

Hírfogyasztási és megosztási szokások, generációk közötti tudástranszfer

Az Adatvezérelt Marketing Szövetség és az NMHH közös kutatása

Tartalom

1. Cél, módszertan, vezetői összefoglaló
2. Hírfogyasztási archetípusok
3. Információkeresés
4. Hitelesség, bizalom
5. Generációk közötti interakciók
6. Generációs különbségek
7. További információk

A kutatás célja, módszertana

A kutatás célja, hogy feltárja a hírfogyasztási szokásokat, valamint az információáramlás és tudástranszfer jellegzetességeit a különböző generációk között a hírfogyasztás kontextusában. A vizsgálat középpontjában az áll, hogy az eltérő élethelyzetek és hírfogyasztási szokások hogyan befolyásolják a hírek megosztásának módját, a hitelesség értékelését.

A kutatás vizsgálja a tudatos hírfogyasztás kihívásait és lehetőségeit, valamint hogy a virtuális térben mekkora a szerepe a generációk közötti különbségeknek.

Módszertan: 45-60 perces mélyinterjú beszélgetések

Mintaösszetétel: városi, jellemzően értelmiségi lakosság

Elemzés: 15 fő

A beszélgetések az alábbi témaköröket érintették:

- hírfogyasztási szokások, médiatudatosság szintje (platformok, fogyasztott hírek típusai, módszere, preferált / elutasított források)
- információáramlás és tudásmegosztás (kivel, milyen formában oszt meg híreket, mit nem oszt meg soha, miért)
- tudásmegosztás generációk között (szülők, gyerekek, unokák, nagyszülők közötti hírekkel kapcsolatos információ megosztás)
- hitelesség és bizalom (mi alapján dől el, hogy egy adott hír hiteles-e vagy nem, számít-e, hogy ki hozta létre a tartalmat és az hogy melyik generációhoz tartozik, felismeri-e a támogatott tartalmat)
- tudástranszfer nehézségei és lehetőségei

Vezetői összefoglaló

Hírfogyasztási Archetípusok

A kutatás öt hírfogyasztási archetípust azonosított, amelyek különböző viselkedési mintázatokat mutatnak a hírek fogyasztása és az azokhoz való viszonyulás tekintetében. A **Passzív Befogadó** nem keres aktívan híreket, inkább a közösségi médián vagy ismerősökön keresztül értesül róluk. A **Jólértesült** aktívan formálja mások véleményét és rendszeresen oszt meg híreket. Az **Elutasító** bizalmatlan a média iránt, kevés forrást követ és szkeptikus a hírek hitelességével kapcsolatban. A **Médiatudatos** hírfogyasztó több csatornából tájékozódik, ellenőrzi a forrásokat és tudatosan kerül a manipulációt. A **Buborékban Élő** kizárólag a saját világnézetének megfelelő híreket fogyasztja, így megerősíti saját nézeteit. Az archetípusok nem statikusak: a hírfogyasztás fejlődése során az emberek típusai változhatnak, például a Passzív Befogadóból Médiatudatos vagy Véleményvezér is válhat, míg a Médiatudatos idővel Elutasítóvá vagy Buborékban Élővé alakulhat.

Információkeresés

Az információkeresés módja is eltér az egyes archetípusoknál. Egyesek célzottan saját, megbízhatónak vélt hírforrásaikból tájékozódnak, mások Google-kereséssel szerzik be az információkat. A videó- és közösségi médiaalapú keresések egyre népszerűbbek, különösen a fiatalabb generációk körében, ugyanakkor ezeknél kevésbé jellemző a forráskritika. Az AI-alapú keresések egyre nagyobb szerepet kapnak, mivel sokan használják a mesterséges intelligenciát hírek összegzésére és kontextusba helyezésére.

Hitelesség, bizalom

A hírekkel szembeni bizalom is eltérő attitűdök mentén alakul. A Passzív Befogadó kevésbé vizsgálja a hitelességet, míg a Jólértesült esetében ez változó: egyesek tudatosan ellenőrzik a forrásokat, mások viszont csupán a saját narratívájukat erősítik meg. Az Elutasító hírfogyasztók erősen szkeptikusak, és gyakran manipulálnak érzik a médiatartalmakat. A Médiatudatos hírfogyasztók kritikus szemléletet alkalmaznak, több forrásból tájékozódnak és próbálnak objektívek maradni. Ezzel szemben a Buborékban Élők csak a saját nézeteiknek megfelelő forrásokat tartják hitelesnek, és nem fogadnak el eltérő véleményeket.

Vezetői összefoglaló

A hitelesség ellenőrzésének három fő szempontja van: a forrás megbízhatósága, a nyelvi minőség és a szakmai megalapozottság. Az ismertebb, hiteles forrásokat előnyben részesítik a tudatos fogyasztók, míg a szélsőséges vagy kattintásvadász tartalmak bizalmatlanságot keltenek.

A támogatott tartalmak megítélése generációs és archetípusok szerinti eltéréseket is mutat. A fiatalabbak nyitottabbak a transzparens módon jelölt szponzorált tartalmakra, míg az idősebbek gyakran propagandaként tekintenek rájuk. Az Elutasító hírfogyasztók különösen bizalmatlanok az ilyen tartalmakkal szemben, míg a fiatalabb generációk sokszor észre sem veszik, ha egy tartalom támogatott.

Generációk közötti interakciók

A generációk közötti interakciók hírfogyasztás szempontjából is eltérnek. A fiatalok jellemzően saját korosztályukkal beszélnek a hírekről, és bár időnként kikérik szüleik véleményét, a hírfogyasztás és tudásmegosztás elsősorban kortárs közegeben zajlik. A középkorúak a híreket leginkább házastársukkal és kollégáikkal vitatják meg, és ritkábban osztják meg ezeket digitális térben. Az idősebb generáció tagjai jellemzően házastársukkal és barátaikkal beszélgetnek hírekről, és egy szűk rétegtől eltekintve kevésbé aktívak az online hírmegosztásban.

Generációs különbségek

A generációs különbségek jelentős hatással vannak a hírfogyasztási szokásokra. A fiatalok számára az online tér természetes, de sokan kritikátlanul fogadják el az ott talált információkat. A középkorúak hídfunkciót töltenek be a digitális és a hagyományos hírfogyasztás között, míg az idősebbek inkább a hagyományos forrásokat részesítik előnyben és nehezen igazodnak el az online híráramlásban.

A generációs szakadék áthidalása érdekében kulcsfontosságú lenne az idősebbek digitális készségeinek fejlesztése és a fiatalok médiatudatosságának erősítése, hogy mindkét csoport tudatosabb és kritikusabb hírfogyasztóvá válhasson.

Hírfogyasztási archetípusok

Főbb megállapítások

A hírfogyasztási archetípusok különböző viselkedési mintázatokat írnak le, amelyek meghatározzák, hogyan és milyen forrásokból tájékozódnak az emberek. Az egyes típusok ritkán jelennek meg letisztultan, jellemzően egy emberben egy időben több archetípus is jelen van, sőt, a típusok időben is váltakozhatnak.

A kutatás 5 archetípust azonosított. A **Passzív Befogadó** ritkán keres tudatosan híreket, főként közösségi médiából vagy ismerőseitől értesül róluk. Ezzel szemben a **Jólétesült** aktívan formálja mások véleményét, rendszeresen megoszt híreket és véleményeket. Az **Elutasító** bizalmatlan a média iránt, szkeptikus a hírekkel szemben, és csak kevés, forrást követ. A **Médiatudatos** hírfogyasztó ellenőrzi a forrásokat, több csatornából tájékozódik, és tudatosan igyekszik elkerülni a manipulációt. A **Buborékban Élő** kizárólag a saját világnézetének megfelelő híreket fogyasztja, ami megerősíti a már meglévő nézőpontjait.

A hírfogyasztás fejlődése során az emberek jellemzően **Passzív Befogadóként** indulnak, majd idővel vagy **Médiatudatosakká**, vagy **Jólétesültekké** válhatnak. A Médiatudatos hírfogyasztók egy idő után vagy kiábrándulhatnak és **Elutasítókká** válnak, vagy egyre inkább bezárkóznak a saját információs világukba, és **Buborékban Élőkké** alakulhatnak. Ezek az átalakulások a generációs és társadalmi különbségeket is befolyásolják, és hosszú távon meghatározzák a hírfogyasztási szokásokat.

Hírfogyasztási archetípusok

Az archetípusok olyan viselkedési programok, amelyeket az életünk során követünk. Egy emberben az összes archetípus jelen van, de az egyikük domináns lesz, ez adja az archetípus alapját. Egy emberben egy időben több archetípus is megjelenhet, pl. politikai híreket az egyik, míg bulvár híreket a másik típusra jellemzően fogyaszt. A típusok időben is változhatnak, pl egy-egy fontos világpolitikai történés kapcsán egy Passzív Befogadóból Médiatudatos hírfogyasztó válhat, majd az esemény lecsengése után a illető ismét "passzíválódhat".



A Passzív Befogadó

Ritkán keres tudatosan híreket, inkább a közösségi médiában vagy ismerősöktől érkező tartalmak alapján tájékozódik. Nem elemzi mélyebben a forrásokat, és szinte soha nem oszt meg híreket másokkal.



A Jólértesült

Aktívan formálja mások véleményét az online térben és szóban egyaránt, rendszeresen megoszt híreket és véleményeket, vagy beszélgetést kezdeményez róluk. Jól ismeri a digitális platformokat, és hatással van környezetére a hírmegosztási szokásaival.



Az Elutasító

Bizalmatlan és kiábrándult a médiával szemben, elutasítja vagy erősen szűri a hírtartalmakat, gyakran úgy érzi, hogy a média torzít vagy manipulál. Kerüli a hírforrásokat, vagy csak nagyon szűk, saját érdeklődésével egyező csatornákat követ.



A Médiatudatos

Kritikusan és tudatosan fogyaszt híreket, ellenőrzi a forrásokat, és különbséget tesz vélemény és tény között. Többféle csatornát használ, és igyekszik tájékozott maradni anélkül, hogy manipulálhatónak érezné magát.



A Buborékban Élő

Csak saját világnézetével egyező forrásokból tájékozódik, és kevésbé találkozik eltérő véleményekkel. Algoritmusok és közösségi hatások miatt főként egyoldalú információkkal találkozik, ami megerősíti a már meglévő nézőpontjait.



A Passzív Befogadó

Profil

- 40 év feletti
- középfokú végzettséggel rendelkezik
- kisvárosban vagy faluban lakik

"A globális hírekkel egyáltalán nem vagyok tájékozott, valamiért nem is érdekelnek, és lehet jobb is, ha nem is tudok róla, hogy mi történik a nagyvilágban. Egyetlen egy dolog van amiben aktívan keresem a híreket, az a Ferenccvár."

Hírfogyasztási szokások, platform használat

- nem érdeklődik aktívan a hírek iránt, nem keresi aktívan a híreket, de meghallgatja, ha elmondják nekik, átfut rajtuk, ha egy közösségi média oldalon elé kerülnek
- hírműsorokat nem hallgat, sem rádióban, sem tévében
- nem mélyed el a hírekben, rövid, könnyen fogyasztható formátum a legtöbb, amit befogad
- általában bulvárhírek vagy világpolitikai hírek jutnak el hozzá
- ritkán látogat hírportálokat, ha mégis, akkor a nagyobb, ismertebb oldalakat nézi meg, de itt sem mélyed el a hírekben
- a számára releváns hírek a munkahelyi és családi környezetéből származnak

Motivációk, érzelmek, viselkedés

- néha zavarja, hogy sokszor nem tud hozzászólni egy-egy témához
- nem szeretne lemaradni a fontos eseményekről, de nem érzi szükségét, hogy részletesen tájékozódjon
- elkerüli a túlzottan megosztó vagy konfliktusos témákat, mert felesleges stressz forrásnak tartja

Hírkeresési szokások

- nem keres aktívan híreket, azok spontán jutnak el hozzá
- ha mégis utánanézi valaminek, a keresőbe beírva az első néhány találatot nézi meg
- előfordul, hogy egy adott témáról csak egy forrásból tájékozódik, és nem ellenőrzi más nézőpontból

Hitelesség, bizalom

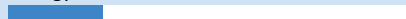
- nem mélyed el a hírforrások hitelességének ellenőrzésében, inkább az ismerősök véleményére hagyatkozik
- ha egy hír többször is megjelenik a közösségi médiában vagy ismerősök beszélgetnek róla, akkor hajlamos igaznak elfogadni
- nem érzi szükségét, hogy megkérdőjelezze a hírek tartalmát, ha azok nem befolyásolják közvetlenül az életét

Hírek megosztása másokkal

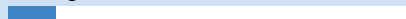
- ritkán oszt meg híreket másokkal, főként akkor, ha valami humoros, meglehetősen vagy közvetlenül érinti a családját/munkáját
- ha beszélgetések során felmerül egy hír, inkább meghallgatja mások véleményét, mint hogy aktívan érveljen mellette vagy ellene
- ha bizonytalan egy hír hitelességében, inkább nem foglalkozik vele

A Passzív Befogadó

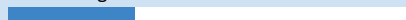
Hírfogyasztási intenzitás



Hír megosztási intenzitás



Tudatosság



Bizalom



Digitális érettség



A politikában egyáltalán nem vagyok otthon, fogalmas nincs hogy melyik hírportál milyen politikával van átitatva. Éppen ezért ezeket nem is tartom hitelesnek.

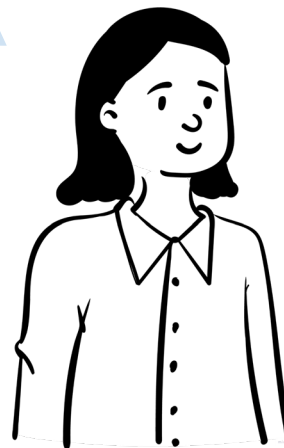
Most már, hogyha nem is feltétlenül hírkérésről van is szó, hanem ha bármi kérdésem lenne, akkor egyből nyitom a chat GPT-t, és itt teszem fel.

Tévét nem nézek soha, úgyhogy ott nem is tud eljutni hozzám semmi. És amúgy én erre is vezetem vissza, hogy nem talál be semmi olyan, ami amúgy sem érdekelne.

Tiktokon nagyjából az érdeklődési körödnék megfelelő dolgokat szoktak eléd rakni, de van ahogy beraknak olyat, ami abszolút nem érdekel. Nyilván ott olyan szinten kerülöm, hogy nem olvasom el és tovább görgetek.

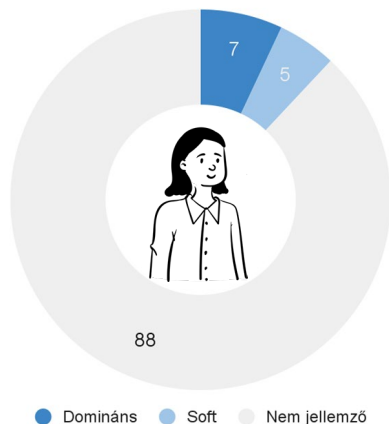
...Ilyenkor egy kicsit rossz érzés is, amikor valaki ilyenekről beszél, akkor nem vagyok naprakész... de azért ezen hamar túl tudom tenni magam, tehát ilyenkor hallgatok, aztán ennyi.

Ha a párom olvas, lát valamit, akkor elmeséli nekem. Ezeket tudomásul veszem.... meghallgatok, de nagyjából két perc múlva el is felejttem.

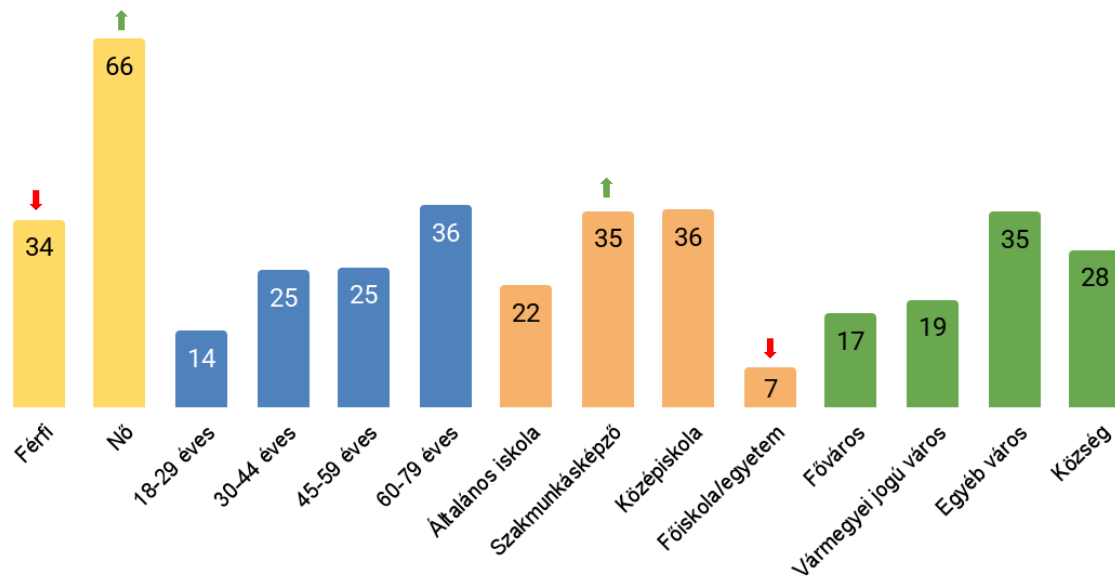


A Passzív Befogadó archetípus demográfiai mintázata*

A Passzív Befogadó archetípus aránya a lakosság körében (%)



Nem, kor, végzettség és település típus megoszlása a Passzív Befogadó archetípus esetén (%)



szignifikáns eltérés a teljes mintához képest



A Jólértesült

Profil

- 45 év alatti
- közép- vagy felsőfokú végzettséggel rendelkezik
- városban lakik

"Elég gyakran osztok meg híreket. Nemcsak elküldöm, hanem szóban is nagyon sokszor felmerül. Nagyon szeretek mesélni ilyen dolgokról."

Hírfogyasztási szokások, platform használat

- napi szinten fogyaszt híreket, főként mobilon
- leginkább közösségi médiából tájékozik (TikTok, Instagram, Youtube)
- bizonyos hírtípusokban tájékozott (legtöbbször bulvár, ritkábban politika, vagy ennek a közös metszete)
- leginkább azok a hírek érdeklik, amik ismert személyekhez kapcsolódnak és drámaiak (meghalt, elvált, összeveszett, szült, kirúgták, stb.)
- általában nem nézi, hogy milyen forrásból származik a hír
- sok hírt fogyaszt videos formátumban
- a híreket értelmezve, véleménnyel együtt fogyasztja
- ha egy hír érdekli, mélyebben utánaolvas
- Youtube, TikTok hírcsatornákra fel van iratkozva

Motivációk, érzelmek, viselkedés

- a tájékozottságot szükségesnek ítéli meg
- a hírekre beszélgetéscént tekint

Hírkeresési szokások

- ha egy hír mélyebben érdekli, TikTokon, Youtube-on vagy Google segítségével keres információt, cikkeket a témában
- egyre gyakrabban cGPT-t is használ információkeresésre
- gyakran több cikket is elolvas egy-egy őt érdeklő témában

Hitelesség, bizalom

- forrástól függetlenül olvassa a híreket, de neki is vannak véleményvezérei
- a hírhez kapcsolódó kommentek alapján dönti el, hogy megbíz-e a tartalomban
- ha a kommentek alapján megkérdőjelezi egy hír tartalmát, utánanézi a szerzőnek, alternatív tartalmakat is megnéz

Hírek megosztása másokkal

- napi szinten oszt meg híreket másokkal az őt érdeklő témákban, szóban és írásban egyaránt
- szeret beszélgetést kezdeményezni másokkal aktuális hírekről
- akár úgy is megoszt híreket, hogy előtte nem olvassa végig azokat

A Jólértesült

Hírfogyasztási intenzitás



Hír megosztási intenzitás



Tudatosság



Bizalom



Digitális érettség



Az szokott lenni, hogy vagy továbbküldöm valakinek, akit szerintem ez érdekel, vagy nem érdeklí, de én ezeket továbbküldöm. Sokszor van ilyen is egyébként. A páromnak szoktam küldözgetni, de hidegen hagyja... na mindegy.

A kommentek olvasása nagyon sokat segít abban, hogy kiszűrjem, hogy mi az, ami tényleg valós, és mi az, ami nem.

TikTokon olvasom, amit bedob nekem. Gondolom kiszűri, hogy mi az érdeklődési köröm és akkor ahhoz mérten bedobálja nekem a shortsokat.

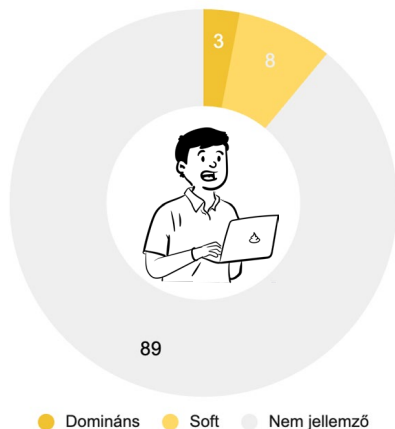


Nem szoktam nézni a szerzőt, nem jegyzem meg. Kivéve... van egy srác, akit nagyon szeretek, úgy hívják hogy xxx. És ő nagyon hiteles híreket szokott közölni. Neki tudom a nevét, mert tényleg nagyon szeretem ahogy beszél, röviden elmondja a lényegét.

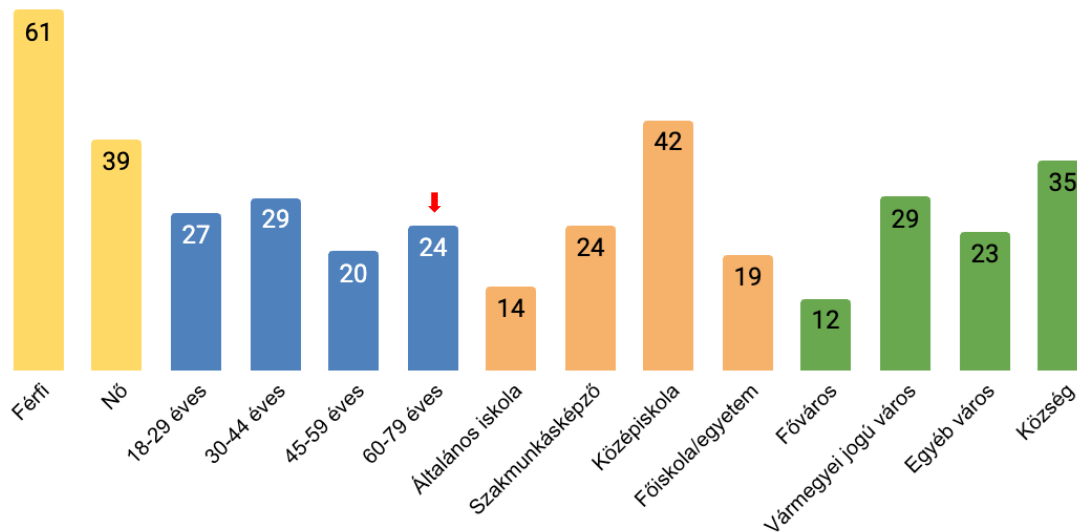
Youtube-on van, amire konkrétan rákeresek, mert vannak olyan ismeretterjesztő csatornák, amiket nagyon szeretek. Illetve TikTokon, ott is mindig feldobja nekem a híreket. Ott is vannak olyan személyek, akiket követek, és szoktak nekem új dolgokat mondani.

A Jólértesült archetípus demográfiai mintázata*

A Jólértesült archetípus aránya a lakosság körében (%)



Nem, kor, végzettség és település típus megoszlása a Jólértesült archetípus esetén (%)



szignifikáns eltérés a teljes mintához képest



Az Elutasító

Profil

- 45 év feletti
- stabil élethelyzet
- házas vagy párkapcsolatban él, gyereket nevel
- szűk baráti köre van

"A médiának meghatározó szerepe van abban hogy az embereket irányítsák. Egyrésztől nem hiszek a hírekben, de tudom, hogy azoknak nagyon nagy társadalomformáló értéke van."

Hírfogyasztási szokások, platform használat

- csak személyes érdeklődési köréhez kapcsolódó tartalmakat néz (pl. sport, szakmai tartalmak)
- nem követ napi híreket, esetleg heti vagy kétheti összefoglalókat néz/olvas
- közösségi médiát kapcsolattartásra használja, hírfogyasztásra nem
- kerüli a hagyományos médiát (tévéhíradó, nagyobb hírportálok), mert manipulálnak tartja
- inkább alternatív vagy függetlennek vélt csatornákat követ (pl. kisebb blogok, videós tartalmak).
- inkább a tények érdeklik, a véleményektől megpróbál elzárkózni

Motivációk, érzelmek, viselkedés

- korábban intenzív hírfogyasztó volt, de felismerte, hogy ez a tevékenység túl sok időt és energiát emészt fel
- kiábrándult, úgy látja, hogy a média nemcsak tájékoztat, hanem befolyásolja az embereket
- bár saját maga már nem hisz a hírekben, elismeri, hogy a média jelentős szerepet játszik a társadalom formálásában

Hírkeresési szokások

- csak nagyon ritkán keres aktívan tartalmat, inkább csak eléri őt a hírek
- amikor utánanézik egy-egy témának, csak azokat a forrásokat fogadja el hitelesnek, amelyeket megbízhatóbbnak ítél meg
- ilyen esetekben sem megy túl mélyre, mert nem akar sok időt tölteni olyan dolgokkal, amire nincs ráhatása

Hitelesség, bizalom

- minden információt alapvetően megkérdőjelez, és semmit sem tart teljesen hitelesnek, úgy érzi, hogy a „hatalom” befolyásolja a híreket
- figyelembe veszi, hogy egy adott médium milyen politikai vagy ideológiai háttérrel rendelkezik, és ennek tudatában értékeli a híreket.
- az egyre fejlettebb videó-, cikk- és képgeneráló technológiák miatt még kevésbé hisz az online tartalmak valóságában.

Hírek megosztása másokkal

- csak akkor beszélget hírekről másokkal, ha az közvetlen hatással van a saját életére
- nemcsak a médiát, hanem más emberek véleményét is óvatosan kezeli, mert úgy látja, hogy minden korosztálynak megvannak a maga torzításai

Hírfogyasztási intenzitás



Hír megosztási intenzitás



Tudatosság



Bizalom



Digitális érettség



*Régebben, amikor lement egy óra
hírnézegetés, akkor utána kábán
éreztem magam.*

*A fontos hírek, úgy
gondolom, így is-úgy is
elérnek.*

*Volt egy a mérlegelés, hogy akkor mennyi
idő megy el erre, mennyire vagyok
depressziós utána, illetve hogy ezek az
infók egyébként mennyire fontosak, és
amik fontosak, átjönnek-e enélkül is. És
akkor arra jutottam, hogy igazából ez így
már nem jó.*

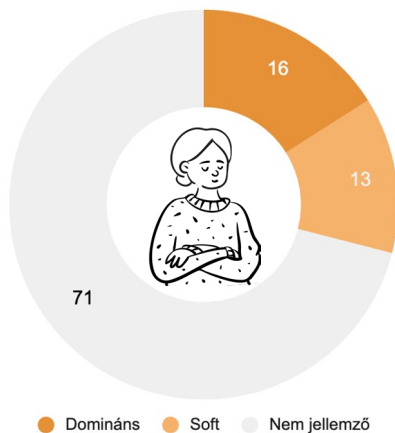
*Közösségi média oldalakra csak
kapcsolattartás szempontjából
szoktam felfelmenni, ha valakinek
üzenek.*

*Egy picit kiábrándultam. Már semmit
sem veszek hitelesnek.*

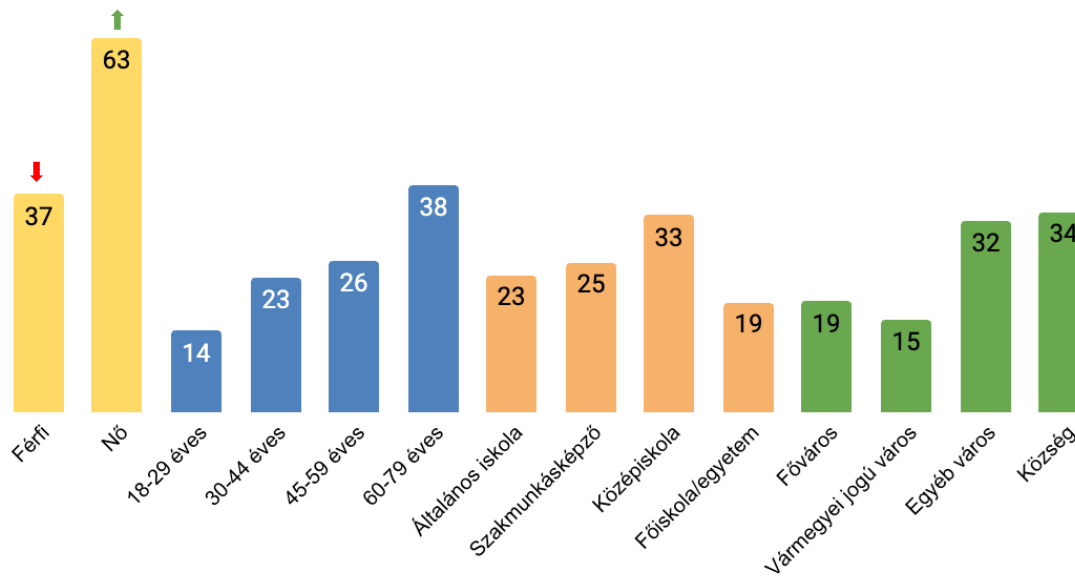


Az Elutasító archetípus demográfiai mintázata*

A Elutasító archetípus aránya a lakosság körében (%)



Nem, kor, végzettség és település típus megoszlása a Jólétesült archetípus esetén (%)





"Amikor híreket olvasok, mindig tudatosan figyelem, hogy az adott forrás milyen nézőpontot képvisel. Jobboldali lapot jobboldali szemlélettel értelmezek, baloldali lapot pedig abból a nézőpontból olvasom, hogy mit és hogyan közvetít az adott oldal felé."

Hírfogyasztási szokások, platform használat

- több forrásból tájékozódik, igyekszik kiegyensúlyozott képet alkotni a világ eseményeiről
- olvas hagyományos és online hírportálokat, de aktívan követ független elemzőket, szakértőket is
- használja a közösségi médiát, de tisztában van az algoritmusok működésével és az álhírek terjedésének veszélyeivel
- fontos számára a hosszabb, elemző cikkek és a tényellenőrzött információk fogyasztása

Motivációk, érzelmek, viselkedés

- nyitott a különböző véleményekre, de szereti, ha a beszélgetésekben érvek és tények hangzanak el
- fontos neki az igazság keresése, a manipulációk felismerése, az események mélyebb megértése
- arra törekszik, hogy megalapozott véleményt tudjon formálni, és felelősségteljes médiafogyasztó legyen
- kíváncsi az eltérő nézőpontokra, de a szakmai, hiteles forrásokat részesíti előnyben

Hírkeresési szokások

- összehasonlítja a különböző hírforrásokat, hogy kiszűrje a torzításokat
- gyakran olvas külföldi hírportálokat is, hogy nemzetközi kontextusban is értse az eseményeket
- ha egy hír gyanús, utánanéz a forrásának, keres további bizonyítékokat

Hitelesség, bizalom

- csak azokat a híreket fogadja el hitelesnek, amelyek több megbízható forrásból is megerősítést nyernek
- tisztában van a médiapiac működésével, a politikai és gazdasági befolyásoló tényezőkkel
- kritikusan szemléli az érzelmekre ható, manipulatív tartalmakat

Hírek megosztása másokkal

- ritkán oszt meg híreket a közösségi médiában, de ha igen, akkor azt felelősségteljesen teszi
- szívesen beszélget barátokkal, családtagokkal a hírekről, és próbálja segíteni őket a kritikus gondolkodás kialakításában
- nem próbál mindenkit meggyőzni, de fontos számára, hogy a környezete is tudatosabban fogyasszon médiatartalmakat

A Médiatudatos

Profil

- 45 év feletti
- magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik
- érdekli a közélet és a média működése
- aktívabb társasági életet él

Hírfogyasztási intenzitás



Hír megosztási intenzitás



Tudatosság



Bizalom



Digitális érettség



A családdal minden reggel
megbeszéljük az aktuális dolgokat
hogy mi az, ami fontos.

Bulvár híreket csak akkor
olvasok, ha szembe jön és
unatkozom, de nem
megyek utána.

Egy adott témára megyek föl, ha történik
valami. A keresőbe bírom a témát, és
azzal kapcsolatban mindent elolvasok.
Politikában mind a két oldalt, például.

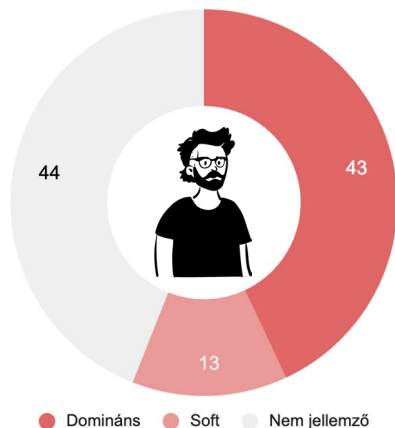
Én tényleg az a középen álló vagyok,
aki be tudja fogadni a baloldalt is
azt, amit én igaznak gondolok, vagy jó
dolognak tartom, és fordítva is.



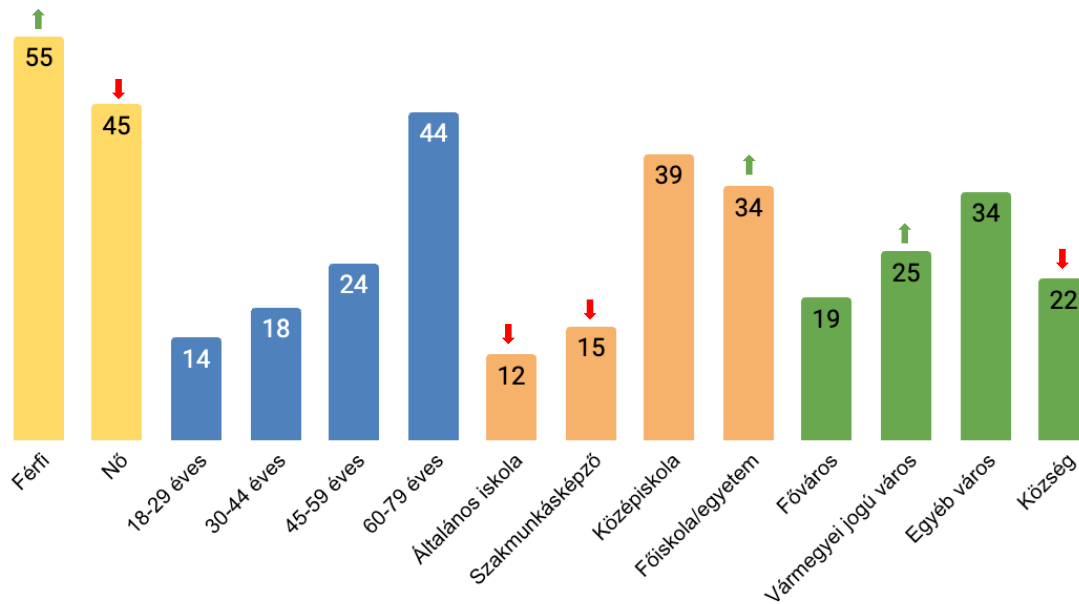
Ha egy jobboldali újságot olvasok,
akkor jobboldali szemlélettel
olvasom, úgy olvasom, hogy ezt
kapják a jobboldali fogyasztók. Ha
baloldali lapot olvasok, akkor úgy,
hogy mit kapnak az olvasók ezen az
oldalon állva.

A Médiatudatos archetípus demográfiai mintázata*

A Médiatudatos archetípus aránya a lakosság körében (%)



Nem, kor, végzettség és település típus megoszlása a Médiatudatos archetípus esetén (%)



szignifikáns eltérés a teljes mintához képest



A Buborékban Élő

Profil

- bármely életkorban előfordulhat, de jellemzően 40 év feletti
- stabil munkahely, vagy nyugdíjas lét
- kevés új impulzus éri a hétköznapiakban
- azonos gondolkodású emberekkel tart kapcsolatot

"Vannak források, amiket tudatosan elkerülök, mert egyszerűen rosszul leszek tőlük. Ha meglátok bizonyos arcokat, tudom jól, hogy olyankor lefaragok az élethosszából heteket, hónapokat vagy ki tudja, éveket."

Hírfogyasztási szokások, platform használat

- csak bizonyos hírforrásokat követ, amelyek megerősítik a saját nézőpontját
- napi rendszerességgel fogyaszt híreket, hírfogyasztási rutinja van
- jellemzően hagyományos hírforrásokat fogyaszt (TV, rádió, napilap)
- ha közösségi médián keresztül is fogyaszt híreket, az algoritmusok miatt szintén egyoldalúan kapja a híreket
- kevésbé nyitott az alternatív hírforrásokra, főleg ha azok ellentmondhatnak az általa elfogadott világgéppel
- a digitális térben nem mozog otthonosan

Motivációk, érzelmek, viselkedés

- biztonságérzetet ad neki, ha az általa ismert és megbízhatónak vélt források megerősítik a nézőpontját
- nem szeret bizonytalan vagy ellentmondásos információkkal szembesülni, mert azok rossz érzést keltenek benne
- jobban szeret az ismerős, jól bevált forrásokra hagyatkozni, mint új szempontokat mérlegelni

Hírkeresési szokások

- a hírfogyasztási rutinja által kapott tartalmakat fogyasztja
- ritkán keres célzottan információt egy-egy témában
- gyakran az általa hitelesnek ítélt újságírók, véleményvezérek tartalmaira támaszkodik, akik szűrik és értelmezik számára az eseményeket.

Hitelesség, bizalom

- csak azokat a forrásokat tekinti megbízhatónak, amelyek egybevágóak a saját világnézetével
- ha egy hír ellentmond az elvárásainak, hajlamos manipulációnak vagy félrevezetésnek tekinteni
- kritikus gondolkodása szelektív: a számára kedvező információkat könnyen elfogadja, a kényelmetlen igazságokat pedig megkérdőjelezi

Hírek megosztása másokkal

- gyakran beszélget hírekről, vagy akár re-posztol közösségi média felületeken olyan tartalmakat, amelyek az ő nézőpontját erősítik
- szívesen vitázik az interneten, de többnyire azokkal, akik már eleve egyetértene vele
- ritkán fogad el új információkat egy vitában, inkább saját igazának megerősítésére használja a párbeszédet

A Buborékban Élő

Hírfogyasztási intenzitás



Hír megosztási intenzitás



Tudatosság



Bizalom



Digitális érettség



Vannak források, amiket tudatosan elkerülök, mert egyszerűen rosszul leszek tőlük. Ha meglátok bizonyos arcokat, tudom jól, hogy olyankor lefaragok az élethosszomból heteket, hónapokat vagy ki tudja, éveket.

x és y portálon mindig megérdőjelezném a hitelességet, de mivel ezeket nem olvasom, nincs mit megkérdejelezni

Politikai híreket konzervatív módon, ropogós újságon olvasok vagy rádión, Tv-n hallgatok, nézek. Nem szeretek online olvasni híreket, de persze sokszor kénytelen vagyok, ha kíváncsi vagyok az aznapi hírekre.

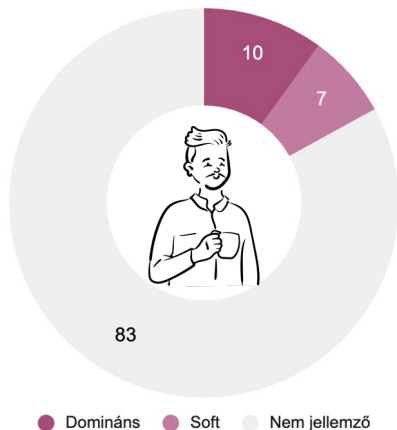
Ha valmit meg akarok tudni, akkor fölmegeyek a xxx-re, mert őket tartom a legfrissebbnek vagy a legmélyre hatóknak. Keresőbe akkor írom be, ha kíváncsi vagyok a hátérre is.

Azokban a forrásokban amiket preferálok, nem kérdőjelezem meg, amit olvasok. Azokat szoktam megkérdejelezni, amiket szóban kapok.

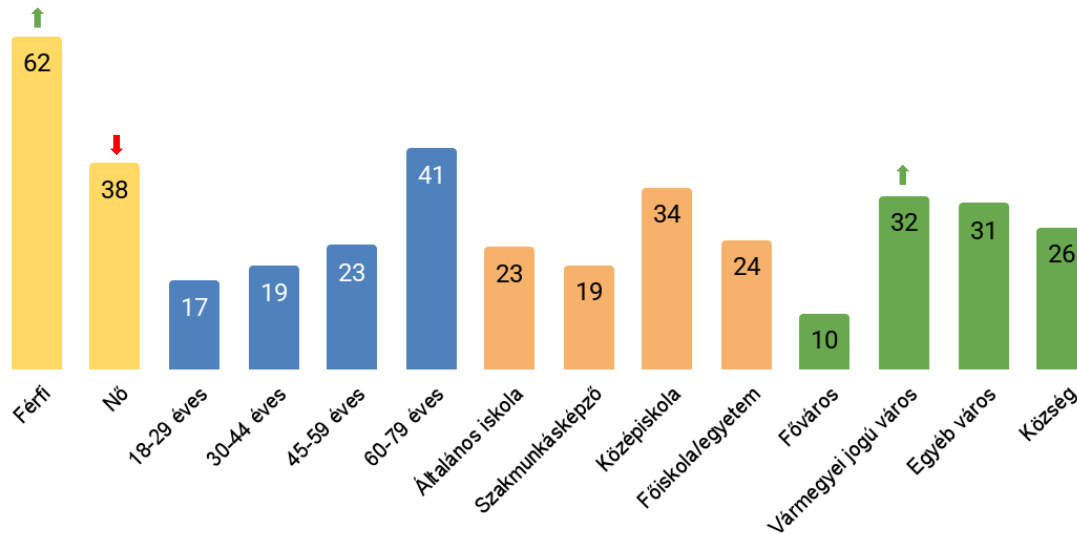


A Buborékban Élő archetípus demográfiai mintázata*

A Buborékban Élő archetípus aránya a lakosság körében (%)



Nem, kor, végzettség és település típus megoszlása a Buborékban Élő archetípus esetén (%)



A hírfogyasztás evolúciója

Mindenki **Passzív Befogadóként** indul fiatal korban. Ez az az állapot, amikor az ember egyszerűen csak fogyasztja a híreket anélkül, hogy mélyebben elgondolkodna azok hitelességén vagy forrásán. Az információkat készen kapja, és kevésbé törekszik arra, hogy ellenőrizze vagy értelmezze azokat. Ebben a szakaszban a hírfogyasztás inkább ösztönös, mint tudatos, és nagyban függ attól, hogy a család vagy a barátok milyen csatornákat követnek.

Innen tipikusan két fő irányba fejlődhetünk tovább: vagy Médiatudatosakká válunk, vagy Jólértesültekké alakulunk.

A **Médiatudatos** személy megtanulja felismerni az álhíreket, törekszik a hiteles források megismerésére, és kritikusan viszonyul a média tartalmaihoz. Számára fontos, hogy több oldalról is körüljárjon egy témát, mielőtt véleményt alkotna róla. Egyesek hosszú távon is megmaradnak ebben az állapotban, egyfajta egyensúlyt tartva a különböző vélemények és források között.

A **Jólértesült** ezzel szemben egy aktív szereplővé válik az információáramlásban. Nemcsak hogy fogyasztja a híreket, hanem tovább is adja azokat, értelmezi, sőt, akár formálja is mások véleményét. Ő az, aki vitázik, érvel, és megpróbálja meggyőzni a környezetét arról, amit igaznak vél. Sok esetben egy-egy téma szakértőjévé válik, vagy legalábbis annak tartja magát.

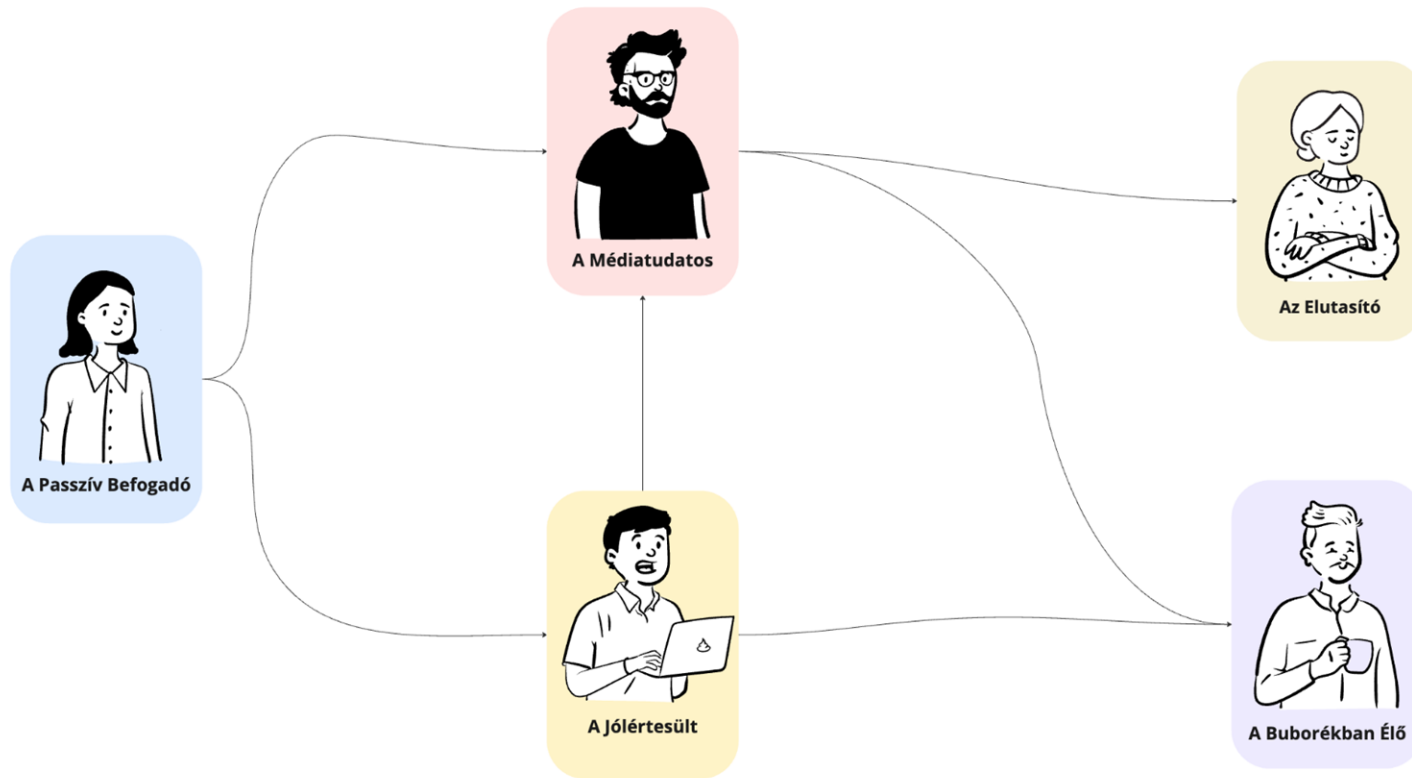
A Médiatudatos archetípus innen még két különböző irányba fejlődhet. Ha az információk áradata túlterheli és belefárad a hírek folyamatos követésébe, akkor Elutasítóvá válhat.

Az **Elutasító** jellemzően kiábrándul a médiából, és úgy dönt, hogy minimalizálja a hírfogyasztását. Elfordul a hírektől, mert úgy érzi, hogy azok csak stresszt okoznak, vagy mert elveszíti a bizalmát az információforrásokban.

A másik lehetőség, hogy a **Buborékban Élő** archetípusba csúszik át. Ez akkor történik, ha valaki annyira megszilárdítja a saját nézőpontját, hogy kizárólag olyan információkat fogad el, amelyek megerősítik a hitét. Ebben az állapotban az illető már nem keres új nézőpontokat, hanem egy szűk körű médiatartalmat fogyaszt, amely pontosan azt mondja, amit hallani szeretne.

Az Elutasító és a Buborékban Élő archetípusok általában 50 éves kor felett alakulnak ki, és ritkán változnak tovább. Az Elutasító végleg elfordulhat a hírektől, míg a Buborékban Élő egyre inkább bezárkózik a saját információs világába. Ezek az állapotok hosszú távon rögzülhetnek, ami tovább mélyíti a generációs és társadalmi különbségeket a hírfogyasztás terén.

Hírfogyasztási evolúció



Információkeresés

Főbb megállapítások - Információkeresés

A hírfogyasztók különböző módokon keresnek információt, attól függően, hogy milyen forrásokat tartanak megbízhatónak és milyen platformokat részesítenek előnyben.

A célzott forrásalapú keresés során a felhasználók saját, megbízhatónak vélt hírforrásaikat használják, míg a Google-alapú keresés inkább gyors információszerzésre épül, a találatok mélyebb elemzése nélkül.

A videó- és közösségimédia-alapú keresés a vizuális tartalmakra épít, de ezek esetében kevésbé jellemző a forráskritika.

Az AI-alapú keresés egyre inkább megjelenik a hírfogyasztásban, különösen a fiatalabb generációk körében, akik összegző és kontextust adó információkat kérnek az mesterséges intelligenciától.

A hírfogyasztók a különböző keresési módokat jellemzően kombináltan alkalmazzák, például közösségi médiából indulnak ki, majd Google-keresést végeznek, vagy mesterséges intelligenciát használnak a források mélyebb elemzésére.

Tipikus hírkeresési módok



Célzott forrásalapú keresés

Ebben a hírkeresési módban ha a felhasználó egy adott hírről szeretne mélyebb információt szerezni, akkor közvetlenül az általa ismert és preferált hírforrás(ok)hoz fordul. Jellemzően egy vagy több cikket is elolvas ugyanazon a platformon, esetleg összehasonlítja több forrás tartalmát, hogy teljesebb képet kapjon. Ez a módszer tudatosabb hírkeresési stratégiát mutat, ahol a megbízhatónak vélt források kiemelt szerepet kapnak.



Google-alapú keresés

Ebben az esetben a felhasználó a Google keresőjét használja, hogy egy adott témáról információt találjon, de a találati oldal első releváns linkjeire kattint anélkül, hogy különösebb figyelmet fordítana a forrásokra. Tudatosan kerüli a szponzorált tartalmakat, de azon túl nem vizsgálja meg, hogy az adott weboldal mennyire megbízható vagy elfogult.



Videó- és közösségimédia-alapú keresés

Ennél a hírkeresési módnál a felhasználó elsősorban YouTube-ot, TikTokot vagy más közösségi média platformokat használ arra, hogy egy adott témában tartalmat találjon. A keresés általában kulcsszavak alapján történik, és a fogyasztó az algoritmus által ajánlott vagy a keresési eredmények között megjelenő videókat nézi meg. Ezt a módot használó hírfogyasztók inkább a vizuális tartalmakat preferálják, amik könnyen fogyaszthatók és gyorsan információt adnak. A hitelességet általában a kommentek alapján határozzák meg.



AI-alapú keresés

Az AI-alapú keresés egyenlőre még jellemzően inkább kiegészítő módszerként jelenik meg a hírkeresési folyamatban, de a kutatásban résztvevők többsége arról számolt be, hogy egyre gyakrabban, egyre több esetben használja a mesterséges intelligenciát arra, hogy egy-egy témával kapcsolatban mélyebb ismereteket szerezzen, vagy hogy összegző vagy kontextust adó információt kapjon egy adott hírről. A fiatalok egyes esetekben már elsődleges módszerként használják a cGPT-t, a középkorúak jellemzően másodlagos keresési módszerként tekintenek rá, míg az 50 felettiek egyáltalán nem, vagy ritkán keresnek információt ilyen módon.

Tipikus hírkeresési módok - idézetek

Mely Archetípusra jellemző



Célzott forrásalapú keresés



Az Elutasító



A Médiatudatos

“Ha valami érdekel konkrétan felmegyek a X-re, ott keresek rá, utána felmegyek a Y-ra megnézni, hogy milyen visszhangot keltett, vagy keltett-e egyáltalán, de közvetlenül ott a portálon, nem pedig egy Google Search-ön.”



Google-alapú keresés



A Passzív
Befogadó



A Jólértesült

“A közösségi média nem jó keresésben. Úgyhogy ott akkor marad a jól megszokott Google módszer, és akkor ott az első pár hirdetést az ember mindig átugorja - a fizetett tartalmakat - és akkor ott szoktam megnézni az első három-négy releváns találatot. És akkor megpróbálom eldönteni címek meg a kis szöveg alapján, hogy melyik lehet a legjobb.”



Videó- és közösségimédia-
alapú keresés



A Jólértesült



A Médiatudatos

“Például beírom a TikTok keresőbe, hogy LA Fire. És akkor bedob neked egy olyan scrollozható shorts folyamat, amiben csak ezzel kapcsolatos videók vannak... És akkor itt végig különböző felhasználóktól vannak shortsok, van hogy adott hírportáloknak a TikTok oldala, valamelyik reakció videó, tehát tök sokféle dolog van. Van, hogy másfél órán keresztül pörgetem, hogy mások mit posztoltak az adott hírrel kapcsolatban.”



AI-alapú keresés



A Jólértesült



A Médiatudatos

“Hogyha tényleg valami nagyon érdekel és motivált vagyok, hogy kiderítsem, akkor elsősorban a cGPT-t kérdezem meg, hogy a témában hasonló cikkeket gyűjtsön ki nekem.”

Multi-channel hírfogyasztási módok #1

“Sokszor feldob egy hírt Tik Tokon. (...) Hát először is én a kommentekből szoktam kiszűrni azt, hogy ez mennyire kamu, vagy nem. Mert nagyon sokan ők is írják meg utánaolvasnak, meg ugye be szoktak tagelni több videót is. És ha ezek megvoltak és rákerestem a Google-ben is, akkor ott az alapján nézem, hogy melyiket fogom elolvasni, hova kattintok, amit legelőször feldob, és úgy látom hogy ezt többen is nézhették.”



1.

Közösségi médiában az algoritmus feldob neki egy hírt, ezt elolvassa. Valami felkelti az érdeklődését.



2.

Megnézi a kommenteket, az itt elhangzó vélemények nagyban befolyásolják, hogy mennyire tartja hitelesnek a tartalmat.



3.

Megnéz többet is a kommentelők által belinkelt további tartalmak közül, tovább mélyítve a tudását a témában.



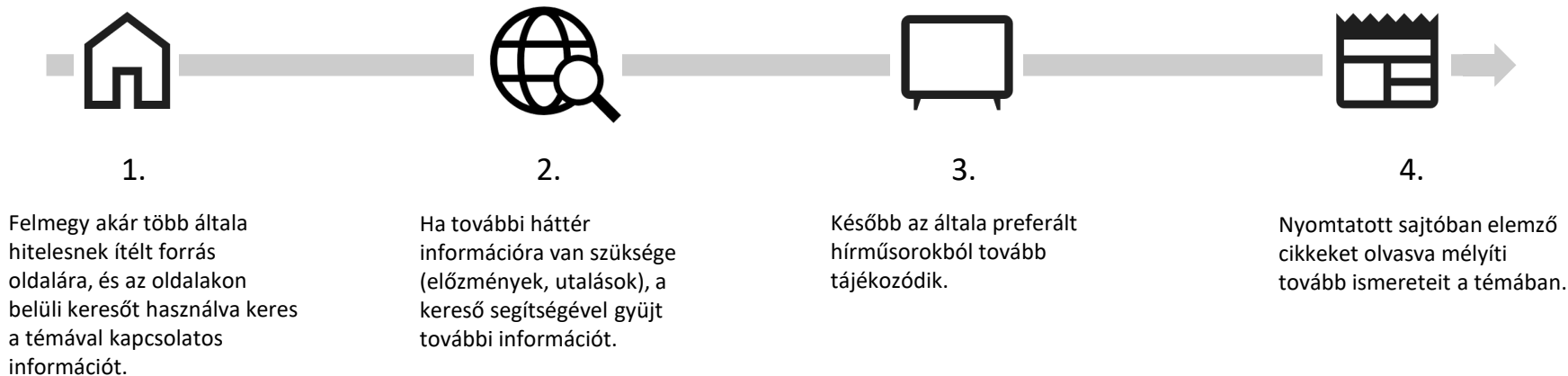
4.

Rákeres a Googleben is, itt a legelső találatok közül olvas el egy vagy több cikket, vagy néz meg magasabb nézettséggel rendelkező videókat.

Jellemzően bulvár-, vagy világpolitikai híreket keresnek ezzel a módszerrel.

Multi-channel hírfogyasztási módok #2

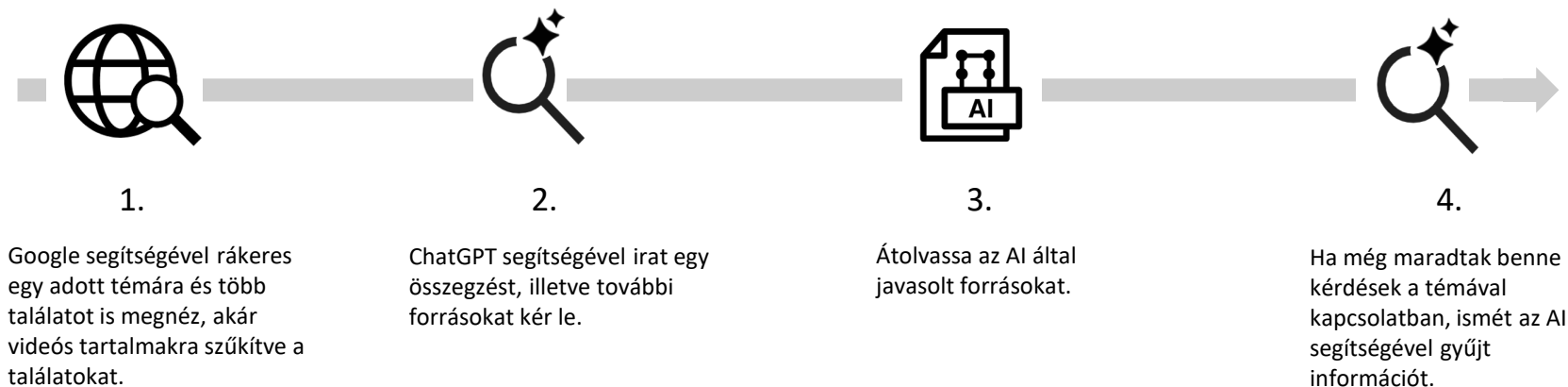
“Ha van valami friss hír, felmegyek az internetre... ilyenkor leginkább a X-t tartom a legfrissebbnek vagy a legmélyrehatóbbnak. A háttérrel, ha kell, a Google keresőbe beírva pattogok ide-oda... Aztán este megnézem TV-ben, de ugye ott az időeltolódás miatt nincsenek olyan nagyon friss dolgok. És elolvasom a 2-2 és fél oldalas cikket is az újságban róla.”



Jellemzően politikai, gazdasági híreket keresnek ezzel a módszerrel.

Multi-channel hírfogyasztási módok #3

“Amikor egy téma érdekel, először rákeresek Google-ben, megnézek pár cikket vagy videót, majd ChatGPT-t is megkérdezem egy összegzésért, vagy kérem, hogy javasoljon nekem további tartalmat a témában. Ezeket is végignézem, és ha maradnak kérdéseim, visszatérek az AI-hoz, hogy még mélyebbre ássak.”



Jellemzően komplexebb, szakmaibb témában keresnek ezzel a módszerrel.

Hitelesség, bizalom

Főbb megállapítások #1 - Hitelesség, bizalom

Hírekkel szembeni bizalom Archetípusok szerint

A hitelesség és bizalom kérdése eltérően jelenik meg a különböző hírfogyasztási archetípusoknál, mivel mindegyikük másképp viszonyul az információk forrásához és azok ellenőrzéséhez.

- **A Passzív Befogadó** nem fordít különösebb figyelmet a hírek hitelességére, inkább az ismerősök vagy közösségi médiában látott tartalmak alapján tájékozódik. Mivel kevésbé tudatos, nem feltétlenül ismeri fel a manipulatív vagy félrevezető tartalmakat.
- **A Jólértesült esetében**, bár aktívan oszt meg híreket és formál véleményeket, a hitelesség vizsgálata változó. Egyes véleményvezérek tudatosan ellenőrzik forrásaikat, míg mások inkább az általuk preferált narratívákat erősítik meg, függetlenül azok megbízhatóságától.
- **A Elutasító** hírfogyasztó erősen bizmatlan a média iránt, és úgy érzi, hogy a hírek torzítottak vagy manipuláltak. Egyik forrást sem fogadja el hitelesnek és próbálja a kontextusában értelmezni a híreket. Nagy veszélynek tartja a mesterséges intelligencia hatását a tartalomgyártásra.
- **A Médiatudatos** hírfogyasztó tudatosan ellenőrzi a hírek hitelességét, összeveti több forrásból származó információkat, és különbséget tesz tény és vélemény között. A médiafogyasztás során kritikus szemléletet alkalmaz, és a forrás megbízhatósága kiemelten fontos számára.
- **A Buborékban Élő** a hitelességet elsősorban a saját világnézetének megfelelő forrásokhoz köti, és kevésbé fogad el eltérő nézőpontokat. Az algoritmusok és közösségi hatások miatt egyoldalú információkkal találkozódik, amelyek tovább erősítik a meglévő bizalmát egy adott narratíva iránt.

Főbb megállapítások #2 - Hitelesség, bizalom

Hitelesség ellenőrzése

A tudatos hírfogyasztók három fő szempontot alkalmaznak a tartalmak hitelességének megítélésére: a forrás (domain és brand), a nyelvi minőség és a tartalom szakmai megalapozottsága. Az ismertebb, hiteles forrásokat előnyben részesítik, míg a bulvár vagy kattintásvadász oldalakról származó híreket fenntartásokkal kezelik. A rossz nyelvezet, a gépi fordítás jelei vagy a szélsőséges állítások szintén bizalmatlanságot keltenek bennük.

Támogatott tartalmak megítélése

A támogatott tartalmak megítélése eltérő a különböző generációk és hírfogyasztási archetípusok körében. A fiatalabb, digitálisan jártas közönség általában elfogadja a szponzorált videós tartalmakat, ha azokat transzparensen jelölik, és a tartalomgyártó hitelesnek tűnik. Az idősebb generációk és az offline hírfogyasztók inkább propagandaként tekintenek a támogatott tartalmakra, különösen akkor, ha azok objektív tájékoztatásnak próbálnak tűnni.

A hírfogyasztást elutasító réteg kifejezetten bizalmatlan a támogatott tartalmakkal szemben, úgy érzik, hogy az ilyen hírek manipulációra törekszenek, és sokszor nehéz felismerni őket. Ezzel szemben a legfiatalabbak nem tudatosan viszonyulnak hozzájuk, és gyakran észre sem veszik, ha egy tartalom szponzorált.

Hitelesség, bizalom a Passzív Befogadó hírfogyasztónál

A hírek forrása nem fontos számára, inkább az számít, hogy ki mondja el neki.

“Nekem az a lényeg, hogy akitől hallom, megbízható legyen. Ha a barátnőm mond valamit, akkor azt biztosan úgy van, mert ő utánanézik ezeknek.”

Az ismerősök, családtagok vagy a közösségi médiában látott tartalmak nagyobb hatással vannak rá, mint a hivatalos hírfelületek.

“Ha egy barátom mond valamit, akkor biztos van valami alapja. Nem szoktam utánanézni, mert neki van rá ideje, én meg csak meghallgatom.”

Ha egy hír nagyon elterjedt, azt automatikusan hitelesnek gondolja.

“Ha mindenhol ezt írják, akkor biztos igaz. Nem hinném, hogy ennyi helyen egyszerre hülyeséget írnának.”

Jellemzően nem számít neki, hogy a tartalom gyártója mely generációhoz tartozik.

“Olyan szempontból igen, hogyha tíz éves akkor nem hiszem, hogy olyan nagy a tapasztalata, hogy hiteles tudna lenni, de észszerű keretek között nem számít.”



A Passzív Befogadó

Hitelesség, bizalom a Digitális Véleményvezérnél

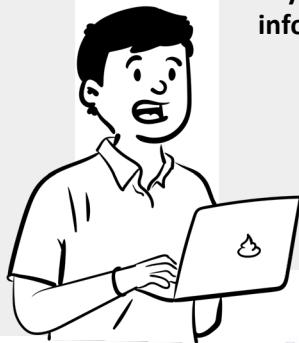
A hírek megítélésében a forrásnál is fontosabb számára a közösségi validáció – mások reakciói, kommentek és megosztások segítenek eldönteni, mennyire hiteles egy információ.

“A kommentekből szoktam kiszűrni azt, hogy ez mennyire kamu, vagy nem. Mert nagyon sokan ők is írják, meg utánaolvasnak, meg ugye be szoktak tagelni több videót is.”

Preferálja azokat a véleményt is tartalmazó videókat, ahol a híreket kontextussal együtt kapja meg.

“Jobban szeretem a videókat, ahol beszélnek, és az se probléma, hogyha angolul beszélnek.”

“Akit gyakran nézek, ő utána is olvas, és több helyen keresi az infót. És ugye én meg már azt kapom meg, amit ő már összeszedett és átad.”



A Jólétesült

Habár bármilyen forrásból fogyaszthatnak híreket, nekik is megvannak a saját véleményvezéreik.

“Van egy srác, akit nagyon szeretek, úgy hívják hogy xxx. Ő nagyon hiteles híreket szokott közölni. És neki ezért tudom a nevét, mert tényleg nagyon szeretem ahogy beszél, röviden elmondja a lényegét. (...)”

Olyankor nézi tudatosan, hogy ki hozta létre a tartalmat, ha egy információ különösen meglepő vagy durva.

“Hát, hogyha mondjuk ilyen durvább dolgot látok, akkor ránézek arra, aki közzétette, vagy megnézem, hogy az előző videóiban látok-e olyat ami arra utal, hogy nem hiteles. Akkor megnézem. De ez nagyon ritka.”

Hitelesség, bizalom az Elutasító hírfogyasztónál

Minden hírt alapvetően megkérdőjelez, és nem bíz az információk hitelességében.

“Egy picit kiábrándultam, elfáradtam. Már semmit sem veszek hitelesnek.”

A hírek valóságtartalmát nem csak források alapján, hanem saját tapasztalatai és megérzései szerint is vizsgálja.

“Ha valami túl szélsőségesen van megfogalmazva, akkor már eleve gyanús, hogy manipulációról van szó.”

A forrás alapján értelmezi a hírt és ítéli meg annak hitelességét.

“Figyelemben veszem, hogy honnan olvasom. Tehát, hogyha tudom egy platformról, hogy az jobboldali vagy baloldali, akkor tudom, hogy azt az oldalt fel fogja nagyítani.”

A hírforrásokat politikai vagy üzleti érdekeik miatt nem tartja megbízhatónak.

“A médiának nem egyre nagyobb, hanem most már meghatározó szerepe van abban, hogy az embereket irányítsák.”

“Tudom, hogy minden újság valahova tartozik. Ha egy jobboldali újságot olvasok, akkor jobboldali szemlélettel olvasom, ha baloldalt, akkor baloldali szemmel nézem, mert tudom, hogy így írják meg a híreket.”

Aggasztja őket a mesterséges intelligencia tartalomgyártásra gyakorolt hatása.

“Azt amit ma már a videógenerálással, a cikkgenerálással, a képgenerálással el lehet élni, már semminek nem lehet hinni, amit olvasok vagy látok. Egyébként sem tudsz úgy leírni egy riportot, hogy 100%-ig tényszerű legyen, és hogy ne legyen valamelyik irányba tartó.”



Az Elutasító

Hitelesség, bizalom a Médiatudatos hírfogyasztónál

Ez az archetípus jellemzően kétkedve fogad bármilyen hírt, ami elsőre eljut hozzá.

“Sok minden azon alapul, hogy nem hiszel el mindent, amit hallasz, józan ésszel vársz egy kicsit, és megpróbálsz kideríteni, mik a tényleges tények.”

A tudatos médiafogyasztó különbséget tud tenni tény, vélemény és spekuláció között.

“Értened kell a hírek működését.”

Állítása szerint nem számít neki, hogy egy-egy információt mely generációba tartozó személytől kap.

“Idős, középkorú, férfi, nő, fiatal, öreg, fekete, fehér, nem számít. Hallgatom a híreket és a tényeket.”

Nem hisz a közösségi médiában megjelenő híreknek. Függetlenül az eredeti forrástól, ez a platformot nem tekinti hiteles hírforrásnak.

“Nem tekintek hírforrásként a közösségi médiára. Inkább az eredeti oldalon vagy több, egymástól független forrásból tájékozódok, mert itt túl könnyű bármit elferdíteni vagy manipulálni. Szándékosan nem olvasok ott híreket.”

Habár tudatosan nem keresi egy-egy tartalomgyártó híreit, vannak számára kedvelt személyek, akiktől szívesebben fogyaszt híreket. Ezekben az esetekben egy szimpatikus hírszerkesztőtől, vagy egy kedvelt újságíró vagy tudósító által prezentált hír nagyobb hitelt kap.

“Igen, vannak emberek, akikben jobban megbízok, mint másokban, de nem vadászom az ő véleményükre.”



A Médiatudatos

Hitelesség, bizalom a Buborékban Élő hírfogyasztónál

Ez az archetípus csak az általa hitelesnek ítélt forrásokból származó híreket nem kérdőjelezi meg.

“Azokban a forrásokban amiket preferálok, nem kérdőjelezem meg amit olvasok. Azokat szoktam megkérdőjelezni, amiket szóban kapok.”

Számára a világnézetükkel nem egyező hírforrások 100 százalékban hiteltelenek.

“Valószínűleg egy xxx vagy egy yyy portálon olvasott hírt mindig megkérdőjeleznék, de mivel nem olvasom ezeket, ezért nincs mit megkérdőjelezni.”

A Közösségi médiából származó híreket teljesen hiteltelennek és ellenőrizhetetlennek tartja.

“Hol olvastad? A facebookon, vagy a TikTokon? Akkor azért ebben nem vagyok biztos.”

Még ha belátja is, hogy egyoldalúan fogyaszt híreket, nem nyitott más nézőpontok befogadására.

“Sokan mondják, hogy el kell olvasni mind a két oldalnak a híreit, mert akkor áll össze a kép, de hát engem annyira irritál, hogy nem vagyok rá képes.”

Mivel az általa fogyasztott forrásokat hitelesnek ítéli meg, azon belül nem figyeli, hogy személy szerint ki hozta létre a tartalmat.

“Egy-két arcot ismerek, akik megjelennek, de személyhez nem kötődöm se pro, se kontra.”



A Buborékban Élő

Hitelesség ellenőrzése

A tudatosabb médiafogyasztók három fő szűrőt alkalmaznak annak eldöntésére, hogy egy tartalom hiteles-e vagy sem.



A forrás vizsgálata

Az első és legfontosabb szempont a domain név és a brand neve. Ha egy hír például bulvároldalakon jelenik meg, akkor nagy eséllyel szennazációhajász, kattintásvadász tartalomról van szó. A válaszadók egy része úgy ítéli meg, hogy ezeknek a híreknek valódi információs értéke csekély lehet, és gyakran felnagyítják vagy torzítják az eseményeket a figyelem felkeltése érdekében.

“A domain cím az első szűrő, amiből eldönthető, hogy ez mennyire hiteles. Hogyha mondjuk egy xxx, vagy yyy jön le egy hír akkor az ott már 99% hogy az csak szennazációhajász hír lesz, és hírértéke nem sok lesz.”



A megfogalmazás minősége

Ha egy cikket végigolvasnak, annak nyelvi minősége is árulkodó lehet. Például, ha egy szöveg fordítógéppel készült, az gyakran azonnal felismerhető a furcsa szerkezetek és szóhasználat miatt. Hasonlóképpen, a mesterséges intelligencia által generált szövegek is tartalmazhatnak olyan nyelvi sajátosságokat, amelyek gyanússá teszik a tartalmat. A helyesírási hibák, rosszul szerkesztett mondatok és a természetellenes szóhasználat mind intő jelek lehetnek.

“az is sokat számít, hogy az adott cikk az hogy van megfogalmazva”

“ha pl. Google fordítóval van lefordítva, az egyből átjön”



Szakmai hitelesség, relevancia

Az olvasók a cikk tartalmát is mérlegelik. Itt fontos szempont a relevancia, illetve, hogy a tartalom szakmailag mennyire megalapozott, és valóban hordoz-e értékes információt. Ha egy cikkben túlzó állítások, forrás nélküli adatok vagy manipulatív megfogalmazás jelenik meg, az megkérdőjelezheti annak hitelességét.

“azt szerintem el lehet dönteni, hogy az a tartalom mennyire szakmai, mennyire releváns”

Fizetett tartalmak megítélése #1

Az online médiában játrasabbak a támogatott tartalom kifejezést a szponzorált videós tartalmakkal azonosítják. Habár nem feltétlenül kedvelik ezeket a tartalmakat, elfogadóak velük szemben, mert tudják, hogy ez az ára annak, hogy az általuk hitelesnek ítélt tartalomgyártó bevételhez jusson.

“A támogatott YouTube videók esetében, amiket nézek, nyilván segíti az adott személyt a tartalom elkészítésében, mert bevételre van szüksége. (...) Ezek az emberek nagyon jó videókat csinálnak, és általában őszinték is, így a véleményüket mondják el a szponzorált témában. Nem erőltetnek rád propagandát és nyíltan elmondják, ha az adott videó ki által támogatott”

Az idősebb, jellemzően offline csatornákon híreket fogyasztók a támogatott tartalom kifejezésről a propagandára asszociálnak.

“Amikor a tévében, rádióban csinálnak álinterjúkat, ami igazából reklám, és úgy néznek ki, mintha csak objektíven elmesélik a dolgokat.”

Ha nyíltan jelölik, hogy a tartalom támogatott, akkor nincsenek kifejezetten ellene, de felbőszíti őket, ha azt érzik, hogy befolyásolni próbálják őket.

“Néha annyira kilóg a lóláb, annyira nevetséges, idétlen az egész, hogy pont ezért kontraproduktív.”

“Általában tovább görgetek egyből, ahogy rájövök, hogy ez egy támogatott valami, mert annak akkor úgy is az lesz a vége, hogy el akarnak adni valamit, amit nekem nem kell.”

Fizetett tartalmak megítélése #2

A fiatalabb, digitális térben jártasabb korosztály próbálja kerülni a támogatott videós tartalmat.

“Ha rájövök hogy támogatott a tartalom, akkor viszlát, és megyek tovább. Nagyon ritka az, amikor úgy meg van csinálva, hogy végignézem, és az is általában azért van, mert aki csinálja azt a támogatott tartalmat, őt szeretem és tudom róla, hogy még a támogatott tartalmat is meg tudja úgy csinálni, hogy akár még tanulni is lehet belőle.”

A legfiatalabbak jellemzően nem találkoztak még a támogatott tartalom kifejezéssel és nem is veszik észre, ha ilyet látnak. Mivel nem tudatosan járnak el az ilyen tartalmakkal, nem is kerülik ezeket.

“Nekem ugyanúgy jelennek meg a hírek meg a videók, nem nézem, hogy fizetett-e vagy sem. Ha érdekes, akkor megnézem.”

A híreket tudatosan elutasító réteg a támogatott tartalmat is a befolyásolással azonosítja. Úgy érzi, hogy ezek nem felismerhetők és nagyon elmosódott a határ a nem támogatott és a támogatott tartalom között.

“Ez olyan tartalom, ami pénzelt és egy bizonyos echot kell, hogy keltsen.”

“A reklámokat felismerem, de az, hogy amit olvasok az támogatott-e vagy sem.... lövésem sincs.”

Generációk közötti interakciók

Főbb megállapítások #1 - Generációk közötti interakciók

Fiatalok

A **fiatalok** (30 év alattiak) jellemzően saját korosztályukon belül beszélgetnek a hírekről. Ezeket a beszélgetéseket két fő okból kezdeményezik: vagy meg szeretnék osztani az adott hírt másokkal, vagy további információt és véleményt szeretnének gyűjteni róla. Ha egy számukra érdekes hírt digitális térben osztanak is meg, gyakran nem érzik szükségesnek, hogy ott bármit is reagáljanak egy-egy velük megosztott hírre és később szóban alakul ki párbeszéd róla.

A 16–25 éves korosztály – főként még szüleikkel élő iskolások és egyetemisták – gyakran kéri ki szüleik véleményét politikai vagy gazdasági témákban, de előfordul, hogy tanáraikkal is beszélgetnek az őket érintő hírekről, eseményekről.

A 25 év felettiek, akik már jellemzően nem élnek együtt szüleikkel, ritkábban kérdezik őket a napi aktualitásokról. Ebben az élethelyzetben az információáramlás iránya sokszor megfordul: ők azok, akik szüleik számára releváns információkat (például csalókkal kapcsolatos híreket, adótörvényeket) vagy gyakorlati tudást (például a ChatGPT használatát) osztanak meg velük.

A nagyszüleikkel általában kevésbé szoros a kapcsolatuk, így az információ- és tudásmegosztás ebben a generációs viszonylatban kevésbé jellemző.

Középkorúak

A **középkorúak** (30-50 évesek) szintén leginkább házastársukkal és kollégáikkal vitatják meg a napi híreket. Kevesebbet osztanak meg a digitális térben, inkább telefonon, vagy személyesen beszélgetnek az őket érdeklő témákról. Ha azonban valaki megoszt velük valamit ilyen módon, szükségét érzik, hogy legalább röviden visszajelezzenek a küldőnek. Ezzel együtt, a tényleges párbeszéd itt is gyakrabban alakul ki szóban.

Főbb megállapítások #2 - Generációk közötti interakciók

Azok, akik kamasz gyerekeket nevelnek, arról számoltak be, hogy a gyerekek híreket kevésbé, mint inkább mémeket osztanak meg velük. Amikor szóban feljön egy-egy hír a családban, jellemzően a gyerekek kezdeményezik a beszélgetést a szüleikkel, és a szülőktől hallottak alapján alakítják ki saját véleményüket.

Ebben a (30-50 éves) korosztályban a szülők felé történő tudásátadás helyett jellemzőbb, hogy ha szüleik segítséget kérnek tőlük valamiben, akkor inkább ők megoldják helyettük a problémát, minthogy megpróbálják átadni a technikai tudást. Hírekről ők ritkán kezdeményeznek párbeszédet szüleikkel, inkább fordítva jellemző, de gyakran az ilyen típusú beszélgetéseket próbálják elkerülni velük.

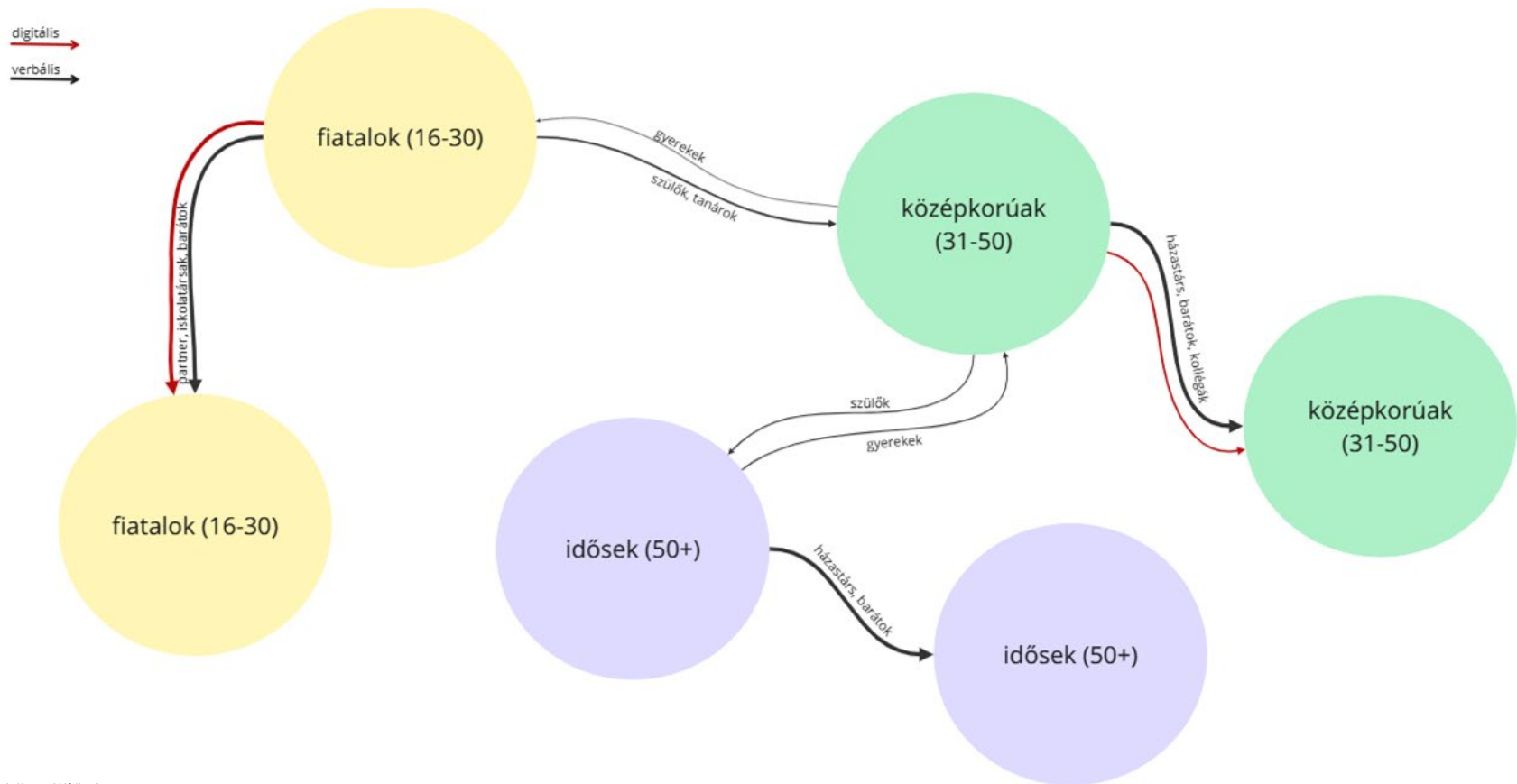
Idősek

Az idősebb korosztály (50 év felettiek) leggyakrabban a házastársával, vagy azonos korosztályba tartozó barátaival beszél meg a napi híreket, akik legtöbbször hasonló világnézettel rendelkeznek, ezért nagy viták, véleményütköztetések nem alakulnak ki. Digitális térben nagyon ritkán osztanak meg híreket egymással, ezek a beszélgetések jellemzően szóban zajlanak.

Felnőtt gyerekeikkel ritkán és csak érintőlegesen beszélgetnek politikai, gazdasági hírekről, de azt vallják, hogy így is hatással vannak gyerekeik világnézetére.

Ők is megerősítették, hogy technológiai tudást kapnak ugyan a gyerekeiktől, de ezeket az új információkat már nehezen fogadják be és nem szívesen térnek el az általuk megszokott dolgoktól.

Hír megosztási interakciós térkép



Generációs különbségek

Főbb megállapítások #1 - Generációs különbségek

A generációk eltérő módon viszonyulnak a hírekhez és azok forrásaihoz, amelynek háttérében elsősorban technológiai ismeretek, bizalmi attitűdök és információfeldolgozási szokások állnak.

Fiatalok (Z és Y generáció)

A fiatalok számára az online tér természetes közeg, azonban sokan kritikátlanul fogadják el az ott talált információkat. Mivel „nagy zajba születtek bele”, gyakran nem foglalkoznak a források hitelességével. Ugyanakkor felmerül az igény a médiatudatosság fejlesztésére, hogy megtanulják a hírek hitelességének ellenőrzését.

A közösségi média az elsődleges hírforrásuk, miközben a hagyományos hírfogyasztási formák – például a televízió – jelentősége csökkent körükben. Ez a szülők és az oktatási rendszer számára is kihívást jelent, mivel a digitális tartalmak szűrésének megtanítása egyre nehezebb.

Középkorúak (X generáció)

A középkorú generáció hídfunkciót tölt be a fiatalabb és idősebb generációk között. Még offline hírfogyasztáson nevelkedtek, de aktívan használják a digitális platformokat is. Ők általában kritikusabbak az online információkkal szemben, és igyekeznek azokat több forrásból ellenőrizni.

E generáció számára fontos a vélemények megvitatása, míg a fiatalabbaknál ez kevésbé jellemző. Az oktatás és a média szerepét kulcsfontosságúnak tartják a médiatudatosság fejlesztésében, de egyben felismerik, hogy a gyorsan változó technológiai környezethez nehéz alkalmazkodni.

Főbb megállapítások #2 - Generációs különbségek

Idősebbek (Baby Boomerek és idősebbek)

Az idősebb generációk inkább a hagyományos hírforrásokat (tévé, rádió, nyomtatott sajtó) részesítik előnyben, míg az online híreket gyakran megbízhatatlannak tartják. A gyors információáramlás számukra nehezen követhető, és gyakran érzik túlterhelőnek a folyamatos hírdömpinget.

Bár sokan nyitottak lennének az online információk befogadására, az alacsony digitális készségek és a bizalmatlanság akadályozza őket. A családtagoknak – különösen az unokáknak és gyerekeknek – jelentős szerepük lehet az idősek digitális felzárkóztatásában.

A generációs szakadék áthidalása

A hírfogyasztásban tapasztalható generációs különbségek kezelése két fő irányba mutat:

1. **Az idősebb generáció digitális készségeinek fejlesztése**, hogy magabiztosabban mozogjanak az online térben.
2. **A fiatalok médiatudatosságának erősítése**, hogy kritikusan szemléljék a digitális tartalmakat.

Bár egyesek szerint a változások visszafordíthatatlanok, mások úgy vélik, hogy az oktatás és a család szerepe kulcsfontosságú lehet a tudatosabb hírfogyasztás kialakításában.

Generációs különbségek - fiatalok véleménye#1

A fiatalok véleménye szerint a generációk közötti hírfogyasztási különbségek elsősorban a technológiai tudásbeli eltérésekből és az információforrásokkal szembeni eltérő bizalmi szintekből adódnak. Az idősebbek kevésbé nyitottak az új digitális eszközökre és platformokra, míg a fiatalabbak számára az online tér természetes közeg, ám sokan közülük kritikátlanul fogadják el az ott talált információkat.

Az idősebb generáció digitális felzárkóztatása nehézségekbe ütközik, mivel „a viszonylag alacsony technikai tudás, és az online ismeretek hiánya” akadályozza őket abban, hogy hatékonyan mozogjanak a digitális térben. Egyesek próbálnak segíteni nekik ebben:

„Már próbáljuk őket is rászoktatni a ChatGPT-re, hogy ott keressenek. De nem sikerül. Szerintem ők is ott tartanak, ahol nemrég én, hogy most már tudnak róla, hogy egyáltalán van ilyen, de nem nagyon akarnak kísérletezni vele, meg szerintem félnek tőle egy kicsit.”

A fiatalok körében viszont gyakran az információk kritikátlan befogadása jelent problémát:

„Szerintem minél fiatalabb valaki, annál inkább elhiszi, azt, ami a szem előtt van, legyen az bárhol és bármi. Ők már olyan nagy kavalkádba meg zajba születtek bele... Meg őket nem is érdekli, hogy mi az, ami hiteles és mi az, ami nem.”

Ennek fényében felmerül az igény a médiatudatosság fejlesztésére:

„Lehetne valahogy edukálni a fiatalokat, valahogy megtanítani őket, hogy hogy lehet megszűrni a híreknek a hitelességét.” 51

Generációs különbségek - fiatalok véleménye#2

A középkorúak generációja egyfajta vízválasztóként jelenik meg a digitális és az offline világ között:

„Az én korosztályom lehet a vízválasztó, aki úgy nőtt fel, hogy nincs internet, de már azért elég fiatal volt még akkor, amikor belecsöppentek a digitális világba. Mi azért még kétkedünk, meg nem hiszünk el mindent.

Az idősebbek viszont még kevésbé hisznek bármit is, ami az interneten terjed, mert ők meg egyáltalán nem bíznak az internetben.”

A generációs szakadék áthidalására két fő irányvonal merül fel: az idősebb generáció digitális készségeinek fejlesztése és a fiatalok tudatosabb hírfogyasztásának támogatása. Az időseknél a családtagok szerepe kulcsfontosságú:

„Az a baj az időseknél, hogy nagyon nehéz őket bárhogyan is elérni. Ott maximum az az irány működik, hogy a hozzátartozó unoka, meg gyerek segít a nagymamának, nagypapának.”

A fiataloknál pedig a szülők és az oktatás szerepe lenne lényeges, de sokan úgy érzik, hogy ez egyre nehezebben megvalósítható:

„A szülő se tudja sehogyan se kontrollálni, amikor már minden gyereknél van legalább háromféle olyan eszköz, amivel internet elérhető. Szóval ott nem fogja tudni kontrollálni, hogy milyen tartalmakat néz a gyerek.”

Végül néhányan úgy vélik, hogy a helyzet már visszafordíthatatlan:

„Szerintem a mai világban ezzel nem fogsz tudni mit kezdeni.

Ez már szerintem olyan szinten kontrollvesztett, hogy ezt nem lehet visszafordítani, és szerintem csak egyre rosszabb lesz.”

Generációs különbségek - középkorúak véleménye#1

A középkorúak szerint a generációk közötti hírfogyasztási különbségek elsősorban az információk feldolgozásának módjában és a hírekhez való hozzáállásban mutatkoznak meg. A fiatalok számára az online tér természetes közeg, ám gyakran kritikátlanul fogadják el az ott talált tartalmakat, míg az idősebbek nehezen követik a gyors információáramlást és könnyebben kiégnek a hírdömpingtől.

A fiatalokat kritikus gondolkodásra kellene nevelni, hogy ne fogadjanak el minden információt feltétel nélkül:

„A fiataloknak azt tanítanám, hogy egy hírt ne csak olvasson és higgye el, hanem olvassa el, értelmezze, és olvassa el újra, és kérdőjelezze meg. Ahol csak tudja.”

A vizuális bizonyítékok fontosságát is hangsúlyozzák:

„Nézzék meg a felvételeket arról a történésről, amit éppen leírt valaki... többet higgyenek el annak, amit látnak, mint amit olvasnak.”

Az idősebb generáció esetében a gyorsan változó hírek túlterhelő hatása jelent problémát:

„60 évtől felfelé már nehéz feldolgozni, hogy ilyen gyorsan változik minden. Percről perce jön egy új hír, jönnek az ingerek, és még meg sem értettem az előzőt, de már itt a másik.”

Ezért számukra az információfogyasztás tudatosabb kezelése lehetne a cél:

„Szerintem minél többet olvassanak. Mindegy, hogy milyen médiáról. És ne vegyék annyira magukra.”

Generációs különbségek - középkorúak véleménye#2

Az oktatás szerepét többen kiemelik, de megjegyzik, hogy a jelenlegi rendszer nem képes hatékonyan alkalmazkodni a változó technológiai környezethez:

**„Jelenleg ezt a fajta oktatást nehéz elképzelni, hogy ismerjük fel a befolyásoló tartalmakat.
Nem tudna fejlődni, folyamatosan alkalmazkodni az adott technológiához.”**

Ugyanakkor a média és az iskolák is szerepet játszhatnak a fiatalok edukációjában:

„A média is adhat egy platformot ennek az edukációnak. Például ott van a Social Dilemma című film.”

De azt is elismerik, hogy a fiatalok nem feltétlenül keresnek tudatosan ilyen ismereteket:

„Ezt önmagától nem fogja egy fiatal megtanulni. Tehát nem fog ilyenre rákeresni, hogy kell az online térben mozogni.”

A középkorúak saját generációjukat a hírfogyasztásban közvetítő szereplőként látják, akik még nagyobb igényt éreznek a vélemények megvitatására:

„A mi generációnk sokkal többet szeret megbeszélteni másokkal, hogy egy teljes képet kapjunk valamiről.”

Ezzel szemben úgy érzik, hogy a fiatalok inkább az egyéni véleményalkotásra koncentrálnak:

„Ők magukkal vannak elfogadva, náluk nem olyan erős az igény arra, hogy valamit megvitassanak másokkal.”

Generációs különbségek - idősek véleménye#1

A 60 év felettiek szerint a fiatal generációk teljesen más módon fogyasztanak híreket, mint ők. Míg az idősebbek számára a hagyományos hírforrások, például az újságok és televíziós híradók megbízhatóbbnak tűnnek, addig a fiatalabb generációk inkább a közösségi médián keresztül tájékoznak. Ez azonban az idősebbek szerint problémás lehet, mert ezeken a platformokon a hírek gyakran manipuláltak vagy felületesek:

**„A mai fiatalok nem ülnek le a tévé elé, hogy várják a 6 órás híreket.
A legtöbb hírt az Instagramon és más közösségi médián keresztül kapják, nem pedig a tényleges hírhálózaton.”**

Az idősebbek úgy érzik, hogy a közösségi média hírei nem teljes értékű információk, hanem inkább vélemények és pletykák:

**„A közösségi médiából jövő hírek nem rendes hírek.
Emberek véleménye a hírekről, ami nem annyira megbízható, mint egy hivatalos hírforrás.”**

A generációs különbségek áthidalásában az oktatásnak kiemelt szerepe lenne. Többen úgy vélik, hogy az iskoláknak tanítaniuk kellene, hogyan lehet megbízható hírfogyasztóvá válni:

**„A tanterv része kellene, hogy legyen, hogy tudják ezeket a dolgokat.
A szülők ebben nem mindig jók, vagy nem érdekli őket.”**

Nemcsak a fiatalokat, hanem az idősebbeket is érdemes lenne oktatni, különösen az online biztonság és a digitális hírfogyasztás terén:

**„És akkor nyilván a skála másik végén, az idős embereknel,
náluk valószínűleg a gyerekeiken múlik, hogy oktassák az időszülő szüleiket, hogy vigyázzanak a csalásokra.”**

Generációs különbségek - idősek véleménye#2

Az idősebb generációk szerint a fiatalok hírfogyasztása gyakran felszínes, mert gyorsan átfutják a híreket anélkül, hogy mélyebben elmerülnének bennük:

„Aki online olvas, annak sokszor nem kerülnek mélyre az információk.”

Van, aki a digitális hírfogyasztás hátrányaként említi a túlzottan gyors információáramlást, ami miatt a fiatalok kevésbé kritikusak a forrásokkal szemben:

„Csak görgetik, két sort olvasnak el mindenből és mennek tovább. Jó dolog a telefon, de nem hírfogyasztásra, mert ott csak címszavakat kapnak, mindent elhisznek, nem szűrik meg a híreket.”

Bár van, aki szkeptikus abban, hogy a fiatalok hozzáállása megváltoztatható, mások szerint megfelelő oktatással és szülői példamutatással csökkenthetők a generációs különbségek a hírfogyasztásban.

Generációk hírfogyasztása egymás szemében

Hogy látják saját magukat

Gyerekek (fiatal felnőttek)

Kiismeri magát az online térben, emiatt jobban átlátja, hogy mikor mit kell elhinni és mit nem. Gyorsan utána tud nézni egy hír hitelességének a neten. A közösségi média hatása által több forrásból is olvas híreket, ezért több szemszögből is tájékozódik. Véleményeket is nézi, ezáltal objektívebb képet kap, mint az idősebb generáció, aki hajlamos csak általa elfogadott forrásokból egyoldalúan híreket fogyasztani.

Hogy látja őket a többi generáció

Kontrollálatlan, nem ellenőrzött forrásokból értesülnek a világ eseményeiről, sokszor másodkézből, emiatt nagyon könnyen befolyásolhatók. Hírfogyasztásuk felületes, nem mennek a dolgok mélyére, nem elemzik vagy értelmezik a látottakat, olvasottakat, kérdés nélkül elfogadják a számuka prezentált híreket. A közösségi média algoritmusainak befolyása alatt állnak, nem értik a nagyobb összefüggéseket, nem tesznek különbséget tény és vélemény között.

Szülők

Otthonosan mozognak a digitális térben, miközben a fiatalokkal ellentétben van elég tapasztalatuk ahhoz, hogy kiszűrjék az általuk nem hitelesnek ítélt tartalmakat. Nyitottabbak, befogadóbbak, mint az idősebb generáció, és bölcsebbek, mint a fiatalok. Tudnának mit tanítani mindkét generációnak.

Hagyományos médiát (Tv, rádió) már kevesebbet fogyasztanak. Sokan közülük Facebookról értesülnek a világ eseményeiről, míg mások csak egy-két általuk hitelesnek ítélt forrásból tájékozódna. Már jól tudnak tájékozódni az interneten, de a legújabb trendekkel (TikTok, Instagram) már lemaradásban vannak.

Nagyszülők

Elég élettapasztalatuk van már ahhoz, hogy a híreket és az információkat kontextusban tudják értelmezni, hogy átlássák a nagyobb összefüggéseket is, emiatt ők a legkevésbé befolyásolható generáció, akikről a mai fiataloknak tanulni kellene.

Nem befogadóak az új technológia iránt, ami befolyásolhatóvá teszi őket. Beidegződések alapján fogyasztanak híreket; vagy nem nyitottak az új perspektívákra és megingathatatlan álláspontjukból a tények sem tudják kizökkenteni őket, vagy bármit elhisznek, ami miatt nagyon befolyásolhatók. Attól függ, hogy hisznek-e egy hírnek vagy sem, hogy az egyezik-e az ő álláspontjukkal.



További információk

Mintaösszetétel

Elemszám, mintaösszetétel:

15 mélyinterjú (45-60 perces)

A kutatásban résztvevő interjúalanyok megoszlása:

korcsoport	fő
16-19 éves	2
20-29 éves	4
30-44 éves	3
45-60 éves	4
60 év feletti	2

élethelyzet	fő
tanul, szülőkkel él	4
párkapcsolatban vagy egyedül élő, gyerek nélkül	5
aktív szülő	4
nyugdíjas	2

nem	fő
nő	8
férfi	7

A beszélgetés vezérfonala: érdeklődjön a DIMSZ elérhetőségein.

Mivel a kutatás kvalitatív módszertannal készült, a definiált archetípusok mintázatok mutatnak, statisztikai reprezentativitást nem.



Kutatásvezető
Barcza Enikő
info@dimsz.hu