



PRO HUNGARICA
COMMUNITATE



HÍRFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK A FELVIDÉKI MAGYAROK KÖRÉBEN

HÍRFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK A FELVIDÉKI MAGYAROK KÖRÉBEN

(kutatási jelentés)

Adatfelvétel ideje: 2026. június 1. – július 11.

Elemzés: 2400

Vezetői összefoglaló

A kutatás 2400 fős mintán vizsgálta a szlovákiai magyar lakosság hírfogyasztási szokásait, a különböző médiatípusok használatát, a hírek iránti érdeklődést, valamint a média iránti bizalom mértékét. Az eredmények alapján a felvidéki magyarok médiatérhasználatát egyszerre őrzi a hagyományos média meghatározó szerepét és tükrözi a digitális platformok térnyerését, miközben markáns generációs különbségek figyelhetők meg.

A hírek követése a válaszadók többsége számára a mindennapi élet része. A megkérdezettek 63,8%-a legalább naponta tájékozódik az aktuális eseményekről, ezen belül 37,5% naponta többször, 26,3% pedig naponta egyszer követi a híreket. Az életkor előrehaladtával a rendszeres hírfogyasztás jelentősen gyakoribbá válik: míg a 30 év alattiak 29,3%-a, addig a 65 év felettiak 47%-a tájékozódik naponta többször.

A vizsgált hírtípusok közül a legnagyobb érdeklődés a szlovákiai magyar közösséget érintő hírek iránt mutatkozik (átlag: 3,58), ezt követik a magyarországi politikai hírek (3,08), míg a szlovák belpolitikai hírek iránt a legalacsonyabb az érdeklődés (2,75). Mindhárom témakör esetében egyértelmű, hogy az érdeklődés az életkor növekedésével fokozatosan emelkedik.

A hírfogyasztás elsődleges nyelve továbbra is a magyar. A válaszadók 67,4%-a leggyakrabban magyarul fogyaszt híreket, ugyanakkor közel minden harmadik válaszadó (29%) elsődlegesen szlovák nyelvű médiából tájékozódik, ami jól mutatja a két médiatér egyidejű jelenlétét.

A hírekkel való találkozás legfontosabb platformja továbbra is a televízió (71%), amelyet a Facebook (60,7%), a rádió (42,9%) és az online hírportálok (36,5%) követnek. Amikor azonban a legfontosabb, elsődleges hírforrást kellett megnevezni, a televízió (37,2%) és a Facebook (32,8%) gyakorlatilag fej fej mellett végzett, miközben minden más platform jóval kisebb szerepet játszik.

A kutatás megerősíti a generációs különbségek markáns jelenlétét. A 30 év alattiak elsődleges hírforrása a Facebook (45,8%), amelyet a TikTok (17,8%) és az Instagram (14%) követ, miközben a televízió szerepe mindössze 5,7%. Ezzel szemben a 65 év felettiak közel kétharmada (65,8%) számára a televízió jelenti a legfontosabb hírforrást, a Facebook szerepe pedig 9,1%-ra csökken. A kutatás egyértelmű generációs médiaváltást jelez.

A magyar nyelvű online hírforrások közül a Parameter (58%) és az Új Szó online felülete (56,6%) rendelkezik a legnagyobb eléréssel az online hírfogyasztók körében, őket a Felvidék.ma (45,4%), a Körkép.sk (34,2%) és a ma7.sk (33,6%) követi. A szlovák nyelvű médiapiacra az Aktuality.sk emelkedik ki (51,4%), amelyet a Nový Čas (38,8%), az SME (29,2%), a Pravda (25,1%) és a Denník N (24,9%) követ.

A nyomtatott sajtó szerepe jelentősen visszaszorult: a teljes mintából mindössze 18,4% nevezett meg rendszeresen olvasott nyomtatott lapot. Az olvasók körében ugyanakkor továbbra is meghatározó az Új Szó (57,2%), amely messze megelőzi a Vasárnapot (25,5%) és a Nový Čas (23,3%).

A rádió továbbra is fontos, de már nem meghatározó információforrás. A megkérdezettek 61,7%-a legalább alkalmanként hallgat rádiós híreket, ugyanakkor 38,3% egyáltalán nem teszi ezt. A rádiós hírfogyasztók körében a magyarországi zenei rádiók (52,1%) és a szlovákiai zenei rádiók (43,6%) megelőzik a közszolgálati és hírrádiókat. A podcastok elterjedtsége egyelőre alacsony: mindössze 13,5% hallgat rendszeresen vagy alkalmanként hírpodcastokat, míg közel háromnegyedük (73,6%) egyáltalán nem él ezzel a lehetőséggel.

A média iránti bizalom visszafogottnak tekinthető. Általánosságban a válaszadók több mint fele (56,7%) inkább nem bízik vagy egyáltalán nem bízik a hírekben, míg csupán 38,3% nyilatkozott bizalomról. A válaszadók rendkívül kritikusak az információk hitelességével kapcsolatban. Közel kétharmaduk (65,9%) gyakran vagy nagyon gyakran találkozik véleménye szerint hamis vagy félrevezető hírekkel, míg mindössze 3,3% nyilatkozott úgy, hogy soha nem találkozik ilyen tartalmakkal. Ez arra utal, hogy a médiatudatosság és az információk hitelességének megítélése a felvidéki magyar lakosság számára egyre fontosabb kérdéssé vált.

A kutatás legfontosabb következtetései

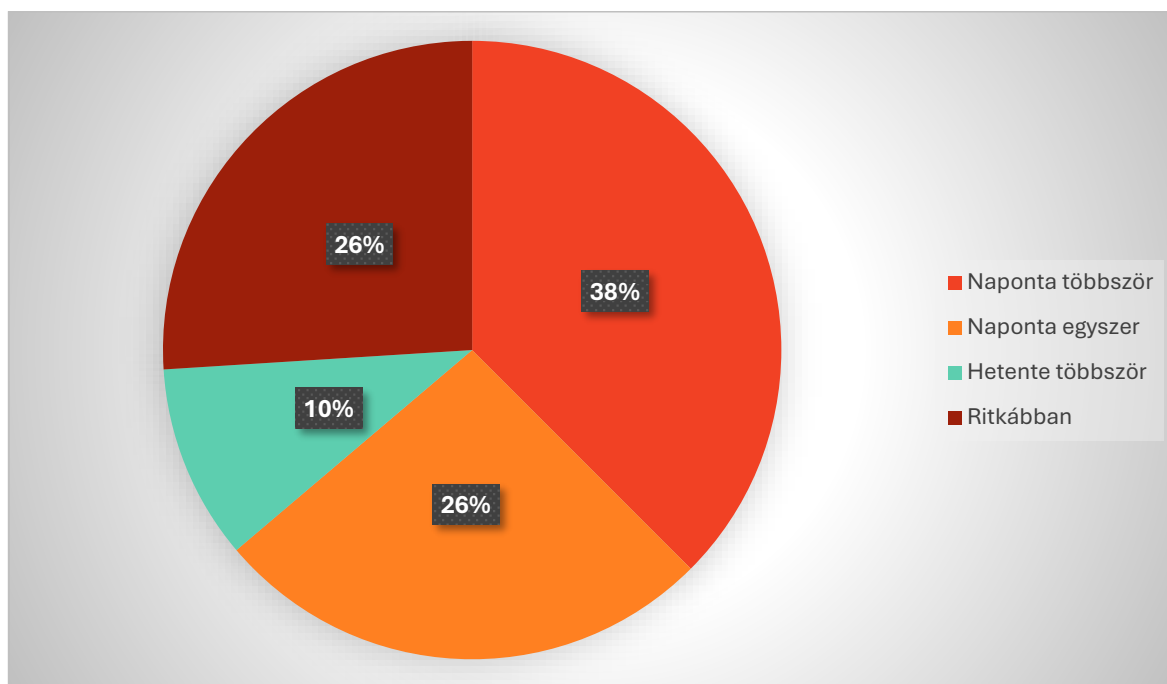
- A hírfogyasztás intenzív, a lakosság közel kétharmada napi rendszerességgel követi az eseményeket.
- A magyar nyelv továbbra is domináns, ugyanakkor a szlovák médiatér szerepe is jelentős.
- Erőteljes generációs mediaváltás zajlik: a fiatalabb korosztályok digitális és közösségi platformokon, az idősebbek elsősorban televízió keresztül tájékozódnak.
- A felvidéki magyar médiának van a legnagyobb hitelessége, ugyanakkor a média iránti általános bizalom összességében inkább alacsony.
- A válaszadók többsége rendszeresen találkozik álhírekkel, ami a hiteles tájékoztatás és a médiaműveltség erősítésének növekvő jelentőségére hívja fel a figyelmet.

A hírfogyasztás gyakorisága és a különböző hírtípusok iránti érdeklődés

A kutatás elsőként a hírfogyasztás gyakoriságát vizsgálta a szlovákiai magyar lakosság körében. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a hírek követése a válaszadók jelentős részének mindennapi tevékenységéhez tartozik. A megkérdezettek 37,5%-a naponta többször, további 26,3%-a naponta egyszer tájékozódik az aktuális eseményekről. Ez azt jelenti, hogy közel kétharmaduk (63,8%) legalább napi rendszerességgel követi a híreket. A válaszadók 10,2%-a hetente többször, 26%-a ennél ritkábban fogyaszt hírtartalmat.

A napi rendszerességgű tájékozódás magas aránya azt jelzi, hogy az információszerzés a válaszadók többsége számára a mindennapi rutin részét képezi. Ugyanakkor jól elkülöníthető egy olyan csoport is, amely csak alkalmanként követi az aktuális eseményeket.

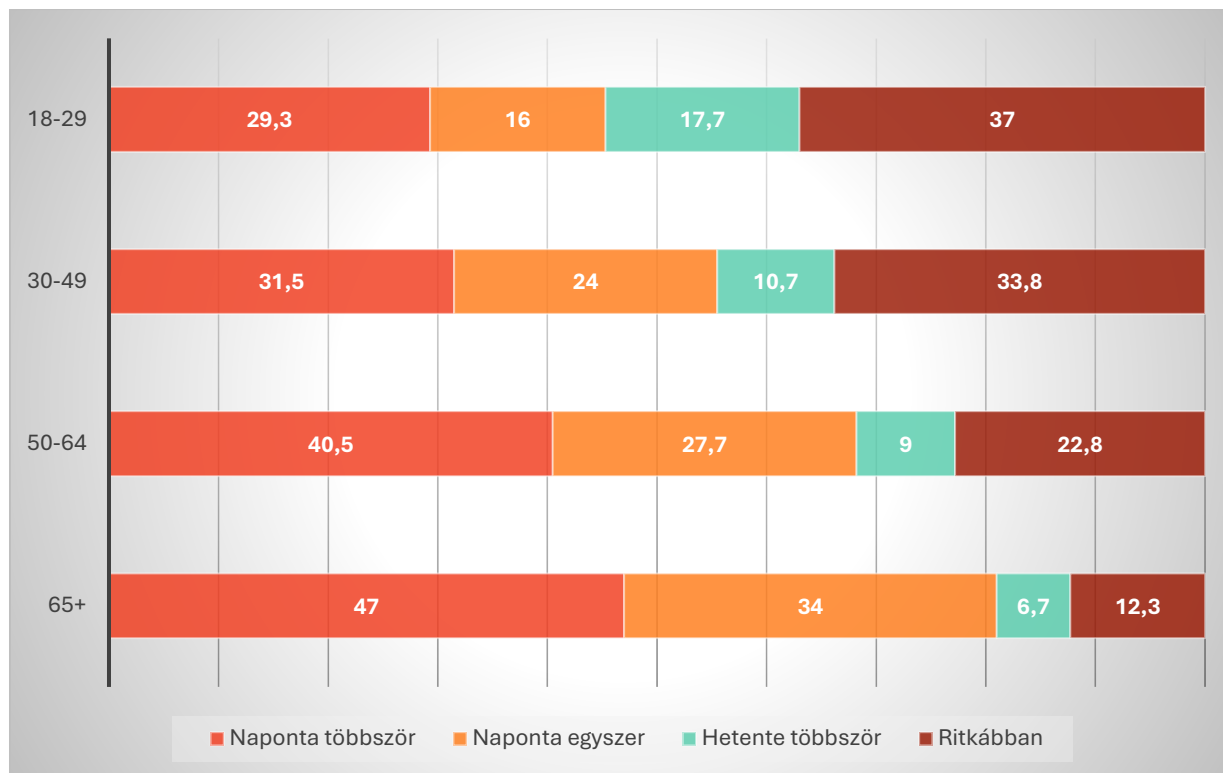
1. ábra: A hírfogyasztás gyakorisága (%)



A hírfogyasztás gyakoriságát életkor szerint vizsgálva jól kirajzolódnak a generációk közötti különbségek. A 30 év alatti válaszadók körében a legmagasabb azok aránya (37%), akik csak ritkábban követik a híreket, miközben naponta többször csupán 29,3%-uk tájékozódik. A 30–49 éves korosztály esetében már mérsékeltebb ez a különbség: 31,5%-uk naponta többször, 33,8%-uk pedig ritkábban fogyaszt híreket. Az életkor előrehaladtával fokozatosan növekszik a rendszeres hírfogyasztás aránya. Az 50–64 évesek 40,5%-a, míg a 65 éves vagy annál idősebb válaszadók már közel fele (47%)

naponta többször követi a híreket. A ritkábban tájékozódók aránya a legidősebb korcsoportban már csak 12,3%. Az eredmények alapján egyértelmű tendencia figyelhető meg: az idősebb korosztályok számára a rendszeres hírfogyasztás nagyobb jelentőséggel bír, míg a fiatalabbak körében gyakoribb az alkalmyszerű tájékozódás.

2. ábra: A hírfogyasztás gyakorisága korcsoportok alapján (%)



A különböző hírtípusok iránti érdeklődést ötfokozatú Likert-skálán mértük, ahol az 1-es érték azt jelentette, hogy az adott témakör egyáltalán nem érdekli a válaszadót, míg az 5-ös érték a nagyon magas érdeklődést jelölte. Az eredmények bemutatásakor a válaszok százalékos megoszlása mellett az átlagértékeket is ismertetjük, amelyek jól szemléltetik az egyes hírtípusok iránt mutatkozó érdeklődés mértékét és lehetővé teszik azok összehasonlítását.

A legmagasabb átlagos érdeklődési szint a szlovákiai magyar közösséget érintő hírek esetében figyelhető meg (3,58). A válaszadók 34,1%-a a legmagasabb, 21,2%-a pedig a második legmagasabb érdeklődési kategóriát választotta, vagyis több mint minden második megkérdezett (55,3%) fokozott figyelemmel követi a saját közösségét érintő eseményeket. Mindössze 12,1% nyilatkozott úgy, hogy ezek a hírek egyáltalán nem érdeklik.

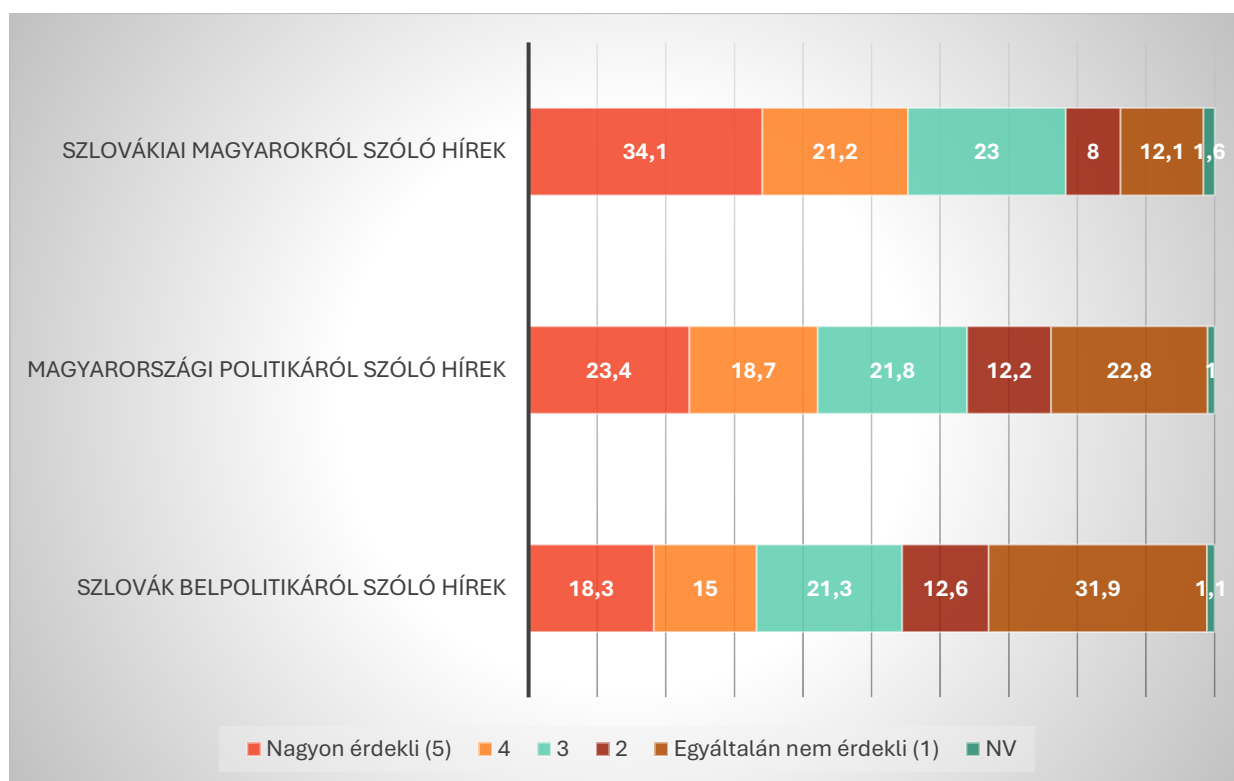
A magyarországi politikáról szóló hírek iránti érdeklődés közepesnek mondható, az átlagos érték 3,08. A válaszadók 23,4%-a nagyon érdeklődik e témakör iránt, további 18,7% magas érdeklődést jelzett, ugyanakkor 22,8% egyáltalán nem követi figyelemmel a

magyarországi politikai eseményeket. Az eredmények arra utalnak, hogy a magyarországi közélet fontos része a szlovákiai magyarok információs horizontjának, azonban jelentős különbségek figyelhetők meg az egyéni érdeklődés mértékében.

A legalacsonyabb átlagértéket a szlovák belpolitikai hírek kapták (2,75). A megkérdezettek közel egyharmada (31,9%) egyáltalán nem érdeklődik e témakör iránt, míg csupán 18,3% jelölte a legmagasabb érdeklődési szintet. Bár a szlovák belpolitikai döntések közvetlenül befolyásolják a szlovákiai magyar közösség mindennapjait, az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók érdeklődése e hírek iránt elmarad mind a saját közösségüket érintő, mind pedig a magyarországi politikai események iránt mutatott érdeklődéstől.

Az átlagértékek alapján egyértelmű érdeklődési sorrend rajzolódik ki: első helyen a felvidéki magyar közösségről szóló hírek állnak (3,58), ezt követik a magyarországi politikai hírek (3,08), míg a szlovák belpolitikai hírek iránt mutatkozik a legalacsonyabb érdeklődés (2,75).

3. ábra: Hírtípusok szerinti érdeklődés (%)



A korcsoport és a különböző hírtípusok iránti érdeklődés összefüggése

A válaszadók hírfogyasztási szokásainak életkor szerinti elemzése egyértelmű összefüggést mutat a korcsoport és a különböző politikai, illetve közéleti témák iránti érdeklődés között. Mindhárom vizsgált hírtípus – a szlovákiai magyarokról szóló hírek, a szlovák belpolitikai hírek és a magyarországi politikáról szóló hírek – esetében megfigyelhető, hogy az életkor előrehaladtával növekszik az érdeklődés mértéke. Az eredmények ugyanakkor azt is jelzik, hogy az egyes témák eltérő mértékben képesek megszólítani a különböző generációkat.

A három vizsgált hírtípus közül a legerősebb érdeklődés a szlovákiai magyar közösséget érintő hírek iránt mutatkozott. Az átlagos érdeklődési érték a 30 év alattiak körében 3,13, amely fokozatosan emelkedik a 30–49 éveseknél 3,45-re, az 50–64 éveseknél 3,65-re, míg a 65 éves vagy idősebb válaszadók esetében eléri a 3,98-as átlagot. Ez közel egy teljes skálapontnyi különbséget jelent a legfiatalabb és a legidősebb korcsoport között.

A keresztábra százalékos megoszlásai is ugyanezt a tendenciát támasztják alá. A „nagyon érdekli” (5-ös) válaszok aránya a 30 év alattiaknál mindössze 14,3%, míg a 30–49 éveseknél 29,5%, az 50–64 éveseknél 37,4%, a legidősebb korcsoportban pedig már 48,9%. Ezzel párhuzamosan a teljes érdektelenséget jelző 1-es kategória aránya 17,0%-ról 8,9%-ra csökken.

Az eredmények arra utalnak, hogy a szlovákiai magyar közösséghez kapcsolódó közéleti kérdések elsősorban az idősebb generáció számára bírnak kiemelt jelentőséggel, míg a fiatalabb korosztály érdeklődése visszafogottabb.

A szlovák belpolitikai hírek iránti érdeklődés a három témakör közül a legalacsonyabb, ugyanakkor itt is egyértelmű életkori különbségek figyelhetők meg. Az átlagos érdeklődés a 30 év alattiaknál 2,27, amely a 30–49 évesek körében 2,63-ra, az 50–64 éveseknél 2,89-re, míg a legidősebb válaszadóknál 3,06-ra emelkedik.

A legfiatalabb korosztályban a teljes érdektelenséget (1-es érték) választók aránya rendkívül magas (40,4%), miközben csupán 5,7% nyilatkozott úgy, hogy nagyon érdekli a szlovák belpolitika. Az idősebb korcsoportokban ezzel szemben fokozatosan csökken a teljes érdektelenség (28,3%), miközben a „nagyon érdekli” válaszok aránya 27,4%-ra emelkedik.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy bár a szlovák belpolitika kevésbé kelti fel a válaszadók érdeklődését, az életkor növekedésével egyre nagyobb jelentőséget kap. A fiatalok körében ugyanakkor ez a témakör továbbra is viszonylag alacsony érdeklődést vált ki.

A magyarországi politikai hírek iránti érdeklődés a másik két vizsgált terület között helyezkedik el. Az átlagos érdeklődési érték a 30 év alattiaknál 2,68, a 30–49 éveseknél 2,90, az 50–64 éveseknél 3,19, míg a 65 éves vagy idősebb válaszadók körében 3,45.

A „nagyon érdeklő” választ adók aránya a legfiatalabbaknál 12,1%, amely a középkorúaknál 16,5%-ra, az 50–64 éveseknél 26,5%-ra, a legidősebb korosztályban pedig 36,7%-ra emelkedik. Ezzel párhuzamosan a teljes érdektelenség aránya 28,0%-ról 18,8%-ra csökken.

Az eredmények azt mutatják, hogy a magyarországi politikai események iránti érdeklődés szintén generációs különbségeket mutat, azonban ezek kevésbé markánsak, mint a szlovákiai magyar közösséget érintő hírek esetében.

A három vizsgált hírtípus összevetése alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy minden korcsoportban a szlovákiai magyarokról szóló hírek iránt a legnagyobb az érdeklődés, ezt követik a magyarországi politikáról szóló hírek, míg a szlovák belpolitikai hírek iránt mutatkozik a legalacsonyabb érdeklődés.

Az átlagos érdeklődési értékek ezt jól szemléltetik:

Korcsoport	Szlovákiai magyar hírek	Magyarországi politika	Szlovák belpolitika
30 év alatt	3,13	2,68	2,27
30–49 éves	3,45	2,90	2,63
50–64 éves	3,65	3,19	2,89
65 év felett	3,98	3,45	3,06

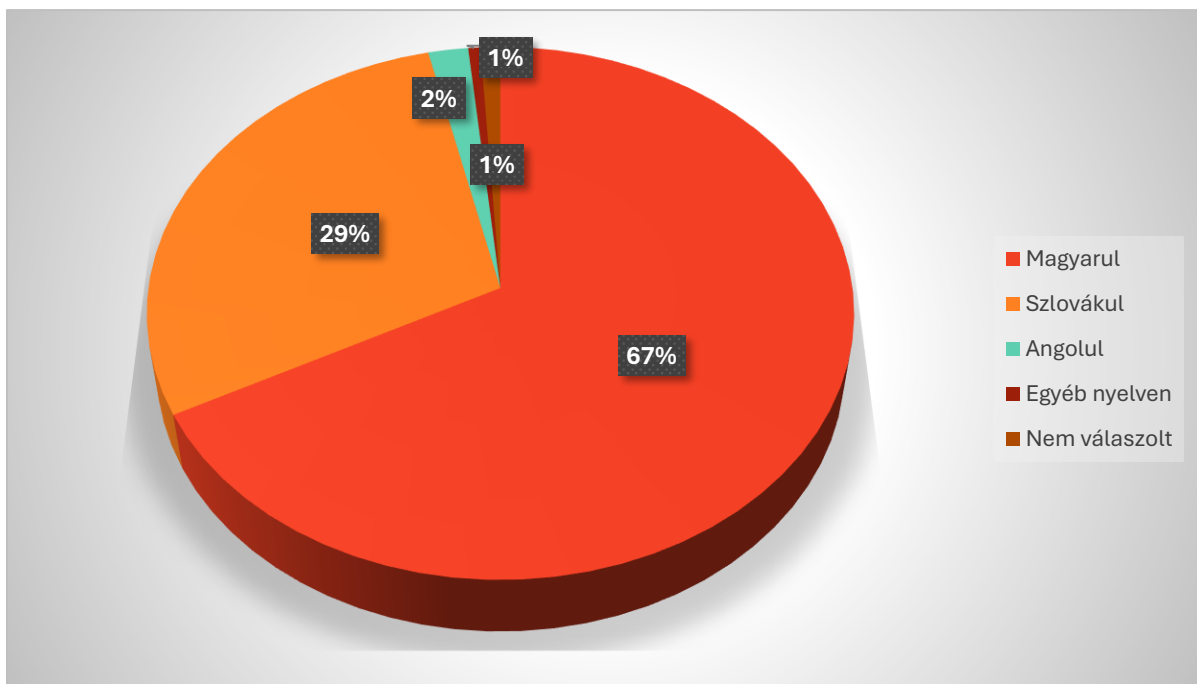
A táblázatból jól látható, hogy mindhárom témakör esetében közel lineáris emelkedés figyelhető meg az életkor előrehaladtával. A legnagyobb életkori különbség a szlovákiai magyarokról szóló hírek esetében jelentkezik ($\Delta = 0,85$ átlagpont), ezt követi a magyarországi politikáról szóló hírek érdeklődése ($\Delta = 0,77$), míg a szlovák belpolitikai hírek esetében valamivel kisebb, de továbbra is számottevő eltérés figyelhető meg ($\Delta = 0,79$).

A hírfogyasztás nyelve és csatornái

Vizsgáltuk, hogy a válaszadók leggyakrabban milyen nyelven követik a híreket. Az eredmények alapján a szlovákiai magyarok hírfogyasztásában a magyar nyelv dominál. Ugyanakkor a válaszadók közel egyharmada elsősorban szlovák nyelvű médiából tájékozódik, ami arra utal, hogy a szlovák nyelvű médiatér szintén fontos szerepet játszik a mindennapi információszerzésben. Az angol és más idegen nyelvű (elsődleges) hírfogyasztás a vizsgált mintában csupán marginális jelentőséggel bír.

A megkérdezettek 67,4%-a nyilatkozott úgy, hogy leggyakrabban magyar nyelven fogyaszt híreket. A második leggyakoribb nyelv a szlovák, amelyet a válaszadók 29%-a jelölt meg. Angolul a mintában szereplők 2%-a, egyéb nyelven 0,6% követi a híreket. A nem válaszolók aránya 1% volt.

4. ábra: A hírfogyasztás elsődleges nyelve



Rákérdeztünk, hogy a válaszadók mely kommunikációs csatornákon találkoznak hírtartalmakkal. Ennél a kérdésnél több válasz megjelölésére is lehetőség volt, ezért az egyes válaszlehetőségek százalékos aránya nem adódik össze 100%-ra. Az eredmények azt mutatják, hogy a szlovákiai magyarok hírfogyasztását egyértelműen a hagyományos elektronikus média és a digitális platformok együttes jelenléte jellemzi.

A vizsgált csatornák közül a televízió bizonyult a legelterjedtebb hírforrásnak. A válaszadók 71%-a jelezte, hogy televízión keresztül találkozik hírekkel. Bár az elmúlt években jelentősen átalakultak a médiafogyasztási szokások, az eredmények alapján a

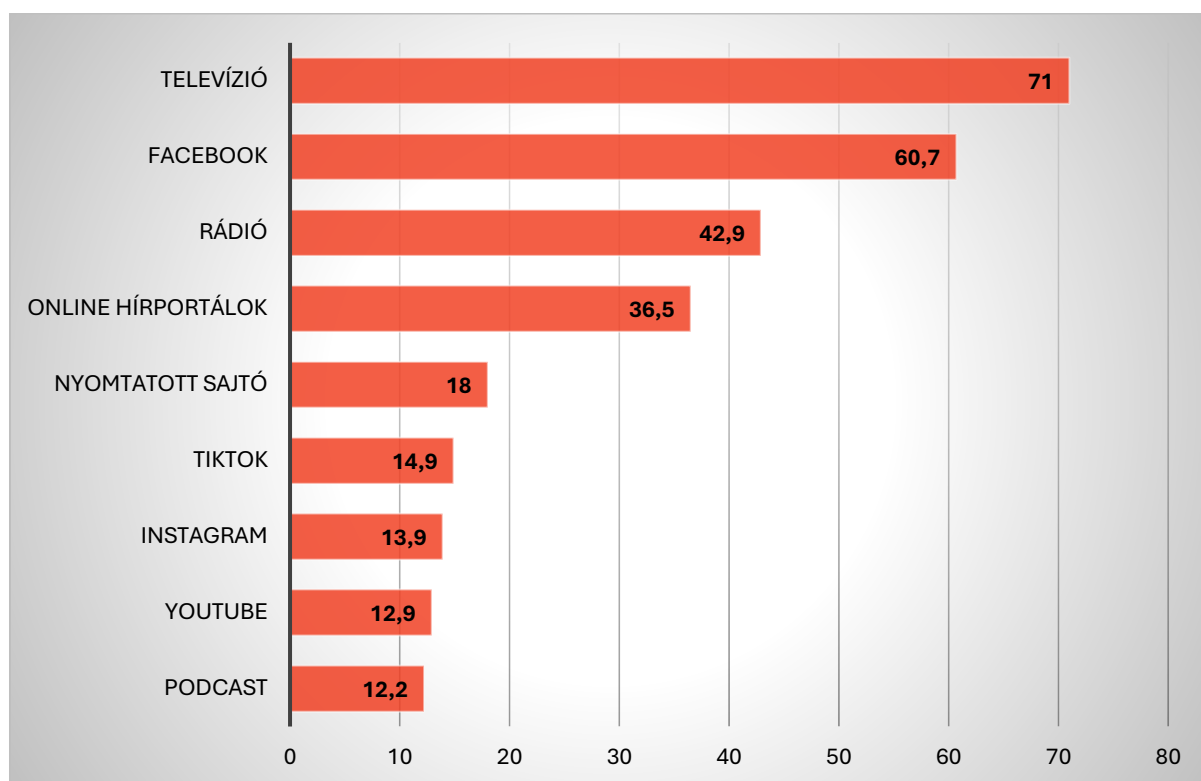
televízió továbbra is megőrizte meghatározó szerepét a napi tájékozódásban a szlovákiai magyarok körében.

A második legfontosabb platform a Facebook, amelyet a megkérdezettek 60,7%-a (1168 fő) jelölt meg. Ez azt jelenti, hogy tízből közel hat válaszadó ezen a közösségi oldalon is rendszeresen találkozik hírekkel. A Facebook sajátossága, hogy nem önálló hírszolgáltatóként működik, hanem olyan felületként, amelyen a felhasználók egyszerre találkoznak hírportálok tartalmaival, médiumok bejegyzéseivel, valamint ismerőseik által megosztott hírekkel. Ennek következtében a közösségi média mára a hírfogyasztás egyik meghatározó belépési pontjává vált.

A harmadik leggyakrabban említett csatorna a rádió, amelyet a válaszadók 42,9%-a (826 fő) jelölt meg. Ezt követik az online hírportálok, amelyek esetében 36,5% (702 fő) nyilatkozott úgy, hogy ezen a felületen is rendszeresen találkozik hírekkel. Ez arra utal, hogy a professzionális online hírmédia fontos szerepet tölt be a tájékozódásban, ugyanakkor elérése elmarad a televízióétól és a Facebookétól.

A további platformok szerepe lényegesen kisebb. Nyomtatott sajtóban a válaszadók 18%-a (347 fő), TikTokon 14,9%-a (287 fő), Instagramon 13,9%-a (266 fő), YouTube-on 12,9%-a (248 fő), míg podcastokon keresztül 12,2%-a (235 fő) találkozik hírtartalmakkal.

5. ábra: A hírfogyasztási platformok említési gyakorisága (%)



(A kérdés több válasz megjelölését is lehető tette, ezért a százalékos arányok összege meghaladja a 100%-ot.)

Az eredmények alapján jól kirajzolódik a hírfogyasztás többszintű szerkezete. Egyrészt továbbra is meghatározó szerepet játszanak a hagyományos médiumok – mindenekelőtt a televízió és részben a rádió –, másrészt a digitális platformok, különösen a Facebook, már a válaszadók többségének mindennapi információs környezetéhez tartoznak. Ugyanakkor az újabb közösségi médiafelületek, mint az Instagram vagy a TikTok, valamint a podcastok szerepe egyelőre inkább kiegészítő jellegű, és jóval kisebb eléréssel rendelkeznek.

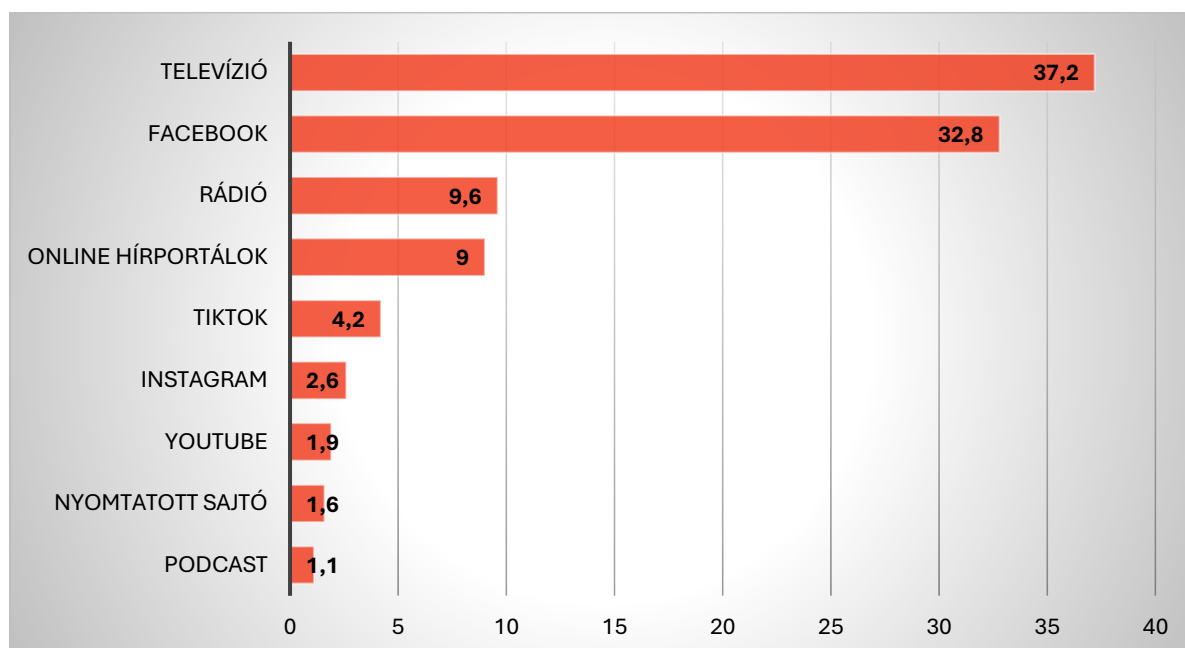
A kérdés eredményei arra is rámutatnak, hogy a válaszadók hírfogyasztása nem egyetlen médiumra épül. Mivel a kérdés több válasz megjelölését is lehetővé tette, az adatok azt jelzik, hogy a szlovákiai magyarok többsége párhuzamosan több különböző kommunikációs csatornán keresztül is találkozik hírekkel. Ez a többforrású tájékozódás a mai médiakörnyezet egyik legfontosabb sajátosságának tekinthető.

Míg az előző kérdés azt vizsgálta, hogy a válaszadók összességében mely platformokon találkoznak hírekkel, a következő kérdés arra kereste a választ, hogy ezek közül melyik tekinthető elsődleges, legfontosabb hírforrásnak.

Az eredmények alapján a televízió őrzi vezető szerepét: a válaszadók 37,2%-a ezt nevezte meg elsődleges hírforrásként. Szorosan mögötte következik a Facebook, amelyet 32,8% jelölt első számú tájékozási felületként. A két platform együttesen a válaszadók közel hetven százaléka számára jelenti a legfontosabb hírforrást.

Az elsődleges hírforrások rangsorában ezt követi a rádió (9,6%) és az online hírportálok (9%). A többi platform szerepe már lényegesen kisebb: a TikTokot a válaszadók 4,2%-a, az Instagramot 2,6%-a, a YouTube-ot 1,9%-a, a nyomtatott sajtót 1,6%-a, míg a podcastokat 1,1%-a nevezte meg elsődleges hírforrásként.

6. Az elsődleges hírforrásként szolgáló platform (%)



A korcsoport és az elsődleges hírforrás kapcsolata

A válaszadók elsődleges hírforrásának vizsgálata jelentős generációs különbségeket mutat. Az eredmények alapján jól kirajzolódik, hogy az életkor előrehaladtával fokozatosan háttérbe szorulnak a közösségi média felületei, miközben egyre meghatározóbb szerepet kapnak a hagyományos médiacsatornák, elsősorban a televízió és kisebb mértékben a rádió.

A 30 év alatti válaszadók körében messze a Facebook a legfontosabb hírforrás, amelyet a megkérdezettek 45,8%-a jelölt meg elsődleges információforrásként. A második legjelentősebb platform a TikTok (17,8%), amelyet az Instagram (14,0%) követ. Az online hírportálok szerepe viszonylag szerény (8%), míg a televízió mindössze 5,7% számára jelenti az elsődleges hírforrást. Ez azt mutatja, hogy a legfiatalabb generáció hírfogyasztása alapvetően digitális és közösségi média orientált.

A 30–49 évesek körében a Facebook dominál (51,4%), ugyanakkor már jelentősen megnő a televízió szerepe (19,6%), valamint az online hírportálok aránya is (11,6%). Az Instagram (1,6%) és különösen a TikTok (3,6%) jelentősége ebben a korcsoportban már lényegesen kisebb, ami jól érzékelteti a generációs különbségeket a közösségi média használatában.

Az 50–64 éves válaszadók esetében markáns fordulat figyelhető meg. Ebben a korcsoportban a televízió válik a legfontosabb hírforrássá, amelyet a megkérdezettek 51,5%-a nevezett meg elsődleges információforrásként. A Facebook aránya eközben 22,2%-ra csökken, miközben a rádió (10,7%) és az online hírportálok (10,3%) hasonló súlyt képviselnek. A fiatalok körében népszerű közösségi platformok gyakorlatilag eltűnnek: az Instagram aránya 0,4%, a TikToké pedig mindössze 1,6%.

A 65 éves vagy idősebb válaszadók hírfogyasztását már egyértelműen a hagyományos média uralja. A televízió a megkérdezettek 65,8%-a számára az elsődleges hírforrás, amely messze meghaladja valamennyi más csatorna szerepét. A második helyen a rádió (16,7%) áll, míg a Facebook jelentősége 9,1%-ra csökken. Az online hírportálok aránya csupán 4,1%, az Instagram és a TikTok pedig gyakorlatilag egyáltalán nem jelenik meg információforrásként.

Az összesített adatok szerint a teljes mintában a televízió (37,2%) és a Facebook (32,8%) tekinthető a két legfontosabb hírforrásnak, míg a rádió (9,7%) és az online hírportálok (9,0%) jóval kisebb szerepet töltenek be. A TikTok (4,2%), az Instagram (2,6%), a YouTube (1,8%), a nyomtatott sajtó (1,6%) és a podcastok (1,2%) csak szűkebb válaszadói csoportok számára jelentenek elsődleges hírforrást.

Az eredmények alapján egy jól elkülöníthető generációs mintázat rajzolódik ki. A fiatalabb korosztályok hírfogyasztását elsősorban a közösségi média – különösen a Facebook, a TikTok és az Instagram – határozza meg, míg az idősebb generációk fokozatosan áttérnek a hagyományos tömegmédiára, mindenekelőtt a televízióra. Különösen figyelemre méltó, hogy míg a televízió a 30 év alattiak körében csupán minden tizennyolcadik válaszadó

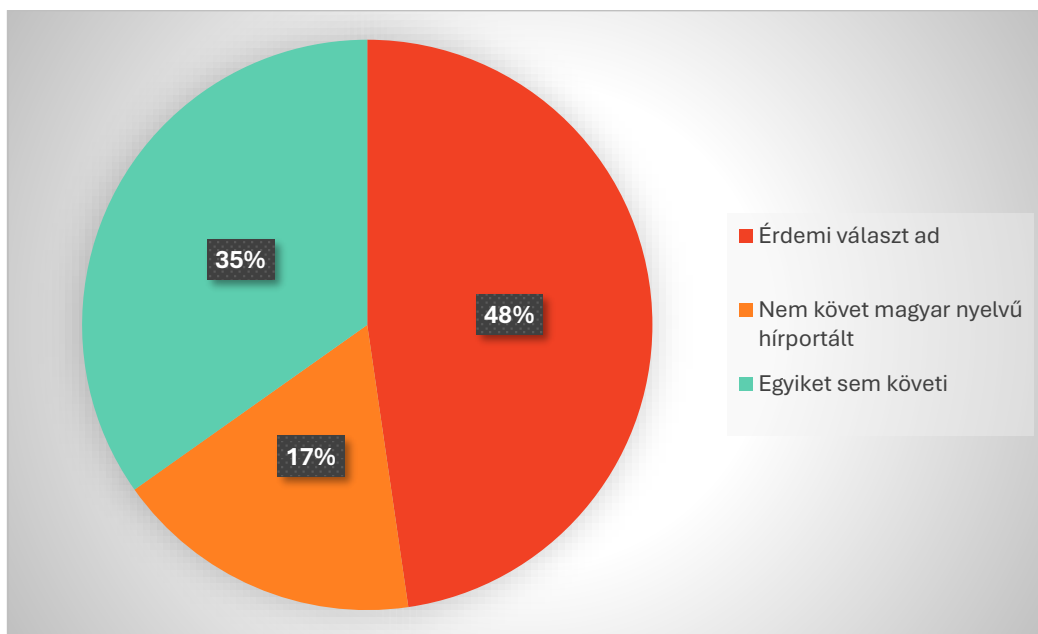
elsődleges hírforrása (5,7%), addig a 65 év felettiak közel kétharmada (65,8%) ezt tekinti legfontosabb információs csatornájának. Ezzel párhuzamosan a Facebook szerepe a középkorú korosztályban éri el csúcspontját (51,4%), majd az idősebb életkorban fokozatosan visszaszorul.

Magyar nyelvű online hírforrások ismertsége és követése

Megvizsgáltuk, hogy a válaszadók mely szlovákiai magyar online hírforrásokat (hírportálokat) követik rendszeresen – akár közvetlenül a honlapjukon, akár közösségi médiafelületeiken keresztül. Első lépésben azt mértük fel, hogy a megkérdezettek egyáltalán követnek-e magyar nyelvű online hírforrásokat, ezt követően pedig az érdemi választ adók körében vizsgáltuk az egyes médiumok ismertségét és követését.

A teljes mintában a megkérdezettek 47,7%-a nevezett meg legalább egy szlovákiai magyar online hírforrást. A válaszadók 17,5%-a jelezte, hogy nem olvas magyar nyelvű híreket, míg 34,8% azt válaszolta, hogy nem szokott hírportálokat olvasni. A megkérdezettek közel fele rendszeres fogyasztója valamely szlovákiai magyar online médiumnak, ugyanakkor a minta másik fele vagy nem fogyaszt magyar nyelvű online híreket, vagy egyáltalán nem használ ilyen információforrásokat.

7. ábra: Szokott-e magyar hírportálokat olvasni? (%)



A további elemzés kizárólag az érdemi választ adók válaszaira épül. Mivel a kérdés esetében korlátlan számú válasz megjelölésére volt lehetőség, a válaszadók egyszerre több hírforrást is megnevezhettek. Ennek megfelelően az alábbi százalékos értékek említési arányokat mutatnak az érdemi válaszadók körében.

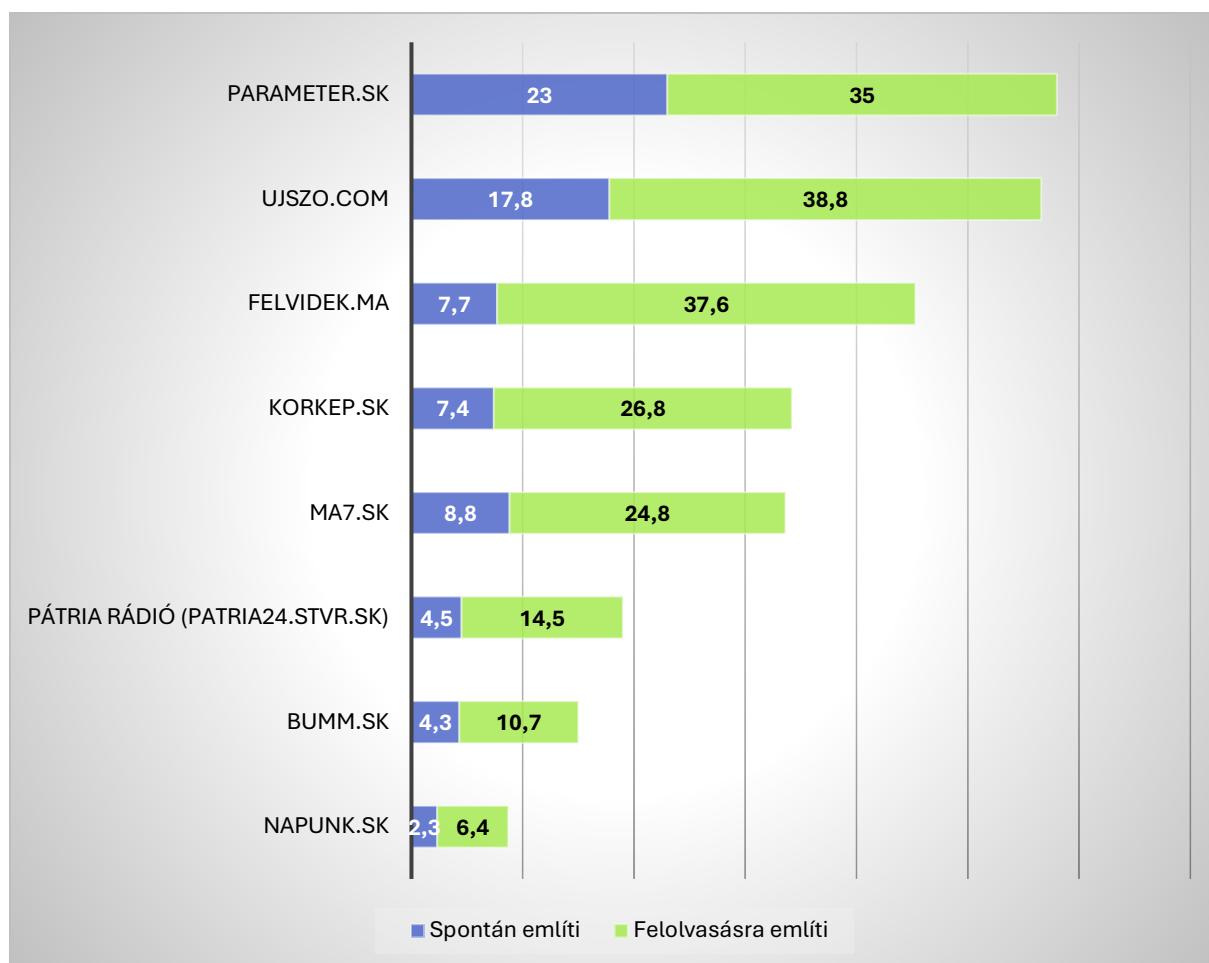
A legnagyobb eléréssel a parameter.sk rendelkezik. A portált az érdemi válaszadók 58%-a említette. Közülük 23% spontán módon nevezte meg az oldalt, míg 35% a felsorolást követően jelezte, hogy szokta olvasni.

A második leggyakrabban említett médium az Új Szó hírportálja az ujszo.com volt, amelyet a válaszadók 56,6%-a jelölt meg. 17,8% spontán említette, 38,8% a lehetőségek felsorolása után jelezte, hogy követi.

A felvidek.ma szintén jelentős eléréssel rendelkezik: összesen 45,4% említette, 7,7% spontán, míg 37,6% felolvasás után.

A korkep.sk portált 34,2% nevezte meg. A spontán ismertség alacsony (7,4%), 26,8% a felsorolás során ismerte fel. Hasonló eredményt mutat a ma7.sk, amelyet 33,6% említett. A spontán említések aránya itt 8,8%, míg 24,8% felolvasásra jelölte meg. A Pátria Rádió online felületét az érdemi válaszadók 19%-a nevezte meg: 4,5% spontán módon említette, 14,5% pedig felolvasásra. A bumm.sk ismertsége ennél alacsonyabb: 14,9% nevezte meg. A spontán ismertség 4,3%, 10,7% felolvasásra jelölte meg. A napunk.sk még szűkebb közönséget ér el. A portált 8,7% említette, 2,3% spontán, 6,4% felolvasásra.

8. ábra: Magyar nyelvű hírportálok ismertsége (%)



Az eredmények alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy a szlovákiai magyar online médiapiacra néhány meghatározó szereplő koncentrálja a rendszeres hírfogyasztókat. A legnagyobb említési arányt a parameter.sk, az Új Szó és a felvidek.ma érte el, amelyeket az érdeklődő válaszadók közel fele vagy annál is nagyobb része követ rendszeresen. Ugyanakkor szinte valamennyi vizsgált médium esetében megfigyelhető, hogy a felolvasásra adott említések száma meghaladja a spontán említéseket, ami arra utal, hogy a hírforrások ismertsége ugyan széles körű, azonban spontán felidézhetőségük lényegesen alacsonyabb. Ez arra enged következtetni, hogy a válaszadók jelentős része rutinszerűen fogyasztja ezeket a médiatermékeket, ugyanakkor azok márkaazonosítása sok esetben inkább felismerés, mint aktív felidézés útján történik.

A magyar nyelvű hírportálok rendszeres követése jelentős életkori különbségeket mutat. A 30 év alattiak 58,1%-a, míg a 30–49 évesek 58,8%-a adott érdeklődő választ, vagyis legalább egy rendszeresen követett magyar nyelvű online hírforrást megjelölt. Az 50–64 évesek körében ez az arány 44,8%-ra csökken. A 65 éves vagy idősebb korcsoportban mindössze 28,4% jelölt meg rendszeresen követett magyar nyelvű online hírforrást. Ezzel párhuzamosan ebben a korcsoportban a legmagasabb azok aránya, akik egyetlen magyar hírportált sem követnek (62,1%).

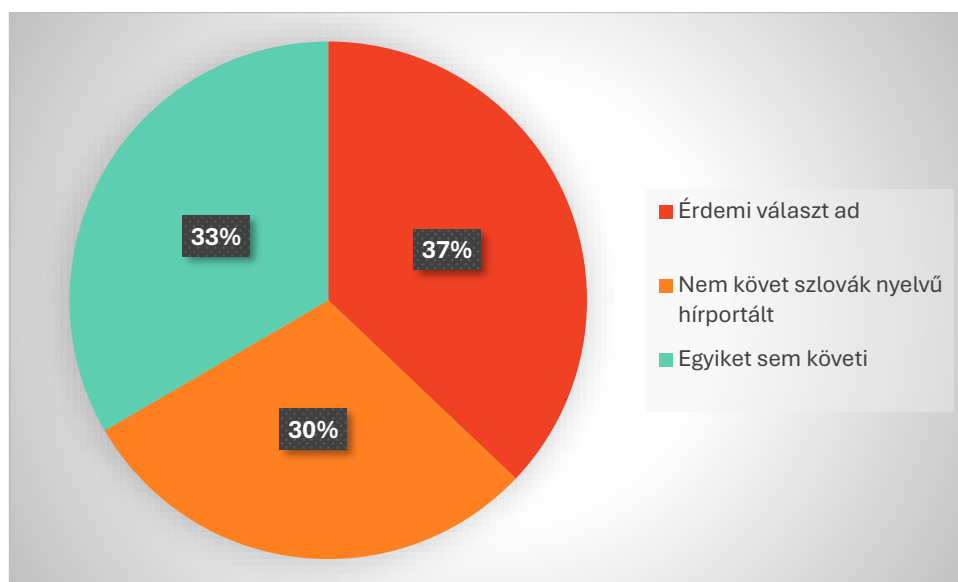
A magyar nyelvű hírek teljes elutasítása ugyanakkor elsősorban nem az idősekre jellemző: a 30 év alattiak 29,4%-a, a 30–49 évesek 18,3%-a, az 50–64 évesek 17,4%-a, míg a 65 év felettieknek csupán 9,5%-a nyilatkozott úgy, hogy nem olvas magyar nyelvű híreket.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a magyar nyelvű online hírforrások rendszeres követése elsősorban a 30–49 éves, illetve a 30 év alatti korosztályra jellemző, míg az idősebbek esetében inkább az online hírforrásoktól való távolmaradás figyelhető meg.

Szlovák nyelvű online hírforrások ismertsége és követése

A szlovák nyelvű online hírforrások esetében a teljes mintából 37,1% adott érdemi választ, vagyis jelölt meg legalább egy rendszeresen követett szlovák online hírforrást. 29,5% nyilatkozott úgy, hogy nem olvas híreket szlovák nyelven, míg 33,4% egyetlen felsorolt hírforrást sem követ, vagy nem használ internetet ilyen célra.

9. ábra: Szokott-e szlovák hírportálokat olvasni? (%)



A további elemzés az érdemi válaszadókra épül. Mivel ennél a kérdésnél is korlátlan számú hírforrás megjelölésére volt lehetőség, az egyes százalékos értékek az említési gyakoriságot mutatják, ezért összeadva nem adnak ki 100%-ot.

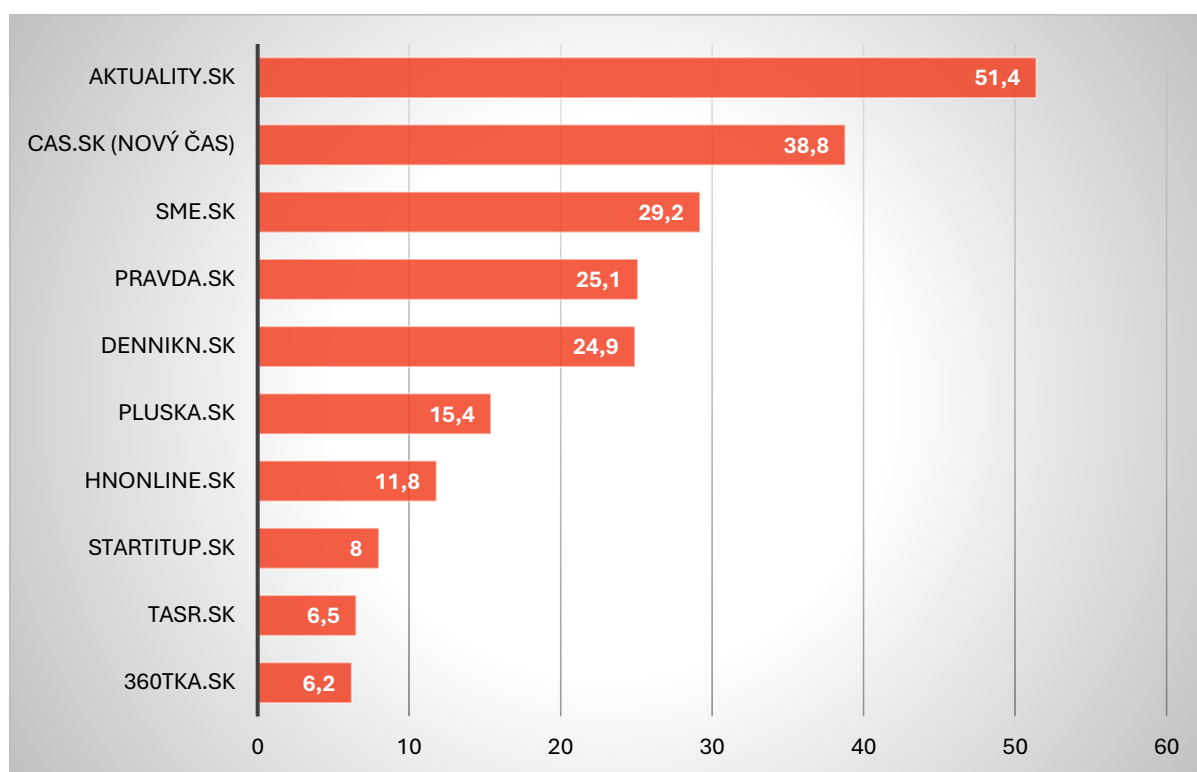
A válaszok alapján egyértelműen az aktuality.sk a leggyakrabban követett szlovák online hírforrás: a szlovák nyelven híreket fogyasztók 51,4%-a jelölte meg. A második helyen a Nový Čas áll 38,8%-kal, amelyet a sme.sk (29,2%), a pravda.sk (25,1%) és a Denník N (24,9%) követ. Ez az öt médium alkotja a szlovák nyelvű online hírfogyasztás legfontosabb forrásait.

Jelentősen alacsonyabb említési arányt értek el a további portálok. A Pluska.sk / Plus Jeden Deň a válaszadók 15,4%-ánál jelenik meg, míg a Hospodárske novinyt (hnonline.sk) 11,8% jelölte meg.

A kisebb elérésű médiumok közé tartozik a StartitUp (8,0%), a TASR (6,5%) és a 360tka.sk (6,2%), amelyek már csak a szlovák online hírfogyasztók szűkebb körében számítanak rendszeresen követett hírforrásnak.

Összességében a szlovák nyelvű online hírfogyasztás jóval koncentráltabb, mint a magyar nyelvű: az aktuality.sk kiemelkedő vezető szerepet tölt be, mögötte pedig néhány nagy országos portál (Nový Čas, sme.sk, Pravda, Denník N) dominálja a rendszeres hírfogyasztást.

10. ábra: Szlovák hírportálok említési gyakorisága (%)

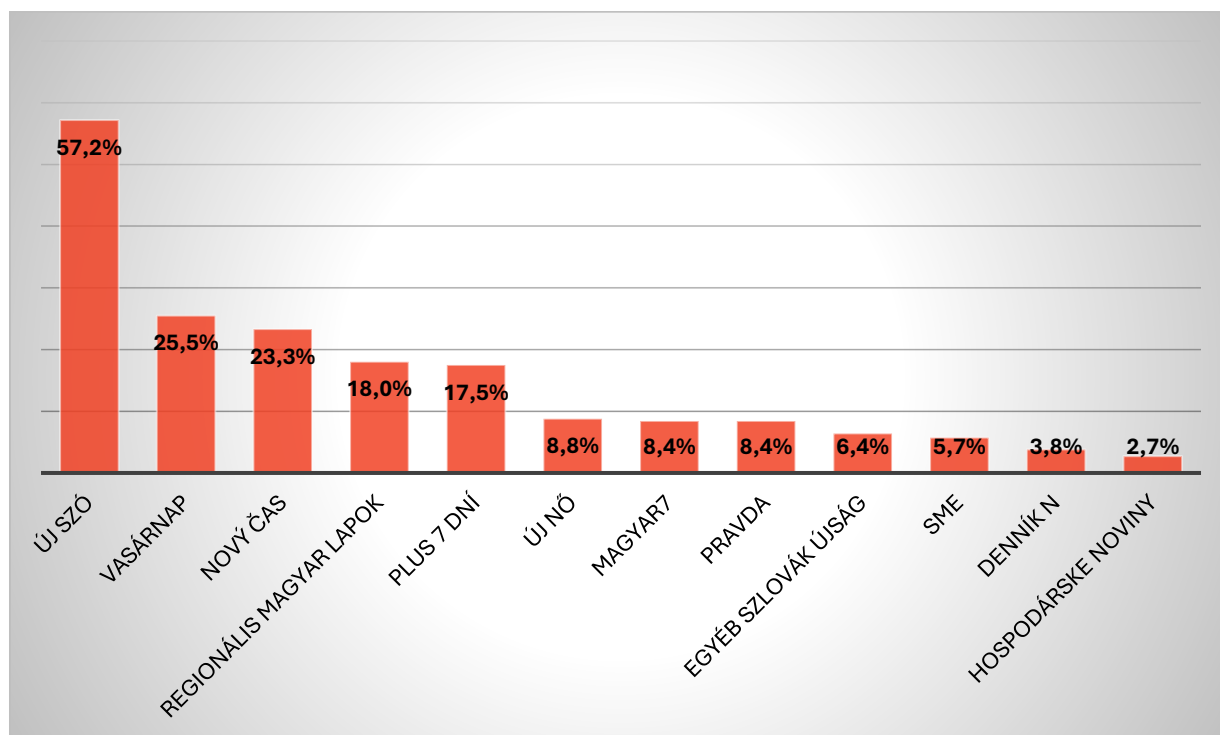


A nyomtatott sajtó olvasottsága

A nyomtatott sajtó olvasása jóval kisebb kört érint, mint az online hírfogyasztás. A teljes mintából mindössze 18,4% nevezett meg legalább egy nyomtatott napilapot vagy hetilapot, akár magyar, akár szlovák nyelvűt.

Az érdemi válaszadók körében toronymagasan az Új Szó bizonyult a legolvasottabb nyomtatott lapnak: 57,2% jelezte, hogy rendszeresen olvassa. Jelentősen lemaradva követi a Vasárnap (25,5%) és a Nový Čas (23,3%). A regionális magyar nyomtatott lapokat 18%, a Plus 7 dní hetilapot 17,5% említette. A további címek már lényegesen alacsonyabb előfordulással szerepelnek: az Új Nő, a Magyar7 és a Pravda egyenként az érdemi választ adók mintegy 8–9%-át érik el, míg az SME, a Denník N és a Hospodárske noviny nyomtatott kiadásait már csupán néhány százalék olvassa rendszeresen.

11. ábra: Nyomtatott sajtótermékek említési gyakorisága (%)



Televíziós hírműsorok/híradók fogyasztása

A televíziós hírműsorok fogyasztása továbbra is jelentős szerepet tölt be a válaszadók médiarendszerében. A teljes mintából minden második válaszadó (48,7%) naponta néz televíziós hírműsorokat. További 13,1% hetente többször követ ilyen műsorokat, vagyis összességében a megkérdezettek 61,8%-a legalább hetente több alkalommal fogyaszt televíziós híreket.

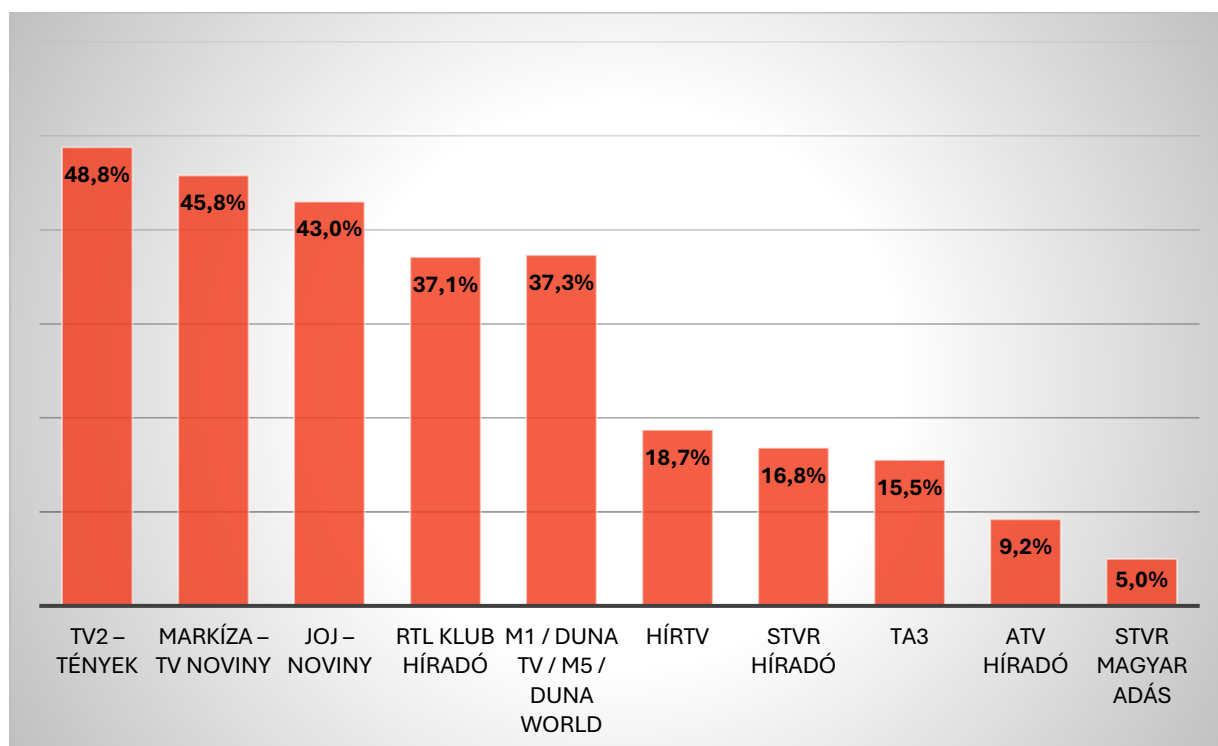
A ritkább televíziós hírfogyasztás 16,5%-ra jellemző, míg 21,7% egyáltalán nem néz televíziós hírműsorokat. Az eredmények alapján a televízió továbbra is fontos hírforrás, ugyanakkor a válaszadók közel egynegyede már teljesen elfordult ettől a médiumtól.

A televíziós hírfogyasztásban nem rajzolódik ki egyetlen domináns csatorna. A válaszadók közel fele rendszeresen követi a TV2 Tényeket (48,8%), a Markíza TV Novinyt (45,8%) és a JOJ Novinyt (43%), vagyis a két legnagyobb szlovák kereskedelmi televízió hírműsorai mellett a magyar kereskedelmi televízió híradója is hasonló népszerűségnek örvend.

Jelentős a magyar közszolgálati televíziók (M1, Duna TV, M5, Duna World) együttes elérése is (37,3%), amely gyakorlatilag megegyezik az RTL Klub Híradójának (37,1%) nézettségével.

A kisebb elérésű hírműsorok közé tartozik a HírTV (18,7%), az STVR híradója (16,8%) és a TA3 (15,5%). Az ATV Híradót már kevesebb mint minden tizedik televíziós hírfogyasztó követi (9,2%), míg az STVR magyar nyelvű híradását csupán 5% említette.

12. ábra: A rendszeresen nézett televíziós hírműsorok előfordulási aránya a televíziós hírfogyasztók körében (%)



Rádiós hírfogyasztás

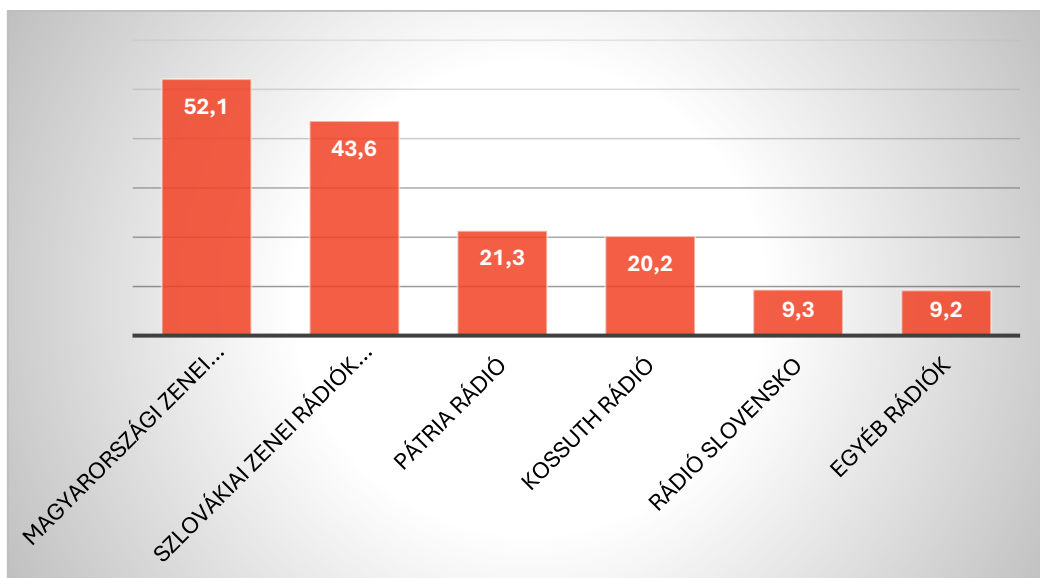
A teljes mintában a rádiós hírfogyasztás jelentős szerepet tölt be, ugyanakkor elmarad a televíziós hírfogyasztás gyakoriságától. Az összes megkérdezett 30%-a naponta hallgat rádiós híreket, további 12,7% pedig hetente többször. Ez azt jelenti, hogy a megkérdezettek 42,7%-a legalább heti több alkalommal követ rádiós hírműsorokat. Emellett további 19% ennél ritkábban, de hallgat híreket a rádióban, míg 38% egyáltalán nem tájékozódik rádión keresztül.

Az eredmények alapján a rádió továbbra is fontos hírforrás, ugyanakkor a televízióhoz képest kisebb eléréssel rendelkezik, és a lakosság bő harmada már teljesen kiesik ebből a médiumból.

Az rádiós hírműsorokat, híreket rendszeresen hallgatóknak feltett kérdésekre kapott válaszok azt mutatják, hogy a rádiós hírfogyasztásban nem a hírrádiók dominálnak, hanem a kereskedelmi zenei rádiók hírsávjai. Azaz a legtöbben nem a hírtartalom miatt hallgatják a rádiót, hanem a zenék közt mintegy mellékesen hallgatnak híreket. A rádióhallgatók több mint fele magyarországi zenei rádiókat, közel fele pedig szlovákiai zenei rádiókat követ rendszeresen.

A közszolgálati magyar nyelvű rádiózás meghatározó szereplője a Pátria Rádió (21,3%), amelyet nagyon hasonló arányban követ a Kossuth Rádió (20,2%). A szlovák közszolgálati Rádió Slovensko (9,3%) már lényegesen kisebb szerepet játszik.

13. ábra: Rádiós hírműsorok hallgatottsága (%)



A hírekbe vetett bizalom és az álhírek érzékelése

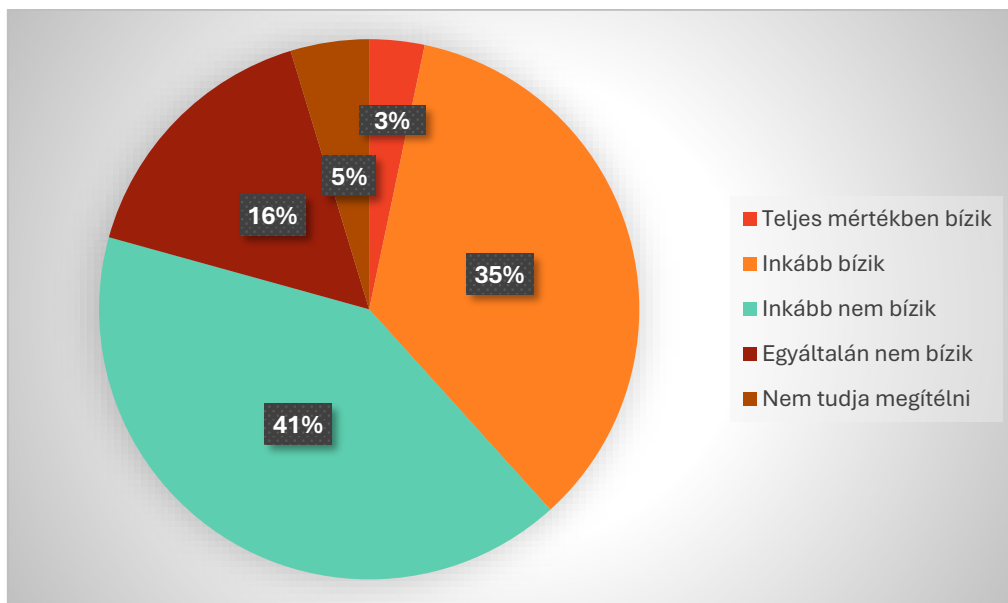
A kutatás során vizsgáltuk, hogy a felvidéki magyar lakosság mennyire bízik általában a hírekben. Az eredmények alapján a válaszadók többsége inkább bizalmatlanul viszonyul a médiában megjelenő információkhoz.

A teljes mintában a válaszadók 41%-a úgy nyilatkozott, hogy inkább nem bízik a hírekben, további 16% pedig egyáltalán nem bízik bennük. Ez azt jelenti, hogy a megkérdezettek 56,7%-a alapvetően bizalmatlan a hírekkel szemben.

Ezzel szemben 35,0% inkább bízik a hírekben, míg mindössze 3,3% nyilatkozott úgy, hogy teljes mértékben megbízik bennük. A bizonytalanok aránya 4,7%.

Az eredmények tehát azt mutatják, hogy a vizsgált közösségben a bizalmatlanság erősebb, mint a bizalom, és különösen alacsony azok aránya, akik feltétel nélkül elfogadják a médiában megjelenő információkat. Ez arra utal, hogy a felvidéki magyar lakosság jelentős része kritikus szemlélettel viszonyul a hírekhez, ami részben magyarázható az elmúlt évek intenzív politikai polarizációjával, a közösségi média térnyerésével, valamint a dezinformációs kampányok fokozódó jelenlétével.

14. ábra: Hírekbe vetett általános bizalom (%)



Megvizsgáltuk, hogy a válaszadók mennyire bíznak az egyes médiatípusokban egy ötfokú skálán, ahol az 1 az egyáltalán nem bízik, az 5 a teljes mértékben bízik választ jelentette.

A vizsgált hírforrások közül a legnagyobb bizalom egyértelműen a szlovákiai magyar médiát övezi. A válaszadók közel 40%-a közepes bizalmat jelölt (3-as érték), míg 17% négyesre, 7% pedig maximális értékkel értékelte ezt a médiatípust. A bizalmatlanságot jelző 1-es és 2-es értékeket összesen 24% választotta.

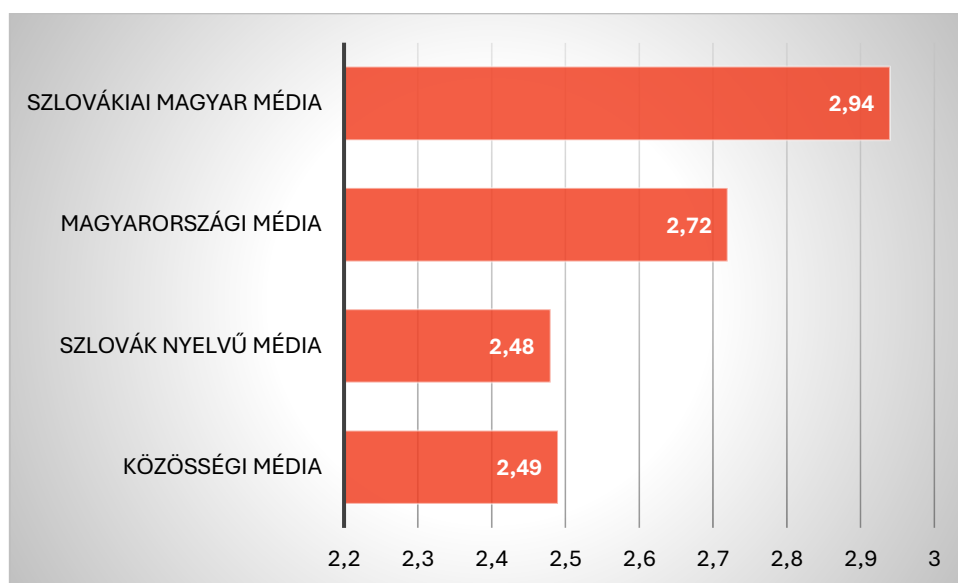
Ez azt jelzi, hogy a felvidéki magyar médiumok rendelkeznek a legerősebb legitimációval a vizsgált közösség körében. Ennek hátterében valószínűleg az áll, hogy ezek a médiumok közvetlenül foglalkoznak a kisebbségi közösség problémáival, nyelvileg és kulturálisan közelebb állnak olvasóikhoz, ezért hitelesebbnek érzékelik őket.

A magyarországi média megítélése szintén viszonylag kedvező, ugyanakkor már kevésbé egységes. A legtöbben (34,5%) közepes bizalmat jelöltek, míg 20% magas (4-es vagy 5-ös) bizalmat fejezett ki. Ugyanakkor 32,7% inkább bizalmatlan (1-es vagy 2-es érték). Ez arra utal, hogy a magyarországi média fontos hírforrás maradt a felvidéki magyarok számára, azonban politikai és médiapiaci megosztottsága miatt kevésbé élvez egységes társadalmi bizalmat.

A legkritikusabb megítélést a szlovák nyelvű média kapta. A válaszadók 42%-a az 1-es vagy 2-es értéket választotta, míg csupán 15% adott magas bizalmi értéket (4-es vagy 5-ös). A legtöbben itt is a középső kategóriát (33%) jelölték. Bár a felvidéki magyarok jelentős része rendszeresen fogyaszt szlovák nyelvű médiát, az abba vetett bizalom alacsonyabb, mint a saját kisebbségi vagy a magyarországi médiumok esetében. Ennek hátterében nyelvi, kulturális és identitásbeli tényezők egyaránt szerepet játszhatnak.

A közösségi média bizalmi mutatói mutatják a legellentmondásosabb képet. A legtöbb válaszadó (30%) közepes bizalmat jelölt, azonban az 1-es és 2-es értékek összege 35%, míg a magas bizalom (4-es és 5-ös) mindössze 11%. Figyelemre méltó ugyanakkor a 24%-os bizonytalan vagy nem válaszoló arány, amely messze meghaladja a többi médiatípusnál tapasztalt értékeket. A közösségi média megítélése erősen ambivalens: bár a válaszadók jelentős része napi szinten használja, hitelességét sokkal óvatosabban ítéli meg, mint a hagyományos médiaszereplőket.

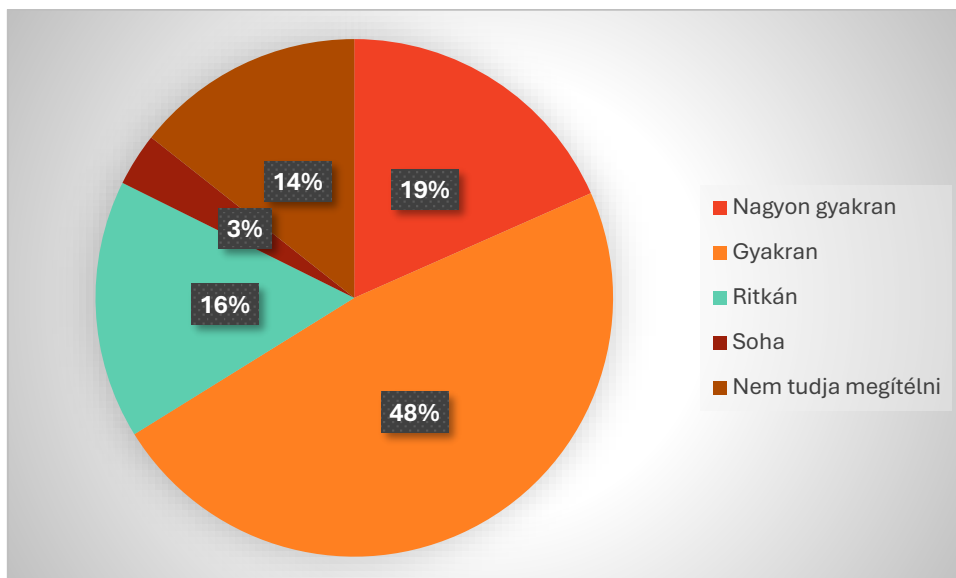
15. ábra: Átlagos bizalmi értékek az egyes médiatípusok esetében (1–5-ös Linkert-skála)



A Likert-skála alapján számított átlagok megerősítik a gyakorisági elemzés eredményeit. A vizsgált médiatípusok közül a legnagyobb bizalom a szlovákiai magyar médiát övezi ($M = 2,94$), ezt követi a magyarországi média ($M = 2,72$). A szlovák nyelvű média ($M = 2,48$) és a közösségi média ($M = 2,49$) bizalmi megítélése gyakorlatilag azonos, és egyaránt az inkább bizalmatlan attitűdöt tükrözi.

A kutatás azt is vizsgálta, hogy a válaszadók saját megítélésük szerint milyen gyakran találkoznak hamis vagy félrevezető hírekkel. Az eredmények alapján a dezinformáció érzékelése rendkívül magas. A válaszadók 47,6%-a gyakran, további 18,3%-a pedig nagyon gyakran találkozik szerintük hamis vagy félrevezető hírekkel. Ez azt jelenti, hogy a megkérdezettek közel kétharmada (65,9%) rendszeres jelenségnek tartja az álhírek jelenlétét. Mindössze 16,1% találkozik ritkán ilyen tartalmakkal, míg csupán 3,3% állította azt, hogy soha. A bizonytalanok aránya 14,3%, ami arra utal, hogy sokan nem érzik magukat elég magabiztosnak a félrevezető információk felismerésében.

16. ábra: Hamis, félrevezető hírek észlelése (%)



A kutatás utolsó kérdéscsoportja jól összefoglalja a felvidéki magyarok médiához való viszonyát. Egyrészt a válaszadók többsége napi rendszerességgel fogyaszt különböző hírforrásokat, ugyanakkor nem fogadja el kritikátlanul a médiában megjelenő információkat. Az általános bizalmatlanság meghaladja a bizalmat, miközben a teljes mértékű bizalom rendkívül ritka. Az egyes médiatípusok közül a legnagyobb hitelességgel a szlovákiai magyar média rendelkezik, amelyet a magyarországi média követ, míg a szlovák nyelvű és különösen a közösségi média jóval megosztóbb megítélésű. A kutatás talán legfontosabb eredménye, hogy a válaszadók kétharmada rendszeresen találkozik véleménye szerint hamis vagy félrevezető hírekkel. Ez a magas arány magyarázatot adhat arra is, miért alakult ki általános bizalmatlanság a médiával szemben. A felvidéki magyar közösség médiakörnyezete egyszerre több ország médiarendszeréből, hagyományos és

digitális platformokból épül fel, ami növeli az információs kínálatot, ugyanakkor a hiteles és a félrevezető tartalmak elkülönítését is nehezebbé teszi.



PRO HUNGARICA COMMUNITATE

Námestie sv. Štefana 296/6
Szent István tér 296/6
929 01 Dunajská Streda
Dunaszerdahely

www.prohuncom.sk

