

DOBOS FERENC

ISAURÁTÓL AZ 5G-IG

A MÉDIAHASZNÁLAT VÁLTOZÁSA
2001 ÉS 2021 KÖZÖTT A HATÁRON
TÚLI MAGYARSÁG KÖRÉBEN

Isaurától az 5G-ig

A médiahasználat változása 2001 és 2021 között a
határon túli magyarság körében

46.

Sorozatszerkesztő:

Koltay András – Nyakas Levente: 2012–2019

Nyakas Levente – Szadai Károly: 2020–

Dobos Ferenc

Isaurától az 5G-ig

**A médiahasználat változása 2001 és 2021 között a
határon túli magyarság körében**

Médiatudományi Intézet

2022

A kutatást támogatta:



Minden jog fenntartva.

© Dobos Ferenc, 2022

© Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete, 2022

Tartalom

Bevezetés	9
1. A fiktív médiafelület-hierarchia változása	14
2. Televíziónézési szokások változása a határon túli magyarság körében	25
2.1. A fogható televíziós csatornák mennyiségi mutatói.....	25
2.2. A televíziót nem nézők aránya.....	27
2.3. A televíziózásra fordított napi átlag idő	33
2.4. A televíziócsatornák nézettségének változása	37
3. Rádióhallgatási szokások változása	84
3.1. A rádiót nem hallgatók részarányának változása	84
3.2. A rádióhallgatásra fordított idő változása.....	88
3.3. A rádióhasználat helyszínei.....	92
3.4. A rádióadók hallgatottsága	94
3.5. A magyarországi rádióadók műsortípusainak hallgatottsága.....	102
4. A nyomtatott sajtó használatának változása	111
5. Az internethasználat változása	116
5.1. Az internet hozzáférés (lefedettség) változása	116
5.2. Az internetet nem használók aránya	118
5.3. Az internethasználat helyszínei és módozatai.....	123
5.4. Internethasználat gyakoriságok változása.....	126
5.5. Az internethasználat változása a honlapok nyelve szerint	131
5.6. Internethasználat a magyarországi közszolgálati televíziócsatornák és rádióadók honlapjainak, valamint a mediaklikk.hu látogatottsága szerint.....	145
5.7. A világvárvány hatása a különböző médiafelületek használatára	151
5.8. Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint	154
6. Összegzés	183
Melléklet	194
1. Kutatási előzmények (bibliográfia)	194
2. A kutatás paraméterei	195
3. A kutatás mintasokaságainak reprezentativitása szociodemográfiai változók szerint	196
4. Mintasokaságok az elemzésben prioritásként kezelt társadalmi rétegződés- és identitásváltozók szerint	200

Előszó

Új kötetünket több évtizedet átfogó kutatás sorozat eredményeit szintetizáló elemzésekből állítottuk össze. Az összehasonlítás alapjául szolgáló adatfelvételre 2021 őszén került sor, amely időben, a könyv megjelenésekor nincs ugyan túlságosan távol tőlünk, ám a feldolgozás hónapjaiban lejátszódó események tükrében mégis egyfajta cezúrát jelenthet. Nem tudhatjuk ugyanis, hogy az általunk „gyorsan változónak”, a technikai eszközök tekintetében „exponenciális tempóban fejlődőnek” aposztrofált időszak nem volt-e egyben kutatási szempontból afféle idilli békeéra, amilyenre talán nem számíthatunk egyhamar. Elsősorban persze Ukrajnára és az ottani háborús helyzetre gondolunk, amely következő, idei adatfelvételünket Kárpátalján már megghiúsította, így kénytelenek voltunk kutatásunk volumenét a másik három régióra korlátozni.*

Jól látszik azonban, hogy a változások már most sem korlátozódnak egyetlen régióra: a kárpátaljai magyar közösség elsőként (bár valójában nem első ízben) néz szembe a létét is fenyegető drasztikus történelmi helyzettel, de nem marad érintetlen a többi régió magyarsága és természetesen az anyaország sem. Mindezen folyamatoknak ugyan csupán egy része, kutatásaink tárgya, az anyanyelvi média helyzete és annak fogyasztása, azonban éppen sok évtizedes eredményeink mutatják, mennyire fontos elem ez, az identitás megőrzése, a megmaradás szempontjából. Ilyen szerepe a klasszikus médiának is volt, most azonban ebben a tekintetben is új helyzet van, egyebek között azért, mert olyan eszközök állnak rendelkezésre, amelyek valamilyen formában egy szétzilált, különféle presszióknak kitett közösség tagjai között is lehetővé teszik a kommunikációt, a közösségi lét megélését. Talán nem szükséges külön bizonygatnunk, hogy ezeknek a jelenségeknek és folyamatoknak a kutatása éppen olyan fontos, mint a korábbi nagy cezúrák (rendszerelváltás, médiapluralizáció, digitális forradalom, EU-tagság vagy annak hiánya stb.) vagy az utóbbi évek helytel-közel organikusnak mondható fejlődésének nyomon követése.

Azzal bocsájtjuk tehát útjára jelen kötetünket, hogy az elmúlt évtizedek tapasztalatainak összegzésével munkánk korántsem ért véget, éppen ellenkezőleg, az új kihívások új szemléleti perspektívákért, akár új módszertanért, és persze újabb kutatásokért kiáltanak.

A szerk.

* (A helyzet súlyosságát jól illusztrálja, hogy a vajdasági adatfelvételt anno még a NATO-bombázások közepette sem adtuk fel.)

Bevezetés

Jelen tanulmánykötettel a határon túli magyarok életviszonyait vizsgáló, reprezentatív mintákon realizált szociológiai kutatássorozatunk mérföldkőhöz érkezett. Mérföldkőhöz, hiszen a határon túli magyarság médiahasználatával foglalkozó első adatfelvételünkre immáron negyed évszázada (1997-ben) került sor (ugyan még csupán átfogó értékrend- és asszimilációkutatásaink alternatívájaként), média célkutatásaink pedig tíz évvel ezelőtt (2011-ben) vették kezdetüket a B-Fókusz Intézet és az NMHH Médiakutató Intézete közötti együttműködés keretében.

A tárgyalt kutatási folyamat kezdőpontjakor még csaknem kizárólag analóg médiatér a jelenlegi digitális univerzumhoz képest méltán mondható akár „kőkorszakinak”. Első vizsgálataink idején ugyanis többek között

- még nem létezett sem Magyarországon, sem a környező országokban földi sugárzású országos kereskedelmi televízió, s természetesen digitális műsorszórás sem;
- a számítógépek DOS-os operációs rendszerek alapján működtek (a forradalmian új alapokon nyugvó WINDOWS 95 használata térségünkben még csak nyomokban volt észlelhető);
- végül pedig – mai ésszel felfoghatatlanul – a vizsgált régiókban és az anyaországban gyakorlatilag úgyszintén nem, vagy csupán igen kezdetleges formában létezett a hamarosan minden korábbi információs keretet elsöprő robbanásként színre lépő, két legfőbb „csodafegyver”: az internet és a mobiltelefon.

Kutatássorozatunk során tehát a médiahasználat terén a vizsgált néhány röpke évtized alatt lezajlott – és a vizsgált közösségek összes rétegének mindennapi médiafogyasztási szokásait történelmi léptékkal nézve is alapjaiban megváltoztató – információs forradalom formai és tartalmi jegyeinek krónikásává váltunk.

Kezdetben (1997–99-ben) a médiateret még az utólag immáron „hagyományos” elektronikus hírközlőeszközökként definiálható – és egyben konkurencia nélküli, kizárólagos, valamint alapmeghatározottságából adódóan rendkívül szűkre szabott kínálattal bíró – információs bázis uralta, élén a televízióval, és a rádióval (valamint a korábbi pozícióit még relatíve őrző nyomtatott sajtóval együtt).

Az említett szűkös kínálattal kapcsolatban szemléletes példaként említhetjük, hogy akkoriban a Magyar Televízió műsorában csupán heti mindössze egy-két alkalommal volt látható filmsorozat: a „Rabszolgasors” és az első magyar teleregény, a „Szomszédok”, mindkettő 30-30 perc terjedelemben és 90% fölött nézettséget produkálva. A tárgyalt időszak ezzel kapcsolatos médiafogyasztását (ezen belül pedig a feltámadó tömegkulturális igényeket) leginkább néhány kérdezőbiztosunk akkori megfigyelései jellemzik, mely szerint: a falun élő asszonyok felhúzott vekkerórával mentek kapálni, nehogy lekéssék az Isaura folytatását, amit egyébként a társadalmi ranglétra legkülönbözőbb fokain elhelyezkedők is ugyanakkora intenzitással követték.

Mindez egyfelől annak bizonyítéka, hogy a tárgyalt időszak televízió nézési gyakorlatát alapvetően két kritérium határozta meg: a helyhez, illetve a műsoridőhöz való kötöttség, valamint – interaktív lehetőségek híján – az egyirányú passzív befogadás. Amennyiben mindehhez hozzávesszük, hogy – amint azt látni fogjuk –, az ezredfordulig a televízió használat gyakorlatilag a teljes népességet jellemezte (2001-ben Kárpátalján és a Vajdaságban például még egyetlen nem tévészó válaszadót sem találtunk), kellő rálátást kapunk az akkori televízió nézés

megdöbbentő mértékű dominanciájára. Ehhez képest ugyancsak nem kevésbé mondható döbbenetesnek, hogy jelenleg a televíziót sohasem használók részaránya mintegy 13–27%-ot tesz ki, a fiatal korosztály esetében pedig már csaknem minden második (Erdély és Vajdaság) illetve harmadik (Kárpátalja és Felvidék) megkérdezett tartozik a nem tévézők közé.

Az elmondottak önmagukban is kellően érzékeltetik az analóg médiafogyasztás kora óta végbe ment földrengésszerű változást, ám a médiahasználat strukturális átrendeződésének léptéke tekintetében mindez csupán következményként értelmezhető, az információs robbanás valódi oka a digitális univerzum megjelenésére vezethető vissza. Ez a megállapítás ugyan természetesen a legnyilvánvalóbb közhelyként értékelhető, ám a határon túli magyarok körében realizált mediakutatásaink legfőbb célja magának az említett folyamatnak egzakt idősoros adatok alapján történő végig követése volt.

Az internethasználat mértékét első ízben a 2001-es kutatásunk során tettük vizsgálat tárgyává, mely időpont – adataink alapján – méltán tekinthető a világháló megjelenésének a vizsgált határon túli magyar régiókban. Eszerint ekkor internetezőknél még csupán a népesség elenyésző töredéke (Erdély 2,3, Kárpátalja 0,6%) számított, ám részarányuk a Felvidéken és a Vajdaságban is mindössze 8,4–10,1%-ot tett ki. Az említett kezdetekhez képest az internethasználók aránya jelenleg már 95,2–98,2%-ra tehető. Ami azt jelenti, hogy ezt a kommunikációs formát gyakorlatilag immáron a teljes népesség használja, igazolván azt, hogy az információs tér korábbi/hagyományos strukturális felépítését az internet alighanem végérvényesen maga alá temette, egyben új – noha egyelőre számos vonatkozásban ellentmondásokat is rejtő – dimenziókat nyitva az emberi kommunikáció, információszerezés és interperszonális kapcsolattartás területén.

Az internet egyébként is viharos gyorsaságú elterjedése a 2010-es évtized első harmadától újabb fokozatba kapcsolt az okos telefonok megjelenésével. Az addig használt hagyományos (csupán telefonbeszélgetésre, illetve sms küldésre használható) mobil készülékek ugyanis rendkívüli népszerűségük ellenére a médiahasználat és információszerezés szempontjából nem rendelkeztek olyan funkciókkal, amelyek kompatibilisek lettek volna az akkorra már csaknem a mai formájában korlátlan információforrásként jelen lévő online univerzummal.

Az okos telefonokkal színre lépő technológia (ami voltaképpen zsebben hordható számítógépet jelent) épp ezt a hiányzó láncszemet tudta pótolni, és ezzel a digitális információáramlás strukturális keretei teljessé váltak. Valójában ezen a ponton ért véget a másfél-két évtizeddel előbb (kutatássorozatunk kezdetekor) még egyeduralgó analóg médiahasználat korszaka, amelyhez képest az internet és az okos telefonok együttes használata lehetővé tette, hogy helyhez kötöttségtől, valamint időkorlátoktól függetlenül legyenek hozzáférhetőek a felhasználók (immáron tehát nem pusztán passzív nézők, vagy hallgatók) által igényelt információk.

Az említett forradalmi változásokat kutatásaink során természetesen végig követtük a határon túli magyarság körében, ezzel kapcsolatos szerteágazó adatsoraink elemzésünk vonatkozó fejezeteiben megtalálhatók. Ezek közül felvezetésként csupán a főbb sarokszámokat vázoljuk, melyek szerint okos telefonnal 2014-ben három régióban mintegy 40–48%-ban rendelkeztek (csupán a felvidékiek esetében haladta meg a 60%-ot), ám hét évvel később ez az arány már 83–91%-ot tett ki. A növekedés mértéke ugyan önmagában is az okos telefonhasználat elsöprő előretörését mutatja, ám a médiahasználat szempontjából fontosságát leginkább az húzza alá, hogy a válaszadók az internetet jelenleg 77–83%-ban ezen a mobil eszközön használják, miközben az otthoni számítógépen is internetezőknél részaránya már csupán mindössze 37–54%-ot tesz ki.

Bevezetőnk keretei között rövid említést érdemel még az internethasználaton belül domináns helyet elfoglaló, úgynevezett közösségi hálózatokban való részvétel alakulása is. Közöttük elsősorban a Facebook elképesztő mértékű népszerűsége, amely világszerte mintegy 3–4 milliárd felhasználóval (és havi 20 milliárd bejegyzéssel) rendelkezik, a magyarországi regisztráltak számát pedig a KSH több mint 7 millióra teszi.

Noha a határon túli magyarság által használt közösségi oldalak kapcsán hasonló statisztikai adatok nem állnak rendelkezésre, idősoros kutatási eredményeink alapján pontos képet kaphatunk a tárgyalt alkalmazások használatának intenzitásáról. Eszerint jelenleg a válaszadók Facebook-on – valamint a hozzá hasonló platformokon – való aktivitása kimagasló, 80 átlagpont körüli intenzitást mutat, ami egyfelől számottevő, mintegy 20-30 átlagpontos növekedést jelent a 2014-es állapothoz képest, másrészt a legintenzívebb aktivitásnak számít az interneten való minden egyéb célú tevékenységformához (például: munkavégzés, szórakozás, szolgáltatások igénybe vétele, ügyintézés, banki tranzakciók, online vásárlás stb.) képest.

Mindazonáltal a közösségi oldalakkal kapcsolatban létrejött, idézett arányú hiperaktivitás számos, ma még nehezen megválaszolható problémát is felvet. Ezek közül az első magának a közösség fogalmának a relativizálására, illetve a digitális térben történő átértelmezésére tett kísérlet. Nem kétséges ugyanis, hogy a tárgyalt platformokon belül kialakult társas kapcsolatrendszerek eredendően virtuális kötődésekben nyilvánulnak meg, melyek túlnyomórészt nélkülözik a valós közösségek tagjaira jellemző alapkritériumokat (több egyéb mellett a személyes/fizikai kapcsolattartást, az azonos, vagy egymáshoz közel álló gyökerekre visszavezethető, együtt megélt közös értékrendet és identitástudatot stb.) Következésképpen az exponenciálisan burjánzó Facebook (és egyéb alkalmazásokon belül működő) csoportok túlnyomó többségének összetétele alapvetően heterogén háttérű tagságra épül, akik csupán életvitelük, illetve érdeklődésük egy-egy szelete (leginkább hobbijuk) révén csatlakoznak az interaktív online kapcsolatokat lehetővé tévő digitális platformokhoz.

Mind ezek fényében annak eldöntése, hogy a – mind a szakirodalomban, mind a hétköznapi szóhasználatban – kategorikusan közösséginek nevezett oldalak/hálózat tagjai mennyiben alkotnak valós közösségeket, vagy csupán a közösségi lét virtuális valóságban létező illúziójával van dolguk, egyelőre több mint problematikus, és olyan ellentmondásokkal teli, ami meghaladja az általunk alkalmazott empirikus paraméterek mentén történő médiahasználat vizsgálatának kereteit.

Tekintettel azonban a Facebook (Instagram, Twitter stb.) említett, jószerivel felfoghatatlan mértékű használatára, az eddig elmondottakon túl meg kell említenünk egy, a tárgyalt internetes médiafelületekkel kapcsolatos további problémát, ami már túlmutat az imént tárgyalt „közösségi vs. pseudo-, vagy álközösségi”, túlnyomórészt elméleti dilemmán, és ami a digitális univerzumban (ezen belül pedig különösképp a közösségi platformokon) végbemenő információáramlás konkrét tartalmi kereteit is érinti.

Ez alatt első helyen a közismert „buborék-effektus” hatásai, illetve következményei érthetők, amelyek eleddig ismeretlen dimenziókat hoztak létre a digitális téren belüli információáramlás tekintetében. Az alapproblémát ezzel kapcsolatban az jelenti, hogy amíg a közösségi platformok megjelenése előtt az interneten fellelhető információkhoz való hozzáférést valóban a korlátlan nyitottság jellemezte, a felhasználók szuverén döntésük alapján maguk kerestek rá – pontosabban kényszerültek szabadon rákeresni – az őket érdeklő témákra és tartalmakra, a virtuális közösségi felületeken történő tájékozódást mindez egyre kevésbé jellemzi.

Ennek, az információszerzés szempontjából egyértelmű visszalépésnek legfőbb oka, hogy a tárgyalt médiafelületek a felhasználói csoportok megteremtésével olyan egymástól független fragmentált információs tereket (buborékokat) hoztak létre, amelyek az adott csoportok vélt, vagy valós értékrendjének megfelelően egyoldalú algoritmusok által vezérelve kínálnak fel mesterségesen szűrt („konyhakész”) információkat a felhasználói csoportok tagjai számára. Mindennek eredményeként pedig az eredeti internethasználathoz képest nem csupán egy alapvetően zártabb információs tér jött létre (maga a buborék, amire azonban természeténél fogva sokkal inkább illik a „zárvány” kifejezés), hanem ebből következően az is, hogy az említett értelemben vett zárt buborékhalmozatok közötti átjárások/átfedések lehetőségének esélye korlátozott, vagy egyáltalán nem valószínű.

Végeredményben a közösségi platformok használatának idézett arányú (s jelenleg már már a maximális telítettséghez közelítő mértékű) elterjedése az internet eredetileg korlátlanul nyitott információáramlásához képest egyértelműen beszűkülési tendenciát mutat, aminek eredményeképpen egyre inkább fennáll a veszély, hogy a digitális univerzumban a valóság helyébe egy virtuális valóság lép(het).

A médiahasználat terén kutatásaink kezdete óta, tehát több mint két évtized alatt végbe ment, s mind tartalmi, mind formai értelemben forradalminak méltán nevezhető folyamatok általános szintű vázlatos áttekintését az indokolta, hogy a határon túli magyarság körében folytatott vizsgálataink a kezdetektől az eddig tárgyalt médiaelméleti megközelítésektől egy merőben eltérő/elkülönülő dimenzió, az empirikus adatfelvételek mentén igyekezzék feltárni az érintett magyar közösségek tagjainak médiafogyasztási gyakorlatát, melynek középpontjában a különböző médiafelületek információit használó kisebbségi sorban élő magyar befogadó áll.

Le kell szögeznünk, hogy az általunk alkalmazott adatgyűjtési forma – a survey típusú, személyes lekérdezésen alapuló reprezentatív mintákon realizált kvantitatív kérdőíves szociológiai módszer – nem alkalmas az eddigiekben röviden vázolt médiaelméleti kérdések megválaszolására, ezen túl pedig távol áll a marketing-orientált műsorpreferencia-mérésektől is. Ugyanakkor célunk a begyűjtött információk szélesebb kontextusba (értelmezési keretbe) való helyezése, annak egzakt paraméterek szerinti idősoros feltárása, hogy a legkülönbözőbb médiafelületeken megjelenő információhalmazok és -tartalmak miként határozzák meg a határon túli magyar befogadók identitását és értékrendjét, ezáltal a vizsgált közösség különböző rétegeinek életmódját, életviszonyait, nem utolsósorban pedig asszimilációs érintettségét.

Mindez azt jelenti, hogy a hagyományos elektronikus hírközlőeszközök, a nyomtatott sajtótermékek, valamint a világháló használatát a továbbiakban nem az üzleti szempontok szerint felépülő média-piacutatások által alkalmazott személyi változók – leginkább fogyasztói korcsoportok és piacképes társadalmi rétegek – szerint vizsgáljuk, hanem a nyelvi (magyar/többségi) dimenziókon túl az érintett közösségekhez tartozók asszimilációs érintettségének, nemzeti identitás-változásainak, szociális-anyagi helyzete különbözőségeinek stb. összefüggéseiben is.¹

Összességében tehát kutatásaink legfőbb prioritása annak feltárására irányul, hogy a határon túli magyarok médiahasználatát milyen irányú hatással van az érintettek nemzeti identitásának alakulására. A továbbiakban az ezzel kapcsolatos tendenciák fokozatait, időbeli módosulásait követjük nyomon az 1997 óta felhalmozott empirikus információhalmaz alapján.

1 A kutatássorozat fogalmi és módszertani kereteinek részletes leírását lásd: Dobos (2012) i. m. 13–18.

Végezetül említést érdemel, hogy az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyar közösségek tagjainak médiahasználatával (annak változásával) kapcsolatban feltárt ismeretanyag már önmagában is rendkívüli jelentőséggel bír, és fontosságát még inkább visszaigazolja, hogy az általunk alkalmazott regionális, összehasonlító keretben megvalósított, s egyben a változások idősoros bemutatását több évtizedes távlatban lehetővé tevő vizsgálatok kisebbségkutatásunkban példa nélküliek. Következésképpen elmondható, hogy a határon túli magyarok elmúlt több mint két évtizedes médiahasználatáról tudományos alapú, s egyben az összehasonlításra alkalmas információs bázis – idézett kutatásainkon kívül – nem áll rendelkezésre.

Jelen összefoglaló elemzésünk alapját 2021. augusztus 10-e és október 10-e között a határon túli magyarság körében realizált szociológiai kutatásunk eredményei képezik. Az Erdélyben, a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban reprezentatív mintákon megvalósult kérdőíves kutatás az említett régiókban kisebbségi sorban élő felnőtt korú, magukat magyarnak valló válaszadók médiahasználati szokásainak feltárására irányult.²

Az idősoros összehasonlítás érdekében ehhez a törzsanyaghoz társítottuk az 1997-ben, 1999-ben, 2001-ben, 2011-ben, valamint 2014-ben ugyancsak reprezentatív mintákon megvalósított kutatások adatsorait³, amelyek segítségével első ízben nyerhetünk átfogó betekintést a határon túli magyarság médiahasználati gyakorlata terén bekövetkezett változások mélyrétegeibe az analóg Isaurától az 5G-s digitális univerzumig.

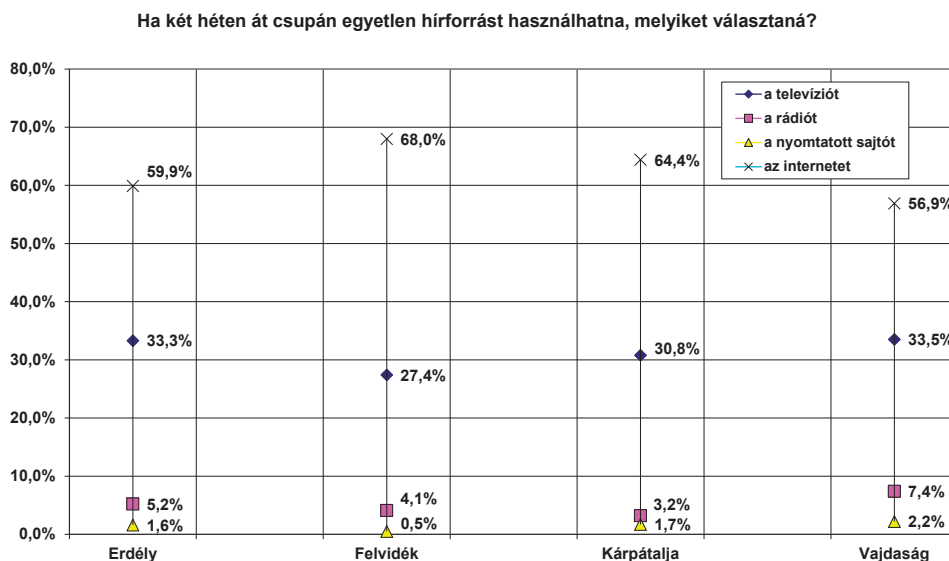
2 A kutatás paramétereit és a mintasokaságok reprezentativitásával kapcsolatos adatokat lásd: 195-200. oldal.

3 A 2011- és 2014-es kutatások eredményei a Médiatudományi Könyvtár köteteiben láttak napvilágot, amelyek bibliográfiai felsorolását lásd: 1. melléklet.

1. A fiktív médiafelület-hierarchia változása

Elemzésünket ezúttal is az úgynevezett fiktív médiafelület-hierarchia bemutatásával kezdjük. A „Ha két héten át csupán egyetlen hírforrást használhatna, melyiket választaná?” kérdésre adott válaszadói reakciók ugyanis nem csupán azt illusztrálják, hogy a különböző médiafelületek között a befogadók milyen hipotetikus fontossági sorrendet állítottak fel, hanem egyben azt is, hogy ezek az indirekt mutatók a tényleges médiahasználattal kapcsolatban milyen várható közeljövőbeli fejleményeket jeleznek.

1. ábra



Ezzel kapcsolatban a vizsgált régiókban kivétel nélkül ugyanazon tendenciák érvényesülnek, mely szerint az adott fiktív helyzetben az internetet már lényegesen többen (56,9 és 68% között) választanák, mint a többi három médiafelületet együttvéve. Mindez azt jelenti, hogy a hagyományos audiovizuális információforrások „hitele”, illetve használhatósága az internethez képest végérvényesen megrendülni látszik. Olyannyira, hogy tekintettel a rádiót, illetve a nyomtatott sajtót választók mindenütt elenyésző részarányára (0,5–7,4%), ezúttal is csupán az internetre, illetve a televízióra (27,4–33,5%) vonatkozó fiktív válaszmegoszlásokat elemezzük tovább.

Az összmintákra vonatkozó tendenciák szociodemográfiai változók szerint mindegyik régióban ugyanolyan világosan elkülönülő arányok mentén szóródnak, melynek lényege, hogy amíg a televíziót fiktív információforrásként mindenütt a szociodemográfiai értelemben vett alsóbb rétegekhez tartozók választották átlag fölött, az internetet pedig a társadalmi ranglétra felsőbb fokain állók.

1. táblázat**Egyetlen hírforrásként a televíziót választaná
(százalékban, szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	31,3	26,5	29,9	32,7
Korcsoportok szerint				
Fiatal	5,2	6,3	8,7	7,4
Középkorú	21,4	23,9	23,2	25,4
Idős	65,4	64,7	62,5	53,5
Iskolai végzettség szerint				
Általános	59,9	38,4	44,9	46,6
Szaktanulmányok	33,9	36,3	28,2	41,6
Érettségi	25,2	20,0	28,1	16,5
Felsőfokú	8,6	9,8	14,2	16,5
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	52,2	45,8	58,3	50,0
Alsó-közép	31,7	31,3	27,4	34,1
Felső-közép	21,1	22,4	16,0	21,1
Gazdag	20,6	7,7	12,5	17,2
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	21,4	22,0	21,2	24,0
Enyhe munkanélküli érintettség	19,8	22,4	20,2	25,9
Válságos munkanélküli érintettség	48,7	41,7	38,8	44,0
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	30,1	25,0	29,4	32,9
Többségi iskola	37,3	36,6	32,7	29,5
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	39,7	32,2	–	42,3
Lét-identitás	31,9	27,5	31,0	33,9

Ennek az általános tendenciának konkrét példáit láthatjuk az 1-2. táblázatok adatsoraiban, melyek közül a legkirívóbbak, hogy az erdélyi általános iskolát végzettek hatszor többen jelölték meg a televíziót egyedüli hírforrásként, mint az ott élő diplomások, s ugyanilyen fokú és irányú eltérő gyakorlat jellemzi a felvidéki szegényeket és gazdagokat, ám a válságos munkanélküli helyzetűek is mindegyik régióban legalább kétszer annyian bizonyultak inkább televízió pártiaknak, mint a stabil munkapiaci helyzetűek. Identitásváltozók szerint ekkora mértékű eltéréseket nem tapasztaltunk, az azonban elmondható, hogy az asszimilációban érintettek sokkal inkább televízió orientáltak, mint a nemzeti identitásukat megőrzők.

2. táblázat**Egyetlen hírforrásként az internetet választaná
(százalékban, szociodemográfiai változók szerint)**

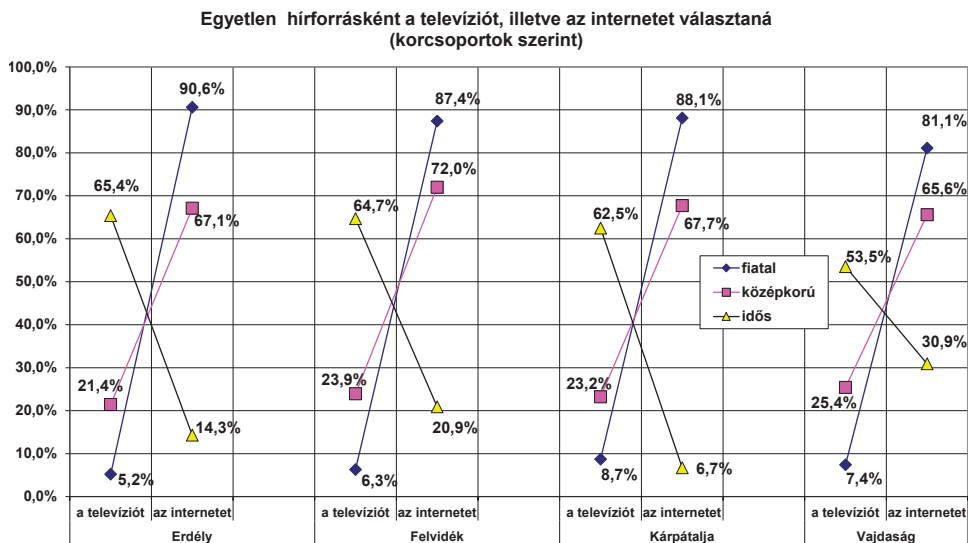
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	56,4	66,4	63,0	55,2
Korcsoportok szerint				
Fiatal	90,6	87,4	88,1	81,1
Középkorú	67,1	72,0	67,7	65,6
Idős	14,3	20,9	26,7	30,9
Iskolai végzettség szerint				
Általános	21,9	52,2	49,0	41,3
Szakmunkás	53,2	57,0	62,0	46,0
Érettségi	63,8	74,7	65,6	69,8
Felsőfokú	84,4	83,2	77,4	74,8
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	22,2	45,8	33,3	30,8
Alsó-közép	57,1	60,4	65,6	55,8
Felső-közép	70,2	72,4	76,5	64,2
Gazdag	73,5	85,9	81,3	79,3
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	67,0	73,8	72,4	64,5
Enyhe munkanélküli érintettség	73,3	66,4	70,2	60,5
Válságos munkanélküli érintettség	32,8	47,6	55,3	42,7
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	58,1	68,1	62,9	54,9
Többség iskola	48,2	55,4	61,5	59,1
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	45,6	59,9	–	48,1
Lét-identitás	56,4	65,5	61,6	53,8

A fiktív internethasználatot választók társadalmi rétegek szerinti megoszlásai tehát régiókra való tekintet nélkül az előbbieket pontos tükörképét mutatják. A legmarkánsabbnak mondható megállapítások a következők: a különböző fokú iskolai végzettségük tekintetében ugyancsak az erdélyiek esetében mértük a legnagyobb távolságot, hiszen az ott élő diplomások négyszer többen jelölték meg az internetet az általános iskolát végzeteknél, a felvidéki legtehetősebbek bizonyultak az összes változó szerint a leginkább internet-orientáltaknak (85,9%), és munkapiaci helyzetet tekintve is egyértelműen a stabil szociális helyzetben lévők számítanak leginkább ebbe a kategóriába.

Identitásváltozók szerint ugyancsak a fiktív televízió választással ellentétes tendenciák érvényesülnek: mindenütt a magyar általános iskolát végzetek és a lét-identitásúak preferálják az internetet a regionális átlagok fölötti arányban, míg az asszimiláns rétegek tagjai hozzájuk képest jelentős – 10 átlagpont körüli, vagy azt meghaladó – mértékben tartoznak kevésbé az internet-orientáltak körébe.

A médiafelületekhez való fiktív viszony szempontjából a legmarkánsabb szegregációs távolságot szociodemográfiai változók szerint azonban a korcsoportok esetében regisztráltuk, ami még inkább igazolja az internet elsőprő dominanciájáról eddig elmondottakat.

2. ábra

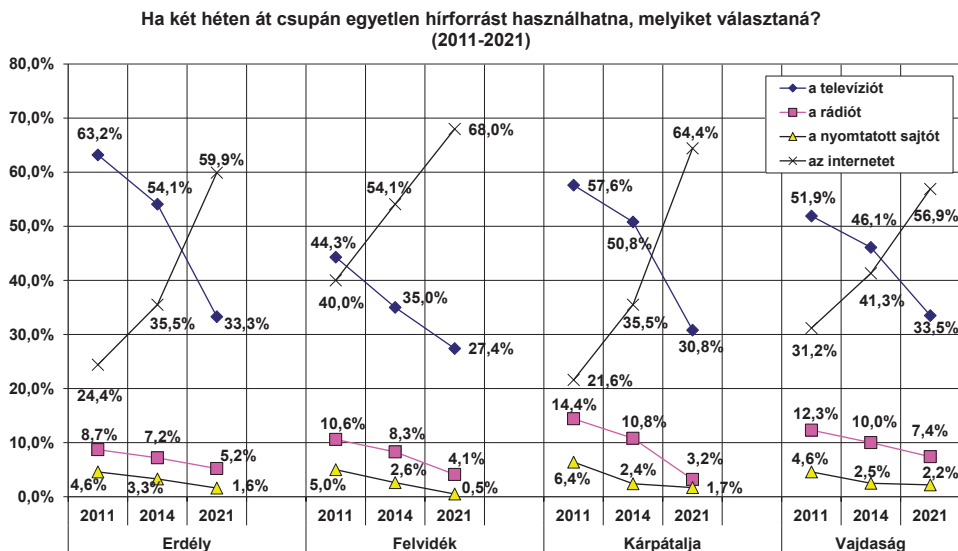


Eszerint amíg a fiatal korosztály tagjai (18–35 évesek) immáron több mint tízszer inkább választanák egyedüli tájékozódási forrásként az internetet a televíziónál (ez az arány Erdélyben a legnagyobb, 18-szoros), az idősek esetében a helyzet fordított, akik első helyen továbbra is mindenütt a televíziót jelölték meg (53,5–65,4% között). Ugyanakkor figyelemre méltó, hogy az 55 évnél idősebbek körében az internettől való fiktív elfordulás közel sem akkora mértékű, mint azt a fiatalok elenyésző arányú televízió választásával kapcsolatban tapasztaltuk, hiszen egyetlen régió kivételével (Kárpátalja 6,7%) Erdélyben már minden hatodik, a Felvidéken minden ötödik, a Vajdaságban pedig már csaknem minden harmadik idősorú megkérdezett jelölte meg az internetet kizárólagos információforrásként. A középkorúakra (36–54 évesekre) vonatkozó adatsorok még náluk is inkább az internet előretöréséről árulkodnak, akik mindenütt tekintélyes, 65,6–72%-nyi arányban választották az internetet, alig 15–20%-kal elmaradva a fiatalok esetében mért kiugró értékek mögött.

Az eddigi elmondottak még inkább megerősítést nyernek, amennyiben a fiktív médiafelület-hierarchia alakulását idősorososan is megvizsgáljuk.

A grafikon adatai egyfelől azt mutatják, hogy a vizsgált tízéves periódus alatt az internet fiktív népszerűsége töretlenül növekszik: 2011-hez képest Kárpátalján a háromszorosára, Erdélyben pedig kétszeresére nőtt, ám jelenleg a Vajdaságban, illetve a Felvidéken is közel kétszer többen választották ezt az opciót.

3. ábra



Még inkább figyelmet érdemel azonban, hogy a vezető két médiafelület közötti fiktív erőviszonyok átrendeződése a legutóbbi kutatásunk óta eltelt négy év alatt váltott minőségi – és alighanem végleges – fordulatba. Ez alatt az értendő, hogy 2014-ben három régióban (Erdély, Kárpátalja, Vajdaság) még csupán bezárulni látszott a vezető televízió és a második helyen álló internet fiktív népszerűsége közötti – korábban (2011-ben) az előbbi javára még mintegy másfél-két és félszeres előnyt mutató – olló, ami azonban mára az imént említett, elsöprőnek méltán mondható arányban váltott az internet dominanciájának irányába.

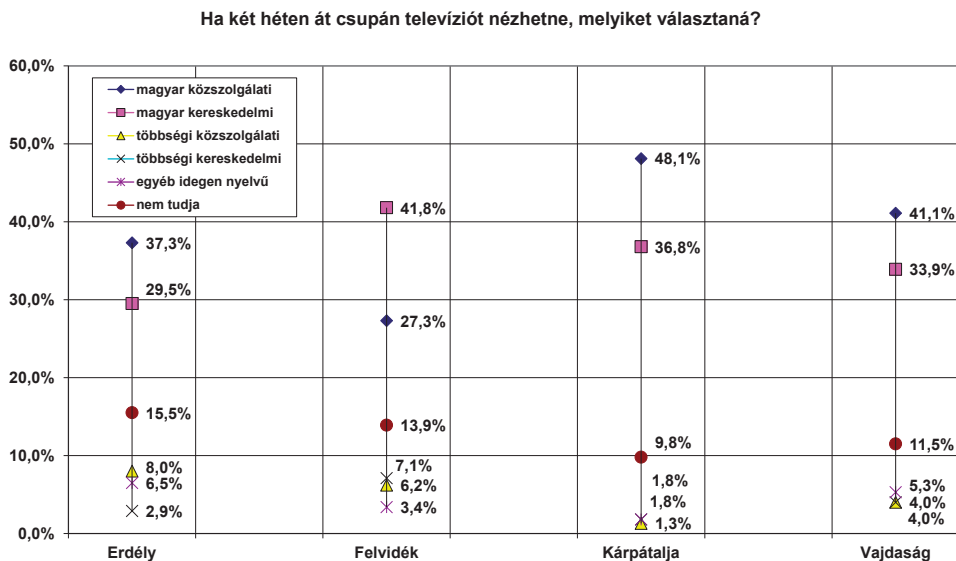
Mindennek tükrében különösképpen óvatlannak bizonyult 2011-es kutatási jelentésünk azon előrejelzése, hogy „az internet kizárólagos hírforrásként való »fiktív« elfogadása egyelőre nem látszik komolyan veszélyeztetni a televízió dominanciáját.”⁴ Ezzel szemben a vizsgált tízéves időszakban annak voltunk tanúi, hogy a médiafelületek fiktív hierarchiája terén előző kutatási ismereteinkhez képest számottevően gyorsabb ütemű átrendeződés (paradigmaváltás) zajlik, ami egyértelműen arra vezethető vissza, hogy a televíziózás bemutatott arányú, radikálisan csökkenő presztízse igen számottevő mértékben köszönhető az internet térnyerésének.

Ez az általános szinten regisztrált lényegi átrendeződés indokolja annak bemutatását, hogy az egyedüli tájékozási forrásként választott médiafelületek fiktív népszerűsége miként alakult a konkrét médiatípusokkal kapcsolatban.⁵ Ez esetben elsőként érintjük – az egyelőre ugyan csupán fiktív – médiahasználati gyakorlat nyelvi dimenzióját is, amely kutatássorozatunk legfőbb prioritását képezi, tekintettel a média hatására a határon túli magyarok nemzeti identitása alakulásának szempontjából.

4 DOBOS (2012) i. m. 9.

5 A következő adatsorok azon megkérdezettek válaszait is tartalmazzák, akik az általános kérdésfelvetéssel kapcsolatban nem a televíziót, rádiót, illetve internetet jelölték meg fiktív médiafelület forrásként.

4. ábra



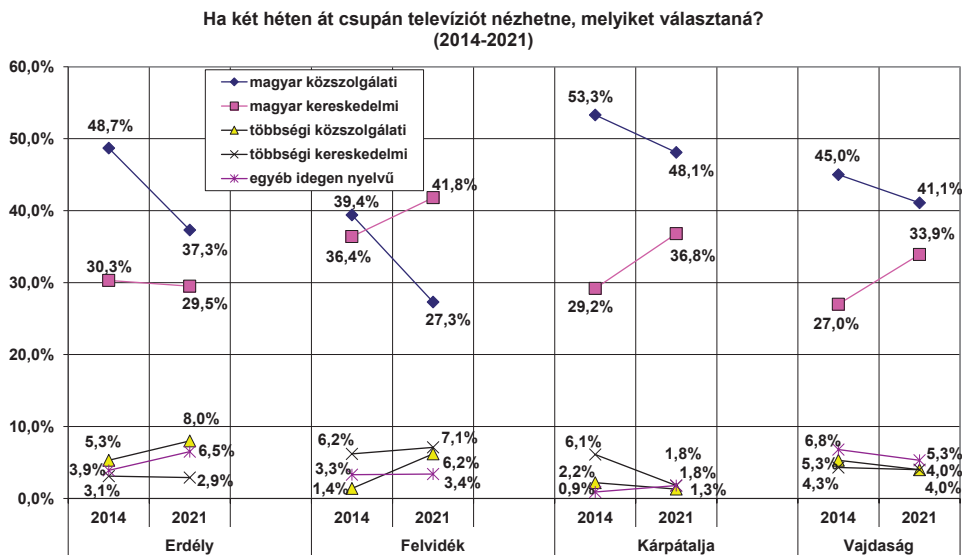
A grafikonon látható válaszmegoszlások egyértelmű tendenciát tükröznek: amíg a többségi, illetve idegen nyelvű televíziók fiktív népszerűsége egyik régióban sem éri el a 10%-ot (Kárpátalján a kettőt sem), az első két helyen mindenütt a magyar nyelvű közszolgálati és kereskedelmi televíziók⁶ szerepelnek.

Előbbiek három régióban is mintegy 10%-kal megelőzik a magyar nyelvű kereskedelmi televíziók népszerűségét, s csupán a felvidékiek körében fordított a helyzet, ahol ezt az opciót 41,8%-ban választották az első helyen (ami a közszolgálati magyar nyelvű televíziók jelentős, 15%-os lemaradását jelzi).

⁶ Az említett nyelvi dimenzió kiemelt fontossága miatt ebben az esetben a magyar nyelvű televíziókat – mind a Magyarországról sugárzó, mind a regionális (vajdasági, felvidéki stb.) magyar közszolgálati és kereskedelmi tévéket – gyűjtőfogalomként egy-egy közös kategóriába soroltuk.

Ami a különböző nyelvű televíziók fiktív erősröndjének időbeli változásait illeti elmondható, hogy regionális összehasonlításban olyan, egymáshoz nagyon közeli tendenciákat tapasztaltunk, amelyek tovább árnyalják az eddig elmondottakat.

5. ábra

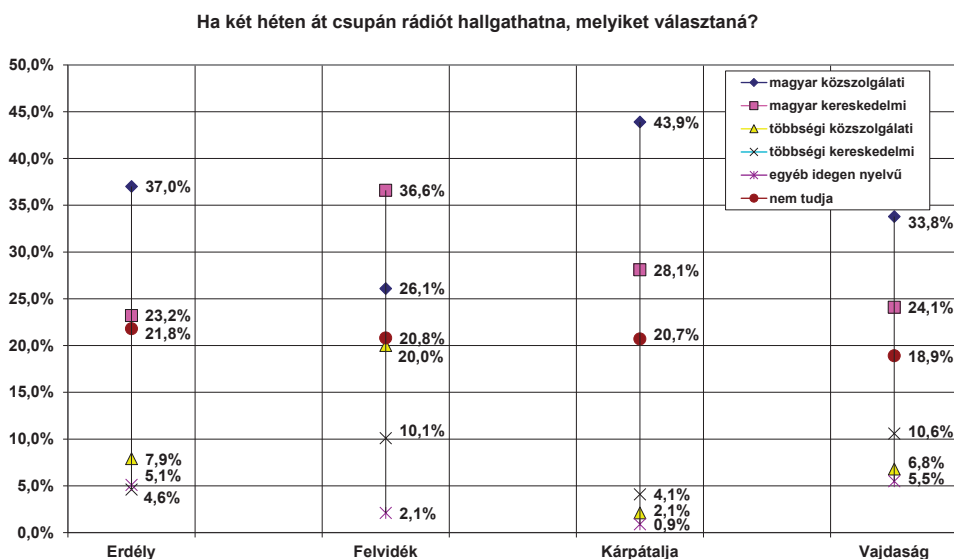


Ezek közül a legkirívóbb fejlemény, hogy mint láttuk, a magyar nyelvű közszolgálati televíziócsatornák (egyetlen régió kivül) ugyan őrzik vezető helyüket, ám 2014 óta mindentűt vesztek előnyükből, miközben a kereskedelmi tévéadók fiktív népszerűsége növekedett (Erdélyben pedig a korábbi szinten maradt). A vizsgált vonatkozásban is határozottan záródni látszanak tehát az ollók a mind formai, mind tartalmi szempontból eltérő műsorpolitikát folytató magyar nyelven sugárzó televíziók között. Olyannyira, hogy a felvidékiek körében ez a váltás már végbe is ment, hiszen az ott élők jelenleg mintegy 15%-kal többen választanak inkább a magyar nyelvű kereskedelmi televíziók műsorait, mint a közszolgálati tévékét.

Mindazonáltal azonban a grafikonon látható megoszlások abból a szempontból mondhatók különösen meglepőnek, hogy a továbbiakban bemutatásra kerülő valós nézettségi adatok szerint a helyzet épp fordított: a kereskedelmi televíziók a vizsgált időszakban több vonatkozásban is megőrizni látszanak vezető helyüket, ha nem is a három évvel ezelőtti arányban.

A különböző rádióállomások fiktív hallgatottságával kapcsolatban nagyrészt a televíziók esetében tapasztalt tendenciák érvényesülnek. A tekintetben mindenképpen, hogy amíg a többségi, illetve egyéb idegen nyelvű rádiókat a megkérdezettek csupán elenyésző hányada választaná kizárólagos tájékozódási forrásként⁷, a magyar nyelven sugárzók műsorait ennél jóval nagyobb, 24,1–43,9% közötti arányban követnék.

6. ábra

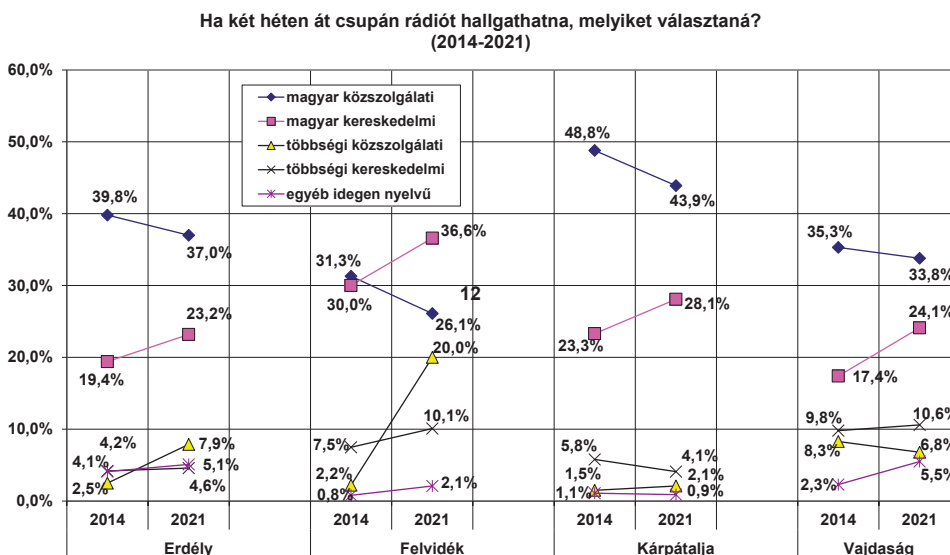


Az említett hasonlóság a tekintetben is érvényes, hogy noha a magyar nyelvű közszolgálati rádiók fiktív népszerűsége három régióban számottevően megelőzi a kereskedelmi rádiókat, a felvidékiek körében azonban ismét a kereskedelmi adók dominanciája érvényesül.

⁷ Kivéve a szlovák nyelvű közszolgálati rádiókat, melyeket a felvidéki magyarok közül már minden ötödik hallgatná.

Az ezzel kapcsolatos idősoros adataink tovább árnyalják a vizsgált folyamatot, hiszen a magyar nyelvű közszolgálati rádiók az említett három régióban ugyan továbbra is őrzik vezető helyüket, ám egyben az is látható, hogy előnyük 2014 óta csökkenő tendenciát mutat: a képzeletbeli olló tehát ez esetben is összезáródnak látszik. Mindez arra utal, hogy a közeljövőben a magyar közszolgálati rádiók fiktív presztízisének további erodálódása várható.

7. ábra

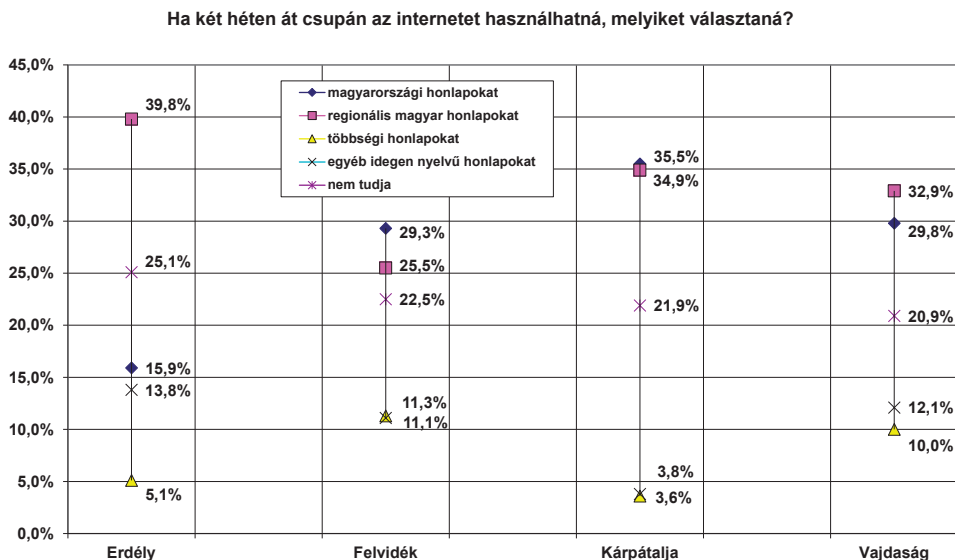


Az említett tendenciát a felvidékiek példázzák a legszembetűnőbben, ahol hét évvel ezelőtt a magyar nyelvű közszolgálati, illetve kereskedelmi rádiók még ugyanakkora (30% körüli) fiktív népszerűséggel bírtak, mára azonban már 10%-os előnyt regisztráltunk a kereskedelmi adók javára.

Összességében azonban elmondható, hogy a fiktív erősortrendet tekintve a magyar nyelvű közszolgálati médiafelületek – a Felvidéket nem számítva – a többi régióban egyelőre továbbra is jelentősnek mondható (10–15%-os) előnyt élveznek a kereskedelmi televíziókkal, illetve rádiókkal szemben.

Az internettel, mint kizárólagos fiktív információs forrással kapcsolatban az előzőekhez képest szerteágazóbb tendenciákat regisztráltunk.

8. ábra

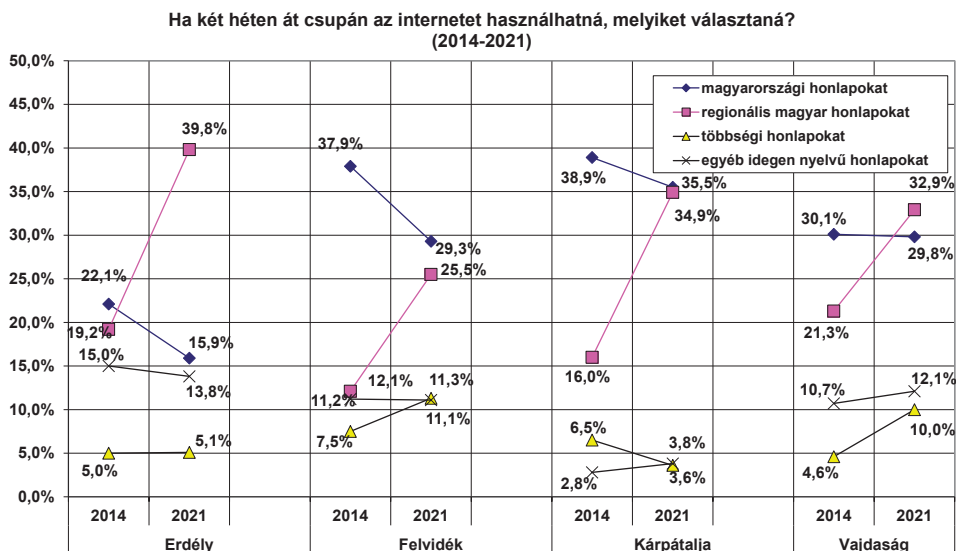


Az anyanyelv dominanciája e téren is érvényesül, miután a vezető helyen mindenütt a magyar nyelvű honlapok szerepelnek. A leginkább Kárpátalján (75%) és a Vajdaságban (62%), ám összességében a Felvidéken és Erdélyben is meghaladja az 50%-ot a magyar internetes tartalmak fiktív használatának mértéke. Mindemellett eltörpül a többségi, illetve egyéb idegen nyelvű honlapok fiktív népszerűsége (különösen Kárpátalján, ahol nem éri el a 10%-ot).

Számottevőbb eltéréseket regisztráltunk viszont a magyarországi, illetve regionális magyar honlapok szerint. Előbbiek három régióban közel ugyanakkora arányban foglalják el a vezető helyet (25–35% között), ám Erdélyben már csupán több mint kétszer kevesebben választanák a magyarországi honlapokat (15,9%) az erdélyiekénél (39,8%). Mindez kétséget kizáróan a többi régióhoz képest jelentősen szélesebb körű ottani anyanyelvi regionális internetkínálat meglétére vezethető vissza, ám a magyarországi honlapok bemutatott mértékű háttérbe szorítása ennek fényében is meglepő fejleményként tartható számon.

A magyarországi honlapok iránti fiktív érdeklődés csökkenése még inkább tetten érhető, amennyiben a jelenlegi helyzetet összevetjük a korábban regisztrált adatainkkal: 2014-hez képest csupán a Vajdaságban maradt a korábbi szinten (30%-körül), a többi régióban azonban a magyarországi honlapok fiktív népszerűsége egyaránt csökkenő tendenciát mutat.

9. ábra



A vizsgált vonatkozásban azonban egyértelműen a regionális magyar honlapok előretörése jelenti az igazi fordulatot, ami akár paradigmaváltásként is értelmezhető. A konkrét számok alapján ez azt jelenti, hogy röpké hét év alatt Erdélyben, a Felvidéken és Kárpátalján megkettőződött az ottani magyar honlapok egyedüli hírforrásként való elfogadottságának mértéke, ami a Vajdaságban is meghaladja a 10%-ot.

Végeredményben a grafikon adatai szemléletesen jelzik, hogy a fiktív internethasználat anyanyelvi dimenziói terén nem várt igen gyors fordulat ment végbe, melynek eredményeképpen az eddigi magyarországi netes információforrások iránti igény (dominancia) erőteljesen háttérbe szoruló tendenciát mutat a helyi/regionális internetes tartalmak mögött.

Az egyes médiafelületek közötti fiktív hierarchia vázlatos áttekintésével célunk az volt, hogy kellő kiindulási alapot szolgáltatassunk ahhoz, hogy a továbbiakban regionális és idősoros összehasonító keretben részletesen is bemutathassuk a határon túli magyar közösségek különböző rétegeinek tényleges jelenkori médiahasználatát, valamint az elmúlt évtized alatt e téren végbement változásokat.

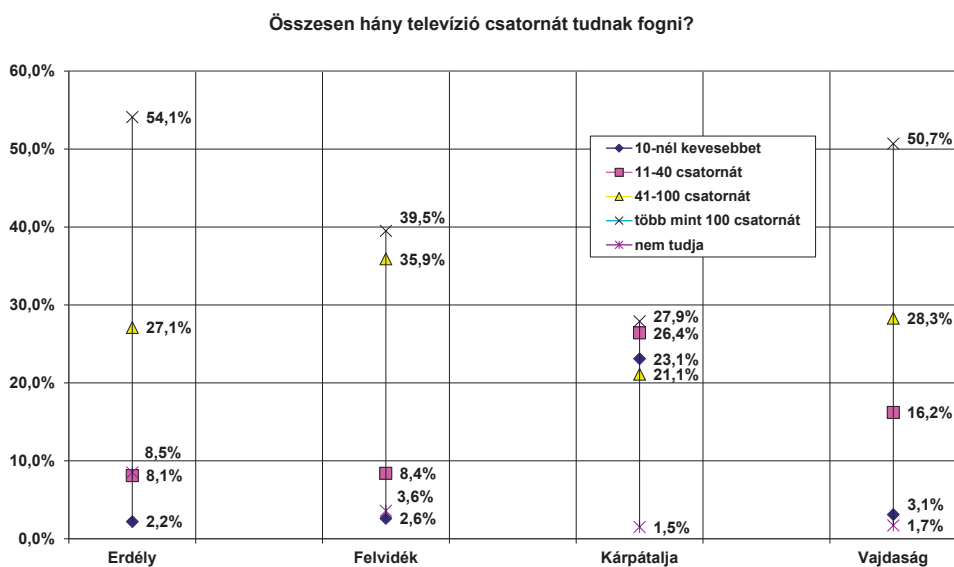
2. Televízió nézési szokások változása a határon túli magyarság körében

Az eddig bemutatott adatsorok a határon túli magyarság médiahasználatának csupán potenciális háttérdimenzióit illusztrálták. Noha a vázolt tendenciák hasznos ismeretekkel szolgáltak, ám még nem a tárgyalt médiafelületek tényleges használatának mértékét tükrözték. A továbbiakban ezért rátérünk annak vizsgálatára, hogy jelenleg milyen valós médiahasználati (elsőként tévé nézési) gyakorlat jellemzi a határon túli magyarság különböző rétegeit, és e téren milyen változások tapasztalhatók a 2011-ben realizált első, valamint a 2014-es második reprezentatív mintákon megvalósult média-célkutatásaink, részben pedig a B-Fókusz Intézet két évtizeddel ezelőtti, 2001-es értékrend kutatása részeként regisztrált médiafogyasztással kapcsolatos állapotokhoz képest.⁸

2.1. A fogható televíziós csatornák mennyiségi mutatói

Elsőként röviden azt tekintjük át, hogy válaszadóink számára hány televíziócsatorna érhető el.

10. ábra



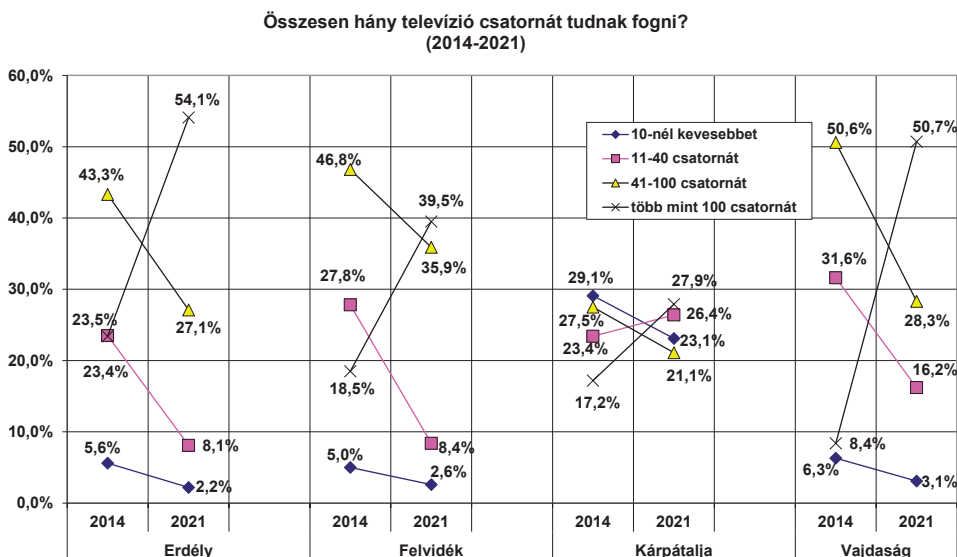
A grafikon adatai régiók szerint egyértelmű tendenciát tükröznek a tekintetben, hogy jelenleg már mindenütt a több mint 100 csatornával rendelkező háztartások állnak az első helyen. Ennek mértéke Erdélyben, illetve a Vajdaságban az legnagyobb (50% fölötti), a Felvidéken 40%, s csupán Kárpátalján nem éri el a 30%-ot. Miután a második helyen a 41-100 televíziócsatorna lefedettségével rendelkezők állnak, elmondható, hogy a televíziók adataiból

⁸ Az említett kutatások összehasonlító elemzéseit lásd: DOBOS (2001), DOBOS (2012), DOBOS–MEGYERI (2014).

való információszerzésnek említésre érdemes technikai akadályai nincsenek a határon túli magyarság körében.

A televíziócsatornák lefedettségével kapcsolatban még inkább az előző megállapítás érvényes, amennyiben a jelenlegi állapotot összevetjük a korábban regisztrált helyzettel.

11. ábra

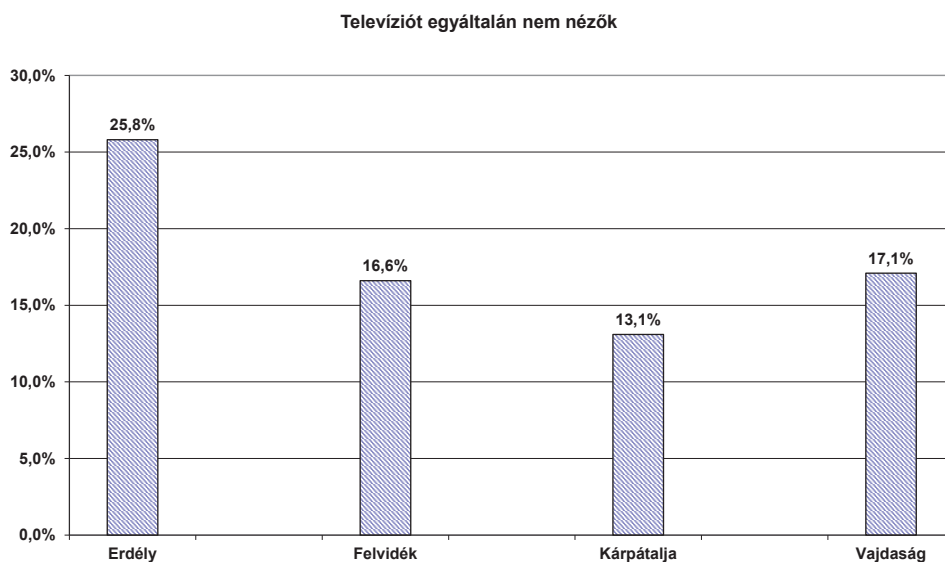


Egyértelműen pozitív fejleményként értékelhető, hogy 2014 óta a legszélesebb kínálatot biztosító kábeltvé csomagok aránya mindenütt markánsan megnőtt: Erdélyben és a Felvidéken a kétszeresére, a Vajdaságban pedig extrém mértékben a hatszorosára. Ez esetben az egyedüli kivételt a kárpátaljaiak jelentik, akiknek körében mindössze 28%-ot tesz ki a száznál több csatorna műsorainak vételét biztosító kábelszolgáltatás aránya, miközben még csaknem ugyanennyien rendelkeznek csupán tíznél kevesebb tévéadó műsorainak elérhetésével (miközben ez utóbbi opció a többi régióban már alig 2,6–6,3%-ot tesz ki).

2.2. A televíziót nem nézők aránya

A televíziózással kapcsolatos tendenciák bemutatását azzal kezdjük, hogy válaszadóink milyen mértékben fordultak el ettől a hosszú évtizedeken át megkérdőjelezhetetlenül domináns médiafelülettől.

12. ábra



Amint látható, a televíziót egyáltalán nem nézők részaránya Erdélyben bizonyult a legnagyobbak, ahol jelenleg már minden negyedik megkérdezett tartozik ebbe az alcsoportba. A többi régióban ettől ugyan mintegy 10%-kal elmarad a nem tévénézők aránya, ami azonban így is igen számottevő.

Még inkább a televízióhasználat jelentős háttérbe szorulását igazolják a társadalmi rétegenként mért eltérő tendenciák (1. táblázat). Ez alatt elsősorban az értendő, hogy a televíziót nem nézők aránya néhány elhanyagolható kivételtől eltekintve mindenütt egyenes arányban nő a társadalmi ranglétra alsó fokain állóktól a magasabb presztízsű rétegek felé.

Ennek egyik markáns példáját láthatjuk az iskolai végzettség szerinti megoszlásokban: az általános iskolát végzettekhez képest a diplomával rendelkezők Erdélyben kétszer, a Vajdaságban pedig háromszor többen nem néznek televíziót. Ha nem is az idézett kiugró arányok mentén, ám ugyanez a tendencia érvényesül mind a vagyoni, mind a munkapiaci helyzet szerint: a televíziót egyáltalán nem nézők aránya a felső-közép és gazdag, valamint a stabil munkapiaci helyzetűek körében jelentősen magasabb, mint a szegények, vagy a válságos munkanélküliek esetében.

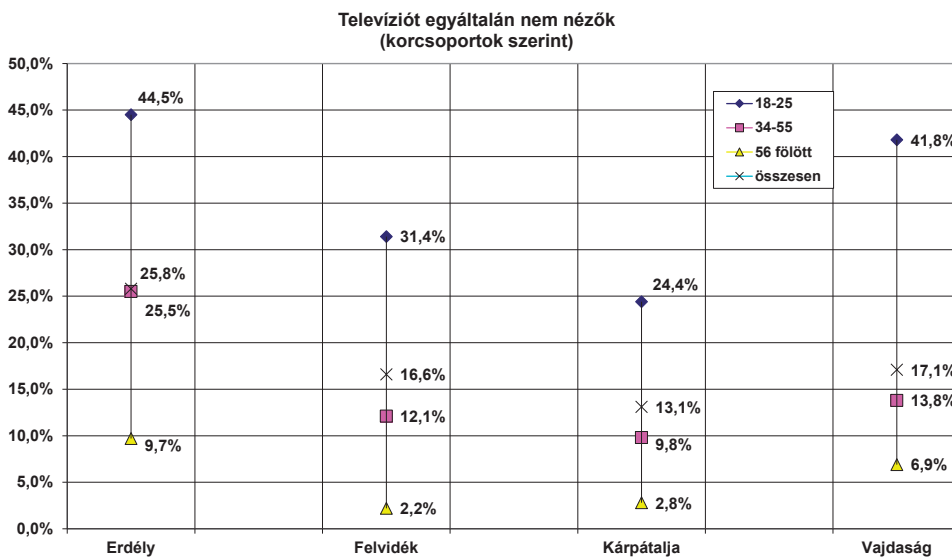
Mindemellett figyelmet érdemel, hogy egyetlen kivételtől (Vajdaság) eltekintve a nemzeti identitásukat megőrző rétegek mondhatók kevésbé televízió függőknek az általános iskoláikat többségi nyelven végzők, illetve a státus-identitásúakhoz képest.

3. táblázat**Televíziót egyáltalán nem nézők (százalékban)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	25,8	16,6	13,1	17,1
Korcsoportok szerint				
Fiatal	44,5	31,4	24,2	41,8
Középkorú	25,5	12,1	9,8	6,9
Idős	9,7	2,2	2,8	6,9
Iskolai végzettség szerint				
Általános	14,6	18,9	12,2	8,2
Szakmunkás	20,5	11,7	7,8	12,4
Érettségi	31,9	15,3	13,4	29,5
Felsőfokú	34,4	21,0	17,0	23,3
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	16,7	18,8	13,1	12,8
Alsó-közép	27,6	13,6	13,8	16,9
Felső-közép	27,3	16,7	9,9	17,1
Gazdag	23,5	26,9	12,5	31,0
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	31,9	16,2	11,7	18,9
Enyhe munkanélküli érintettség	22,1	14,0	15,4	23,5
Válságos munkanélküli érintettség	17,6	7,9	14,1	17,3
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	27,3	17,9	13,0	16,2
Többségi iskola	18,2	9,9	13,5	27,3
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	11,8	16,4	–	19,2
Lét-identitás	28,4	15,8	13,2	14,7

A televíziót egyáltalán nem nézők tekintetében a fentiekén túl azonban a legmarkánsabb különbséget a korcsoportoknál regisztráltuk. (13. ábra) Amíg ugyanis az idősek körében a televíziót soha nem nézők részaránya egyik régióban sem haladja meg a 10%-ot (a Felvidéken, illetve Kárpátalján a hármat sem), a fiatalok már drasztikusnak mondható mértékben nem használják a tárgyalt hagyományos médiafelületet. Arányuk Erdélyben és a Vajdaságban közelít az 50%-hoz (ami annyit tesz, hogy csaknem minden második fiatal nem néz televíziót), ám a felvidéki fiatalok közül is minden harmadik, Kárpátalján pedig minden negyedik fiatal fordult el teljes mértékben a televízióműsorok használatától.

13. ábra



Ez az egyértelmű tendencia – immáron nem a fiktív, hanem a valós médiahasználati gyakorlat szintjén – egy határozott paradigmaváltás bizonyítéka a médiafelületek közötti erőssorrend megváltozása szempontjából, amely a fiatal nemzedék esetében mért adatsorok segítségével egyben betekintést enged a közeljövőben várható folyamatok (esetünkben a televízió presztízse további erodálásának) irányába.

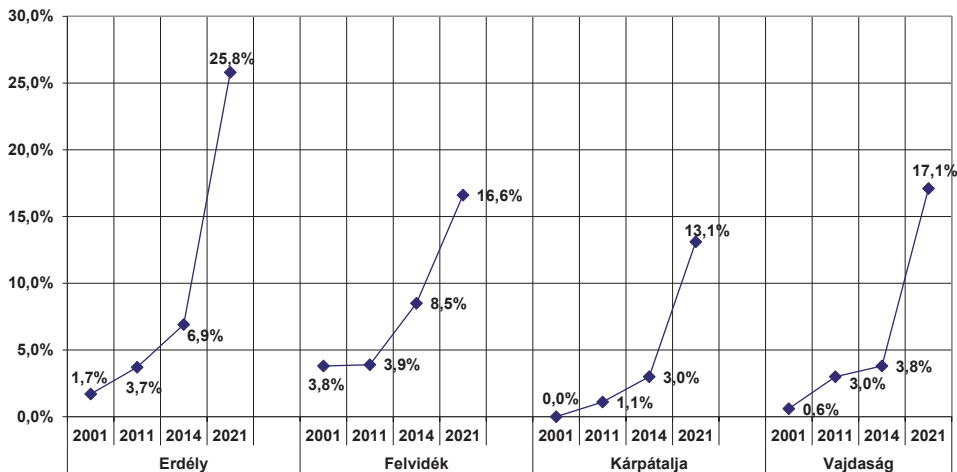
Miután a jelzett paradigmaváltás nyilvánvalóan egy, már korábban elindult folyamat eredménye, abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy ennek kereteit korábbi kutatási eredményeink segítségével idősoros bontásban is bemutathatjuk. A következő grafikonok és táblázatok adatai tehát egzakt adatok alapján szemléltetik a televízió nézés terén tapasztalt számottevő visszaesés mértékét a 2001–2021 közötti időszakban.

A 14. grafikonon regionális átlagai azt szemléltetik, hogy 2001–2011-hez képest egy igen rövid időszak, az utóbbi hét év alatt nőtt meg ugrásszerűen a televíziót nem nézők részaránya. Leginkább Erdélyben (25,8%), ami háromszoros növekedést mutat 2014-hez képest. A növekedés mértéke ettől a Felvidéken valamelyest elmarad (csupán 16,6%-ot tesz ki), ám 2014 óta így is megkétszereződött az ott élő nem tévézők aránya, ami Kárpátalján és a Vajdaságban azonban már a négyszeresére nőtt.

Társadalmi rétegenként elsősorban újra a korcsoportok közötti megoszlások illusztrálják a vizsgált folyamat legmarkánsabb jellemzőit. (15. ábra) Elsősorban a fiatalok gyakorlata, akik Erdélyben és Kárpátalján a korábbihoz képest már három és félszer többen nem néznek egyáltalán televíziót (ám a felvidékiek egyharmada is ebbe a kategóriába tartozik). A leginkább drasztikusnak mondható váltást azonban a vajdasági fiatal korosztály esetében regisztráltuk, akik 2014-ben még csupán 8%-ban tartoztak a tévét nem nézők közé, jelenleg azonban már ötször többen (41,8%).

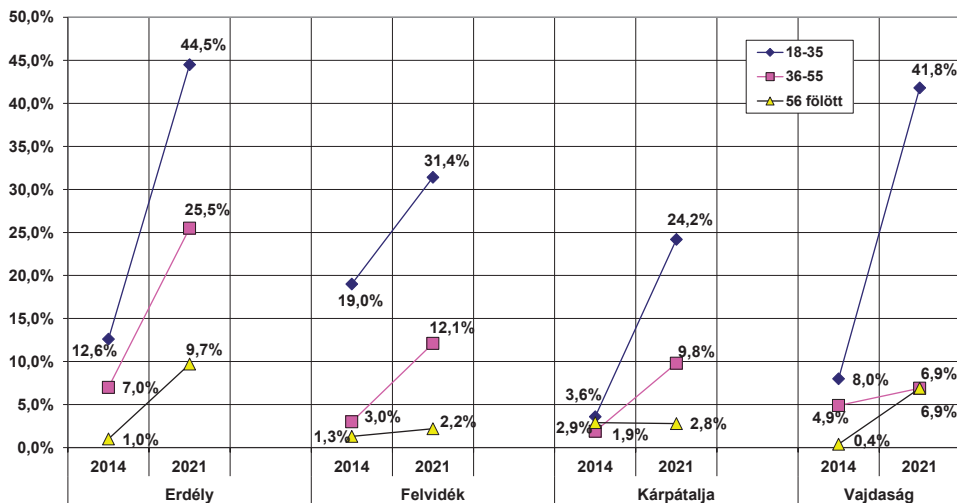
14. ábra

Televíziót egyáltalán nem nézők
(2001-2021)



15. ábra

Televíziót egyáltalán nem nézők korcsoportok szerint
(2014-2021)



A középkorosztály körében ugyan ennél relatíve kisebb arányú növekedést tapasztaltunk (Erdélyben azonban így is több mint háromszorost), ám már három régióban is eléri/meghaladja a 10%-ot a nem tévénéző középkorúak részaránya, ami csupán az idősek esetében mondható továbbra is alacsonynak, noha Erdélyben és a Vajdaságban már körükben is 10% fölötti arányban találtunk televíziót soha nem nézőket.

A változás mértéke az egyéb szociodemográfiai változók szerint főbb vonalaiban követi a korábban bemutatott tendenciákat, melyek között a következők érdemelnek figyelmet. (4-5. táblázat)

4. táblázat

Televíziót egyáltalán nem nézők – 2014-2021 (százalékban)

	Erdély		Felvidék	
	2014	2021	2014	2021
Regionális átlag	6,9	25,8	8,5	16,6
Korcsoportok szerint				
Fiatal	12,6	44,5	19,0	31,4
Középkorú	7,0	25,5	3,0	12,1
Idős	1,0	9,7	1,3	2,2
Iskolai végzettség szerint				
Általános	2,2	14,6	9,6	18,9
Szakmunkás	3,8	20,5	5,1	11,7
Érettségi	7,9	31,9	9,2	15,3
Felsőfokú	11,7	34,4	7,6	21,0
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	3,1	16,7	0,0	18,8
Alsó-közép	2,4	27,6	5,6	13,6
Felső-közép	9,0	27,3	8,9	16,7
Gazdag	12,5	23,5	11,2	26,9
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	6,1	31,9	6,1	16,2
Enyhe munkanélküli érintettség	11,0	22,1	9,0	14,0
Válságos munkanélküli érintettség	5,2	17,6	10,9	7,9

A televíziót nem nézők között csaknem mindegyik régióban továbbra is magasan felülreprezentáltak az iskolázottabb, valamint az anyagilag tehetősebb rétegek tagjai (elsősorban a felsőfokú végzettségűek és a gazdagok), ám a vizsgált időszakban ennek ellenére leginkább mégis az alacsonyabb presztízsű rétegek tagjai körében nőtt a legnagyobb arányban a televíziótól való elfordulás gyakoralta. Mindez annak köszönhető, hogy 2014-ben e téren még csupán igen alacsony töredékmegoszlások jellemezték őket. A felvidéki szegények körében ekkor például még egyetlen nem tévészó válaszadót sem találtunk, ám jelenleg körükben már 18,8%-ot tesz ki az ebbe a kategóriákba tartozók aránya.

Egy-két kivételtől eltekintve a bemutatott tendencia összességében a többi régióban élő kevésbé képzett, illetve nehezebb anyagi–szociális helyzetben lévőkre is éppúgy érvényes, amely annak bizonyítéka, hogy a televíziózásnak háttat fordító rétegek ugyancsak számottevő szerepet játszanak a vizsgált paradigmátikus változást hozó folyamatban.

5. táblázat

Televíziót egyáltalán nem nézők – 2014-2021 (százalékban)

	Kárpátalja		Vajdaság	
	2014	2021	2014	2021
Regionális átlag	3,0	13,1	3,8	17,1
Korcsoportok szerint				
Fiatal	3,6	24,2	8,0	41,8
Középkorú	1,9	9,8	4,9	6,9
Idős	2,9	2,8	0,4	6,9
Iskolai végzettség szerint				
Általános	2,5	12,2	2,8	8,2
Szaktunok	1,3	7,8	0,8	12,4
Érettségi	3,8	13,4	8,3	29,5
Felsőfokú	3,0	17,0	3,8	23,3
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	3,3	13,1	1,3	12,8
Alsó-közép	3,0	13,8	5,0	16,9
Felső-közép	2,2	9,9	4,2	17,1
Gazdag	2,0	12,5	4,6	31,0
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	2,7	11,7	4,3	18,9
Enyhe munkanélküli érintettség	3,4	15,4	4,8	23,5
Válságos munkanélküli érintettség	1,5	14,1	4,2	17,3

A televíziózástól való elfordulással kapcsolatban a határon túli magyarok körében tapasztalható bemutatott arányú változás igen lényeges dimenzióját érinti a vizsgált közösségek tagjai médiahasználatnak. Ez esetben ugyanis paradox módon „a média nem használat” – tehát a tévét nem nézés – terén bekövetkezett folyamatok utalnak meglehetősen egyértelmű adatok példáján keresztül az érintettek információs terén belül végbemenő gyökeres átstrukturálódásra.

Mindennek háttérben természetesen igen fajsúlyos – főként indirekt – kiváltó okok húzódnak meg, melyek vizsgálata végigkíséri jelen kutatási eredményeink elemzését. A televíziózásra – valamint, amint azt hamarosan látni fogjuk, a rádiózásra, leginkább pedig a nyomtatott sajtó használatára éppúgy – kiható jelzett indirekt okok valójában egyetlen döntő faktorra, az internet elsőpró térnyerésére vezethetők vissza.

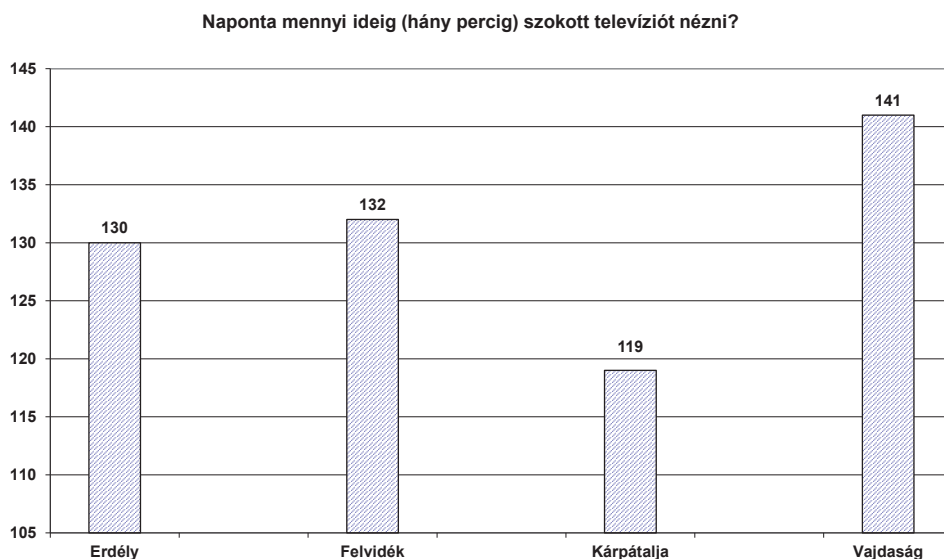
Elemzésünk következő fejezeteiben ennek az indirekt kölcsönhatásnak a megnyilvánulási formáit vizsgáljuk, immáron a valós médiahasználati gyakorlat szerteágazó aspektusai feltárásának segítségével.

2.3. A televíziózásra fordított napi átlag idő

A továbbiakban ezért rátérünk annak vizsgálatára, hogy az eddig megismert keretek között jelenleg milyen valós médiahasználati (elsőként tévé nézési) gyakorlat jellemzi a határon túli magyarságot, amit annak bemutatása követ, hogy e téren milyen változásokat tapasztaltunk az elmúlt két évtizedben a BFI reprezentatív mintákon megvalósított kutatásaink során.

Az első ezzel kapcsolatos lényegi mutató, hogy az érintettek naponta mennyi időt (hány percet) fordítanak televízió nézésre.

16. ábra



A grafikon adatai e tekintetben azt mutatják, hogy jelenleg a vajdasági magyarok töltik a legtöbb időt a tévé előtt. Hozzájuk képest az erdélyiek és felvidékiek átlagosan mintegy 10 perccel tévéznek naponta kevesebbet, a legrövidebb ideig pedig a kárpátaljaiak követik a televíziók műsorait, több mint 20 perccel elmaradva a vajdaságiak mögött.

Nem minden társadalmi réteg között mutatkoznak azonban a regionális átlagok szintjén tapasztalt relatíve közeli értékek a vizsgált vonatkozásban. A 7. táblázat megoszlásai csaknem kivétel nélkül újfent azt mutatják, hogy a legtöbb időt a társadalmi ranglétra alsóbb szintjein lévők töltik a televízió előtt. Elsősorban a válságos munkanélküli helyzetben lévők és a szegények, akik nem egy régióban, 100 percnél is többet tévéznek naponta, mint a gazdagok, illetve a munkával rendelkezők.

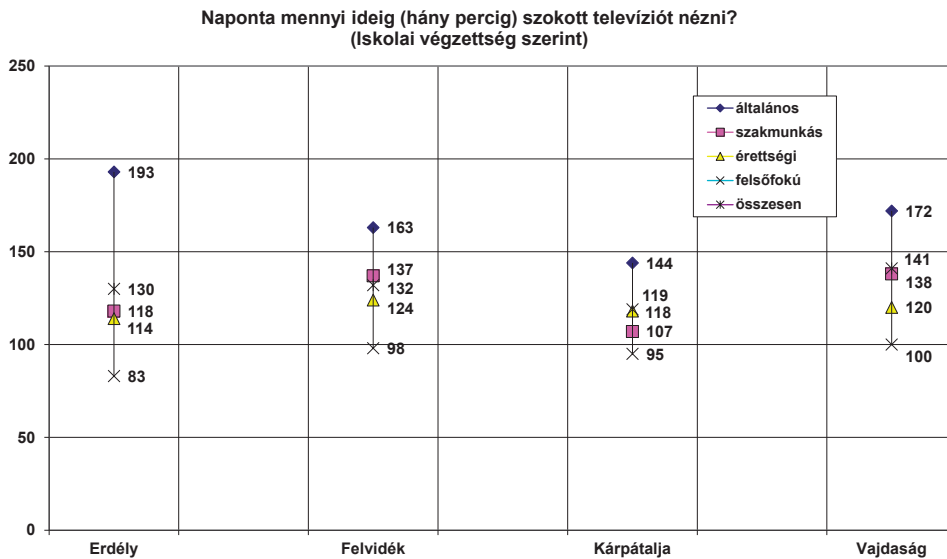
6. táblázat**A naponta televízió nézésre fordított idő (percben)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	130	132	119	141
Nemek szerint				
Férfi	118	128	112	135
Nő	141	139	126	147
Korcsoportok szerint				
Fiatal	82	115	88	129
Középkorú	91	121	102	108
Idős	191	172	163	177
Iskolai végzettség szerint				
Általános	193	163	144	172
Szakmunkás	18	137	107	138
Érettségi	134	124	118	120
Felsőfokú	83	98	95	100
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	203	192	151	225
Alsó-közép	128	143	119	136
Felső-közép	99	109	99	105
Gazdag	80	109	65	124
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	105	113	98	115
Enyhe munkanélküli érintettség	97	128	112	130
Válságos munkanélküli érintettség	168	174	147	209

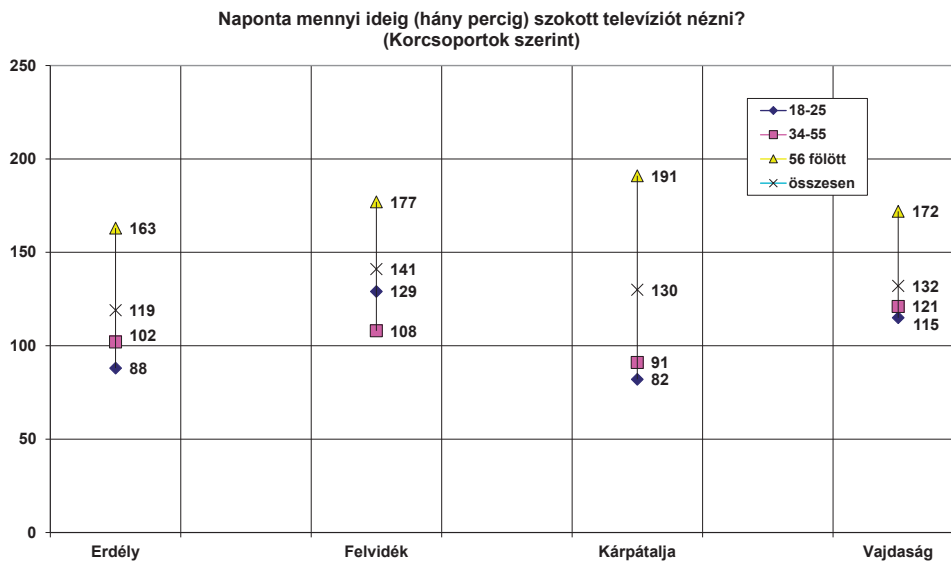
Főbb tendenciáit tekintve ugyancsak ez mondható el az iskolázottság foka szerinti bontásban is, mely szerint a vajdasági, illetve erdélyi, csupán általános iskolai végzettséggel rendelkezők messzemenően több időt töltenek televíziózással – utóbbiak például 110 perccel többet –, mint a diplomások. (17. ábra)

Ezzel kapcsolatban ugyancsak markáns különbségeket regisztráltunk korcsoportok szerint is. (18. ábra) A naponta televízió nézésre fordított idő a fiatalok és idősek esetében igen jelentős eltérést mutat, amit leginkább a kárpátaljaiak esetében figyelhetünk meg, ahol a fiatalokhoz képest az idősek már 109 perccel több időt töltenek egy nap alatt a tévékészülékek előtt.

17. ábra



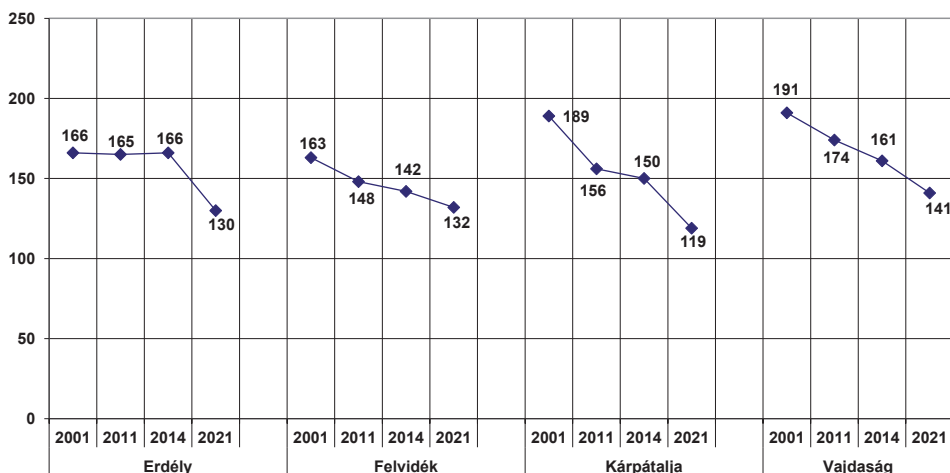
18. ábra



A jelenlegi helyzet áttekintése után annak bemutatása következik, hogy az érintettek körében az említett mintegy két évtized alatt miként alakult/változott a naponta televízió nézésre fordított idő nagysága. Arra keressük a választ, hogy ez esetben is tapasztalható-e csökkenés, s ha igen, ennek mértéke idősorosan arányaiban megegyezik-e azzal, amit a televíziót nem nézők esetében regisztráltunk.

19. ábra

Naponta mennyi ideig (hány percig) szokott televíziót nézni?
(2001-2021)



A grafikon két évtizedet átfogó adatsorai azt mutatják, hogy a csökkenés folyamatosan tetten érhető, hiszen 2001 óta a televíziózásra fordított napi idő mindegyik régióban egyaránt visszaeső tendenciát mutat. A vizsgált időszak alatt arányos csökkenést elsősorban a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban mértünk. A relatíve legkisebb mértékűt a felvidékiek körében, ahol 163 percről 132-ra esett vissza a televíziózással eltöltött napi időmennyiség. A folyamatos csökkenés mértéke ennél a Vajdaságban (50 perc), illetve Kárpátalján (70 perc) jelentősebbnek bizonyult. Az idősoros adatok az erdélyiek esetében annyiban mondhatók atipikusnak, hogy ott 2001 és 2014 között a naponta televíziózásra fordított idő konstans maradt (166 perc), ám az utóbbi hét év során már körülből is számottevő, 31 percnyi csökkenést regisztráltunk.

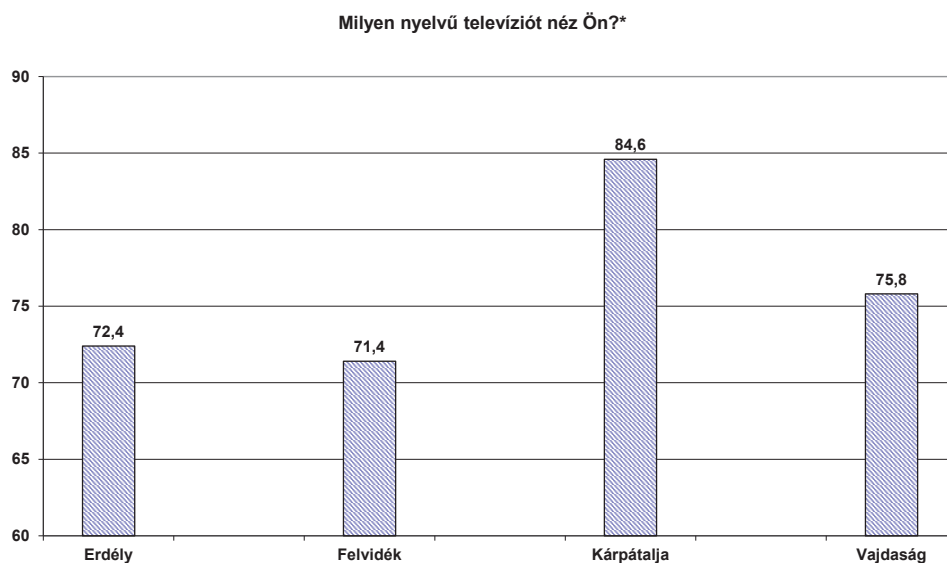
Összességében azonban elmondható, hogy a napi átlagos televízió nézés szempontjából a csökkenés közel sem bizonyult olyan drasztikus mértékűnek, amint azt a televíziótól való elfordulás adatai alapján feltételezhetnénk. Vagyis a televíziót nézők részaránya ugyan mindegyik régióban rohamosan zsugorodik, ám a tévézés mellett kitarotk még mindig számottevő időt szánnak arra, hogy tájékozódásuk információs forrásaként a televízió, mint hagyományos médiafelület relatíve megőrizze jelentőségét, következésképpen egyelőre továbbra is jelentős arányban van jelen az érintettek médiahasználatában.

2.4. A televíziócsatornák nézettségének változása

2.4.1. A televíziócsatornák nézettségének nyelvi dimenziói

A televízió nézési gyakorlat különböző aspektusai közül a továbbiakban elsőként a határon túli magyarság identitása megőrzésének szempontjából kardinálisan fontos nyelvi dimenzióval kapcsolatos tendenciákat mutatjuk be.

20. ábra



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

A „milyen nyelvű televíziót néz Ön?” kérdésre adott válaszmegeoszlások transzponált átlagai alapvetően az anyanyelven való televíziózás dominanciáját jelzik a határon túli magyarság körében: leginkább Kárpátalján, ám válaszadóink a többi régióban is számottevően nagyobb intenzitással néznek magyar nyelvű tévéadásokat, mint többségi nyelvűt.

Az összképen belül régiók szerinti százalékos megeoszlásban némiképpen árnyaltabb képet kapunk, hiszen a kizárólag magyar tévéket nézők részaránya a Felvidéken már csak alig 20, Erdélyben 26, a Vajdaságban pedig 34%-ot tesz ki, miközben csupán a kárpátaljaiak körében képezi a többséget (58%).

Ezek az önmagukban relatíve alacsonynak tekinthető arányok azonban így is kellőképpen ellensúlyozzák azt a tényt, hogy az inkább, vagy kizárólag többségi tévéadásokat nézők részaránya – azoké tehát, akik alig, vagy egyáltalán nem néznek magyar nyelven sugárzó televíziókat – egyelőre egyik régióban sem éri el a 10%-ot.

Szociodemográfiai megeoszlás szerint az eddigiekben látottaknál jóval kevesebb eltérést találtunk, ami azt jelenti, hogy néhány kivételtől eltekintve csaknem mindegyik társadalmi réteghez tartozók a regionális átlagokhoz közeli arányban néznek anyanyelvükön televíziót.

7. táblázat

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

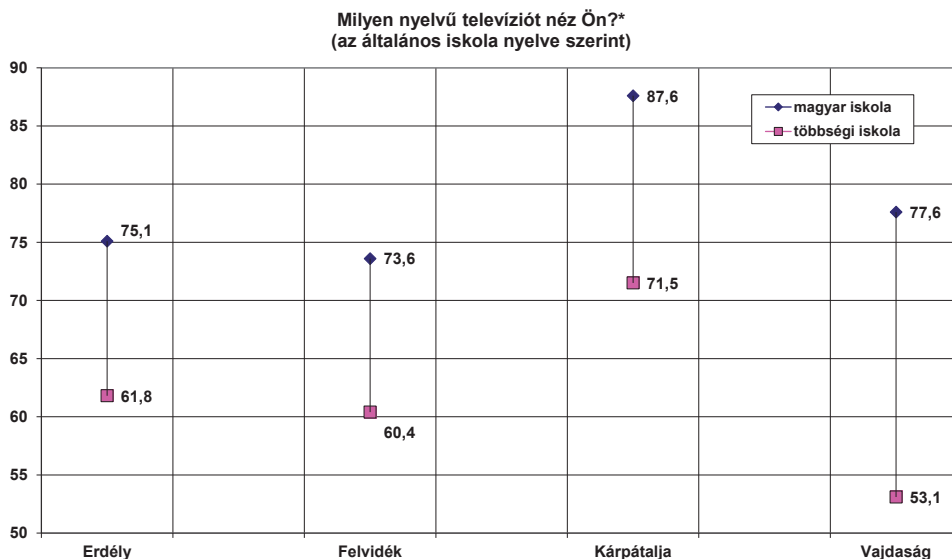
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	72,4	71,4	84,6	75,8
Nemek szerint				
Férfi	69,6	70,0	81,1	74,5
Nő	74,8	72,7	87,8	76,9
Korcsoportok szerint				
Fiatal	74,7	71,7	85,7	80,2
Középkorú	70,1	72,2	86,4	74,1
Idős	73,4	70,0	82,2	75,7
Iskolai végzettség szerint				
Általános	79,5	73,6	86,5	77,1
Szakmunkás	73,8	73,1	83,3	75,0
Érettségi	68,8	69,8	86,0	76,2
Felsőfokú	64,7	68,7	80,1	72,7
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	78,4	66,1	85,6	76,5
Alsó-közép	72,9	72,8	85,2	76,8
Felső-közép	68,8	71,2	82,8	72,5
Gazdag	66,0	69,2	77,0	77,6
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	70,2	70,0	84,7	76,4
Enyhe munkanélküli érintettség	73,0	70,9	81,4	71,0
Válságos munkanélküli érintettség	73,9	69,2	89,9	77,8
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	75,0	73,6	87,6	77,6
Többségi iskola	61,8	60,4	71,5	53,1
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	60,5	61,0	–	72,0
Lét-identitás	75,0	75,8	85,1	75,9

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

Az ezzel kapcsolatos, arra érdemes különbségek között említhető, hogy az egyes alcsoportok tagjai a nyelvi dimenzió tekintetében a következők szerint mondhatók felül, illetve alulreprezentáltak: a regionális átlagok alatti mértékben anyanyelven televíziózók a férfiak, az iskolázottabb, illetve tehetősebb rétegekhez tartozók. Figyelemre méltó még ezen kívül, hogy a korcsoportok között nem jellemző az eddig látott nagyfokú szegregációs távolságok megléte, következésképpen csaknem ugyanakkora – átlagközeli – intenzitással használják a televíziót az anyanyelvükön.

Korántsem ez a relatív kiegyensúlyozottság jellemző viszont az identitástípusok szerint. Amint az várható volt, az anyanyelvi általános iskolát végzettek három régióban is jelentősnek mondható, 15 átlagpont körüli arányban néznek inkább magyar televíziócsatornákat, mint a többségi nyelvű iskolát végzett társaik.

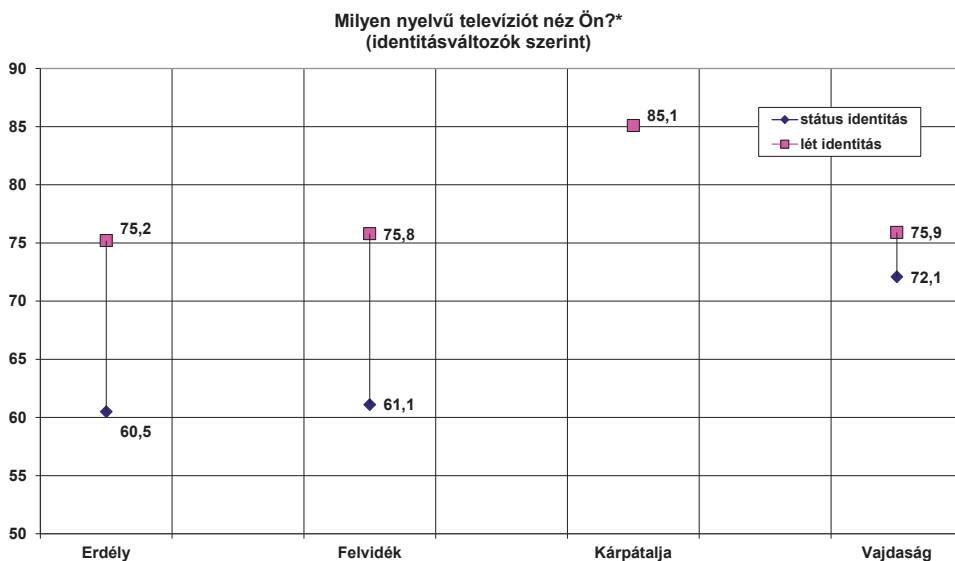
21. ábra



A vizsgált vonatkozásban a vajdaságiak körében regisztráltuk a legkisebb különbséget a két alcsoport tagjainak médiahasználati gyakorlata között, ahol a szerb általános iskolában tanultak már csupán alig több mint 50 átlagpontnyi gyakorisággal kapcsolnak a magyar nyelvű televíziók műsoraira, mintegy 24 átlagponttal lemaradva a magyar iskolát végzettek mögött.

Közel ugyanez a helyzet az identitásváltozók szerint is. Az organikus nemzeti gyökereiktől elforduló státus-identitásúak (a hazájuknak nem a szülőföldjüket, hanem az államukat tekintők) a Felvidéken és Erdélyben úgyszintén 15 átlagpont körüli arányban néznek kevésbé magyar televízióadásokat a lét-identitásúakhoz képest, s ez a különbség csupán a Vajdaságban mondható elenyészőnek.⁹

22. ábra

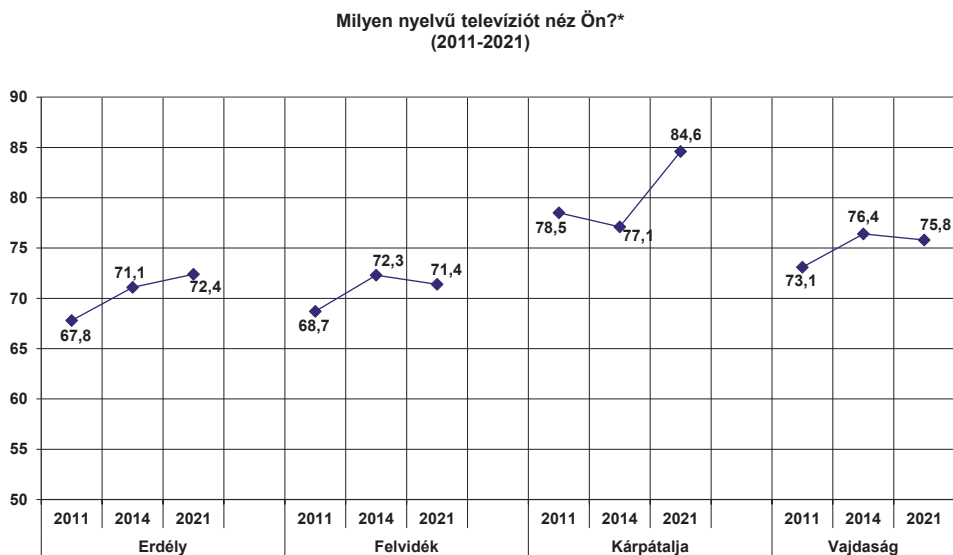


A nyelvi dimenzióhoz kötődő adataink tehát identitásváltozók szerint rendkívül eltérő médiahasználati gyakorlatot tükröznek, aminek elemzésünk során egyéb vonatkozásban is számtalan példáját láthatjuk majd.

⁹ Miután a kárpátaljaiak körében a státus-identitásúak részaránya mindössze 1%-ot tesz ki (lásd: 4. melléklet 128. ábra), kellő esetszám híján a velük kapcsolatos további elemzésre nincs lehetőség. További grafikonjaink és táblázataink ezért a rájuk vonatkozó töredékmegoszlásokat nem tartalmazzák.

A jelenlegi állapot áttekintése után bemutatjuk, hogy a televíziózás nyelvi dimenzióval kapcsolatban idősorosan milyen tendenciákat tapasztalhatunk az elmúlt évtized során.

23. ábra



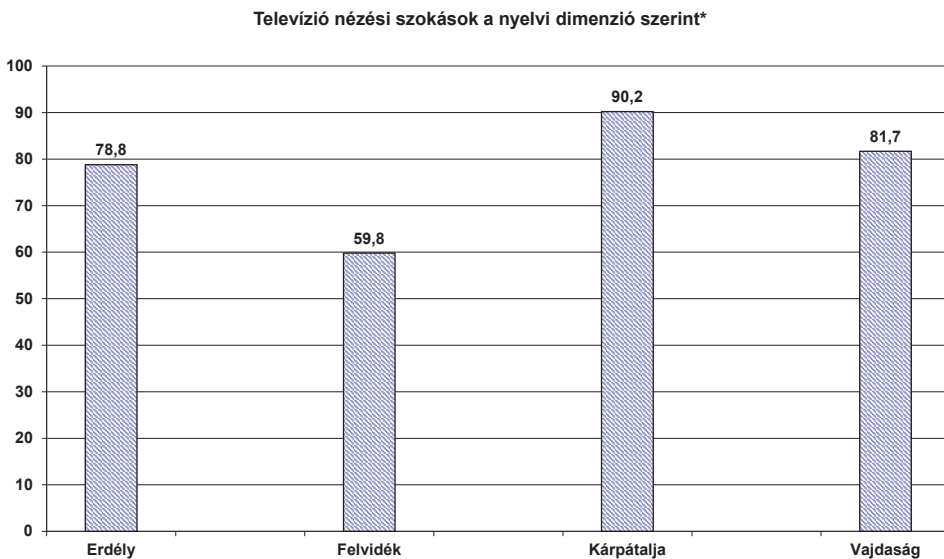
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–csak többségi nyelvűt...100–csak magyart.

A grafikon adatai ritkán előforduló egyezéseket mutatnak, mind régiók szerint, mind időbeli tekintetben. Az ezzel kapcsolatos legfőbb tapasztalat, hogy az anyanyelven való televízió nézés intenzitása a vizsgált időszakban gyakorlatilag változatlan maradt. Mindez több szempontból is váratlan tendenciának mondható. Főként amiatt, hogy noha – amint azt láttuk, és a továbbiakban még számtalan vonatkozásban látni fogjuk – 2011 óta a médiahasználat csaknem minden szegmensében gyökeres/radikális fordulat ment végbe, mindez azonban kevésbé, vagy egyáltalán nem tükröződik a televíziózás nyelvhasználatában.

Az említett fejlemény leginkább abból a szempontból fontos és öröndetes, hogy a magyar nyelvű televízió adások követésének intenzitása egyik régióban sem csökkent (három régióban magasnak mondható szinten stabilizálódott 71,4–75,8 átlagpont között), a kárpátaljaiak körében pedig növekedett (84,6 átlagpont).

A médiahasználat terén meglévő eddig bemutatott nyelvi vonatkozásokkal kapcsolatos eltérő tendenciák megismerését tovább árnyaltuk annak vizsgálatával, hogy a válaszadók milyen nyelvű televíziót választanak abban az esetben, ha ugyanazok a műsorok (például sportközvetítések, politikai események, fesztiválok stb.) egyazon időben magyar, illetve többségi nyelven is foghatók/elérhetőek.

24. ábra



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

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

Az egyazon időben párhuzamosan választható magyar és többségi nyelv esetében az anyanyelven való tévézés mindegyik régióban domináns mértékűnek bizonyult. A leginkább Kárpátalján, a legkevésbé pedig a felvidékiek körében (akik már csupán alig 60 átlagpontnyi gyakorisággal választják a magyar nyelvű tévécsatornákat, ha szlovákul is nézhetik ugyanazt az adást), míg Erdélyben, illetve a Vajdaságban 80 átlagpont körüli arányban nézik többségi helyett anyanyelvükön az említett televíziós műsorokat.

8. táblázat

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

(szociodemográfiai változók szerint)

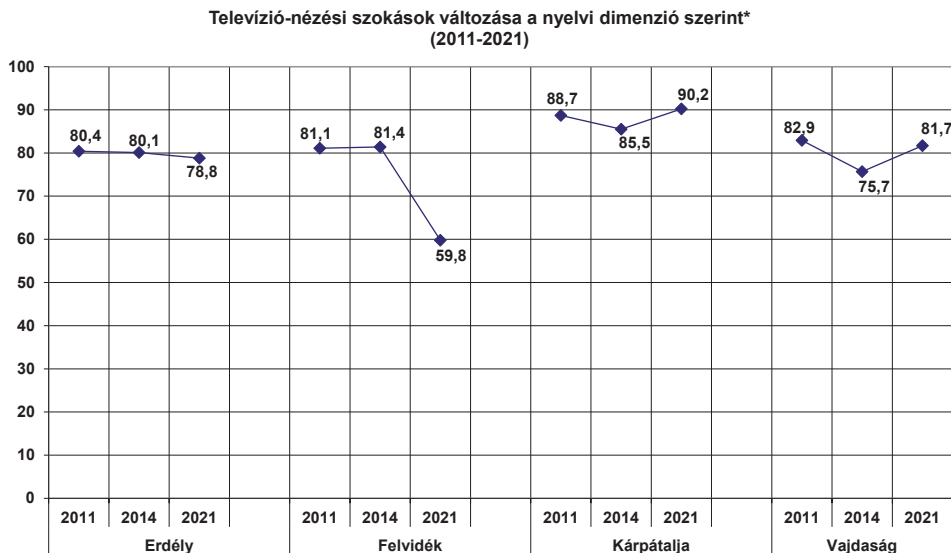
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	78,8	59,8	90,2	81,7
Nemek szerint				
Férfi	76,8	60,6	89,0	80,9
Nő	80,5	59,1	91,2	82,5
Korcsoportok szerint				
Fiatal	76,9	58,4	88,7	83,6
Középkorú	77,3	60,2	92,8	80,9
Idős	81,0	61,0	89,3	81,4
Iskolai végzettség szerint				
Általános	84,2	60,9	91,3	82,9
Szaktanulmányos	79,1	58,8	91,0	80,5
Érettségi	76,4	60,9	90,6	80,0
Felsőfokú	74,1	58,4	87,0	82,2
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	85,7	55,5	92,5	82,3
Alsó-közép	79,2	60,8	90,2	83,1
Felső-közép	74,5	59,0	88,3	76,8
Gazdag	73,8	60,9	86,0	84,7
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	77,1	59,3	90,8	82,4
Enyhe munkanélküli érintettség	80,1	56,8	86,8	74,1
Válságos munkanélküli érintettség	79,1	64,1	92,7	85,3
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	80,5	61,8	92,2	83,4
Többségi iskola	71,3	49,1	81,0	58,0
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	66,3	46,0	–	74,6
Lét-identitás	80,7	63,8	90,3	82,1

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

Társadalmi rétegződés szerint a regionális átlagokhoz képest ezúttal is csekély arányú eltéréseket tapasztaltunk. A ritka kivételek közül megemlíthető, hogy relatíve kevésbé kapcsolnak magyar nyelvű tévéműsorokra a férfiak, a gazdagok és diplomával rendelkezők, valamint a fiatalok. Az identitásváltozók szerint azonban ezúttal is számottevő különbségek mutatkoznak: a többségi általános iskolát végzettek, illetve státus-identitással rendelkezők mindegyik régióban lényegesen (a 10 átlagpontot meghaladó mértékben) elmaradnak a magyar gyökereikhez ragaszkodók mögött az anyanyelvükön való tévézés terén, ha ugyanazt a műsort többségi nyelven is nézhetik.

Ami a kérdéssel kapcsolatos idősoros tendenciákat illeti, azt láthatjuk, hogy válaszadóink médiahasználatának tárgyalt részét is a nagyfokú mozdulatlanság jellemzi.

25. 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.

Az előbbi megállapítás három régióban maradéktalanul helyénvaló, hiszen Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban a tíz évvel ezelőtt regisztrálthoz képest válaszadóink továbbra is ugyanakkora, kiugróan magas intenzitással kapcsolnak magyar nyelvű televízióadásokra a párhuzamosan rendelkezésre álló többségi nyelven sugárzó kínálat esetén is. Egyedül – az asszimilációs folyamatok szempontjából leginkább érintett – felvidékiek esetében beszélhetünk érdemi (egyben negatív irányú) változásról, akiknek körében hét év alatt mintegy 20 átlagpontnyi zuhanást követően jelenleg már nem éri el a 60 átlagpontot az anyanyelvi műsorok választása, amennyiben ugyanazt a műsort szlovák nyelven is nézhetik.

A televízió nézés nyelvi dimenzióival kapcsolatban általános szinten bemutatott tendenciák ugyan összességében a nemzeti identitás megőrzésének szempontjából pozitív tendenciaként értékelhetők, ám ismervén a vizsgált időszak alatt sok egyéb fontos vonatkozásban végbement asszimilációs folyamatokat¹⁰, s az ezek szerves részét képező nyelvváltás felerősödését, az anyanyelven való televíziózás korábbi szinten maradása önmagában aligha bizonyulhat döntőnek a válaszadók identitásának szilárdsága tekintetében.

A magyar nyelvű televíziózás aránya azonban végeredményben nem mutatja a visszaesés jeleit a korábbi, egy évtizedet átfogó állapothoz képest, így ezzel kapcsolatban továbbra is érvényes a 2014-es médiaku-

10 Lásd például a határon túli magyar gyerekek anyanyelvi oktatásának egyre erőteljesebb háttérbe szorulását, a vegyes házasságok arányának növekedését.

tatásunk egyik fő tapasztalata, mely szerint a vizsgált nyelvi dimenzió tekintetében a magyar nyelvű televíziós tartalmak általános szinten mindegyik régióban megőrizni látszanak korábbi vezető 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 jelenleg mekkora jelentőséggel bír a határon túli magyarok médiahasználatában és hogyan alakult 2001 óta napjainkig. Azaz elemzésünk következő fejezeteiben arra teszünk kísérletet, hogy az eddigiekben bemutatott médiahasználati tendenciákat tovább árnyaljuk arra keresve a választ, hogy a formailag és tartalmilag különböző televíziócsatornák mekkora népszerűségnek örvendenek a határon túli magyarság körében.

2.4.2. A magyar és többségi nyelvű televíziócsatornák nézettségének változása

Tekintettel a fentiekre, kutatási eredményeik ismertetését annak áttekintésével folytatjuk, hogy a különböző – anyanyelvi, illetve többségi nyelvű – televízió-csatornatípusok nézettségének gyakorisága hogyan alakult két évtized alatt napjainkig a határon túli magyarság körében.

Elsőként egy idősoros összehasonlító táblázat segítségével csupán a nyers százalékos alapmegoszlásokat tekintjük át, amit majd önálló egységekre bontva tovább részletezünk.

9. táblázat

Televíziócsatornák nézettségének változása a határon túli magyarság körében (százalékban*) (2011-2021)

Csatorna-típus	Erdély			Felvidék			Kárpátalja			Vajdaság		
	2011	2014	2021	2011	2014	2021	2011	2014	2021	2011	2014	2021
Többségi nyelvű közszolgálati	50	41	53	72	64	65	38	39	26	56	59	51
Többségi nyelvű kereskedelmi	77	43	65	87	71	78	50	47	31	54	60	35
Az állami tévék magyar adása	40	25	34	46	38	42	32	29	–	75	73	72
M1	68	77	72	87	86	71	83	76	81	81	80	75
M2	70	79	57	69	80	51	36	66	53	73	71	49
M5	–	–	43	–	–	36	–	–	42	–	–	35
Duna TV	82	84	76	69	75	65	45	83	77	77	78	77
Duna Autonómia/World	26	39	49	26	53	57	23	66	62	35	52	75
RTL Klub	81	83	81	94	86	84	87	84	83	86	80	78
TV2	68	75	77	92	85	80	89	84	76	89	78	75
ATV	32	39	45	22	28	31	14	20	23	30	23	26
HÍR TV	36	32	58	22	30	32	22	29	29	38	26	30
Regionális többségi nyelvű televízió	11	12	30	22	18	21	34	30	19	37	38	25
Regionális magyar nyelvű televízió	17	20	46	31	28	33	–	–	47	–	–	74

*A „gyakran” és „ritkán” válaszok együtt.

Az egyes – különböző nyelven sugárzó – tévécsatornák jelenlegi nézettségi intenzitásának erősorrendjét bemutató adatsoraink nagyrészt visszaigazolják az anyanyelven történő televízió nézés elsődlegességéről imént elmondottakat. Ezt bizonyítja, hogy a vizsgált 16 televíziócsatornatípus között összregionális szinten az első öt helyen magyar nyelvű adók szerepelnek, s a többségek csupán a 6-7., valamint – a regionális többségi nyelvű televíziók esetében – az utolsó helyet foglalják el.

10. táblázat

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

Összregionális helyezési sorszám átlagok	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Magyarországi kereskedelmi televíziók (RTL Klub, TV2) (1,0)	81	84	83	78
M1 (2,7)	72	71	81	75
Duna TV (2,8)	76	65	77	77
Duna World (6,0)	49	57	62	71
M2 (6,7)	57	51	53	49
Többségi nyelvű kereskedelmi (7,0)	65	78	31	35
Többségi nyelvű közszolgálati (7,2)	53	64	26	51
Regionális magyar nyelvű televízió (7,5)	46	33	47	74
M5 (8,2)	43	36	42	36
Állami televíziók magyar nyelvű adásai (8,3)	34	42	–	72
HÍR TV (9,0)	58	32	29	30
ATV (15,2)	45	31	23	26
Regionális többségi nyelvű televízió (15,7)	30	21	19	25

* A „gyakran” és „ritkán” válaszok együtt (százalékban).

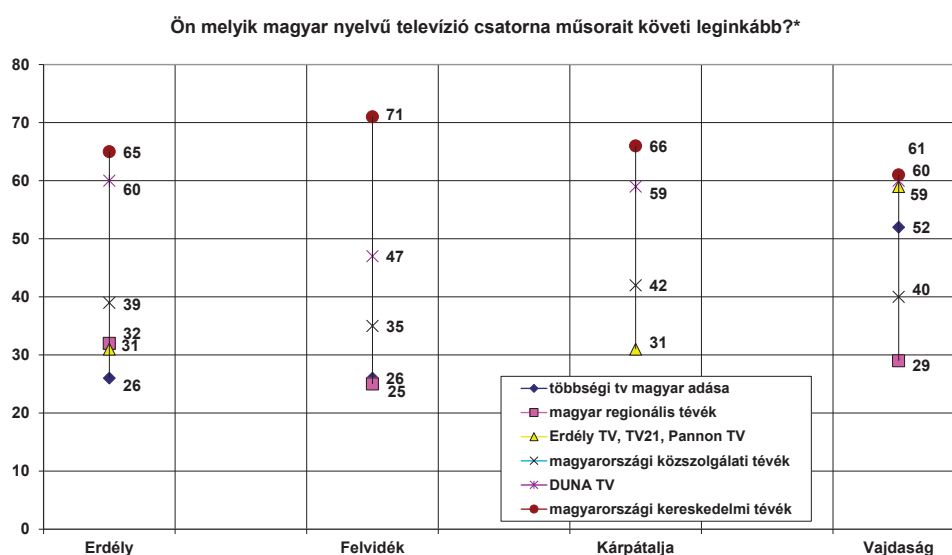
Az egyes régiók szerint azonban léteznek ettől az átlagtól számottevő eltérések. Ezek közül leginkább a felvidékiek gyakorlata érdemel említést, ahol a szlovák nyelvű kereskedelmi televíziók nézettsége már az igen előkelő második helyen szerepel. Amennyiben ehhez hozzávesszük, hogy körükben Kárpát-medencei viszonylatban is a legmagasabb a magyar kereskedelmi televíziók műsorainak népszerűsége, elmondható, hogy a kereskedelmi adások ebben a régióban bizonyultak a leginkább dominánsnak.¹¹

11 Miután kutatásunk nem kereskedelmi céllal készült, elemzésünk során a magyarországi, illetve a határon túli kereskedelmi televíziókat egyetlen kategóriába soroltuk. Mindezt főként az indokolta, hogy a tárgyalt médiafelületek – akár eltérő ideológiai beállítottságaik ellenére is – kizárólag ugyanazokat az uniformizált globalista/tömegkulturális tartalmakat sugározzák.

Az erdélyiek televíziócsatorna választásai inkább a felvidékiekéhez állnak közelebb, ám közülük a kárpátaljaiak és vajdaságiak főként abból a szempontból különböznek, hogy körükben az ukrán, illetve szerb nyelvű televíziók nézettsége az erősrend utolsó helyein helyezkedik el.

A magyar nyelvű televíziócsatornák nézettsége közötti különbségeket átlagskálák segítségével bemutató adatsoraink egyfelől természetesen a magyarországi TV2 és RTL Klub dominanciáját mutatják, ám régióként nem ugyanakkora arányban. Utóbbiak népszerűsége mögött ugyan mindegyik régióban a Duna TV¹² áll a második helyen, három régióban csupán alig néhány átlagponttal lemaradva, ám a Felvidéken a különbség már igen jelentősnek mondható 24 átlagpontot tesz ki.

26. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Harmadik helyen a magyarországi egyéb közszolgálati csatornák következnek (M1, M2, M5 és Duna World) az előttük állókhoz képest számottevően csekélyebb részarányt képviselve, míg a sort a legtöbb régióban a többségi állami tévék magyar adásai, a magyar nyelvű regionális adók, valamint az Erdély TV és a kárpátaljai TV21 zárják.

A bemutatott népszerűségi sorrend egyedül a Vajdaságban nem érvényesül, ahol a Pannon TV a leginkább nézett televíziók között szerepel (59 átlagpont), emellett pedig igen jelentős arányú nézettséget élveznek az állami televízió Újvidékről sugárzott magyar nyelvű műsorai is

12 A Duna tévével kapcsolatos adatokat a továbbiakban gyakran az egyéb magyarországi közszolgálati adóktól elkülönítve kezeljük. Csak részben amiatt, mert néhány éve már nemzeti főadóként funkcionál, sokkal inkább azért, mert műsorpolitikájában megalakulása óta a határon túli magyarság információkkal való ellátása kiemelt szerepet játszott. Következésképpen a Duna tévé az érintett közösségek tagjai médiahasználatában továbbra is elkülönülő entitást képez függetlenül attól, hogy annak népszerűsége az elmúlt évtizedekben miként alakult, s azt milyen ingadozások jellemezték.

(52 átlagpont). Ez utóbbi amiatt is figyelmet érdemel, mert Erdélyben és a Felvidéken az állami közszolgálati televíziók magyar nyelvű műsorai ennél csupán fele akkora nézettséggel bírnak.

Ami a vezető helyen álló magyarországi kereskedelmi televíziók nézettségének társadalmi rétegenkénti megoszlásait illeti, elsősorban az mondható el, hogy az egyes szociodemográfiai változók szerint jelentős különbségeket nem tapasztaltunk. Mindez annak egyértelmű jele, hogy a tárgyalt tévéműsorok adásainak követése néhány kivételtől eltekintve mindegyik réteg tagjaira éppoly magas fokon jellemző. Ennek eklatáns példája, hogy a régióként 61–71 átlagpontnyi népszerűséget mutató megoszlások ez esetben még – az egyéb médiahasználati gyakorlatuk szempontjából, mint azt látni fogjuk, alapvetően megosztott – korcsoportok szerint sem szóródnak említésre érdemes mértékben.

11. táblázat

A magyarországi kereskedelmi televíziók műsoraiból tájékozódók*

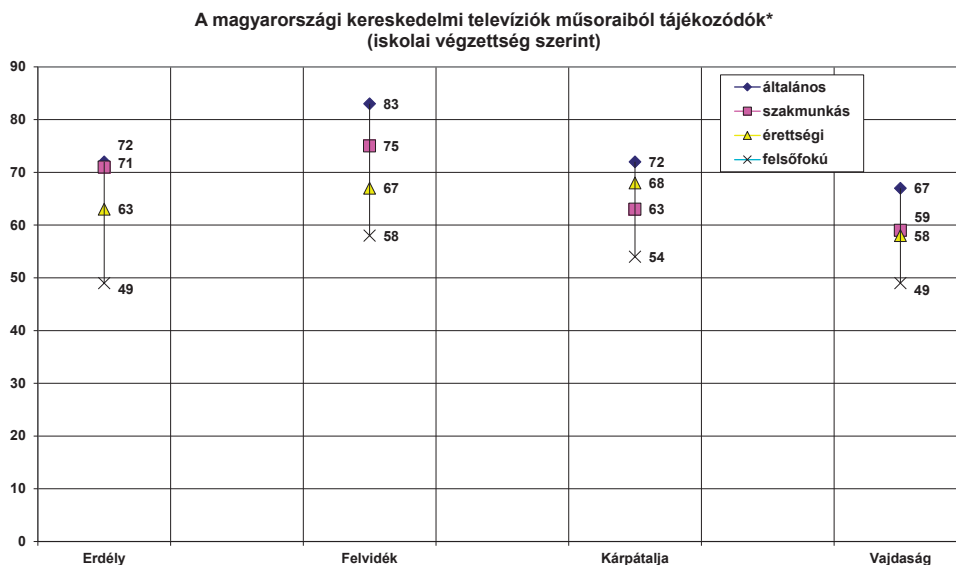
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	65	71	64	61
Korcsoportok szerint				
Fiatal	59	74	64	60
Középkorú	65	70	65	60
Idős	68	70	68	61
Iskolai végzettség szerint				
Általános	72	83	72	67
Szakmunkás	71	75	63	59
Érettségi	63	67	68	58
Felsőfokú	49	58	54	49
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	65	69	69	71
Alsó-közép	67	72	66	60
Felső-közép	60	72	65	54
Gazdag	70	65	43	65
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	61	67	62	60
Enyhe munkanélküli érintettség	69	79	69	62
Válságos munkanélküli érintettség	68	81	74	67
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	66	70	66	62
Többségi iskola	63	75	64	44
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	64	78	–	70
Lét-identitás	67	70	59	61

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A kérdéssel kapcsolatban említést érdemel még, hogy a társadalmi ranglétra alsóbb fokain lévő többnyire felülreprezentáltak a magyarországi kereskedelmi televíziók nézettsége szempontjából, a felsőfokú végzettségűek pedig – ugyancsak mindenütt – a regionális átlagokhoz képest átlag alatti arányban számítanak csupán a tárgyalt csatornák nézői közé.

27. ábra

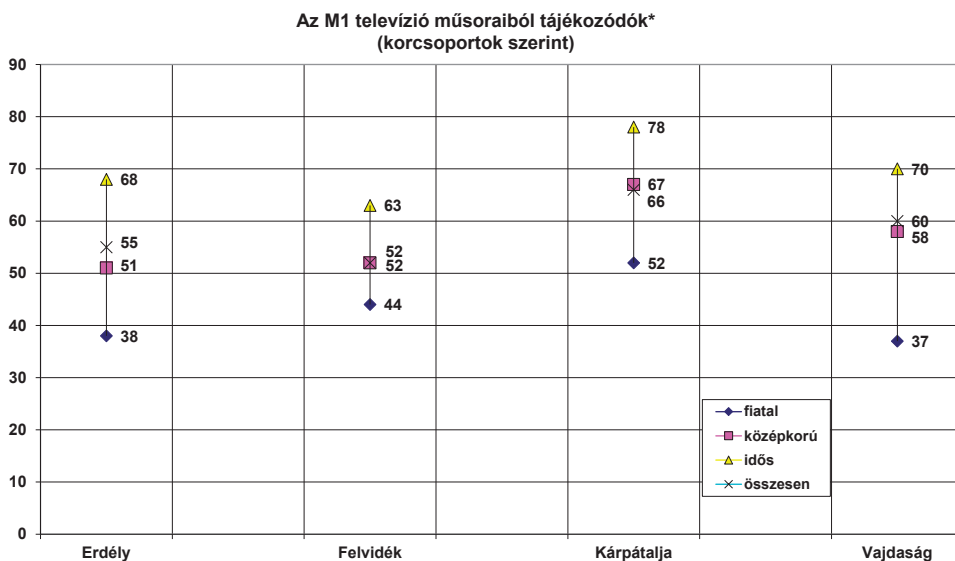


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Az időközben központi hírcsatornává alakult M1 televízió nézettsége tekintetében Erdélyben és a Felvidéken mértük az alacsonyabb értékeket (55, illetve 52 átlagpont), ám ennél Kárpátalján, illetve a Vajdaságban sem tapasztaltunk sokkal nagyobb nézettségi intenzitást (66 és 60 átlagpont).

Társadalmi rétegek szerint ezúttal már lényeges különbségek mutatkoznak a korcsoportok között: amíg a középkorosztály tagjai az M1 tévé műsorait a regionális átlagokhoz közeli arányban, addig az idősek azt jóval meghaladó mértékben nézik (63–78 átlagpont), ami a fiatal korosztály tagjaira jellemző a legkevésbé (mindössze 37–52 átlagpont). (28. ábra)

28. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A többi szociodemográfiai változó szerint hasonló fokozatokban megnyilvánuló eltéréseket ugyan nem regisztráltunk, ám az említésre érdemes, hogy információikat az M1 adásaiból leginkább a kárpátaljai diplomások, valamint az anyagilag tehetősebb rétegek tagjai, a vajdasági érettségivel rendelkezők és az erdélyi tartós munkanélküliek merítik (73 és 77 átlagpont között), legkevésbé pedig az erdélyi felsőfokú végzettségűek és felső-közép anyagi helyzetűek, valamint a felvidéki gazdagok (43–48 átlagpont). (12. táblázat)

12. táblázat**Az M1 csatorna műsoraiból tájékozódók* (szociodemográfiai változók szerint)**

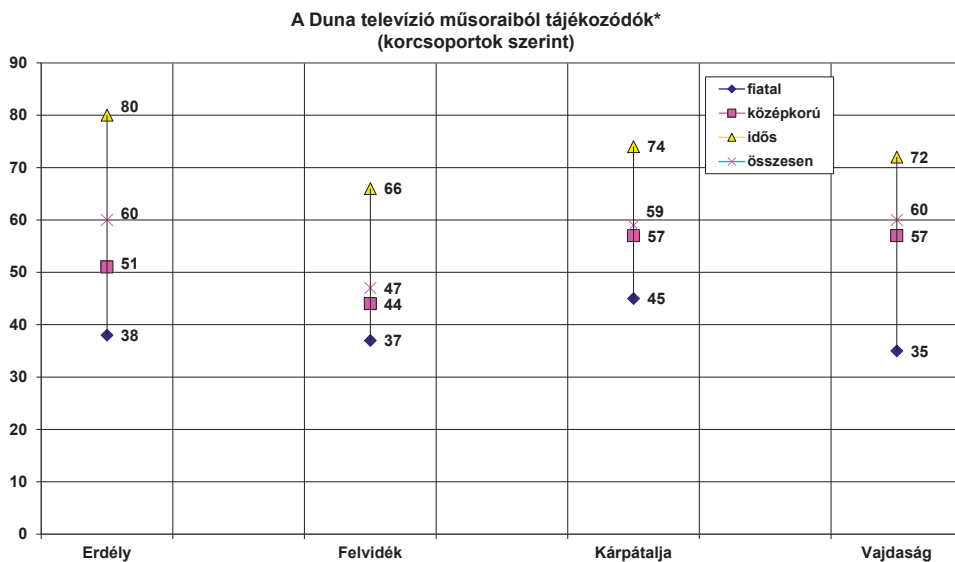
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	55	52	66	60
Korcsoportok szerint				
Fiatal	38	44	52	37
Középkorú	51	52	67	58
Idős	68	63	78	70
Iskolai végzettség szerint				
Általános	66	56	62	59
Szakmunkás	55	49	71	56
Érettségi	52	53	63	73
Felsőfokú	44	53	73	61
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	64	54	65	57
Alsó-közép	55	56	64	54
Felső-közép	48	52	73	56
Gazdag	56	43	77	60
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	51	53	68	60
Enyhe munkanélküli érintettség	50	48	61	45
Válságos munkanélküli érintettség	74	50	61	59
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	55	53	65	61
Többségi iskola	55	48	67	45
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	48	44	–	57
Lét-identitás	57	55	59	61

* 100-as skálára transzponált átlagok (1=soha...100=gyakran).

Mindenképpen említést érdemel még ezzel kapcsolatban, hogy az elemzés során alkalmazott identitásváltozók szerint a magyar gyökereikhez ragaszkodók számottevően nagyobb gyakorisággal nézik az M1 televízió adásait, mint az asszimiláns réteghez tartozók, mely különbség aránya több esetben is meghaladja a 10 átlagpontot.

A Duna televízióra vonatkozó transzponált átlagok egyfelől azt mutatják, hogy műsorainak nézettségi intenzitása három régióban ugyanakkora (59 és 60 átlagpont), amitől csak a felvidékiek térnek el, hiszen ebben a régióban ez az érték mindössze 47 átlagpontot tesz ki.

29. ábra

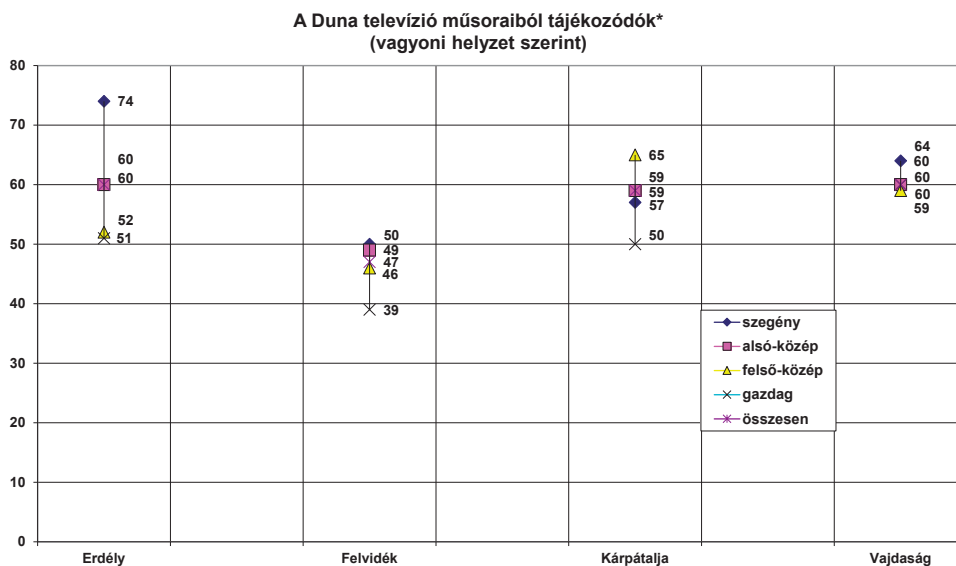


* 100-as skálára transzponált átlagok (1-soba...100-gyakran).

A legkirívóbb eltéréseket újfent korcsoportok szerint tapasztaltuk: miközben a középkorúak a regionális átlagokhoz közeli arányban követik a Duna műsorkínálatát, e téren az idősek a fiataloknál Erdélyben és a Vajdaságban már kétszer nagyobb gyakorisággal kapcsolnak a csatornára, és a Felvidéken, illetve Kárpátalján is 30 átlagpontnyival többet teszik ugyanezt.

Az előbbinél kiegyensúlyozottabb összképet mutat például a vagyoni helyzet szerinti megoszlás, amely csak az erdélyiek körében szóródik jelentősen (a szegényektől a gazdagokig fokozatosan csökken a Duna tévé nézettsége), Kárpátalján a felső-középhez tartozók nézik a legnagyobb gyakorisággal az adásait, míg a felvidékiek, illetve vajdaságiak anyagi helyzetüktől függetlenül gyakorlatilag ugyanakkora intenzitással követik a Duna műsorait (előbbieket a legkevésbé, mindössze 39–50 átlagpont között).

30. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Ami az egyéb változókkal kapcsolatos, említést érdemlő adatokat illeti, a Duna tévé nézői között az idősközöz hasonló magasan felülreprezentált rétegeket nem találtunk, a legkevésbé Duna tévé-orientáltak közé tartoznak azonban az erdélyi iskolázottabbak, valamint az igen tekintélyes részarányt képviselő stabil munkapiaci helyzetűek. (13. táblázat)

13. táblázat**A DUNA televízió műsoraiból tájékozódók* (szociodemográfiai változók szerint)**

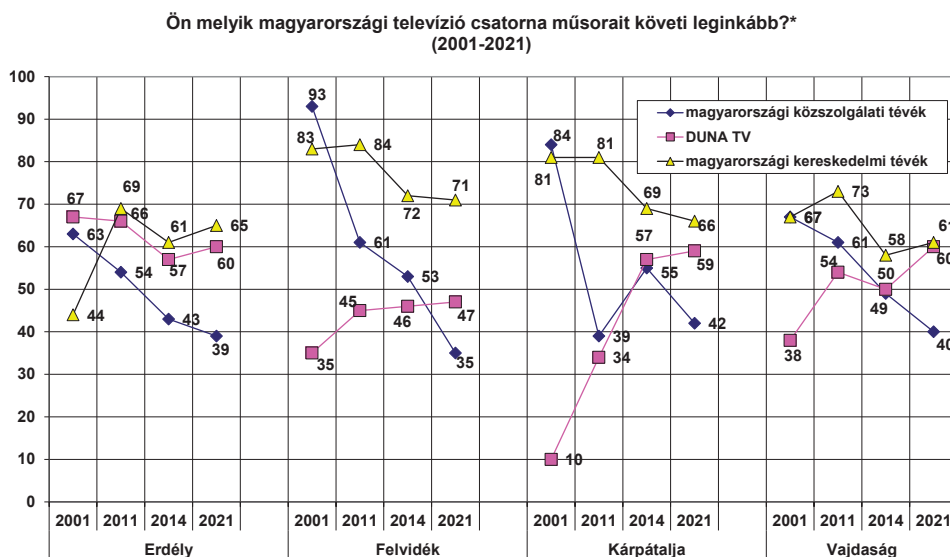
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	60	47	59	60
Korcsoportok szerint				
Fiatal	38	37	45	35
Középkorú	51	44	57	57
Idős	80	66	74	72
Iskolai végzettség szerint				
Általános	74	51	59	62
Szakmunkás	60	46	61	67
Érettségi	57	47	58	52
Felsőfokú	45	44	60	58
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	74	50	57	64
Alsó-közép	60	49	59	60
Felső-közép	52	46	65	59
Gazdag	52	39	50	60
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	52	47	59	59
Enyhe munkanélküli érintettség	50	42	54	48
Válságos munkanélküli érintettség	74	45	61	61
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	60	48	60	61
Többségi iskola	60	42	55	50
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	54	40	–	57
Lét-identitás	63	50	59	61

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Identitásváltozók szerint azonban – amint az várható volt – már mindegyik régiót egységesen az jellemzi, hogy az asszimiláció által különböző fokon érintett rétegek a nemzeti identitásukat megőrizőkhöz képest számottevően kevésbé kapcsolnak a Duna tévé műsoraiba (az eltérés mértéke például Erdélyben és a Felvidéken már 10 átlagpont körülirek bizonyult).

A bemutatott jelenleg érvényes nézettségi erőviszonyok ugyan szemléletesen körvonalazzák a határon túli magyarság médiahasználatának kardinális fontosságú dimenzióit, ennek természetéről azonban sokkal komplexebb összképet kapunk, amennyiben ezeket korábbi kutatási adataink alapján idősorosan is összehasonlítjuk.

31. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A 2001 óta eltelt két évtized során a legszembetűnőbb változást a magyarországi közszolgálati televíziócsatornák¹³ nézettségével kapcsolatban tapasztaltuk. Eszerint mindegyik régióra jellemző, hogy a tárgyalt televíziók népszerűsége folyamatosan csökkenő tendenciát mutat. A csökkenés aránya a felvidékiek esetében bizonyult a leginkább drasztikusnak, ahol a válaszadók jelenleg már közel háromszor ritkábban kapcsolnak a tárgyalt csatornák műsoraira, mint tették azt húsz évvel ezelőtt. Ez az arány a kárpátaljaiak körében kétszeres, Erdélyben és a Vajdaságban pedig másfélszeres csökkenést mutat.

Ezzel összevetve a népszerűségi rangsort továbbra is vezető magyarországi kereskedelmi televíziók nézettségi mutatóit, visszaesési tendencia egyfelől csupán 2014 óta tapasztalható, amelynek aránya azonban meg sem közelíti a közszolgálati csatornák esetében látottakat, olyannyira, hogy Erdélyben és a Vajdaságban az anyanyelven való kereskedelmi televíziók használata a korábbi szinten maradt.

A mindenütt második helyet elfoglaló Duna TV népszerűsége a korábbi magas (Erdély – 66–60 átlagpont), vagy ennél alacsonyabb (Felvidék – 45–47 átlagpont) szinten stabili-

13 Az idősoros összehasonlítás és a könnyebb áttekinthetőség érdekében a magyarországi közszolgálati csatornákra (M1, M2, M5 és Duna World) vonatkozó adatokat egy változóba vontuk össze, s csupán a Duna Televíziót kezeljük külön kategóriaként a korábban már hivatkozott okok, tehát a határon túli magyarság médiafogyasztásában elfoglalt speciális helyzete miatt.

zálódott, a Vajdaságban pedig relatíve emelkedett (50–61 átlagpont). A Duna TV pozíciója ezeknél nagyobb arányban csupán a kárpátaljaiak körében erősödött, ahol 2001-hez képest a csatorna műsorait jelenleg már hatszor intenzívebb gyakorisággal nézik (10–59 átlagpont). (31. ábra)

Összefoglalva: amíg a vizsgált húszéves időszak során a Magyarországról sugárzott közszolgálati televíziócsatornák népszerűsége erőteljesen visszaesett, a kereskedelmi tévék, illetve Duna tévé pozíciói a korábbi szinten maradtak, vagy megerősödtek. Következésképpen az utóbb említettek közötti erőssorrend jelenleg arra utal, hogy közel azonos arányú nézettségüknek köszönhetően a határon túli magyarság anyanyelven való televízió nézési szokásai terén továbbra is domináns hatással bírnak.¹⁴

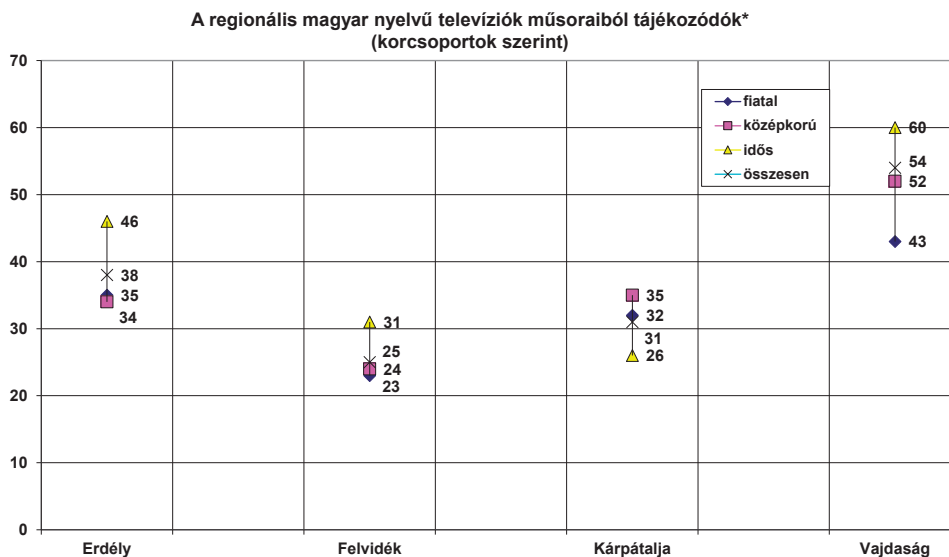
Közel sem beszélhetünk azonban a fentiekhez hasonló domináns hatásról a következő televízió-csatornatípusokkal kapcsolatban, ugyanis a vizsgált régiók szerinti összehasonlítás szempontjából leginkább problematikusnak a magyar nyelvű regionális tévécsatornák nézettségével kapcsolatos adatsorok bizonyultak. (32. ábra)

Ennek okai főként arra vezethetők vissza, hogy az anyanyelvi regionális televíziózás kínálata régióként igen eltérő képet mutat. Amíg kiterjedt magyar nyelvű televíziós hálózatról egyedül Erdéllyel kapcsolatban beszélhetünk, a többi területen ennek hiánya a mai napig krónikus mértékűnek mondható. Az előbbi esetben az erdélyi tévénézők számára a helyi (városi) kereskedelmi televíziók mellett rendelkezésre áll az Erdély TV, ezen kívül pedig a román közszolgálati televízió kolozsvári, marosvásárhelyi és temesvári stúdióinak műsorai is. Hozzájuk képest csupán a Vajdaságban működik az ottani teljes régiót lefedő magyar kereskedelmi televízió (Pannon TV), a Kárpátalján a közelmúltban létrehozott TV21 elérhetősége pedig csupán az ungvári körzetre terjed ki (a beregszászi egyedüli tömb alrégióra már nem), a második legnagyobb határon túli magyar közösség teljes egészét lefedő felvidéki magyar televíziócsatorna pedig a mai napig nem létezik.

14 Ez alól a felvidékiek jelentik a kivételt, ahol már egyértelműen a kereskedelmi televíziók dominanciája érvényesül, melyek nézettsége 24 átlagponttal előzi meg a Duna tévét nézők arányát.

Az említett szűkös kínálat tükröződik vissza abban, hogy a felvidékiek, illetve kárpátaljaiak csupán alig 25-31 átlagpontnyi gyakorisággal néznek magyar regionális televíziócsatornákat. Következésképpen esetükben igen számottevő alulinformáltságról beszélhetünk a közvetlen lakóhelyükkel kapcsolatos televíziós anyanyelvű információkhoz való hozzájutás szempontjából.

32. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Mindazonáltal az erdélyi bőséges regionális televíziós kínálat sem jár automatikusan magas nézettséggel, ahol a tárgyalt tévék műsorainak követése mindössze 38 átlagpontot tesz ki. Ehhez képest a vajdasági televízió nézők gyakorlata mondható a relatíve leginkább kedvezőnek (54 átlagpont), amelyben a Pannon TV rövid idő alatt elért népszerűsége mellett az is közrejátszhat, hogy válaszadóink alighanem a körükben évtizedek óta magas presztízzsel bíró újvidéki állami televízió magyar nyelvű műsorait is regionális kategóriaként értelmezték.

Társadalmi rétegződés szerint ezúttal is korcsoportok szerint regisztráltuk a legszámottevőbb eltéréseket: a regionális televíziók nézettsége három régióban is fokozatosan emelkedik a fiataloktól az idősekig (utóbbiak a Vajdaságban már elérik a 60 átlagpontnyi gyakoriságot) Kárpátalját kivéve, ahol ez az arány mindössze 26 átlagpont, alighanem annak köszönhetően, hogy a TV21 adásai többségük részére csaknem kizárólag az interneten érhetőek el. (14. táblázat)

14. táblázat**A regionális magyar nyelvű televíziók műsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja**	Vajdaság***
Regionális átlagok	38	25	31	54
Korcsoportok szerint				
Fiatal	35	23	32	43
Középkorú	34	24	35	52
Idős	46	31	26	60
Iskolai végzettség szerint				
Általános	43	25	24	56
Szakmunkás	40	24	31	54
Érettségi	31	28	33	51
Felsőfokú	37	25	36	55
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	38	18	25	55
Alsó-közép	37	26	28	53
Felső-közép	38	27	48	57
Gazdag	42	24	43	51
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	35	26	36	54
Enyhe munkanélküli érintettség	36	23	24	44
Válságos munkanélküli érintettség	44	27	27	48
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	37	27	30	54
Többségi iskola	42	19	33	54
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	28	19	–	56
Lét-identitás	42	28	31	54

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

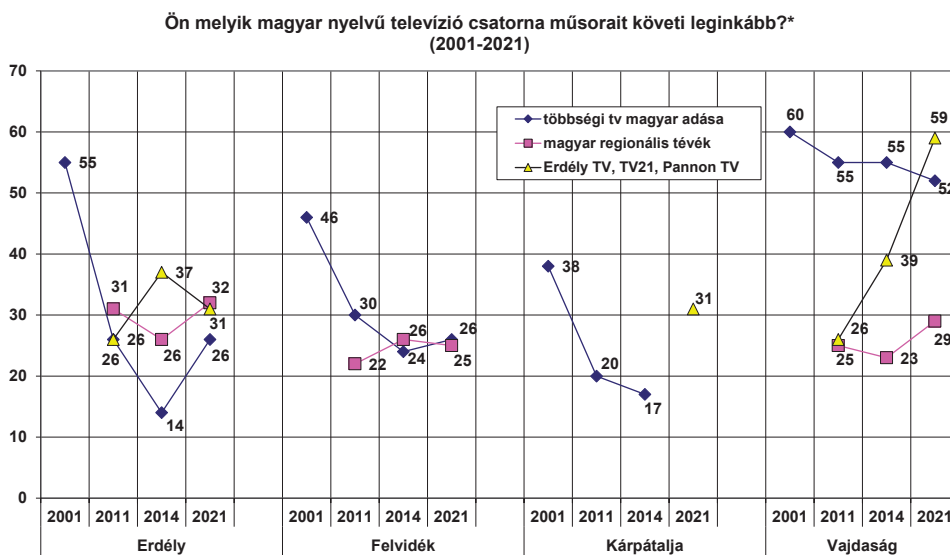
** TV21

*** A Pannon tévé és helyi televíziók együtt.

A magyar nyelvű regionális televíziók iránti érdeklődés ezen kívül identitástípusok szerint is nagyfokú megosztottságról tanúskodik. Különösen Erdélyben és a Felvidéken, ahol a státus-identitásúak a nemzeti identitásukat őrzőkhöz képest már tíz átlagpont körüli, vagy némi-képpen afölötti arányban követik kevésbé anyanyelvükön a szűkebb-tágabb környezetükkel kapcsolatos televíziós információkat.

Idősoros bontásban az látható, hogy a vizsgált időszak alatt a legnagyobb veszteség a többségi állami televíziók magyar adásait érte. Ennek leginkább elszomorító példája, hogy az ungvári televízió hosszú évtizedeken át magyar nyelven sugárzott – és szemben az anyaországi finanszírozással a közelmúltban (2019 január) létrejött TV21 tévével Kárpátalja teljes területén lefedettséggel bír – adása legutóbbi kutatásunk óta csaknem nyomtalanul eltűnt, s csupán heti egyszeri alkalommal néhány perces műsorra korlátozódott.

33. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

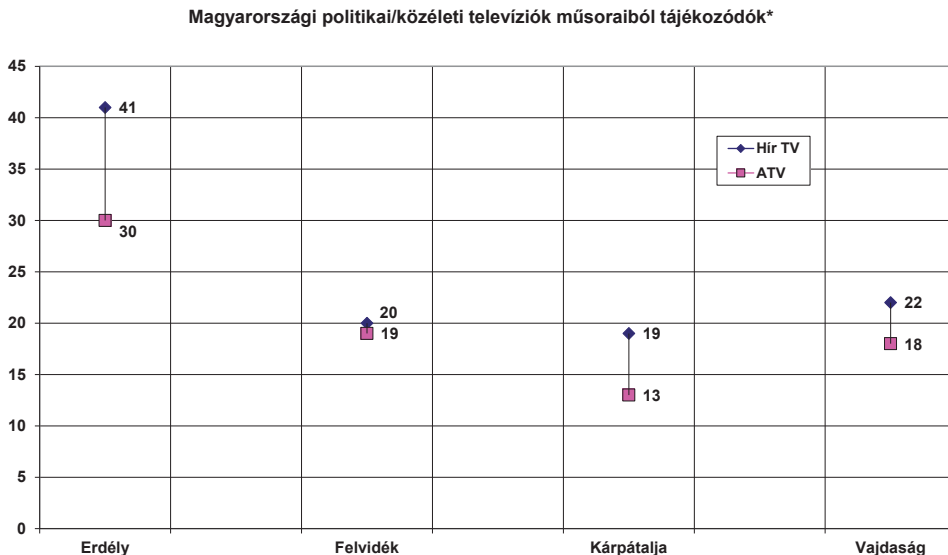
Azonban ennél nem sokkal öröndetesebb az összkép az erdélyi, illetve felvidéki állami tévék magyar nyelvű adásai nézettsége tekintetében sem: mindkét régióban már csupán 26 átlagpontnyi gyakoriságot tesz ki, ami tekintélyes – 30, illetve 20 átlagpontos – csökkenést jelent a húsz évvel korábban mért nézettséghez képest.

A magyar regionális televíziók esetében ugyan visszaesésről nem beszélhetünk, azonban nézettségük mindenütt a korábbi alacsony szinten maradt (mindössze 22–32 átlagpont között), így a helyi viszonyokról szóló anyanyelvi televíziós tartalmak terén továbbra sem csökkent a relatív információhiány. Az anyanyelven való televíziózással kapcsolatban egyértelműen pozitív fejleményről csupán a vajdasági Pannon TV esetében beszélhetünk, amelynek 2014 óta sikerült több mint megkétszereznie nézettségét (26-ról 59 átlagpontra). Az ungvári TV21 televízió egyelőre – elsősorban korlátozott lefedettsége miatt – 31 átlagpontosnak bizonyult nézettsége ellenére sem mondható átütő erejűnek, hiszen műsorai a kárpátaljai magyar érdeklődők túlnyomó többsége számára csupán az interneten érhetőek el.¹⁵

15 Az alacsony nézettség minden bizonnyal arra is visszavezethető, hogy az ukrán médiatörvénynek köszönhetően – valamint a magyarországi finanszírozás – ellenére a TV21 adásainak csupán 25%-a lehet magyar nyelvű.

A magyarországi politikai/közszerzői televíziók adásaiból tájékozódók aránya három régióban is igen számottevő érdeklenséget tükröz (csupán 13–22 átlagpont között).¹⁶ Ez alól kivételt képeznek az erdélyi tévénézők, akiknek esetében ez az arány relatíve magasabb, 30-41 átlagpontot tesz ki.

34. ábra



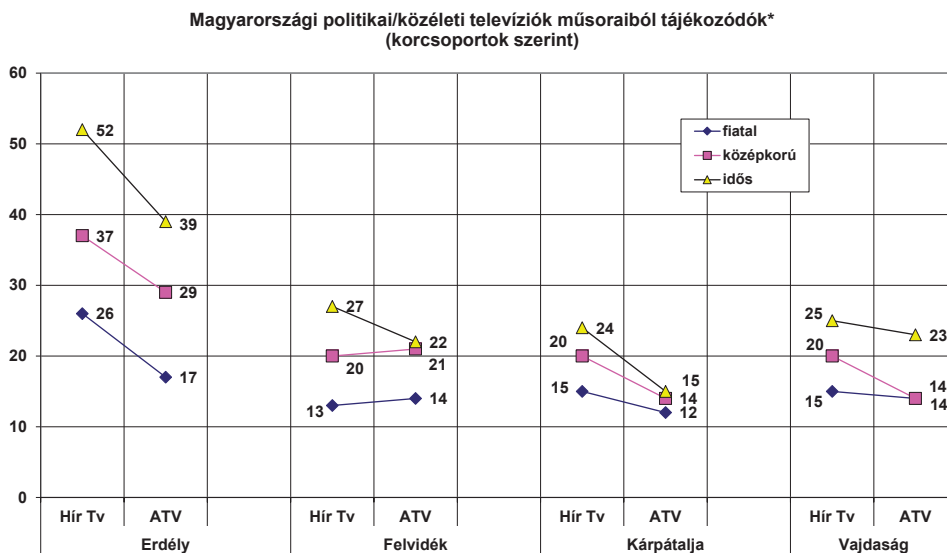
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Ami a politikai/közéleti kereskedelmi televíziókat illeti, ugyancsak három régióra jellemző, hogy a Hír TV számít vezető csatornának az ATV-vel szemben, s csupán a felvidékiek körében követik a két tévé műsorait ugyanakkora (alacsony) intenzitással.

16 A Magyarországról politikai tartalmakat sugárzó kereskedelmi televíziócsatornák nézettségi gyakoriságát – az RTL Klub, illetve a TV2-höz hasonlóan – a különböző ideológiai orientációkra való tekintet nélkül vizsgáljuk.

Szociodemográfiai változók szerint elmondható, hogy mindegyik régióban az idősek mutatnak nagyobb érdeklődést a közéleti műsorszámok, ezen belül pedig a Hír TV-n látható tartalmak iránt (az erdélyi 55 éven felüliek például igen magas, 50 átlagpontot meghaladó arányban).

35. ábra



Hozzájuk képest a fiatal korosztály tagjait – amint azt még számos egyéb vonatkozásban is tapasztalni fogjuk – határozottan apolitikus televízió nézési gyakorlat jellemzi: Erdélyben és a Felvidéken csupán feleakkora gyakorisággal kapcsolnak a tárgyalt televíziók műsoraira, mint az idősek, ám ugyanez a tendencia érvényesül Kárpátalján és a Vajdaságban is, csupán relatíve kisebb különbséggel. (15–16. táblázat)

15. táblázat**A magyarországi politikai/közéleti televíziók műsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély		Felvidék	
	Hír TV	ATV	Hír TV	ATV
Regionális átlag	41	30	20	19
Korcsoportok szerint				
Fiatal	26	17	13	14
Középkorú	37	29	20	21
Idős	52	39	27	22
Iskolai végzettség szerint				
Általános	49	38	14	15
Szakmunkás	36	29	22	21
Érettségi	39	26	21	22
Felsőfokú	38	25	17	18
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	44	33	16	3
Alsó-közép	41	31	20	17
Felső-közép	39	25	24	26
Gazdag	37	25	10	20
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	20	26	20	21
Enyhe munkanélküli érintettség	29	24	20	17
Válságos munkanélküli érintettség	52	35	18	15
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	42	31	20	20
Többségi iskola	35	32	18	15
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	26	21	18	21
Lét-identitás	44	33	21	18

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A kérdéssel kapcsolatban a regionális átlagoktól számottevő eltéréseket mértünk például munkapiaci helyzet szerint, így a politikai műsorok iránt jelentősebb érdeklődést mutatók között a válságos munkanélkülieket tarthatjuk számon (akik Erdélyben például már az 50 átlagpontot meghaladó gyakorisággal nézik a Hír TV politikai tárgyú adásait), szemben a biztos anyagi körülmények között élő gazdagokkal.

16. táblázat

A magyarországi politikai/közéleti televíziók műsoraiból tájékozódók*
(szociodemográfiai változók szerint)

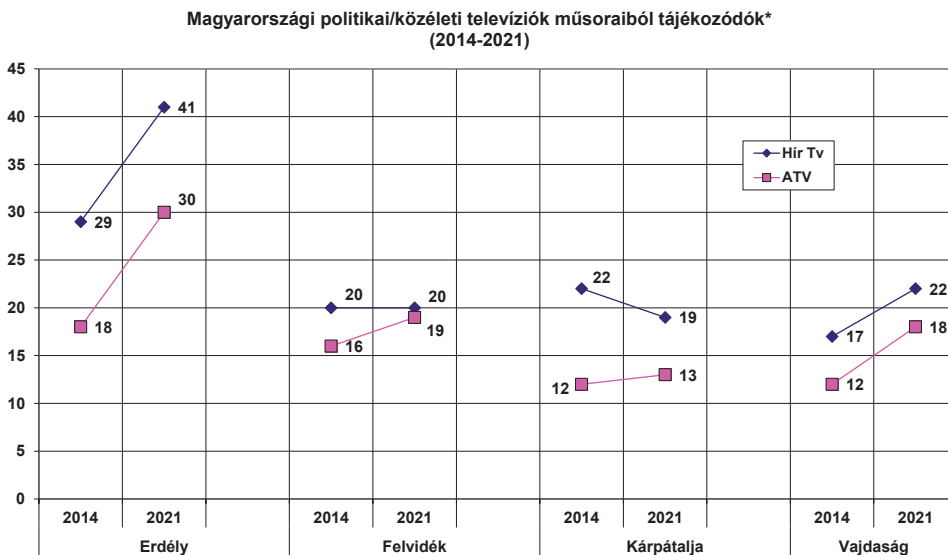
	Kárpátalja		Vajdaság	
	Hír TV	ATV	Hír TV	ATV
Regionális átlag	19	13	22	18
Korcsoportok szerint				
Fiatal	15	12	15	14
Középkorú	20	14	20	14
Idős	24	15	25	23
Iskolai végzettség szerint				
Általános	15	8	21	20
Szaktanácsos	26	18	24	16
Érettségi	15	12	17	13
Felsőfokú	30	21	25	19
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	13	7	19	12
Alsó-közép	17	12	21	18
Felső-közép	36	26	23	19
Gazdag	24	16	29	23
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	30	17	22	18
Enyhe munkanélküli érintettség	15	10	14	16
Válságos munkanélküli érintettség	27	21	17	17
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	19	13	22	17
Többségi iskola	23	15	19	24
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	–	–	16	17
Lét-identitás	19	13	20	17

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Az elmondottakon túl említést érdemel még, hogy identitásváltozók szerint a nemzeti önzonosságukat megtartók bizonyultak relatíve nyitottabbnak a magyarországi politikai tévék adásai iránt, szemben a státusz-identitással rendelkezőkkel, akik többnyire a regionális átlagoktól elmaradva kapcsolnak csupán a tárgyal, Magyarországról sugárzott politikai/közéleti televíziók műsoraiba.

Időbeli bontásban a magyarországi politikai/közéleti televíziók műsorait követők részaránya három régióban is csupán minimális változást mutat. Nézettségük a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban a korábbi szinten maradt (12 és 22 átlagpont között), s csupán Erdélyben növekedett, mindkét vizsgált televíziócsatorna esetében, a 10 átlagpontot meghaladó mértékben.

36. ábra

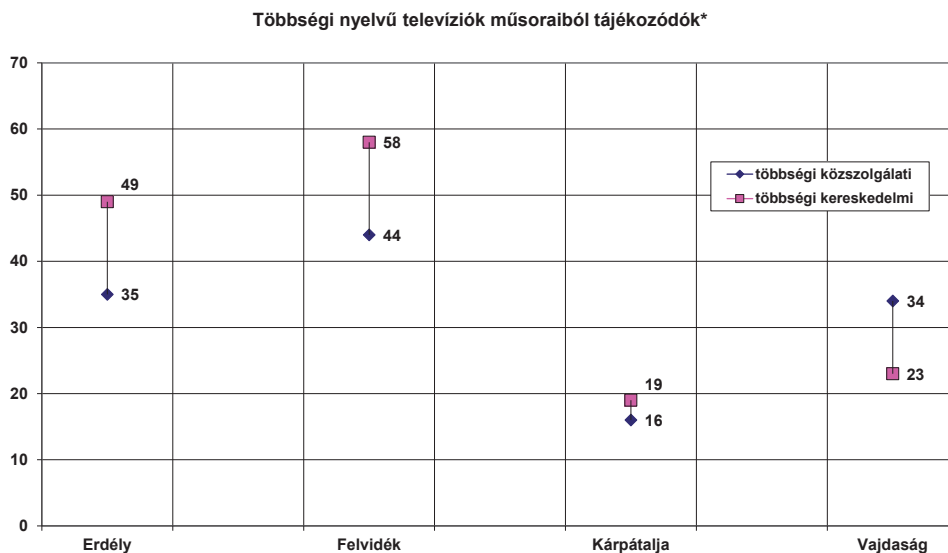


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Emellett az összes régiót tekintve egyaránt érvényes tendenciaként tapasztaltuk, hogy a Hír TV, illetve az ATV népszerűsége között ugyanakkora különbség maradt az előbbi javára.

Átterve a többségi nyelven sugárzó televíziók nézettségi intenzitásának áttekintésére, elmondható, hogy ezeket leginkább a felvidékiek, illetve erdélyiek nézik (35 és 58 átlagpont között), mely arány a vajdaságiak körében már csupán 23-34 átlagpontot tesz ki, a legkevésbé pedig a kárpátaljaiak esetében jellemző, akik többségi nyelvű televízió műsorokat már mindössze kevesebb, mint 20 átlagpontnyi gyakorisággal néznek, ami akár elenyésző arányúnak is tekinthető.

37. ábra



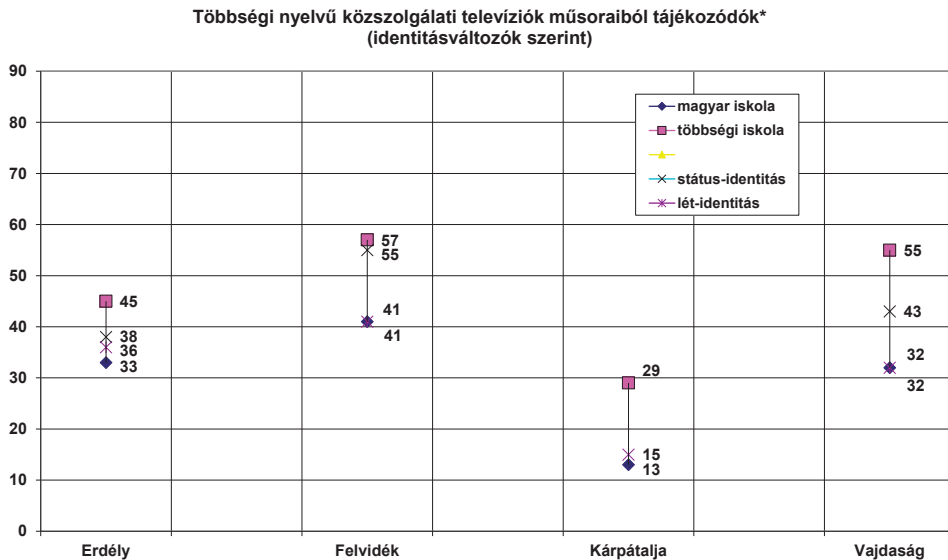
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Mindez újabb megerősítést jelent annak, hogy amíg az asszimiláció által több egyéb vonatkozásban is érintettebb felvidékiek körében a legnagyobb arányú a többségi nyelven történő televíziózás, addig a kárpátaljaiak tévéműsorokból való tájékozódását csaknem teljes egészében az anyanyelvi információk teszik ki.

A kérdéssel kapcsolatban említést érdemel még a vajdaságiak többi régióhoz képest atipikus gyakorlata, akik egyedülként néznek (11 átlagponttal) több közszolgálati tévéműsort a többségi nyelven, mint kereskedelmit.

A többségi nyelvű televíziók nézettségére vonatkozó adatsorok természetesen identitásváltozók szerint különülnek el leginkább egymástól.

38. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Az általános iskola nyelve ezúttal is döntő tényezőnek bizonyult, hiszen a többségi nyelvű iskolát végzett válaszadók Erdélyen kívül minden régióban magasan az első helyen kapcsolnak a szerb, szlovák stb. tévék műsoraira az anyanyelvi oktatásban részesültekhez képest, tekintet nélkül azok közszolgálati, illetve kereskedelmi tartalmára.

Egyéb társadalmi rétegződés szerint az előbbiekhöz fogható szegregációs távolságokat csupán korcsoportok szerint tapasztaltunk, hiszen a fiataloktól az idősekig mindenütt egyenes arányban nő a többségi tévéket nézők aránya, különösen a román, szlovák stb. közszolgálati televíziócsatornák esetében.¹⁷ Ezt példázza, hogy az erdélyi idősek az ott élő fiataloknál már kétszer nagyobb gyakorisággal kapcsolnak a román köztévé műsoraira (22 és 45 átlagpont).

17. táblázat

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

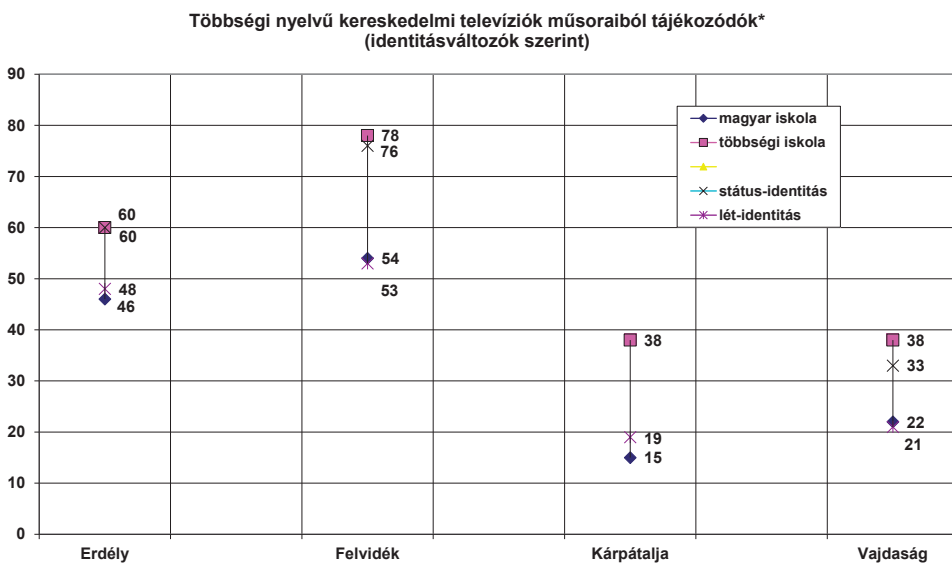
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	35	44	16	34
Korcsoportok szerint				
Fiatal	22	38	14	24
Középkorú	33	43	14	35
Idős	45	51	36	36
Iskolai végzettség szerint				
Általános	36	39	14	33
Szakmunkás	36	42	20	36
Érettségi	35	46	15	34
Felsőfokú	33	49	19	33
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	35	36	12	37
Alsó-közép	35	44	15	30
Felső-közép	34	44	24	41
Gazdag	43	47	16	32
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	33	46	17	32
Enyhe munkanélküli érintettség	29	43	19	37
Válságos munkanélküli érintettség	40	39	13	34
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	33	41	13	32
Többségi és vegyes iskola	45	57	29	55
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	38	55	–	43
Lét-identitás	36	41	15	32

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

17 Ennek oka ugyan alapvetően a nemzeti identitáshoz való eltérő viszonyban keresendő, ám tekintettel a világjárványból következő igen speciális helyzetre, elképzelhető, hogy a többségi televíziókból való informálódás mértékét relatíve az is fokozta, hogy az érintett államok aktuális járványhelyzetével kapcsolatban a magyar nyelvű (különösen pedig a magyarországi) tévécsatornák kevésbé szolgáltak naprakész részletes információkkal.

Ami a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók nézettségi gyakoriságát illeti elmondható, hogy ezek népszerűsége számottevően magasabb, mint azt a közszolgálati tévékkel kapcsolatban láttuk, hiszen előbbieket az erdélyi, különösképpen pedig a felvidéki asszimiláns rétegek tagjai már kiugróan magas, 60–78 átlagpont közötti arányban követik. Emellett mindenképpen figyelmet érdemel azonban, hogy a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók népszerűsége az említett két régióban élő identitásukat őrző rétegek körében sem elhanyagolható mértékű: 48–58 átlagpontot tesz ki, ami jóval nagyobb érdeklődést jelez például a magyar nyelvű regionális televíziók esetében mértnél.

39. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Az elmondottak csupán annyiban jellemzik a kárpátaljai, illetve vajdasági tévénézőket, hogy többségi nyelvű televíziókat ezekben a régiókban is elsősorban a nem magyar általános iskolát végzettek néznek. Ennek mértéke azonban igen számottevően elmarad az erdélyiek és felvidékiek esetében látottaktól (csupán 38–38 átlagpont), ami azt jelenti, hogy Kárpátalján és a Vajdaságban még az asszimilációban érintett rétegek is lényegesen csekélyebb gyakorisággal néznek többségi kereskedelmi tévét, mint az Erdélyben és a Felvidéken élő nemzeti identitásukat megőrzők, illetve magyar általános iskolába járók. (18. táblázat)

18. táblázat**A többségi nyelvű kereskedelmi televíziók műsoraiból tájékozódók* (szociodemográfiai változók szerint)**

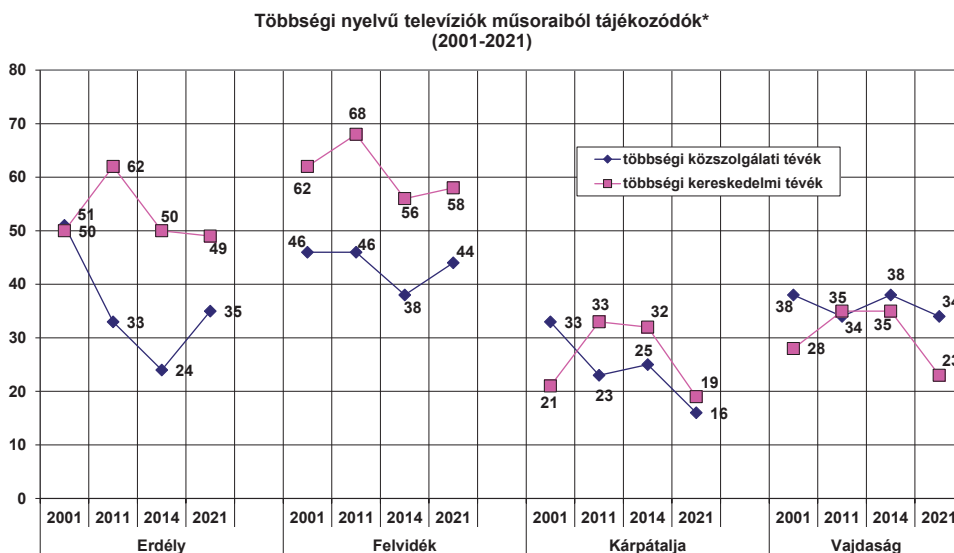
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	49	58	19	23
Korcsoportok szerint				
Fiatal	34	55	17	22
Középkorú	52	59	19	22
Idős	54	58	20	23
Iskolai végzettség szerint				
Általános	42	58	18	25
Szaktudás	50	57	22	23
Érettségi	54	59	15	23
Felsőfokú	50	57	20	18
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	42	58	16	28
Alsó-közép	50	58	19	22
Felső-közép	50	58	23	21
Gazdag	64	58	20	22
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	50	60	20	22
Enyhe munkanélküli érintettség	44	60	26	27
Váltságos munkanélküli érintettség	46	53	13	21
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	46	54	15	22
Többségi és vegyes iskola	60	78	38	38
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	60	76	–	33
Lét-identitás	48	53	19	21

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Egyéb szociodemográfiai változók szerint a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók nézettségével kapcsolatban említésre érdemes különbségeket nem regisztráltunk. A ritka kivételek között tarthatjuk számon azonban, hogy a fiatal korosztály tagjai az időseknél mindenütt csekélyebb gyakorisággal követik ezeket a televíziós tömegkulturális tartalmakat (Erdélyben különösen, 20 átlagponttal kevesebben), valamint, hogy a legtehetősebb rétegek tagjai számitanak inkább kereskedelmi televízió orientáltak (Erdélyben úgyszintén a 20 átlagpontot meghaladó arányban a szegényekhez képest).

A többségi nyelvű televíziók nézettségének idősoros összehasonlítása azonban néhány meglepőnek mondható tendenciát is jelez. Ezek közül elsőként az említhető, hogy a jelenlegi mutatók csaknem a legtöbb esetben megegyeznek a húsz évvel ezelőttiekkel. Amit leginkább a többségi kereskedelmi tévék használatának gyakoriságára vonatkozó adatsorok példáz-
nak, hiszen ezek mindegyik régióban azt mutatják, hogy a határon túli magyarok 2001-ben ugyanakkora intenzitással nézték a szóban forgó tévécsatornák műsorait, mint húsz évvel később.

40. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Bizonyos ingadozásokat (2011-ben például relatív növekedést) ugyan mindenütt tapasztalunk, ám végeredményben mára a többségi nyelvű kereskedelmi televíziók pozíciói a közszolgálati csatornákkal szemben – a Vajdaság kivételével – ugyanolyan szilárdnak mondhatók, mint 2001-ben voltak.

Utóbbiak esetében a húsz évvel ezelőtt mért szint megtartása a Felvidéken és a Vajdaságban úgyszintén elmondható, s jelenleg csupán Kárpátalján kapcsolnak többségi nyelvű közszolgálati adókra ritkábban a korábban regisztrált gyakorisághoz képest.

Összességében azonban azt tapasztaltuk, hogy két évtized alatt a válaszadók körében egyik régióban sem nőtt említést érdemlő arányban a szlovák, szerb stb. televíziók nézettsége, ami – ismervén az időközben egyéb téren végbe ment asszimilációs folyamatokat – relatíve kedvező tendenciaként értékelhető az érintettek médiafogyasztási gyakorlata szempontjából.

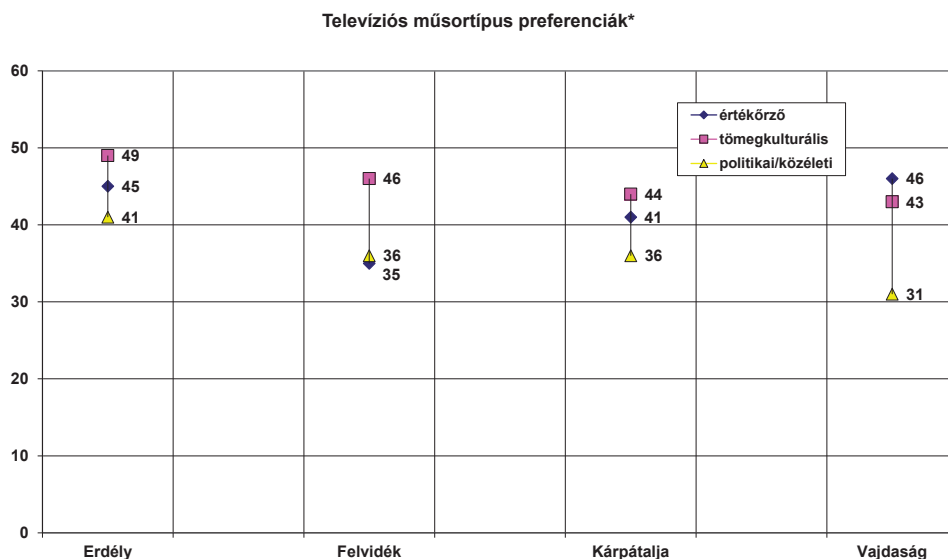
2.4.3. Televíziós műsortípus preferenciák

Miután az eddigiekben bemutatott médiahasználati gyakorlat árnyalásához a televízió műsorok további részletes vizsgálata szükséges, a következőkben bemutatjuk, hogy az egyes televíziós műsortípusok szerint milyen tendenciák figyelhetők meg a határon túli magyarok televízió nézési szokásaiban.

A következőkben adataink nem az egyes televíziócsatornák, hanem az általuk sugárzott műsortípusok nézettségének mértékét, vagyis népszerűségének fokát szemléltetik. Elsőként a különböző műsortípusok nézettségi intenzitásával kapcsolatos adatsorokat ismertetjük, melyeket három kategóriába soroltunk. Ezek: az értékörző-, a tömegkulturális-, valamint a politikai/közéleti műsortípusok.

Az így kialakított kategóriák regionális népszerűségét ábrázoló grafikon általános szinten egymáshoz igen közeli tendenciák meglétére utal, mely szerint a tömegkulturális műsortípusok a Vajdaságon kívül mindegyik régióban az első helyet foglalják el, melyeket az értékörző műsorok követnek, legkevésbé népszerűnek pedig a politikai és közéleti műsorok bizonyultak.

41. ábra



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

A felsorolt kategóriákon belüli konkrét műsortípusokat aszerint rendeztük sorrendbe, hogy azok a transzponált skálaátlagok alapján mind a négy régióban hányadik helyen végeztek. Az így kialakult helyezési sorszámátlagok¹⁸ alapján kialakult erősorrendeket a 21. táblázat adatai szemléltetik.

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

19. táblázat

Televíziós műsортípus preferenciák – Nézettségi intenzitás*

Összregionális helyezési sorszám átlagok	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Értékközlő műsorok				
Regionális átlagok	45	35	41	46
ismeretterjesztő filmek (1,5)	59	59	58	67
hagyományőrző műsorok (2,0)	52	45	51	64
a határon túl élő magyar közösségekkel foglalkozó műsorok (2,5)	42	37	61	59
művészfilmek (5,0)	41	30	26	35
vallási műsorok (5,0)	47	26	44	33
irodalmi műsorok (5,0)	36	31	31	39
komolyzenei műsorok (7,0)	35	20	19	22
Tömegkulturális műsorok				
Regionális átlagok	49	46	44	43
vígjátékok (1,7)	70	68	70	67
szórakoztató műsorok (2,2)	65	62	62	69
vetélkedők (3,2)	53	56	47	57
zenei vetélkedők (3,7)	58	57	47	45
mozifilmek (4,5)	63	67	68	52
bűnügyi filmek (6,5)	55	60	51	56
könnyűzenei műsorok (8,5)	48	43	45	46
napi magyar sorozatok (Barátok közt, Jóban rosszban) (8,7)	45	41	39	33
régi magyar tévésorozatok (8,7)	46	40	42	43
régi magyar fekete-fehér filmek (8,7)	44	35	37	51
kívánságműsorok (9)	43	29	36	35
napi „reality” sorozatok (Éjjel-nappal Budapest, Édes élet, Magánnyomozók) (12,5)	29	34	21	18
romantikus sorozatok (13)	41	35	40	33
valóságshow-k (13,5)	31	32	23	22
külföldi szappanoperák (15)	37	28	35	21
Politikai/közéleti műsorok				
Regionális átlagok	41	36	36	31
hírműsorok (1,0)	75	62	71	64
politikai vitaműsorok (stúdióbeszélgetések) (2,0)	31	32	25	21
politikai (nézői) betelefonálás vélemény-műsorok (3,0)	18	15	11	9

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

Az egyes konkrét értékörző műsorokkal kapcsolatban relatíve kiegyensúlyozott összképet kaptunk, mely szerint három műsortípus bizonyult meghatározónak: az ismeretterjesztő filmek, a hagyományörző, valamint a határon túl élő magyar közösségekkel foglalkozó műsorok. A leginkább értékörző-orientáltak a vajdaságiak bizonyultak a legkevésbé pedig a felvidékiek. Az említett két régióban élők műsorválasztási gyakorlata közötti számottevő különbségeket jelzi például, hogy előbbiek a hagyományos értékeket bemutató, valamint a célzottan a határon túli magyaroknak szóló műsorokat a felvidékieknél mintegy 20 átlagponttal nagyobb intenzitással követik.

Az értékörző kategórián belül kevésbé népszerű műsorok közül a vallási tartalmakkal kapcsolatban mértük a legmarkánsabb regionális eltéréseket, ezeket az erdélyiek, illetve a kárpátaljaiak nézik a legmagasabb arányban (47 és 44 átlagpont), míg a vizsgált régiók lakosai körében leginkább szekularizáltak mondható felvidékiek a televíziós vallási műsorokat már csupán alig 26 átlagpontnyi intenzitással követik.

A tömegkulturális műsortípusok erőssorrendje a következőképpen alakult: meghatározó előnnyel vezetnek a vígjátékok, a humoros szórakoztató műsorok, valamint a zenei és egyéb vetélkedők. (45–70 átlagpont) A középmezőnybe a mozi-, illetve bűnügyi filmek/filmsorozatok tartoznak (56–63 átlagpont), amit a könnyűzenei műsorok, napi magyar sorozatok, régi magyar tévésorozatok és fekete-fehér filmek, valamint a kíváncsgéműsorok követnek. (40–52 átlagpont)

A tömegkulturális műsorszámok között a nézettség tekintetében jelentősen leszakadva a napi „reality” és romantikus sorozatokat, a valóságshow-kat, az utolsó helyen pedig a külföldi (nagy részét latin-amerikai, újabban török stb.) szappanoperákat tarthatjuk számon. (21–41 átlagpont)¹⁹

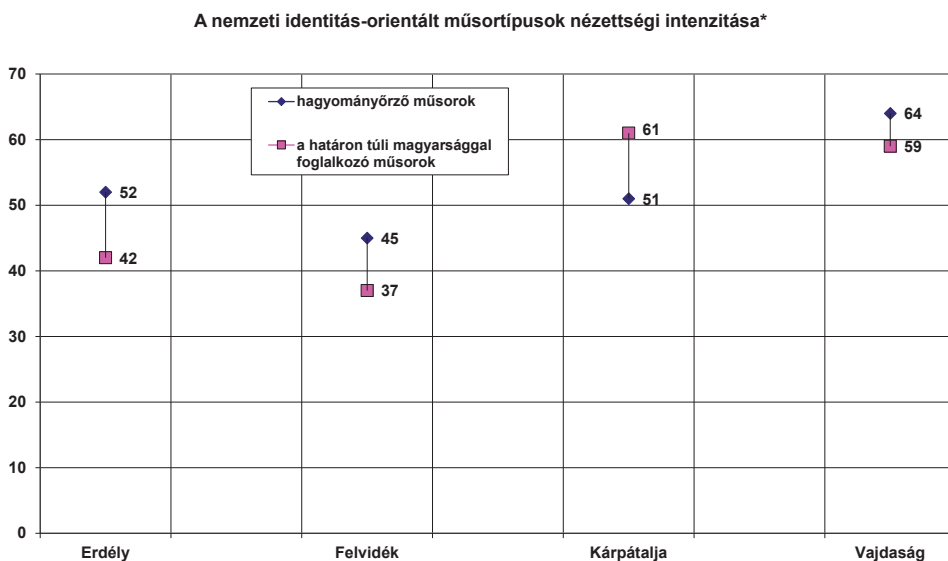
A közéleti/politikai műsortípusok nézettségével kapcsolatban az összes régióban hasonló tendenciák meglétét tapasztaltuk. Az első helyen a hírműsorok szerepelnek (62–75 átlagpont), amelyeket számottevően lemaradva a politikai vitaműsorok (23–30 átlagpont), valamint a politikai betelefonálás véleményműsorok követnek (11–15 átlagpont).

Az egyes televíziós műsortípusok nézettségi gyakoriságával kapcsolatos regionális alapmegoszlások vázlatos ismertetését követően a továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy a határon túli magyarság médiafogyasztása szempontjából kardinális fontossággal bíró konkrét műsorszámok – elsősorban a nemzeti értékörzéssel foglalkozók, illetve a hírműsorok – népszerűsége miként alakult a különböző társadalmi rétegek körében.

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

A nemzeti identitás-orientált műsортípusokkal kapcsolatban elsőként az érdemel figyelmet, hogy ezeket a vajdaságiak és kárpátaljaiak lényegesen nagyobb gyakorisággal nézik, mint az erdélyiek, illetve felvidékiek. Mindez a konkrét transzponált átlagok tükrében azt jelenti, hogy az utóbbiak a tárgyalt műsортípusokat már csupán 37–52 átlagpontnyi intenzitással nézik, míg előbbiek esetében ezek az értékek 51–64 átlagpont között mozognak.

42. ábra



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

Ugyancsak majdnem mindegyik régióra jellemző, hogy válaszadóink a hagyományőrző műsorokra kapcsolnak gyakrabban (45–64 átlagpont között), míg a határon túli magyarsággal foglalkozó, elsősorban napi információkat tartalmazó műsorokat mindössze 37–59 átlagpontnyi intenzitással nézik (ez alól kivételt képeznek a kárpátaljaiak, akiknek esetében az arány fordított).

20. táblázat**A hagyományörző műsortípusok nézettségi intenzitása*
(szociodemográfiai változók szerint)**

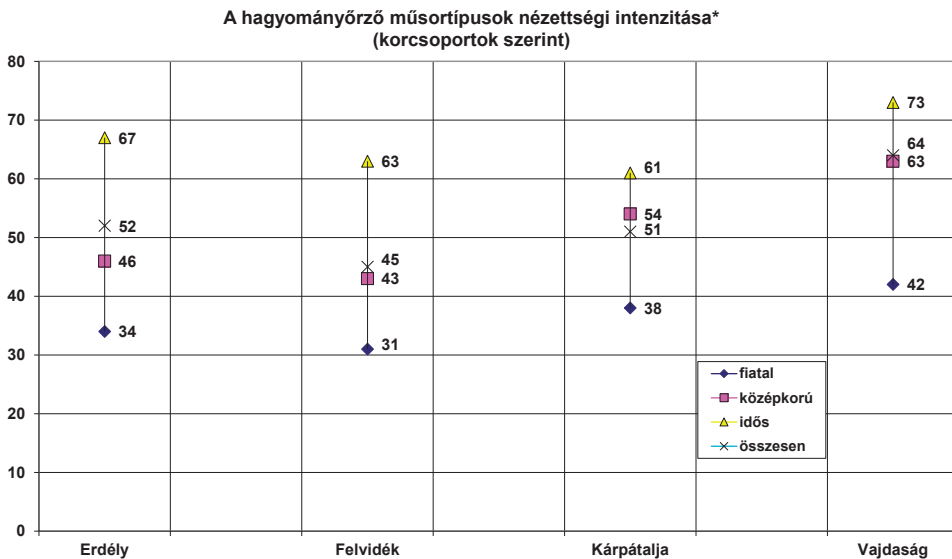
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	52	45	51	64
Korcsoportok szerint				
Fiatal	34	31	38	42
Középkorú	46	43	54	63
Idős	67	63	61	73
Iskolai végzettség szerint				
Általános	61	41	45	65
Szakmunkás	48	48	54	65
Érettségi	54	43	52	58
Felsőfokú	44	46	56	69
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	58	46	45	65
Alsó-közép	53	45	51	63
Felső-közép	45	46	59	66
Gazdag	52	40	42	70
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	46	45	52	62
Enyhe munkanélküli érintettség	39	38	42	52
Válságos munkanélküli érintettség	68	39	52	70
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	59	46	51	65
Többségi és vegyes iskola	51	40	51	54
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	43	36	–	54
Lét-identitás	54	50	51	64

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A vizsgált műsortípusok tekintetében vezető hagyományörző műsorok nézettsége szociodemográfiai változók szerint vegyes összképet mutat. Amíg három régióban azt tapasztaltuk, hogy ezeket elsősorban a diplomával rendelkezők nézik átlag fölötti arányban, az erdélyi felsőfokú végzettségűekre ez nem jellemző (olyannyira, hogy az általános iskolai végzettségűekhez képest csaknem 20 átlagponttal kevésbé kapcsolnak ilyen műsorokra). Vagyoni helyzet szerint – a felvidéki gazdagokat kivéve – inkább a tehetős réteg tagjai néznek kevésbé hagyományörző műsorokat, míg a válságos munkanélküli érintettek – ugyancsak a felvidékieket nem számítva – átlag fölötti arányban követik ezeket.

Az identitásváltozók szerint a várt élesen elkülönülő gyakorlatot regisztráltuk, miután a magyar iskolát végzetek és lét-identitásúak csaknem mindegyik régióban 10, vagy azt meghaladó arányban követik a hagyományörző műsorokat az asszimiláns rétegekbe tartozókhoz képest.

43. ábra



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

A hagyományörző műsorok nézettségi intenzitása terén a legjelentősebben eltérő gyakorlatot korcsoportok szerint mértük, hiszen mindegyik régióra az jellemző, hogy az ilyen típusú műsorok nézettsége meredeken felfutó növekedést mutat a fiataloktól az idősökig. Ez azt jelenti, hogy amíg a fiatalok már csupán alig 31–42 átlagpontnyi gyakorisággal kapcsolnak a tárgyalt műsorokra, az idősök esetében ez az arány 61–73 átlagpontot tesz ki, ami az erdélyiek és felvidékiek esetében kétszer nagyobb intenzitást jelent, ám a vajdasági idősök is 31, a kárpátaljaiak pedig 23 átlagponttal gyakrabban nézik a nemzeti identitásuk szempontjából meghatározó televíziós tartalmakat.

A határon túli magyarság aktuális helyzetével foglalkozó műsортípusok nézettségével kapcsolatos adataink a legtöbb vonatkozásban megerősítik az előbb látott tendenciákat, melyeket a legkevésbé a felvidékiek és erdélyiek nézik (37–42 átlagpont), a leginkább pedig a vajdaságiak, valamint a kárpátaljaiak (59–61 átlagpont).

21. táblázat

A határon túli magyarsággal foglalkozó műsортípusok nézettségi intenzitása* (szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	42	37	61	59
Korcsoportok szerint				
Fiatal	27	27	52	36
Középkorú	40	38	62	59
Idős	52	48	69	68
Iskolai végzettség szerint				
Általános	46	32	57	61
Szaktanulmányos	38	37	66	62
Érettségi	42	39	60	53
Felsőfokú	46	42	66	60
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	48	32	56	60
Alsó-közép	42	36	60	57
Felső-közép	42	41	69	63
Gazdag	36	38	66	63
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	38	39	62	59
Enyhe munkanélküli érintettség	52	34	57	50
Válságos munkanélküli érintettség	50	30	59	58
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	43	37	61	60
Többségi és vegyes iskola	43	36	60	54
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	33	29	–	45
Lét-identitás	43	41	61	60

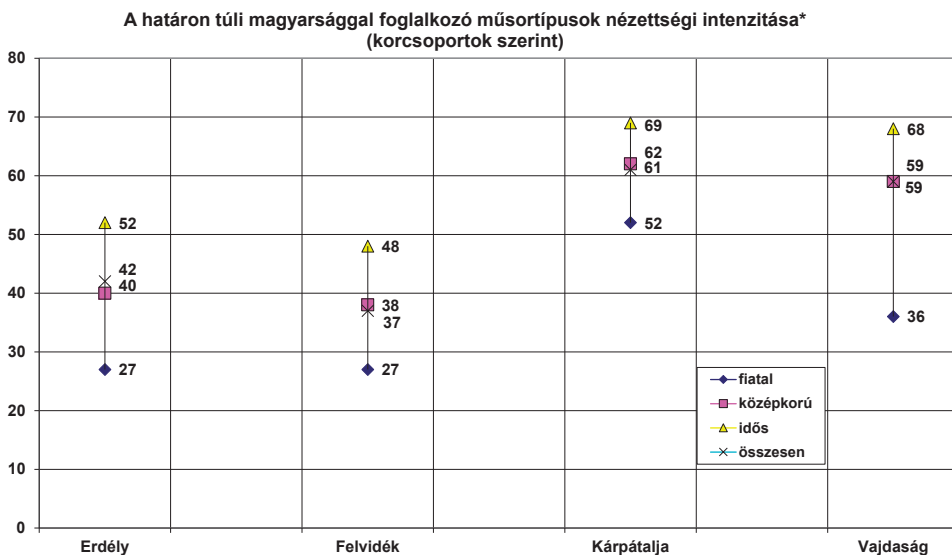
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Az egyedüli eltérést a hagyományörző műsorok esetében látottakhoz képest az jelenti, hogy a legtöbb esetben éles rétegzőként működő iskolai végzettség nyelve szerinti tévénézési gyakorlat ezúttal kevésbé különül el egymástól, s néhány kivételtől eltekintve a magyar, illetve többségi nyelvű iskolát végzettek ugyanolyan intenzitással kapcsolnak a határon túli magyarság helyzetével foglalkozó műsorokra.

Mindez nem érvényes azonban identitástípusok szerint, hiszen az országukat hazájukként megjelelők már 10–15 átlagponttal kevésbé nézik a tárgyalt műsorokat a szűkebb-tágabb szülőföldjüket hazájuknak tartó lét-identitásúakhoz képest.

Az eddigiek fényében a korcsoportok szerinti megoszlások túlságosan sok meglepetést nem tartogatnak. A 28–35 év közöttiek a határon túli magyarság életével foglalkozó műsorokat – a kárpátaljai fiatalokat kivéve, 52 átlagpont – még a hagyományörző műsoroknál is kevésbé néznek (27–36 átlagpont).

44. ábra



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

Hozzájuk képest az idősek ugyan mindegyik régióban számottevően gyakrabban követik a tárgyalt műsorokat, ám nem ugyanakkora arányban. A kárpátaljai és vajdasági 55 éven fölüliek esetében regisztrált kimagasló, csaknem 70 átlagpontnyi gyakorisághoz képest a felvidéki és erdélyi idősek már csupán 50 átlagpont körüli arányban érdeklődnek az érintett műsorok iránt, ami figyelmeztető jelzés a tekintetben, hogy a nemzeti identitás-orientált tévéműsorok iránti érdeklődés megcsappanása nem csupán a fiatal korosztályhoz tartozók médiafogyasztására jellemző.

A legnépszerűbbnek bizonyult hírműsorok nézettségi intenzitása szociodemográfiai megoszlásban is tartogat néhány figyelmet érdemlő tendenciát. Ezek közül elsőként az említendő, hogy iskolai végzettség szerint a régiók között igen változatos gyakorlatot tapasztaltunk. Amíg Erdélyben egyenes arányban csökken a hírműsorok nézettsége az iskolai végzettség növekedésével (a diplomások több mint 20 átlagponttal kevésbé követik a híreket, mint az általános iskolát végzettek), Kárpátalján a helyzet pont fordított: a felsőfokú végzettségűek nézik 10 átlagponttal intenzívebben a hírműsorokat az általános végzettséggel rendelkezőkhöz képest.

22. táblázat

A hírműsorok nézettségi intenzitása* (szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	75	62	71	64
Korcsoportok szerint				
Fiatal	61	51	57	44
Középkorú	71	63	73	61
Idős	85	74	81	73
Iskolai végzettség szerint				
Általános	86	58	67	67
Szaktudás	74	66	72	64
Érettségi	73	63	69	60
Felsőfokú	64	62	77	59
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	84	64	68	66
Alsó-közép	75	63	71	62
Felső-közép	67	41	74	66
Gazdag	83	37	54	70
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	72	62	71	65
Enyhe munkanélküli érintettség	64	61	69	52
Válságos munkanélküli érintettség	81	59	64	59
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	75	61	70	65
Többségi és vegyes iskola	75	68	74	61
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	76	60	–	70
Lét-identitás	76	64	70	63

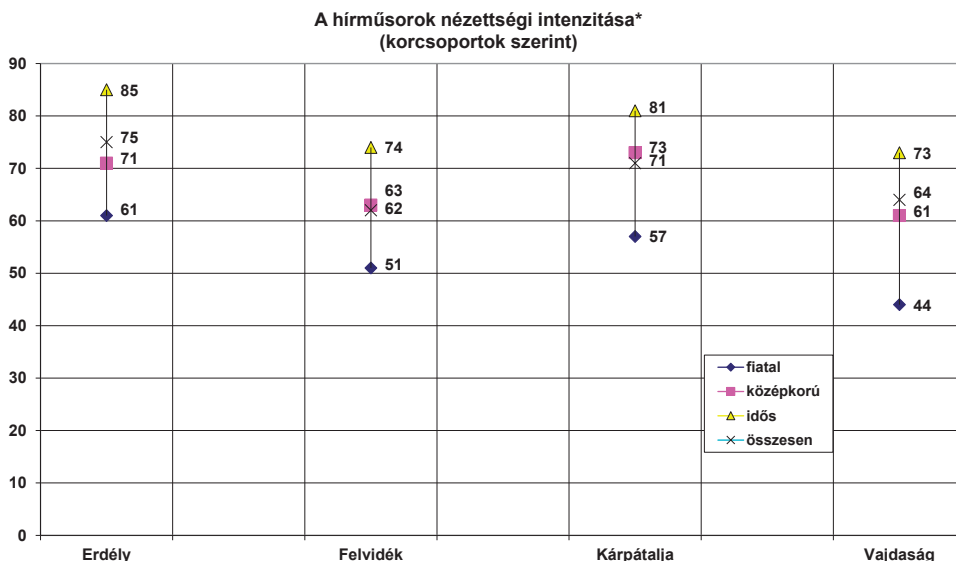
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Anyagi helyzet szerint ugyancsak jelentősen megosztott regionális tendenciákat regisztráltunk: amíg a szegények három régióban is átlag közeli mértékben fogyasztanak televíziós

hírműsorokat, a Felvidéken nézettségük egyenes arányban csökken az anyagi helyzet javulásával. Ez azt jelzi, hogy az ott élő tehetősebb rétegek tagjai igen magas fokú érdeklődést mutatnak a televíziós hírműsorok iránt.

Ez utóbbi, a hírműsorok nézettségének erőteljes háttérbe szorulása jellemzi minden régióban a fiatal korosztály tagjait is. A leginkább a vajdaságiakét (mindössze 44 átlagpont), ám a fiatalok a többi régióban is csupán 51-61 átlagpont közötti intenzitással követik a nagyvilág, illetve szűkebb környezetük politikai/közéleti eseményeit televíziós hírműsorokból.²⁰

45. ábra



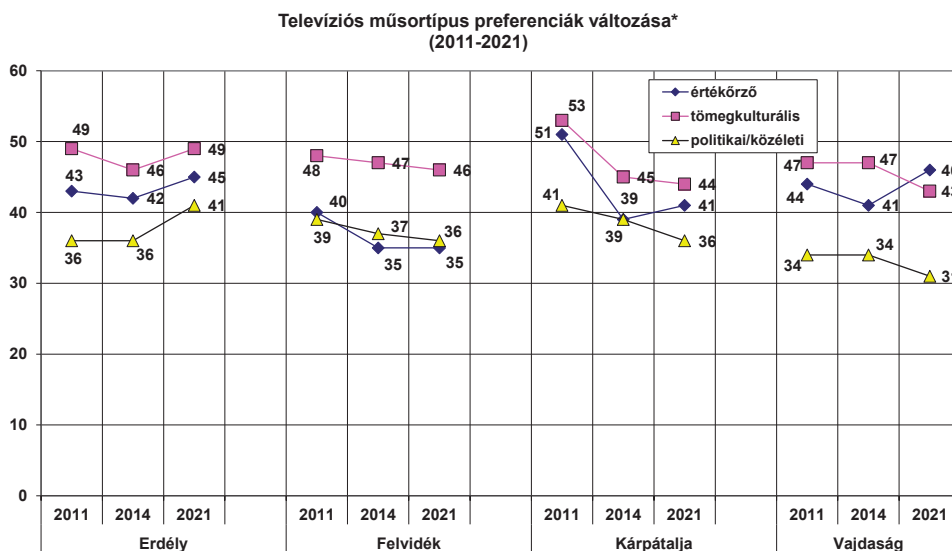
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–soha nem nézi...100–gyakran nézi.

Ami a többi korosztály hírműsorok iránti érdeklődésének mértékét illeti, a középkorúak mindenütt a regionális átlagoknak megfelelő arányban nézik a televíziók hírműsorait, a leginkább pedig az idősek, akik kimagasló, 73–85 átlagpont közötti gyakorisággal szerzik aktuális információikat a tárgyalt televíziós információforrásból.

20 Mindez egyfelől igazolja a fiatal korosztály – sok egyéb vonatkozásban is megnyilvánuló – egyre apolitikusabb értékrendjét, mindazonáltal a bemutatott rendkívül alacsony nézettség alighanem az interneten való információszerezés brutális térnyerésének indirekt bizonyítéka is a fiatal korosztályhoz tartozók körében.

A televíziós műsortípus preferenciákkal kapcsolatban eddig bemutatott jelenlegi szerteágazó tendenciák tükrében idősoros bontásban meglepően „relatív mozdulatlan” állapotot regisztráltunk. Ennek lényege, hogy mindhárom műsortípus esetében elmondható: nézettségi intenzitásuk tekintetében egy évtized alatt csupán minimális változás ment végbe.

46. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Az összehasonlító grafikon adatai tehát ritkán tapasztalható mozdulatlanságról árulkodnak, hiszen mindegyik vizsgált kategória esetében csupán alig néhány átlagpontnyi különbség mutatkozik a 2011-es állapothoz képest. Leginkább az tekinthető akár pozitív fejleménynek, hogy az identitásörzés szempontjából fontos műsorok népszerűsége annak ellenére sem csökkent, hogy ugyanezen időszak alatt a társadalmi lét egyéb területein igen számottevő asszimilációs folyamatok mentek végbe a határon túli magyarság körében.

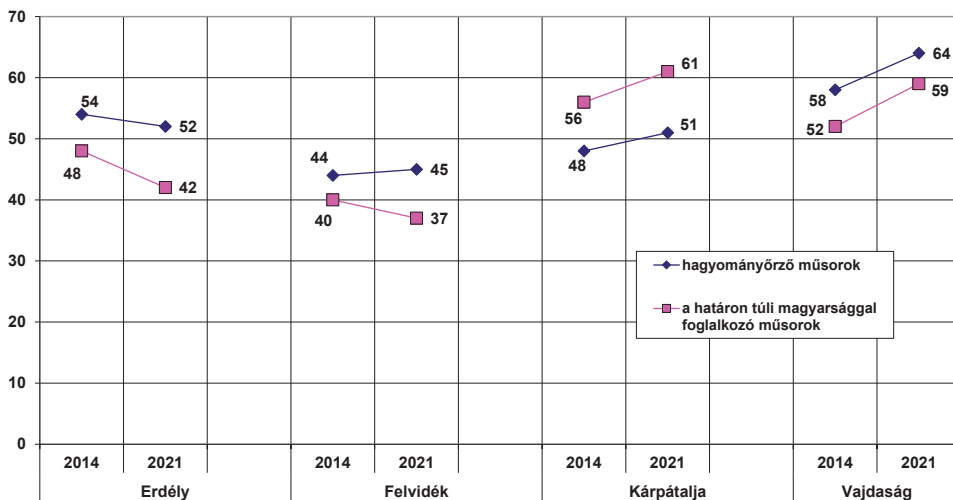
Ugyancsak inkább relatív kedvező fejleményként értékelhető, hogy a tömegkulturális tartalmakat sugárzó műsorok ugyan továbbra is őrzik vezető szerepüket (csupán a Vajdaságban szorultak a második helyre), ám korábbi előnyüket nem tudták növelni.

A politikai/közéleti televíziós műsorszámok továbbra is az utolsó helyet foglalják el minimális különbséggel, ami csupán újabb bizonyítékul szolgál annak megállapításához, hogy a különböző összevont kategóriaként kezelt műsortípusok népszerűségét a vizsgált időszakban a hullámzásoktól mentes kiegyensúlyozottság jellemzi.

Ugyanez mondható el a két nemzeti identitás-orientált kategória nézettségi intenzitásának idősoros adataiból következő tendenciáról is, hiszen a hagyományőrző, illetve a határon túli magyarság helyzetével foglalkozó műsorok népszerűségének alakulásával kapcsolatban azt tapasztaltuk, hogy nézettségük Erdélyben és a Felvidéken a korábbi (2014-es) szinten maradt, Kárpátalján, illetve a Vajdaságban pedig minimális növekedést mutat.

47. ábra

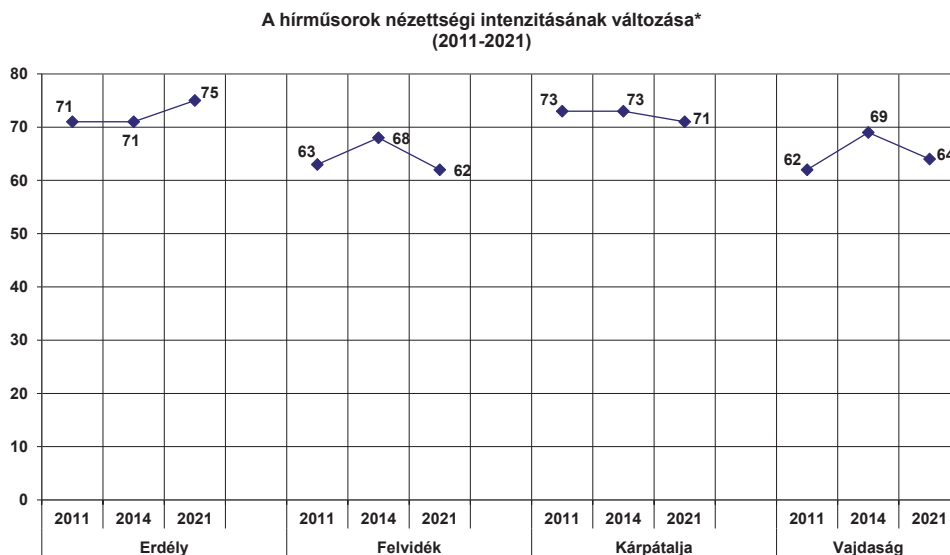
A nemzeti identitás-orientált műsortípusok nézettségi intenzitásának változása* (2014-2021)



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A leginkább nézett hírműsorok esetében még inkább meglepő, hogy népszerűségük terén a legcsekélyebb pozitív, illetve negatív irányú hullámzás sem történt a vizsgált tíz éves időszak alatt.

48. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Ez a jelenség különösen amiatt figyelemre méltó, mert a közélet és a geopolitikai helyzet térségünkben épp ezekben az években vált hirtelen, és a legkevésbé sem várt módon turbulenssé (többek között az illegális migránsválságnak, illetve a világválságnak köszönhetően), aminek elméletileg fokozott és eddig nem tapasztalt mértékű folyamatos, naprakész „információ-éhséggel” kellett volna járnia. Mindennek azonban nem találtuk nyomát a televíziócsatornák által sugárzott hírműsorok nézettségi intenzitásával kapcsolatban.

Miután az idézett fejlemény okai önmagukban – csupán a televízió műsorokból való információszerezés alakulásából – nehezen feltárhatók, a problematikával kapcsolatban az egyéb alternatív információforrások (elsősorban az internethasználat) szerepének feltárása szükséges, amivel elemzésünk későbbi fejezeteiben foglalkozunk.

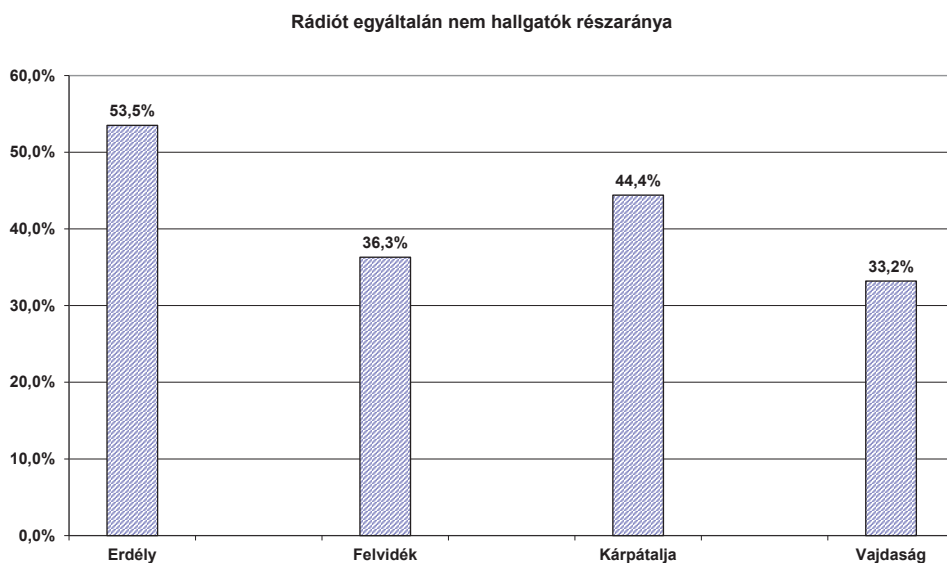
3. Rádióhallgatási szokások változása

A határon túli magyarság rádióhasználati szokásaival kapcsolatban a televíziózáshoz hasonlóan szerteágazó és sok tekintetben figyelemre méltó tendenciákat tapasztaltunk.

3.1. A rádiót nem hallgatók részarányának változása

Ezek közül elsőként a rádiót jelenleg már egyáltalán nem hallgatók regionális megoszlása érdemel említést, mely szerint a – médiafelületek fiktív sorrendjében jelentősen leszakadva csupán a harmadik helyen végzett, mindössze 3,2–7,4% részarányt elérő – rádióhasználatra vonatkozó alábbi valós hallgatottsági mutatók igen számottevő elfordulást jeleznek a tárgyalt médiafelülettől.

49. ábra



Az említett folyamat markáns bizonyítéka, hogy kutatásaink több mint két évtizeddel ezelőtti kezdete óta először fordult elő, hogy a rádiót már többen nem hallgatnak (53,5%), mint igen. Ez a paradigmaváltásként méltán értelmezhető fejlemény ugyan egyelőre még csak az erdélyi magyar népesség körében jellemző, ám mindez belátható időn belül alighanem a többi régióban is bekövetkezik, hiszen jelenleg a felvidéki és vajdasági válaszadóknak már egyharmada, a kárpátaljaiaknak pedig több mint 40%-a nem tartozik a rádiót hallgatók közé.²¹

²¹ A rádiózás pozícióinak nem csupán fiktív, hanem valós számottevő megrendülését mutatja, hogy a televíziót nem nézők részaránya mindössze 13–25%-ot tesz ki.

A rádiózástól való említett elfordulási tendencia érhető tetten abban is, hogy mindez társadalmi rétegek szerint relatíve egy irányba mutató gyakorlatot jelez, hiszen néhány kivételtől eltekintve a többség a regionális átlagokhoz közeli arányban tartozik a rádiót nem használók közé.

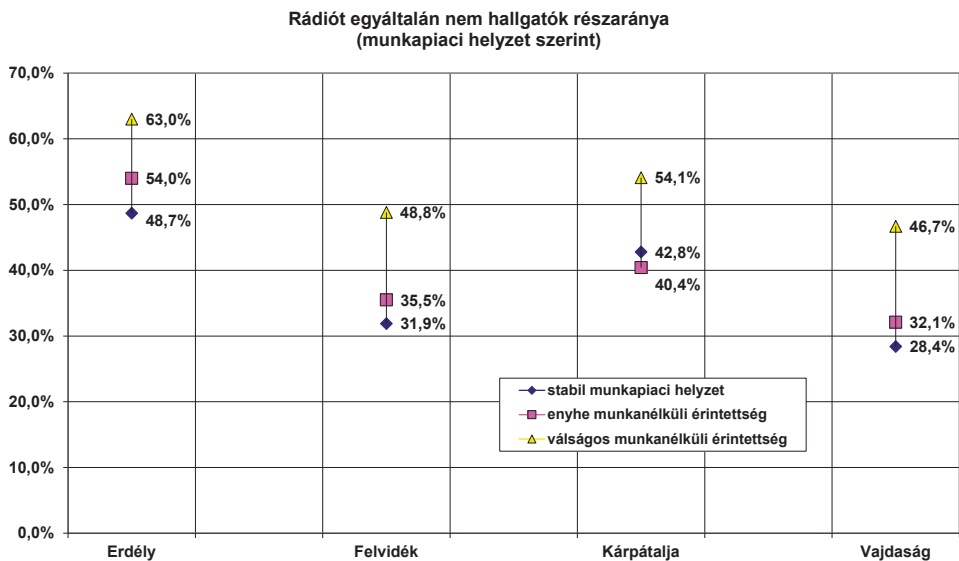
23. táblázat

Rádiót egyáltalán nem hallgatók részaránya (szociodemográfiai változók szerint, százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	53,5	36,3	44,4	33,2
Korcsoportok szerint				
Fiatal	58,6	44,4	47,5	33,6
Középkorú	50,2	31,1	41,3	27,2
Idős	52,5	34,5	43,2	39,6
Iskolai végzettség szerint				
Általános	66,4	44,0	53,1	41,3
Szaktanulmányos	50,9	34,6	29,6	30,1
Érettségi	53,3	35,3	47,8	26,6
Felsőfokú	43,0	31,5	35,8	29,1
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	70,0	45,8	57,1	48,7
Alsó-közép	53,6	37,7	46,9	33,5
Felső-közép	46,6	30,5	23,5	26,8
Gazdag	41,2	41,0	25,0	13,8
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	48,7	31,9	42,8	28,4
Enyhe munkanélküli érintettség	54,7	35,5	40,4	32,1
Válságos munkanélküli érintettség	63,0	48,8	54,1	46,7
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	56,6	37,2	44,0	32,7
Többségi iskola	39,1	32,7	45,2	40,9
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	54,4	38,8	–	30,8
Lét-identitás	54,8	35,8	44,3	33,2

A legkevésbé rádiózók között tarthatjuk számon például a fiatalokat (37–59% között), az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezőket (41–66%), a szegényeket (46–70% – utóbbi adat azt jelzi, hogy az Erdélyben élő szegényeknek már több mint kétharmada nem hallgat rádiót), valamint az erdélyi és felvidéki magyar általános iskolát végzetteket.

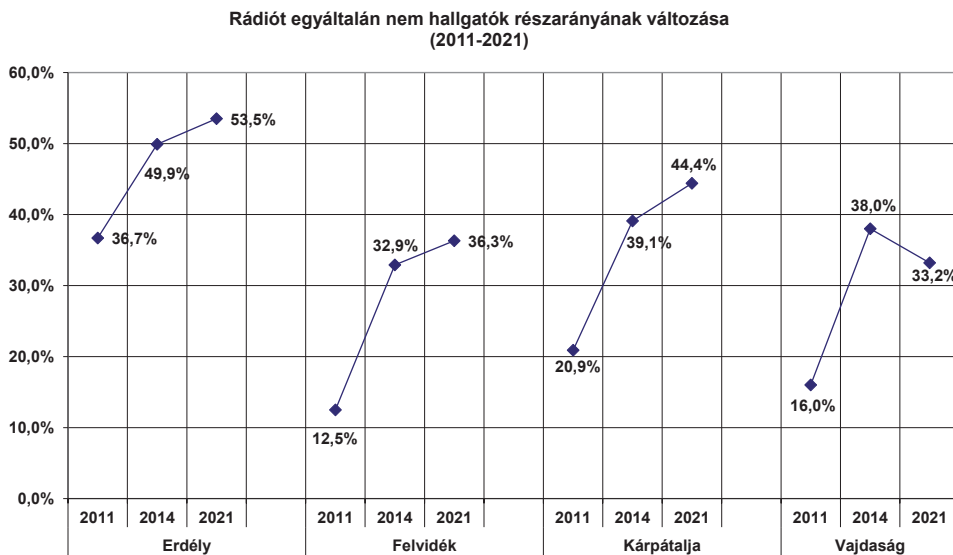
50. ábra



A fentiekén túl említést érdemel még, hogy munkapiaci helyzet szerint a rádiót nem hallgatók aránya a válságos munkanélküliek esetében a legmagasabb: Erdélyben már meghaladja a 60%-ot, ám a többi régióban is csaknem, vagy több mint minden második munkanélküli egyáltalán nem hallgat rádiót.

A kérdést idősorosan vizsgálva az látható, hogy a rádióhallgatástól való elfordulás növekedése főként az évtized első felében ment végbe: 2014-re 2011-hez képest a nem rádiózók aránya három régióban is a duplájára, Erdélyben pedig mintegy másfélszeresére nőtt.

51. ábra



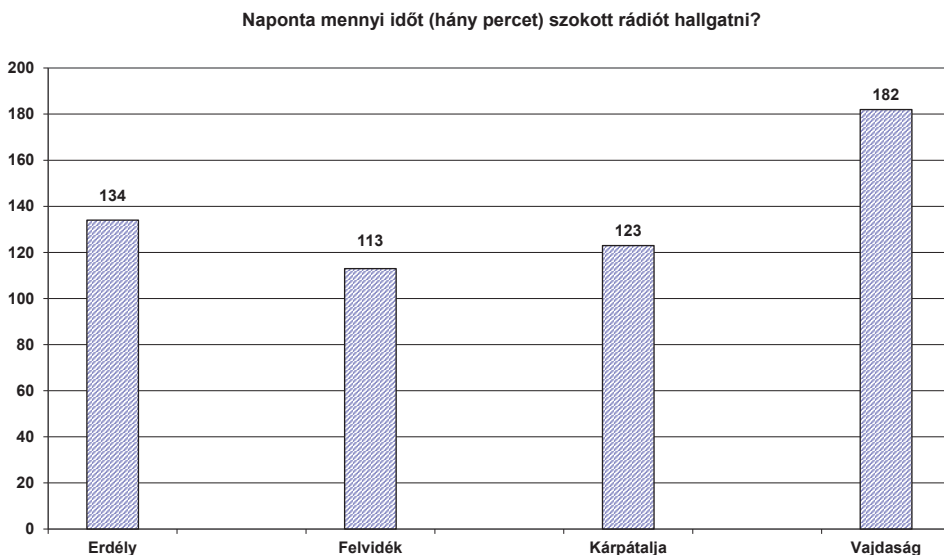
Az utóbbi hét évben ugyan relatíve lelassult a rádiót nem hallgatók további növekedése (a Vajdaságban például még némiképpen csökkent is), ez azonban távolról sem kérdőjelezi meg azt a határozott tendenciát, hogy a határon túli magyarság körében a rádiózás fontossága a korábbi állapothoz képest alapvetően megrendült. Következésképpen a rádióhallgatási szokásokkal kapcsolatos adataink az erdélyiek csupán kevesebb, illetve a kárpátaljaiak alig több mint felének rádiózási gyakorlatára vonatkoznak, a felvidékiek és vajdaságiak esetében pedig ez az arány mintegy kétharmad.²²

22 A továbbiakban tehát a grafikonok és táblázatok elemzése során adataink nem a teljes népességre, csupán a rádiót hallgatók régióként most bemutatott arányú részhalmozának médiahasználati gyakorlatára vonatkoznak.

3.2. A rádióhallgatásra fordított idő változása

A naponta rádióhallgatásra fordított idővel kapcsolatban elsőként az mondható el, hogy három régióban ez mintegy két órát tesz ki, ám a vajdaságiak esetében meghaladja a három órát.

52. ábra



Mindez már önmagában is azt bizonyítja, hogy a Vajdaságban élők számítanak a leginkább rádió orientáltak, amit még inkább megerősít az a tény, hogy míg a többi régióban rádiót kevésbé, vagy csupán ugyanolyan arányban hallgatnak, mint amennyi tévét néznek (16. ábra), a vajdaságiak körében a rádió vezető szerepe a televízióval szemben egyértelmű (napi 40 perccel többet hallgatnak rádiót, mint tévéznek).

A ráfordított idő szempontjából adatsoraink összességében egyértelműen arra utalnak, hogy noha a rádióhallgatók aránya erőteljesen csökkenő tendenciát mutat, ám akik továbbra is ezt a médiafelületet választják, magas gyakorisággal használják azt.

A határon túli magyarok körében társadalmi rétegek szerint az alábbi, egymástól gyökeresen eltérő tendenciák érvényesülnek a rádióhallgatásra fordított idő szempontjából.

24. táblázat

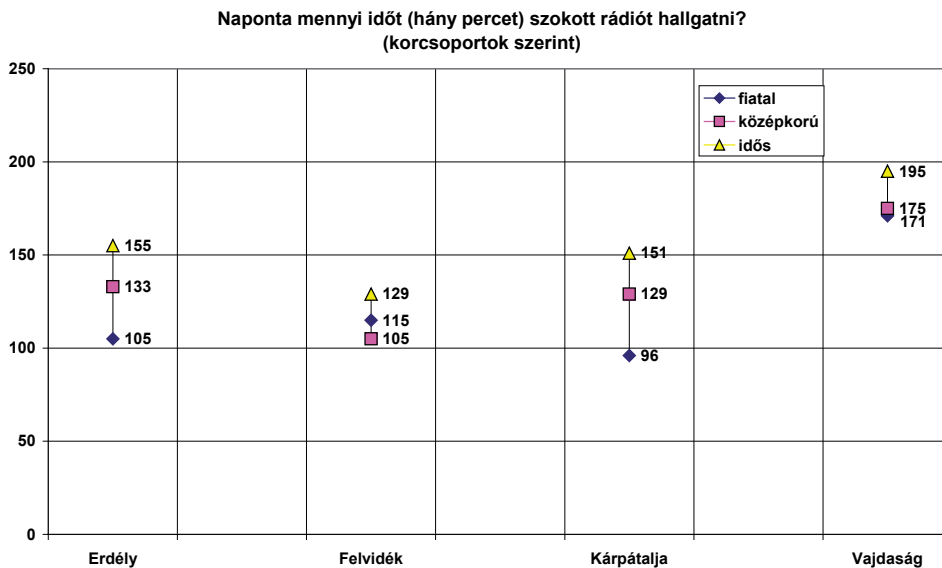
Naponta mennyi időt (hány percet) szokott rádiót hallgatni?

(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	134	113	123	182
Korcsoportok szerint				
Fiatal	105	115	96	171
Középkorú	133	105	129	175
Idős	155	129	151	195
Iskolai végzettség szerint				
Általános	202	97	148	191
Szaktanácsos	166	151	119	205
Érettségi	123	111	132	165
Felsőfokú	69	89	81	154
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	152	142	167	234
Alsó-közép	150	122	120	188
Felső-közép	108	107	107	156
Gazdag	78	81	115	140
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	142	120	111	192
Enyhe munkanélküli érintettség	119	113	108	178
Válságos munkanélküli érintettség	115	82	156	132
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	122	108	128	184
Többségi iskola	162	140	101	141
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	182	122	–	192
Lét-identitás	121	120	121	179

Mindegyik régióra egyaránt jellemző, hogy az alsóbb társadalmi osztályok tagjai felül-, az iskolázottabbak, valamint a jobb anyagi körülmények között élők pedig alulreprezentáltak a rádió hallgatók körében. Előbbiekre példa, hogy a vajdasági szegények már közel négy órát rádióznak naponta, az erdélyi általános iskolai végzettségűek háromszor, a szegények pedig kétszer többet hallgatnak rádiót, mint az ott élő diplomások, illetve gazdagok. Utóbbi adatok egyben azt jelzik, hogy az iskolázottabb, valamint a tehetősebb rétegek tagjai mélyen a regionális átlagok alatti arányban fordítanak csupán időt a rádiózásra.

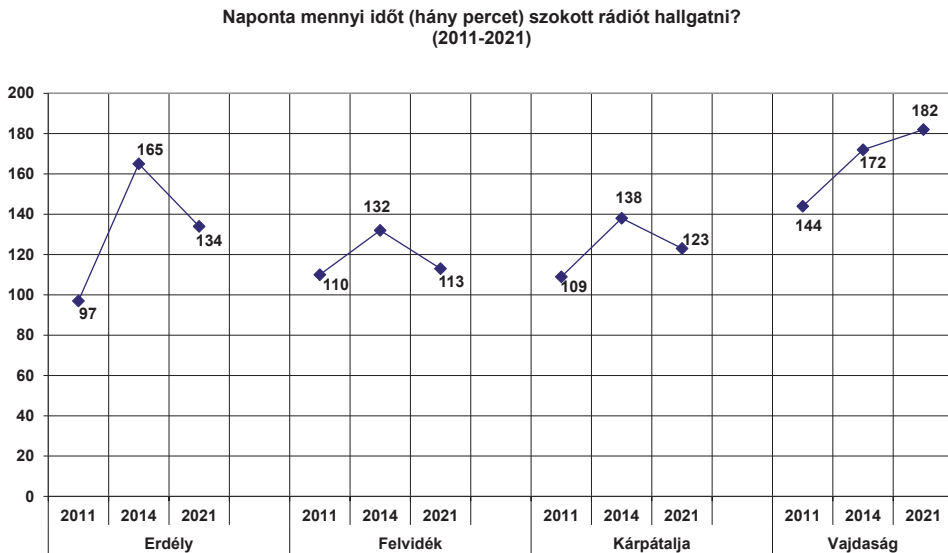
53. ábra



Korcsoportok szerint ugyancsak egyértelmű tendenciákat regisztráltunk, melyek visszaigazolják, hogy a korábbi kutatásaink során tapasztalt eltérő gyakorlat továbbra is jellemző maradt. Eszerint mindenütt az idős korosztály tagjai hallgatnak rádiót a legtöbbet (129–195 perc között), míg a fiatalok és középkorúak csupán a regionális átlagok alatti mértékben (96–175 perc között).

Idősoros adataink a rádióhallgatásra fordított napi időmennyiséggel kapcsolatban három régióban is említésre érdemes arányú csökkenést mutatnak 2014-hez képest (ami 12-31 perccel kevesebb rádiózást jelent), a Vajdaságban viszont a rádióhallgatás terén 2011 óta folyamatos növekedést (38 perccel többet) regisztráltunk.

54. ábra



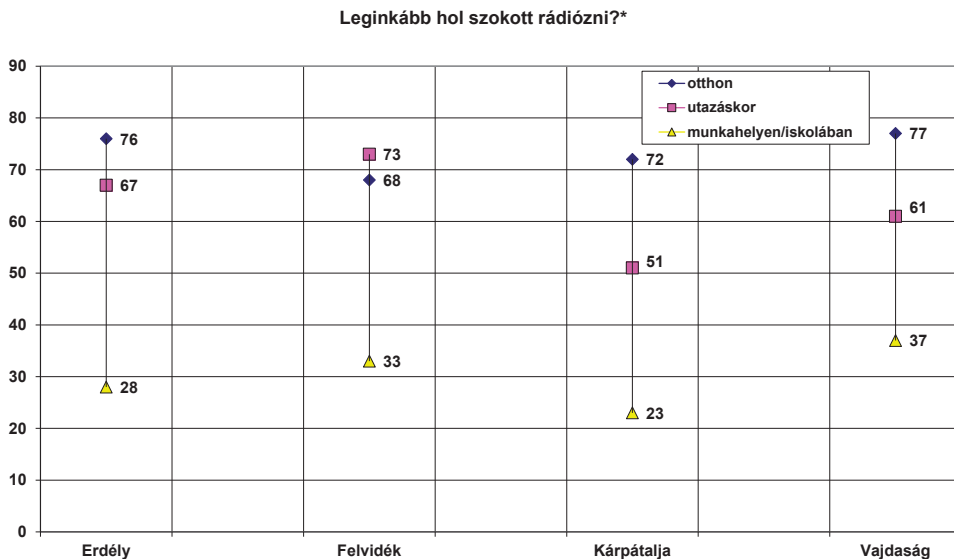
Mint láthattuk, a határon túli magyarság rádiózási gyakorlata szempontjából egyszerre két – egymásnak részben ellentmondó – tendencia érvényesül. Egyfelől tekintélyes mértékű elfordulás ettől a hagyományos médiafelülettől (53. ábra), amelyhez azonban 2011-hez viszonyítva paradox módon a korábbi szinten maradó rádióhallgatásra fordított idő társul.

Összességében tehát elmondható, hogy noha a rádió hallgatók részaránya folyamatos csökkenést mutat, ám akik továbbra is rádióznak, a korábban tapasztalt intenzitással használják a tárgyalt médiafelületet. Ez elegendő ok arra, hogy a rádióhallgatással kapcsolatos formai-tartalmi vonatkozások egyéb részleteit is vizsgálat tárgyává tegyük.

3.3. A rádióhasználat helyszínei

Tekintettel arra, hogy a rádióhallgatás a televízió nézéshez képest sokkal kevésbé helyhez kötött, fontos tényezőként szükséges a rádiózás helyszíneinek megismerése.

55. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

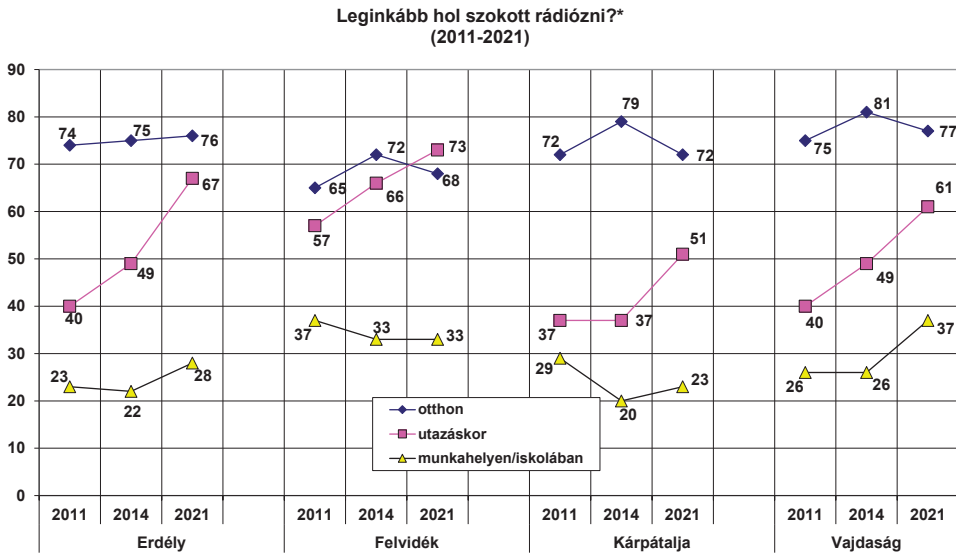
Ezzel kapcsolatos adataink azt illusztrálják, hogy az otthoni rádiózás gyakorlata egyelőre ugyan mindenütt magas fokú (68–77 átlagpont között), ám ehhez viszonyítva a másik két opció megoszlásai régióként már eltérő gyakoriságot (távolságot) mutatnak. A legkisebb különbség a téren látható, hogy a munkahelyen és az iskolában történő rádióhallgatás mértéke jelentősen leszakadva az utolsó helyet foglalja el (23–37 átlagpont között), utazáskor azonban már lényegesen nagyobb intenzitással rádióznak (51–73 átlagpont között).

Az erősrend első két helyét tehát az otthoni, illetve az utazás során történő rádióhallgatás foglalja el. A közöttük lévő távolság Kárpátalján és a Vajdaságban számottevőnek mondható az otthoni rádióhallgatás javára (15–20 átlagpont), ami azonban Erdélyben már csupán minimális (9 átlagpontnyi) arányú.

Mindez alapvetően a gépkocsiban, illetve egyéb közlekedési eszközökön való rádiózás elterjedésének a jele, ami a leginkább a felvidékiek gyakorlatát jellemzi, ahol az utazás során való rádiózás gyakorisága már megelőzi az otthonukban rádiót hallgatók esetében mért hallgatottsági intenzitást.

Az említett tendenciát még inkább igazolják idősoros adataink, melyek alapján elmondható, hogy amíg az otthonukban, illetve a munkahelyükön és iskolájukban rádiózók aránya az elmúlt tíz év során gyakorlatilag változatlan maradt, addig az utazáskor rádiót hallgatóké mindegyik régióban tekintélyes mértékben megnőtt. A növekedés mértéke Erdélyben és a Vajdaságban meghaladja a 20 átlagpontot, ám a Felvidéken, illetve Kárpátalján is 15 átlagpont körüli.

56. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Összességében tehát elmondható, hogy amíg 2014-ben a rádiózás helyszíneinek tekintetében még relatíve változatlan állapotot regisztráltunk, ez az utóbbi hét év során alapvetően megváltozott. Ennek lényege, hogy az otthoni, illetve utazáskor történő rádiózás gyakorisága közötti olló erőteljesen bezáródni látszik (a Felvidéken már be is záródott), s a rádiózásra alkalmas mobil/okos eszközök rohamos elterjedésének köszönhetően alighanem már a közeljövőben a többi régióban is bekövetkezik az említett váltás, így az otthon történő rádióhallgatás akár végérvényesen a ranglista második helyére szorulhat.

3.4. A rádióadók hallgatottsága

A különböző rádióállomás típusok hallgatottságának erőssorrendje regionálisan jelentősen eltérő megoszlásokat mutat, aminek szerteágazó okai a vizsgált tíz éves periódus alatt alapvetően nem változtak.

25. táblázat

Milyen gyakran hallgatja az alábbi rádióadókat?*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
magyar nyelvű regionális, vagy helyi kereskedelmi adók (3,0)**	51	24	53	57
állami rádiók magyar nyelvű adásai (3,0)	34	32	–	39
magyarországi kereskedelmi rádió (Class FM) (3,2)	32	56	38	31
többségi nyelvű kereskedelmi (3,5)	33	45	24	32
PETŐFI Rádió (4,0)	25	52	52	27
KOSSUTH Rádió (4,2)	23	39	54	28
többségi nyelvű közszolgálati (6,2)	32	26	19	25
DANKÓ Rádió (8,2)	10	18	20	17
Magyarországról sugárzó határmenti, regionális rádiók (8,5)	17	24	17	17
BARTÓK Rádió (9,2)	9	19	17	14
Duna World Rádió (10,7)	8	10	12	10

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

** Összregionális helyezési sorszám átlagok.

Az erdélyiek továbbra is a regionális magyar nyelvű rádiókat hallgatják az első helyen, ami egyfelől a többi régióhoz képest összehasonlíthatatlanul bőségesebb ottani kínálatra, valamint arra vezethető vissza, hogy Székelyföldön a magyarországi földfelszíni sugárzású rádiók továbbra sem foghatók. A felvidékiek esetében viszont a kínálat szűkössége okozza, hogy az igen szórványosan rendelkezésre álló regionális rádiók csupán a nyolcadik helyet foglalják el, így körükben a magyar, illetve szlovák nyelvű kereskedelmi adók népszerűsége a domináns.

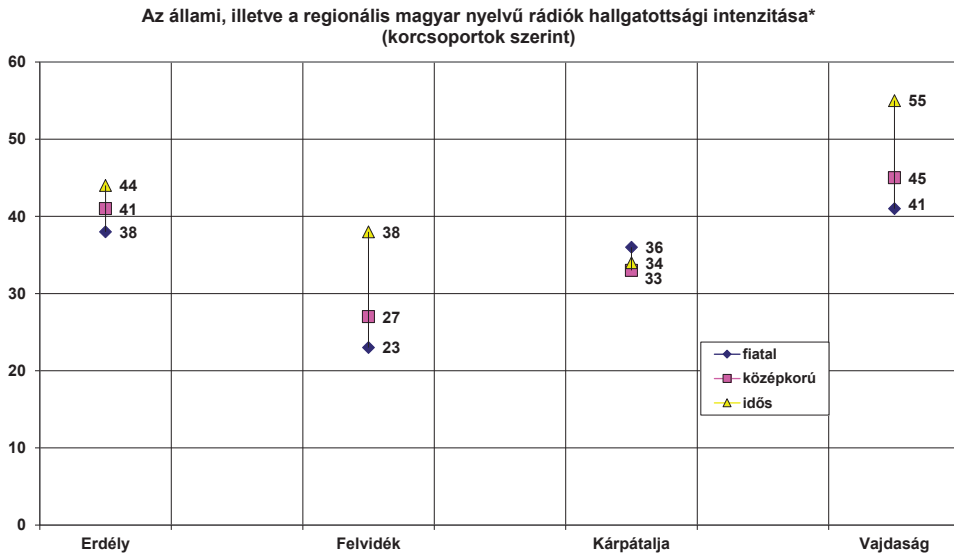
A kárpátaljaiak és vajdaságiak esetében a regionális rádiók magas népszerűsége csupán látszólagos, hiszen a kárpátaljaiak – ahol gyakorlatilag nincs magyar nyelven sugárzó helyi kereskedelmi adó²³ – alighanem a határ magyarországi oldalán működő rádiókat tekintették regionálisnak, a vajdaságiak pedig a régióban hosszú évtizedek óta domináns Újvidéki Rádió magyar adását.

Az anyaországi közszolgálati főadók (Kossuth és Petőfi) lényegében csupán Kárpátalján mondhatók meghatározónak, míg az egyéb rádiók (Dankó, Bartók stb.) mindenütt az erőssorrend utolsó helyeit foglalják el.

23 A 2013 óta sugárzó Pulzus FM lehetne az egyetlen ilyen rádióadó, ám az ukrán nyelvtörvénynek „köszönhetően” műsorai csupán 35%-ban szólhatnak magyarul.

Az állami, illetve regionális magyar nyelvű rádiók hallgatottsági intenzitása korcsoportok szerint azt igazolja, hogy ezek hallgatói között az idős korosztály tagjai felülreprezentáltak, s a fiatalok hozzájuk képest sokkal kevésbé érdeklődnek a szűkebb környezetükről szóló rádiós információk iránt (különösen a Felvidéken, illetve a Vajdaságban).

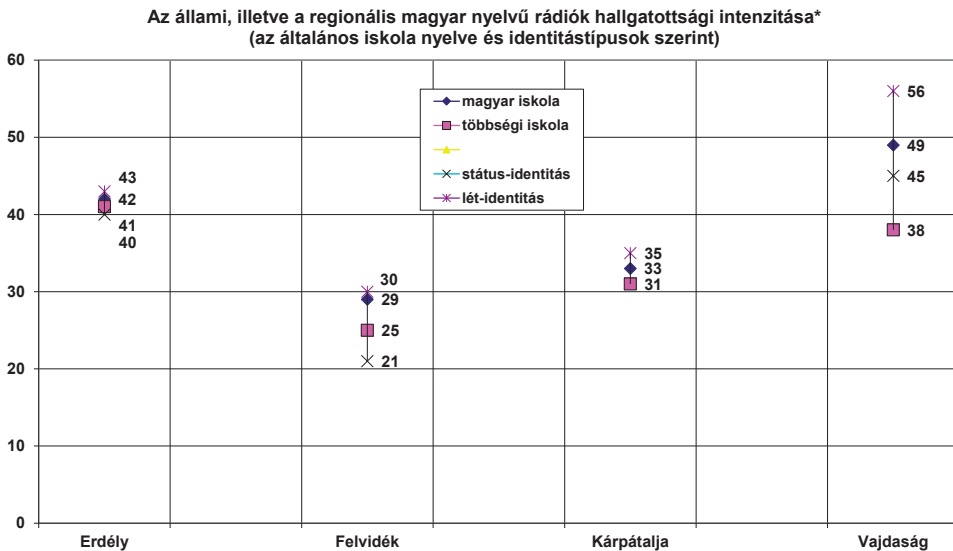
57. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

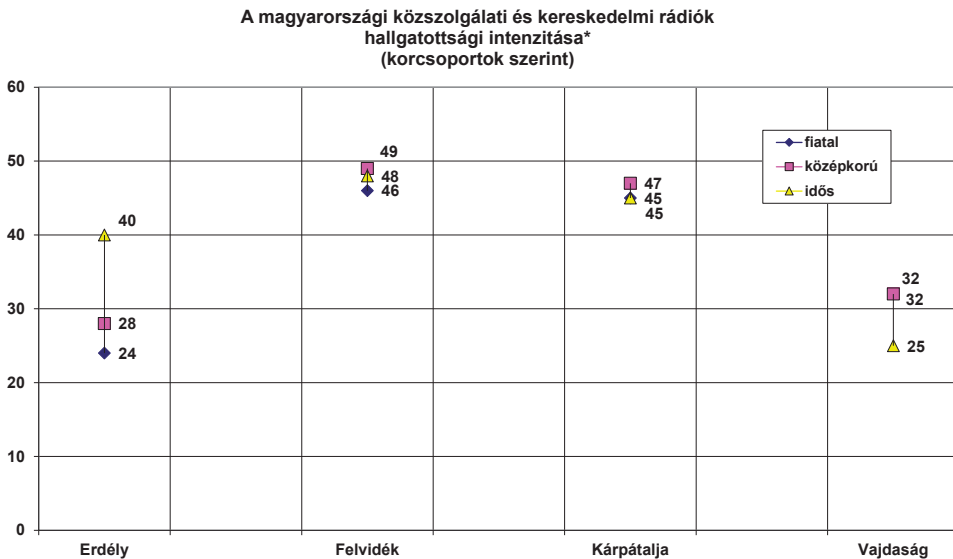
Identitásváltozók szerint meglepetésre – egyetlen régiót nem számítva – hasonló mértékű szóródást nem tapasztaltunk: Erdélyben, a Felvidéken és Kárpátalján mindegyik identitás almintába tartozók a regionális átlagokhoz közeli arányban hallgatják a vizsgált rádióadók műsorait, a Vajdaságban azonban a nemzeti gyökereikhez ragaszkodók egyértelműen nagyobb nyitottságról tettek tanúbizonyságot a magyar nyelven sugárzó helyi rádiók műsorai iránt (60. ábra).

58. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

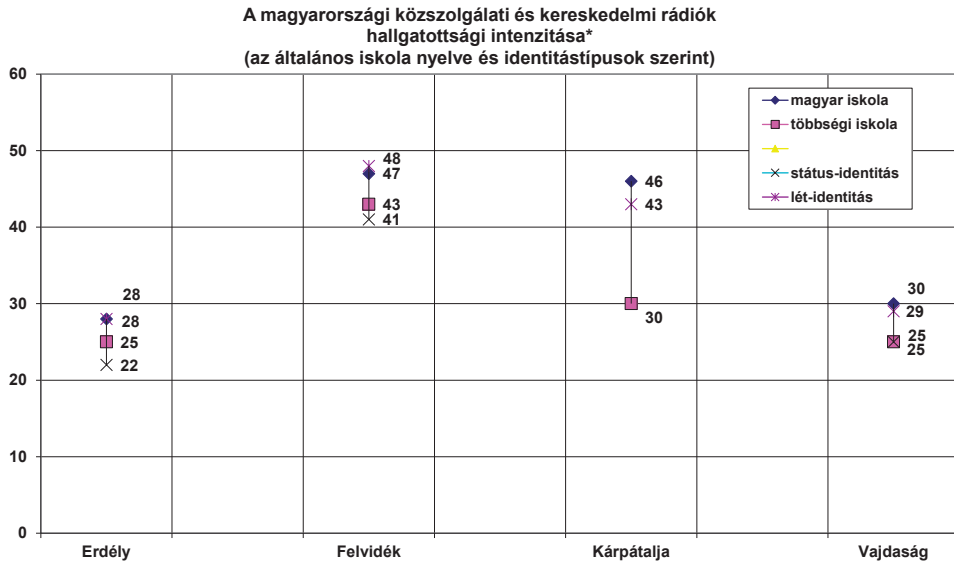
59. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Ami a magyarországi rádiók hallgatottságát illeti, korcsoportok szerint csupán Erdélyben tapasztalható lényeges különbség, ahol az idős korosztály tagjai bizonyultak a leginkább nyitottak (40 átlagpont) az anyaországból sugárzó rádióműsorok iránt (59. ábra).

60. ábra

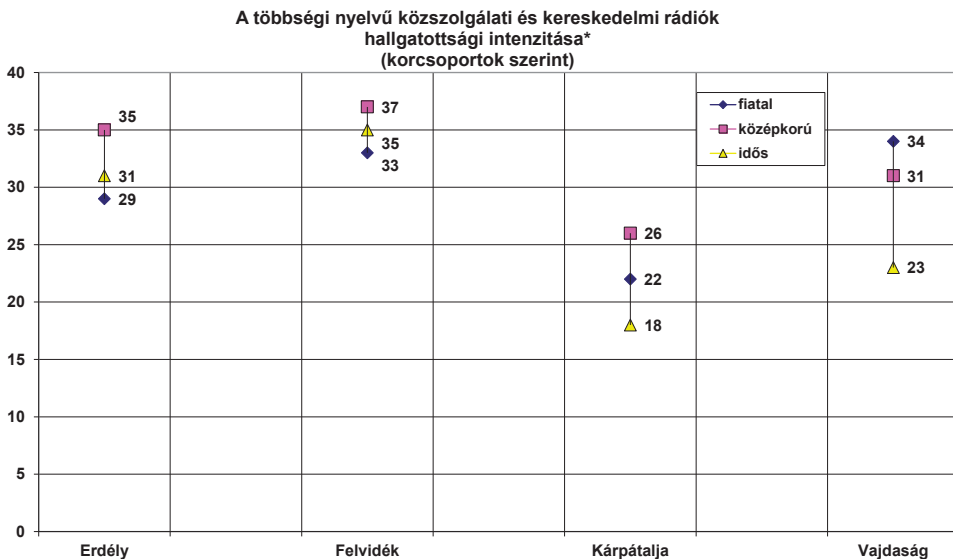


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Identitásváltozók szerint azonban meglepő módon azt találtuk, hogy az összes kategóriába tartozók a regionális átlagokhoz közeli arányban követik ezeket. A legkevésbé Erdélyben, illetve a Vajdaságban, leginkább pedig – mint láttuk, a magyarországi kereskedelmi adók kiemelkedő népszerűségének köszönhetően – a Felvidéken. E téren az általános iskoláikat ukrán/országi nyelven végzett kárpátaljai magyarok képezik a kivételt, akik már csupán igen alacsony, alig 30 átlagpontnyi gyakorisággal kapcsolnak magyarországi rádióműsorokra.

A többségi nyelvű rádióadók hallgatottsága tekintetében korcsoportok szerint az látható, hogy ezek használata elsősorban a középkorosztály tagjaira (36-55 évesek) jellemző (a Vajdaság kivételével), akikhez képest a fiatalok és az idősök csekélyebb gyakorisággal hallgatják a szlovák, román és ukrán nyelvű rádiókat, a legkevésbé pedig a kárpátaljai és vajdasági idősök.

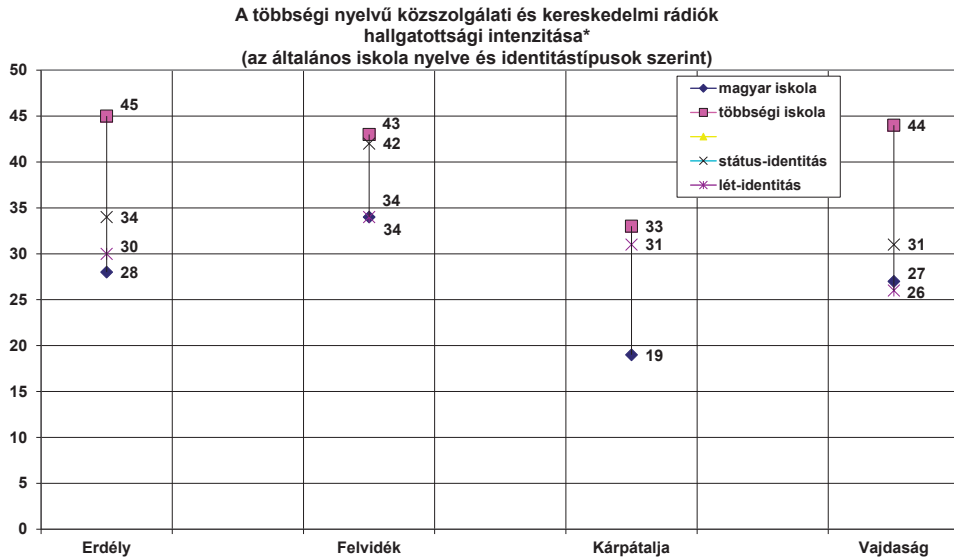
61. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Identitásváltozók szerint az eddig látottaknál már sokkal számottevőbb szegregációs távolságokat mértünk. Eszerint: amíg a magyar nyelvű rádióadókat még közel azonosnak mondható gyakorisággal hallgatták mind az identitásukat őrző, mind az asszimiláns rétegek tagjai, a többségi nyelven sugárzó rádiók esetében közöttük már élesen elkülönülő rádióhallgatási gyakorlatot tapasztalunk (64. ábra).

62. ábra



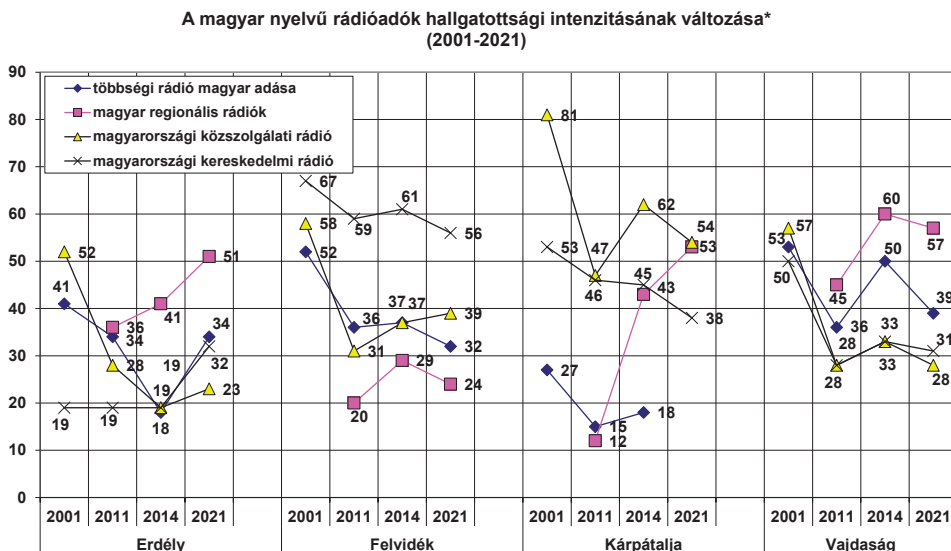
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Ezt bizonyítja, hogy a román, ukrán stb. nyelvű általános iskolát végzettek a többségi rádiók adásait a magyar gyökereikhez ragaszkodókhoz képest mindegyik régióban toronymagasan nagyobb gyakorisággal hallgatják (33 és 45 átlagpont között), olyannyira, hogy utóbbiak körében csupán a Felvidéken haladja meg a 30 átlagpontot a többségi nyelven sugárzó rádióadók hallgatottsági intenzitása, Kárpátalján azonban még a 20 átlagpontot sem éri el.

A rádióadók hallgatottsági intenzitásának időbeli változásait illetően mind a magyar, mind a többségi nyelvű rádiók esetében erőteljes hullámzást tapasztaltunk az eltelt két évtized során (65–66. ábra). Amíg a 2001–2011 közötti évtizedre az anyanyelven történő rádiózás erőteljes háttérbe szorulása volt jellemző, az azóta eltelt tíz év során a helyzet kiegyenlítődni látszik, ám régiók szerint eltérő mértékben.

A leginkább pozitív változás az erdélyi rádióhallgatók gyakorlatában ment végbe, ahol a magyar nyelvű rádiók korábbi zuhanásszerű csökkenése 2014 óta nem csupán megállt, hanem – az anyanyelven sugárzó regionális adók hallgatóságának folyamatos növekedése mellett – mindegyik kategória esetében növekedésnek indult.

63. ábra



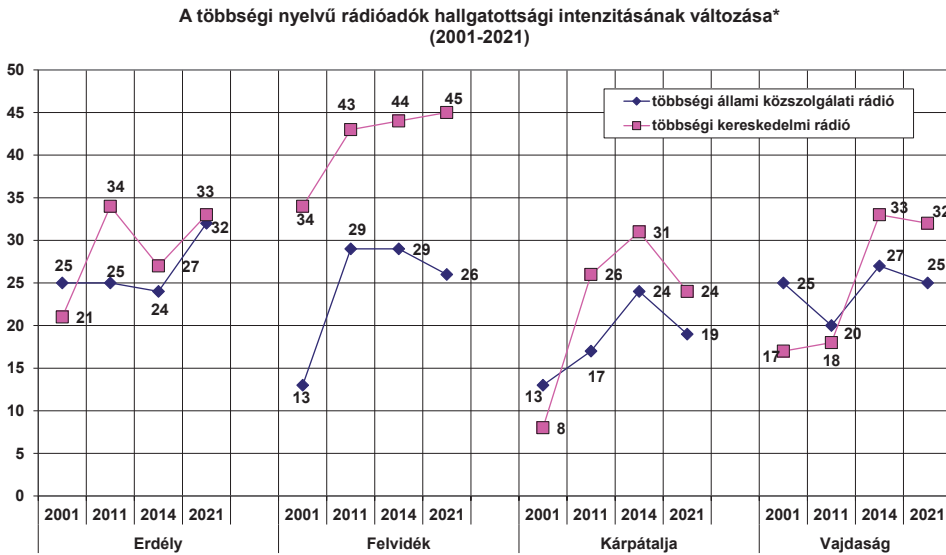
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A Felvidéken beszélhetünk a legkevésbé változó rádiózási szokásokról, hiszen körükben az utóbbi tíz év során a különböző kategóriákba tartozó magyar rádiók hallgatottságát végig a korábbi szinten tartás – nagyfokú mozdulatlanság – jellemezte a magyarországi kereskedelmi adók dominanciájával, valamint a szűkös regionális magyar nyelvű rádió kínálat alacsony szintű használatával egyetemben.

A kárpátaljai rádióhallgatók esetében kétirányú tendenciát tapasztaltunk, hiszen amíg 2014 óta a magyarországi kereskedelmi, illetve közszolgálati adók népszerűsége némiképpen csökkent, a magyar nyelvű regionális rádiók hallgatottsága folyamatosan nőtt.²⁴ Ami a vajdasági rádiózási szokások változásait illeti, némi csökkenés mellett továbbra is az jellemző, hogy az ott élők elsősorban a regionális adókat hallgatják lényegesen nagyobb intenzitással, mint a magyarországiakat.

²⁴ Tekintettel azonban az egyetlen – s mint láttuk, magyarul csupán 35%-ban sugárzó – kereskedelmi rádióra, kárpátaljai válaszadóink alighanem a kelet-magyarországi regionális adókat hallgatják az említett magas gyakorisággal (53 átlagpont).

64. ábra



A többségi nyelvű rádiók hallgatottsága terén idősoros bontásban azt láthatjuk, hogy mindenütt továbbra is a kereskedelmi adók dominanciája érvényesül. Leginkább a Felvidéken, 2011 óta változatlanul magas gyakorisággal (45 átlagpont). Erdélyben a 2014-es visszaesés után jelenleg már újra a tíz évvel ezelőtti szinten hallgatják a többségi kereskedelmi rádiók műsorait (33 átlagpont), Kárpátalján azonban csaknem 10 átlagpontot regisztráltunk (24 átlagpont), a Vajdaságban pedig továbbra is az utóbbi kategóriába tartozó szerb adók bizonyultak népszerűbbnek.

Ami a többségi nyelvű közszolgálati rádiók hallgatottságát illeti, három régióban is csökkenő tendenciát regisztráltunk, s csupán Erdélyben tapasztaltunk némi növekedést. Mindez alighanem annak indirekt bizonyítéka, hogy a határon túli magyar rádióhallgatók többségi nyelven rádiót elsősorban háttér jellegű szórakozási célból használnak, s közérdekű információkat többnyire már az anyanyelven sugárzó rádiók adásaiból szerzik. Ennek példáit láthatjuk a következőkben, ahol a magyar nyelvű rádiós műsортípusokkal kapcsolatos tendenciákat mutatjuk be.

3.5. A magyarországi rádióadók műsortípusainak hallgatottsága

A különböző műsortípusok tekintetében mindegyik régióban közel hasonló tendenciákat mértünk. Eszerint elmondható, hogy a határon túli magyarok az első helyen a Magyarországról sugárzott híreket, illetve az ezekkel kapcsolatos egyéb információs műsorokat hallgatják.²⁵

26. táblázat

Rádiós műsortípus preferenciák

Hallgatottsági intenzitás*

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
hírek, hírműsorok (1,2)**	67	64	75	64
pop/rock, könnyűzenei műsorok (1,7)	58	65	67	62
szórakoztató műsorok, kabaré (3,2)	45	45	49	48
kulturális műsorok (4,7)	41	36	44	41
a határon túli magyarság számára szóló műsorok (5,0)	36	34	58	45
népzenei műsorok (6,0)	36	29	35	46
klasszikus zenei műsorok (7,2)	42	28	30	28
tudományos, történelmi műsorok (8,0)	33	28	35	33
vallási műsorok általában (8,5)	35	25	43	24
közéleti, elemző, és vita műsorok (9,0)	31	32	32	27
mise, istentisztelet közvetítés (9,0)	35	24	42	22
hangjáték, rádiójáték (9,5)	26	21	21	26
környezetvédelmi műsorok (10,0)	28	23	32	31
nyelvművelő műsorok (13,0)	21	16	20	23
gyermek, ifjúsági műsorok, mesék (15,0)	15	15	23	21

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran)

** Összregionális helyezési sorszám átlagok.

Ezt a könnyűzenei, illetve a szórakoztató műsorok követik a második-harmadik helyen, amelyek már elsősorban a szórakozás-orientált háttérrádiózásra alkalmas műsortípusoknak számítanak. A ranglista középső tartományában foglalnak viszont helyet, a kulturális, tudományos és vallási, valamint népzenei, illetve klasszikus tartalmakat közvetítő rádióműsorok, köztük a határon túli magyarsággal foglalkozók. Mindez annak bizonyítéka, hogy a rádiózók nem csupán háttérként használják ezt a médiafelületet, de jelentős arányban értékorientált információk fogyasztására is.

A rádióhallgatás terén kiugró mértékben vezető hírek és hírműsorok dominanciájának további bizonyítéka, hogy – néhány kivételtől eltekintve – csaknem minden társadalmi réteg a magas regionális átlagok körüli gyakorisággal hallgatja ezeket.

25 Kivéve a közéleti elemző és vitaműsorokat, amik külön kategóriaként csupán a népszerűségi ranglista második felében foglalnak helyet.

27. táblázat

**Hírek, hírműsorok hallgatottsága
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	67	64	75	64
Korcsoportok szerint				
Fiatal	59	59	64	52
Középkorú	65	67	76	58
Idős	77	75	85	77
Iskolai végzettség szerint				
Általános	72	66	72	68
Szakmunkás	76	60	76	67
Érettségi	67	64	74	57
Felsőfokú	55	68	78	63
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	72	54	83	74
Alsó-közép	70	65	75	62
Felső-közép	63	63	75	61
Gazdag	61	66	58	76
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	65	66	73	63
Enyhe munkanélküli érintettség	62	56	73	54
Válságos munkanélküli érintettség	80	52	80	61
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	70	64	74	65
Többségi iskola	59	62	80	52
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	64	57	–	70
Lét-identitás	70	68	74	63

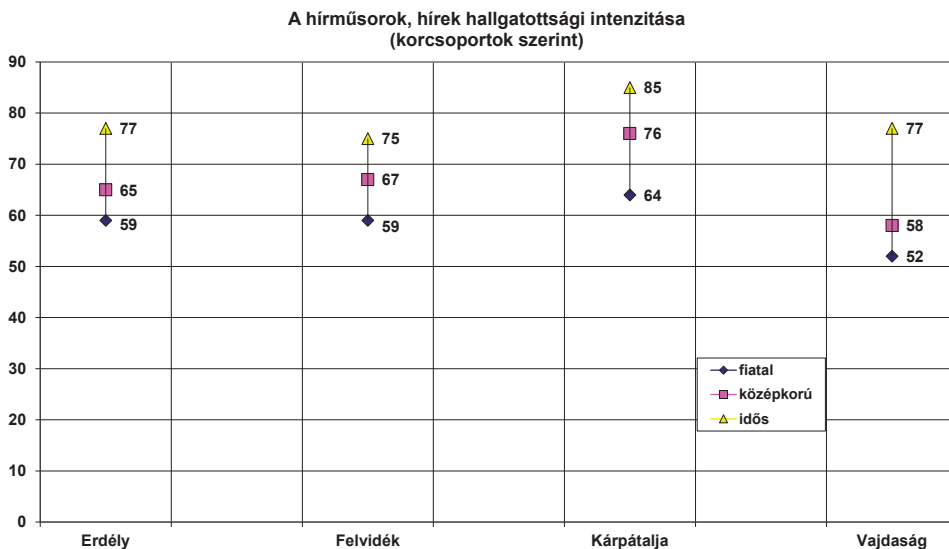
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A hírműsorokat követők között a regionális átlagok fölötti arányban az alábbiak bizonyultak felülreprezentáltak: az erdélyi alacsonyabb iskolai végzettségűek, a vajdasági és kárpátaljai szegények, az erdélyi és kárpátaljai válságos munkapiaci helyzetűek, valamint a felvidéki és erdélyi nemzeti identitásúak.

Velük szemben relatíve kevésbé hírműsor-orientáltak az erdélyi diplomások és gazdagok, a felvidéki szegények és munkanélküliek, illetve az erdélyi és felvidéki asszimiláns rétegek tagjai.

A rádiós hírműsorok hallgatottsága terén újfent, egyedül korcsoportok szerint tapasztalunk számottevő, s emellett egy irányba mutató eltéréseket, ami újabb bizonyítéka annak, hogy a médiahasználat területén a legélesebben elkülönülő gyakorlat a különböző nemzedékek között húzódik.

65. ábra



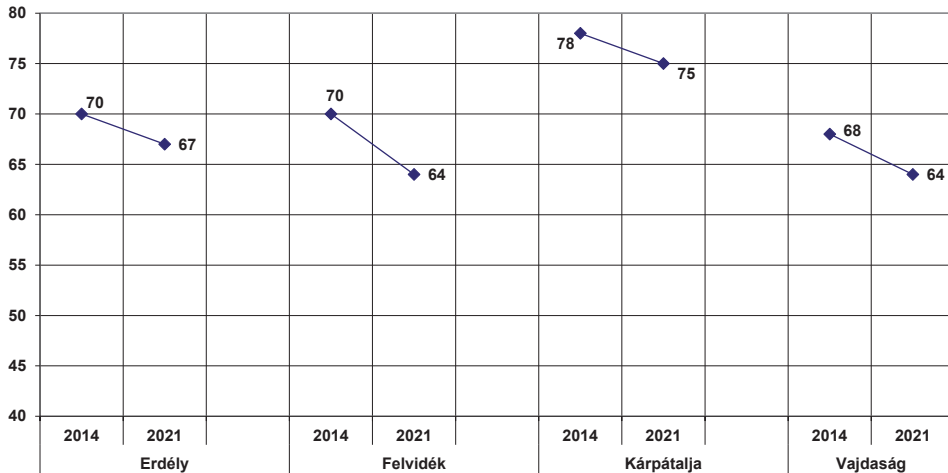
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A fentieket igazolják a grafikon adatai, amelyek szerint amíg a fiatalok körében a hírek és hírműsorok hallgatottsága mindössze mélyen a regionális átlagok alatt, mindössze 52–64 átlagpont között mozog, a középkorúak esetében ez az arány 58–76 átlagpontot tesz ki, az idősek azonban már kimagasló, 75 és 85 átlagpontot kitevő intenzitással hallgatják a rádióadások híreit.

A magyar nyelvű rádiók által sugárzott hírek és hírműsorok hallgatottsági intenzitásának változása tekintetében az egyes régiók szerint ritkán előforduló azonos tendenciákat tapasztaltunk, mely szerint ennek gyakorisága 2014-hez képest mindenütt egyaránt ugyanolyan csekély – csupán 3–6 átlagpont közötti – arányban csökkent.

66. ábra

A hírműsorok, hírek hallgatottsági intenzitásának változása
(2014-2021)

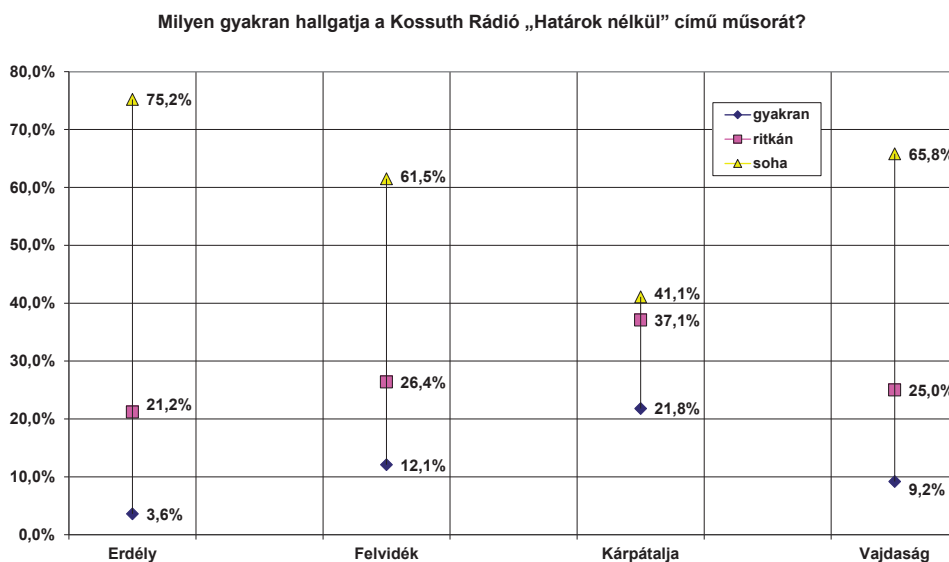


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Ez a mozdulatlanság már önmagában is ritka fejleményként (igen stabil, „bejáratott” rádióhasználati gyakorlatként) értékelhető, ami azonban újra felveti azt a televízió nézéssel kapcsolatban már érintett kérdést, hogy a közelmúltban (az elmúlt évtized közepe, különösen pedig a második fele óta) világszerte és térségünkben a mai napig folyamatosan zajló igen komoly válságjelenségek miért nem vontak maguk után növekvő informálódási igényeket, esetünkben a rádiós hírforrások intenzívebb használatát. Noha a feltett kérdésre a most látott adatsorok önmagukban nem adnak választ, az atipikus jelenség lehetséges háttérokai közül elsőként újfent az internet indirekt hatását (elsődleges információs forrássá válását) említhetjük, melynek konkrét részleteit a vonatkozó, 5.6. számú fejezetben részletezzük.

Miután láttuk, hogy a határon túli magyarok számára sugárzott magyarországi rádióműsorok népszerűsége összevont kategóriaként a ranglista középmezőnyében helyezkedik el, elemzésünket annak vizsgálatával folytatjuk, hogy a tárgyalt műsortípusok között hosszú idő óta kiemelt szerepet játszó „Határok nélkül” című műsorfolyam jelenleg milyen mértékű hallgatottsággal bír.

67. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A grafikonon látható százalékos megoszlások ezzel kapcsolatban egyértelműen negatív tendenciát tükröznek, hiszen a műsorfolyam gyakori hallgatottsága két régióban nem éri el a 10%-ot, a Felvidéken éppen hogy meghaladja azt, s csupán a kárpátaljaiak körében mutat 20% fölötti intenzitást. Ezek a megoszlások már önmagukban is több mint figyelmeztetőek, amit még inkább súlyosbít a műsort soha nem hallgatók drasztikusnak mondható részaránya (61-75%), hiszen a Felvidéken ötször, a Vajdaságban hatszor, Erdélyben pedig hússzor(!) többen nem hallgatják a Kossuth Rádió „Határok nélkül” című műsorát, mint igen.

A kivételt ez esetben is az anyanyelven való médiahasználat terén egyéb vonatkozásban élen járó kárpátaljaiak jelentik, ahol ez az arány mindössze kétszeres, s a műsort soha nem hallgatók aránya épphogy meghaladja a 40%-ot.

Az említett negatív tendenciák indokolják, hogy a különböző társadalmi rétegekre vonatkozó adatokat a hallgatottsági intenzitás arányait szemléletesebben ábrázoló skálaátlagok segítségével is bemutassuk. (28. táblázat)

Ezzel kapcsolatban ugyancsak az mondható el, hogy a vizsgált rádióműsor hallgatottsága szociodemográfiai változók szerint nagyrészt a regionális átlagokhoz közeli intenzitást mutat, végeredményben tehát a határon túli rádióhallgatók csaknem egységesen ugyanolyan alacsony gyakorisággal hallgatják a „Határok nélkül” című műsorfolyamot.

28. táblázat**A „Határok nélkül” című műsor hallgatottsága
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	15	26	41	22
Korcsoportok szerint				
Fiatal	8	14	28	16
Középkorú	12	26	41	19
Idős	24	42	55	30
Iskolai végzettség szerint				
Általános	22	20	34	21
Szaktudás	11	29	46	22
Érettségi	18	27	40	21
Felsőfokú	12	26	44	26
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	15	25	48	29
Alsó-közép	14	23	39	18
Felső-közép	15	29	42	28
Gazdag	18	27	46	30
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	13	27	39	22
Enyhe munkanélküli érintettség	15	21	35	15
Válságos munkanélküli érintettség	23	20	46	20
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	16	27	41	22
Többségi iskola	15	19	40	21
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	11	16	–	16
Lét-identitás	16	30	41	21

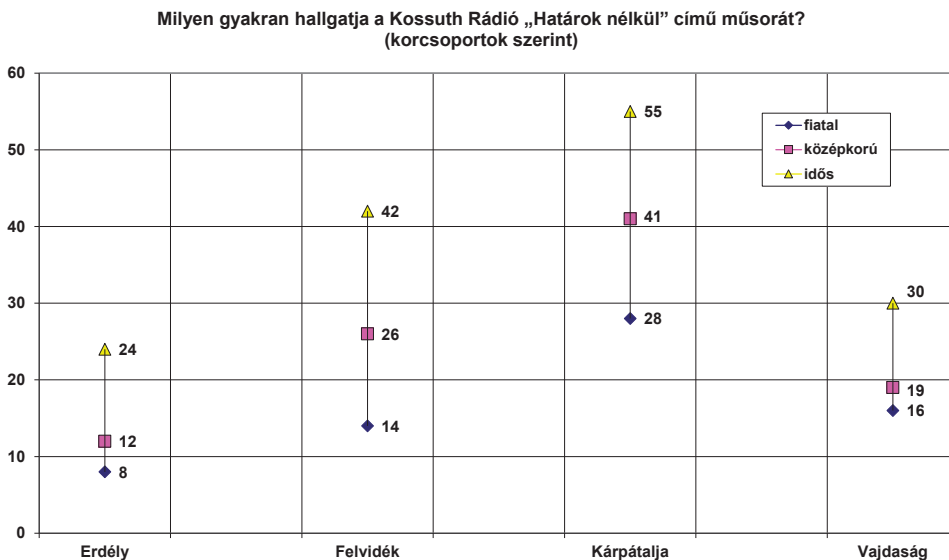
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A ritka kivételek között említhető, hogy a műsor hallgatottsága az eleve alacsony átlagnál még kevésbé a felvidéki és kárpátaljai általános iskolai végzettségűeket, illetve az erdélyi diplomásokat, valamint a hazájuknak az adott országot tekintő státus-identitásuk gyakorlatát jellemzi, míg átlag fölötti intenzitással mindenütt a gazdagok, a kárpátaljai és vajdasági szegények, az erdélyi és kárpátaljai válságos munkanélküli helyzetűek²⁶, valamint a nemzeti identitásukat őrzők hallgatják a „Határok nélkül” című műsort.

26 A tárgyalt vonatkozásban mért, s az eltérő szociális helyzet ellenére hasonlóan alacsony arányú hallgatottság azt példázza, hogy a médiahasználati gyakorlat sok esetben nem a társadalmi ranglétrán elfoglalt hely, hanem elsősorban az érintettek értékrendjének és identitásának függvénye, amit kutatási adataink több összefüggésben is igazolnak.

Végezetül említést érdemel, hogy a „Határok nélkül” című rádiomagazin hallgatottsága tekintetében a leginkább megosztott gyakorlatot újra a korcsoportok szerint mértük.

68. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

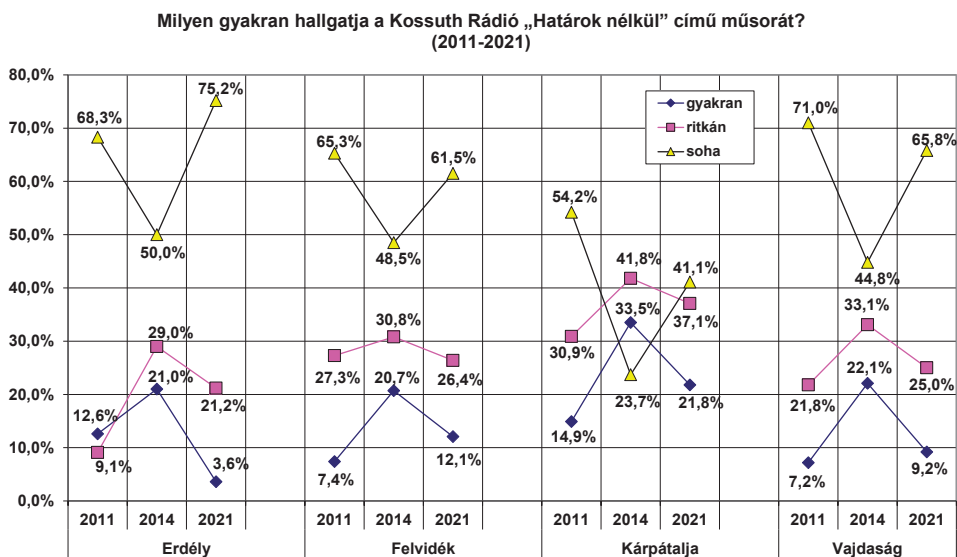
Az ezzel kapcsolatos tendenciák nem először igazolják, hogy a kisebbségi létehez kötődő anyanyelvi információk iránti igény elsősorban az idős korosztály körében meghatározó. Ezt példázza, hogy a fiatalok az időseknél Kárpátalján és a Vajdaságban kétszer, Erdélyben és a Felvidéken pedig már háromszor csekélyebb intenzitással hallgatják a vizsgált rádióműsort. Mindez abszolút értékekben azt jelenti, hogy az erdélyi fiatalok közül szinte senki nem követi a „Határok nélkül” naponta sugárzott műsorait, s a Felvidéken, illetve a Vajdaságban is közel ez a helyzet. A középkorúak Erdélyben és a Vajdaságban ugyancsak mélyen a regionális átlagok alatti mértékben hallgatják csupán ezeket a műsorokat.

Összességében a „Határok nélkül” műsorának hallgatottsága Erdélyben egyértelműen a kritikus szint alá süllyedt²⁷, ami csaknem ugyanolyan arányúnak bizonyult a Vajdaságban is, s csupán Kárpátalján mondható relatíve kielégítő mértékűnek.

27 Az erdélyi magyarság médiafogyasztását – a felvidékiekhez hasonlóan – sok egyéb vonatkozásban is a nemzeti értékektől való különböző fokú, ám a vajdasági, illetve kárpátaljai régiókhoz képest számottevőbb elfordulás jellemzi. Ennek részben ugyan oka lehet, hogy anyaországi rádióadások a távoli Székelyföldön nem foghatók, ám noha a magyarországi televíziócsatornák esetében a kábelhálózatok széles kínálatának köszönhetően ez a hozzáférési korlát nem áll fenn, több esetben is a rádiózással kapcsolatban imént említett negatívba forduló tendenciát tapasztaltunk Erdélyben.

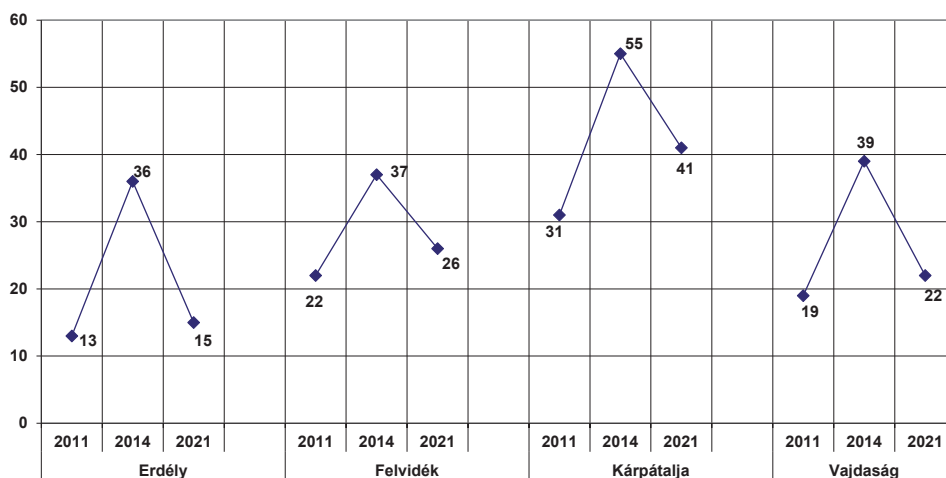
Idősoros bontásban az említett tendenciák még inkább visszaigazolódnak. A százalékos megoszlások azt mutatják, hogy a hét évvel előbbi állapothoz képest a Határok nélkül című műsort jelenleg már 12–25 százalékponttal többen nem hallgatják. Ez az arány Erdélyben nőtt a legnagyobb mértékben, ám Kárpátalján és a Vajdaságban csaknem ugyanilyen fokú és irányú elmozdulás történt (18–20 százalékpont).

69. ábra



Az ordinális skálaátlagok ugyanezt a negatív elmozdulást még plasztikusabban szemléltetik (71. ábra). Eszerint a visszaesés a 2014-es szinthez képest Erdélyben 21, a Vajdaságban pedig 17 átlagpontot tesz ki, ám a Felvidéken sem éri már el a 30 átlagpontot a műsor hallgatottsági intenzitása. A 14 átlagpontos csökkenés ellenére a kárpátaljaiak követik a legnagyobb figyelemmel a Határok nélkül műsorait (ami 26–22 átlagponttal több, mint amit az erdélyiek, illetve vajdaságiak esetében mértünk).

70. ábra

A „Határok nélkül” című magazinműsor hallgatottsági intenzitásának változása*
(2011-2021)

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A bemutatott szerteágazó tendenciákról a rádióhallgatás terén tapasztalható időbeli változásokkal kapcsolatban összességében elmondható, hogy amíg 2014-ben az anyaországi közszolgálati rádióadók határon túli hallgatottsága relatíve növekvő tendenciát mutatott, az azóta eltelt időszakban visszaállt (akár drasztikusnak is mondható mértékben visszaesett) az egy évtizeddel előbb tapasztalt rendkívül alacsony szintre.

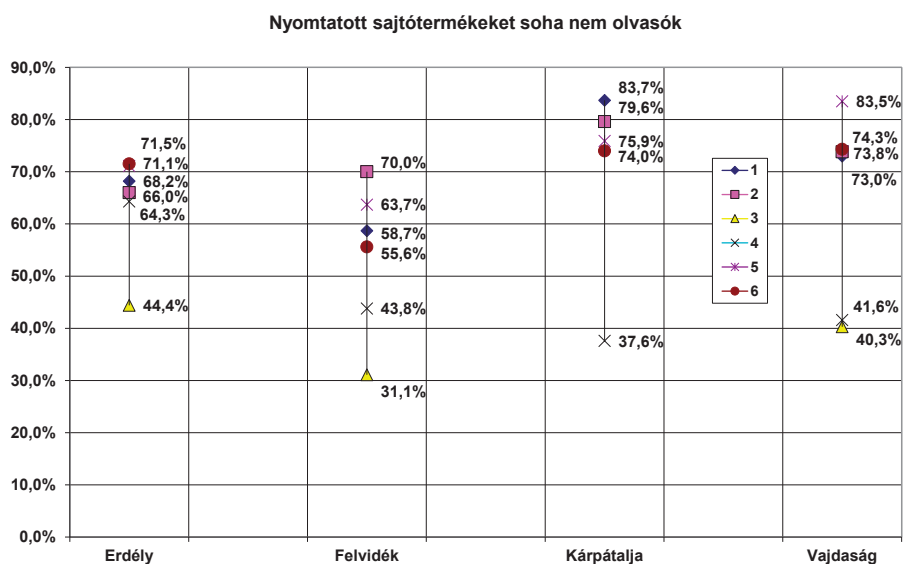
Következésképpen jelenlegi adataink erőteljesen megcáfolják a kérdéssel kapcsolatos azon 2014-es konklúziókat, mely szerint akkor a közszolgálati tartalmakat sugárzó magyarországi rádióadók számítottak a határon túli magyar médiahasználati (esetünkben rádióhallgatási) gyakorlat nyerteseinek. Mára tehát ez a tendencia a visszájára fordult, melynek szerteágazó okai nem vezethetők vissza egyetlen kiváltó okra, sokkal inkább a komplex médiahasználati környezet különböző hatásainak következményeinek tekinthetők.

4. A nyomtatott sajtó használatának változása

A nyomtatott sajtótermékek olvasása terén bekövetkezett változásokat ezúttal is csupán jelzésszerűen érintjük. Ennek oka csupán részben az, hogy kutatásorozatunk elsősorban az elektronikus médiafelületek használatára fókuszál. Ennél nagyobb súllyal esik latba az a korábbi vizsgálataink során bebizonyosodott nyilvánvaló tény, hogy a tárgyalt nyomtatott újságok, folyóiratok stb. használata a vizsgált két évtized alatt korábbi jelentőségének töredékére zsugorodott.

Mindennek kézenfekvő bizonyítékát láthatjuk a nyomtatott sajtótermékeket már egyáltalán nem olvasók – alábbi regionális – megoszlásaiban.

71. ábra



1–Többségi nyelvű országos lapok.

2–Többségi nyelvű helyi lapok.

3–Szlovákiai, szerbiai stb. magyar országos lapok.

4–Romániai, ukrainai stb. magyar regionális/helyi lapok, hetilapok.

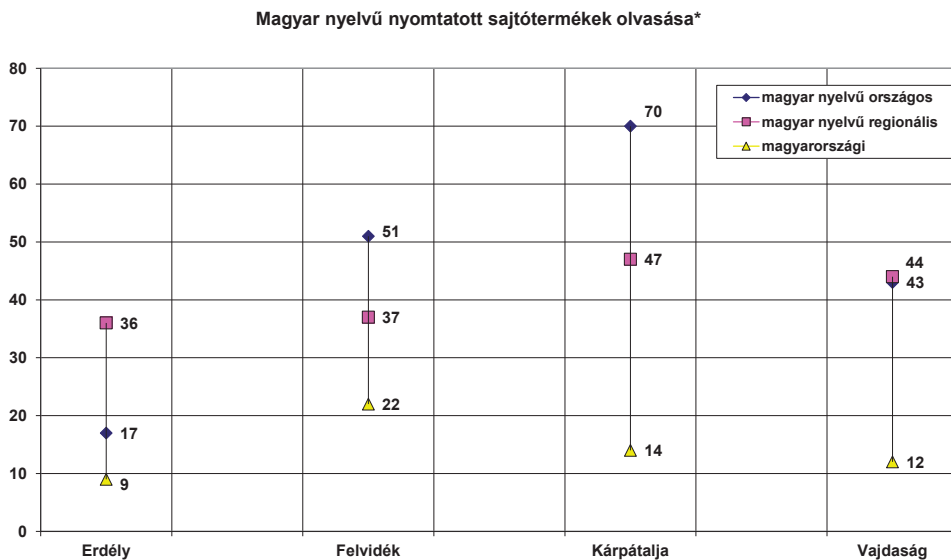
5–Magyarországi napilapok.

6–Magyarországi hetilapok, folyóiratok.

Az önmagukért beszélő adatsorok mindegyik régióban egyaránt azt mutatják, hogy a válaszadók döntő többsége (55–83%-a) elsősorban többségi nyelvű, illetve magyarországi lapokat/kiadványokat nem olvas soha. Mindebből az következik, hogy a nyomtatott sajtótermékek iránti érdeklődés a határon túli magyarság körében már csaknem kizárólag a magyar nyelvű helyi/regionális és országos terjesztésű lapokra korlátozódik.

A fenti egyértelmű tendenciát igazolja, hogy a csekély számú újságolvasók is elenyésző mértékben olvasnak csupán Magyarországon megjelenő kiadványokat, amit a regionális magyar nyelvű lapok előznek meg (36–44 átlagpont között).

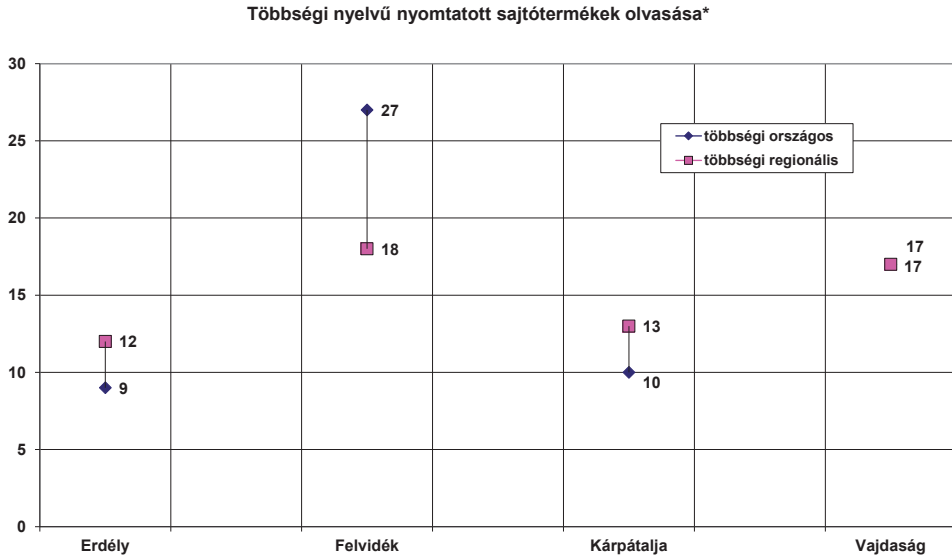
72. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Az országos terjesztésű magyar lapok használata esetében említést érdemel, hogy amíg Erdélyben ezek népszerűsége kétszer alacsonyabb a bőségesen rendelkezésre álló regionális lapokénál, a Felvidéken a helyzet fordított, ami egyfelől a helyi magyar nyomtatott sajtó krónikusan szűkös kínálatára, valamint az egyetlen napilapként megjelenő – és a rendszerváltozás óta szélsőségesen liberális szellemiséget képviselő – Új Szó monopol helyzetére vezethető vissza.

73. ábra

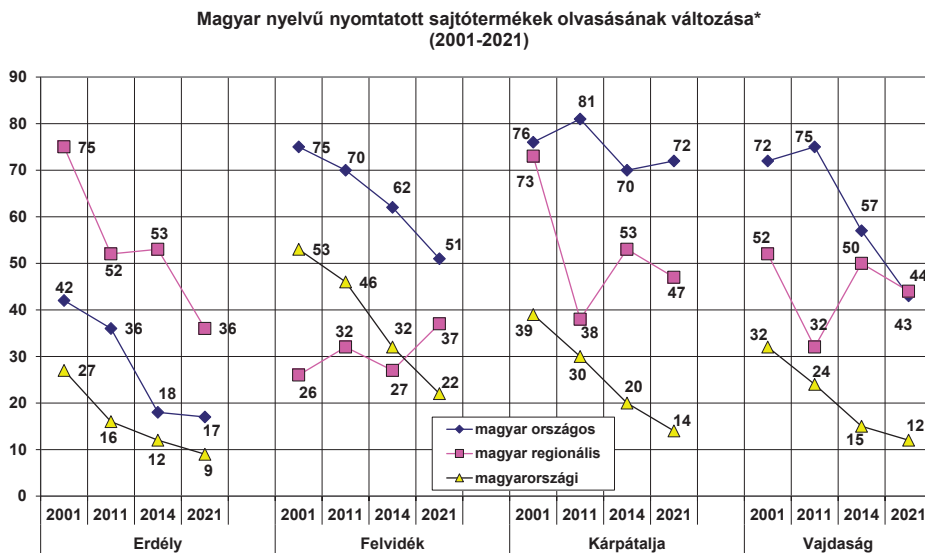


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A többségi nyelvű nyomtatott sajtó használata tekintetében három régióra is a maximálshoz közeli érdektelenség jellemző, s csupán a sok egyéb téren is asszimiláció-érzékenyebbnek bizonyult felvidékiek esetében mondható relatíve jelentősnek a szlovák napi- és hetilapok iránti (az erdélyieknél például már háromszor intenzívebb) érdeklődés, ám ez is mindössze 27 átlagpontnyi gyakoriságot tesz ki.

A nyomtatásban megjelenő újságolvasásról eddig elmondottakat idősoros adatsoraink is hiánytalanul visszaigazolják, amelyek néhány elhanyagolható kivételtől eltekintve mindegyik sajtóterméktípussal kapcsolatban az említett visszaesés folyamatosságát bizonyítják.

74. ábra



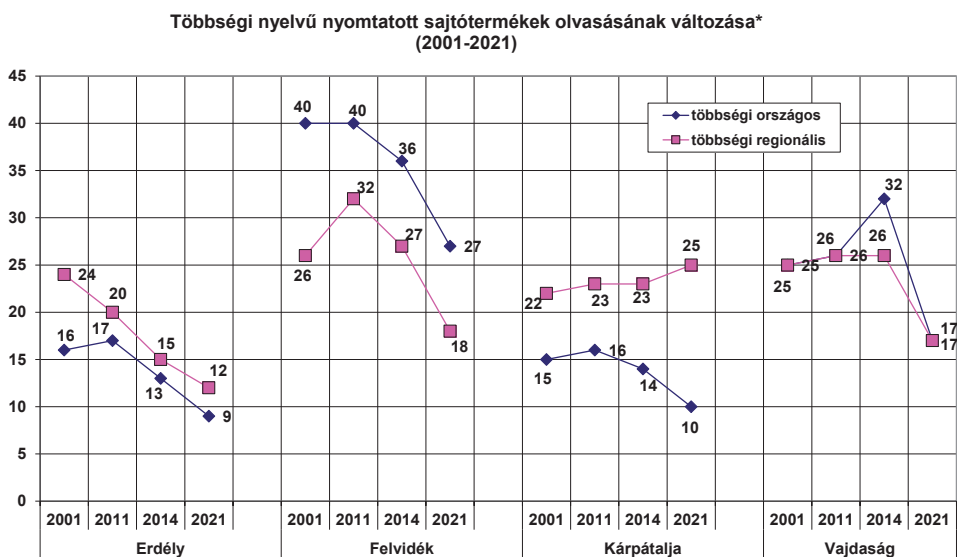
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Mind ezt leginkább a magyarországi, illetve romániai, szerbiai stb. országos kiadványok használatának alakulása jellemzi. Előbbiek a húsz évvel ezelőtti regisztrálthoz képest már két és fél-háromszor kevesebben olvassák, ám utóbbiak esetében is az időben egyenlő fokozatokban való csökkenés tendenciája érvényesül.

A helyi/regionális magyar nyelvű nyomtatott sajtótermékek esetében ugyan hasonló szabályos fokozatokról nem beszélhetünk, ám arról igen, hogy olvasottságuk gyakorisága már mindegyik régióban 50 átlagpont alá esett, ami Erdély tekintetében 2001-hez képest már csupán fele akkora érdeklődést mutat.

A többségi nyelvű nyomtatott sajtótermékek esetében regisztrált adatok ugyancsak az előbbiekből látott mértékű visszaesést jeleznek (a kárpátaljai ukrán helyi lapokon kívül). Különösen a 2014 óta eltelt időszakban, ami leginkább a vajdaságiak gyakorlatában figyelhető meg, ahol a szerb nyelvű országos lapok olvasottsága jelenleg már csupán fele akkora, mint hét évvel ezelőtt volt.

75. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A mindkét nyelvű nyomtatott sajtóval kapcsolatban megismert tendenciák végeredményben egyértelmű irányt mutatnak a tekintetben, hogy a tárgyalt információforrás pozíciója olyan válságos stádiumba érkezett, melynek megállítására, de akár a jelenlegi alacsony szinten való tartására is minimális esély mutatkozik.

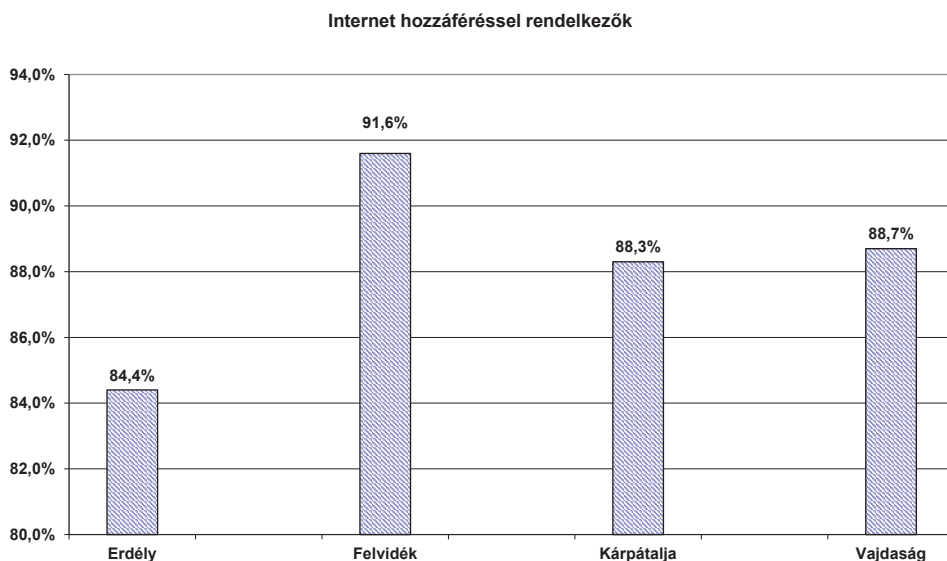
Következésképpen immáron alighanem egy irreverzibilis folyamatról beszélhetünk, melynek eredményeképpen a nyomtatott sajtótermékek már a közeljövőben végképp jelentőségüket veszítik, átadva helyüket az audiovizuális, valamint digitális médiafelületeknek.

5. Az internethasználat változása

5.1. Az internet hozzáférés (lefedettség) változása

A határon túli magyarok internethasználatának vizsgálatát annak bemutatásával kezdjük, hogy körükben régióként milyen mértékű az internetkapcsolathoz való hozzáférés.

76. ábra



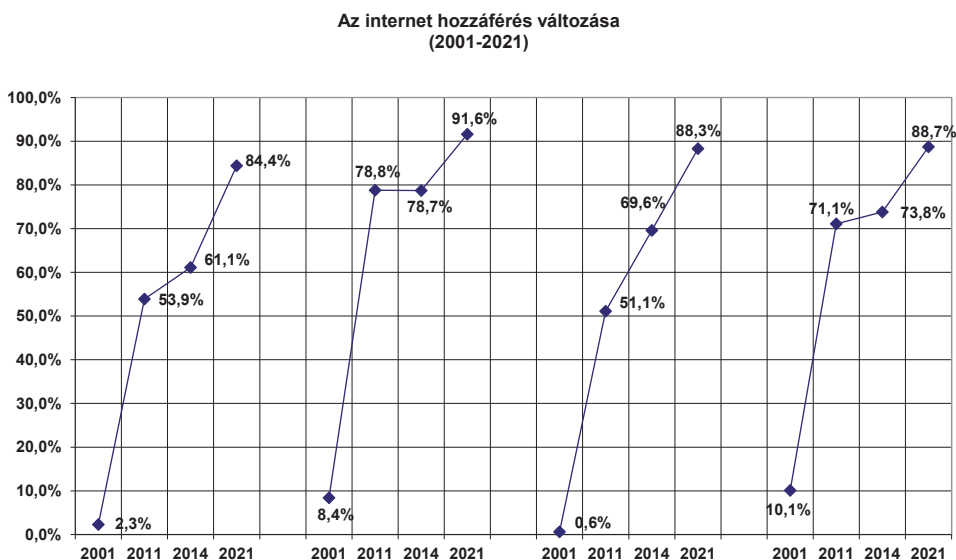
A grafikonon látható megoszlások ezzel kapcsolatban azt mutatják, hogy internetkapcsolattal válaszadóink túlnyomó többsége mindegyik régióban rendelkezik.²⁸ A legnagyobb, 90%-ot meghaladó lefedettséget a Felvidéken mértük, amitől alig néhány százalékponttal maradnak el a kárpátaljaiak és a vajdaságiak, s csupán az erdélyiek esetében beszélhetünk relatíve kisebb mértékű internet hozzáférésről.

28 E téren említést érdemel, hogy – amint az látni fogjuk – a megkérdezettek a jelzett arányokat meghaladó mértékben használják az internetet, mert a tárgyalt kérdéssel kapcsolatban nagyrészt az otthoni elérhetőséget jelölték meg, s az egyéb helyen való internethasználatot nem.

Idősorososan, az önmagukért beszélő adatok, természetesen elsősorban azt, a korábbi kutatásaink által feltárt tendenciát igazolják vissza, hogy a határon túli magyarok számára az internet elérhetőség terén a 2001–2011 közötti időszak hozta a brutális arányú áttörést, ami döntő mértékű hatással volt a médiahasználat strukturális átrendeződésére.

Bár az akkor mérthez hasonló arányú további fejlődés/növekedés az utóbbi évtizedben statisztikailag már nem volt lehetséges, az internet hozzáférés gyarapodása ekkor is töretlen maradt.

77. ábra



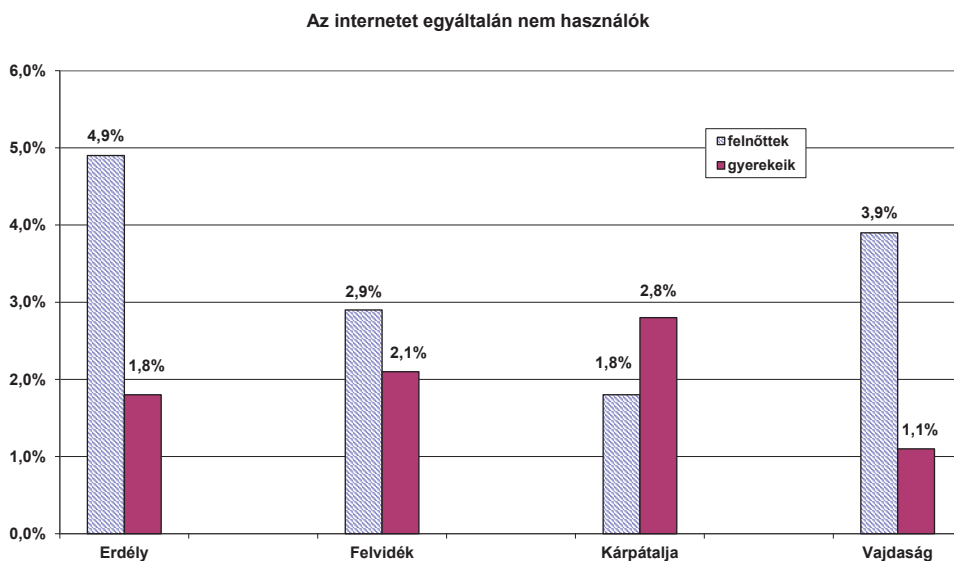
Ezalatt az értendő, hogy az internetkapcsolattal rendelkezők arányának bővülése 2011 óta mindegyik régióban folytatódott, aminek mértékét elsősorban az befolyásolta, hogy a tíz évvel korábban elért szint milyen magas volt. E téren az erdélyiek és kárpátaljaiak körében nőtt leginkább az internethez való hozzáférés (31 és 37százalékponttal), ám a 2011-ben már igen magas, 70% fölötti lefedettséggel bíró felvidékiek és vajdaságiak körében is tekintélyes, 13–17 százalékpontos növekedést tapasztaltunk.

A jelenlegi adatok azonban összességében azt mutatják, hogy a tárgyalt vonatkozásban a régiók között eddig meglévő különbségek mára kiegyenlítődtek, s az internet elérés 84,4–91,6%-os foka mindenütt maximális hátteret biztosít a világháló használatához. Az internet tehát a korábbi kutatási időszakokhoz képest még inkább megkerülhetetlen és alighanem végérvényesen domináns részévé vált a határon túli magyarok médiastruktúrájának, amit az internetet nem használók elenyésző arányára vonatkozó következő adatsorok is bizonyítanak.

5.2. Az internetet nem használók aránya

Tekintettel az előbb megismert kimagasló internet elérési lefedettségekre, aligha meglepő, hogy a világhálót nem használók aránya immáron mindenütt csupán töredékmegoszlásokban mérhető.

78. ábra



Árnyalatnyi intergenerációs különbségek ugyan kimutathatók, mely szerint egyetlen kivételtől eltekintve (Kárpátalja) a gyerekek szüleiknél is nagyobb gyakorisággal használják az internetet.

29. táblázat**Az internetet egyáltalán nem használók
(szociodemográfiai változók szerint, százalékban)**

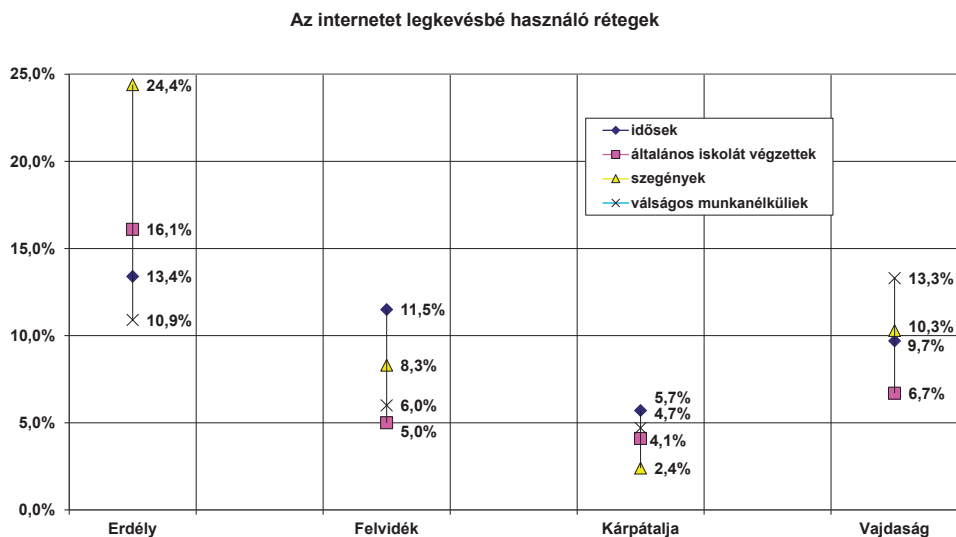
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	4,9	2,9	1,8	3,9
Korcsoportok szerint				
Fiatal	0	0,4	0	0
Középkorú	1,2	0,7	0	0,4
Idős	13,4	11,5	5,7	9,7
Iskolai végzettség szerint				
Általános	16,1	5,0	4,1	6,7
Szakmunkás	1,8	0,9	2,8	5,3
Érettségi	2,4	1,8	0,9	1,4
Felsőfokú	1,6	0,7	0	0
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	24,4	8,3	2,4	10,3
Alsó-közép	2,7	4,4	1,9	3,9
Felső-közép	0	0,5	1,2	1,6
Gazdag	0	0	0	0
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	4,1	1,0	0,4	1,2
Enyhe munkanélküli érintettség	1,2	0	1,0	2,5
Válságos munkanélküli érintettség	10,9	6,0	4,7	13,3
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	5,2	2,9	1,6	4,0
Többségi iskola	3,6	3,0	2,9	4,5
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	17,4	2,9	–	4,0
Lét-identitás	3,6	3,0	2,9	4,5

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

Ami a szociodemográfiai változókat illeti, elmondható, hogy amíg a regionális átlagokhoz képest elsősorban az idősek relatíve felülreprezentáltak az internetet nem használók körében, fiatalok és középkorúak, az iskolázottabbak, a jobb anyagi körülmények között élők stb. esetében azonban már alig, vagy egyáltalán nem találtunk internetet nem használó válaszadót.

Az internetet nem használó rétegek régiók szerinti megoszlásai azt mutatják, hogy ilyenek a legcsekélyebb arányban Kárpátalján, leginkább pedig Erdélyben találhatóak. A két régió közötti különbséget az illusztrálja a legjobban, hogy az erdélyi szegények a Kárpátalján hasonló kondíciók között élőkhez képest tízszer többen nem interneteznek (2,4 és 24,4%).

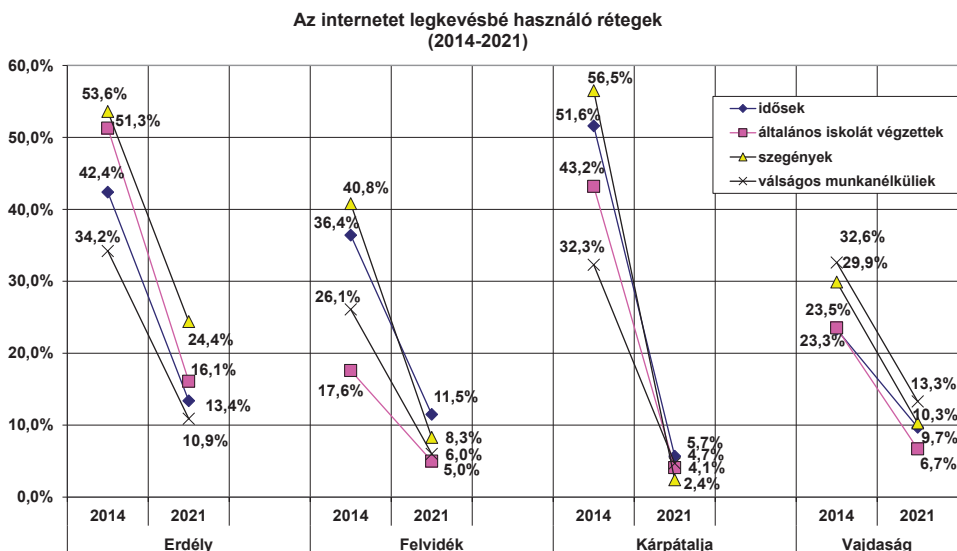
79. ábra



A regionális és társadalmi rétegek szerint bemutatott eltérések rávilágítanak ugyan az internethasználat mögötti háttértényező sokféleségére, összességében azonban azt az alaptendenciát igazolják, mely szerint a világháló használata a határon túli magyar közösségek mind-egyik rétegének információs terében egyre inkább megkerülhetetlen entitásként van jelen.

Az internet említett totális térnyerését idősorosan elsőként az azt legkevésbé használó társadalmi rétegek példáján mutatjuk be. Eszerint a 2014 óta eltelt röpke hét év alatt még a leginkább érintettek (idősek, szegények stb.) esetében is elképesztő mértékben zuhant a világhálón található információk nélkül tájékozódók részaránya.

80. ábra



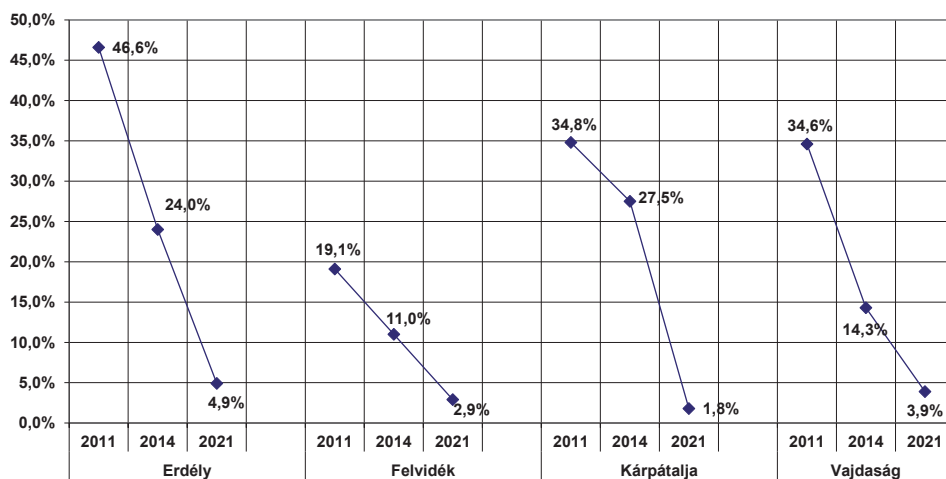
A mindegyik régióra éppúgy jellemző tendencia arányaiban Kárpátalján bizonyult a legszámottevőbbnek (2,4–5,7%, miközben a csökkenés aránya a szegények esetében húsz-, az idősek, illetve általános iskolát végzettek körében pedig több mint tízszeres).²⁹ Az Erdélyben tapasztalt ugyancsak jelentős csökkenés ellenére az ottani helyzet miatt tér el a Kárpátalján látottaktól, mert az internetet nem használók aránya ebben a régióban maradt a relatíve legmagasabb, ahol minden negyedik szegény és minden hatodik általános iskolai végzettségű válaszadó még jelenleg sem mondható internethasználónak. A vizsgált rétegek ennél számottevően kisebb részarányt képviselnek a Felvidéken (5–11,5%), ami arányaiban csaknem azonos a Vajdaságban mért 6,7–13,3%-ot kitevő nem internetező arányával.

A bemutatott adatsorok végeredményben azt igazolják, hogy amíg korábban a kedvezőtlen szociális-anyagi helyzet részben még akadálya lehetett az internethez való hozzáférésnek, ez jelenleg már a legkevésbé jellemző, adataink szerint az internetezés immáron a társadalmi ranglétrán elfoglalt helytől függetlenül csaknem mindenki számára hozzáférhetővé vált a határon túli magyarság körében.

²⁹ Mindez leginkább amiatt mondható váratlan fordulatnak, mert korábbi médiakutatásaink során a többi régióhoz képest éppen a kárpátaljaiak bizonyultak a leginkább jelentős fáziskészen lévőknek az internethasználat szempontjából, ami elsősorban az ottani – egyébként a mai napig jellemző – alacsony életszínvonalnak volt betudható.

A teljes népességekre vonatkozó regionális, idősoros adatok még inkább megerősítik az imént elmondottakat. Az, hogy a Kárpát-medencében kisebbségben élő magyarok közül jelenleg már csupán 1,8–4,9% nem használja az internetet egyben azt is jelenti, hogy a kör bezárult, és az internet végérvényesen (egyben visszafordíthatatlanul) a legmeghatározóbb faktorrá vált az érintett közösségek tagjai információs bázisának.

81. ábra

Az internetet egyáltalán nem használók
(2011-2021)

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

5.3. Az internethasználat helyszínei és módozatai

Az internetezési gyakorlattal kapcsolatos legújabb ismereteink bemutatását azzal kezdjük, hogy a határon túli magyarság internethasználata miként alakul(t) annak különböző helyszínei, valamint az alkalmazott eszközök szerint.

30. táblázat

Milyen módon és helyen szokott internetezni?* (százalékban)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
mobil eszközön keresztül (okostelefon, vagy tablet) (1,25)**	87	88	80	77
otthoni számítógépen/laptonon (1,75)	63	68	70	84
munkahelyen (3,5)	54	54	45	45
utazáskor (közlekedés közben) (3,5)	60	46	51	42
iskolában (3,75)	18	23	14	44

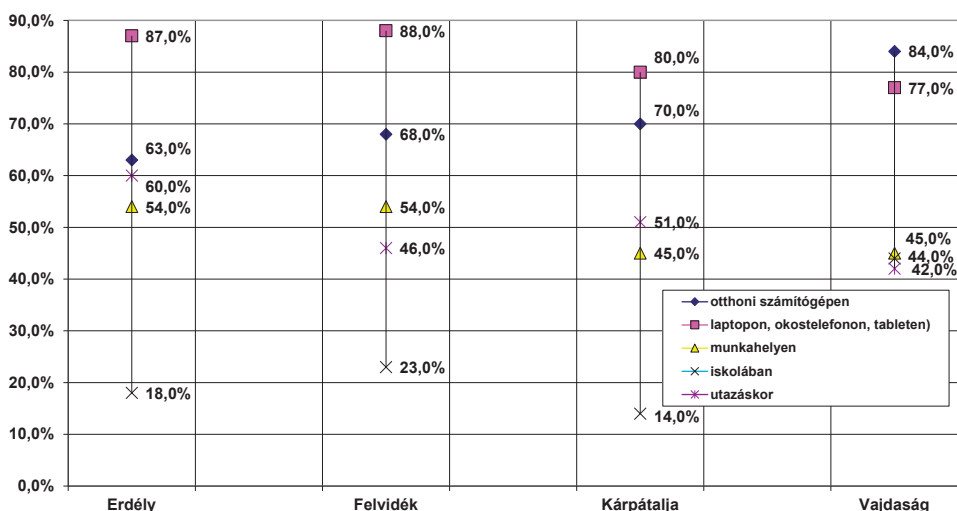
* Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.

** Összregionális helyezési sorszám átlagok.

Ami az utóbbiakat illeti, a mobil eszközök (okostelefon, tablet) térnyerése egyértelmű tendenciaként jelentkezik: 80–88 százalék közötti használatuk három régióban is magasan megelőzi az otthoni számítógépen, illetve laptopon internetezők számarányát, s utóbbi mindössze a Vajdaságban foglalja el az első helyet, ám csupán alig néhány százalékpontnyi előnnyel.

82. ábra

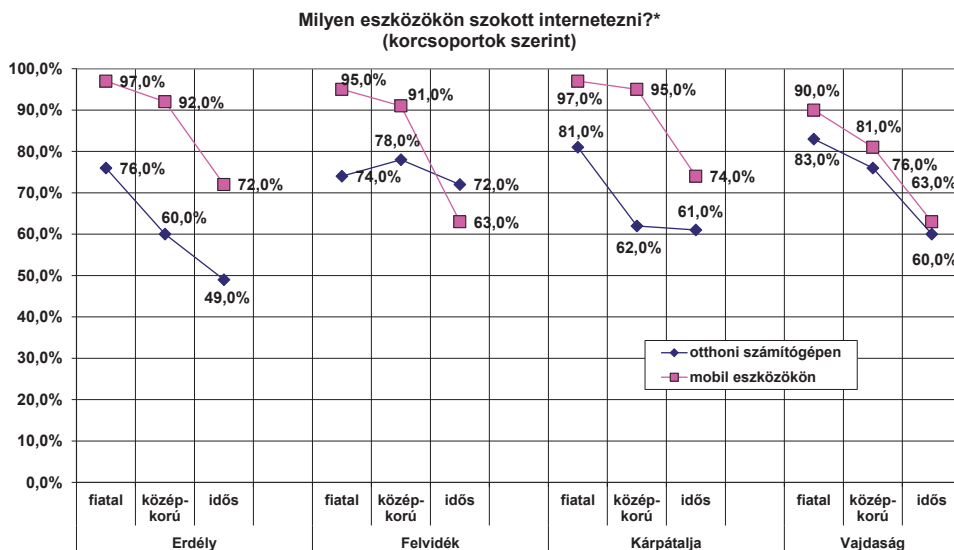
Milyen módon és helyen szokott internetezni?*



* Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.

Korcsoportok szerint ugyancsak tanulságos megoszlásokat tapasztaltunk, melyek újabb bizonyítékkul szolgálnak a mobil eszközök internetezésre való használata rohamos térnyeréséről.

83. ábra



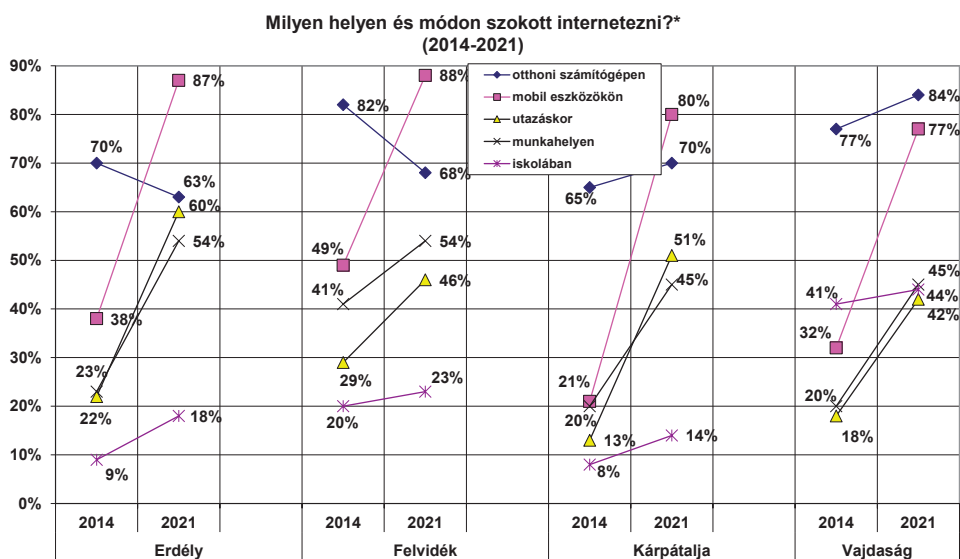
* Az opciók külön kérdésként kerültek lekérdezésre.

A grafikon adatai ugyanis egyfelől azt mutatják, hogy az idősek ugyan mindegyik régióban lényegesen kevesebbet interneteznek a másik két korosztály tagjaihoz képest, ám a felhasznált eszközök tekintetében már körükben is a mobil eszközök dominálnak, s jelenleg egyedüliként csupán a felvidéki idősek használják gyakrabban az otthoni számítógépeiket internetezésre, mint a mobil eszközöket.

Ami az internethasználat egyéb helyszíneit illeti, a munkahelyen és utazás közben közel azonos intenzitású gyakorlatot regisztráltuk mindegyik régióban (42 és 60% között), míg legkevésbé az iskolában interneteznek (14–23%), a Vajdaságot kivéve, ahol ez az arány 44%-ot tesz ki. (84. ábra)

Idősoros bontásban egy újabb döntő fordulat tanúi lehetünk: a mobil eszközökön való internetezés robbanásszerű elterjedésének. Enyhébb jelző aligha alkalmazható a jelzett folyamattal kapcsolatban, hiszen az elmúlt hét év során a mobil eszközök internetezésre való használata a Felvidéken 38, a Vajdaságban 45, Erdélyben 49, Kárpátalján pedig 59 százalékponttal nőtt. Az összességében kiemelkedően magas, 77–88%-os részarány egyben azt jelenti, hogy 2014-hez képest három régióban a korábban toronymagasan domináns otthoni számítógépeken történő internethasználat a második helyre szorult, vezető szerepét csupán a Vajdaságban őrizte meg, noha csupán alig néhány százalékponttal.

84. ábra



* Az opciók külön kérdésként kerültek adatfelvételre.

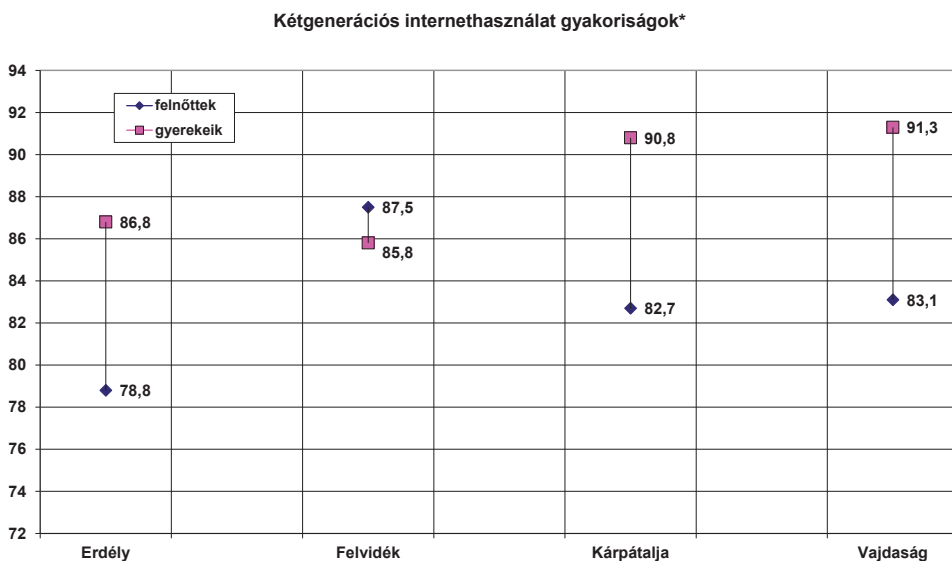
A vizsgált vonatkozásban úgyszintén igen jelentős átrendeződés ment végbe a munkahelyen, illetve az utazás közben történő internetezéssel kapcsolatban. Utóbbi esetben például azt tapasztaltuk, hogy hét év alatt az így internetezők aránya Erdélyben csaknem a négyszeresére, Kárpátalján pedig a háromszorosára nőtt, ami újabb bizonyítéka a mobil eszközök internetes használata terén már bekövetkezett, emellett pedig alighanem folyamatosan tovább növekvő térnyerésnek.

5.4. Internethasználat gyakoriságok változása

Az internetezéssel kapcsolatos lefedettség és egyéb strukturális vonatkozások áttekintése után a továbbiakban – hasonlóan eddig gyakorlatunkhoz – az egyes régiókban tapasztalható jelenlegi tényleges internethasználatot – illetve annak idősoros módosulásait – mutatjuk be a határon túli magyarság körében. Elemzésünk fókuszába továbbra is az internethasználat intenzitását állítjuk, amit előbb a családokon belüli kétgenerációs (szülők-gyerekek) szinten, majd a különböző nyelvű honlapok látogatottsága, tehát a nyelvi dimenzió mentén 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, illetve azok különböző rétegeinek körében.

Az internethasználat intenzitásával kapcsolatban regisztrált adatainkat elsőként ezúttal is kétgenerációs keretben mutatjuk be.³⁰

85. ábra

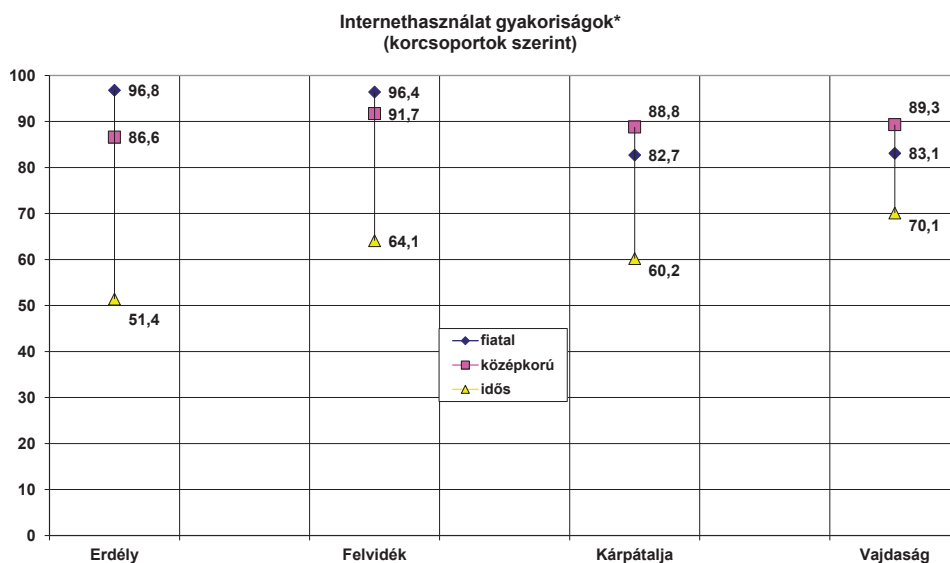


* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–soha...100–naponta többször.

30 Tesszük ezt annak ellenére, hogy korábbi médiakutatásaink tapasztalatai szerint a szülők mindenütt igen számottevő – akár krónikus szintűnek is mondható – alulinformáltsággal rendelkeznek gyermekeik internetezési szokásaival kapcsolatban. Mindez elsősorban a tartalmi vonatkozásokra értendő, ám a mobil eszközök imént idézett rohamos elterjedésének köszönhetően a szülők egyre kevésbé képesek követni gyermekeik világhálón történő időbeli tevékenységét is. Végeredményben tehát a gyerekekre vonatkozó adataink erősen becslés jellegűek (ezért aztán csupán elvétve ismertetjük ezeket), melyek további pontosítása csak egy külön intergenerációs médiakutatás keretei között lenne megvalósítható.

Korábbi kutatási eredményeink ismeretében nem mondható meglepőnek, hogy a gyerekek a szüleikhez képest nagyobb gyakorisággal használják az internetet: előnyük Erdélyben, Kárpátalján és a Vajdaságban már 10 átlagpont körüli, s csupán a Felvidéken interneteznek közel azonos arányban szüleikkel.

86. ábra



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

Társadalmi rétegződés szerint általánosan érvényes tendencia, hogy egyfelől a fiatal és középkorú, illetve a magasabb presztízsű rétegek tagjai használják inkább az internetet. Mindez elsősorban az erdélyiek internethasználatát jellemzi, ahol az általános iskolát végzettek és szegények például csupán feleakkora gyakorisággal interneteznek, mint a diplomások, illetve gazdagok. (31. táblázat) A többi régióban azonban hasonló irányú tendenciák mellett már az erdélyinél lényegesen kiegyensúlyozottabb megoszlásokat tapasztaltunk, ami arra utal, hogy a társadalmi különbségek egyre kevésbé játszanak szerepet az internethasználat intenzitása szempontjából.

31. táblázat**Internethasználat gyakoriságok – felnőttek*
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	79	87	83	83
Korcsoportok szerint				
Fiatal	97	96	95	94
Középkorú	87	92	88	89
Idős	51	64	60	70
Iskolai végzettség szerint				
Általános	47	81	73	73
Szakmunkás	80	83	84	79
Érettségi	87	91	84	92
Felsőfokú	94	95	91	94
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	44	72	59	59
Alsó-közép	80	85	85	85
Felső-közép	89	91	92	88
Gazdag	96	95	92	98
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	87	91	90	88
Enyhe munkanélküli érintettség	89	92	86	87
Válságos munkanélküli érintettség	56	76	80	76
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	79	87	82	82
Többségi iskola	75	88	85	85
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	70	85	–	75
Lét-identitás	79	87	82	83

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

Az internethasználat terén a társadalmi rétegek között megjelenő előbb említett kiegyenlítődési folyamat legnyilvánvalóbb példája a válaszadók gyermekeivel kapcsolatos adatsorokban látható. (32. táblázat)

32. táblázat

Internethasználat gyakoriságok – gyerekek*
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	87	86	91	91
Korcsoportok szerint				
Fiatal	60	62	80	76
Középkorú	87	88	91	97
Idős	51	95	95	96
Iskolai végzettség szerint				
Általános	85	82	91	93
Szaktudás	90	94	95	88
Érettségi	89	85	91	91
Felsőfokú	79	79	88	88
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	78	74	82	96
Alsó-közép	88	86	92	90
Felső-közép	90	87	92	91
Gazdag	88	87	93	86
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	86	85	92	91
Enyhe munkanélküli érintettség	88	84	95	91
Válságos munkanélküli érintettség	85	89	89	91
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	86	86	91	91
Többségi iskola	88	85	93	91
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	70	83	–	94
Lét-identitás	79	89	90	91

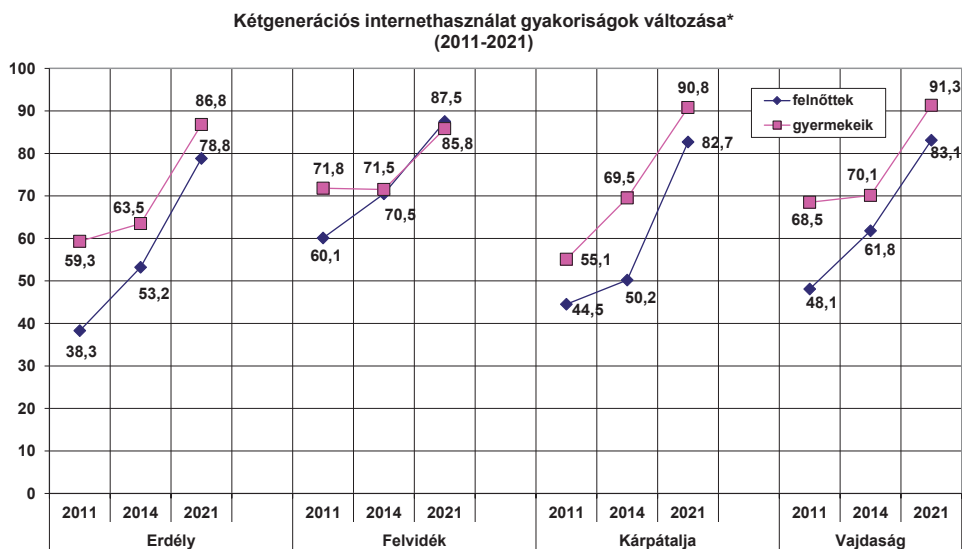
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–soha...100–naponta többször.

Eszerint a még nem felnőtt korú legifjabb nemzedék esetében egyáltalán nem köszönnek vissza a szüleik internethasználatával kapcsolatban tapasztalt, s azok eltérő társadalmi helyzetére visszavezethető internethasználati különbségek, hanem – néhány szabályt erősítő kivételtől eltekintve – csaknem mindegyikük a regionális átlagokhoz közeli gyakorisággal internetezik.

Ennek a folyamatnak a legékezebb példáját láthatjuk az általános iskolát végzett szülők gyerekeinek internet használatában, akik mindegyik határon túli magyar régióban csupán alig néhány átlagponttal kevésbé – gyakorlatilag ugyanakkora intenzitással – interneteznek, mint a diplomások gyerekei.

Az elmondottak fényében idősoros adataink természetesen mindkét nemzedék esetében visszaigazolják az internethasználat töretlen elterjedésének fokozatait. Ezt példázza, hogy a korábban még szüleiknél sokkal nagyobb gyakorisággal internetező fiatalok előnye egyre csökken annak köszönhetően, hogy előbbiek internethasználata gyerekeiknél nagyobb arányban növekszik (a tíz évvel ezelőtti állapothoz képest például Erdélyben és Kárpátalján már mintegy kétszer gyakrabban interneteznek). Következésképpen kétgenerációs internethasználat terén a vizsgált időszakban egy határozott kiegyenlítődési folyamat tanúi lehetünk (amely a Felvidéken már 2014-ben végbement).

87. ábra



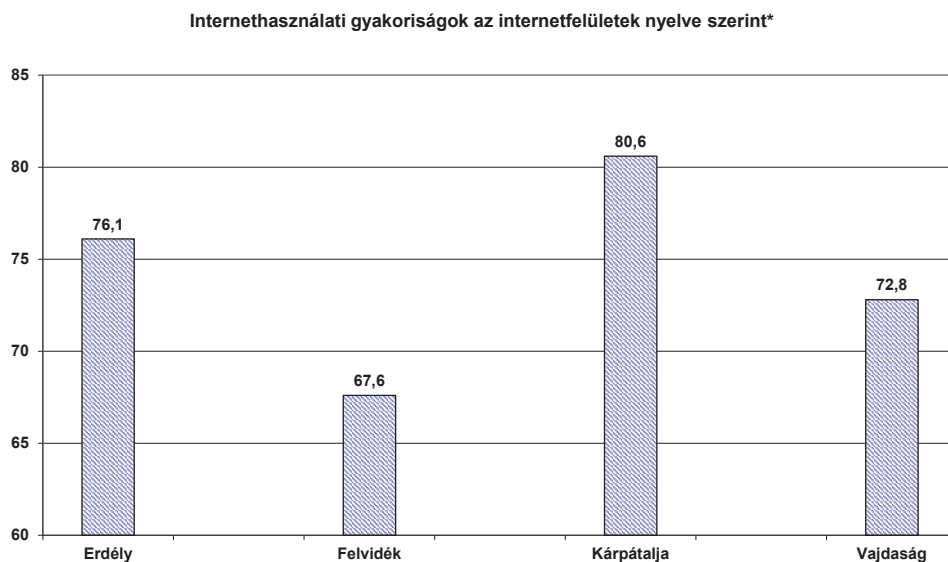
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–soba...100–naponta többször.

Össességében tehát a most vizsgált vonatkozásban még a hét évvel előbbi állapothoz képest is több pozitív tendenciát tapasztaltunk, mint negatívát. Az előbbiekhez sorolhatjuk a felnőtt korú népesség növekvő internethasználatát és annak társadalmi rétegek szerinti fokozódó kiegyenlítődéset, ami a gyermekek internetezési szokásai szempontjából ugyancsak elmondható.

5.5. Az internethasználat változása a honlapok nyelve szerint

A határon túli magyarok internetezési szokásainak vizsgálatát a továbbiakban a nyelvi dimenzió mentén folytatjuk, aminek kutatásunk során mindegyik médiafelület esetében kiemelt figyelmet szenteltünk.

88. ábra



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

Az ezzel kapcsolatos alapmegozslások azt mutatják, hogy az internetet válaszadóink anyanyelvükön ugyanakkora intenzitással használják, mint azt a televízió nézés esetében tapasztaltuk. Eszerint elmondható, hogy az internetezés terén a magyar nyelv dominanciája továbbra is érvényesül, noha régióként nem ugyanolyan mértékben: ezúttal is a kárpátaljaiak bizonyultak a leginkább anyanyelv-orientáltak, akiket kissé lemaradva az erdélyiek, illetve a vajdaságiak követnek, a Felvidéken élők körében azonban már nem éri el a 70 átlagpontot az internetet magyarul használók részaránya.

Társadalmi rétegződés szerint nagyrészt ugyancsak a megosztottság jellemzi az érintettek interneten való nyelvhasználatát. (33. táblázat)

Elsősorban az, hogy amíg magyarul átlag fölötti arányban mindegyik régióban az alsóbb társadalmi osztályok tagjai interneteznek (68–86 átlagpont között), mindez a relatíve legkevésbé a gazdagokat és a felsőfokú végzettségűeket jellemzi (mindössze 59–72 átlagpont).

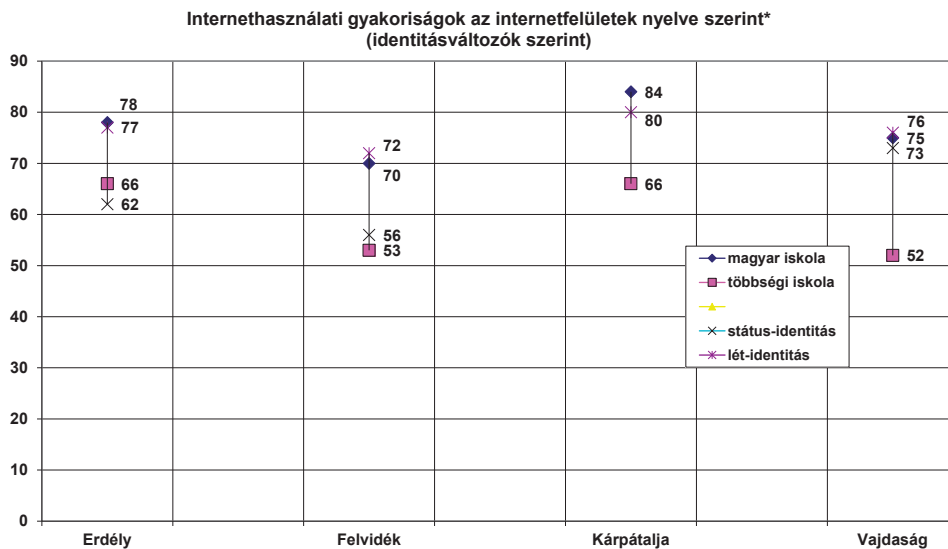
33. táblázat**Internethasználati gyakoriságok az internetfelületek nyelve szerint*
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	76	67	80	72
Korcsoportok szerint				
Fiatal	76	69	80	74
Középkorú	75	68	81	70
Idős	79	66	83	75
Iskolai végzettség szerint				
Általános	86	72	85	77
Szakmunkás	81	68	80	78
Érettségi	74	67	83	78
Felsőfokú	69	63	72	67
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	78	68	89	76
Alsó-közép	77	69	80	75
Felső-közép	74	67	80	69
Gazdag	69	65	70	59
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	75	66	80	71
Enyhe munkanélküli érintettség	78	66	79	75
Válságos munkanélküli érintettség	77	73	88	77
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	78	70	84	75
Többségi iskola	66	53	66	52
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	62	56	–	73
Lét-identitás	77	72	80	76

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

Az internetezés során használt nyelvi dimenzióval kapcsolatban idézett nagyfokú eltérések tükrében viszont figyelemre méltónak mondható, hogy korcsoportok szerint ilyen megosztottságot nem tapasztaltunk (mindegyik régióban átlaghoz közeli arányban használják az internetet anyanyelvükön mindhárom korcsoport tagjai). Mindez mindenképpen atipikus fejleményként értékelhető, hiszen – amint azt láthattuk, és látni is fogjuk – a fiatalok és az idősek a médiahasználat legkülönbözőbb területein egymástól diametrálisan eltérő gyakorlatot folytatnak. Az identitásörzés szempontjából minden esetre pozitív fejleményként értékelhető, hogy a fiatal korosztály az internetezés nyelve szerint egyelőre nem mutat a felsőbb társadalmi rétegek esetében látható elszakadásra/lazulásra utaló jeleket az anyanyelvhasználat terén.

89. ábra



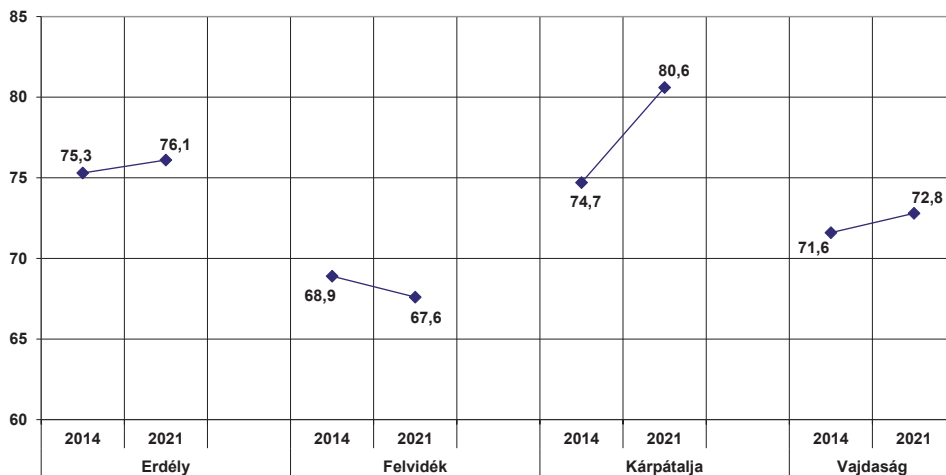
* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–csak többségi nyelven...100–csak magyarul.

Az anyanyelvi kötődések említett meglazulásának további példáját láthatjuk viszont az identitásváltozók szerinti megoszlások adataiban, melyek szerint az identitásőrző kategóriákba tartozó határon túli magyarok igen számottevő arányban, 15-20 átlagponttal nagyobb gyakorisággal használják inkább internetezésre az anyanyelvüket az asszimiláns rétegek tagjaihoz – különösen pedig a többségi nyelvű általános iskolát végzettekhez – képest.

Ami az idősoros adatokat illeti, három régióban a korábbi szinten stabilizálódott az anyanyelven való internethasználat gyakorisága. Ez azt jelenti, hogy a magyarul továbbra is a felvidékiek használják relatíve legkevésbé, az erdélyiek és vajdaságiak pedig egy árnyalatnyival intenzívebben az internetet. A kivételt ezúttal is a kárpátaljaiak jelentik, akiknek körében 2014-hez képest további hat átlagponttal nőtt az anyanyelvükön internetezők aránya, túllépve a 80 átlagpontot.

90. ábra

Internethasználati gyakoriságok változása az internetfelületek nyelve szerint*
(2014-2021)

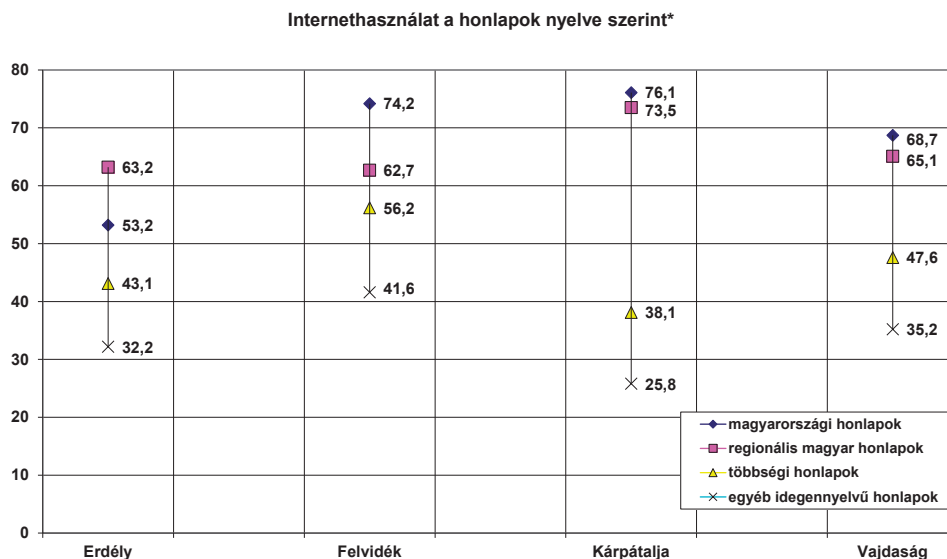


* 100-as skálára transzponált átlagok: 1–csak többségi nyelven...100–csak magyarul.

Ezek a tendenciák végeredményben nem csupán annak bizonyítékai, hogy általános megközelítésben az internethasználat nyelve szerint a magyar nyelv őrizni látszik korábbi pozícióit, de leginkább annak, hogy a többségi/egyéb idegen nyelven való internetezés gyakorlata egyelőre nem látszik veszélyeztetni az anyanyelvi információszerzés dominanciáját.

Az előbb vázoltak kontrolljaként – az internetezés nyelvi dimenzióinak következő fokozataként (annak konkrétabb szintjein) – a továbbiakban arra keressük a választ, hogy a világháló használata során az érintettek milyen arányban látogatnak anyanyelvi, többségi, valamint egyéb idegen nyelvű honlapokat.

91. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A különböző nyelvű honlapok látogatottsága terén ugyan a magyar nyelvűek dominanciája érvényesül, ám a két alaptípus közötti távolság már erőteljes csökkenést, illetve közeledést mutat. Ez alatt az értendő, hogy a három régióban még vezető magyarországi honlapok mögött egyre inkább felzárkóznak a regionális magyar nyelvű honlapok: Kárpátalján és a Vajdaságban utóbbiakat gyakorlatilag már ugyanakkora arányban használják, Erdélyben pedig a fordulat már végbe is ment, ahol a magyarországi honlapok látogatottsága tíz átlagponttal lemaradva a második helyre szorult.

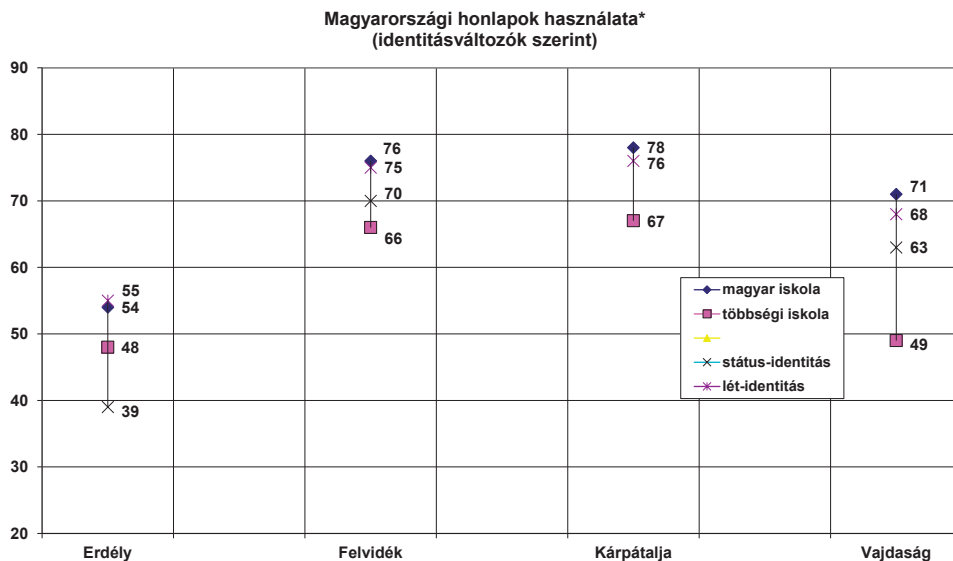
Az elmondottak részletei a 34–35. táblázatok adatsoraiban láthatók, melyek közül említést érdemel, hogy a magyarországi honlapokat a fiatal korosztály tagjai követik nagyobb gyakorisággal, mint az idősek, s ugyanez igaz iskolai végzettség szerint is, ahol az anyaországi internetes tartalmak használata nő a kevésbé iskolázottaktól a diplomásokig. Ezeken kívül a magyarországi honlapok követése tekintetében felülreprezentáltak a legtehetősebb rétegekhez tartozók (az erdélyi gazdagokon kívül).

34. táblázat**Magyarországi honlapok használata
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	53	74	76	68
Korcsoportok szerint				
Fiatal	55	77	78	72
Középkorú	56	77	79	69
Idős	45	62	66	66
Iskolai végzettség szerint				
Általános	35	72	70	63
Szakmunkás	50	69	74	60
Érettségi	58	75	75	71
Felsőfokú	60	82	86	79
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	28	65	67	54
Alsó-közép	55	74	74	68
Felső-közép	57	74	86	72
Gazdag	40	80	80	78
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	57	77	80	73
Enyhe munkanélküli érintettség	58	76	69	66
Válságos munkanélküli érintettség	38	63	72	60
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	54	76	78	71
Többségi iskola	48	66	67	49
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	39	70	–	63
Lét-identitás	55	75	76	68

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

92. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Identitásváltozók szerint a várható megoszlásokat tapasztaltuk: a magyarországi honlapokat az első két helyen a magyar általánost végzett, illetve a lét-identitással rendelkezők használják az első két helyen 70 átlagpont fölötti arányban, ami azonban az erdélyi identitásváltozók esetében már csupán 54–55 átlagpontot tesz ki.

A témával kapcsolatban említést érdemel még, hogy az asszimiláns rétegekhez tartozók is relatíve jelentős intenzitással követik a magyarországi internetfelületeket, miután arányuk csupán a Vajdaságban és Erdélyben nem éri el az 50 átlagpontot.

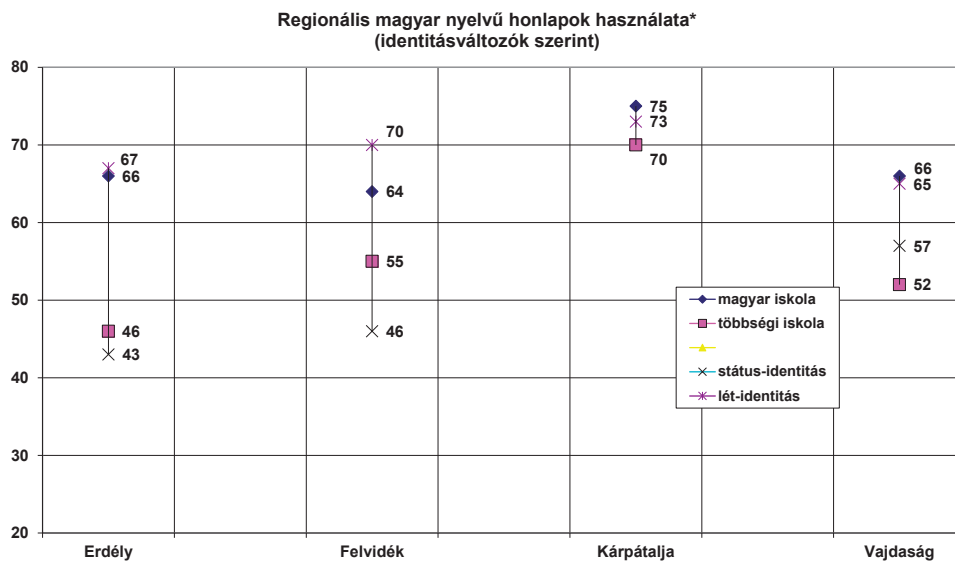
35. táblázat**Regionális magyar nyelvű honlapok használata
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	63	62	73	64
Korcsoportok szerint				
Fiatal	68	61	74	64
Középkorú	64	66	78	66
Idős	53	59	66	65
Iskolai végzettség szerint				
Általános	49	57	72	59
Szakmunkás	62	57	72	61
Érettségi	63	65	71	70
Felsőfokú	71	72	79	72
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	40	52	62	50
Alsó-közép	66	62	73	65
Felső-közép	64	64	83	67
Gazdag	60	64	73	79
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	66	67	76	68
Enyhe munkanélküli érintettség	68	58	69	62
Válságos munkanélküli érintettség	44	51	75	57
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	66	64	75	66
Többségi iskola	46	55	70	52
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	43	46	–	57
Lét-identitás	67	70	74	65

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A regionális magyar nyelvű honlapok tekintetében újra az érdemel említést, hogy ezeket a fiatalok és középkorúak csaknem mindenütt a regionális átlagokat meghaladó mértékben követik, míg a helyi/regionális internetes információk iránt a legkevésbé az alacsony iskolai végzettséggel rendelkezők, a szegények, valamint a válságos munkanélküli helyzetben lévők érdeklődnek.

93. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Az eltérő identitásváltozók szerint a magyarországi honlapok esetében látottaknál már jelentősebb különbségek mutatkoznak (Kárpátalját kivéve): amíg a nemzeti identitásukhoz ragaszkodók számottevő (64–75 átlagpontos) gyakorisággal használják a magyar nyelvű regionális honlapokat, a többségi iskolát végzettek, valamint a státus-identitásúak tőlük jelentősen elmaradva, mindössze 43–57 közötti arányban teszik ugyanezt.

A többségi nyelvű honlapok használatával kapcsolatban elmondható, hogy ezekre az asszímiláció által leginkább érintett felvidéki magyarok kattintanak a legnagyobb gyakorisággal (56 átlagpont), akiket a vajdaságiak és az erdélyiek követnek (47–43 átlagpont), legkevésbé pedig a kárpátaljaiak (38 átlagpont).

36. táblázat

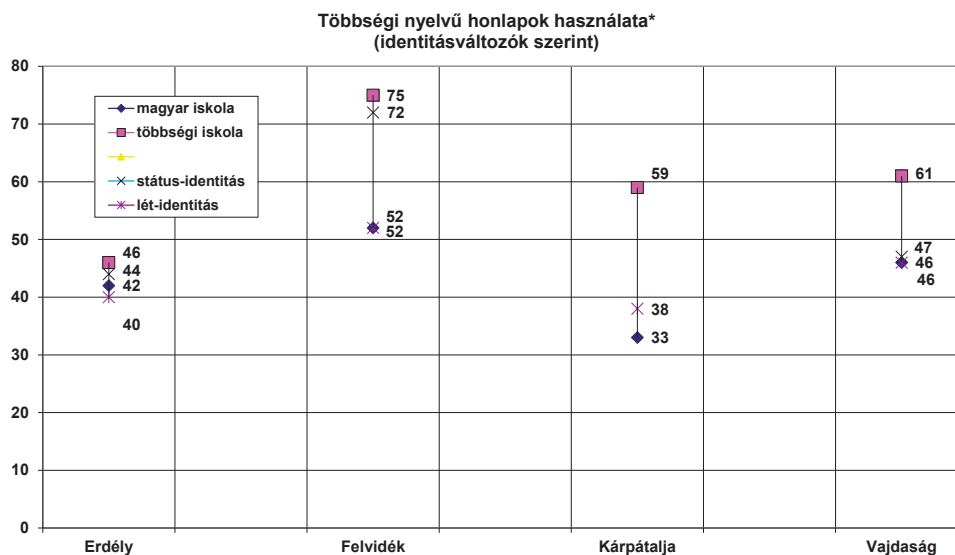
Többségi nyelvű honlapok használata (szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	43	56	38	47
Korcsoportok szerint				
Fiatal	44	54	38	46
Középkorú	48	60	39	53
Idős	33	49	36	41
Iskolai végzettség szerint				
Általános	28	49	29	39
Szaktudás	37	50	40	40
Érettségi	46	57	34	54
Felsőfokú	56	70	53	60
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	27	53	24	37
Alsó-közép	42	53	37	44
Felső-közép	50	57	48	56
Gazdag	47	67	54	62
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	46	62	39	54
Enyhe munkanélküli érintettség	47	59	41	39
Válságos munkanélküli érintettség	29	35	25	43
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	42	52	33	46
Többségi iskola	46	75	59	61
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	44	72	–	47
Lét-identitás	40	52	38	46

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Mindemellett ugyancsak kiemelkedően fontos tendenciaként értékelhető, hogy a többségi nyelvű honlapok használata terén szociodemográfiai változók szerint az eddigieknél sokkal számottevőbb szegregációs távolságokat tapasztaltunk. Ennek lényege, hogy a társadalmi ranglétra felsőbb fokain elhelyezkedőkhöz (a diplomásokhoz, illetve gazdagokhoz) képest (47–70 átlagpont) a kevésbé képzetek, a szegények, valamint a válságos munkanélküli érintettségűek mindegyik régióban igen lényegesen leszakadva követik csupán a szlovák, ukrán stb. honlapokat (mindössze 27–53 átlagpont között).

94. ábra



Az identitásváltozókkal kapcsolatban ezúttal az eddigiekhez képest fordított arányosságokat mértünk, ami logikusan következik az asszimiláció szerves részeként megjelenő nyelváltási folyamatból. Eszerint többségi nyelvű honlapokat a regionális átlagokat kiemelkedően meghaladó mértékben – egyetlen kivételtől, az erdélyiek gyakorlatától eltekintve – az eredeti nemzeti identitásukban különböző fokon megrendült rétegek körében tapasztaltunk a következő arányok szerint.

A tárgyalt honlapokat legnagyobb intenzitással a felvidéki szlovák általános iskolát végzetek és hazájuknak Szlovákiát tekintők követik (72–75 átlagpont), ami mögött ugyan relatíve elmaradnak a kárpátaljai és vajdasági asszimiláns rétegek tagjai (47–61 átlagpont), ám az mindhárom régióra jellemző, hogy hozzájuk képest az eredeti nemzeti identitásukhoz ragaszkodók többségi nyelvű honlapokat mélyen leszakadva, csupán 33–52 átlagpontnyi gyakorisággal látogatnak.

Az egyéb idegen nyelvű honlapok mindegyik régióban az utolsó helyet foglalják el (26–42 átlagpont között), amely internetes tartalmak követése azonban – amint már utaltunk rá – nem minősül a kisebbségi környezetből következő asszimilációs nyomásnak/tényezőnek, csupán a világháló lényegéből fakadó multilingvikus ismeretszerzési információs forrásokhoz való alkalmazkodásnak.

37. táblázat

Egyéb idegen nyelvű honlapok használata (szociodemográfiai változók szerint)

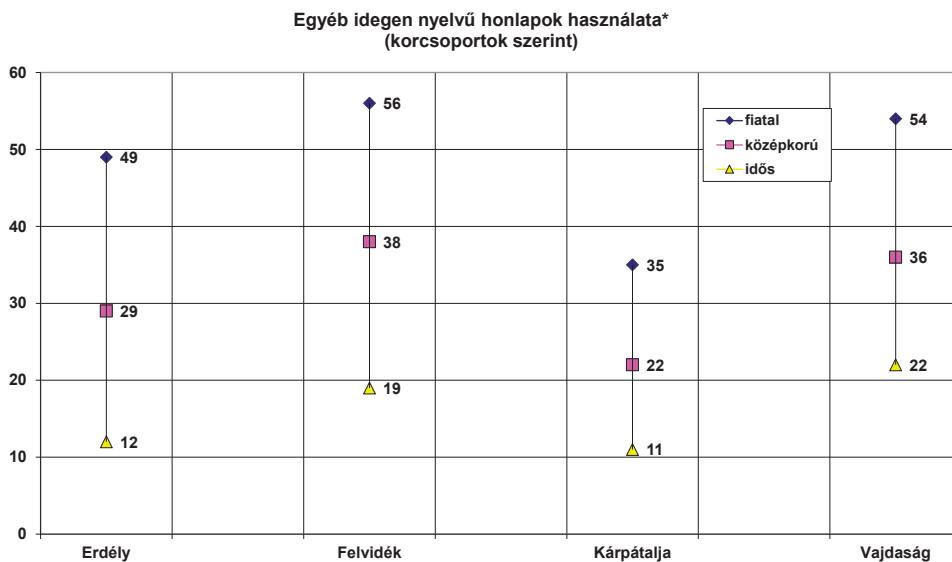
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	32	42	26	35
Korcsoportok szerint				
Fiatal	49	56	35	54
Középkorú	29	38	22	36
Idős	12	19	11	22
Iskolai végzettség szerint				
Általános	16	41	25	24
Szaktudás	21	32	20	24
Érettségi	35	44	24	46
Felsőfokú	51	51	33	49
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	20	47	18	23
Alsó-közép	27	35	24	31
Felső-közép	44	43	35	43
Gazdag	46	59	44	64
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	34	41	24	39
Enyhe munkanélküli érintettség	38	45	28	36
Válságos munkanélküli érintettség	23	39	24	29
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	32	43	25	34
Többségi iskola	32	31	32	48
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	30	41	–	27
Lét-identitás	31	39	26	35

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Mindezzel kapcsolatban elmondható, hogy egyéb idegen nyelvű honlapokat leginkább a felvidékiek használnak (42 átlagpont), őket 30 átlagpont felüli intenzitással az erdélyiek és vajdaságiak követik, míg a kárpátaljaiak csupán 26 átlagpontnyi érdeklődést tanúsítanak a tárgyalt nyelvű internetes felületek iránt. Szociodemográfiai változók szerint mindenképpen említést érdemel, hogy a műveltebb és legjobb anyagi helyzetben lévők számítanak minden-

ütt magasan az egyéb idegen nyelvű honlapokat követői közé, míg mind az egyéb társadalmi rétegekhez tartozók, mind az eltérő identitásúak átlag körüli arányban használják a tárgyalt honlapokat.

95. ábra



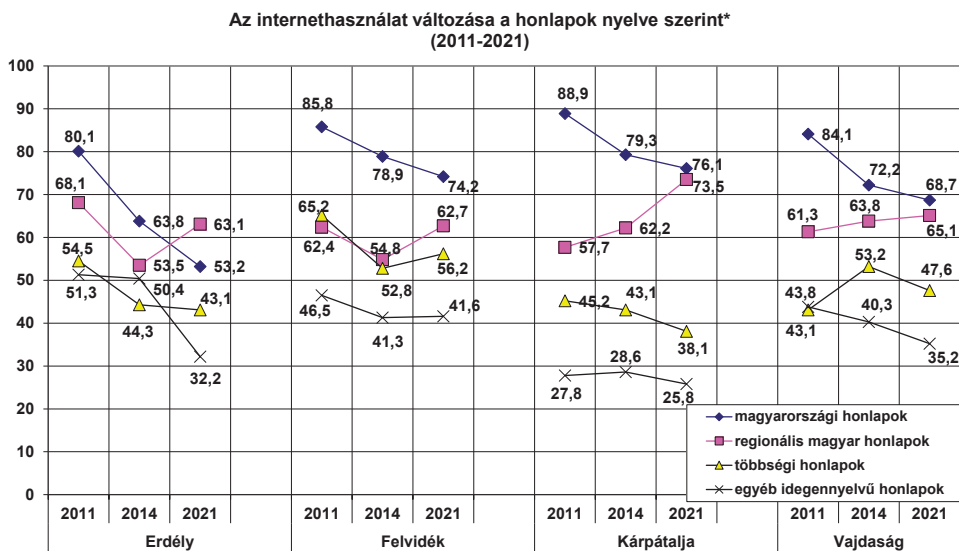
* 100-as skálára transzponált átlagok (1-soba...100-gyakran).

Ez utóbbi megállapítás egyedül a különböző korcsoportok esetében nem érvényes, ahol a fiatalok és idősek gyakorlatát tekintve szakadékszerűnek mondható távolságokat regisztráltunk. Ráadásul mindenütt ugyanakkora mértékűt, hiszen amellet, hogy a kárpátaljai fiatalok követik relatíve legkevésbé a többségi nyelvű honlapokat (35 átlagpont), s a többi régióban ez az arány 49–56 átlagpontot tesz ki, a két szélső korosztály közötti távolság egyaránt két és fél-háromszoros, miután az idős korosztály tagjai igen alacsony, alig 11–22 átlagpont közötti arányban látogatják a tárgyalt idegen nyelvű internetfelületeket.

A honlapok nyelve szerinti idősoros adataink szemléletesen tükrözik az ezzel kapcsolatos tendenciákat mind a regionális egyezések, mind a különbségek tekintetében.

Ezek közül elsőként az az általánosan érvényes folyamat érdemel említést, mely szerint az elmúlt évtizedben a magyarországi honlapok iránti érdeklődés mindenütt csökkent, csupán ennek mértéke mutat eltéréseket. Eszerint a csökkenés aránya 2011-hez képest három régióban 11–16 átlagpont közötti, amely a Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban gyakorlatilag ugyanolyan fokozatokban jelenik meg.

96. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A kivételt ez esetben az erdélyiek jelentik, akiknek körében a csökkenés a legnagyobbknak bizonyult (27 átlagpont). Mindez egyfelől visszaigazolja a magyarországi televíziók nézésével és rádiók hallgatásával kapcsolatban tapasztalt, a többi régióhoz képest úgyszintén jelentősebb erdélyi visszaesést, aminek okait az ottani földfelszíni digitális vételi lehetőségek terén meglévő problémákra vezettük vissza. Miután azonban az internethasználat esetében hasonló akadályok nem állnak fenn, az erdélyiek magyarországi információforrások iránt fokozódó érdektelensége mögött egyéb okok is meghúzódhatnak, melyek között alighanem szerepet játszhat az anyaországtól való relatív távolságtartás, amely a külön utas transzilván tudat hagyományában keresendő.

Ami azonban a közvetlen médiahasználati gyakorlatot illeti, a magyarországi honlapok iránti erdélyi érdeklődés csökkenését a többi régióhoz képest jóval számosabb, regionális/helyi magyar nyelvű honlapok megléte okozza, olyannyira, hogy már ezek használata foglalja el az első helyet.

A regionális/helyi magyar honlapok népszerűsége – egyébként egyedülként a vizsgált internetfelületek közül – 2014 óta a többi régióban is olyan mérvű növekedést mutat, hogy már a közeljövőben vezető szerepre tehetnek szert.

Ami a többségi nyelvű internetfelületek használatát illeti, három régióban is enyhe csökkenést tapasztaltunk, s ezeket csupán a felvidékiek követik – ugyan alig néhány átlagponttal – nagyobb gyakorisággal, mint tették azt hét évvel ezelőtt.

Az egyéb idegen nyelvű honlapok követésével kapcsolatban leginkább a korábbi szinten maradásról beszélhetünk, Erdélyt kivéve, ahol használatuk tíz év alatt jelentős mértékben, 22 átlagponttal csökkent.

5.6. Internethasználat a magyarországi közszolgálati televíziócsatornák és rádióadók honlapjainak, valamint a mediaklikk.hu látogatottsága szerint

Az internet egyre inkább mindent elsöprő dominanciája teszi szükségessé annak vizsgálatát, hogy a Magyarországról sugárzott, széles körűen rendelkezésre álló online, közszolgálati médiafelületek nézettsége és hallgatottsága mekkora hányadot képvisel a határon túli magyarok médiahasználatában.

A kérdésre választ adó táblázatunk adatsorai azt mutatják, hogy az ezeket az internetes felületeket használók részaránya néhány kivételtől eltekintve mindössze töredékmegoszlásokban mérhető.³¹

38. táblázat

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

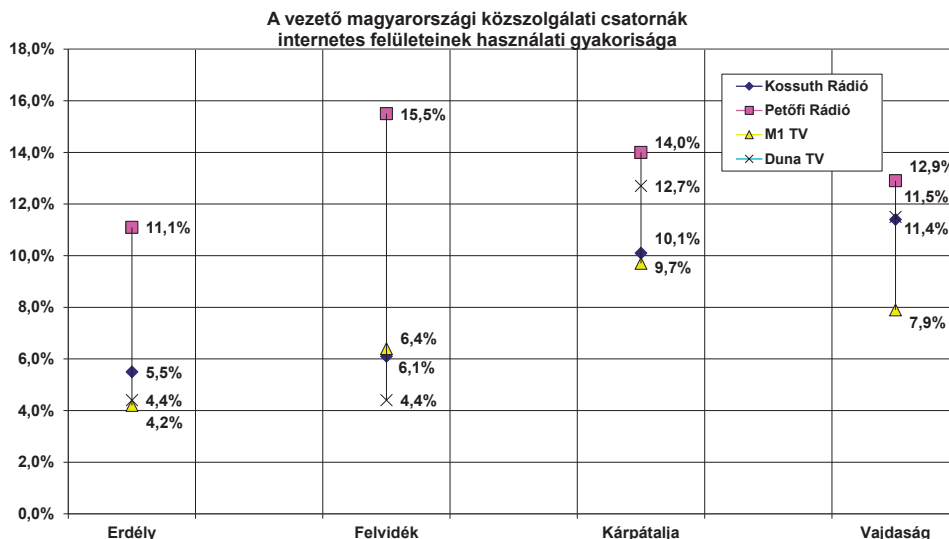
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
regionális átlagok	3,8	4,8	7,4	7,6
Kossuth Rádió	5,5	6,1	10,1	11,4
Petőfi Rádió	11,1	15,5	14,0	12,9
Bartók Rádió	1,5	1,4	1,5	6,1
Dankó Rádió	1,7	1,7	2,8	7,2
Duna World Rádió	2,3	2,4	1,9	4,9
M1	4,2	6,4	9,7	7,9
M2	2,1	3,4	7,5	5,9
M5	2,5	2,7	4,7	1,0
Duna TV	4,4	4,4	12,7	11,5
Duna World	2,6	3,7	8,6	8,7

A legcsekélyebb gyakorisággal az erdélyiek, illetve felvidékiek használják az érintett honlapokat (3,8–4,8%), ám a Kárpátalján és a Vajdaságban mért hét és fél százalék körüli részarány úgyszintén rendkívül alacsonynak mondható.

³¹ Az említett töredékmegoszlások táblázatunkban nem teszik indokolttá az eddigiekben alkalmazott erőssorrend bemutatását.

A Magyarországról sugárzó vezető közszolgálati csatornák internetes felületeinek online követési intenzitása nem sokban módosít az imént vázolt összképen. Az összes régióban a Petőfi Rádió hallgatottsága áll az első helyen (11,1 és 15,5% között), az egyéb honlapok népszerűsége azonban az alacsony értékek ellenére is régióként eltérő tendenciát tükröz.

97. ábra



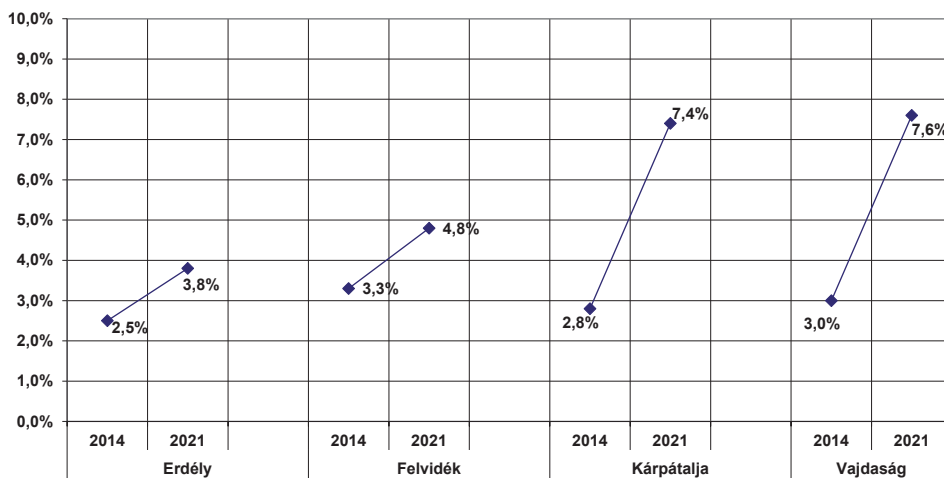
Elsősorban azt, hogy a Duna TV az online felületeken ugyanúgy Erdélyben és a Felvidéken a legkevésbé népszerű (egyaránt csupán 4,4%), mint azt a hagyományos tévézéssel kapcsolatban láttuk. Ehhez képest a kárpátaljaiak és vajdaságiak több mint kétszer nagyobb gyakorisággal nézik a Duna TV online műsorait (11,5-12,7%), s az M1 televízió csatornával, illetve a Kossuth Rádióval kapcsolatban is ugyanez a regionálisan eltérő tendencia érvényesül.

A fenti megoszlások azonban végeredményben egyértelmű bizonyítékát adják annak, hogy az anyanyelven szóló magyarországi közszolgálati tartalmak világhálón való követése egyelőre csupán partikuláris szerepet tölt be az internethasználat egyéb funkcióihoz képest, amelyek részletes áttekintését az alábbiakban foglalhatjuk össze.

A kérdéskörrel kapcsolatos idősoros adataink alapvetően nem módosítanak az eddig elmondottakon, noha a hét évvel ezelőtti mért, többnyire elenyésző mértékű kiindulási alaphoz képest némi pozitív elmozdulásról azért beszámolhatunk.

98. ábra

A magyarországi közszolgálati televíziók és rádiók internetes felületeinek használata* (2014-2021)



* A magyarországi közszolgálati csatornák internetes felületei regionális összetételeinek változása.

Az említett elmozdulás nyomait láthatjuk az összes vizsgált magyarországi közszolgálati csatorna regionális átlagainak időbeli alakulását ábrázoló fenti adatsorokban, melyek szerint, amíg Erdélyben és a Felvidéken 2014 óta csupán minimális arányban mozdult el ezek világhálón történő követése, Kárpátalján és a Vajdaságban a növekedés mértéke már több mint kétszeresnek bizonyult (noha így sem éri el a 8%-ot).

39. táblázat

Szokta-e az alábbi rádióadókat és televíziócsatornákat az interneten online hallgatni/nézni? (százalékban*)

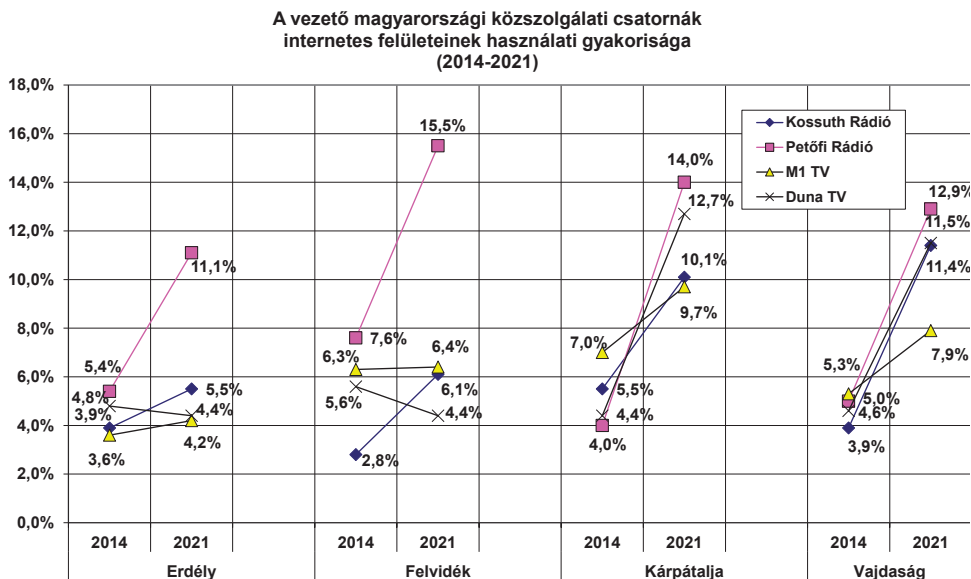
	Erdély		Felvidék		Kárpátalja		Vajdaság	
	2014	2021	2014	2021	2014	2021	2014	2021
regionális átlagok	2,5	3,8	3,3	4,8	2,8	7,4	3,0	7,6
Kossuth Rádió	3,9	5,5	2,8	6,1	5,5	10,1	3,9	11,4
Petőfi Rádió	5,4	11,1	7,6	15,5	4,0	14,0	5,0	12,9
Bartók Rádió	1,5	1,5	0,7	1,4	1,1	1,5	0,9	6,1
Dankó Rádió	0,6	1,7	2,1	1,7	0,9	2,8	0,9	7,2
Duna World Rádió	1,2	2,3	0,9	2,4	0,0	1,9	1,1	4,9
M1	3,6	4,2	6,3	6,4	7,0	9,7	5,3	7,9
M2	2,5	2,1	3,5	3,4	2,6	7,5	3,2	5,9
M5	–	2,5	–	2,7	–	4,7	–	1,0
Duna TV	4,8	4,4	5,6	4,4	4,4	12,7	4,6	11,5
Duna World	1,3	2,6	2,8	3,7	2,2	8,6	4,6	8,7

*A „ritkán” és „gyakran” válaszok együtt.

Mindez elsősorban az interneten leginkább követett Petőfi Rádió hallgatottságának köszönhető, amit mindegyik régióban jelenleg már 10% fölötti arányban hallgatnak, ami úgyszintén elmondható a Kossuth Rádió, illetve Duna Televízió kárpátaljai és vajdasági követési gyakoriságával kapcsolatban is.

A leginkább hallgatott/nézett magyarországi közszolgálati csatornák internetes felületeinek követési gyakoriságai tekintetében a relatíve legmarkánsabb pozitív változást mindegyik régióban a Petőfi Rádióval kapcsolatban tapasztaltuk, mely adó műsorait 2014-hez képest jelenleg kétszer (Kárpátalján pedig több mint háromszor) gyakrabban hallgatják.

99. ábra



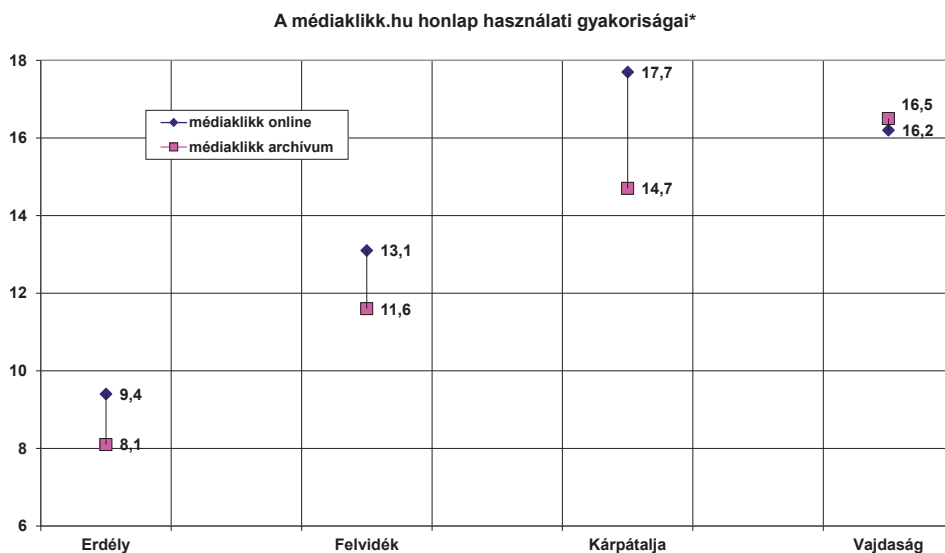
* A „ritkán” és „gyakran” válaszok együtt.

Ugyanilyen irányú és arányú elmozdulást a Duna tévével kapcsolatban már csupán Kárpátalján és a Vajdaságban regisztráltunk (hasonlóan a Kossuth Rádióhoz), olyannyira, hogy Erdélyben, illetve a Felvidéken a közszolgálati televíziós főadó internetes látogatottsága némi csökkenést mutat, így az utolsó helyen szerepel az egyéb vezető magyarországi médiafelületek mögött.³²

³² Mindez korántsem mondható váratlan fejleménynek, hiszen a Duna Televízió népszerűsége a kezdetek óta a Felvidéken bizonyult a legalacsonyabbnak és egy-másfél évtizede már az erdélyiek körében is fokozottan háttérbe szorult.

Az elmondottakat nagyrészt visszaigazolja a közszolgálati médiafelületek archívumát is tartalmazó Mediaklikk.hu honlap online látogatottságának mértéke is, amely 9,4–17,7 átlagpontot tesz ki, ám az igen értékes, s egyben egyedülálló információs-szórakoztató információhalmazt tartalmazó archívum használata még ennél is alacsonyabbnak bizonyult (mindössze 8,1–16,5 átlagpont között).

100. ábra



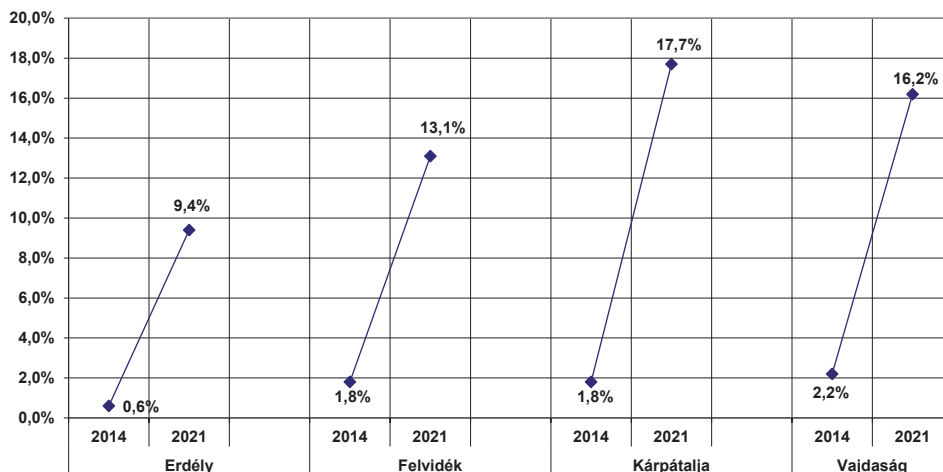
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A regionális megoszlások ez esetben is azt mutatják, hogy az erdélyiek és felvidékiek a kárpátaljaiakhoz, illetve vajdaságiakhoz viszonyítva markánsan csekélyebbnek mondható arányban érdeklődnek csupán a mediaklikk.hu felületen található bőséges információhalmaz iránt.³³

33 Ennek okai vélhetően elsősorban a közszolgálati tartalmak iránti érdektelenségre vezethetők vissza, hiszen mint láhattuk, a mobil eszközökön való tévézés és rádióhallgatás egyébként igen számottevő arányú növekedést mutat.

101. ábra

A mediaklikk.hu honlap használati gyakoriságainak változása (2014-2021)



Az eddig látottak ellenére elmondható, hogy idősorosan a mediaklikk.hu honlap használata is relatíve pozitív irányú elmozdulást mutat (igaz ugyan, hogy a 2014-es alap gyakorlatilag nulla kezdőpontról indult), ami egyben arra utaló jel, hogy idővel akár a magyarországi közszolgálati médiumok határon túli térnyerésének számottevő tartalékává válhat.

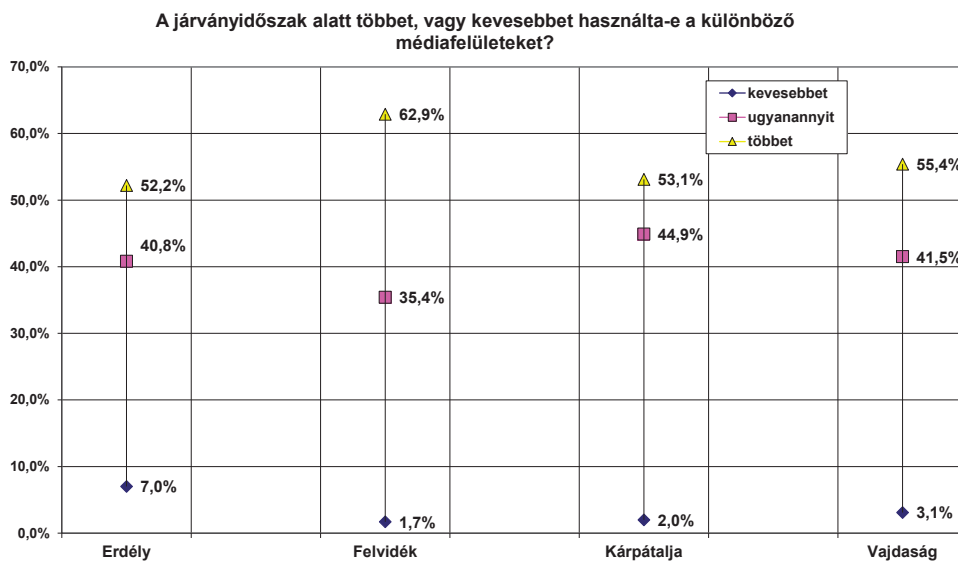
Összességében mindez elmondható a most tárgyalt összes közszolgálati interneten való követésével kapcsolatban is. Nem kizárt ugyanis, hogy a jelenleg még egyértelműen csupán perifériális fontossággal bíró online tartalmak idővel érdemi részévé válhatnak a határon túli magyarok mindennapi médiahasználatának. A mostani tendenciákat látván azonban egyelőre inkább a fokozatos lassú növekedés látszik reálisnak, következésképpen e téren a közeljövőben jelentős áttörésre még aligha számíthatunk.

5.7. A világvárvány hatása a különböző médiafelületek használatára

A határon túli magyarság médiahasználatának vizsgálatát egy olyan rendkívüli eseménnyel kapcsolatos adatsorok bemutatásával folytatjuk, amely kétség kívül radikális változást hozott a hírközlőeszközökhez, illetve információforrásokhoz való viszony terén. Kutatásunk adatfelvételére (kérdézési fázis) ugyanis a koronavírus világvárvány második és harmadik hulláma közötti átmenet időszakában került sor, ami – tekintettel a mind négy országban meglévő, ám eltérő fokozatokban megnyilvánuló korlátozásokra – egyfelől ugyan igen komoly logisztikai szervezést tett szükségessé, másrészt azonban relatíve „kedvező” időpontnak is bizonyult abból a szempontból, hogy a kérdés során a válaszadók már bő másfél éves tapasztalattal rendelkeztek a tekintetben, hogy médiahasználatukat milyen módon, és milyen mértékben határozta meg a járvány okozta megváltozott élethelyzet.

A vészhelyzettel kapcsolatos mindennapi információszerzés tehát a határon túl magyarok körében is nyilvánvalóan fokozott médiahasználattal jár/járt együtt, aminek valós mértékéről első ízben jelen kutatásunk adatai segítségével kaphattunk választ.

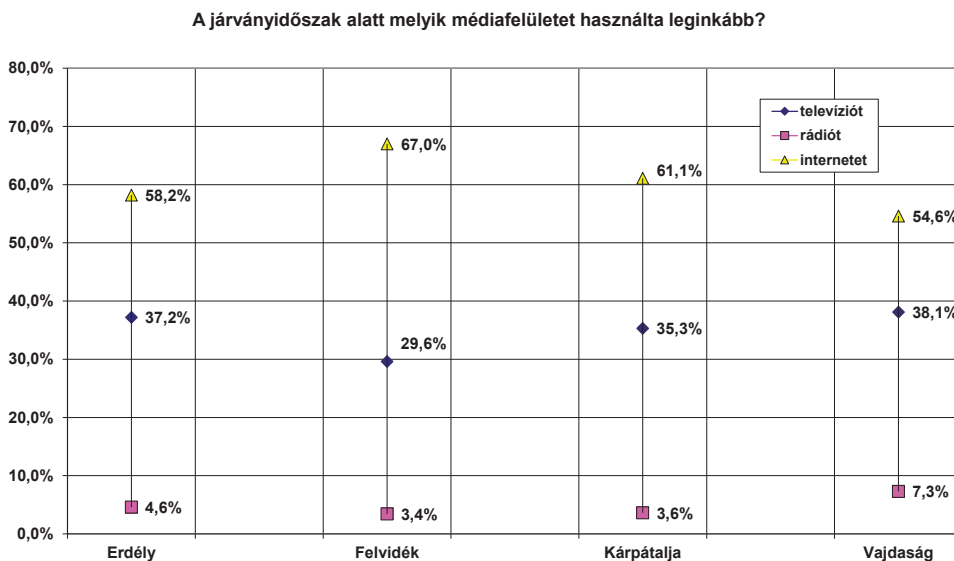
102. ábra



Eszerint a különböző médiafelületeket mindenütt 50% fölötti arányban használták inkább, mint a járvány előtti időszakban: a Felvidéken a legtöbben (62,9%), ám a többi régióban is több mint minden második megkérdezett használta összességében nagyobb gyakorisággal az elektronikus hírközlőeszközöket, mint annak előtte. A rendkívüli helyzetre való tekintettel mindez nem mondható meglepőnek, csupán jelzi a tömegmédia egyébként is rendkívül magas átlaghasználatához képest fokozott – csaknem kizárólagos – fontosságát a mindennapi élet szempontjából.

A határon túli magyarok médiahasználati szokásairól eddig megismert tendenciák fényében aligha mondható meglepőnek, hogy a járványidőszak alatt sem a különböző médiafelületek erőssorrendje, sem annak aránya nem változott, s továbbra is az internet erőteljes dominanciája érvényesül(t).

103. ábra



Ezt igazolja, hogy válaszadóink a vizsgált időszakban legkevésbé a rádiók műsoraiból tájékozódtak (mindössze elenyésző 3,4–7,3%-ban), s a televíziók által sugárzott hírek iránti érdeklődés is csupán minden harmadik megkérdezettet jellemzi. Ehhez képest a járványidőszak alatt az interneten fellelhető információkat használók részaránya kimagasló 54,6–67%-ot tesz ki, ami a Felvidéken például a televízió nézéshez képest kétszer nagyobb gyakoriságot mutat, s a többi régióban is lényegesen többen, 15–25%-ban informálódtak az internetről, mint a televíziók műsoraiból.³⁴

³⁴ Ezzel kapcsolatban említést érdemel, hogy ezek az arányok csaknem százaléknyi pontossággal megegyeznek az elemzésünk első fejezetében bemutatott fiktív médiafelület erőssorrend esetében látottakkal (57–68%), ami az internet térnyerésének újabb bizonyítékul szolgál.

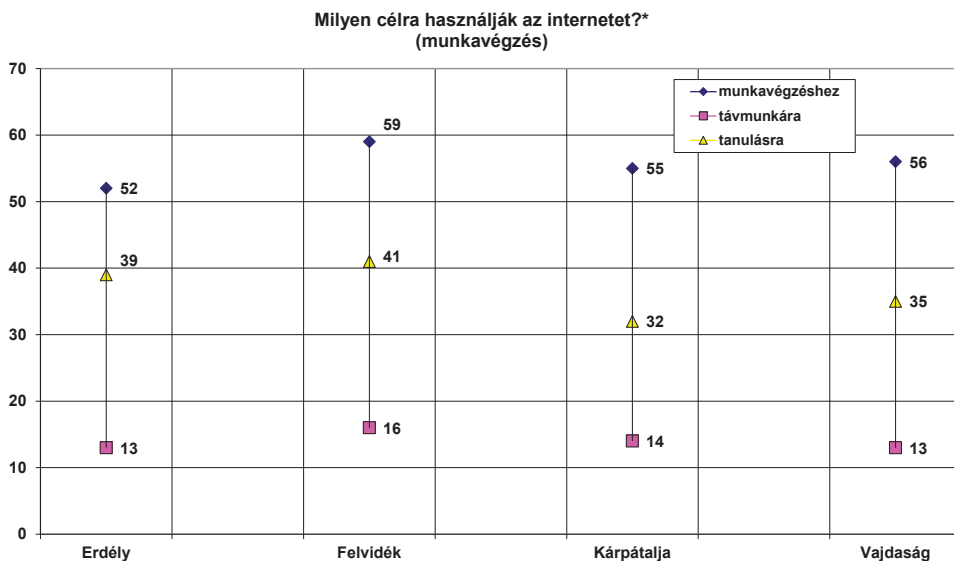
5.8. Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint

Az eddigiekben az internethasználat hagyományosnak mondható módozatait tekintettük át, különös tekintettel a közszolgálati tartalmakkal, illetve a nyelvhasználattal kapcsolatos tendenciák bemutatására. A világháló azonban nem csupán az említett információforrásokhoz való korlátlan hozzáférést teszi lehetővé, hanem egyéb, egyre szélesebb körű interaktív tevékenységek realizálását is. A továbbiakban ezek formai és tartalmi elemeit vizsgáljuk az internethasználat céljai szerint, amelyeket a jobb áttekinthetőség, valamint az időbeli összehasonlítás miatt ezúttal is gyűjtőkategóriákba soroltunk.

5.8.1. Munkavégzés/tanulás

Elsőként az interneten való munkavégzéssel, illetve tanulással kapcsolatos adatokat vizsgáljuk, amelyek regionális bontásban egymáshoz nagyon közeli megoszlásokat mutatnak.

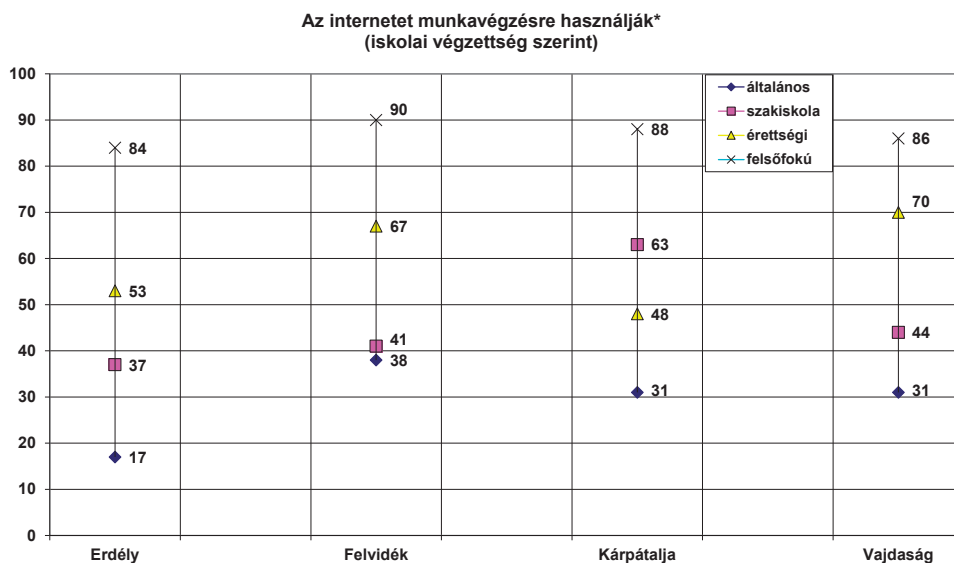
104. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Eszerint a munka céljából történő internethasználat intenzitása 52–59 átlagpontot tesz ki, ami a távmunka esetében mért 13–16 átlagponttal együtt annak bizonyítéka, hogy válaszadóink igen számottevőnek mondható gyakorisággal használják a világhálót a munkavégzésükkel kapcsolatos teendőik ellátására.

105. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

Különösen igaz mindez iskolai végzettség szerint, hiszen a diplomások munkájukkal kapcsolatban már 84–90 átlagpontnyi gyakorisággal interneteznek, az érettségizettek és a szakmunkások esetében ez az arány úgyszintén tekintélyesnek mondható (37–70 átlagpont közötti), s még az általános iskolát végzettek is a 30 átlagpontot meghaladó mértékben használják munkavégzésre az internetet.³⁵

Az egyéb szociodemográfiai változók szerint különösebben váratlan fejleményt nem tapasztaltunk, hiszen a regionális átlagok fölötti arányban korcsoportok szerint az aktív korúak, az iskolázottabb rétegek tagjai és a stabil munkapiaci helyzetben lévők használják munkavégzésre az internetet, amelynek gyakorisága minden régióban arányosan csökken az életkor növekedésével, az alacsonyabb iskolai végzettséggel, valamint természetesen a munkanélküliség különböző fokozataival.³⁶ (40. táblázat)

35 Leszámítva az erdélyi legkevésbé képzetteket, akik ehhez képest csupán fele akkora gyakorisággal interneteznek munkavégzési célból.

36 Utóbbiakkal kapcsolatban azonban említést érdemel, hogy még a tartós munkanélküli helyzetben lévők is folytatnak némi munkavégzéssel kapcsolatos aktivitást az interneten, ami valószínűleg leginkább a munkahelykereséssel kapcsolatos (álláshirdetések, jelentkezési nyomtatványok letöltése stb.). Ennek mértéke ugyan érthetően meglehetősen alacsony (26–30 átlagpont közötti), ám mégis arra utal, hogy az internethasználat segítséget nyújthat a munkapiaci lehetőségektől való végleges elszakadás elkerülésében.

40. táblázat**Az internetet munkavégzésre használják*
(szociodemográfiai változók szerint)**

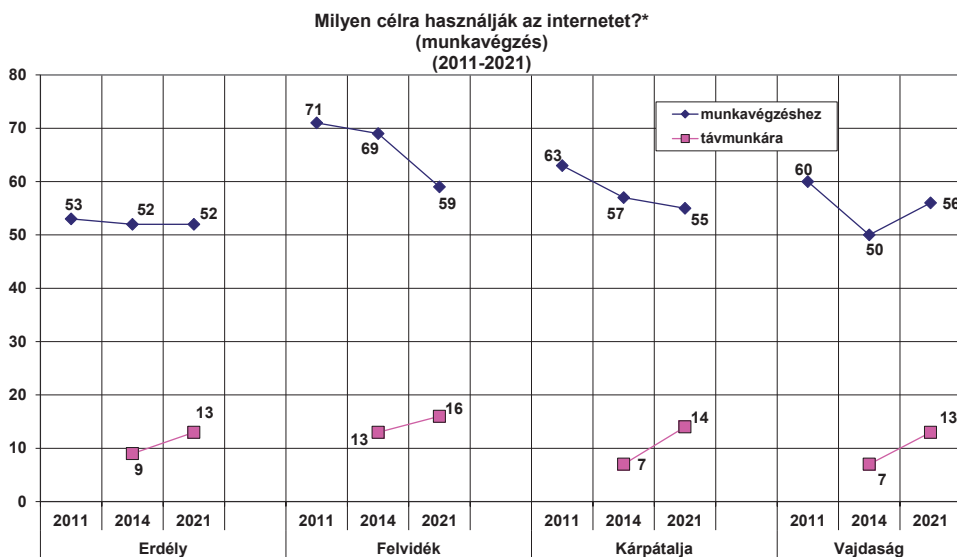
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	52	59	55	56
Korcsoportok szerint				
Fiatal	61	62	61	66
Középkorú	60	66	59	61
Idős	20	34	38	41
Iskolai végzettség szerint				
Általános	57	38	31	31
Szakmunkás	37	41	63	44
Érettségi	53	67	48	70
Felsőfokú	84	90	88	86
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	31	42	30	43
Alsó-közép	48	54	53	46
Felső-közép	60	61	73	76
Gazdag	69	68	83	91
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	61	72	68	65
Enyhe munkanélküli érintettség	48	51	48	52
Válságos munkanélküli érintettség	26	30	28	29
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	52	59	54	55
Többségi iskola	52	59	60	61
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	39	53	–	56
Lét-identitás	55	61	56	52

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A továbbiakban szólnunk kell az interneten való tanulási célú tevékenységek alacsonynak mondható arányáról, ami mindössze 32–41 átlagpontnyi gyakoriságot mutat. Ennek oka valószínűleg abban keresendő, hogy a fiatalok esetében mindez alighanem keveredik a munkavégzés céljából történő internethasználattal, hiszen a korosztályi kategória a 18–35 éveseket tartalmazza, melyen belül a 25 éven felüliek többsége már befejezte tanulmányait.

Jelen médiakutatásunk során az egyik leginkább várt információ azzal volt kapcsolatos, hogy a mindennapok életvitelét alapjaiban megváltoztató világjárvány vajon milyen mértékben módosított a határon túli magyarok eddigi internet használati szokásain, ezen belül pedig az otthoni munkavégzés, illetve távmunka mértékén. Ezzel kapcsolatban feltételezésünk az volt, hogy a mindegyik régióban bevezetett karantén szabályok részeként előírt úgynevezett „home office” ügymenet következtében a világhálón történő munkavégzés és távmunka aránya a korábban mértnél jóval intenzívebb gyakoriságot fog vonni maga után.

106. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

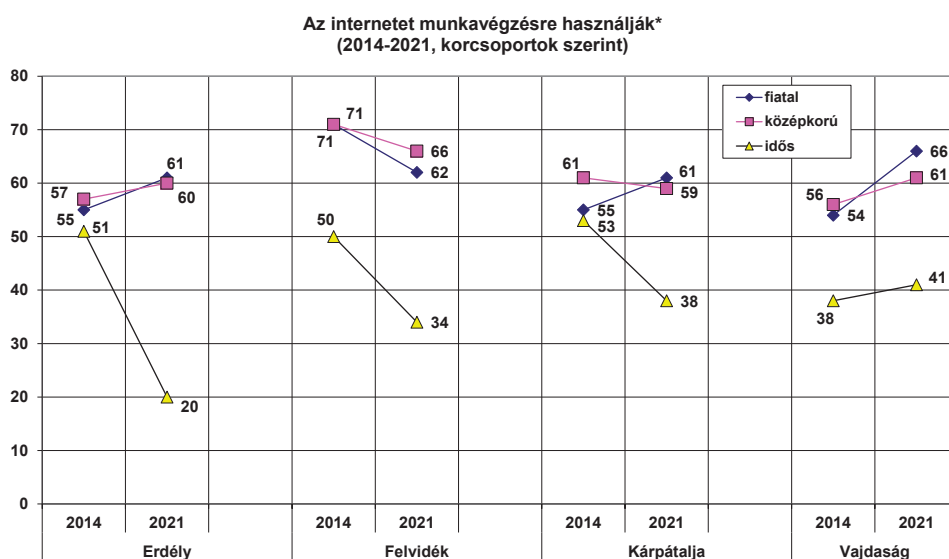
Ehhez képest bombameglepetésnek és kutatásunk egyik leginkább váratlan részeredményének mondható, hogy a vizsgált vonatkozásban a járványhelyzet érdemi változást egyik régióban sem hozott. Az egyéb munkával – nem a konkrét távmunkával – kapcsolatos otthoni internetes tevékenységek intenzitása csupán a Vajdaságban nőtt (ott is csupán alig néhány átlagponttal), Erdélyben a tíz évvel korábbi szinten maradt, míg Kárpátalján némileg, leginkább pedig a Felvidéken számottevően csökkent.

A távmunkával kapcsolatban regisztrált idősoros adatok esetében visszaesést ugyan seholy sem tapasztaltunk (ami nem csoda, hiszen 2014-ben még alig 7–13 átlagpont között volt jellemző), ám az mindenképpen megdöbbentő, hogy a növekedés mértéke a járvány időszakában is csak alig néhány átlagpontot ért el, és jelenleg mindössze 13–16 átlagpontot tesz ki.

Korcsoportok szerint ugyancsak nincs jele annak, hogy a karantén időszakban említésre érdemes mértékben növekedett volna az interneten történő otthoni munkavégzés aránya. Ennek épp az ellenkezőjét láthatjuk az idős korosztály esetében, akik 2014-hez képest a Felvidéken és Kárpátalján 15, Erdélyben pedig extrém mértékben, 30 átlagponttal végeznek otthon munkát az internet segítségével kevésbé, ami csupán a vajdasági idősök körében éri el a korábbi alacsony szintet.

A hét évvel ezelőtti szinten tartás jellemzi a kérdéssel kapcsolatban a fiatalok és középkorúak internetes munkavégzését is (54 és 66 átlagpont között), ám a felvidékiek esetében már enyhe fokú csökkenést tapasztaltunk.

107. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A bemutatott zavarba ejtő idősoros adatok értelmezése meghaladja kutatásunk módszertanának lehetőségeit.³⁷ Annyi azonban összességében elmondható, hogy a tárgyalt vonatkozásban a jelenlegi állapot ugyan továbbra is meglehetősen szoros kapcsolatot mutat az internethasználat és a munkavégzés között a határon túli magyarok körében, azonban mindez a 2014-es kutatási jelentésünkben megfogalmazottakkal (akkori jóslatunkkal) szemben – a világjárvány kényszerítő hatásainak ellenére – korántsem bizonyult „egyre erősödő” folyamatnak.

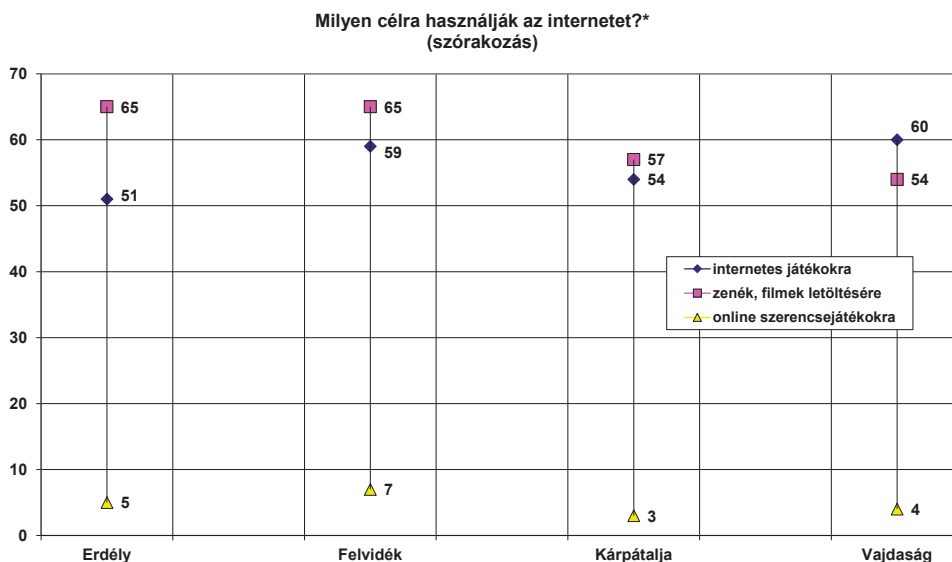
A mostani állapot pusztá regisztrálásán túl, reményeink szerint további kutatásaink hozzájárulhatnak majd a most még rejtve maradt háttérokok megismeréséhez.

37 Ezzel kapcsolatban megjegyzendő, hogy az adatfelvételi hiba lehetősége esetünkben biztonsággal kizárható, amit az bizonyít, hogy a mind a négy régióban reprezentatív mintákon realizált kérdés nyomán mindenütt csaknem hajszálpontosan ugyanazon tendenciákat tapasztaltuk.

5.8.2. Szórakozás

A világháló szórakozás céljából való használatával kapcsolatban elmondható, hogy annak mértéke nagyrészt megegyezik a munkavégzés esetében tapasztalttal, melynek intenzitása 51–65 átlagpont között mozog.

108. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Ezalatt főként a zenék, filmek letöltése³⁸, illetve az internetes játékok használata értendő, míg az online szerencsejátékok szerepe elhanyagolható arányúnak bizonyult.³⁹

38 Ezzel az alkategóriával kapcsolatban figyelmet érdemel, hogy míg korábban – az évtized elején, első felében – erre a célra még csupán a többnyire kezdetleges fájlcsere-lő alkalmazások álltak rendelkezésre (DC++, Kazaa stb.), addig a filmes és zenei tartalmak jelenleg már főként online felületeken érhetők el, így a peer-to-peer letöltések egyre inkább háttérbe szorulnak.

39 Ez a tendencia alighanem annak ellenére kellően tükrözi a valós nagyságrendet, hogy az internetes szerencsejátékokon való részvételben érintett válaszadók mindezt alighanem továbbra is olyannyira bizalmas információként kezelték, hogy a ténylegesnél némileg kevesebben adtak rá pozitív választ.

Szociodemográfiai változók szerint a korábbi kutatásaink során megismert tendenciákat tapasztaltuk. Eszerint a zenék és filmek letöltése tekintetében a fiatalok továbbra is mindenütt kétszer nagyobb gyakorisággal előzik meg az idős korcsoport tagjait.

41. táblázat

Az internetet zenék, filmek letöltésére használják*

(szociodemográfiai változók szerint)

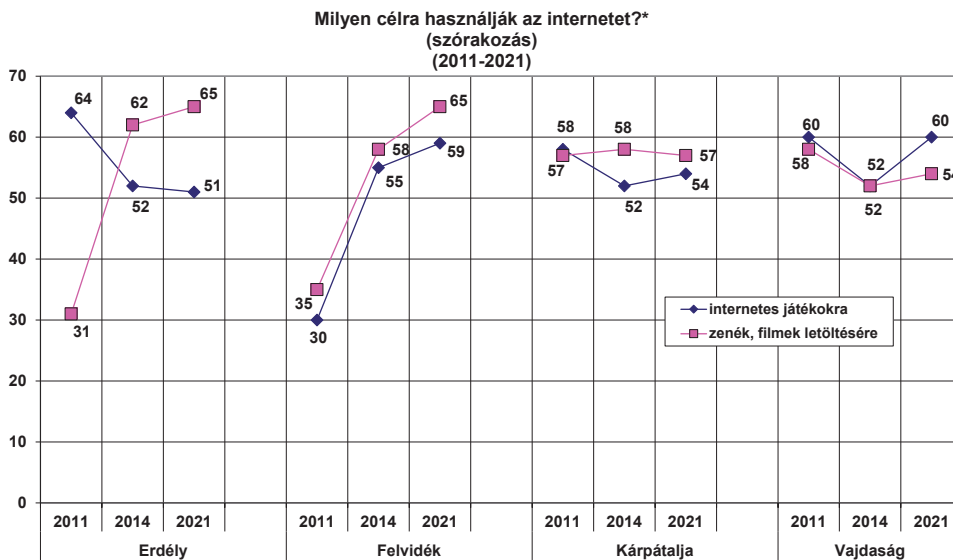
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	65	65	57	54
Korcsoportok szerint				
Fiatal	83	81	72	74
Középkorú	60	64	51	55
Idős	41	37	33	36
Iskolai végzettség szerint				
Általános	51	66	49	44
Szakmunkás	59	63	61	48
Érettségi	60	65	57	65
Felsőfokú	75	67	62	58
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	45	64	51	58
Alsó-közép	62	61	55	50
Felső-közép	74	69	67	58
Gazdag	65	73	60	73
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	69	63	56	57
Enyhe munkanélküli érintettség	67	72	58	60
Válságos munkanélküli érintettség	46	68	54	48
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	66	66	57	53
Többségi iskola	55	61	55	52
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	56	64	–	55
Lét-identitás	66	62	57	52

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Emellett ugyancsak regionális különbségekre való tekintet nélkül jellemző, hogy az internetes letöltések nagyságrendje egyenes arányban nő az iskolázottság fokának, valamint a vagyoni helyzet emelkedésével.

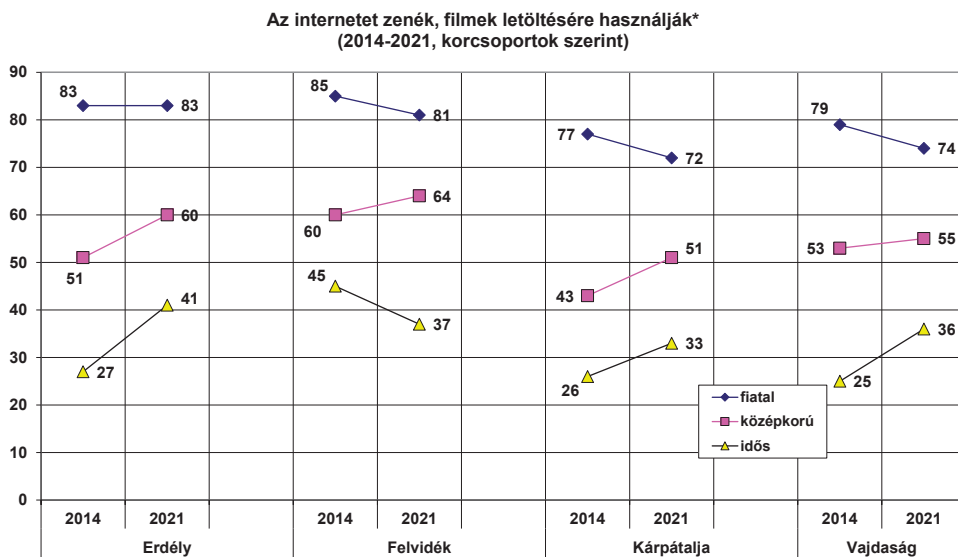
Idősoros bontásban 2014-hez képest semmi érdemleges változás nem történt, mind a le-töltések, miután mind az internetes játékok használata mindenütt a korábbi szinten stabilizálódott.

109. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1-soba...100-gyakran).

110. ábra



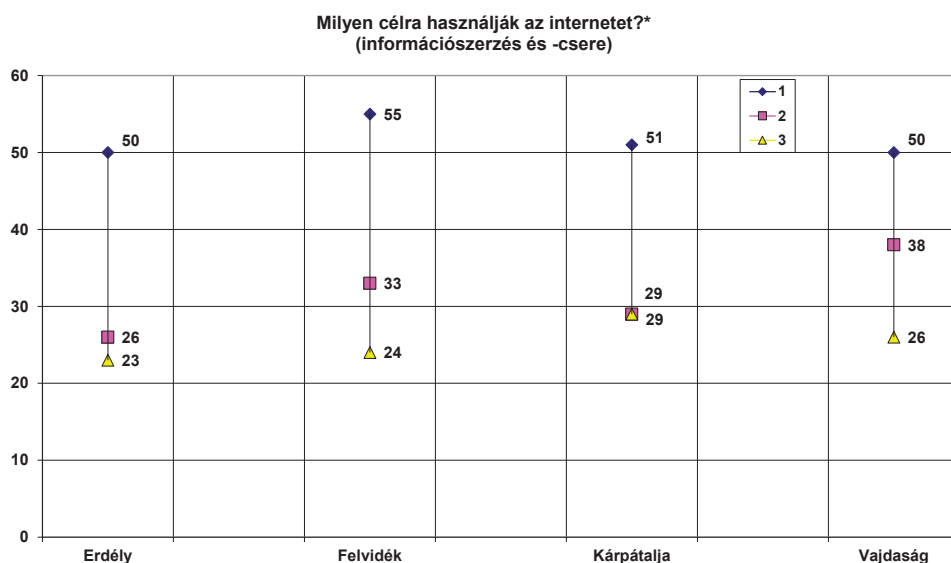
* 100-as skálára transzponált átlagok (1-soba...100-gyakran).

A szórakozás céljából történő határon túli magyar internethasználati gyakorlat végeredményben azt mutatja, hogy a világháló korábban legfőbb „húzó” faktora, a szórakozás iránti tartalmak követése továbbra is markánsan jelen van az internetező válaszadók médiahasználatában, és mindmáig nem mutat aránytalan mértékű – például a televízió nézés esetében tapasztalt – csökkenést.

5.8.3. Információszerzés és információcsere

Az információszerzés és információcsere gyűjtőfogalom alatt azokat az internetes tevékenységeket vizsgáltuk, melyek az internethasználat hagyományosnak mondható formái közé tartoznak. Ezek: az internetes újságok/honlapok olvasása, az online rádiók és televíziók műsorainak követése, valamint a különböző fórumokon való interaktív részvétel.

111. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

1–Internetes újságokat olvasnak.

2–Online rádiókat hallgatnak, és televíziókat néznek.

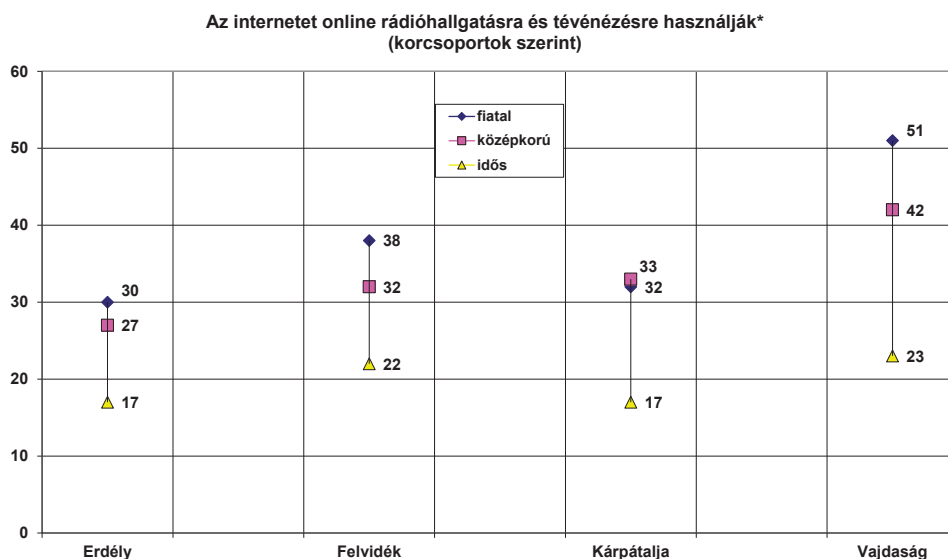
3–Aktívan részt vesznek a különböző internetes fórumokon.

Az említett információszerzés célú internetes tevékenységformák gyakoriságai azt mutatják, hogy egyfelől közepes mértékű aktivitást regisztráltunk, ami azt jelenti, hogy a különböző honlapok olvasottsága ugyan mindenütt 50 átlagpont körülnek bizonyult, ám az online rádiók és televíziók követése már csupán 29–38 átlagpontot tesz ki⁴⁰, az internetes fórumokon való részvétel pedig még ennyire sem jellemző a válaszadók internetezési gyakorlatára (24–29 átlagpont).

40 Ezúttal az összes elérhető – s nem csupán a korábban bemutatott magyarországi közszolgálati – online rádiók/televíziók kínálatát tekintve.

Társadalmi rétegződés szerint a legnagyobb különbségek újra korcsoportok szerint mutatkoznak, ami az online rádióhallgatás, illetve a televízió nézés esetében az idős internethasználók mélyen átlag alatti aktivitását bizonyítja, hiszen a fiatalok az utóbbiakhoz képest csaknem kétszer, vagy annál is nagyobb (Vajdaság) gyakorisággal követik a tárgyalt internetfelületek online tartalmait.

112. ábra



Az egyéb szociodemográfiai változók szerint ezúttal is az előzőekben megismert törésvonalak érvényesülnek. (42. táblázat) Eszerint az online tévénézés és rádióhallgatás tekintetében a regionális átlagokhoz képest felülreprezentáltak a magasabb képzéssel rendelkezők, valamint a tehetősebb rétegekhez tartozók, legkevésbé pedig – az idősek mellett – a válságos munkanélküli helyzetűek szerzik internetes információikat a tárgyalt honlapok online forrásaiból.

42. táblázat

**Információszerzésre használják (online rádió/televízió)
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	26	33	29	38
Korcsoportok szerint				
Fiatal	30	38	32	51
Középkorú	27	32	33	42
Idős	17	22	17	23
Iskolai végzettség szerint				
Általános	13	33	22	27
Szakmunkás	21	32	27	31
Érettségi	30	36	30	50
Felsőfokú	34	31	36	45
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	13	32	20	28
Alsó-közép	21	29	28	36
Felső-közép	31	38	39	40
Gazdag	32	35	29	67
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	28	34	31	42
Enyhe munkanélküli érintettség	31	35	29	39
Válságos munkanélküli érintettség	15	32	23	28
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	24	37	30	37
Többségi iskola	33	31	26	54
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	22	31	–	32
Lét-identitás	26	32	29	37

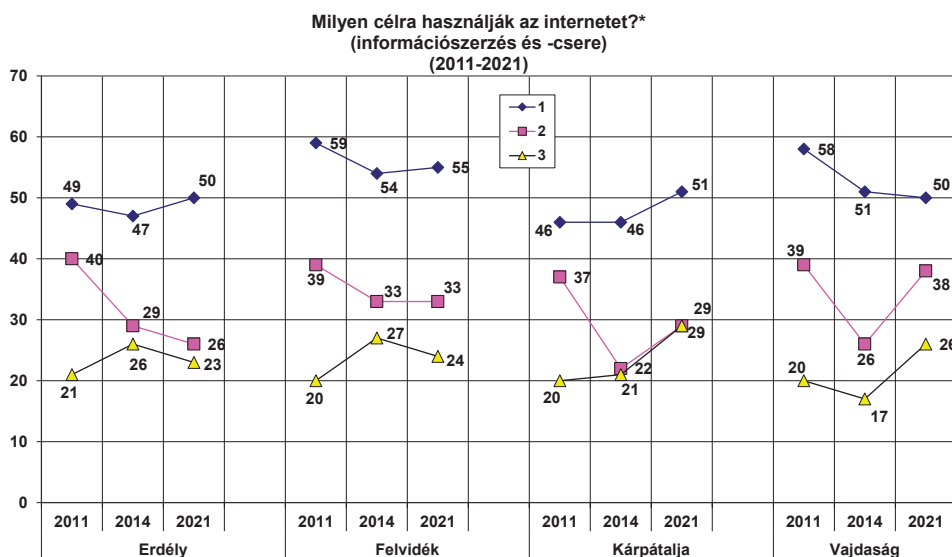
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A tárgyalt kérdéssel kapcsolatban idősorosan a legcsekélyebb változást az internetes újságok használata terén tapasztaltuk (113. ábra), miután a vizsgált egy évtizedet átfogó időszak alatt ezeket gyakorlatilag ugyanolyan intenzitással olvasták mindegyik régióban (46–58 átlagpont között).

Ehhez képest az online rádiózás, illetve televíziózás alakulását érintő adataink azt mutatják, hogy ezeknek az évtized első felében tapasztalt jelentősnek mondható visszaesése megállt: Erdélyben és a Felvidéken a 2014-es szinten maradt, Kárpátalján és a Vajdaságban pedig növekedett.

Ugyancsak némi elmozdulás tapasztalható a vizsgált információszerzési kategóriákon belül utolsó helyen álló internetes fórumokon való részvétel terén, ami Erdélyben és a Felvidéken árnyalatnyi csökkenés mellett a korábban mért gyakoriságot mutatja, Kárpátalján és a Vajdaságban azonban növekedésnek indult.

113. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

1–Internetes újságokat olvasnak.

2–Online rádiókat hallgatnak, és televíziókat néznek.

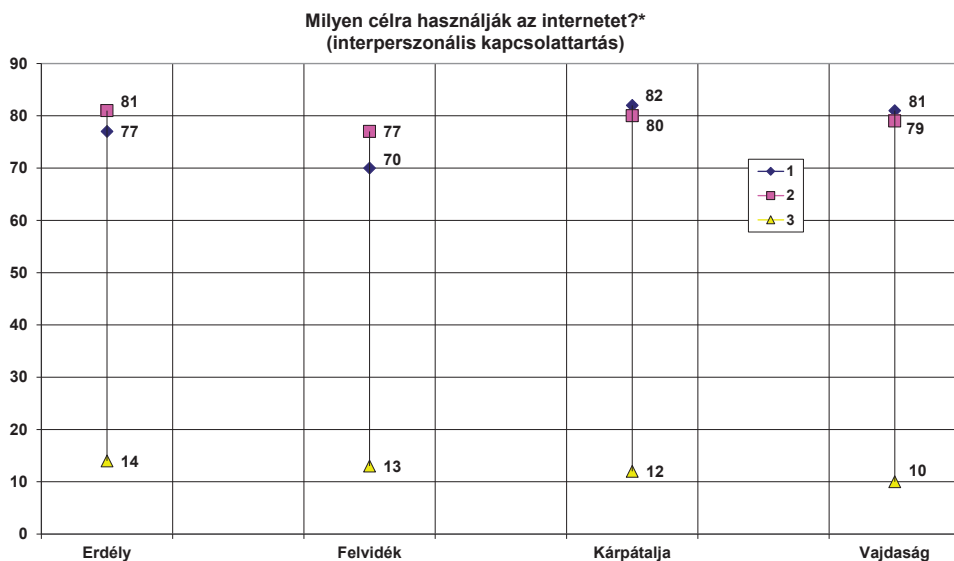
3–Aktívan részt vesznek a különböző internetes fórumokon.

Az internetezés céljaival kapcsolatban megismert eddigi tendenciák már önmagukban is azt bizonyítják, hogy a határon túli magyarok a világhálón elérhető konvencionálisnak mondható információs tartalmakat (például internetes újságok, vagy egyéb médiafelületek honlapjainak követését) ugyan valószínűleg a szükségleteiknek megfelelő mértékben használják, ám csupán a bemutatott középtételek mentén. Mindez arra utaló jel, hogy számukra aligha az előzőekben tárgyalt internetes tevékenységek az elsődlegesek, hanem döntően azok a világháló által nyújtott platformok, melyek lehetővé teszik a valóságos, vagy virtuális interperszonális, illetve közösségi hálózatok tagjaival való kapcsolattartást. Következésképpen elemzésünket az ezekre vonatkozó tendenciák időbeli alakulásának bemutatásával folytatjuk.

5.8.4. Interperszonális kapcsolattartás

Korábbi médiakutatásaink eredményeinek ismeretében nem mondható váratlannak, hogy az internethasználat különböző céljai közül ezúttal is az interperszonális kapcsolattartás bizonyult a leginkább dominánsnak.

114. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

1–Rokonaikkal, ismerőseikkel való kapcsolattartásra használják (MSN, Skype, e-mail stb.).

2–Közösségi hálózatokban vesznek részt (Facebook, Instagram stb.).

3–Ismerkedésre, társkeresésre használják.

A személyek közötti közvetlen kapcsolatot biztosító internetfelületek konvencionálisnak mondható formái (e-mail, Skype kapcsolat és hasonló alkalmazások) mellett az elmúlt évtizedben berobbanó, úgynevezett közösségi hálózatokban (Facebook, Instagram stb.) öltének testet. Ezzel kapcsolatos adataink azt mutatják, hogy a kétféle internetes interperszonális érintkezési formát a határon túli magyarok mindegyik régióban nagyságrendileg közel azonos intenzitással használják (ami mögött az ismerkedés, illetve társkeresés céllal internetezőik aránya csupán elhanyagolható mértékűnek bizonyult). A 70 és 82 átlagpont közötti gyakoriságok kétséget kizáróan annak bizonyítékai, hogy a világháló által nyújtott, egyre átláthatatlanabbul, exponenciálisan szerteágzó alkalmazási lehetőségek közül a virtuális térben történő interperszonális kapcsolattartás számít a legfontosabb internethasználati tényezőnek mindegyik határon túli magyar közösség körében.

43. táblázat

**Interperszonális kapcsolattartásra használják (Skype stb.)
(szociodemográfiai változók szerint)**

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	77	70	82	81
Korcsoportok szerint				
Fiatal	79	75	86	88
Középkorú	76	69	82	79
Idős	74	60	75	80
Iskolai végzettség szerint				
Általános	64	72	79	77
Szakmunkás	75	64	82	78
Érettségi	81	65	83	83
Felsőfokú	78	79	86	86
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	71	67	75	78
Alsó-közép	77	81	82	80
Felső-közép	79	85	87	85
Gazdag	70	65	77	83
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	76	69	81	82
Enyhe munkanélküli érintettség	77	74	83	83
Válságos munkanélküli érintettség	71	68	88	76
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	78	70	82	80
Többségi iskola	67	67	83	87
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	71	72	–	88
Lét-identitás	77	68	82	80

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Szociodemográfiai változók szerint a skype-típusú internetes kapcsolattartás nem mutat a korábbiakban látott nagyfokú eltéréseket, ami annak a jele, hogy ezeket csaknem mindegyik társadalmi réteg tagjai a regionális átlagokhoz közeli magas intenzitással használják. Ennek pregnáns példáját láthatjuk a vagyoni, illetve munkapiaci helyzet szerinti megoszlásokban, mely általános tendenciától csupán a diplomások és az idősek gyakorlata tér el számottevően, lévén az előbbieket a regionális átlagokhoz képest felül-, utóbbiak pedig alulreprezentáltak.

5.8.5. Közösségi hálózatokban való részvétel és nyelvhasználat

Az előbbiekhöz hasonló arányú népszerűséggel bíró közösségi hálózatok egyre növekvő dominanciája teszi szükségessé, hogy a világhálón történő interperszonális kapcsolattartással kapcsolatban annak részleteit – beleértve a nyelvi dimenziót is – megismerjük.

44. táblázat

**Közösségi hálózatokban való részvétel (Facebook, Instagram stb.)
(szociodemográfiai változók szerint)***

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	81	77	82	81
Korcsoportok szerint				
Fiatal	91	88	88	91
Középkorú	81	80	77	79
Idős	63	43	69	71
Iskolai végzettség szerint				
Általános	66	82	82	79
Szakmunkás	80	72	73	76
Érettségi	82	73	80	83
Felsőfokú	85	82	81	76
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	76	78	67	82
Alsó-közép	81	76	81	78
Felső-közép	80	75	85	81
Gazdag	87	83	65	85
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	83	75	81	82
Enyhe munkanélküli érintettség	77	86	79	77
Válságos munkanélküli érintettség	79	79	79	80
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	82	77	79	80
Többségi iskola	75	76	82	76
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	69	76	–	87
Lét-identitás	81	78	80	78

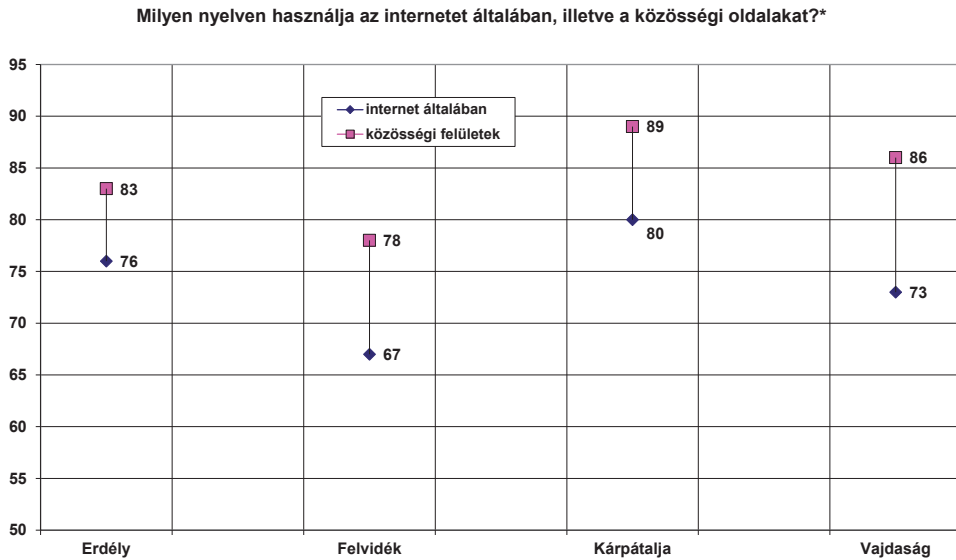
* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Társadalmi rétegződés szerint ugyancsak nagyrészt az imént részletezett tendencia érvényesül: a vizsgált kategóriákba tartozók egymáshoz közeli arányban vannak jelen a Facebook és egyéb hasonló felületeken, ez a tárgyalt közösségi oldalak általános, rétegződéstől független magas népszerűségének biztos jele. A ritka kivételek között ezúttal is főként a korcsoportok szerinti megoszlások említhetők, hiszen az idősek a fiataloknál mindegyik régióban igen szá-

mottevéen kevésbé használják a közösségi hálózatokat (a Felvidéken például csupán feleannyian).

A tárgyalt közösségi platformokon való nyelvhasználattal kapcsolatban az első lényegi tapasztalat, hogy az általános internetezés egyébként is relatíve magas anyanyelven való használatához képest (67–80 átlagpont) válaszadóink a közösségi oldalakat magyarul mindegyik régióban még intenzívebben használják.

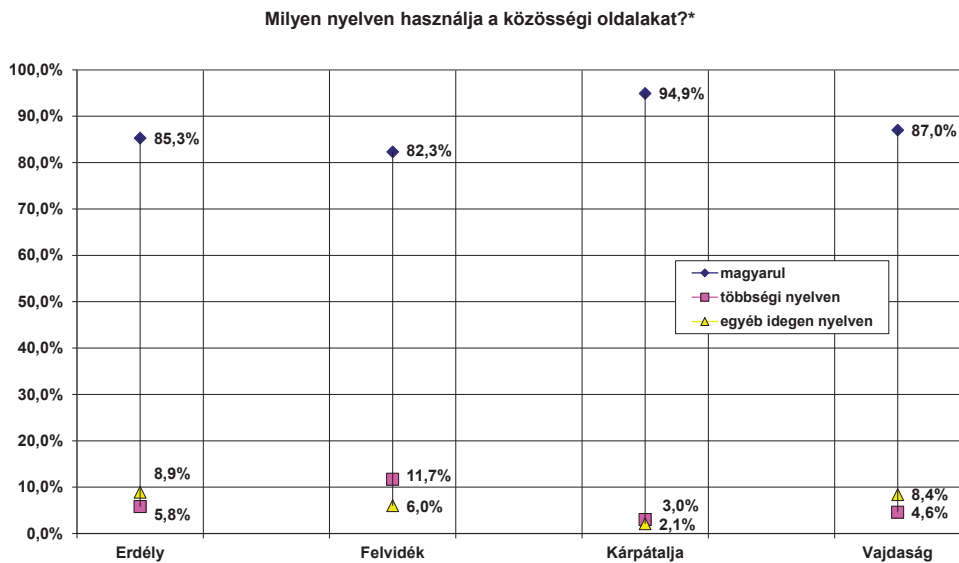
115. ábra



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

Mindez összességében 78–89 átlagpontnyi gyakoriságot mutat, ami azt jelenti, hogy a határon túli magyarok a Facebook és egyéb hasonló felületeket 10 átlagpont körüli arányban használják inkább az anyanyelvükön, mint az internetet általában.

116. ábra



* A „ritkán” és „gyakran” válaszok együtt.

Százalékos bontásban („ritkán” és „gyakran” válaszok együtt) a közösségi oldalak magyar nyelven való használata kiugró, 82,3–94,9%-os részarányúnak bizonyult, aminek következtében a többségi és idegen nyelvek együttes használata nem (Kárpátalja), vagy alig haladja meg a 10%-ot, leginkább a Felvidéken, ahol 17%-ot tesz ki.

45. táblázat

Magyar, vagy többségi nyelven használja-e inkább a közösségi oldalakat?*
(szociodemográfiai változók szerint)*

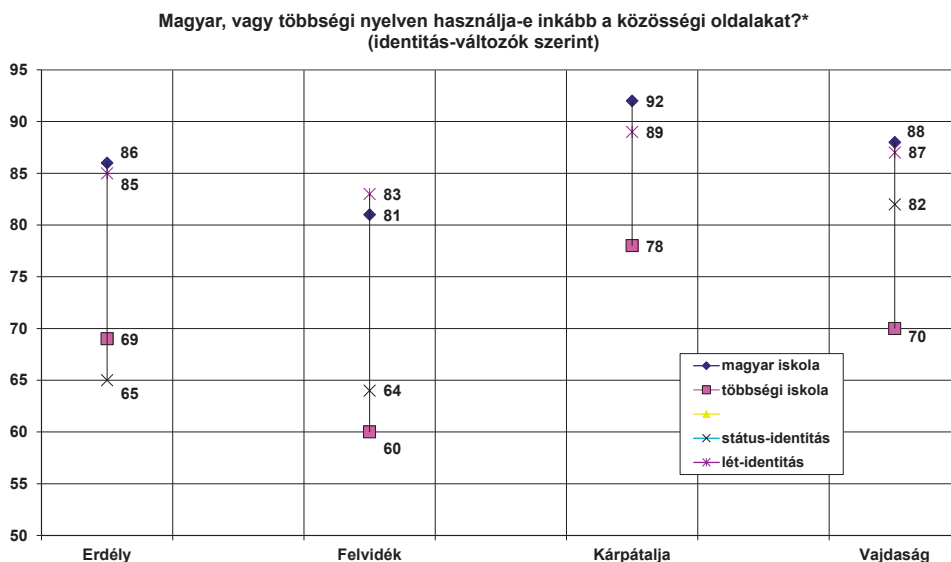
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	83	78	89	86
Korcsoportok szerint				
Fiatal	84	74	89	88
Középkorú	82	80	90	85
Idős	86	81	88	87
Iskolai végzettség szerint				
Általános	89	78	88	88
Szakmunkás	86	79	91	87
Érettségi	81	81	91	85
Felsőfokú	80	73	86	83
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	80	71	92	88
Alsó-közép	84	80	90	89
Felső-közép	82	78	88	78
Gazdag	81	73	76	86
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	82	79	89	85
Enyhe munkanélküli érintettség	83	72	88	88
Válságos munkanélküli érintettség	86	81	93	85
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	86	81	92	88
Többségi iskola	69	60	78	70
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	65	64	–	82
Lét-identitás	85	83	89	87

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

Az anyanyelven való Facebook és egyéb hasonló felületek használata terén tapasztalt dominancia legfőbb visszaigazolásának tekinthető, hogy a kiugróan magas regionális arányokhoz képest társadalmi rétegek szerint érdemi eltéréseket sehol sem regisztráltunk.

Identitásváltozók szerint azonban a regionális eltérések már számottevőbbnek bizonyultak. Az természetesen mindegyik régióra továbbra is jellemző, hogy az identitásörző rétegek tagjai anyanyelvükön lényegesen intenzívebben használják a közösségi internetes felületeket is (81-92 átlagpont között), ám mindez az asszimiláns identitásjegyekkel rendelkezők esetében régióként változatosabb képet mutat.

117. ábra



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

Amíg a médiafogyasztás egyéb vonatkozásai terén is leginkább anyanyelv orientált kárpátaljaiak körében az ott élő többségi (ukrán/orosz) általános iskolát végzettek alig 10 átlagponttal használják csupán kevésbé anyanyelvükön a közösségi oldalakat, mint az identitásukat őrzők, a többi régióban ez az arány már 20 átlagpont körüli (a legalacsonyabb pedig a Felvidéken, ahol magyarul már csupán alig 60–64 átlagpontnyi gyakorisággal vesznek részt a közösségi oldalakon történő kommunikációban).

A közösségi oldalak egyéb idegen nyelven történő minimális, mindössze 2,1–8,6%-ot kitevő használata önmagában ugyan elhanyagolható jelentőséggel bír, ám társadalmi rétegződés szerint mégis számos tanulsággal szolgál.

46. táblázat

Egyéb idegen nyelven használja a közösségi oldalakat (szociodemográfiai változók szerint, százalékban)

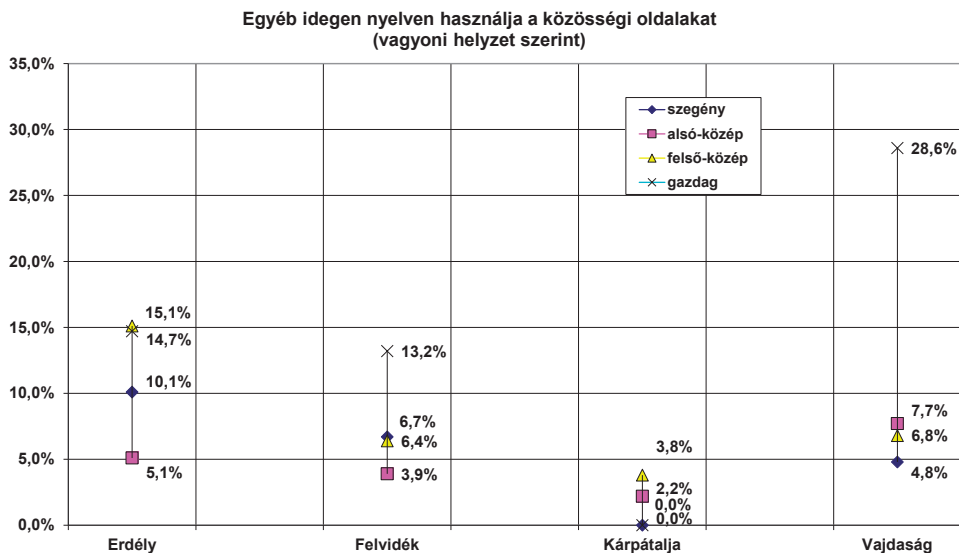
	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	8,6	6,0	2,1	8,4
Korcsoportok szerint				
Fiatal	17,6	10,1	4,7	24,6
Középkorú	7,0	3,9	0,7	5,6
Idős	–	3,1	–	1,2
Iskolai végzettség szerint				
Általános	3,8	8,4	2,9	1,3
Szaktudás	3,9	3,1	–	2,1
Érettségi	11,3	3,5	2,1	20,3
Felsőfokú	15,1	8,4	2,9	10,7
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	10,1	6,7	0,0	4,8
Alsó-közép	5,1	3,9	2,2	7,7
Felső-közép	15,1	6,4	3,8	6,8
Gazdag	14,7	13,2	0,0	28,6
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	11,5	5,7	1,5	10,2
Enyhe munkanélküli érintettség	8,2	2,9	1,1	6,5
Válságos munkanélküli érintettség	4,8	11,9	2,9	6,7
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	8,4	6,8	2,4	6,8
Többségi iskola	10,9	1,1	1,1	25,6
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	8,6	3,1	–	9,5
Lét-identitás	8,1	4,3	2,1	6,7

Ezek között elsőként a korcsoportok szerint lényegesen eltérő gyakorlat említhető, hiszen egyéb nyelven lényegében csupán a 18–35 év közöttiek használják a közösségi oldalakat (például már minden negyedik vajdasági fiatalok – 24,6%), olyannyira, hogy Kárpátalján rajtuk kívül gyakorlatilag sem a középkorúak, sem az idősek nem érintkeznek idegen nyelven a tárgyalt platformokon (hasonlóan az erdélyi legfelsőbb korosztály tagjaihoz). Identitásváltozók szerint, meglepetésre, egymáshoz igen közeli arányokat mértünk, miszerint az egyéb nyelvhasználati tekintetben anyanyelvükhöz már relatíve kevésbé kötődő, asszimiláns rétegekhez tartozók egyéb idegen nyelven nem használják a regionális átlagok fölötti mérték-

ben a közösségi hálózatokat (kivéve a vajdaságiakat, akik közül már minden negyedik szerb általános iskolát végzett válaszadó esetében jellemző az idegen nyelv használata).

Iskolai végzettség és vagyoni helyzet szerint mindenütt közel hasonló tendencia érvényesül: a magasabb végzettségűek és a tehetősebb rétegek tagjai jelentősen gyakrabban használják idegen nyelvtudásukat a közösségi oldalakon (leginkább a vajdasági érettségizettek, illetve gazdagok, 20,3–28,6%-ban).

118. ábra

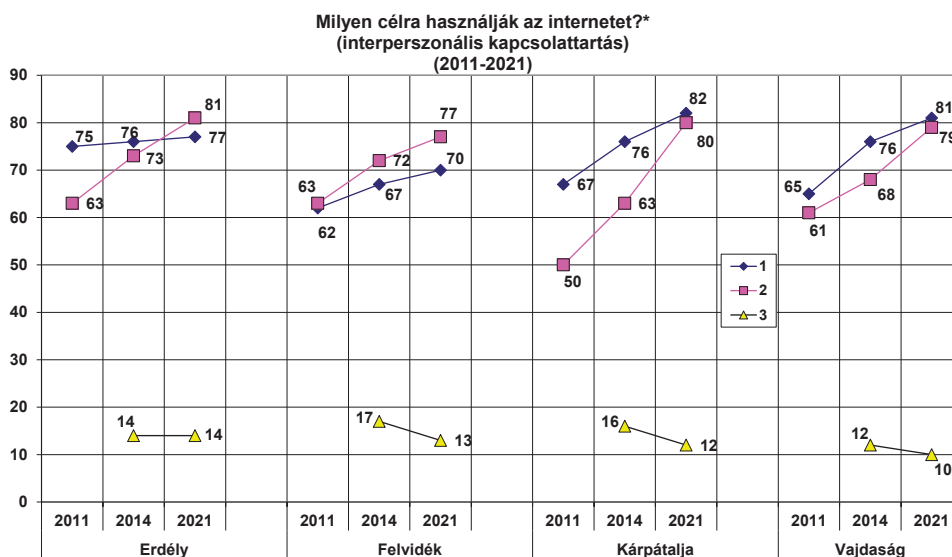


A világhálón való nyelvhasználattal kapcsolatban eddig bemutatott tendenciák összességükben arra utalnak, hogy a határon túli magyarok körében az azt jellemző multilingvikus környezet ellenére sem érzékelhető az anyanyelv említést érdemlő mértékű háttérbe szorulása, amit még inkább visszaigazolnak a leginkább preferált interperszonális kapcsolattartás célú internetezési szokásokra vonatkozó imént megismert részletes adatsorok is. Mindez a nemzeti identitás megőrzésének szempontjából pozitív fejleményként értékelhető, ám miután az internet világa a leginkább alkalmas az információáramlás/gyártás terén újabb beláthatatlan, és gyakran váratlan, robbanásszerű irányváltásokra, a nyelvhasználattal kapcsolatos jelenlegi relatíve kedvezőnek mondható tendenciák aligha maradnak változatlanok. Következésképpen nagy a valószínűsége annak, hogy további mediakutatásaink egyik legizgalmasabb feladata lesz az interneten való nyelvhasználat terén végbemenő változások figyelemmel kísérése.

Az eddig tárgyalt nyelvi vonatkozások mellett ugyancsak kiemelt fontossággal bír, hogy a vizsgált internetfelületek használata idősorosán milyen fokú változásokon ment keresztül. Az iránt ugyan korábbi kutatási adataink alapján kevés kétségünk volt, hogy további növekedés tanúi leszünk, ám ennek már pontos léptékét is ismerjük. Eszerint az elmúlt tíz év során a közösségi hálózatokban való részvétel aránya növekedett nagyobb ütemben, melynek mértéke Kárpátalján bizonyult a legnagyobbak (30 átlagpont) annak köszönhetően, hogy ebben a régióban 2011-ben a Facebook és a hozzá hasonló felületek népszerűsége még csupán 50 átlagpontot tett ki.

Miután azonban a tíz évvel ezelőtt ennél magasabb – 61–63 átlagpont közötti – szintről induló erdélyiek, felvidékiek és vajdaságiak esetében is jelentősen, mintegy 15–20 átlagponttal növekedett a közösségi hálózatok használata, nem kétséges, hogy a vizsgált időszak „nyertesének” ezek bizonyultak.

119. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

1–Rokonaikkal, ismerőseikkel való kapcsolattartásra használják (MSN, Skype, e-mail stb.).

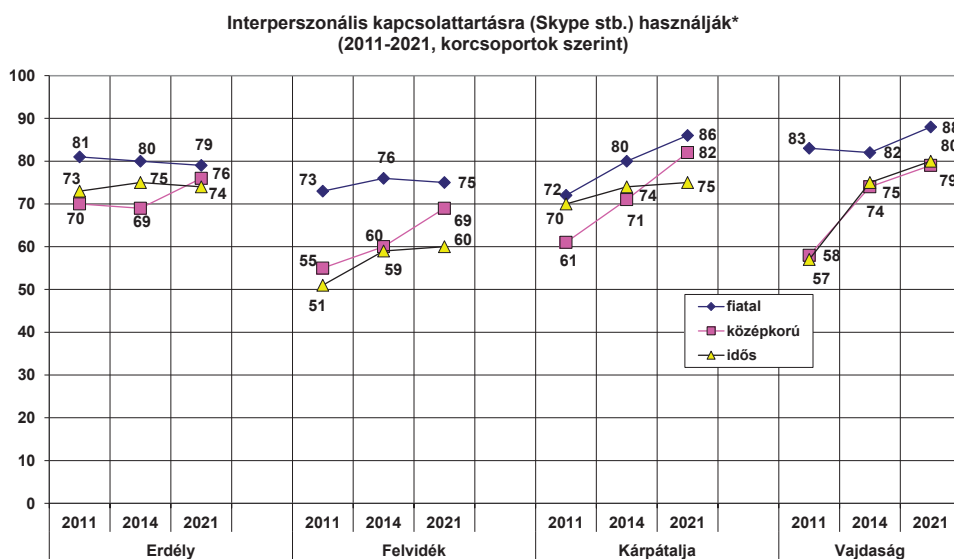
2–Közösségi hálózatokban vesznek részt (Facebook, Instagram stb.).

3–Ismerkedésre, társkeresésre használják.

Idősoros adataink szerint azonban az igazi meglepetés abban rejlik, hogy az interperszonális kapcsolatok fenntartására alkalmas két eltérő platform közötti versenynek nincs vesztese. A Facebook és egyéb hasonló felületek töretlen elterjedése ugyanis egyáltalán nem vontta maga után a korábban megjelent Skype és hasonló alkalmazások háttérbe szorulását, amelyek ugyan csekélyebb léptékben növekedtek, ám használatuk sehol sem csökkent, így korábbi pozíciójukat megtartották.

A vizsgált folyamatok természetének további részleteit leginkább a korcsoportok szerinti idősoros megoszlások illusztrálják. Ezek azt tanúsítják, hogy a Skype típusú „hagyományos” kapcsolattartási alkalmazások használata nem csupán időben mutat mindenütt kiegyensúlyozott, szerény arányú növekedés mellett a korábbi magas szintet tartó összképet, de korcsoportok szerint ugyancsak ritkán tapasztalható egységesen azonos mértékű gyakoriságokat is.

120. ábra

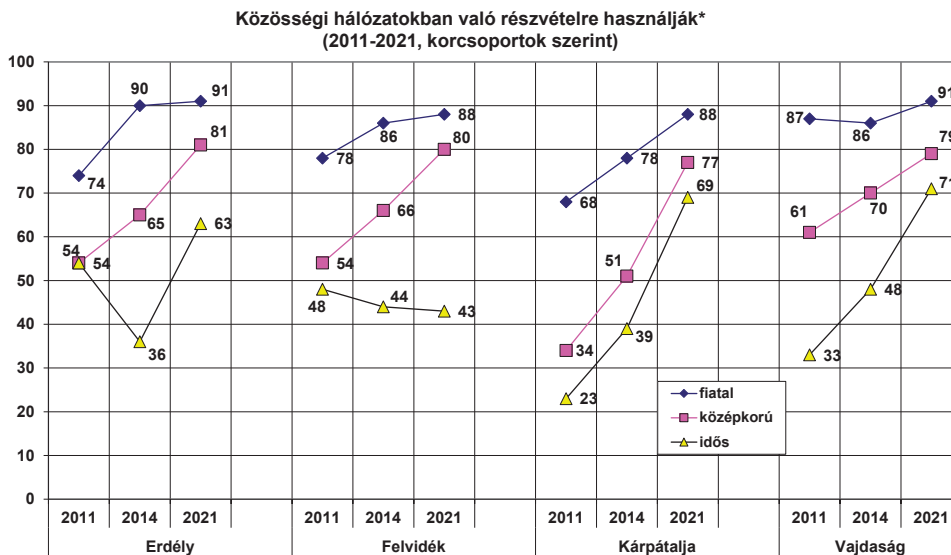


* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Közel sem ez a helyzet azonban a Facebook és egyéb hasonló közösségi platformok használatának időbeli alakulásával korcsoportok szerint. (121. ábra) Az említett alkalmazások egy évtized alatt történt elterjedésének szédítő intenzitású dinamikáját főként az jelzi, hogy ezeknek a használata elsősorban nem a vizsgált vonatkozásban a kezdetektől máig első helyen szereplő fiatalok, hanem a középkorosztály, valamint még inkább meglepően az idősök körében növekedett igen számottevő arányban.⁴¹ Előbbiek a fiatalok mögött már csak alig elmaradva, 77–81 átlagpont közötti gyakorisággal használják a közösségi hálózatokat, ám a leginkább váratlan fejleményt az idősök körében tapasztaltuk, akik a tíz évvel korábbi gyakorlatukhoz képest jelenleg már többször (Kárpátalján például több mint négyszer) nagyobb arányban használják a tárgyalt internetes alkalmazásokat. Következésképpen a közösségi hálózatok használata terén bekövetkezett ugrásszerű fejlődés paradox módon nem a fiatalok, hanem a másik két korosztály tagjai megváltozott internetezési szokásainak – jelen esetben az ezekben való részvétel növekedésének – köszönhető.

41 Csupán a felvidéki idősök esetében maradt a korábbi alacsony szinten.

121. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

A világhálón való interperszonális kapcsolattartásra vonatkozó tendenciák idősoros megismérlése után végezetül arra keressük a választ, hogy a covidjárvány nyomán kialakult vészhelyzet milyen hatással volt a tárgyalt alkalmazások használatára. Ezzel kapcsolatban logikusan az volt feltételezhető, hogy miután a különböző karantén intézkedések – az emberek közötti direkt kontaktusok hiánya/megszűnése – miatt a kapcsolattartás a telefonáláson kívül gyakorlatilag kizárólag a Skype-, illetve a Facebook-típusú interakciókra korlátozódott, mindez alighanem tükröződni fog ezek használatának hirtelen megugrásában.

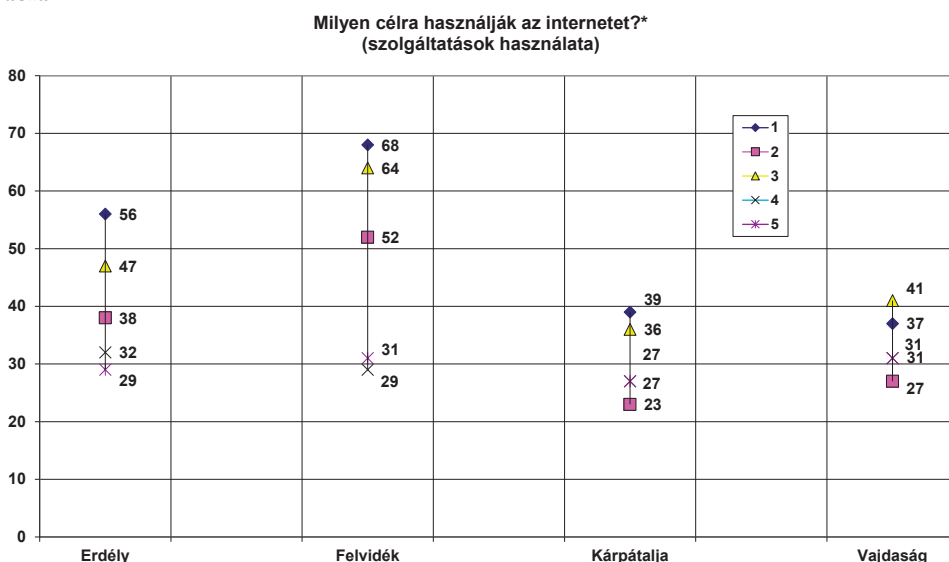
A feltett kérdés tekintetében azonban idősoros adataink egyértelműen azt jelzik, hogy ilyen robbanásszerű növekedésről nem beszélhetünk, hiszen a tárgyalt alkalmazások használata a vizsgált tíz éves időszak alatt arányos fokozatokban fejlődött, beleértve a járványidőszakot is. Ennek okai leginkább abban rejlenek, hogy az interneten történő kapcsolattartás mértéke már a világjárvány megjelenése előtt is csaknem maximális arányú volt, abban az értelemben, hogy alighanem hiánytalanul lefedte a felhasználók személyes hálózatának tagjait (családtagok, rokonok, barátok, valós vagy virtuális ismerősök stb.). Miután azonban ezek köre pusztán a járványhelyzet következtében alapvetően nem változott, a velük való internetes kommunikáció is az addigi növekedési ütem keretei között maradt, ezért az interakciók nagyságrendje a járvány miatt radikálisan egyik határon túli magyar régióban sem nőtt tovább, hanem a korábbi igen magas szinten maradt.⁴²

42 Ez esetben tehát megvan a logikus magyarázata az adatsorokban mutatkozó tendenciáknak, szemben televíziós, illetve rádiós hírműsorokkal kapcsolatban tapasztaltakkal, ahol – mint láttuk – a járványhelyzetről szóló, s mindennapi túlélést szolgáló információk fontossága ellenére a nézettség/hallgatottság aránya nem sokban tért el a korábbi években mért szinttől.

5.8.6. Szolgáltatások használata

Az internethasználat céljait tekintve utolsóként bemutatásra kerülő kategóriát a világhálón át elérhető különböző szolgáltatások igénybe vételével kapcsolatos adatsorok alkotják, melyek az eddig látottaknál jóval nagyobb fokú regionális eltérésekről tanúskodnak.

122. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

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.

Ezek közül elsőként az említhető, hogy a vizsgált szolgáltatások nagy részét az EU-tagállamokban lévő régiókban élők a kárpátaljaiaknál és vajdaságiaknál számottevően nagyobb gyakorisággal használják, főként a mindenütt vezető online vásárlások és internetbankos tranzakciók tekintetében. Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy a hirdetések feladásával, leginkább pedig a mindennapi életvitel szempontjából kiemelkedően fontos hivatali ügyintézetekkel kapcsolatos internethasználat – regionális különbségekre való tekintet nélkül – rendkívül alacsony mértékűnek bizonyult (mindössze 27 és 32 átlagpont között).

Miután az említett regionális eltérésekben nyilvánvalóan a társadalmi rétegek közötti eltérő gyakorlat is szerepet játszik, a továbbiakban ezek vázlatos bemutatása következik a két vezető internetes szolgáltatástípus példáján keresztül.

Eszerint mind az interneten történő vásárlások, mind az internetbankos szolgáltatások igénybe vételének aránya mindenütt az alábbi táblázatokban látható nagyléptékű fokozatok

szerint csökken az életkor növekedésével és a kedvezőtlenebb munkapiaci helyzettel, s egyes arányban növekszik az iskolázottság, valamint az anyagi jólét emelkedésével.

47. táblázat

Szolgáltatások (online vásárlás)

(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	56	68	39	37
Korcsoportok szerint				
Fiatal	73	76	50	59
Középkorú	58	73	36	39
Idős	24	37	19	18
Iskolai végzettség szerint				
Általános	31	60	27	29
Szaktudás	50	60	42	21
Érettségi	59	71	39	51
Felsőfokú	70	81	49	47
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	37	54	27	26
Alsó-közép	53	63	36	33
Felső-közép	65	73	52	44
Gazdag	65	80	67	66
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	61	71	42	41
Enyhe munkanélküli érintettség	58	67	36	39
Válságos munkanélküli érintettség	43	57	30	30
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	57	70	39	37
Többségi iskola	50	63	40	42
Identitástípusok szerint				
Státusz-identitás	46	61	–	38
Lét-identitás	57	70	39	36

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

48. táblázat

Internetbankos szolgáltatás

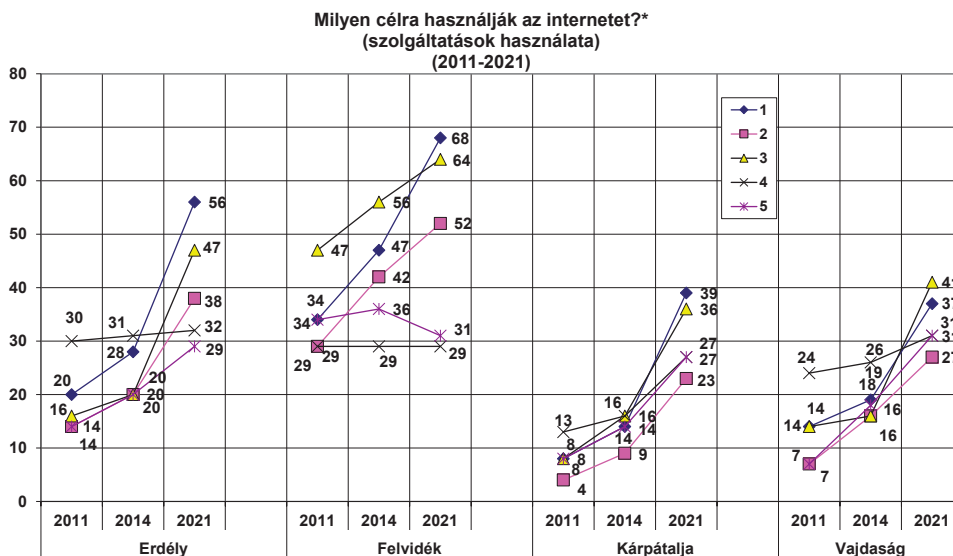
(szociodemográfiai változók szerint)

	Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság
Regionális átlagok	47	64	36	41
Korcsoportok szerint				
Fiatal	54	65	42	50
Középkorú	55	71	36	47
Idős	20	40	22	25
Iskolai végzettség szerint				
Általános	19	42	20	20
Szakmunkás	41	54	33	34
Érettségi	44	73	34	53
Felsőfokú	70	83	55	61
Vagyoni helyzet szerint				
Szegény	16	49	21	18
Alsó-közép	41	58	33	35
Felső-közép	59	70	47	56
Gazdag	60	73	67	69
Munkapiaci helyzet szerint				
Stabil munkapiaci helyzet	55	72	42	49
Enyhe munkanélküli érintettség	46	59	25	35
Válságos munkanélküli érintettség	27	36	24	19
Az általános iskola nyelve szerint				
Magyar iskola	47	63	34	40
Többségi iskola	45	68	41	52
Identitástípusok szerint				
Státus-identitás	45	60	–	34
Lét-identitás	47	66	36	38

* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

Idősoros adataink az internetes szolgáltatások használata terén nagyrészt annak köszönhetően (vagy annak ellenére) mutatják továbbra is a felvidékiek, illetve erdélyiek eddigi számottevő előnyének a fennmaradását, hogy leginkább 2014 óta mind a négy régióban közel hasonló – egyébként jelentős és öröndetesnek mondható – arányú növekedést tapasztaltunk. Ugyanis épp ez utóbbi fejlemény játszik közre abban, hogy a két-két régió esetében meglévő fázisbeli különbségek közötti olló egyelőre nem utal az egymáshoz való érdemi közeledésre.

123. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soha...100–gyakran).

1–Online vásárlásokra.

2–Szolgáltatások megrendelésére (koncertjegy, szállodafoglalás stb.).

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

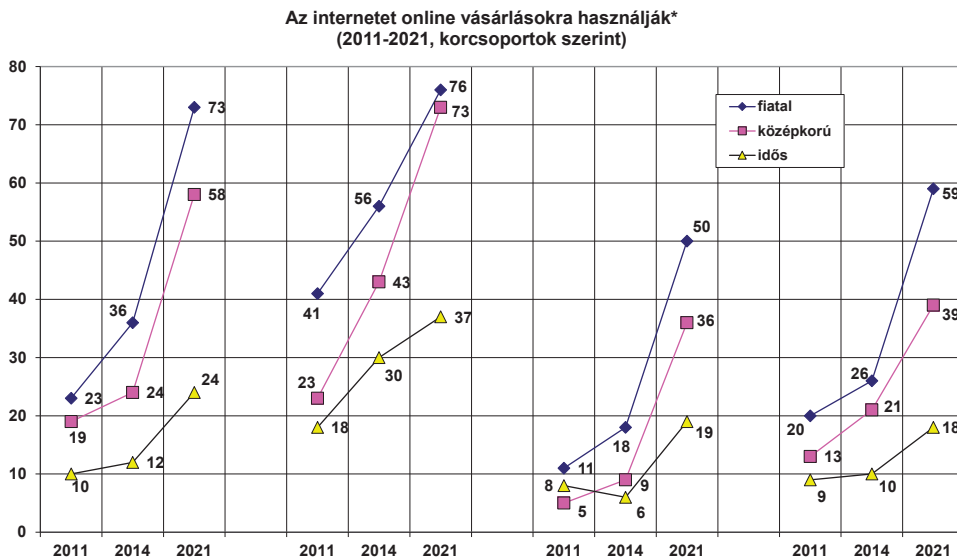
4–Hirdetések feladására, vagy keresésére (ingatlan, albérlet, használt autó stb.).

5–Hivatali ügyintézésre.

Említést érdemel azonban, hogy az idézett általános tendencia nem minden esetben érvényes, ami alól leginkább egy igen fontos szolgáltatás, az interneten való hivatali ügyintézés képez kivételt. Ez esetben ugyanis annak lehetünk tanúi, hogy amíg e téren Erdélyben és a Felvidéken tíz év alatt nem történt változás (az utóbb régióban például néhány átlagpontnyi csökkenést tapasztaltunk), addig Kárpátalján és a Vajdaságban jelentős növekedés ment végbe, aminek eredményeképpen az ügyintézésrel kapcsolatos internet tevékenység jelenleg már mind a négy régióban azonos szintet ér el.

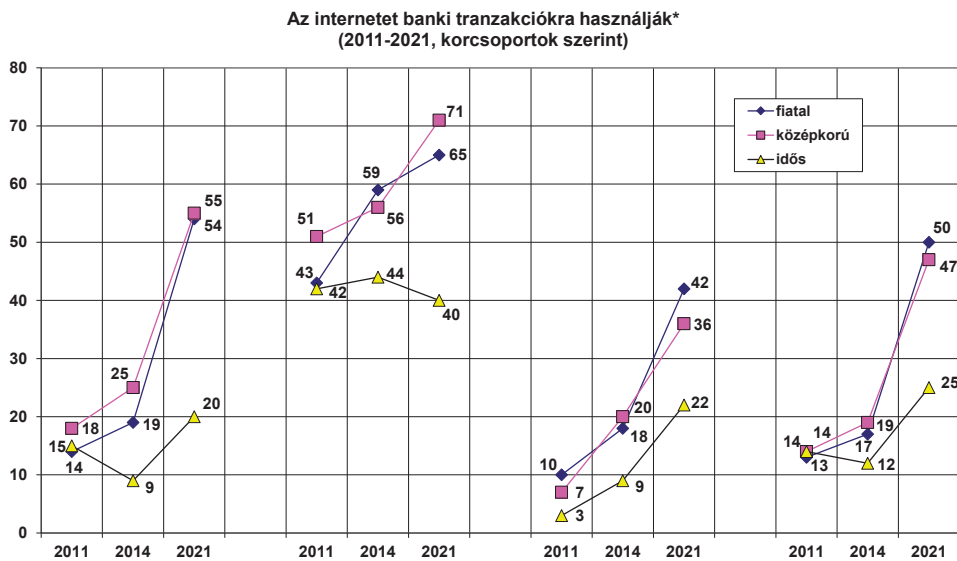
Mindennek ellenére azonban az internetes szolgáltatások igénybe vétele terén a határon túli magyar társadalmi rétegek alapvetően megosztott gyakorlatot folytatnak, melyet leginkább a korcsoportok szerinti alábbi idősoros megoszlások szemléltetnek.

124. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

125. ábra



* 100-as skálára transzponált átlagok (1–soba...100–gyakran).

A mindegyik régióban azonos irányú és csaknem hasonló léptékű változások mindkét internetes szolgáltatástípussal kapcsolatban az idős korosztály fokozódó leszakadását mutatják, aminek egyedüli kiváltó oka, hogy hozzájuk képest a középkorúak, leginkább pedig a fiatalok a vizsgált időszakban – különösen 2014 óta – lényegesen nagyobb arányban használják az internet által nyújtott lehetőségeket mindennapos gyakorlati ügyeik intézésére.

Minderre a 124–125. ábrák megoszlásai számtalan példával szolgálnak, amelyek igazolni látszanak legutóbbi kutatási elemzésünk azon megállapítását, hogy az internethasználatnak továbbra is léteznek olyan rétegei, melyek nem elhanyagolható mértékű szegregációs távolságokat tükröznek az egyes társadalmi rétegek, jelen esetben a korcsoportok között.

Mindazonáltal mostani kutatásunk során már ezzel ellentétes tendenciákat is tapasztalunk (például az idősek közösségi hálózatokban való határozottan növekvő részvételét), ezért elmondható, hogy a teljes médiahasználati spektrumot tekintve a korábban tapasztaltakhoz képest összességében inkább beindulni látszik egyfajta kiegyenlítődési folyamat a társadalmi rétegek egyelőre még eltérő internethasználati gyakorlatában.

Következésképpen további kutatásaink során kiemelt célunk – az anyanyelven való médiafogyasztás helyzetének alakulása mellett – ennek a várható kiegyenlítődési folyamatnak a nyomon követése lesz.

6. Összegzés

Végére érve a határon túli magyarok médiahasználatára különböző dimenziói empirikus adatok alapján történő részletes áttekintésnek, röviden összefoglaljuk a bemutatott folyamatokkal kapcsolatos főbb kutatási tapasztalatokat.

A fiktív médiafelület-hierarchia változása

A vizsgált vonatkozásban egy hipotetikus helyzet („melyiket választaná, ha két héten át csupán egyetlen médiafelületet használhatna”) alapján kaptunk indirekt adatok segítségével fontos információkat arról, hogy a válaszadók milyen fontossági sorrendet állítanak fel az általuk használt információforrások között.

Ezzel kapcsolatban a vizsgált régiókban kivétel nélkül ugyanazon tendenciák érvényesülnek, miszerint az adott fiktív helyzetben az internetet már lényegesen többen (56,9 és 68% között) választanák, mint a többi három médiafelületet (televízió, rádió és nyomtatott sajtó) együttvéve. Ami azt jelenti, hogy a hagyományos audiovizuális információforrások „hitele”, illetve használhatósága az internethez képest végérvényesen megrendülni látszik. Még inkább ezt a tendenciát igazolja, hogy a vizsgált tízéves periódus alatt az internet fiktív népszerűsége töretlenül növekszik: 2011-hez képest Kárpátalján a háromszorosára, Erdélyben pedig kétszeresére nőtt, ám jelenleg a Vajdaságban, illetve a Felvidéken is közel kétszer többen választották ezt az opciót.

A nemzeti identitás megőrzésének, valamint a szülőföldhöz való kötődés szempontjából fontos jelenséggé értékelhető, hogy a fiktív internethasználat anyanyelvi dimenziói terén az elmúlt tíz év alatt nem várt igen gyors fordulat ment végbe, melynek eredményeképpen az

eddigyi magyarországi netes információforrások iránti igény (dominancia) erőteljesen háttérbe szoruló tendenciát mutat a helyi/regionális internetes tartalmak mögött.

Televíziónézési szokások változása

A fogható televíziós csatornák mennyiségi mutatói tekintetében úgyszintén kedvező tendenciákat tapasztaltunk, hiszen jelenleg már mindegyik régióban a több mint 100 csatornával rendelkező háztartások állnak az első helyen. Emellett a televíziócsatornák lefedettségével kapcsolatban egyértelműen pozitív fejleményként értékelhető, hogy 2014 óta a legszélesebb kínálatot biztosító kábeltévé csomagok aránya mindenütt drasztikusan megnőtt: Erdélyben és a Felvidéken a kétszeresére, a Vajdaságban pedig extrém mértékben a hatszorosára.

A televízió használat jelentős mértékű háttérbe szorulását igazolja a televíziót egyáltalán nem nézők részaránya, amely Erdélyben bizonyult a legnagyobbknak, ahol jelenleg már minden negyedik megkérdezett tartozik ebbe az alcsoportba. A többi régióban ettől ugyan mintegy 10%-kal elmarad a nem tévénézők aránya, ami azonban így is igen számottevő mértékűnek bizonyult.

A kérdéssel kapcsolatban a fentiekén túl a legmarkánsabb különbséget a korcsoportoknál regisztráltuk. Amíg ugyanis az idősek körében a televíziót soha nem nézők részaránya egyik régióban sem haladja meg a 10%-ot (a Felvidéken, illetve Kárpátalján a hármát sem), a fiatalok már drasztikusnak mondható mértékben nem használják a tárgyalat hagyományos médiafelületet. Arányuk Erdélyben és a Vajdaságban közelít az 50%-hoz (ami annyit tesz, hogy csaknem minden második fiatal nem néz televíziót), ám a felvidéki fiatalok közül is minden harmadik, Kárpátalján pedig minden negyedik fiatalkorú fordult el teljes mértékben a televízió műsorok használatától.

Idősoros bontásban azt tapasztaltuk, hogy egy igen rövid időszak, az utóbbi hét év alatt nőtt meg ugrásszerűen a televíziót nem nézők részaránya. Leginkább Erdélyben (25,8%), ami háromszoros növekedést mutat 2014-hez képest. A növekedés mértéke ettől a Felvidéken valamelyest elmarad (csupán 16,6%-ot tesz ki), ám 2014 óta így is megkétszereződött az ott élő nem tévénézők aránya, ami viszont Kárpátalján és a Vajdaságban már a négyszeresére nőtt.

A televíziózástól való elfordulással kapcsolatban a határon túli magyarok körében tapasztalható bemutatott arányú változás igen lényeges dimenzióját érinti az érintett közösségek tagjai médiahasználatának. Ez esetben ugyanis paradox módon „a média nem használat” – tehát a tévét nem nézés – terén bekövetkezett folyamatok utalnak meglehetősen egyértelmű adatsorok példáján keresztül az érintettek információs terén belül végbemenő gyökeres átstrukturálódásra.

A televízió nézésre fordított napi időmennyiségre vonatkozó idősoros adataink azt mutatják, hogy a csökkenés folyamatosan tetten érhető, ami 2001 óta mindegyik régióban egyaránt visszaeső tendenciát mutat. Összességében azonban elmondható, hogy a napi átlagos televízió nézés szempontjából a csökkenés mértéke közel sem bizonyult olyan drasztikus mértékűnek, mint azt a televíziótól való elfordulás esetében láttuk. Mindez egyben azt jelenti, hogy a televíziót nézők részaránya ugyan mindegyik régióban rohamosan zsugorodik, ám a tévénézés mellett kitaróknak még mindig számottevő időt szánnak arra, hogy tájékozódásuk információs forrásaként a televízió, mint hagyományos médiafelület relatíve megőrizze je-

lentőségét, következésképpen egyelőre továbbra is jelentős arányban van jelen az érintettek médiahasználatában.

A televíziócsatornák nézettségének nyelvi dimenziói tekintetében azt tapasztaltuk, hogy a „milyen nyelvű televíziót néz Ön?” kérdésre adott válaszmegoszlások transzponált átlagai alapvetően az anyanyelven való televíziózás dominanciáját jelzik a határon túli magyarság körében (71–85 átlagpont között). Az összképen belül régiók szerint százalékos megoszlásban némiképpen árnyaltabb képet kaptunk, hiszen a kizárólag magyar tévéket nézők részaránya a Felvidéken már csak alig 20, Erdélyben 26, a Vajdaságban pedig 34%-ot tesz ki, miközben csupán a kárpátaljaiak körében képezi a többséget (58%). Ezek az önmagukban relatíve alacsonynak tekinthető arányok azonban így is kellőképpen ellensúlyozzák azt a tényt, hogy az inkább, vagy kizárólag többségi tévéadásokat nézők aránya – azoké tehát, akik alig, vagy egyáltalán nem néznek magyar nyelven sugárzó televíziókat – egyelőre egyik régióban sem éri el a 10%-ot. Mindez főként amiatt mondató váratlan tendenciának, hogy noha 2011 óta a médiahasználat csaknem minden szegmensében gyökeres/radikális fordulat ment végbe, mindez kevésbé, vagy egyáltalán nem tükröződik a televíziózás nyelvhasználatában.

Ami a konkrét – különböző nyelven sugárzó – televíziócsatornák nézettségi intenzitásait illeti, adatsoraink nagyrészt visszaigazolják az anyanyelven történő televízió nézés elsődlegességéről ímént elmondottakat. Ezt bizonyítja, hogy a vizsgált 16 televízió- csatornatípus között összregionális szinten az első öt helyen magyar nyelvű adók szerepelnek (dobogós helyen a magyarországi kereskedelmi tévék, az M1 és a Duna TV).

A 2001 óta eltelt két évtized során a legszembetűnőbb változást a magyarországi közszolgálati televíziócsatornák nézettségével kapcsolatban tapasztaltuk. Eszerint mindegyik régióra jellemző, hogy a tárgyalt televíziócsatornák népszerűsége folyamatosan csökkenő tendenciát mutat. A csökkenés aránya a felvidékiek esetében bizonyult a leginkább drasztikusnak, ahol a válaszadók jelenleg már csupán közel háromszor kevésbé kapcsolnak a magyarországi közszolgálati televíziók műsoraira, mint tették azt húsz évvel ezelőtt. Ez az arány a kárpátaljaiak körében kétszeres, Erdélyben és a Vajdaságban pedig másfélszeres csökkenést mutat.

A vizsgált húszéves időszak során tehát a Magyarországról sugárzott közszolgálati televíziócsatornák népszerűsége erőteljesen visszaesett, a kereskedelmi tévék, illetve Duna tévé pozíciói azonban a korábbi szinten maradtak, részben pedig megerősödtek.

A magyar nyelven sugárzó regionális televíziók esetében ugyan visszaesésről nem beszélhetünk, azonban nézettségük mindenütt a korábbi alacsony szinten maradt (mindössze 22–32 átlagpont között), így elmondható, hogy a helyi viszonyokról szóló anyanyelvi televíziós tartalmak terén továbbra sem csökkent a relatív információhiány.

A többségi nyelvű televíziókkal kapcsolatban összességében azt tapasztaltuk, hogy két évtized alatt a válaszadók körében egyik régióban sem nőtt említést érdemlő arányban a szlovák, szerb stb. csatornák nézettsége, ami – ismervén az időközben egyéb téren végbe ment asszimilációs folyamatokat – relatíve kedvező tendenciaként értékelhető az érintettek médiafogyasztási gyakorlata szempontjából.

A magyar nyelvű televíziós műsortípus preferenciákat három kategóriába (értékkörző, tömegkulturális, valamint politikai/közéleti) soroltuk. Az így kialakított kategóriák népszerűsége általános szinten egymáshoz igen közeli tendenciák meglétére utal, mely szerint a tömegkulturális műsortípusok a Vajdaságon kívül mindegyik régióban az első helyet foglalják el, melyeket az értékkörző műsorok követnek, legkevésbé népszerűnek pedig a politikai és közéleti műsorok bizonyultak.

Az egyes konkrét értékőrző műsorokkal kapcsolatban relatíve kiegyensúlyozott összképet kaptunk, mely szerint három műsorszám bizonyult meghatározónak: az ismeretterjesztő filmek, a hagyományőrző, valamint a határon túl élő magyar közösségekkel foglalkozó műsorok.

A tömegkulturális műsorszámok erőssorrendje a következőképpen alakult: meghatározó előnnyel vezetnek a vígjátékok, a humoros szórakoztató műsorok, valamint a zenei és egyéb vetélkedők. A középmézőnybe a mozi-, illetve bűnügyi filmek/filmsorozatok tartoznak, amit a könnyűzenei műsorok, napi magyar sorozatok, régi magyar tévésorozatok és fekete-fehér filmek, valamint a kívánságműsorok követnek.

A közéleti/politikai műsorszámok nézettségével kapcsolatban az összes régióban hasonló tendenciák meglétét tapasztaltuk. Az első helyen a hírműsorok szerepelnek, amelyeket számottevően lemaradva a politikai vitaműsorok, valamint a politikai betelefonálás véleményműsorok követnek.

Idősoros adataink ritkán tapasztalható mozdulatlanságról árulkodnak, hiszen mindegyik vizsgált műsorszám kategória esetében csupán alig néhány átlagpontnyi különbség mutatkozik a 2011-es állapothoz képest. Leginkább az tekinthető akár pozitív fejleménynek, hogy az identitásörzés szempontjából fontos műsorok népszerűsége annak ellenére sem csökkent, hogy ugyanezen időszak alatt a társadalmi lét egyéb területein igen számottevő asszimilációs folyamatok mentek végbe a határon túli magyarság körében.

Ugyancsak inkább relatíve kedvező fejleményként értékelhető, hogy a tömegkulturális tartalmakat sugárzó műsorok ugyan továbbra is őrzik vezető szerepüket (csupán a Vajdaságban szorultak a második helyre), ám korábbi előnyüket nem tudták növelni.

A politikai/közéleti televíziós műsorszámok továbbra is az utolsó helyet foglalják el (leginkább a fiatal korosztály körében) minimális különbséggel, ami csupán újabb bizonyítékkal szolgál annak megállapításához, hogy a különböző összevont kategóriaként kezelt műsorszámok népszerűségét a vizsgált időszakban a hullámzásoktól mentes kiegyensúlyozottság jellemzi.

Rádióhallgatási szokások változása

Rádióhasználatra vonatkozó mutatók összességében igen számottevő elfordulást jeleznek a tárgyalt médiafelülettől, amit leginkább az mutat, hogy Erdélyben immáron rádiót többen nem hallgatnak, mint igen. Mindez belátható időn belül alighanem a többi régióban is bekövetkezik, hiszen jelenleg a felvidéki és vajdasági válaszadóknek egyharmada, a kárpátaljaiaknak pedig több mint 40%-a tartozik a rádiót soha nem hallgatók közé. Ezzel kapcsolatban idősoros adataink azt mutatják, hogy 2011 óta a nem rádiózók aránya három régióban a duplájára, Erdélyben pedig mintegy másfélszeresére nőtt, ami azt jelenti, hogy a határon túli magyarság körében a rádiózás fontossága a korábbi állapothoz képest alapvetően megrendült.

A naponta rádióhallgatásra fordított idővel kapcsolatban az mondható el, hogy három régióban ez mintegy két órát tesz ki, ám a vajdaságiak esetében már meghaladja a három órát. Vonatkozó adatsoraink összességében egyértelműen arra utalnak, hogy noha a rádióhallgatók aránya erőteljesen csökkenő tendenciát mutat, ám akik továbbra is ezt a médiafelületet választják, magas gyakorisággal használják azt.

Miután a rádióhallgatás a televízió nézéshez képest sokkal kevésbé helyhez kötött, fontos tényezőként szükséges a rádiózás helyszíneinek megismerése. Az ezzel kapcsolatos sorrend első két helyét az otthoni, illetve az utazás során történő rádióhallgatás foglalja el. Mindez

alapvetően a gépkocsiban, illetve egyéb közlekedési eszközökön való rádiózás elterjedésének a jele, ami a leginkább a felvidékiek gyakorlatát jellemzi, ahol az utazás során való rádiózás gyakorisága már megelőzi az otthonukban rádiót hallgatók esetében mért hallgatottsági intenzitást. Idősoros adataink ugyancsak az említett tendenciát igazolják, ami alapján elmondható, hogy amíg az otthonukban, illetve a munkahelyükön és iskolájukban rádiózók aránya az elmúlt tíz év során gyakorlatilag változatlan maradt, addig az utazáskor rádiót hallgatóké mindegyik régióban tekintélyes mértékben megnőtt.

Ami a különböző rádióállomás-típusok hallgatottságát illeti, az erdélyiek továbbra is a regionális magyar nyelvű rádiókat hallgatják az első helyen, a felvidékiek esetében az igen szórványosan rendelkezésre álló regionális rádiók pedig csupán a nyolcadik helyet foglalják el. Az anyaországi közszolgálati főadók (Kossuth és Petőfi) lényegében csupán Kárpátalján mondhatók meghatározónak, míg az egyéb rádiók (Dankó, Bartók stb.) mindenütt az erőssorrend utolsó helyeit foglalják el.

A különböző rádiós műsортípusok tekintetében elmondható, hogy a határon túli magyarok az első helyen a Magyarországról sugárzott híreket, illetve az ezekkel kapcsolatos egyéb információs műsorokat hallgatják. Ezt a könnyűzenei, illetve a szórakoztató műsorok követik a második-harmadik helyen, melyek elsősorban a szórakozás-orientált háttérrádiózásra alkalmas műsортípusoknak számítanak. A ranglista középső tartományában foglalnak viszont helyet a kulturális, tudományos és vallási, valamint népzenei, illetve klasszikus tartalmakat közvetítő rádióműsorok, közöttük a határon túli magyarsággal foglalkozók. Mindez annak bizonyítéka, hogy a rádiózók nem csupán háttérként használják ezt a médiafelületet, de jelentősnek mondható arányban értékorientált információk fogyasztására is.

A nyomtatott sajtótermékek használatának változása

A nyomtatott sajtóval kapcsolatban megismert tendenciák egyértelmű irányt mutatnak a tekintetben, hogy a tárgyalt információforrás pozíciója olyan válságos stádiumba érkezett, melynek megállítására, de akár a jelenlegi alacsony szinten való tartására is minimális esély mutatkozik. Következésképpen immáron alighanem egy irreverzibilis folyamatról beszélhetünk, melynek eredményeképpen a nyomtatott sajtótermékek már a közeljövőben végképp jelentőségüket veszthetik, átadva helyüket az audiovizuális, valamint digitális médiafelületeknek.

Az internethasználat változása

Idősoros adataink összességében azt mutatják, hogy a régiók között eddig meglévő különbségek mára kiegyenlítődték, s az internet elérés 84,4–91,6%-os foka mindenütt maximális háttérrel biztosít a világháló használatához. Az internet tehát a korábbi kutatási időszakokhoz képest még inkább megkerülhetetlen, alighanem végérvényesen domináns részévé vált a határon túli magyarok médiastruktúrájának, amit legfőbbképp az internetet nem használók elenyésző arányára vonatkozó adatsorok (mindössze 1,8–4,9%) bizonyítanak.

Adatsoraink végeredményben azt igazolják, hogy amíg korábban a kedvezőtlen szociális-anyagi helyzet részben még akadálya lehetett az internethez való hozzáférésnek, mindez jelenleg már a kevésbé jellemző, miután az internetezés immáron a társadalmi ranglétrán

elfoglalt helytől függetlenül csaknem mindenki számára hozzáférhetővé vált a határon túli magyarság körében.

A teljes népességekre vonatkozó regionális idősoros adatok még inkább megerősítik az imént elmondottakat. Az, hogy a Kárpát-medencében kisebbségben élő magyarok közül jelenleg már csupán 1,8–4,9% nem használja az internetet, egyben azt is jelenti, hogy a kör bezárult, és az internet végérvényesen a legmeghatározóbb faktorává vált az érintett közösségek tagjai információs bázisának.

Ami az internethasználat helyszíneit és módozatait illeti, a mobil eszközök (okostelefon, tablet) térnyerése egyértelmű tendenciaként jelentkezik: 80–88 százalék közötti használatuk három régióban is magasan megelőzi az otthoni számítógépen, illetve laptopon internetezők számárányát, olyannyira hogy már az internethasználó idős korosztály körében is a mobil eszközök dominálnak. Összességében tehát elmondható, hogy a 2014-hez képest még toronymagasan domináns otthoni számítógépeken történő internethasználat a második helyre szorult.

A vizsgált vonatkozásban úgyszintén igen jelentős átrendeződés ment végbe a munkahelyen, illetve az utazás közben történő internetezéssel kapcsolatban. Utóbbi esetben például azt tapasztaltuk, hogy hét év alatt az így internetezők aránya Erdélyben csaknem a négyszeresére, Kárpát-alján pedig a háromszorosára nőtt, ami újabb bizonyítéka a mobil eszközök internetes használata terén már bekövetkezett, emellett pedig alighanem folyamatosan tovább növekvő térnyerésnek.

Az internethasználat intenzitásával kapcsolatban regisztrált adataink azt mutatják, hogy a társadalmi különbségek egyre kevésbé játszanak szerepet az internethasználat intenzitása szempontjából.

Az internethasználat nyelvi dimenzióival kapcsolatos adataink szerint az internetet válaszadóink anyanyelvükön a korábban mérthez képest ugyanakkora – relatíve magas – intenzitással használják, mint azt a televízió nézés esetében tapasztaltuk. Eszerint elmondható, hogy az internetezés terén a magyar nyelv dominanciája továbbra is érvényesül, noha régióként nem ugyanolyan mértékben. E tekintetben is a kárpátaljaiak bizonyultak a leginkább anyanyelv-orientáltak, akiket kissé lemaradva az erdélyiek, illetve a vajdaságiak követnek, a Felvidéken élők körében azonban már nem éri el a 70 átlagpontot az internetet magyarul használók részaránya.

Társadalmi rétegződés szerint jellemző, hogy amíg magyarul átlag fölötti arányban mindegyik régióban az alsóbb társadalmi osztályok tagjai interneteznek (68–86 átlagpont között), mindez relatíve kevésbé a gazdagokat és a felsőfokú végzettségűeket jellemzi (mindössze 59–72 átlagpont). Mindemellett az identitásőrzés (az interneten való anyanyelvhasználat) szempontjából pozitív fejleményként értékelhető, hogy a fiatal korosztály az internetezés nyelve szerint egyelőre nem mutat a felsőbb társadalmi rétegek esetében látható elszakadásra/lazulásra utaló jeleket.

Mindezen tendenciák végeredményben nem csupán annak bizonyítékai, hogy az internethasználat nyelve szerint a magyar nyelv megőrizni látszik korábbi pozícióit, de leginkább annak, hogy a többségi/egyéb idegen nyelven való internetezés gyakorlata egyelőre nem látszik veszélyeztetni az anyanyelvi információszerzés dominanciáját.

Ami viszont a magyarországi közszolgálati tartalmak világhálón való online követését illeti, az összkép nem mondható kedvezőnek, hiszen ezek egyelőre csupán partikuláris szerepet játszanak (mindössze 4,2–15,5% közötti részarányt képviselnek).

Az elmondottakat nagyrészt visszaigazolja a közszolgálati médiafelületek archívumát is tartalmazó Mediaklikk.hu honlap online látogatottságának mértéke is, amely mindössze

9,4–17,7 átlagpontot tesz ki, ám az igen értékes, s egyben egyedülálló információs-szórakoztató információhalmazt tartalmazó archívum használata még ennél is alacsonyabbnak bizonyult (mindössze 8,1–16,5 átlagpont között). Az eddig látottak ellenére elmondható, hogy idősorosan a mediaklikk.hu honlap használata is relatíve pozitív irányú elmozdulást mutat (igaz ugyan, hogy a 2014-es alap gyakorlatilag nulla kezdőpontról indult), ami egyben arra utaló jel, hogy belátható időn belül akár a magyarországi közszolgálati médiumok határon túli térnyerésének számottevő tartalékává válhat.

Összességében mindez elmondható a most tárgyalt összes közszolgálati internetfelület interneten való követésével kapcsolatban is. Nem kizárt ugyanis, hogy a jelenleg még egyértelműen csupán perifériális fontossággal bíró online tartalmak idővel érdemi részévé válhatnak a határon túli magyarok mindennapi médiahasználatának. A mostani tendenciákat látván azonban egyelőre inkább a fokozatos lassú növekedés látszik reálisnak, következésképpen e téren a közeljövőben jelentős áttörésre még aligha számíthatunk.

A világjárvány hatása a különböző médiafelületek használatára

A határon túli magyarság médiahasználatának 2021 nyarán történt adatfelvétele során nem hagyhattuk figyelmen kívül annak vizsgálatát, hogy a koronavírus által okozott vészhelyzet milyen fokú változást hozott a hírközlőeszközökhöz, illetve információforrásokhoz való viszony terén. Az ezzel kapcsolatos adataink – a várakozásunknak megfelelően – azt mutatják, hogy mindennapi információszerzés a határon túl magyarok körében is nyilvánvalóan fokozott médiahasználattal jár/járt együtt, aminek valós mértékéről azonban első ízben kaphatunk mérhető választ.

A problematikával kapcsolatos főbb tendenciák a következők: a különböző médiafelületeket mindenütt 50% fölötti arányban használták inkább, mint a járvány előtti időszakban: a Felvidéken a legtöbben (62,9%), ám a többi régióban is összességében több mint minden második megkérdezett használta nagyobb gyakorisággal az elektronikus hírközlőeszközöket, mint annak előtte.

A határon túli magyarok médiahasználati szokásairól eleddig megismert tendenciák fényében aligha mondható meglepőnek, hogy a járványidőszak alatt sem a különböző médiafelületek erőssorrendje, sem annak aránya nem változott, következésképpen továbbra is az internet erőteljes dominanciája érvényesült (54,6–67%). Ehhez képest válaszadóink a vizsgált időszakban legkevésbé a rádiók műsoraiból tájékozódtak (mindössze elenyésző 3,4-7,3%-ban), s a televíziók által sugárzott hírek iránti érdeklődés is csupán nagyrészt minden harmadik megkérdezettet jellemezte.

Az internethasználat változása az információszerzés céljai szerint

Munkavégzés/tanulás

Ezzel kapcsolatban adataink azt mutatják, hogy a munka céljából történő internethasználat intenzitása 52–59 átlagpontot tesz ki, ami a távmunka esetében mért 13–16 átlagponttal

együtt azt bizonyítja, hogy válaszadóink igen számottevőnek mondható gyakorisággal használják a világhálót a munkavégzésükkel kapcsolatos teendőik ellátására (hozzájuk képest a tanulási célból történő internetezés csupán 32–51 átlagpontot tesz ki).

Jelen médiakutatásunk során az egyik leginkább várt információ az volt, hogy a világjárvány vajon milyen mértékben módosított a határon túli magyarok eddigi internet használati szokásain, ezen belül pedig az otthoni munkavégzés, illetve távmunka mértékén. Ezzel kapcsolatban feltételezésünk az volt, hogy a mindegyik régióban bevezetett karantén szabályok részeként előírt úgynevezett „home office” ügymenet következtében a világhálón történő munkavégzés és távmunka aránya a korábban mértnél jóval intenzívebb gyakoriságot fog vonni maga után.

Ehhez képest bombameglepetésnek és kutatásunk egyik leginkább váratlan részeredményének mondható, hogy a vizsgált vonatkozásban a járványhelyzet érdemi változást egyik régióban sem hozott. A távmunkával kapcsolatban regisztrált idősoros adatok esetében visszaesést ugyan sehol sem tapasztaltunk (ami nem csoda, hiszen 2014-ben még alig 7–13 átlagpont között volt csupán jellemző), ám az mindenképpen megdöbbentő, hogy a növekedés mértéke a járvány időszakában is csak alig néhány átlagpontot ért el, és jelenleg mindössze 13–16 átlagpontot tesz ki.

A bemutatott idősoros adatok értelmezése meghaladja kutatásunk módszertanának lehetőségeit. Annyi azonban összességében elmondható, hogy a munkavégzéssel kapcsolatban a jelenlegi állapot ugyan továbbra is meglehetősen szoros összefüggést mutat az internethasználat és a munkavégzés között a határon túli magyarok körében, azonban mindez a 2014-es kutatási jelentésünkben megfogalmazottakkal (akkori jóslatunkkal) szemben – a világjárvány kényszerítő hatásainak ellenére – korántsem bizonyult „egyre erősödő” folyamatnak.

Szórakozás

A szórakozás céljából történő határon túli magyar internethasználati gyakorlat (internetes játékok, zenék, filmek letöltése stb.) végeredményben azt mutatja, hogy a világháló korábban legfőbb „húzó” faktora, a szórakozás iránti tartalmak követése továbbra is markánsan jelen van az internetező válaszadók médiahasználatában (közepes, 51–65 átlagpont közötti intenzitással), s mindmáig nem mutat aránytalan mértékű – például a televízió nézés esetében tapasztalt – csökkenést.

Információszerzés és információcsere

Az információszerzés és információcsere gyűjtőfogalom alatt azokat az internetes tevékenységeket vizsgáltuk, melyek az internethasználat hagyományosnak mondható formái közé tartoznak. Ezek: az internetes újságok/honlapok olvasása, az online rádiók és televíziók műsorainak követése, valamint a különböző fórumokon való interaktív részvétel. Az említett internetes tevékenységformák gyakoriságai azt mutatják, hogy egyfelől közepes mértékű aktivitást regisztráltunk, ami azt jelenti, hogy a különböző honlapok olvasottsága ugyan mindenütt 50 átlagpont körülnek bizonyult, ám az online rádiók és televíziók követése már csupán 29–38 átlagpontot tesz ki, az internetes fórumokon való részvétel pedig még ennire sem

jellemző a válaszadók internetezési gyakorlatára (24–29 átlagpont). Az internetezés céljaival kapcsolatban megismert eddigi tendenciák azt bizonyítják, hogy a határon túli magyarok a világhálón elérhető konvencionálisnak mondható információs tartalmakat (például internetes újságok, vagy egyéb médiafelületek honlapjainak követését) ugyan valószínűleg a szükségleteiknek megfelelő mértékben használják, ám csupán a bemutatott középértékek mentén.

Interperszonális kapcsolattartás

Az internethasználat különböző céljai közül ezúttal is az interperszonális kapcsolattartás bizonyult a leginkább dominánsnak, melyek a személyek közötti közvetlen kapcsolatot biztosító internetfelületek konvencionálisnak mondható formái (e-mail, Skype kapcsolat és egyéb hasonló alkalmazások) mellett az elmúlt évtizedben berobbanó, úgynevezett közösségi hálózatokban (Facebook, Instagram stb.) öltenek testet. Adataink azt mutatják, hogy a kétféle internetes interperszonális érintkezési formát a határon túli magyarok mindegyik régióban közel azonos intenzitással használják. A 70 és 82 átlagpont közötti gyakoriságok kétséget kizáróan annak bizonyítékai, hogy a világháló által nyújtott, egyre átláthatatlanabban, exponenciálisan szerteágazó alkalmazási lehetőségek közül a virtuális térben történő interperszonális kapcsolattartás számít a legfontosabb internethasználati tényezőnek mindegyik határon túli magyar közösség körében.

Ami a közösségi hálózatokban való nyelvhasználatot illeti, elmondható, hogy az általános internetezés egyébként is relatíve magas anyanyelven való használatához képest válaszadóink a közösségi oldalakat magyarul mindegyik régióban még intenzívebben használják (82–95% között).

A nyelvi vonatkozások mellett ugyancsak kiemelt fontossággal bír, hogy a vizsgált internetfelületek használata idősorosan milyen fokú változásokon ment keresztül. Eszerint az elmúlt tíz év során a közösségi hálózatokban való részvétel aránya növekedett nagyobb ütemben, ennek mértéke Kárpátalján bizonyult a legnagyobb (32 átlagpont) annak köszönhetően, hogy ebben a régióban 2011-ben a Facebook és a hozzá hasonló felületek népszerűsége még csupán 50 átlagpontot tett ki.

Idősoros adataink szerint azonban az igazi meglepetés abban rejlik, hogy az interperszonális kapcsolatok fenntartására alkalmas két eltérő platform típus (Skype vs. Facebook) közötti versenynek nincs vesztese. A Facebook és egyéb hasonló felületek töretlen elterjedése ugyanis egyáltalán nem vont maga után a korábban megjelent Skype és hasonló alkalmazások háttérbe szorulását, melyek ugyan csekélyebb léptékben növekedtek, ám használatuk sehol sem csökkent, így korábbi pozíciójukat megtartották.

Az említett közösségi platformok egy évtized alatt történt elterjedésének szédítő intenzitású dinamikáját főként az jelzi, hogy ezeknek a használata elsősorban nem a vizsgált vonatkozásban a kezdetektől máig első helyen szereplő fiatalok, hanem a középkorosztály, valamint, még inkább meglepően, az idősek körében növekedett igen számottevő arányban. Következésképpen a közösségi hálózatok használata terén bekövetkezett ugrásszerű fejlődés paradox módon nem a fiatalok, hanem a másik két korosztály tagjai megváltozott internetezési szokásainak – jelen esetben az ezekben való részvétel növekedésének – köszönhető.

A világhálón való interperszonális kapcsolattartásra vonatkozó tendenciák megismerése után végezetül arra kerestük a választ, hogy a covidjárvány nyomán kialakult vészhelyzet mi-

lyen hatással volt a tárgyalt alkalmazások használatára. Ezzel kapcsolatban logikusan az volt feltételezhető, hogy miután a különböző karantén intézkedések – az emberek közötti direkt kontaktusok hiánya/megszűnése – miatt a kapcsolattartás a telefonáláson kívül gyakorlatilag kizárólag a Skype-, illetve a Facebook-típusú interakciókra korlátozódott, mindez alighanem tükröződni fog ezek használatának hirtelen megugrásában.

Idősoros adataink azonban azt jelzik, hogy ilyen robbanásszerű növekedésről nem beszélhetünk, hiszen a tárgyalt alkalmazások használata a vizsgált tíz éves időszak alatt arányos fokozatokban fejlődött, beleértve a járványidőszakot is. Ennek okai leginkább abban rejlenek, hogy az interneten történő interperszonális kapcsolattartás mértéke alighanem már a világjárvány megjelenése előtt, csaknem hiánytalanul lefedte a felhasználók személyes hálózatának tagjait (családtagok, rokonok, barátok, valós vagy virtuális ismerősök stb.). Miután azonban ezek köre pusztán a járványhelyzet következtében alapvetően nem változott, a velük való internetes kommunikáció is az addigi növekedési ütem keretei között maradt, ezért az interakciók nagyságrendje a járvány miatt radikálisan egyik határon túli magyar régióban sem nőtt tovább, hanem a korábbi igen magas szinten maradt.

Szolgáltatások használata

Miután az interneten elérhető szolgáltatások (online vásárlás, jegyfoglalások, banki tranzakciók, hirdetések, hivatalos ügyintézés stb.) igénybe vétele fontos részt képvisel az egyes országok infrastrukturális fejlettségének kritériumai között, az e téren történő internethasználat egyre meghatározóbb szerepet játszik, melyet adataink egyértelműen visszaigazolnak. Elsősorban azt, hogy a válaszadók gyakorlata az eddigiekhez képest mind regionálisan, mind társadalmi rétegek szerint lényegesen megosztottabb összképet tükröz. Ennek lényege, hogy a vizsgált szolgáltatások nagy részét az EU-tagállamokban lévő régiók lakosai a kárpátaljaiaknál és vajdaságiaknál számottevően nagyobb gyakorisággal használják.

Ugyanakkor regionális megosztottságra való tekintet nélkül érvényes tendenciaként tapasztaltuk, hogy mind az interneten történő vásárlások, mind az internetbankos szolgáltatások igénybe vételének aránya mindenütt jelentősen csökken az életkor növekedésével és a kedvezőtlenebb munkapiaci helyzettel, s egyenes arányban növekszik az iskolázottság, valamint az anyagi jólét emelkedésével.

Idősoros adataink az internetes szolgáltatások használata terén nagyrészt annak köszönhetően (vagy annak ellenére) mutatják továbbra is a felvidékiek, illetve erdélyiek eddigi számottevő előnyének a fennmaradását, hogy leginkább 2014 óta mind a négy régióban közel hasonló – egyébként jelentős és öröndetesnek mondható – arányú növekedést tapasztaltunk. Ugyanis épp ez utóbbi fejlemény játszik közre abban, hogy a két-két régió esetében meglévő fázisbeli különbségek közötti olló egyelőre nem utal az egymáshoz való érdemi közeledésre.

Végére érven a határon túli magyarság médiahasználati gyakorlatában több mint két évtized alatt lezajlott – és kutatássorozatunk során 1997 óta rögzített – változások bemutatásának, konklúzióként elmondható: az érintettek egyelőre anélkül alkalmazkodtak az időközben végbe ment információs forradalomhoz – annak előnyeikhez és buktatóikhoz egyaránt –, hogy értékrendjük, illetve organikus nemzeti identitásuk érdemben megrendült volna. Miután azonban a médiahasználat és információáramlás továbbra is a mindennapi lét legmeghatározóbb, s egyre növekvőbb súlyú faktora marad, a közeljövő e téren várható tendenciái (leginkább a digitális univerzum még inkább kizárólagossá válása) alighanem még a most vizsgált időszaknál is izgalmasabb/mozgalmasabb fejlemények bekövetkezését valószínűsítik.

Mindez pedig minden bizonnyal továbbra is, illetve még inkább szükségessé teszi majd a médiatérben zajló folyamatok tudományos igényű monitorozását, valamint a határon túli magyarság életére kiható szerepének nyomon követését.

Melléklet

1. Kutatási előzmények (bibliográfia)

DOBOS (2001) = DOBOS Ferenc: *Az autonóm lét kihívásai kisebbségben (Kisebbségi riport)*. Balázs Ferenc Intézet-Books in Print-Osiris, Budapest, 2001.

DOBOS (2012) = DOBOS Ferenc: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében*. Médiatudományi Könyvtár 2., Budapest, 2012.

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

DOBOS (2015a) = DOBOS Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében*. Médiatudományi Könyvtár 16., Budapest, 2015.

DOBOS (2015b) = DOBOS Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2*. Médiatudományi Könyvtár 18., Budapest, 2015.

DOBOS (2019a) = DOBOS Ferenc: „A médiahasználat és identitás kölcsönhatása a határon túli magyar fiatal korosztály körében”. In: *Média és identitás*. Médiatudományi Könyvtár 34., Budapest 2019. 61–176..

DOBOS (2019b) = DOBOS Ferenc: A médiahasználat és identitás kölcsönhatása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyar felsőfokú végzettségűek körében. In: *Média és identitás*. Médiatudományi Könyvtár 34., Budapest, 2019. 177–268.

DOBOS (2019c) = DOBOS Ferenc: „*Médiahasználat a szülőföldről való elvándorlásban különböző szinten érintett határon túli rétegek körében*”. Összehasonlító elemzés. Budapest, 2019.

DOBOS (2019d) = DOBOS Ferenc: „*A médiahasználat és identitás kölcsönhatása a határon túli magyar, gyermekeik számára különböző tannyelvű általános iskolát választó szülők körében*”. Összehasonlító elemzés. Budapest, 2019.

DOBOS (2020) = DOBOS Ferenc: „*A médiahasználat változása 2011–2020 között a határon túli magyar fiatalok körében*” Összehasonlító elemzés. Budapest, 2020.

„*Többségi nyelvű és egyéb idegen nyelvi dimenziók a határon túli magyarság médiahasználatában*” Összehasonlító elemzés. Budapest, 2019.

2. A kutatás paramétere

Az elemzés az 2021. augusztus 10-e és október 10-e között négy szomszédos országban élő magyar közösség körében végzett szociológiai adatfelvétel eredményein alapul. Az Erdélyben, Felvidéken, Kárpátalján és a Vajdaságban reprezentatív mintákon megvalósult kérdőíves kutatás az említett régiókban kisebbségi sorban élő felnőtt korú, magukat magyarnak valló válaszadók médiahasználati szokásainak feltárására irányult.

Kutatásunk 2011 és 2014 után immáron harmadszor tette vizsgálat tárgyává reprezentatív mintákon a határon túli magyarság médiafogyasztási szokásait, melynek keretei között a televízió, a rádió és a nyomtatott sajtó használat mellett továbbra is kiemelt figyelmet szenteltünk az internethasználat legkülönbözőbb aspektusainak.

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 továbbra is 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 mintasokaságok reprezentativitását bemutató táblázatokban látható statisztikai hibahatáron belüli pontossággal követi az érintett országok legutóbbi népszámlálásainak ottani magyarságra vonatkozó arányait.⁴³

A kutatási pontok (települések) száma:

Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság	Összesen
55	139	37	68	299

A feldolgozás kritériumainak megfelelt kérdőívek száma:

Erdély	Felvidék	Kárpátalja	Vajdaság	Összesen
651	652	550	567	2420

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

3. A kutatás mintasokaságainak reprezentativitása szociodemográfiai változók szerint

Az elemzés során felhasznált adatok az alábbi, régiók szerint bemutatott szociodemográfiai változók szerint minősülnek reprezentatívnak.

ERDÉLY

Kérdőívszám: 651

Kutatási pontok (települések) száma: 55

SZOCIO-DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP-SOKASÁG	MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	48,5	46,1	-2,4	45,7	-2,8
nők	51,5	53,9	+2,4	54,3	+2,8
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	28,0	29,3	+1,3	27,7	-0,3
35-54 évesek	44,2	42,4	-1,8	42,1	-2,1
55 év fölöttiek	27,8	28,3	+0,5	30,3	+2,5
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	24,3	21,2	-3,1	24,3	0
szakmunkás	25,6	26,5	+0,9	25,6	0
érettségi	35,5	32,5	-3,0	35,5	0
felsőfokú	14,6	19,8	+5,2	14,6	0

A mintaalakítás forrása: a 2011-es népszámlálási adatok (nemek, korcsoportok, iskolai végzettség), valamint a 2002-es népszámlálási adatok alapján továbbszámolt/becsült adatok.

<http://www.recensamantromania.ro/rezultate-2/>

“Recensamantul populatiei si locuintelor 2002 , 18-27 martie 2002 – Structura etnica si confesionala, Volumul 4., Institutul National de Statistica, Bucuresti, 2003”

FELVIDÉK

Kérdőívszám: 652

Kutatási pontok (települések) száma: 139

SZOCIO-DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP-SOKASÁG	MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	48,2	48,0	-0,2	49,3	+0,9
nők	51,8	2,0	+0,2	50,7	-0,9
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	28,6	34,3	+5,7	29,5	+0,9
35-54 évesek	36,7	44,4	+7,7	36,8	+0,1
55 év fölöttiek	34,7	21,4	-13,3	33,7	-1,0
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	25,8	24,4	-1,4	25,9	+0,1
szakmunkás	31,6	27,5	-4,1	31,5	-0,1
érettségi	30,4	26,1	-4,3	30,5	+0,1
felsőfokú	12,3	21,9	+9,7	12,2	-0,1

A mintaalkítás forrása:

www.statistics.sk/webdata/slov/scitanie

KÁRPÁTALJA

Kérdőívszám: 550

Kutatási pontok (települések) száma: 37

SZOCIO-DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP-SOKASÁG	MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	47,0	46,3	-0,7	47,3	+0,3
nők	53,0	53,7	+0,7	52,7	-0,3
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	41,0	39,8	-1,2	37,7	-3,3
35-54 évesek	26,6	28,2	+2,2	27,5	+1,5
55 év fölöttiek	33,0	32,0	-1,0	34,8	+1,8
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	43,0	26,8	-16,2	43,2	+0,2
szakmunkás	12,0	13,0	+1,0	12,0	0
érettségi	40,0	40,9	+0,9	39,9	-0,1
felsőfokú	5,0	19,3	+14,3	4,9	-0,1

A mintaalakítás forrása:

„A Kárpátaljai Statisztikai Hivatal közleményei a 2001. évi népszámlálásról.” Ungvár, 2002.
 (Az Ukrajnában elmaradt népszámlálás miatt a 2001-es népszámlálási adatok alapján továbbszámolt/becsült adatok.)

VAJDASÁG

Kérdőívszám: 567

Kutatási pontok (települések) száma: 68

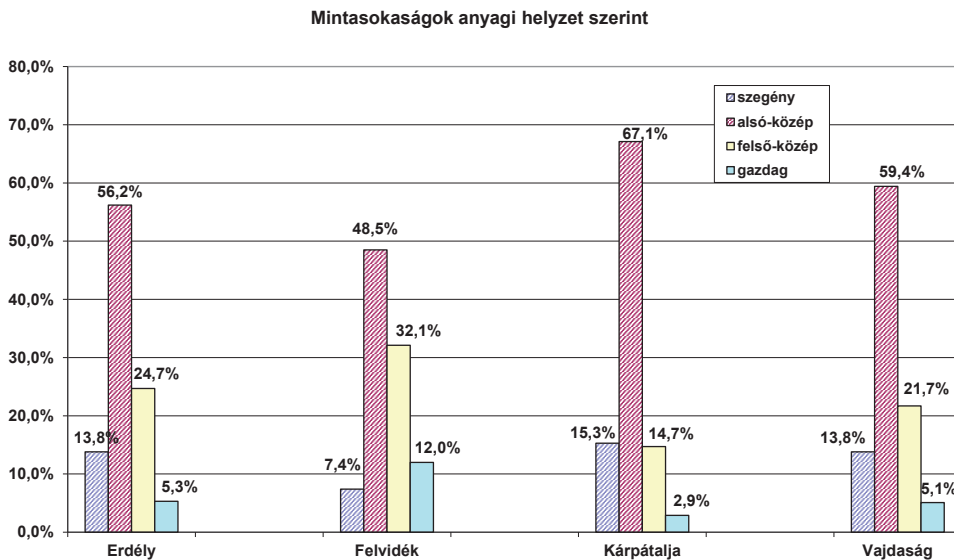
SZOCIO-DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÓK	ALAP-SOKASÁG	MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS	SÚLYOZOTT MINTA-SOKASÁG	ELTÉRÉS
NEMEK SZERINT					
férfiak	46,5	47,1	+0,6	47,9	+1,4
nők	53,5	52,9	-0,6	52,1	-1,4
KORCSOPORTOK SZERINT					
18-34 évesek	18,8	21,9	+2,9	19,1	+0,3
35-54 évesek	39,2	39,8	+0,6	37,9	-1,3
55 év fölöttiek	42,0	38,5	-3,5	42,9	+0,9
ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT					
általános	54,0	36,9	-17,1	54,1	+0,1
szakmunkás	21,2	20,1	-1,1	21,1	-0,1
érettségi	17,8	24,7	+6,9	17,8	0
felsőfokú	7,0	18,3	+11,3	7,0	0

A mintaalakítás forrása:

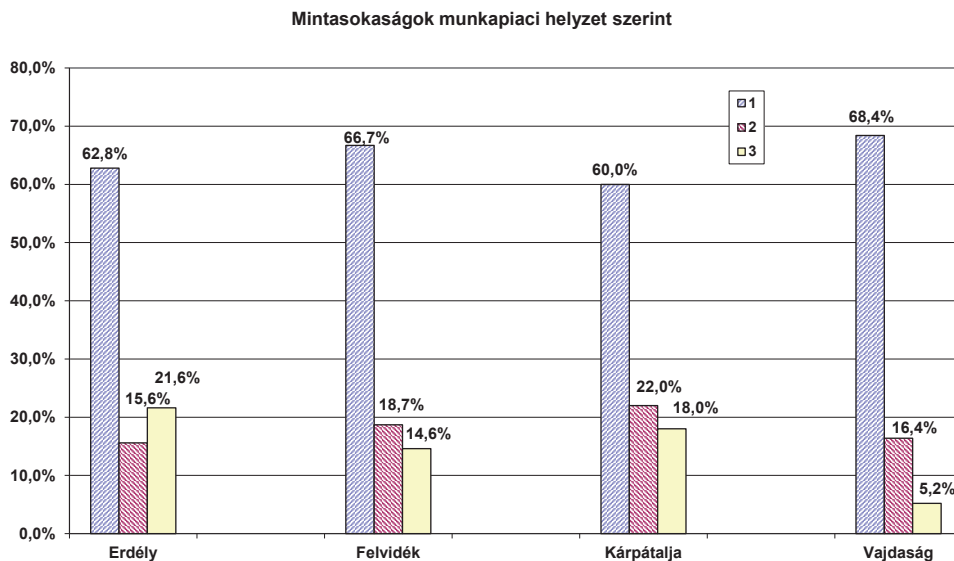
„Popis stanovništva, domaćinstava, stanova i poljoprivrednih gazdinstava” Statistički bilten, Novi Sad, 2012. godine

4. Mintasokaságok az elemzésben prioritásként kezelt társadalmi rétegződés- és identitásváltozók szerint

127. ábra



128. ábra

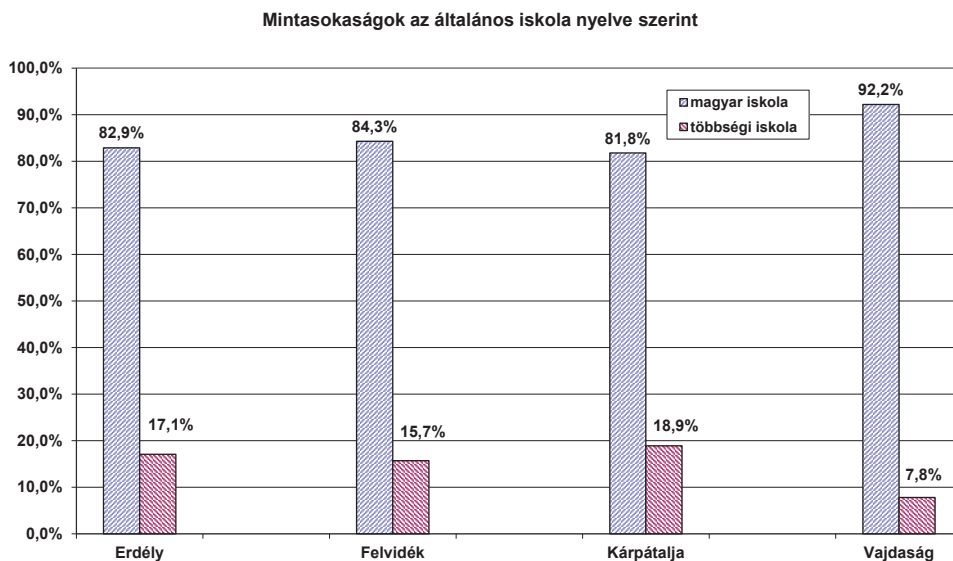


1–Stabil munkapiaci helyzet.

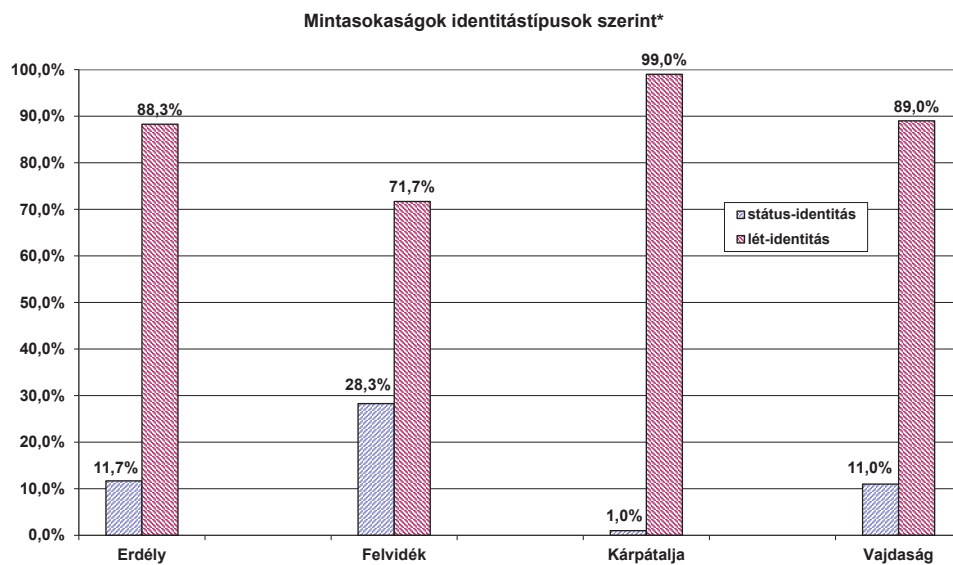
2–Enyhe munkanélküli érintettség.

3 – Súlyos munkanélküli érintettség.

129. ábra



130. ábra



* Státus-identitás – hazájuknak Ukrajnát, Szerbiát stb. tekintők.

Lét-identitás – hazájuknak a szülőföldjüket, illetve a nagyobb regionális egységet (Erdélyt, Felvidéket stb.) tekintők.

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. Kóczian 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)
16. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014* (2015)
17. Grad-Gyenge Anikó: *Az audiovizuális archívumok szabályozási kerete – különös tekintettel a médiajogi és szerzői jogi rendelkezésekre* (2015)
18. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014/2* (2015)
19. Apró István (szerk.): *Média és identitás 2.* (2016)
20. Mezei Péter : *Jogkimerülés a szerzői jogban* (2016)
21. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 I.* (2016)
22. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 II.* (2016)
23. Makkai Béla: *Határon túli magyar sajtó – Trianon előtt* (2016)
24. Grad-Gyenge Anikó: *Film és szerzői jog – A megfilmesítési szerződés* (2016)
25. Kőhidi Ákos: *Fájlcseré és felelősség* (2016)
26. Hajdú Dóra: *A törvény által előírt közös jogkezelés a magyar és a francia szerzői jogban* (2016)
27. Tóth J. Zoltán: *A büntetőjogi rágalalmazás és becsületsértés* (2017)
28. Kelemen Roland: *Az első világháború sajtójogi forrásai – Sajtójog a kivételes hatalom árnyékában* (2017)
29. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar médiumok 2016* (2017)
30. Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia- és cyberjog néhány aktuális kérdéséről* (2018)

31. Kiss Zoltán Károly: *A kulturális tevékenységekre, valamint a médiaszolgáltatásra vonatkozó közteherviselési és jogdíjfizetési szabályok* (2018)
32. Merkovity Norbert: *A figyelemalapú politika a közösségi média korában* (2018)
33. Csapody Miklós: *Az „irányított nyilvánosság” és a „szerkezet megváltoztatása” Magyarországon* (2018)
 34. Apró István (szerk.): *Média és identitás 3.* (2019)
 35. Mák Ferenc: *Sajtó a Birodalom határán. Hírlapok és a nemzeti újjászületés a kiegyezés utáni Délvidéken* (2019)
36. Paál Vince: *Tanulmányok a magyar sajtószabadság történetéhez 1867–1944* (2019)
 37. Kiss Zoltán Károly – Kiss Dóra Bernadett: *A vizuális művészetek és a jog – 1. A képzőművészet szabályozása* (2019)
38. Gálik Mihály – Csordás Tamás (szerk.): *A média gazdaságtanának kézikönyve* (2020)
 39. Klestenitz Tibor: *Fejezetek az egyházi sajtó történetéből* (2020)
40. Klestenitz Tibor – Paál Vince (szerk.): *Médiatörténeti tanulmányok 2020* (2020)
 41. Apró István (szerk.): *Média és identitás 4.* (2021)
42. Kiss Zoltán Károly: *A vizuális művészetek és a jog 2. Az építészet, a fotóművészet és az alkalmazott művészetek jogi szabályozása* (2021)
 43. Apró István (szerk.): *Magyar médiaműhelyek a Kárpát-medencében* (2021)
 44. Grad-Gyenge Anikó: *Egy modern szerzői jog* (2022) (Online kiadvány!)
 45. Szadai Károly (szerk.): *VV10 – Egy valóságshow valósága* (2022)

Médiatudományi Intézet, Budapest

A kiadásért felel Nyakas Levente

Szerkesztette: Apró István

Tördelő: Varga Ákos

Megjelent 13 (B/5) ív terjedelemben, 300 példányban

Médiatudományi Könyvtár: ISSN 2063-5222

Médiatudományi Könyvtár 46.: ISBN 978-615-5302-42-8