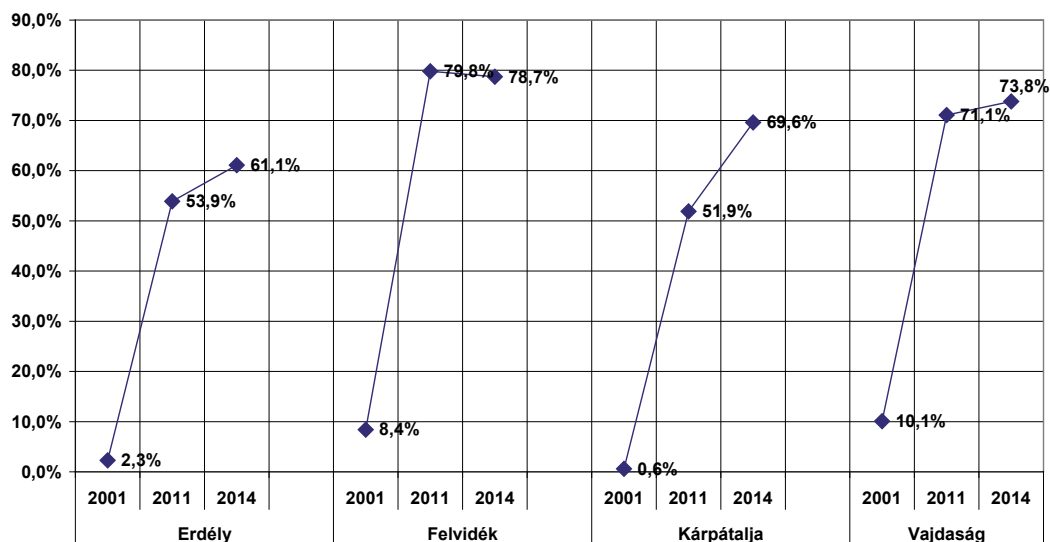
A 2011-es médiakutatásunk során bemutattuk, hogy az internet egy évtized alatt mekkora információs robbanásként hatott a határon túli magyar közösségek médiahasználati gyakorlatára, melynek következtében alapjaiban strukturálta azt át.³⁷ Noha a most vizsgált, mindössze szűk hároméves időszak alatt hasonló volumenű változások nem voltak várhatóak, ezek mégis figyelemre méltó elmozdulásokat és tendenciákat tükröznek. Ez az oka annak, hogy az internethasználat tartalmi jegyeinek részletezése előtt szükséges annak bemutatása, hogy a vizsgált régiók, valamint a szociodemográfiai változók szerint milyen eltérések tapasztalhatók az internethez való hozzáférés (lefedettség), valamint az internethasználat gyakorisága szempontjából.

36 Az internethasználat eme – mind a szükséges műszaki eszközök beszerzése, mind azok folyamatos üzemben tartása szempontjából – leginkább költséges módjának kiugró felvidéki elterjedése szoros kapcsolatban áll a vizsgált régiók (országok) közötti életszínvonalbeli különbségekkel. Amíg például Kárpátalján a felső-közép és gazdag réteg az ott élő magyarság mindössze 35%-át teszi ki, ez az arány a Felvidéken ennek kétszerese (72%). Lásd a mellékletben – Mintasokaságok anyagi helyzet szerint, és Telekommunikációs eszközökkel való ellátottság.

37 Uo.: 151-192 oldal.

30. ábra

**Az otthoni internethozzáférés változása
(2001-2014)**



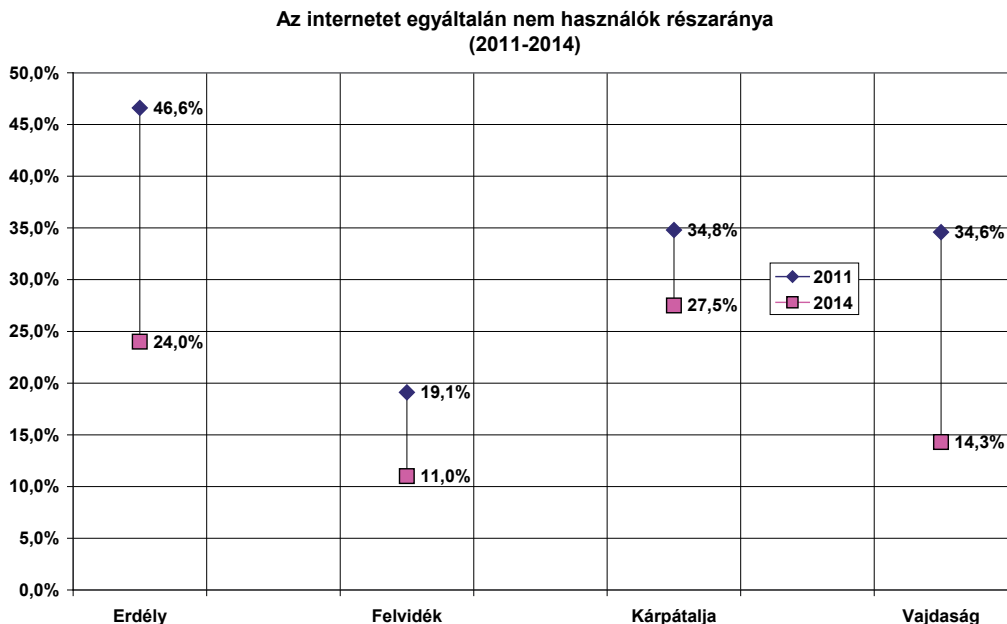
Ezzel kapcsolatban a grafikon adatai azt mutatják, hogy az internet lefedettség szempontjából vezető két régióban, a Felvidéken és a Vajdaságban a világháló használata a korábban mért igen magas szinten maradt (79–74%). Erdélyben ugyan 2011-hez képest tekintélyes mértékben, közel 10 százalékponttal nőtt az internethez hozzáférők, vagyis az internethasználók aránya (61%), ám így is az utolsó helyre kerültek annak köszönhetően, hogy a kárpátaljai magyarok körében még ennél is lényegesen nagyobb arányban, 18 százalékponttal nőtt azok részaránya, akik rendelkeznek internet hozzáféréssel (70%). Ezek a mutatók összességében egyfajta kiegyenlítődési folyamatot jeleznek a régiók között, amely a növekvő, vagy magas fokon stabilizálódott világhálóhasználat bizonyítéka. Az internet tehát egyre inkább szerves részévé válik a határon túli magyarság döntő többsége médiahasználatának, amit a világhálót nem használókkal kapcsolatos megoszlások is visszaigazolnak.

5.3. Az internetet nem használók részarányának változása

Az internetet egyáltalán nem használók esetében adataink a rádióhallgatás kapcsán bemutatott (zuhanó) tendenciák ellentétét tükrözik. Amíg az utóbbi esetben két-háromszoros csökkenést regisztráltunk³⁸, a világhálót nem használók részaránya három év alatt Erdélyben és a Vajdaságban megfeleződött, a Felvidéken és Kárpátalján pedig további közel tíz százalékponttal csökkent.

38 Lásd 22. ábra.

31. ábra



Ezek az internethasználat töretlen térnyeréséről szóló (indirekt) adatok azt mutatják, hogy amíg a rádiót nem hallgatók növekvő részaránya immáron 33–50%-ot tesz ki, az internetet nem használók mindössze 11–27%-át alkotják a határon túli felnőtt korú magyarságnak, szemben a 2011-ben mért 19–46%-kal.

A szociodemográfiai változók szerinti megoszlások több szempontból is magyarázatot adnak a bemutatott tendencia alakulására, noha sok meglepetést nem tartogatnak (39. táblázat). Amint az várható volt, mind korcsoportok, mind iskolai végzettség, mind anyagi helyzet szerint egyenes arányban csökken a világhálót nem használók részaránya az idősebb, kevésbé iskolázott, valamint a szegényebb rétegek felé. A fiatalok között elenyésző, csupán 0,9% (Felvidék) és 8,6%-ot (Kárpátalja) tesz ki a nem internetezők aránya, a diplomások esetében ez a mutató 3,1% és 8,8%, a gazdagok közül pedig mindössze 3,9–7,3%-ban található a világhálót nem használók.

Régiók szerint bizonyos rétegek tekintetében már jelentősebb eltérések mutatkoznak: az erdélyi általános iskolát végzettek például háromszor kevésbé interneteznek, mint a hasonló kategóriába tartozó felvidékiek (51% és 17%), a kárpátaljai időseknek pedig több mint a fele nem használja a világhálót (56%), miközben ez az arány a Vajdaságban csupán 23%-ot tesz ki.

39. táblázat**Az internetet egyáltalán nem használók részaránya (százalékban)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	24,0	11,0	27,5	14,3
Korcsoportok szerint				
Fiatal	4,3	0,9	8,6	4,5
Középkorú	17,7	5,2	22,4	9,3
Idős	42,4	36,4	56,1	23,3
Iskolai végzettség szerint				
Általános	51,3	17,6	43,2	23,5
Szaktanácsos	25,0	17,6	19,7	10,6
Érettségi	15,5	5,4	27,8	5,0
Felsőfokú	4,4	3,1	7,1	8,8
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	53,6	40,8	56,5	29,9
Alsó-közép	29,7	14,5	27,5	15,1
Felső-közép	10,0	5,9	15,1	9,3
Gazdag	7,3	4,3	3,9	4,6
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	12,5	6,4	15,6	11,4
Enyhe munkanélküli érintettség	13,0	4,2	20,2	19,3
Válságos munkanélküli érintettség	34,2	26,1	32,3	32,6

Mindez arra utal, hogy az internet ugyan – mint láthattuk – a válaszadók túlnyomó többsége számára már hozzáférhető, szociális és anyagi körülmények ennek ellenére mind a mai napig közrejátszanak az elérhetőség biztosításában. Ez látható a munkapiaci helyzet szerinti rétegződéssel kapcsolatos adatsorokból is, leginkább azonban abból, hogy a szegények a gazdagokhoz képest a Felvidéken és Kárpátalján tízszer többen nem interneteznek, és a másik két régióban is nagyságrendekkel kevésbé rendelkeznek internet eléréssel.

Ezek a regionális és társadalmi rétegek szerinti eltérések rávilágítanak ugyan az internethasználat mögötti háttértényezőkre sokféleségére, összességében azonban nem mondanak ellent az alaptendenciának, mely szerint a határon túli magyar közösségek információs terében a világháló használata egyre inkább megkerülhetetlen – és egyre átütőbb – entitásként van jelen.

A továbbiakban ennek részleteit vizsgáljuk a konkrét internet használati gyakoriságokkal, valamint az internetezés különböző céljaival kapcsolatban.

5.4. Az internethasználat változása

Az internetezéssel kapcsolatos lefedettségi és egyéb strukturális vonatkozások áttekintése után a továbbiakban az egyes régiókban tapasztalható jelenlegi tényleges internethasználatot – illetve annak idősoros módosulásait – mutatjuk be a határon túli magyarság körében. Elemzésünk

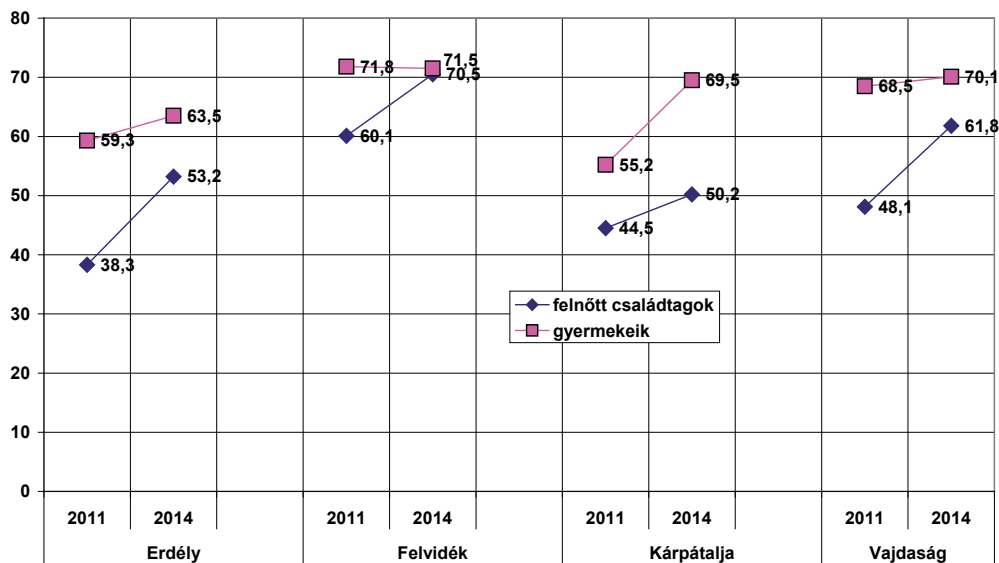
fókuszába az internetezés intenzitását állítjuk, melyet előbb a családokon belüli kétgenerációs (szülők-gyerekek) szinten, majd a különböző nyelvű honlapok látogatottsága, tehát a nyelvi dimenzió szintjén vizsgálunk. Ezek után azt elemezzük, hogy a magyarországi televíziócsatornák és rádióadók online adásait, valamint honlapjait milyen mértékben követik interneten a határon túli magyarok, befejezésül pedig annak bemutatása következik, hogy a világhálón való információszerzés célja szerint miként alakult az internethasználat intenzitása a vizsgált magyar közösségek, és azok különböző rétegeinek körében.

5.4.1. A kétgenerációs internethasználat változása

A kétgenerációs internetezési szokások változása terén ugyancsak igen figyelmet érdemlő változások tanúi lehetünk. Három évvel ezelőtt mindegyik régióra érvényes megállapításunk még az volt, hogy a családok gyermektagjai szüleiknél nagyságrendekkel több időt töltenek az internet előtt. Ekkor a felnőttek körében három régióban még nem, vagy alig érte el az 50 átlagpontot (Erdélyben a 40-et sem) az internetezés gyakorisága (csupán a Felvidéken volt ennél jelentősebb: 60 átlagpont), a gyerekek viszont már 55,2 és 71,8 átlagpontnyi intenzitással használták a világhálót.

32. ábra

Kétgenerációs internethasználat gyakoriságok változása*
(2011-2014)



„Milyen gyakran szoktak internetezni?”

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-naponta többször

A 32. ábra grafikonján látható idősoros adataink ezzel szemben azt mutatják, hogy a gyermekek internet használati intenzitása három régióban a korábbi magas szinten maradt (63–71 átlagpont), s csupán Kárpátalján nőtt tovább mintegy 15 átlagponttal. Ugyancsak az utóbbi régió esetében mondható el, hogy a szüleikhez képest nőtt a gyerekek világhálón való jelenléte (a 2011-es 11-ről 20 átlagponttal).

A többi régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) azonban ezzel határozottan ellentétes tendenciát regisztráltunk. Eszerint a gyermekek – korábban kiugró arányúnak bizonyult – internethasználatára ugyan se nem csökkent, se nem nőtt, tehát továbbra is többet neteznek a szüleiknél, ám már korántsem akkora előnnyel, mint 2011-ben. A változás fő oka, hogy amíg – mint utaltunk rá – a gyermekek internet használati gyakorisága a korábbi szinten marad, a szülőké mindegyik régióban megnőtt. A leginkább Erdélyben (15 átlagpont) és a Vajdaságban (13 átlagpont), valamint a Felvidéken (10 átlagpont). Kárpátalján kívül tehát nem várt arányban záródik be az olló a nemzedékek közötti világhálóhasználat terén. Olyannyira, hogy a felvidékiek körében a szülők internetezési intenzitása már be is érte a gyermekeikét.

Ez az intergenerációs szempontból beszűkülő/összeszáródó szegregációs távolság egyébként az egyik legfajtyűsőbb mutatója annak, hogy a vizsgált határon túli magyar közösségek tagjainak médiafogyasztásán belül milyen domináns, és egyre szilárdabb pozíciót foglal el az internethasználat. A továbbiakban ennek részleteit elemezzük a szociodemográfiai változók szerint.

40. táblázat

Felnőtt családtagok internethasználat gyakorisága szociodemográfiai változók szerint*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	53	71	50	62
Korcsoportok szerint				
Fiatal	80	89	69	84
Középkorú	57	70	51	66
Idős	20	35	23	44
Iskolai végzettség szerint				
Általános	15	58	33	47
Szakmunkás	45	61	57	60
Érettségi	62	76	48	79
Felsőfokú	80	84	74	72
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	8	20	14	37
Alsó-közép	40	62	48	55
Felső-közép	68	74	64	69
Gazdag	81	83	78	76
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	64	72	62	65
Enyhe munkanélküli érintettség	70	78	52	70
Válságos munkanélküli érintettség	40	54	40	58

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-naponta többször

A 40. táblázat adatai társadalmi rétegek szerint továbbra is szakadékszerűen elkülönülő internethasználati gyakorlatról tanúskodnak a felnőtt korú népesség körében. Korcsoportok szerint ez azt jelenti, hogy a fiatal korosztály tagjai Erdélyben négyszer, a Felvidéken és Kárpátalján több mint kétszer, a Vajdaságban pedig másfélszer gyakrabban használják az internetet az időseknél³⁹, miközben a középkorosztályhoz tartozók a regionális átlagoknak megfelelő mértékben interneteznek.

Az iskolai végzettség, illetve anyagi helyzet szerinti internetezési szokások terén hasonló, vagy még nagyobb mértékű szegregációs távolságokat regisztráltunk, ami különösen Erdélyben szembeszökő. Ott a diplomások több mint négyszer gyakrabban interneteznek az általános iskolát végzettekhez képest, a szegények pedig tízszer kevesebbet interneteznek a gazdagoknál, s Kárpátalján is közel hasonló nagyságrendű az egyes társadalmi rétegek közötti különbség.

Hozzájuk képest kiegyensúlyozottabb tendenciákat mértünk a Felvidéken és a Vajdaságban. Az előbbi régióban például az általános iskolai végzettségűek négyszer gyakrabban használják az internetet, mint az erdélyi hasonló kategóriába tartozók, a Vajdaságban pedig alig 25 átlagpont választja el egymástól a legalacsonyabb és legmagasabb végzettségű rétegek internetezési gyakorlatát (47 és 72 átlagpont).

Ami a munkapiaci helyzet szerinti megoszlásokat illeti, figyelemre méltó, hogy a munkával rendelkezők regionális átlagot meghaladó internetezése mellett a munkanélküliség tekintetében enyhén érintettek még inkább internethasználóknak bizonyultak. Mindez azt jelenti, hogy számukra az internet alighanem a munkaerő piacon való tájékozódást is elősegíti, amely lehetőséggel a bemutatott adatok szerint élnek is. Ami nem mondható el a válságos munkanélküliek táboráról, akik mindegyik régióban mélyen a regionális átlagok alatt használják csupán az internetet.

Végeredményben tehát a felnőtt korú népesség különböző rétegeinek internethasználatával kapcsolatban nagyrészt a legutóbbi kutatásunk során tapasztalt tendenciákat mértük. A társadalmi ranglétra alacsonyabb szintjein lévők továbbra is nagyságrendekkel kevésbé interneteznek a dinamikusabb rétegek tagjaihoz képest. Bizonyos pozitívumok azonban ennek ellenére mutatkoznak, amint azt a középkorosztály, valamint a munkanélküliség által csupán kis mértékben érintettek növekvő internethasználata esetében láthattuk.

Mindehhez képest némiképpen eltérő tendenciák tapasztalhatók a gyermekek internetezési szokásaival kapcsolatban (41. táblázat). Elsősorban az, hogy a felnőttek társadalmi rétegződése szerint igen számottevően eltérő világháló használati gyakoriságok a gyermekek esetében nem jellemzőek. A legkevésbé a szülők iskolai végzettsége szerint meglévő különbségek eliminálódnak jelentősen gyermekek internethasználata tekintetében. Ezt az igen lényeges elmozdulást jelzi, hogy az általános iskolát végzettek gyerekei csupán 4–11 átlagponttal interneteznek kevesebbet, mint a diplomásokéi, ami gyakorlatilag ugyanolyan nagyságrendű világháló használatot jelent (szemben a szülők esetében mért sokszoros különbséggel).

39 E téren a vajdasági idős korosztály tagjainak internetezési intenzitása számottevően megelőzi a többi régióban élők gyakorlatát, akik 44 átlagpontnyi arányban interneteznek. Ez kétszerese az erdélyi és kárpátaljai idősök esetében mért szintnek, és a felvidéki időseknél is tíz átlagponttal nagyobb internethasználatot mutat.

41. táblázat

A gyermekek internethasználat gyakorisága szociodemográfiai változók szerint*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	63	70	69	70
Korcsoportok szerint				
Fiatal	36	41	53	33
Középkorú	74	77	78	74
Idős	65	76	73	75
Iskolai végzettség szerint				
Általános	49	68	63	68
Szaktanulmányos	68	75	75	72
Érettségi	70	68	71	70
Felsőfokú	60	79	73	72
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	33	57	59	57
Alsó-közép	61	58	67	72
Felső-közép	69	77	75	71
Gazdag	81	76	87	75
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	68	77	73	67
Enyhe munkanélküli érintettség	64	68	70	74
Váltságos munkanélküli érintettség	60	60	65	66

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-naponta többször

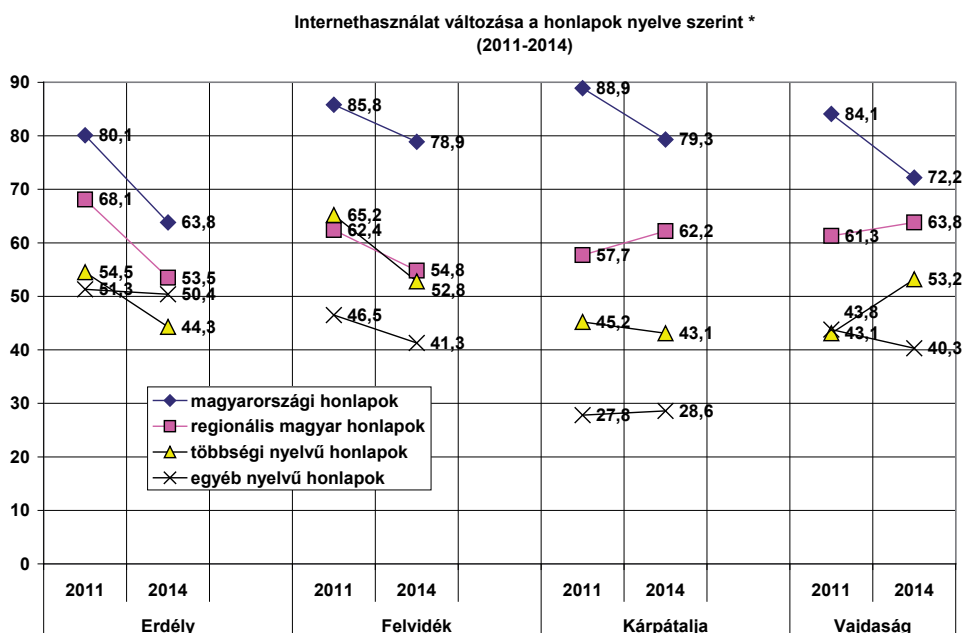
A gyermekek világháló használatának intenzitása terén meglévő említett kiegyenlítődési folyamatra táblázatunk számtalan példát tartalmaz. Ezek közül első helyen említhető, hogy a súlyos munkanélküli helyzetben lévők gyerekeinek internethasználatuk mindegyik régióban számottevően meghaladja (néhol 20–25 átlagponttal) szüleik mutatóit, s – Erdélyt leszámítva – iskolai végzettség és anyagi helyzet szerint sem választja el a különböző társadalmi rétegekhez tartozók gyerekeinek internethasználatát a szüleik esetében tapasztalt drasztikus mértékű szegregációs távolság.

Összességében elmondható, hogy a kétgenerációs internethasználat terén több pozitív tendenciát tapasztaltunk, mint negatívát. Az előbbiekre sorolhatjuk a felnőtt korú népesség növekvő internethasználatát, valamint a gyermekek internetezési szokásai szempontjából a társadalmi rétegek szerinti nagyfokú kiegyenlítődést. Negatív tendenciaként értékelhető azonban, hogy a felnőttek internethasználatuk tekintetében továbbra is igen számottevő különbségeket regisztráltunk a társadalmi ranglétrán elfoglalt hely szerint. A mintaadónak mondható – ám az össznépszerűség számarányához képest szűk – rétegek kimagasló internetezési gyakorlata ugyanis nem leplezheti azt a tényt, hogy a vizsgált határon túli magyar közösségek igen széles népcsoportjainak (a szegényeknek, a kevésbé iskolázottaknak, az időseknek stb.) médiahasználatában az internet továbbra sem foglal el meghatározó helyet.

5.4.2. Az internethasználat változása a honlapok nyelve szerint

A kétgenerációs általános internethasználati gyakoriságok áttekintése után arra keressük a választ, hogy a világháló használata során az érintettek milyen arányban látogatnak anyanyelvi, többségi, valamint egyéb idegen nyelvű honlapokat. Figyelmünket – a 2011-es médiakutatásunkhoz hasonlóan⁴⁰ – elsősorban a magyar és a többségi nyelvű internetfelületek használatára fordítjuk, hiszen az egyéb idegen nyelven hozzáférhető internetes tartalmak követése nem minősül a kisebbségi környezetből következő asszimilációs nyomásnak/tényezőnek, csupán a világháló lényegéből fakadó multilingvikus ismeretszerzési információs formának.⁴¹

33. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Elsőként az érdemel említést, hogy mindegyik régióban erőteljesen csökkent a magyarországi honlapok látogatottsága. Elsősorban Erdélyben, mínusz 16 átlagponttal, ám a többi régióban is 7–12 átlagponttal kevesebben keresik az említett honlapokat. Mindez az anyanyelven történő internetezés szempontjából igen kedvezőtlen folyamat, amit a helyi, regionális magyar nyelvű honlapok látogatottsága is megerősít. Elsősorban Erdélyben és a Felvidéken, ahol

40 Uo.: 167-182 oldal.

41 A grafikon adatait látva először annak tisztázása szükséges, hogy nincs-e ellentmondás az idősorosan csökkenő nézettségi indexek és aközött, hogy – amint azt az eddigiekben láthattuk – az elmúlt három évben nőtt az internethasználati gyakoriság. A feltett kérdésre a válasz nemleges, hiszen a most látható részarányok a mindenkorin internetezésen belüli állapotot tükrözik.

három évvel ezelőtt még 15–8 átlagponttal intenzívebben kattintottak magyar nyelvű helyi honlapokra.

Mindez különösen az erdélyi magyarok internetezési gyakorlatának a szempontjából mondható erősen negatív fejleménynek, hiszen az ottani internetfelület kínálat – hasonlóan a regionális televíziókhoz és rádiókhoz – összehasonlíthatatlanul bőségebb, mint az a többi régióban tapasztalható. Ezzel szemben az e téren számottevően szűkösebb kínálat ellenére Kárpátalján és a Vajdaságban némi növekedés mellett a regionális magyar honlapok látogatottsága nagyságrendileg a korábbi szinten maradt (62–64 átlagpont).

A nyelvhasználat szempontjából továbbra is a kárpátaljaiak internethasználata mondható a legkevésbé egységesnek, noha körükben a magyarországi honlapok népszerűsége és az egyéb idegen nyelveken hozzáférhetőek között némiképpen szűkült a távolság (61 átlagpontról 50-re). Ehhez képest a különböző nyelvű honlapok látogatottsága terén az erdélyiek gyakorlata még közelebb áll egymáshoz mint 2011-ben: akkor 28,8 átlagpont volt a különbség a leginkább és legkevésbé népszerű internetfelületek között, ami mára – főként a magyar nyelvű honlapok visszaesése következtében – mindössze 19,5 átlagpontnyira szűkült.

A tárgyalt vonatkozásban a felvidékiek internetezési szokásai tartalmilag alig változtak a tekintetben, hogy körükben a többségi (szlovák) nyelvű honlapok látogatottsága ugyanakkora, mint a felvidéki magyar honlapok népszerűsége.⁴²

A vajdasági helyzet leginkább a felvidékihez áll közel, hiszen körükben az 50 átlagpontot meghaladó arányban látogatnak szerb honlapokat (ami egyedülként mutat növekedést a három évvel ezelőttihez képest az összes régiót tekintve), azonban azzal a különbséggel, hogy a regionális magyar honlapok népszerűsége nem csökkent, hanem a korábbi szinten maradt.

Összességében tehát elmondható, hogy az internetfelületek anyanyelvi dimenziója tekintetében – főként a magyarországi portálok látogatottsága visszaesésének köszönhetően – jelentős pozícióvesztés tapasztalható, amit a következő alfejezet adatai még hangsúlyosabban bizonyítanak.

5.4.3. A magyarországi közszolgálati televíziócsatornák és rádióadók honlapjainak használata

A Magyarországról sugárzott közszolgálati médiafelületek online nézettségének és hallgatottságának mindössze töredékmegoszlásokban kifejeződő (2,5–3,3 százalék közötti) regionális arányai⁴³ egyfelől visszaigazolják az imént említett negatív tendenciákat, emellett azonban félreérthetetlen bizonyítékát is adják annak, hogy az anyanyelvi közszolgálati tartalmak világhálón való követése egyelőre csupán partikuláris szerepet tölt be az internethasználat egyéb funkcióihoz képest.⁴⁴

42 Ehhez képest az erdélyi internetezők 10 átlagponttal kevesebben keresik csupán a román nyelvű, mint a regionális magyar honlapokat.

43 Az említett töredékmegoszlásokra való tekintettel táblázatainkban ezúttal nem látjuk értelmét az eddigiekben alkalmazott erősrend szerinti rendezésnek.

44 Ezek részletes áttekintését a következő alfejezetben foglaljuk össze.

42. táblázat

Szokta-e az alábbi rádióadókat és televízió csatornákat az interneten keresztül hallgatni/nézni? (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	2,5	3,3	2,8	3,0
Kossuth Rádió	3,9	2,8	5,5	3,9
Petőfi Rádió	5,4	7,6	4,0	5,0
Bartók Rádió	1,5	0,7	1,1	0,9
Dankó Rádió	0,6	2,1	0,9	0,9
Duna World Rádió	1,2	0,9	0,0	1,1
M1	3,6	6,3	7,0	5,3
M2	2,5	3,5	2,6	3,2
M3	0,7	0,4	0,7	0,9
Duna TV	4,8	5,6	4,4	4,6
Duna World	1,3	2,8	2,2	4,6

Ami a relatíve említést érdemlő részleteket illeti, elmondható, hogy három régióban a Petőfi Rádió online hallgatottsága megelőzi a Kossuth Rádióét (csupán Kárpátalján fordított a helyzet), míg a Bartók, Dankó és Duna World rádiók interneten keresztül való követése közelít a nullához.⁴⁵

A magyarországi televíziócsatornák online nézettsége még csekélyebb (0,4–7,0 százalék közötti) intenzitást mutat, melyen belül a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban az M1-et, Erdélyben pedig a Duna főcsatornáját nézik inkább az interneten.

A konkrét közszolgálati honlapok és teletext oldalak olvasottsága tekintetében még az előzőeknél is kisebb érdeklődést regisztráltunk: a regionális átlagok mindössze 1,6–3,9 százalék között szóródnak (42. táblázat). Ezen belül válaszadóink leginkább a Telesport honlapját követik (2,0–4,9%), valamint az M1/M2/M3 teletextjét (2,0–7,3%).

Ezekhez a rendkívül alacsony használati mutatókhoz képest is meglepően csekélynek bizonyult a közszolgálati médiafelületek archívumát is tartalmazó Mediaklikk.hu honlap látogatottsága, amely mindössze 0,6–2,2%-ot tesz ki.

⁴⁵ Olyannyira, hogy a kárpátaljaiak között egyetlen megkérdezett sem választotta a Duna World opciót.

43. táblázat

Nézte-e Ön tegnap az alábbi honlapokat és teletext oldalakat?
(százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	1,6	3,4	3,9	2,9
HIRADO.HU (honlap)	1,4	2,1	4,6	2,6
AZ M1/M2/M3 honlapjai közül valamelyik	1,9	4,4	4,9	1,8
DUNA TV vagy a DUNA WORLD honlapja közül valamelyik	1,7	2,2	3,3	2,8
a KOSSUTH, a PETŐFI, a BARTÓK vagy a DANKÓ RÁDIÓ honlapja közül valamelyik	0,9	2,2	2,2	1,4
TELESPORT.HU (honlap)	2,0	4,9	4,9	3,5
MEDIAKLIKK.HU (honlap)	0,6	1,8	1,8	2,2
AZ M1/M2/M3 teletextje	2,3	7,3	7,3	5,3
DUNA TV/DUNA WORLD teletextje	2,0	2,7	2,7	3,5

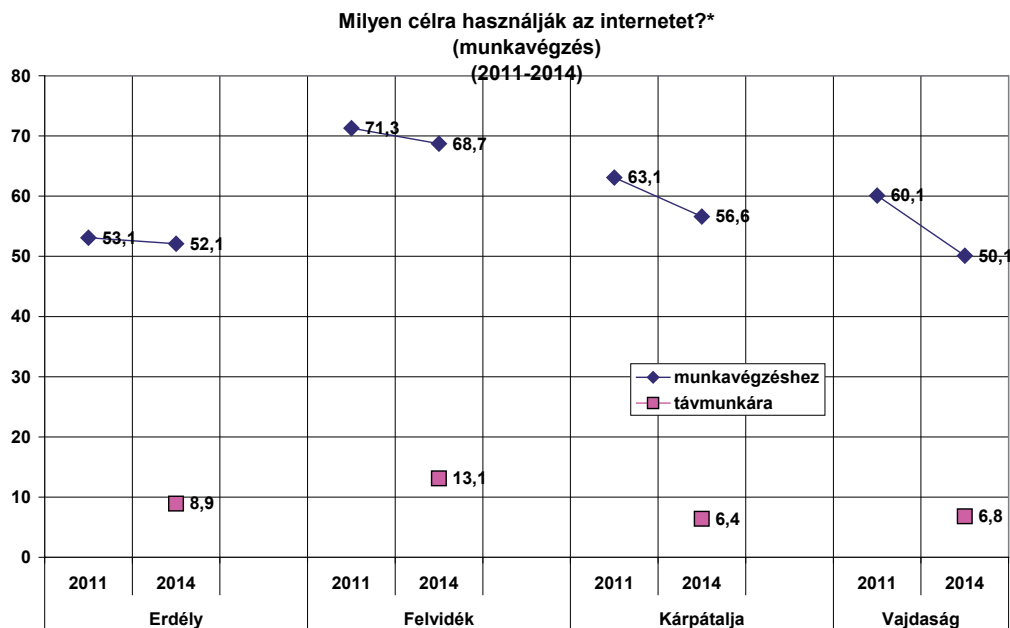
A közszolgálati online tartalmak mindegyik régióban önmaguk helyett beszélő, elenyésző szintű követése kutatásunk egyik legfontosabb tapasztalataként értékelhető. Leginkább a tekintetben, hogy a határon túli magyarság anyanyelven való médiahasználata jelenleg e téren mutatja a legszámottevőbb lemaradást (érdektelenséget). Mindez azonban éppúgy jelentheti egyben azt is, hogy a tárgyalt online felületek megfelelően átgondolt stratégiával történő működtetése olyan, egyelőre még kiaknázatlan dimenziót is megnyithat, amely jelentős tartalékokat képviselhet a vizsgált magyar közösségek tagjainak anyanyelven való tájékozódása szempontjából.

5.4.4. Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint

Miután a világháló révén már nem csupán a legkülönbözőbb információkhoz van korlátlan hozzáférésünk, hanem általa igen széleskörű interaktív és egyéb tevékenységek folytatására is alkalmunk nyílik, az internetezés tartalmi elemeit annak céljai szerint korábbi kutatásunkhoz képest egy terjedelmesebb, tizennyolc ütemből álló kérdéssor segítségével vizsgáltuk, melyeket a jobb áttekinthetőség kedvéért néhány gyűjtőkategóriába soroltuk (34/1-5. ábra)⁴⁶.

⁴⁶ A kiskorúak internethasználatát a most tárgyalt vonatkozásban továbbra sem állt módunkban monitorozni. Aminek fő oka, hogy a szülők csupán kevés, illetve minimális információkkal rendelkeznek a tekintetben, hogy gyermekeik milyen céllal használják a világhálót.

34/1. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Ezek közül elsőként a munkavégzés, illetve a távmunka céljából való internetezési gyakorlatot tekintjük át, mellyel kapcsolatban visszaigazolódottak korábbi kutatási eredményeink. Elsősorban az, hogy noha – amint láttuk – a munkahelyen való internethasználat három régióban is mindössze 20% körüli (a Felvidéken azonban ennek már kétszerese), internetező válaszadóink továbbra is igen nagy gyakorisággal használják a világhálót a munkavégzésükkel kapcsolatos teendők ellátására. Ez a felvidékiek és az erdélyiek körében a korábbi szinten maradt (68 és 52 átlagpont), ám Kárpátalján, illetve a Vajdaságban sem csökkent számottevőbb mértékben. Továbbra is érvényes tehát az a korábbi gyakorlat, hogy a munkával kapcsolatos információkat megkérdezetteink nem csupán a munkahelyükön szerzik be az internetről, hanem az otthoni világhálóhasználat során is.

Az ugyancsak a munkavégzés és az internet meglehetősen szoros kapcsolatára utal a határon túli magyarok körében, hogy a megélhetéshez szükséges információk továbbra is legalább olyan fontossággal bírnak az internethasználat terén, mint a szórakozás céljából történő világhálóhasználat (34/2. ábra).

Amennyiben az eddigiekhez az internet segítségével távmunkát végzőket⁴⁷ is hozzászámítjuk, a világhálót munkavégzésre használók részaránya 2011-hez képest igen számottevően megnövekedett.

47 Ezt külön kategóriaként három évvel ezelőtti médiakutatásunk során még nem vizsgáltuk. A távmunkavégzés intenzitása ugyan még csupán a Felvidéken haladja meg a 10 átlagpontot, ám esetükben összességében már több mint 80 átlagpontnyi gyakorisággal használják az internetet munkával kapcsolatos információk szerzésére.

44/1. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Munkavégzésre

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	52	68	56	50
Korcsoportok szerint				
Fiatal	55	71	55	54
Középkorú	57	71	61	56
Idős	51	50	53	38
Iskolai végzettség szerint				
Általános	55	60	32	28
Szakmunkás	32	49	59	50
Érettségi	53	72	47	64
Felsőfokú	73	88	91	68
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	27	19	23	42
Alsó-közép	33	48	51	32
Felső-közép	56	68	66	59
Gazdag	70	87	67	67
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	62	70	72	63
Enyhe munkanélküli érintettség	53	77	41	47
Válságos munkanélküli érintettség	31	49	34	37

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

A munkavégzéssel kapcsolatos internethasználati gyakorlat szociodemográfiai változók szerint tartalmaz mind meglepő, mind eddigi ismereteink alapján várható megoszlásokat. Ami az előzőeket illeti, váratlan és egyben figyelemre méltó, hogy korcsoportok szerint regisztráltuk a legcsekélyebb szegregációs távolságokat az internetet munkavégzésre használók között. Ez főként annak köszönhető, hogy a vizsgált vonatkozásban az 55 évesnél idősebbek sem mutatnak számottevő lemaradást a regionális átlagokhoz képest (a Felvidék és a Vajdaság kivételével), a fiatalok pedig alighanem azért nem használják kiugróan átlag fölött munkavégzésre a világhálót, mert közülük sokan tanulmányaikat végzik, tehát még nem dolgoznak.

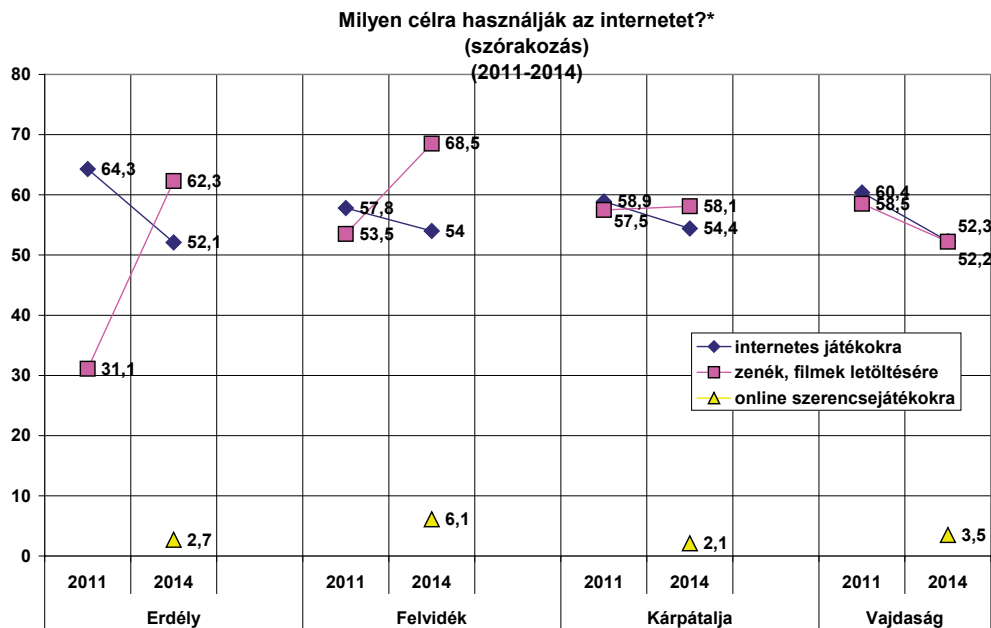
A munkavégzés és az internethasználat kapcsolata szempontjából a korosztályos eltérésekhez képest sokkal meghatározóbb az iskolai végzettség, valamint a szociális–anyagi helyzet. Amint a 44/1. számú táblázat adatsoraiból látható, a kárpátaljai és a vajdasági diplomások háromszor-két és félszer többet használják munkavégzésre a világhálót, mint a legkevésbé iskolázottak, amely távolság vagyoni helyzet szerint még kirívóbb: három-négyszeres (a Vajdaságot kivéve).

Munkapiaci helyzet szerint ugyancsak a várt megoszlásokat tapasztaltuk. A munkával rendelkezők értelemszerűen mindegyik régióban átlag fölötti arányban interneteznek munkavégzési célból, míg a tartósan munkanélküliek munkával kapcsolatos világháló használata

nyilvánvalóan a munkahelykereséssel (álláshirdetések, jelentkezési nyomtatványok letöltése stb.) van összefüggésben.

Összességében elmondható, hogy a határon túli magyarság körében továbbra is szoros – és egyre erősödő – kapcsolat van az internethasználat és a munkavégzés között, amit csupán az interperszonális kapcsolattartás előz meg, ám már nem mindenütt, hiszen a felvidékiek internethasználatában a munkavégzéssel kapcsolatos információszerezés került az első helyre.

34/2. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha....100-gyakran

A világhálón való szórakozás tekintetében azt tapasztaltuk, hogy Kárpátalján és a Vajdaságban alig változott a három évvel előbbi gyakorlat: 52 és 60 átlagpont között használják az internetet játékokra, valamint zenék és filmek letöltésére. A legjelentősebb változást e téren az erdélyiek esetében mutatkozik, akiknek körében több mint tíz átlagponttal csökkent az internetes játékok használóinak részaránya, miközben a zenék és filmek letöltése a kétszeresére nőtt (31-ről 62 átlagpontra).

Az első ízben vizsgált online szerencsejátékok használata mindössze 2,1–6,1 átlagpontot tesz ki, ami a vizsgált vonatkozások között az utolsó helyet foglalja el.

44/2. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Szórakozásra (zenék, filmek letöltésére)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	62	68	58	52
Korcsoportok szerint				
Fiatal	83	85	77	79
Középkorú	51	60	43	55
Idős	27	45	26	25
Iskolai végzettség szerint				
Általános	49	70	59	47
Szakmunkás	56	63	60	44
Érettségi	65	70	58	63
Felsőfokú	67	69	57	55
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	62	28	31	59
Alsó-közép	46	66	58	39
Felső-közép	67	69	64	57
Gazdag	71	73	56	63
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	59	62	56	51
Enyhe munkanélküli érintettség	77	76	69	62
Válságos munkanélküli érintettség	61	68	55	57

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Ami a szociodemográfiai változók szerinti tendenciákat illeti, az interneten való szórakozás esetében az imént bemutatott munkavégzőkor tapasztaltak tükörképét regisztráltuk. Ez annyit tesz, hogy amíg ezúttal legtágabba a korosztályok között nyílik szét az olló (természetesen a fiatal korcsoportba tartozók javára, akik kétszer-háromszor nagyobb intenzitással követnek szórakozást szolgáló internetfelületeket, mint az idősek), az egyéb független változók szerint egy-két kivételtől eltekintve hasonló nagyságrendi különbségeket – regionális átlagoktól való eltéréseket – nem regisztráltunk.

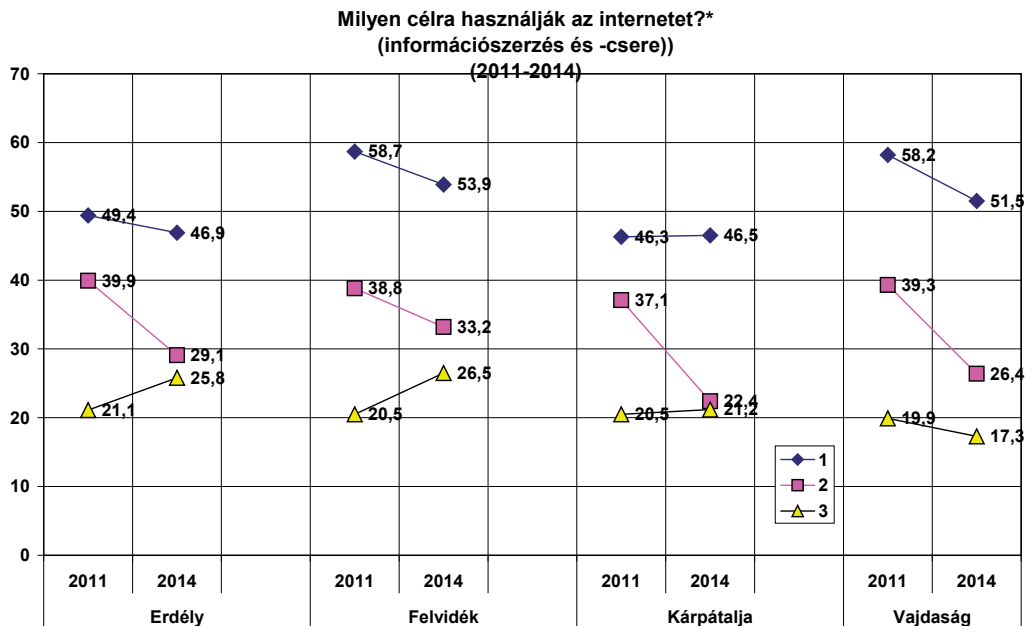
Az említett kivételek között tartható számon, hogy a munkanélküliség által csupán kis mértékben érintettek⁴⁸ mindegyik régióban magasan átlag fölötti arányban töltenek le zenéket és filmeket az internetről.

A szórakozás céljából történő határon túli magyar internethasználati gyakorlat végeredményben azt mutatja, hogy a világháló legfőbb „húzó” faktora, a szórakozás iránti tartalmak követése ugyan markánsan jelen van az internetező válaszadók médiahasználatában, ennek mértéke azonban mindmáig nem mutat aránytalan mértékű egyensúlyvesztést a tömegkulturális tartalmak javára.

48 Már volt munkanélküli, de jelenleg van munkája, illetve még csupán rövid ideje van munka nélkül.

Bizonyos kivételekkel nagyjából ugyanez mondható el a világháló használat következő „fősodrával”, az információszerzés és -csere terén tapasztalt tendenciákkal kapcsolatban is.

34/3. ábra



Jelmagyarázat:

1 – internetes újságokat olvasnak

2 – online rádiókat hallgatnak, és televíziókat néznek

3 – aktívan részt vesznek a különböző internetes fórumokon

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Amennyiben a világhálóhasználat esetében lehetséges egyáltalán „hagyományos” műfajokról/tartalmakról beszélni, az internetes újságok/honlapok olvasása, az online rádiók és televíziók műsorainak követése, valamint a különböző fórumokon való interaktív részvétel bizonyára ezek közé számít. Mindez még akkor is így van, ha a felsorolt, interneten történő tevékenységekkel kapcsolatban ugyancsak közepesnek mondható – az összes kategóriát és régiót tekintve 17–54 átlagpont közötti – aktivitást tapasztaltunk a munkavégzéshez, illetve a következőkben bemutatásra kerülő interperszonális kapcsolattartási formákhoz képest.

Ezen belül a három évvel korábbi állapotokhoz viszonyítva az online rádióhallgatás és televízió nézés terén tapasztaltuk a legnagyobb visszaesést. Kárpátalján 15, a Vajdaságban 13, Erdélyben 10, a Felvidéken pedig 5 átlagponttal használják jelenleg kevesebben az internetet az említett célból, ami egyben visszaigazolja a Magyarországról sugárzott közszolgálati tévécsatornák és rádióadók esetében látott nagyfokú internetes érdektelenséget.

Kisebb mértékben ugyan, ám a világhálón megtalálható újságok nézettsége terén is visszaesést regisztráltunk, s csupán az utolsó helyen álló, fórumokon való aktivitás nőtt néhány átlagponttal Erdélyben és a Felvidéken.

44/3. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Információszerzésre (internetes honlapok, újságok olvasására)

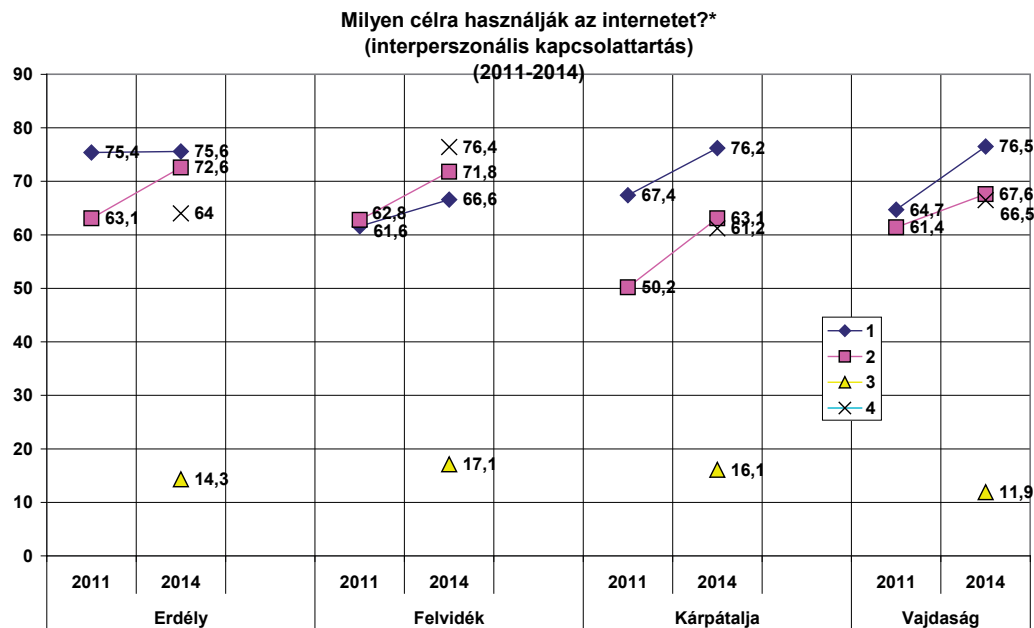
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	47	54	46	52
Korcsoportok szerint				
Fiatal	48	56	46	55
Középkorú	46	52	52	53
Idős	44	54	36	46
Iskolai végzettség szerint				
Általános	13	45	31	42
Szakmunkás	37	43	49	45
Érettségi	46	59	41	57
Felsőfokú	63	64	66	68
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	20	28	26	42
Alsó-közép	35	66	45	40
Felső-közép	51	68	48	56
Gazdag	54	73	58	63
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	45	53	53	54
Enyhe munkanélküli érintettség	48	56	47	56
Válságos munkanélküli érintettség	40	44	31	45

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Az internetről való információszerzés szociodemográfiai változók szerint nagyfokú – és egyben az előzőekhez hasonló – megosztottságot mutat. Korcsoportok szerint kevésbé, ám az iskolázottság, valamint a szociális–anyagi helyzet számottevően meghatározza, hogy a válaszadók milyen intenzitással szerzik be információikat internetes honlapokról. Ezt példázza, hogy az erdélyi diplomások négyszer, a kárpátaljaiak pedig kétszer nagyobb gyakorisággal követik a tárgyalt internetfelületeket, mint az általános iskolát végzettek, és ugyanez a tendencia érvényesül a gazdag rétegek, illetve a szegények között is.

A határon túli magyarság internethasználati szokásaival kapcsolatban megismert folyamatok/tendenciák közül kétség kívül továbbra is az számít a leginkább figyelemre méltónak, hogy a világhálót elsősorban nem az imént bemutatott konvencionálisnak mondható információk tartalmak (például internetes újságok, vagy egyéb médiafelületek világhálón is elérhető honlapjainak) követésére használják, hanem a valóságos, vagy virtuális interperszonális, illetve közösségi hálózatokkal való kapcsolattartásra. Ezt bizonyítja, hogy az internethasználat célja szerint – a Felvidéket kivéve – három régióban is a „barátokkal és ismerősökkel való kapcsolattartás” opció áll az első helyen (egyaránt 76 átlagpont), míg a másodikon a „közösségi hálózatokban (Facebook) vesz részt” lehetőséget választották (63–72 átlagpont).

34/4. ábra



Jelmagyarázat:

1 – rokonaikkal, ismerőseikkel való kapcsolattartásra használják (MSN, Skype stb.)

2 – közösségi hálózatokban vesznek részt (Facebook, Twitter stb.)

3 – ismerkedésre, társkeresésre használják

4 – e-mailek küldésére használják

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Mint látható, mindkét internetes kapcsolattartási forma töretlenül növekedett a vizsgált időszakban. A leginkább Kárpátalján és a Vajdaságban, ahol a rokonokkal és ismerősökkel való Skype- és egyéb hasonló kapcsolat áll a vezető helyen. Ennek okai elsősorban abban keresendők, hogy a kettős állampolgárság megszerzése ezekben a – nem EU övezet – régiókban igen számottevő időszakos (vendégmunka), vagy végleges elvándorlási hullámot generált, s ennek következtében vált a családtagok közötti kommunikáció mindennapi kiemelt eszközévé az internet.⁴⁹

49 A Felvidéken, különösen pedig Erdélyben ez a folyamat már korábban végbe ment, következésképpen a skype-kapcsolat használata ezen régiókban is a legutóbbi, 2011-es magas fokon stabilizálódott.

44/4. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Rokonokkal, ismerősökkel való kapcsolattartásra (Skype, Twitter)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	75	66	76	76
Korcsoportok szerint				
Fiatal	80	76	80	82
Középkorú	69	60	71	74
Idős	75	59	74	75
Iskolai végzettség szerint				
Általános	78	69	69	69
Szakmunkás	70	58	84	74
Érettségi	78	69	75	84
Felsőfokú	77	70	79	82
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	64	61	63	66
Alsó-közép	70	56	72	80
Felső-közép	77	68	82	74
Gazdag	77	69	85	85
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	74	60	74	75
Enyhe munkanélküli érintettség	82	73	82	80
Válságos munkanélküli érintettség	74	75	78	68

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Az említett tendenciákat árnyalják a szociodemográfiai változók szerinti adatsoraink is. Leginkább „skype-függőknek” a fiatalok, legkevésbé pedig a középkorúak bizonyultak, míg a leginkább helyben (a szülőföldön) maradó – ekképpen pedig nagy valószínűséggel több távol élő családtaggal rendelkező – idősök a regionális átlagoknak megfelelő szinten tartják a személyes kapcsolatokat interneten keresztül.

Az egyéb rétegek között ilyen, mindegyik régióra egyaránt vonatkozó tendenciák kevésbé jellemzők. Az ugyan elmondható, hogy az iskolázottabb és tehetősebb rétegek tagjai gyakrabban tartanak kapcsolatot az interneten, ám mindez ugyanúgy érvényes például az erdélyi és felvidéki általános iskolát végzettekre is.

Adataink végeredményben azt igazolják, hogy a határon túli magyarság körében a személyes kapcsolattartás az internethasználat egyre dominánsabb elemévé válik, amely az említett migrációs fejlemények következtében alighanem tovább erősödik majd.

44/5. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Kapcsolattartásra (közösségi hálózatokban való részvételre)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	72	72	63	67
Korcsoportok szerint				
Fiatal	90	86	78	86
Középkorú	65	66	51	70
Idős	36	44	39	48
Iskolai végzettség szerint				
Általános	72	75	61	66
Szakmunkás	67	66	76	62
Érettségi	75	72	62	75
Felsőfokú	73	72	59	66
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	66	61	61	63
Alsó-közép	66	65	60	58
Felső-közép	73	73	69	73
Gazdag	79	76	62	74
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	71	65	64	66
Enyhe munkanélküli érintettség	85	78	63	74
Válságos munkanélküli érintettség	72	73	60	71

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Erre utalnak a közösségi hálózatok használatára vonatkozó adataink is, melyek azonban egy vonatkozásban lényegesen eltérnek az imént látott – a családon és rokonságon belüli – kapcsolattartást érintő tapasztalatoktól. Ennek lényege, hogy a Facebook és egyéb közösségi hálózatok használói között az idős korosztály tagjai már csupán mélyen a regionális átlagok alatti arányban találhatóak.

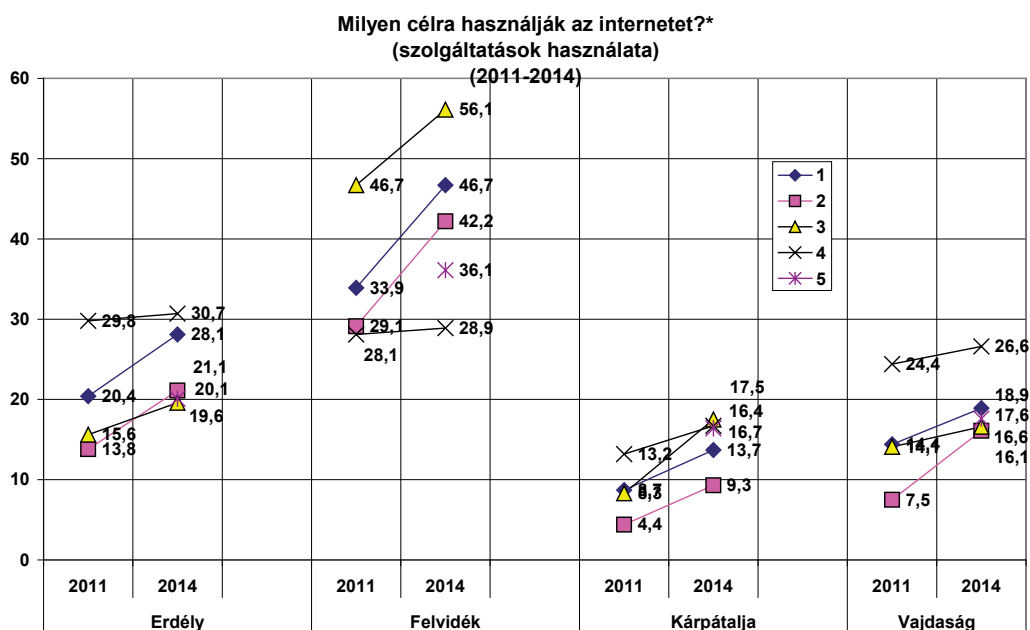
Iskolai végzettség szerint ennél sokkal kevésbé megosztott a kép, a különböző anyagi helyzetben lévő rétegek esetében azonban újfent minden régióra érvényes az a tendencia, mely szerint az említett közösségi hálózatok használata egyenes arányban növekszik az anyagi jólét gyarapodásával.

Végezetül említést érdemel, hogy az interneten történő kapcsolattartás formái között első ízben vizsgáltuk, hogy válaszadóink milyen mértékben használják a világhálót ismerkedésre, valamint társkeresésre. (34/4. ábra) Az ezzel kapcsolatban regisztrált 12–17 átlagpont közötti gyakoriságok akár meglepően magasnak is mondhatók, hiszen a kérdés intim jellege miatt feltételezhető, hogy a valóságban még ennél is többen igyekeznek/próbálkoznak az internet segítségével ismerősökre, illetve partnerre szert tenni. Elképzelhető tehát, hogy egy későbbi adatfelvételkor az internet társkereső funkciója legalább ahhoz hasonló előretörést mutat

majd a határon túli magyarság körében, mint amelyet jelenleg a Skype- és Facebook használat kapcsán tapasztaltunk.

Az internethasználat célja szerinti utolsóként bemutatásra kerülő kategóriát a világhálón át elérhető szolgáltatások igénybevételével kapcsolatos adatsorok alkotják, melyek az eddig látottaknál jóval nagyobb fokú regionális eltérésekről tanúskodnak.

34/5. ábra



Jelmagyarázat:

1 – online vásárlásokra

2 – szolgáltatások megrendelésére (koncertjegy, szállodafoglalás stb.)

3 – internetbankos szolgáltatásokra (átutalások, parkolási, autópályadíj befizetése stb.)

4 – hirdetések feladására, vagy keresésére (ingatlan, albérlet, használt autó stb.)

5 – hivatali ügyintézésre

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Abból a szempontból még nem mutatkozik nagy különbség a négy régióban élők gyakorlata között, hogy a vizsgált időszak alatt mindenütt emelkedett az interneten megtalálható szolgáltatások iránti igény, ám a növekedés nagyságrendjét illetően már igen. Eszerint három régióban (Erdély, Kárpátalja és Vajdaság) a vizsgált szolgáltatások korábbi 4,4–29 átlagpont közötti használata mára 9,3–31 átlagpontnyira bővült, ami, mármint a növekedés mértéke azonban egyik esetben sem éri el a 10 átlagpontot. Ezekben a régiókban elsősorban a hirdetések feladása és keresése jelenti az internetes szolgáltatások igénybevételét, ezt követően pedig az online vásárlások.

Ezekhez a mutatókhoz képest a felvidékiek továbbra is jelentősen nagyobb mértékben használják az internet által nyújtott szolgáltatásokat. Körükben az internetbankozás áll az első helyen, amit az

online vásárlások, valamint a világhálón keresztüli jegy-, szálloda- és egyéb foglalások követnek. Az igazi különbség azonban nem a szolgáltatások eltérő sorrendiségében rejlik, hanem abban, hogy három év alatt még tovább nőtt a különbség e téren a felvidékiek és a többi régióban élők most vizsgált internetezési gyakorlata között, ami jelenleg több vonatkozásban is kétszer-háromszor intenzívebb használatot mutat. Elmondható tehát, hogy a felvidéki magyarok a többiekhez képest sokkal magasabb minőségi szinten használják szolgáltatási célok igénybevételére az internetet.⁵⁰

44/6. táblázat

Milyen célra használják az internetet?*

Szolgáltatások igénybevételére (online vásárlásokra)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	28	46	14	19
Korcsoportok szerint				
Fiatal	36	56	18	26
Középkorú	24	43	9	21
Idős	12	30	6	10
Iskolai végzettség szerint				
Általános	10	41	11	11
Szakmunkás	21	37	13	19
Érettségi	28	48	12	21
Felsőfokú	37	57	19	30
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	8	12	6	19
Alsó-közép	20	31	10	12
Felső-közép	14	47	16	22
Gazdag	30	61	23	23
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	28	45	15	21
Enyhe munkanélküli érintettség	35	51	13	25
Válságos munkanélküli érintettség	32	40	7	17

* 100-as skálára transzponált átlagok: 1-soha.....100-gyakran

Szociodemográfiai változók szerint ezúttal a mindegyik régióban számottevőnek mondható online vásárlások gyakoriságával kapcsolatos adatokat mutatjuk be, melyek regionális összehasonlításban egymáshoz igen közeli tendenciákat tükröznek. Eszerint az interneten történő vásárlások aránya mindenütt a táblázatban látható nagyléptékű fokozatokban csökken az életkor növekedésével, s növekszik az iskolázottság, valamint az anyagi jólét emelkedésével.

50 Ezzel együtt nyitott kérdés marad, hogy a felvidékiek bemutatott fokú intenzívebb internet használata van-e, s ha igen, milyen előjelű hatással van a körükben hosszú idő óta tapasztalt, drasztikusan felgyorsult asszимиációs folyamatokra.

Miután a többi vizsgált interneten elérhető szolgáltatás esetében is hasonló megoszlásokat regisztráltunk, elmondható, hogy a világháló eddigiekben bemutatott arányú térhódítása ellenére (vagy éppen amiatt) a nethasználat tartalmi vonatkozásai különösen számottevő szegregációs távolságokat tükröznek az egyes társadalmi csoportok között. A világháló használatának „milyensége/mikéntje” tehát egyre keményebb rétegképző tényezővé válhat, amely nemhogy kiegyenlítené a meglévő társadalmi különbségeket, de ma még beláthatatlan mértékben fokozhatja is azokat.

Összegzés

Szemben első határon túli magyar médiakutatásunkkal, a fő hangsúlyt ezúttal arra helyeztük, hogy az anyaországból sugárzott – főként közszolgálati – médiatartalmak milyen fokú elfogadásra/elutasításra, érdeklődésre/érdektelenségre találnak a vizsgált magyar közösségek különböző rétegeinek körében.

Kutatási eredményeink összegzése előtt arra is szükséges felhívunk a figyelmet, hogy adatfelvételünkre egy, a médiahasználat alakulása szempontjából igen mozgalmas időpontban került sor: a 2013-as digitális átállás után egy évvel. Mindez megfelelő időtávnak bizonyult ahhoz, hogy a digitális szórással kapcsolatos legelső határon túli magyar tapasztalatokat – leginkább pedig az erre visszavezethető változásokat – mind a technikai (vételi) szempontok, mind a műsorpreferenciák szerint megvizsgáljuk. Mindezzel kapcsolatban előljáróban annyi mondható el, hogy a digitális átállás régióként különböző mértékben volt/van kihatással a korábbi médiahasználat megváltozására: egy régióban számottevőbb, háromban azonban kevésbé mély nyomokat hagyott válaszadóink médiafogyasztási szokásaiban.

A fiktív médiafelület hierarchia változása

A fiktív médiafelület-hierarchiával kapcsolatban azt tapasztaltuk, hogy amíg megkérdezteink a rádiót és a nyomtatott sajtót továbbra is csupán a 2011-ben rögzített igen alacsony szinten választották egyetlen hírforrásként, a vezető két médiafelület közötti fiktív erőviszonyok mindenütt alapvetően átrendeződtek. Három régióban (Erdély, Kárpátalja, Vajdaság) számottevően bezárulni látszik a korábban még a televízió javára másfél-két és félszeres különbséget mutató olló az internetet választók 10–15%-os megnövekedése jóvoltából. A felvidékiek esetében azonban nemhogy bezárult az olló a két médiafelület fiktív erőviszonya között, hanem kinyílt – azonban már az első helyen választott világháló javára.

Az említett tendenciák egyértelműen arra utalnak, hogy a médiafelületek hierarchiája terén előző kutatási ismereteinkhez képest számottevően gyorsabb ütemű átrendeződés zajlik.

Televíziókészülékekkel való ellátottság és vételi lehetőségek

Az ezzel kapcsolatos idősoros mennyiségi mutatók szerint a digitális átállás a vártnál csekélyebb mértékű kihatással volt a háztartásokban meglévő készülékek darabszámára.

Az analóg/digitális készülékek használata szempontjából a felvidékiek jelentenek kivételt, ahol 2011 óta 23%-kal csökkent az analóg, 15%-kal pedig nőtt a digitális készülékek aránya. Ennek következtében ez a régió az egyetlen, ahol a digitális vételre alkalmas televíziók vannak túlsúlyban, s a családok mintegy 70%-a rendelkezik már ilyen készülékekkel.

A többi régióban egyfelől ugyan erőteljesen záródik az olló az analóg, illetve digitális készülékek aránya között – ami már alighanem a digitális sugárzásra való átállás következménye –, ám Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban még jelenleg is 48–58%-kal több analóg készülék van forgalomban, mint digitális.

A vételi lehetőségekkel kapcsolatban adataink – Kárpátalját kivéve – mindenütt a kábeltévés előfizetési csomagok dominanciáját jelzik. E téren végeredményben azt tapasztaltuk, hogy a határon túli magyar régiókban működő műsorszolgáltató vállalkozások gazdasági-törvényi feltételeinek tisztulásával (jogharmozás) három régióban is egyre növekszik a fizetős hozzáférések aránya, Kárpátalján pedig erőteljesen az ingyenes Mindig TV dominanciája érvényesül.

A különböző műholdas és kábeltelvízió előfizetések (szolgáltatók) arányának tekintetében a nagy (multi) szolgáltatók Erdélyben megtartották a Felvidéken pedig növelték részesedésüket a vizsgált három éves időszakban. A Vajdaságban, különösen pedig Kárpátalján azonban továbbra is nagyrészt átláthatatlan, illetve követhetetlen maradt e téren a helyzet.

A televíziózásra fordított napi idő

A tévézésre fordított idő a határon túli magyarság körében 2011 óta egyik régióban sem nőtt. Erdélyben és a Felvidéken a korábbi szinten maradt, Kárpátalján és a Vajdaságban pedig tovább csökkent. Abszolút értékekben az erdélyiek és a vajdaságiak töltenek legtöbb időt a televízió előtt, míg a másik két régióban élők 15–20 perccel televízióznak kevesebbet, mint tették azt három évvel ezelőtt.

Az említett tendenciák leginkább egyetlen szempontból mondhatók igen figyelemre méltónak és egyben meglepőnek. Abból, hogy a vizsgált időszak alatt végbement digitális átállítás a televíziózásra fordított idő tekintetében gyakorlatilag semmilyen érdemi elmozdulást nem hozott a határon túli magyarság körében.

A televíziózásra fordított idő mindenütt egyenes arányban nő a fiataloktól az idősekig, és csökken a magasabb iskolázottság és anyagi jólét, valamint a stabil munkapiaci helyzet függvényében. Az említett tendenciákon belül régiók szerint ugyan megfigyelhetők árnyalatnyi különbségek, nem kétséges azonban, hogy a különböző társadalmi rétegeket az említett, szignifikánsan eltérő arányú televíziózási gyakorlat jellemzi.

A televíziócsatornák nézettségének változása

A magyar nyelvű televíziócsatornák nézettsége 2011 óta három régióban (Erdély, Felvidék, Vajdaság) enyhén emelkedett, Kárpátalján pedig a korábbi szinten maradt. Kizárólag csak magyar nyelven sugárzott televízió műsorokat a megkérdezettek 20–44%-a néz, s csupán 1,2–3,9% azoknak a részaránya, akik soha nem néznek anyanyelvükön televíziót. Amennyiben azonban a magyar televíziókat soha nem nézőkhöz hozzászámítjuk az anyanyelven csupán „ritkán” televíziókat is, ez az arány már közel sem mondható elhanyagolható mértékűnek: 6,7–12,5%-ot tesz ki.

Az M1 csatorna iránti érdeklődés mértékét a korábbi szinten maradás jellemzi. A válaszadók 77–80%-a valamilyen gyakorisággal odakapcsol, következőképpen az M1 alig marad el a vezető magyarországi kereskedelmi csatornák mögött. Az M2 csatornára kapcsolók – alighanem a digitális átállásnak köszönhetően – Erdélyben 9, a Felvidéken 11, Kárpátalján

azonban 30%-kal vannak többen, mint 2011-ben, míg a vajdaságiak körében az M2 nézettsége a korábbi magas szinten stabilizálódott.⁵¹

Az M3 televízió esetében ennél sokkal alacsonyabb nézettségi indexeket regisztráltunk, melyek egyik régióban sem haladják meg a 20%-ot. Erre az szolgál magyarázatul, hogy ez egy új adó, ami folyamatosan növeli a foghatósági körét. A vizsgált régiókban a lefedettsége 60% körüli, ami az összes lekérdezett adó közül a legalacsonyabb érték.

A Duna TV nézettsége továbbra is vezető helyet foglal el a magyarországi közszolgálati tévécsatornák között. Ez azt jelenti, hogy Erdélyben és a Vajdaságban jelenleg is a korábban tapasztalt gyakorisággal követik műsorait (84% és 78%), a Felvidéken pedig némileg nőtt a Duna TV-t nézők aránya (6 százalékponttal, 75%-ra). Kárpátalján ezzel szemben a digitális átállás következtében robbanásszerű teret hódított a Duna TV, hiszen a 2001-ben még csupán 12, a 2011-ben pedig mindössze 45%-os használati aránya jelenleg meggyezik a leginkább Duna tévé-orientált erdélyiek körében tapasztalttal (83%).

Duna World esetében ugyancsak számottevő növekedésről beszélhetünk, ami azonban nagyságrendileg alatta marad a Duna főcsatorna nézettségének, amely három év alatt a Felvidéken és Kárpátalján a duplájára nőtt (53 és 66%), a Vajdaságban is átlépte az 50%-ot, s csupán Erdélyben nézik feleannyian, mint a Duna TV főcsatornáját (39%).

A magyarországi kereskedelmi csatornák ugyan úgyszintén megőrizték vezető pozícióikat a teljes magyar nyelvű kínálatot tekintve (80–86%), ám mind a Felvidéken és Kárpátalján, mind a Vajdaságban néhány százalékpontot már veszítettek a korábbi közönség nagyságukhoz képest. Ezek – valamint a közszolgálati csatornák, különösen pedig a Duna TV népszerűségének imént látott arányú növekedése – alapján elmondható, hogy az RTL Klub és a TV2 mintegy másfél évtizeden át tartó kiugró vezető szerepe a határon túli magyarság körében relatíve meggyengültni látszik.

Az egyéb kereskedelmi csatornák nézettségének mértékéről általában elmondható, hogy jelentősen elmaradnak az eddig tárgyalt közszolgálati csatornák, valamint az RTL Klub és a TV2 mögött. A régióként összességében 24–62%-ot kitevő nézettségi arányok közepes érdeklődést tükröznek, amelyen belül néhány százalékponttal a Film+ vezet a Cool TV és a Viasat3 előtt.

Ami a Magyarországról sugárzott politikai/közéleti kereskedelmi csatornákat illeti, a vizsgált időszak alatt a legnagyobb mértékben mindegyik régióban az ECHO TV növelte – 2011-ben még igen szerény mértékű – elért közönségét, ami azonban így is a legalacsonyabb maradt (15–22%) a Hír, illetve ATV csatornákhöz képest, miután utóbbiak 20–39%-os közönséget tudhatnak magukénak.

Ami a televíziócsatornák műsorainak nézettségi intenzitását illeti, a magyarországi kereskedelmi televíziók továbbra is vezetnek a népszerűségi versenyt (csupán Kárpátalján szorultak a második helyre néhány átlagponttal az M1 mögött). A közszolgálati csatornák között az M1-é a vezető szerep, Erdélyt kivéve, ahol a Duna TV fő csatornája került az első helyre, jelentősnek mondható, 8 átlagpontnyi előnnyel. Az M2 csatorna 36–41 átlagponttal közepesen nézettnek bizonyult, míg a közéleti/politikai televíziók (9,5–22 átlagpont), valamint a magyar nyelvű regionális csatornák (15–27 átlagpont) zárják a sort. Az elmondottakon kívül mindenképpen említést érdemel még, hogy a Duna World csatorna a vizsgált időszakban igen masszív nézettség gyarapodást ért el.

51 Az M2 nézettségére a digitális átálláson túl (ami által a technikai lefedettsége megnőtt) az is hatott, hogy 2013 óta napközben gyerekcatornáként működik.

Az időbeli változásokat is tükröző idézett nézettségi adatsorok végeredményben azt mutatják, hogy a határon túli magyarság eddigi televíziónézési szokásai alapvetően nem változtak meg. A jelenlegi állapotról kialakult összkép azt igazolja, hogy a digitális átállás a vártnál ugyan kevésbé strukturálta át válaszadóink televíziózási szokásait, ám a közszolgálati adók növekedésében egyértelműen szerepet játszott. Egyetlen régiót kivéve, hiszen kárpátaljai adataink ennek épp az ellenkezőjét bizonyítják, különös tekintettel a DUNA és DUNA World csatornák kiugró arányú nézettségi indexeire az ingyenes Mindig TV-nek köszönhetően.

Ami a többségi nyelvű televíziók nézettségét illeti, a két legnépesebb határon túli magyar régióban, Erdélyben és a Felvidéken 2011 óta számottevően (8–12 átlagponttal) csökkent a román, illetve szlovák nyelvű televíziók nézettsége (mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi), Kárpátalján és a Vajdaságban pedig az említett csatornákat továbbra is a korábban mért intenzitással nézik. A román, és ukrán közszolgálati televíziók közönsége a legalacsonyabb (mindössze 24–25 átlagpont), aminél a szlovák és szerb hasonló csatornákat némiképpen többen, mintegy 38–35 átlagpontnyi gyakorisággal követik.

A többségi nyelvű kereskedelmi televíziók nézettsége az említett csökkenés ellenére Erdélyben és a Felvidéken továbbra is nagyságrendekkel nagyobb (50 és 56 átlagpont) a román és szlovák közszolgálati csatornákénál, ami a Vajdaságban és Kárpátalján csupán 35–32 átlagpontot tesz ki. Következésképpen az előbb említett régiókban élők televíziózási gyakorlatának szempontjából sokkal inkább meghatározó a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók kínálata, mint az utóbbiakéban.

Adataink összességében a többségi nyelvű televíziózás nagyon enyhe mértékű relatív hátrébe szorulására utalnak a határon túli magyarság körében. Az mindenképpen elmondható, hogy az utóbbi másfél évtizedben mért tendenciákkal ellentétben a vizsgált három éves időszak alatt legalább nem fokozódott – ám ezzel együtt alighanem csupán relatíve fékeződött le – az anyanyelven történő televíziózástól való elfordulás mértéke.

A magyar nyelvű televíziócsatornák műsorainak nézettségi intenzitása és tetszési indexei

A legmagasabb nézettséggel a hírműsorok (az M1, Duna TV, RTL Klub és TV2 esti híradói) rendelkeznek. Mindez összességében azt mutatja, hogy a magyarországi kereskedelmi televíziók őrzik ugyan első helyüket az össznézettség szempontjából, ami azonban a napi hírfogyasztást illeti, a közszolgálati csatornák hírműsorainak tetszési indexei – amit akár egyfajta hitelesség mércéként is értelmezhetünk – már több régióban is nem csupán elérték, de meg is előzték a kereskedelmi televíziók túlnyomórészt bulvár és szenzációhajhász tartalmakat hordozó híradóit.

A határon túli magyarsághoz, mint célcsoporthoz szóló közszolgálati magazinműsorok már közel sem produkálnak a hírműsorokéhoz mérhető nézettségi intenzitást, amely régióként mindössze 22–32 átlagpont között mozog. Az említett adatok azonban összességében mégis azt a tendenciát látszanak igazolni, hogy a napi hírinformációk, illetve a kulturális tartalmak anyanyelven való fogyasztása terén a magyarországi közszolgálati televíziók műsorai relatíve erős pozíciókra tettek szert a határon túli magyarság jelenlegi médiahasználatában.

A televíziós műsортípusokon belül az értékörző műsorokkal kapcsolatban elmondható, hogy az ismeretterjesztő filmek, a hagyományörző, valamint a határon túli magyar közösségek helyzetével foglalkozó műsorok végeztek az első három helyen.

A közéleti/politikai műsортípusok nézettségével kapcsolatban különösebb meglepetéseket nem tapasztaltunk. Első helyen a korábban már említett, és a határon túli magyarság túlnyomó többsége számára magas fokú prioritást élvező hírműsorok szerepelnek (68–73 átlagpont), melyek mögött számottevően lemaradva a politikai vitaműsorok (23–30 átlagpont) és a politikai betelefonálás véleményműsorok következnek (11–15 átlagpont).

A nézettségi intenzitással kapcsolatban tapasztalt erősrend szinte hiánytalanul ugyanaz maradt a népszerűségi indexek esetében is, azzal a különbséggel, hogy utóbbiak mintegy 8–10–12 átlagponttal magasabbak, mint azt a nézettség esetében tapasztaltuk.

A rádióhallgatási szokások változása

Adataink a rádióhallgatás terén mindenütt megdöbbentő arányú visszaesést mutatnak a három évvel korábbi állapothoz képest. A rádiót egyáltalán nem hallgatók részaránya Erdélyben elérte az 50%-ot (tehát immáron minden második erdélyi magyar nem hallgat rádiót), Kárpátalján és a Vajdaságban közelít a 40%-hoz, a Felvidéken pedig minden harmadik válaszadó tartozik ebbe a kategóriába.

A rádióhallgatásra fordított idő

Tekintettel az imént említett negatív tendenciákra igencsak meglepő, hogy a rádiózás mellett kitarók viszont a három évvel ezelőttinél lényegesen több időt töltenek rádiózással. Leginkább Erdélyben, ahol egy órával többet hallgatnak rádiót, mint 2011-ben, ám Kárpátalján és a Vajdaságban is mintegy napi fél órával többet rádióznak, mint tették ezt korábban. Ezek az adatsorok eléggé egyértelműen arra utalnak, hogy a vizsgált időszakban ugyan drasztikusan csökkent a rádióhallgatók száma, ám akik továbbra is ezt a médiafelületet választják, a korábbinál intenzívebben használják azt.

Mint látható, a határon túli magyarság rádiózási gyakorlata szempontjából egyszerre két – egymásnak részben ellentmondó – tendencia érvényesül. Egyfelől rohamos elfordulás ettől a hagyományos médiafelülettől, amelyhez azonban paradox módon növekvő rádióhallgatásra fordított idő társul a népesség felének-kétharmadának, tehát a rádiózőknek az esetében.

A rádióadások vételére alkalmas eszközök használata és a rádiózás helyszínei

A rádióadások vételére alkalmas eszközök használata szempontjából az első három helyet mindegyik régióban az asztali-, autó-, illetve hordozható rádiókészülékek foglalják el, melyek mögött a mobiltelefonon, illetve interneten keresztül történő rádióhallgatás mértéke is tekintélyesnek mondható.

A rádióhallgatás különböző helyszínei tekintetében továbbra is a korábbi kutatásunk során tapasztalt tendencia érvényesül, mely szerint három régióban döntően otthoni kikapcsolódási tevékenységnek számít: válaszadóink Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban nagyszámúakkal nagyobb gyakorisággal hallgatnak rádiót otthonukban, mint utazáskor, vagy a munkahelyükön. A felvidékiek ezzel szemben immáron csaknem ugyanakkora intenzitással

rádióznak utazás közben, mint otthon, emellett pedig egyharmadnyi gyakorisággal hallgatnak rádiót a munkahelyükön is. Mindemellett figyelmet érdemel az interneten keresztül való rádiózás relatíve magas értéke.

A rádióadók hallgatottságának intenzitása

Az egyes rádióadók népszerűségi ranglistáját a magyar nyelvű regionális, illetve kereskedelmi adók vezetik. A második helyen a Kossuth Rádió található, amit szorosán követnek a magyarországi kereskedelmi (Class FM), valamint a többségi nyelven sugárzó kereskedelmi adók. Közepes hallgatottságot az állami rádiók magyar adásaival kapcsolatban mértünk, míg a Bartók, Dankó és Duna World rádiókat válaszadóink csupán mélyen a regionális átlagok alatti mértékben hallgatnak.

A rádióhallgatás terén tapasztalható változásokkal kapcsolatban összességében elmondható, hogy a korábban regisztráltnál kisebb arányú változásokat mértünk, melynek legfontosabb hozadéka, hogy – szemben a 2001-2011-es időszakkal, mikor eszkalálódott – jelenleg megállt az anyaországi közszolgálati rádióadók határon túli hallgatottságának korábbi drasztikus visszaesése.

A rádióadók műsorkínálatával kapcsolatos elégedettség

A válaszadók leginkább a Kossuth Rádió műsorkínálatával elégedettek, amit a Class FM és a Petőfi Rádió nagyságrendileg azonos arányú általános tetszési indexei követnek. A felsorolt legkedveltebb rádióadók mögött a Dankó és Bartók rádiók következnek, a sort pedig a Duna World adó zárja.

Hallgatottsági intenzitás és népszerűségi indexek

Az egyes közszolgálati rádióműsorok hallgatottsági gyakoriságának sorrendje azt mutatja, hogy válaszadóink leginkább az információszerezés céljából rádióznak (Déli Krónika), illetve a határon túli magyarsággal, mint célcsoporttal (Határok nélkül), vagy azzal is foglalkozó (Vasárnapi Újság) műsorokat részesítik előnyben.

A vizsgált rádióműsorok tetszési indexeivel kapcsolatban is elmondható, hogy a műsor-számok hallgatottsági erősrendje a tetszési indexekben is visszatükröződik: mintegy húsz átlagpont körüli arányban haladják meg a hallgatottsági értékeket, némely esetben pedig akár annak a két- vagy még többszörösét is elérik.

A rádióműsorok hallgatottságával kapcsolatos adataink végeredményben azt jelzik, hogy a számottevő mennyiségi visszaesés mellett a rádiót hallgatók jelentősen szűkülő körében az anyanyelven történő rádiózás iránt megmaradt, sőt növekedett egyfajta minőség iránti érdeklődés. Ez a tendencia elsősorban a közszolgálati rádióadók információs és egyéb magazinműsorai hallgatottsága, valamint növekvő népszerűsége tekintetében mondható új fejleménynek. A vizsgált vonatkozásban tehát elmondható, hogy a közszolgálati tartalmakat sugárzó magyarországi rádióadók számítanak a vizsgált három év során végbement/megváltozott határon túli magyar médiahasználati (ez esetben rádióhallgatási) gyakorlat relatív nyerteseinek.

A nyomtatott sajtó használat változása

A nyomtatásban megjelenő újság- és folyóirat olvasás visszaesése néhány kivételtől eltekintve tovább folytatódott a vizsgált időszakban mindegyik régióban. Különösen igaz mindez a magyarországi nyomtatott sajtó, valamint az egyes régiókban megjelenő magyar nyelvű országos lefedettséggel bíró lapok esetében.

Az internethasználat változása a határon túli magyarság körében

Az internethasználat helyszínei

Válaszadóink mindegyik régióban otthoni számítógépen/lapton interneteznek a legnagyobb gyakorisággal: a 65–81%-os részarányok csupán a régióként eltérő világhálóhasználat fokozatait illusztrálják. Mindemellett relatíve magas fokúnak mondható a mobil eszközök alkalmazásával való internetezés elterjedtsége is. Már az is tekintélyes részaránynak számít, hogy a kárpátaljaiak ötöde, az erdélyiek és a vajdaságiak egyharmada használja okostelefonon, vagy tableten az internetet, ám a felvidékiek körében immáron minden második internethasználó az említett mobil eszközökön keresztül (is) internetezik.

Az internethasználat helyszínei szerint a középmezőnyben található a munka-, illetve nyilvános helyeken netezők részaránya, némileg meglepően pedig az utazás közbeni internetezés került a sorrend legvégére.

Az internet hozzáférés (lefedettség) változása

Az internet lefedettség szempontjából vezető két régióban, a Felvidéken és a Vajdaságban a világháló használata a korábban mért igen magas szinten maradt (79-74%). Erdélyben ugyan 2011-hez képest tekintélyes mértékben, közel 10 százalékponttal nőtt az internethez hozzáférők aránya (61%), ám így is az utolsó helyre kerültek annak köszönhetően, hogy a kárpátaljai magyarok körében még ennél is lényegesen nagyobb arányban, 18 százalékponttal nőtt azok részaránya, akik rendelkeznek internet hozzáféréssel (70%). Ezek a mutatók összességében egyfajta kiegyenlítődési folyamatot jeleznek a régiók között, amely a növekvő, vagy magas fokon stabilizálódott világhálóhasználat bizonyítéka. Következésképpen az internet egyre inkább szerves részévé válik a határon túli magyarság döntő többsége médiahasználatának.

Az internetet nem használók részarányának változása

Az internetet egyáltalán nem használók esetében idősoros adataink a rádióhallgatás kapcsán bemutatott (zuhanó) tendenciák ellentétét tükrözik. Amíg ugyanis az utóbbi esetben 2011-hez képest két-háromszoros csökkenést regisztráltunk, a világhálót nem használók részaránya három év alatt Erdélyben és a Vajdaságban megfeleződött, a Felvidéken és Kárpátalján pedig további közel tíz százalékponttal csökkent.

Ezek az internethasználat töretlen térnyeréséről szóló (indirekt) adatok azt mutatják, hogy amíg a rádiót nem hallgatók növekvő részaránya immáron 33-50%-ot tesz ki, az internetet nem használók mindössze 11–27%-át alkotják a határon túli felnőtt korú magyarságnak, szemben a 2011-ben mért 19–46%-kal.

A kétgenerációs internethasználat változása

A gyermekek internethasználati intenzitása három régióban a korábbi magas szinten maradt (63-71 átlagpont), s csupán Kárpátalján nőtt tovább mintegy 15 átlagponttal. Erdélyben, Felvidéken és a Vajdaságban ezzel ellentétes tendenciát regisztráltunk, mely szerint a gyermekek internethasználata ugyan se nem csökkent, se nem nőtt, tehát továbbra is többet neteznek a szüleiknél, ám már korántsem akkora előnnyel, mint 2011-ben. A változás fő oka, hogy amíg a gyermekek internet használati gyakorisága a korábbi magas szinten marad, a szülőké mindegyik régióban megnőtt. A leginkább Erdélyben (15 átlagpont) és a Vajdaságban (13 átlagpont), valamint a Felvidéken (10 átlagpont). Kárpátalján kívül tehát nem várt arányban záródik be az olló a nemzedékek közötti világhálóhasználat terén. Olyannyira, hogy a felvidékiek körében a szülők internetezési intenzitása már be is érte gyermekeikét.

Ez, az intergenerációs szempontból beszűkülő/összezáródó szegregációs távolság az egyik legfajósabb mutatója annak, hogy a vizsgált határon túli magyar közösségek tagjainak médiafogyasztásán belül mennyire domináns, és egyre szilárdabb pozíciót foglal el az internethasználat.

Adataink társadalmi rétegek szerint továbbra is szakadékszerűen elkülönülő internethasználati gyakorlatról tanúskodnak a felnőtt korú népesség körében. Korcsoportok szerint ez azt jelenti, hogy a fiatal korosztály tagjai Erdélyben négyszer, a Felvidéken és Kárpátalján több mint kétszer, a Vajdaságban pedig másfélszer gyakrabban használják az internetet az időseknél.

A felnőtt korú népesség különböző rétegeinek internethasználatával kapcsolatban végeredményben azt tapasztaltuk, hogy a társadalmi ranglétra alacsonyabb szintjein lévők továbbra is nagyságrendekkel kevésbé interneteznek a dinamikusabb rétegek tagjaihoz képest. Bizonyos pozitívumok azonban ennek ellenére mutatkoznak, amint azt a középkorosztály, valamint a munkanélküliség által csupán kis mértékben érintettek növekvő internethasználatára esetében láthattuk.

A gyermekek internetezési szokásaival kapcsolatban a felnőttek társadalmi rétegződése szerint igen számottevően eltérő világháló használati gyakoriságok nem jellemzőek. Az új generáció esetében tehát igen erőteljes kiegyenlítődési folyamat meglétét tapasztaltuk a társadalmi helyzetre való tekintet nélkül.

Összességében elmondható, hogy a kétgenerációs internethasználat terén több pozitív tendenciát tapasztaltunk, mint negatívát. Az előbbiekre sorolhatjuk a felnőtt korú népesség növekvő internethasználatát, valamint a gyermekek internetezési szokásai szempontjából a társadalmi rétegek szerinti nagyfokú kiegyenlítődést. Negatív tendenciaként értékelhető azonban, hogy a felnőttek internethasználata tekintetében továbbra is igen számottevő különbségeket regisztráltunk a társadalmi ranglétrán elfoglalt hely szerint. A mintaadónak mondható – ám az össznépesség számarányához képest szűk – rétegek kimagasló internetezési gyakorlata ugyanis nem leplezheti azt a tényt, hogy a vizsgált határon túli magyar közösségek igen széles népcsoportjainak (a szegényeknek, a kevésbé iskolázottaknak, az időseknek stb.) médiahasználatában az internet továbbra sem foglal el meghatározó helyet.

A magyarországi közszolgálati televíziócsatornák és rádióadók honlapjainak használata

A Magyarországról sugárzott közszolgálati médiafelületek online nézettségének és hallgatóságának mindössze töredékmegoszlásokban kifejeződő (2,5–3,3 százalék közötti) regionális arányai félreérthetetlen bizonyítékát adják annak, hogy az anyanyelvi közszolgálati tartalmak világhálón való követése egyelőre csupán partikuláris szerepet tölt be a határon túli magyarság internethasználatának egyéb funkcióihoz képest, ami kutatásunk egyik legfontosabb tapasztalataként értékelhető. Leginkább a tekintetben, hogy az érintett magyar közösségek tagjainak anyanyelven való médiahasználata jelenleg e téren mutatja a legszámottevőbb lemaradást.

Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint

A határon túli magyarság internethasználati gyakorlatát az internetezés céljai szerint néhány gyűjtőkategóriába soroltuk, melyek közül a munkavégzéshez használt információszerzés meghatározó helyet foglal el (a felvidékiek internethasználatában például már ez került az első helyre). Emellett továbbra is érvényes az a korábbi gyakorlat, hogy a munkával kapcsolatos információkat megkérdezetteink nem csupán a munkahelyükön szerzik be az internetről, hanem az otthoni világhálóhasználat során is. Amennyiben mindehhez az interneten keresztül távmunkát végzőket is hozzászámítjuk, a világháló munkavégzésre használók részaránya 2011-hez képest igen számottevően megnövekedett a határon túli magyarság körében.

A szórakozás céljából történő határon túli magyar internethasználati gyakorlat azt mutatja, hogy a világháló legfőbb „húzó” faktora, a szórakozás iránti tartalmak követése ugyan markánsan jelen van az internetező határon túli magyarok válaszadók médiahasználataiban, ennek mértéke azonban mindmáig nem mutat aránytalan mértékű egyensúlyvesztést a tömegkulturális tartalmak javára.

Az internetes újságok/honlapok olvasása, az online rádiók és televíziók műsorainak követése, valamint a különböző fórumokon való interaktív részvétel, tehát az információszerzés és -csere szempontjából relatíve csökkenő tendenciákat tapasztaltunk. Ezen belül a három évvel korábbi állapotokhoz viszonyítva az online rádióhallgatás és televízió nézés terén regisztráltuk a legnagyobb visszaesést: Kárpátalján 15, a Vajdaságban 13, Erdélyben 10, a Felvidéken pedig 5 átlagponttal használják jelenleg kevesebben az internetet az említett célokból, ami egyben visszaigazolja a Magyarországról sugárzott közszolgálati tévécsatornák és rádióadók esetében látott igen nagyfokú internetes érdektelenséget.

A határon túli magyarság tagjainak internethasználati szokásaival kapcsolatban megismert folyamatok/tendenciák közül kétség kívül továbbra is az számít a leginkább figyelemre méltónak, hogy azt elsősorban a valóságos, vagy virtuális interperszonális-, illetve közösségi hálózatokkal való kapcsolattartásra használják. Ezt bizonyítja, hogy az internethasználat célja szerint – a Felvidéket kivéve – három régióban is a „barátokkal és ismerősökkel való kapcsolattartás” opció áll az első helyen (egyaránt 76 átlagpont), míg a másodikon a „közösségi hálózatokban (Facebook) vesz részt” lehetőséget választották (63–72 átlagpont). A Skype- és egyéb hasonló internetes kapcsolattartási módok vezető helye elsősorban annak köszönhető, hogy a kettős állampolgárság megszerzése igen számottevő időszakos (vendégmunka), vagy végleges elvándorlási hullámot generált (különösképpen a nem EU övezetbe tartozó régiók-

ban), s ennek következtében vált a családtagok közötti mindennapi kommunikáció kiemelt eszközzé az internet. Adataink végeredményben azt igazolják, hogy a határon túli magyarság körében a személyes kapcsolattartás az internethasználat egyre dominánsabb elemévé válik, amely az említett migrációs fejlemények következtében alighanem tovább erősödik majd.

Erre utalnak a közösségi hálózatok használatára vonatkozó adataink is, melyek egy vonatkozásban lényegesen eltérnek az imént látott – a családon és rokonságon belüli – kapcsolattartást érintő tapasztalatoktól. Ennek lényege, hogy a Facebook és egyéb közösségi hálózatok használói között az idős korosztály tagjai csupán mélyen a regionális átlagok alatti arányban találhatók, a fiatalok viszont nagyságrendekkel jelentősebb – és egyre növekvő – intenzitással vesznek részt a közösségi hálózatokban.

A világhálón át elérhető szolgáltatások igénybevételével kapcsolatos adatsorok igen számottevő regionális eltérésekről tanúskodnak. Három év alatt ugyan mindenütt emelkedett az interneten megtalálható szolgáltatások iránti igény, ám a növekedés nagyságrendjét illetően már akár szakadékszerűnek is mondható különbségek tapasztalhatók a felvidékiek, valamint a többi régióban élők között. Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban a különböző internetes szolgáltatások korábbi 4,4–29 átlagpont közötti használata ugyan mára 9,3–31 átlagpontnyira bővült, ám a növekedés mértéke egyik esetben sem éri el a 10 átlagpontot. Ezekhez a mutatókhoz képest a felvidékiek továbbra is nagyságrendekkel sűrűbben használják az internet által nyújtott szolgáltatásokat, ami több vonatkozásban is kétszer-háromszor intenzívebb használatot mutat a többi régióban élők esetében regisztráltakhoz viszonyítva.

Az interneten elérhető szolgáltatások igénybe vételével kapcsolatban végezetül elmondható, hogy a világháló bemutatott arányú térhódítása ellenére (vagy éppen amiatt) a nethasználat tartalmi vonatkozásai mindegyik régióban különösen számottevő szegregációs távolságokat tükröznek az egyes társadalmi csoportok között (a társadalmi ranglétra alacsonyabb szintjein élők hátrányára). A világháló használatának „milyensége/mikéntje” tehát egyre keményebb rétegeképző tényezővé válhat, amely nemhogy a meglévő gyakorlat kiegyenlítődése irányában hatna, de ma még beláthatatlan mértékben fokozhatja is a meglévő társadalmi különbségeket.

A határon túli magyarság körében 2011-ben realizált első médiahasználat célkutatásakor jogosan állapíthattuk meg, hogy az érintett kisebbségi közösségek létét övező sajnálatosan számos paradoxon között igen előkelő helyet mondhat magáénak az a tény, hogy a legsűrűbb információs homály éppen az érintett közösségek tagjainak információkhoz való hozzájutása (szerteágazó médiahasználati gyakorlata) terén tapasztalható. Reméljük, hogy az említett kiindulási ponthoz képest az elvégzett két kutatás eredményei nyomán valamelyest tisztult az említett homály. Amint azt is, hogy – miután még csupán a vizsgált jelenségek feltárásának legelején tartunk – újabb kutatások segítségével lesz módunk megismerni a határon túli magyarság médiahasználatának továbbra is rejtve maradt dimenzióit.

Melléklet

A kutatás paraméterei

A B-Fókusz Intézet (BFI) 2014. szeptember 15. és október 15. között szociológiai adatfelvételt végzett a határon túli magyarság körében. A vizsgálat folytatása annak, a BFI által 1994 és 2011 között végzett kutatássorozatnak, melynek során négy határon túli magyar közösség körében (Erdélyben, Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban) vizsgáltuk a határon túli magyar társadalmi lét (értékrend, identitás, életfeltételek, asszimilációs és migrációs folyamatok stb.) különböző aspektusait.

Kutatásunk 2011 után immáron másodszor tette vizsgálat tárgyává reprezentatív mintákon a határon túli magyarság médiafogyasztási szokásait, melynek keretei között a televízió, a rádió és a nyomtatott sajtóhasználat mellett továbbra is kiemelt figyelmet szenteltünk az internethasználat legkülönbözőbb aspektusainak is.

Jelen kutatás során a megkérdezettek körét magukat magyar nemzetiségűnek valló erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági, 18 éven felüli válaszadók alkották, akiknek a kutatási mintán belüli részaránya szociodemográfiai változók szerint megegyezik a legutóbbi népszámláláskor regisztrált alapsokasággal. (Lásd: A kutatás mintasokaságainak reprezentativitása)

Mintavételi módszerként az úgynevezett kvótás mintaalakítást használtuk. Ez a módszer biztosítja, hogy a felnőtt korú erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyaroknak szociodemográfiai változók szerint csaknem 100%-os esélyük legyen a megkérdezettek körébe való bekerülésre. Következésképpen a mintasokaságot alkotó válaszadók megoszlása mind a négy vizsgált régióban nemek, korcsoportok és iskolai végzettség szerint a táblázatokban látható statisztikai hibahatáron belüli pontossággal követi az érintett országok legutóbbi népszámlálásainak ottani magyarságra vonatkozó arányait.⁵² Következésképpen a bemutatásra kerülő adatok a felsorolt szociodemográfiai változók szerint minősülnek reprezentatívnek.⁵³

A kutatási pontok (települések) száma:

Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság	Összesen
75	158	43	74	350

A feldolgozás kritériumainak megfelelt kérdőívek száma:

Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság	Összesen
995	654	550	546	2745

52 A táblázatokban nem szereplő településnagyság és területi/közigazgatási egységek (regionális kutatási körzetek) szerinti megoszlások ugyancsak megfelelnek a reprezentativitás kritériumainak.

53 Az elemzés során az idősoros összehasonlítás érdekében felhasznált korábbi, a BFI által 1997–2011 között realizált kutatások paraméterei mind tartalmi, mind formai szempontból azonosak a most bemutatott szakmai feltételekkel.

A kutatás mintasokaságainak reprezentativitása (százalékban)**ERDÉLY****Kérdőívszám: 995****Kutatási pontok (települések) száma: 75**

SZOCIO- DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP- SOKASÁG	MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	48,1	44,7	-3,4	47,3	-0,8
nők	51,9	55,3	3,4	52,7	0,8
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	32,3	30,4	-1,9	32,1	-0,2
35-54 évesek	32,1	27,3	-4,8	31,9	-0,2
55 év fölöttiek	35,5	42,3	6,8	36,0	0,5
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	28,7	22,6	-6,1	30,9	2,2
szakmunkás	21,4	24,2	2,8	19,9	-1,5
érettségi	36,3	37,1	0,8	33,1	-3,2
felsőfokú	13,7	16,1	2,4	16,1	2,4

*A mintaalakítás forrása:**a 2011-es népszámlálási adatok (nemek, iskolai végzettség, régiók) és a 2002-es népszámlálási adatok alapján továbbszámolt adatok (korcsoportok, településtípus)**<http://www.recensamantromania.ro/rezultate-2/>**“Recensamantul populatiei si locuintelor 2002 , 18-27 martie 2002 – Structura etnica si profesionala, Volumul 4., Institutul National de Statistica, Bucuresti, 2003”*

FELVIDÉK

Kérdőívszám: 654

Kutatási pontok (települések) száma: 158

SZOCIO- DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP- SOKASÁG	MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	48,2	47,9	-0,3	49,6	+0,8
nők	51,8	52,1	+0,3	50,4	-0,8
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	28,6	34,4	+3,8	32,5	+3,9
35-54 évesek	36,7	42,1	+9,7	43,4	+6,7
55 év fölöttiek	34,7	23,5	-13,5	24,1	-10,6
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	25,8	29,3	+3,5	25,9	+0,1
szakmunkás	31,6	21,3	-10,3	31,5	-0,1
érettségi	30,4	29,0	-1,4	30,3	-0,1
felsőfokú	12,3	20,5	+8,2	12,4	+0,1

A mintaalkítás forrása:

www.statistics.sk/webdata/slov/scitanie

KÁRPÁTALJA

Kérdőívszám: 550

Kutatási pontok (települések) száma: 43

SZOCIO- DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP- SOKASÁG	MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	47,0	46,8	+0,4	47,7	+0,7
nők	53,0	53,2	-0,4	52,3	-0,7
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	41,0	40,5	-0,5	40,5	-0,5
35-54 évesek	26,0	28,7	+2,7	28,7	+2,7
55 év fölöttiek	33,0	30,8	-2,2	30,8	-2,2
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	26,4	29,5	+3,1	26,1	-0,3
szakmunkás	15,0	13,8	-1,2	15,2	+0,2
érettségi	45,2	38,6	-6,4	45,4	+0,2
felsőfokú	13,4	18,0	+4,6	13,3	-0,1

A mintaalakítás forrása:

„A Kárpátaljai Statisztikai Hivatal közleményei az 2001. évi népszámlálásról.”

Ungvár, 2002.

(Az Ukrajnában elmaradt népszámlálás miatt a 2001-es népszámlálási adatok alapján továbbszámolt/becsült adatok.)

VAJDASÁG

Kérdőívszám: 546

Kutatási pontok (települések) száma: 74

SZOCIO- DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP- SOKASÁG	MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA- SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	46,5	48,0	+1,5	47,5	+1,0
nők	53,5	52,0	-1,5	52,5	-1,0
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	20,0	20,9	+0,9	20,9	+0,9
35-54 évesek	36,8	37,3	-0,9	37,3	-0,9
55 év fölöttiek	41,2	41,4	+0,2	41,4	+0,2
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	42,9	39,9	-3,0	43,0	-0,1
szakmunkás	21,8	23,2	+1,4	21,9	+0,1
érettségi	25,0	22,2	-2,8	25,1	+0,1
felsőfokú	10,1	14,7	+4,6	10,0	-0,1

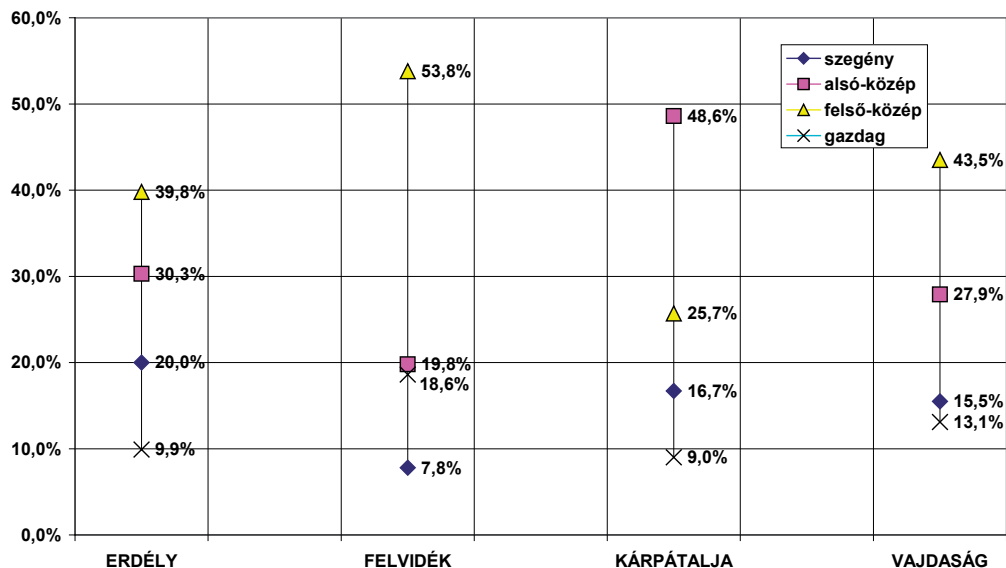
A mintaalakítás forrása:

Попис становништва, домаћинства и станова 2011. у Републици Србији

<http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PublicationView.aspx?pKey=41&pubType=9>

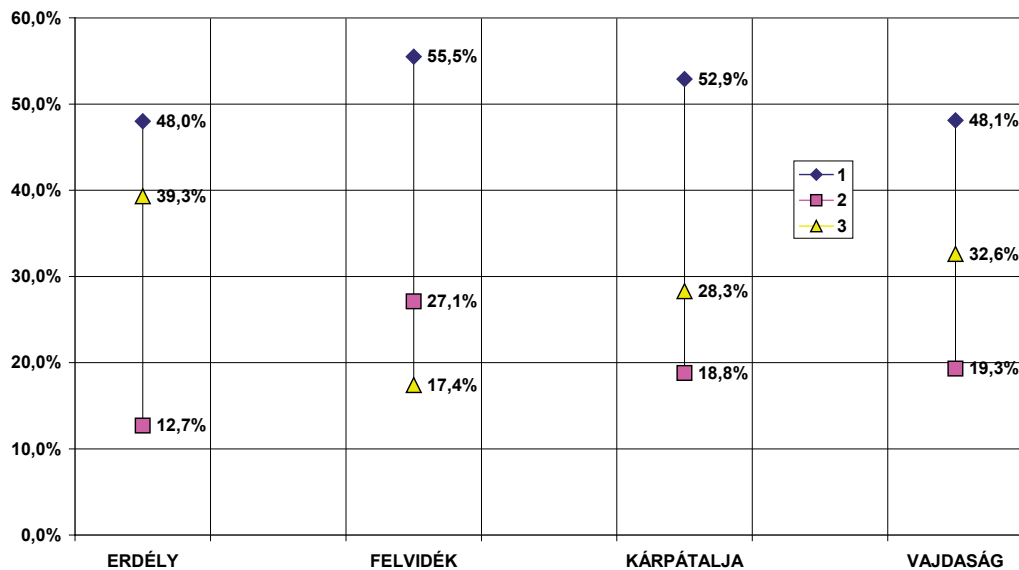
M/1. ábra

Mintasokaságok anyagi helyzet szerint



M/2. ábra

Mintasokaságok munkapiaci helyzet szerint



Jelmagyarázat:

1 – stabil munkapiaci helyzet

2 – enybe munkanélküli érintettség

3 – súlyos munkanélküli érintettség

Telekommunikációs eszközökkel való ellátottság (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
vezetékes telefon	54,3	41,9	44,9	81,3
hagyományos mobiltelefon	84,5	83,3	91,2	87,9
okostelefon	47,3	63,9	40,3	44,9
asztali számítógép	53,1	61,6	68,2	68,5
laptop	45,3	69,6	37,1	34,9
tablet	23,3	36,9	13,9	12,7
HIFI-torony	18,2	53,7	24,8	42,6
videómagnó	15,2	47,9	27,8	30,3
CD lejátszó	44,5	72,2	48,8	59,9
DVD-lejátszó	45,1	72,7	52,8	55,1
házi mozi-rendszer	12,9	31,8	14,7	18,4
MP3 (MP4) lejátszó	28,0	55,8	32,2	26,9
digitális videó kamera	23,3	26,8	9,8	17,5

Magyar televíziócsatornákat is sugárzó műsorszolgáltatók Kárpátalján

2014. augusztus 5-i adatok szerint Kárpátalján 69 elektronikus média műhely és kábelszolgáltató cég működik. Ezek közül 58 kábeltelvíziós műsorszolgáltató, egy vegyes – televíziós műsort gyártó és kábeltévés szolgáltató műhely, – öt rádió társaság, négy tévétársaság és egy állami televíziós- és rádió társaság (amely rádiós és televíziós műsort is gyárt, illetve sugároz). Magyar nyelvű műsorokat ezek közül csak kettő készít: a Kárpátaljai Megyei Állami Televízió- és Rádió Társaság és a „Stúdió9-Beregszász”.

Az egykori magyar ORTT-nek megfelelő televíziót és rádiót felügyelő Ukrán Nemzeti Bizottság kárpátaljai referense 10 olyan szolgáltatót nevezett meg, amelyek csomagjaiban 2014-ben magyar tévécsatornák is megtalálhatók. Az alábbi táblázatban *-gal jelöltük azokat, amelyek szerződéses alapon tűzik műsorra a magyar csatornák adásait. A többi szolgáltató kalózmódon veszi fel csomagjaiba a külföldi, így a magyar televíziós műsorgyártókat is, közvetve az azok listája változhat az adatközlés időpontjához képest.

Kárpátaljai magyar tv csatornákat is sugárzó műsorszolgáltatók					
	Térség, település, utcák	Előfizetők száma	TV csatorna	Platform	A szolgáltató neve
1.	Ungvár, Csap	16000	m1, m2, RTL Klub	kábeltelevíziós rendszer	Teviant Kft.
2.	Ungvár	10000	m1, RTL Klub	kábeltelevíziós rendszer	Hajdamak, Dmitro magánvállalkozó
3.	Huszt	1964	Duna	kábeltelevíziós rendszer	„X-TV” magánvállalat
4.	Beregszász	2640	Duna, RTL Klub, TVA	kábeltelevíziós rendszer	Televideotechnika-Teleservice Kft.
5.	Nagyszőlős	2865	Duna	kábeltelevíziós rendszer	„Vinohrayiv TV” Kft.
6.	Körtvélyes (Hruseve)	1204	Duna	kábeltelevíziós rendszer	„Kaszkad” magánvállalat
7.	Taracköz (Tereszva), Bedóháza (Bedevlja), Aknaszlatina (Szolovino), Úrmező (Ruszke Pole), Técső (Tyacsiv)	1840	RTL Klub	kábeltelevíziós rendszer	„Popovics RTK” magánvállalat
8.	Badaló, Borzsa, Bene, Mezővári, Nagybereg, Nagybégány, Gát, Beregdéda, Nagymuzsaly, Makkosjánosi, Mezőkaszony, Beregsom	1745	Duna, m1, m2, Hálózat TV, Minimax, Nóta TV	kábeltelevíziós rendszer	„Bereg TV” Kft.*
9.	Beregszász Nagybakos, Bakos, Danyilivka, Bátyu, Bótrágy, Harangláb, Nagybakta, Gecse, Csoma, Macsola, Hunyadi, Asztély, Tiszaásvány, Tiszaújfalu, Cservona, Kisdobrony, Demicső, Nagydobrony, Tiszaújlak, Tiszaújhely, Mátyfalva, Oroszvölgy (Ruszka Dolina), Fancsika, Tiszasásvár (Trosznik), Tiszaszima (Drotinci), TiszapéterfalvaBökény, Forgolány (Gyivicsne)	630	Duna, m1, m2, Hír TV, Hálózat TV, Minimax	kábeltelevíziós rendszer	„Stúdió9-Beregszász” TV Kft. *
10.	Visk	714	Duna TV, Duna World, m1, m2, RTL Klub, Hír TV, TV2	kábeltelevíziós rendszer	Bihunec István vállalkozó

*Adatszolgáltató: Ivan Kuzma, a Televíziót és Rádiót Felügyelő Ukrán Nemzeti Tanács kárpátaljai referense
Összeállította: Kulin Zoltán*

A sorozatban eddig megjelent kötetek

1. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2010/2011* (2012)
2. Dobos Ferenc: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 1999–2011* (2012)
3. Csink Lóránt – Mayer Annamária: *Variációk a szabályozásra. Önszabályozás, társszabályozás és szabályozó hatóság a médiajogban* (2012)
4. Sarkady Ildikó – Grad-Gyenge Anikó: *A média-értéklánc szerzői jogi vonatkozásai* (2012)
5. Koltay András (szerk.): *A médiaszabályozás két éve (2011–2012)* (2013)
6. Paál Vince (szerk.): *Magyar sajtószabadság és -szabályozás 1914–1989* (2013)
7. Horváth Attila: *A magyar sajtó története a szovjet típusú diktatúra idején* (2013)
8. Koltay András – Nyakas Levente (szerk.): *Összehasonlító médiajogi tanulmányok. A „közös európai minimum” azonosítása felé* (2014)
9. Dobos Ferenc – Megyeri Klára: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 2.* (2014)
10. Grad-Gyenge Anikó – Sarkady Ildikó: *Közös jogkezelés az audiovizuális médiában* (2014)
11. Apró István (szerk.): *Média és identitás* (2014)
12. Pruzsinszky Sándor: *Halhatatlan cenzúra* (2014)
13. Kóczyán Sándor: *Gyermekvédelem a médiajogban* (2014)
14. Apró István – Paál Vince (szerk.): *A határon túli magyar sajtó Trianontól a XX. század végéig* (2014)
15. Kiss Zoltán – Szivi Gabriella: *A közszolgálati médiaszolgáltatás és a szellemi tulajdonjogok kapcsolódási pontjai és szabályozási környezete* (2015)

Médiatudományi Intézet, Budapest
A kiadásért felel Nyakas Levente
Tördelő: Varga Ákos
Megjelent 8,5 (B/5) ív terjedelemben, 300 példányban.
Médiatudományi Könyvtár: ISSN 2063-5222
Médiatudományi Könyvtár 16.: ISBN 978-615-5302-12-1