

# Magyarország a világsajtóban – 2014

A Nézőpont Intézet médiapolitikai elemzése



**Nézőpont Elemzőintézet Nonprofit Kft.**

1054-Budapest, Alkotmány utca 15. fsz. 1/a.

SAJTÓ MOBIL +36 20 276 79 09

SAJTÓ E-MAIL [sajto@nezopontintezet.hu](mailto:sajto@nezopontintezet.hu)

WEB [www.nezopontintezet.hu](http://www.nezopontintezet.hu)

FACEBOOK [www.facebook.com/nezopontintezet](http://www.facebook.com/nezopontintezet)

BLOG [www.mno.hu/nezopontok](http://www.mno.hu/nezopontok)

# Összefoglaló

A Nézőpont Intézet médiapolitikai elemzésében 13 ország 99 sajtótermékében vizsgálta a 2014-es évben megjelent, Magyarországgal kapcsolatos politikai és gazdasági cikkeket, tudósításokat, beszámolókat. Az elmúlt év során összesen 7466 cikk kapott helyet a figyelt internetes és nyomtatott lapokban.

A híráktívitás tekintetében nem beszélhetünk kiegyensúlyozottságról, az egyes havi megjelenésszámok jelentősen eltértek egymástól. A legtöbb cikk áprilisban, az országgyűlési választás hónapjában jelent meg Magyarországgal kapcsolatban, összesen 904 darab, míg a legkevesebb februárban, ekkor 436 darab cikket regisztráltunk. A nemzetközi figyelem október hónapban volt még kiemelkedő, ekkor több téma együttes hatása miatt volt az átlagosnál magasabb a megjelenések száma. Az év tízedik hónapjában a nemzetközi média napirendjén szerepelt az önkormányzati választás, Navracsics Tibor uniós biztosi jelölése, az amerikai beutazási tilalom kérdése, valamint az „internetadó” koncepciójának megjelenése, és az azt követő tiltakozások.

Kutatásunk során vizsgáltuk a magyar megjelenések médiahatását is. A Magyarország szempontjából semleges képet nyújtó cikkek aránya 71,5 százalék volt (5337 darab). A kedvezőtlen képet festők aránya 24,7 százalék (1848 darab), a kedvező médiahatású megjelenések aránya pedig 3,8 százalék (281 darab) volt a 2014-es év során. Az év végén volt a legjobb a magyar médiakép, hiszen decemberben közel 80 százalék volt a tárgyilagos képet vázoló cikkek aránya, míg a kedvezőtleneké 16,8 százalék. Márciusban és áprilisban, vagyis az országgyűlési kampány és választás hónapjaiban hasonló arányok mutatkoztak.

Amennyiben a vizsgált források számának tükrében vizsgáljuk látható, hogy a legnagyobb érdeklődést a szomszédos és a régiós országok mutatták Magyarország iránt. A legtöbb tudósítás a vizsgált osztrák sajtóban kapott helyet, összesen 1433 írás foglalkozott hazánk politikai és gazdasági helyzetével, amely a vizsgált lapok átlagában 204,7 cikknek felel meg. Az osztrák sajtó legaktívabban a magyar külkapcsolatok kérdésével és a bankszektor helyzetével foglalkozott.

A vizsgált szlovák sajtó hasonlóan intenzív figyelmet szentelt Magyarországnak, a négy vizsgált sajtótermékben összesen 785 megjelenés kapott helyet, amely 196,3 lapátlagnak felel meg.

Arányaiban és szám szerint is a legkevesebb megjelenés az olasz és az izraeli sajtóban jelent meg (95 és 88 darab). Míg a magyar vonatkozásban inaktívnak tekinthető olasz sajtót rendszerint csak a nagy médiavisszhangot keltő ügyek rázták fel, addig az izraeli sajtó fókuszában elsősorban a vélt magyar antiszemitizmus és a szélsőségek álltak.

A megjelenéseket összesítettük azok forrása szerint is. A nyomtatott források közül a legtöbb megjelenés a Der Standard hasábjain kapott helyet, szám szerint 204 darab. A Magyarországra

irányuló médiafigyelem alakulását jól jelzi, hogy hazánkkal kapcsolatban a négy legtöbb cikket közlő forrásból három osztrák.

Az internetes sajtótermékek között a legtöbb írás a Reuters felületén jelent meg, összesen 595 darab, amely nem csak az online portálok között a legmagasabb, hanem az egyes sajtómárkákat együttesen vizsgálva is.

A tematikus híráktívitás alapján megállapítható, hogy a nemzetközi sajtó az ország külkapcsolatainak szentelte a legnagyobb figyelmet 2014-ben, hiszen összesen 1937 cikk született ide tartozó eseményekkel összefüggésben. E téma elsősorban a német nyelvű sajtót foglalkoztatta, hiszen az osztrák sajtóban 341 darab, míg Németországban 322 darab tudósítás foglalkozott külpolitikai kérdésekkel.

A második legtöbb cikk a jogállamiság kérdéseivel összefüggésben látott napvilágot, összesen 957 darab. A témák sorrendjében a harmadik helyen a 2014-es választások kérdése zárt, 782 darab írással, amelytől nem sokkal maradt el a bankszektorhoz kapcsolódó kérdések témaköre sem.

A gazdasági témájú cikkek között volt a legmagasabb azon írások aránya, amely kedvező képet alkotott Magyarországról. A magyar gazdaság állapotát taglaló beszámolók között 18,9 százalék volt az ilyen cikkek aránya. A tárgyilagos képet közlő megjelenések aránya az MNB intézkedéseivel kapcsolatban volt a legmagasabb, 90,9 százalék, míg a második legmagasabb mutató az energetikai kérdések vonatkozásában mutatkozott, e téma kapcsán a semleges médiahatással rendelkező írások száma 490 darab volt, amely 87,7 százaléknak felel meg. E két téma megjelenése közötti hasonlóságot jelzi, hogy e két esetben volt a legalacsonyabb az ország szempontjából kedvezőtlen médiaképet alkotó cikkek aránya: az energiaszektor helyzete esetében e mutató 8,1 százalék, míg az MNB intézkedései kapcsán 8,6 százalék volt. A kedvezőtlen médiaképet alkotó cikkek aránya a vélt szélsőjobboldali tendenciák és a jogállamiság témaköre kapcsán volt a legmagasabb, azok esetében, ahol a szubjektív írások a legnagyobb teret kaphatták.

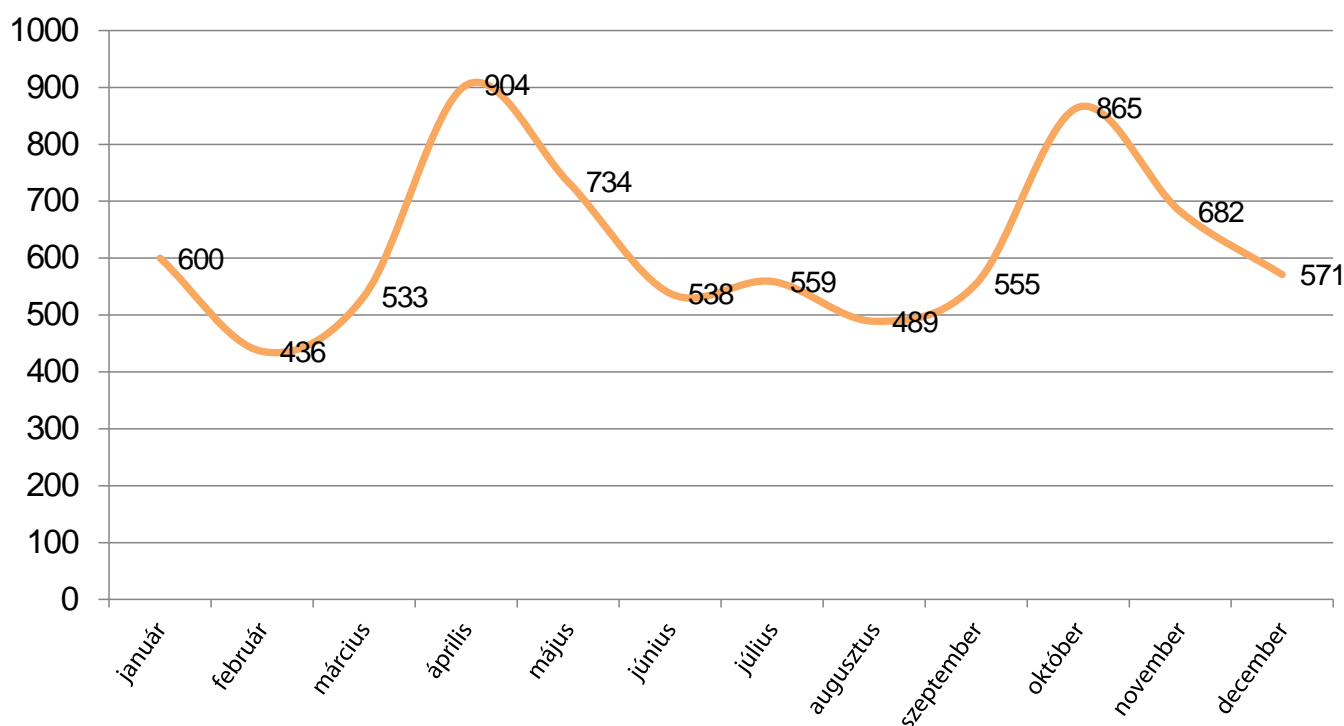
2013-mal összevetve 2014-ben tárgyilagosabb lett a magyar médiakép a nemzetközi sajtóban – az összehasonlítható források alapján. A semleges médiaképpel rendelkező tudósítások aránya 63,7 százalékról 71,8 százalékra nőtt. A kedvezőtlen médiaképet alkotó cikkek aránya 29,5 százalékról 24,5 százalékra csökkent, míg a kedvező írások aránya 6,7 százalékról 3,8 százalékra változott.

## Nemzetközi híráktívítás

---

A Nézőpont Intézet 13 ország összesen 99 sajtótermékében vizsgálta a Magyarországgal kapcsolatos politikai és gazdasági cikkeket, tudósításokat, beszámolókat. A nemzetközi sajtó a 2014-es évben összesen 7466 megjelenést közölt Magyarországról, így a szemlézett forrásokban átlagosan 622,2 cikk jelent meg hazánkról havonta.

A híráktívítás tekintetében nem beszélhetünk kiegyensúlyozottságról, az egyes hónapok megjelenésszámai jelentősen eltértek egymástól. A maximális havi megjelenésszám 904 darab volt áprilisban, míg februárban csupán 436 megjelenést regisztráltunk. A differencia hátterében az áll, hogy a 2014-es év elsőszámú politikai kérdése a tavasszal megtartott országgyűlési választás volt, melynek lebonyolításáról és annak eredményéről, valamint a következő kormányzati ciklus politikai irányvonalaival kapcsolatos várakozásokról egész április hónapban intenzíven cikkezett a külföldi sajtó. A február ezzel szemben mentes volt a jelentősebb, nagyobb médiaérdeklődést kiváltó ügyektől, ráadásul az ukrán válság kibontakozásával párhuzamosan a nemzetközi lapok munkatársainak érdeklődése keleti szomszédunk, Ukrajna irányába tolódott el. A választásokat követően először a júniusi megjelenésszám mutatott hasonlóságot a voksolást megelőző hónapok trendjével. A nyári hónapok és szeptember 500-600 körüli megjelenést hoztak, egyedül októberben láttunk ettől eltérő, kiugróan magas értéket (865 darab). Ekkor több téma együttes hatása eredményezte a megjelenésszám ilyen mértékű emelkedését: az önkormányzati választás, Navracsics Tibor uniós biztosi jelöltsége, a magyar állampolgárok ellen elrendelt amerikai beutazási tilalom, valamint az internetadóként elterjedt törvényjavaslat benyújtása, és azt követő tiltakozások.

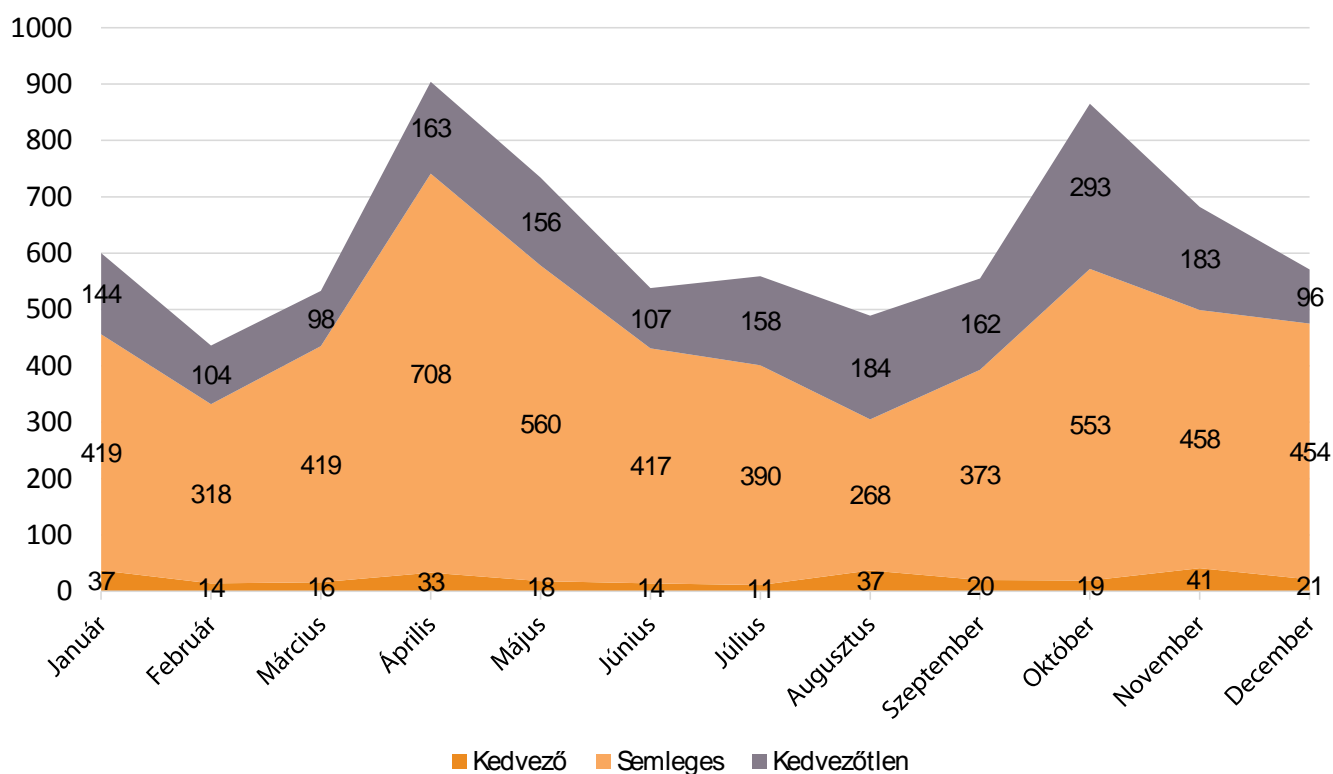


1. ábra: Összesített éves híraktivitás (darab)

Kutatásunk során a magyar megjelenések médiahatását is vizsgáltuk. A Magyarország szempontjából semleges képet nyújtó cikkek aránya 71,5 százalék volt (5337 darab), a kedvezőtlen képet festők aránya 24,7 százalék volt (1848 darab), a kedvező médiahatású megjelenések aránya pedig 3,8 százalék (281 darab) volt a 2014-es év során.

Az egész éves folyamatokat tekintve az év végén volt a legjobb Magyarország médiaképe, decemberben közel 80 százalék volt a tárgyilagos képet alkotó cikkek aránya, ami az egész évet tekintve a legmagasabb adat, míg a kedvezőtlen hangvételű beszámolók aránya a legalacsonyabb, 16,8 százalék volt.

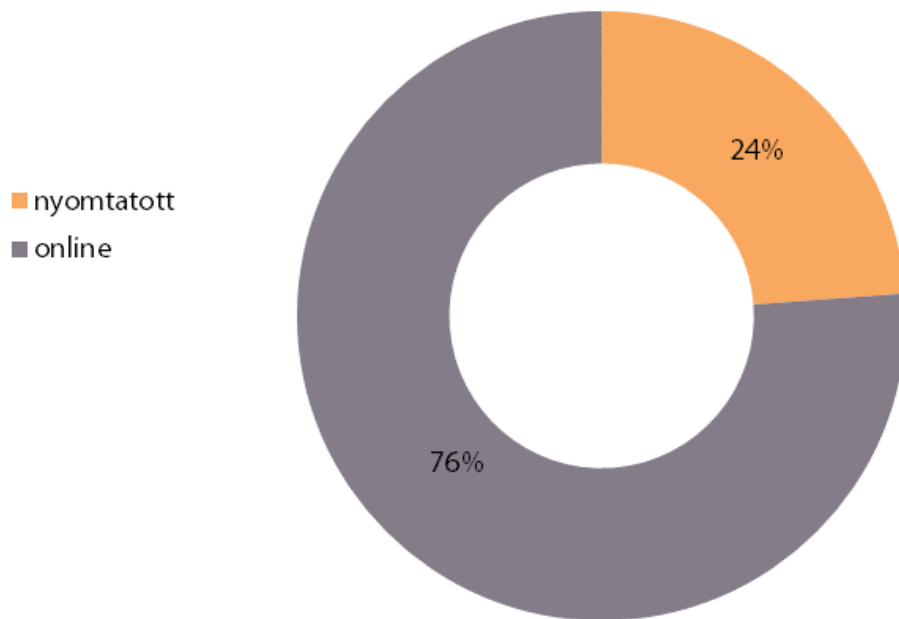
Az évközi tendenciákat vizsgálva ki kell emelni, hogy a decemberihez közeli arányokat figyelhetünk meg márciusban és áprilisban is. Az év harmadik hónapjában, az országgyűlési választási kampány legintenzívebb időszakában a semleges képet adó cikkek aránya 78,6 százalék volt, amelyek mellett 18,4 százaléknyi kedvezőtlen hangvételű írás jelent meg, míg áprilisban – a választási hónapban – e két mutató 78,3 és 18 százalék volt.



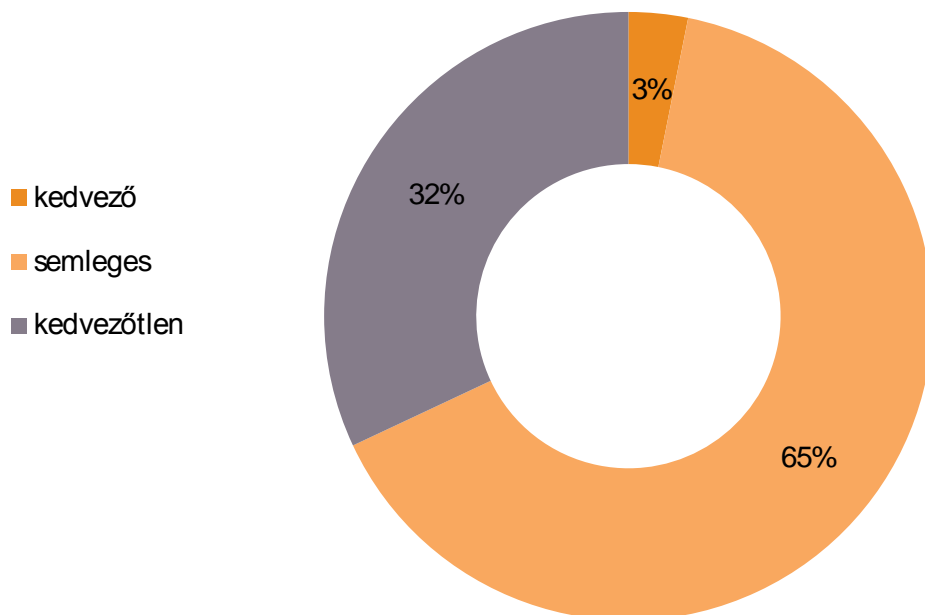
2. ábra: A média-megjelenések médiahatása havi bontásban (darab)

Vizsgáltuk a megjelenéseket a forrásuk típusa szerint is. Az elemzésünkben szereplő 7466 média-megjelenés 76 százaléka online forrásokból származik, míg 24 százalékuk a nyomtatott sajtótermékekben kapott helyet.

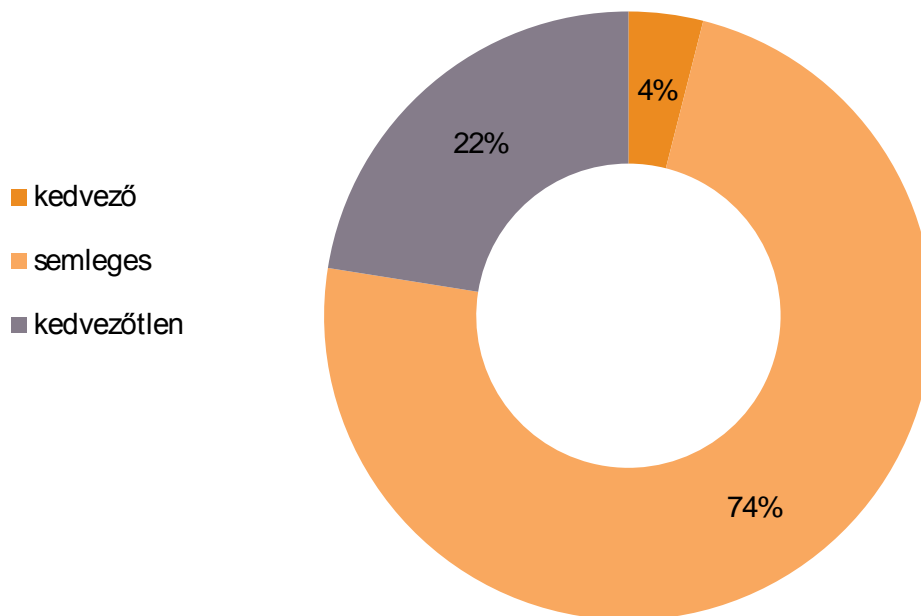
Az internetes médiában megjelent cikkek médiahatása esetében a semleges hangvétélű cikkek aránya a teljes évi online cikkszámnak a 74 százalékát tették ki. A Magyarországról közvetített online médiakép tehát némileg előnyösebb volt, mint amit a nemzetközi sajtó egésze, a print és online médiumok együttesen festettek. A nyomtatott sajtóban magas volt a kedvezőtlen képet alkotó írások aránya, összesen 32 százalék. A nyomtatott sajtó által közvetített hátrányosabb médiakép oka, hogy a print cikkek esetében nagyobb volt a véleményközlő műfajcsaládba tartozó cikkek hányada, mint az internetes média vonatkozásában. Nyomtatásban ez az arány 30 százalék volt, míg online csak 15,4 százalék. A nyomtatásban megjelent publicisztikák kedvelt témája volt a demokrácia és jogállamiság helyzete Magyarországon, mely 2014-ben a leghátrányosabb témának számított a médiakép tekintetében.



3. ábra: A vizsgált média-megjelenések megoszlása a médiatípusok szerint (százalék)



4. ábra: A nemzetközi nyomtatott sajtómegjelenések megoszlása a médiahatása szerint (százalék)



5. ábra: Az online sajtómegjelenések megoszlása a médiahatása szerint (százalék)

Az elemzésünkben szereplő cikkek közül legtöbb az osztrák sajtóból származik, hiszen a vizsgált ausztriai médiaforrásokban összesen 1433 megjelenés foglalkozott Magyarországgal politikai és gazdasági helyzetével. Az 1433 megjelenés 7 sajtótermékben jelent meg, így forrásonként átlagosan 204,7 cikk foglalkozott hazánkkal, amely a legmagasabb arány a vizsgált országok tekintetében. Az osztrák sajtó nagy figyelmet fordított a magyar külkapcsolatok témájára, különösképpen az ukrán válsággal, és annak következményeivel összefüggésben. Mindemellett nagy hangsúlyt fektettek az európai uniós témákra is, főként az új Bizottság megalakulása kapcsán írtak a magyar álláspontról. Az osztrák újságírók másik kedvelt témájának a magyar bankszektor számított; a megjelenések elsősorban a devizahitelek helyzetével, megmentésével foglalkoztak. E téma felülreprezentáltsága annak köszönhető, hogy az osztrák bankok számára fontos a magyar piac.

A laponkénti átlagot tekintve a szlovák sajtó is kifejezetten intenzíven foglalkozott Magyarországgal. A 4 vizsgált sajtótermékben összesen 785 megjelenés kapott helyet, amely 196,3 darabos átlagot jelent. A szlovákiai beszámolók elsősorban a magyar külkapcsolatok témájával foglalkoztak, az összes megjelenés 24,8 százaléka e témához volt sorolható.



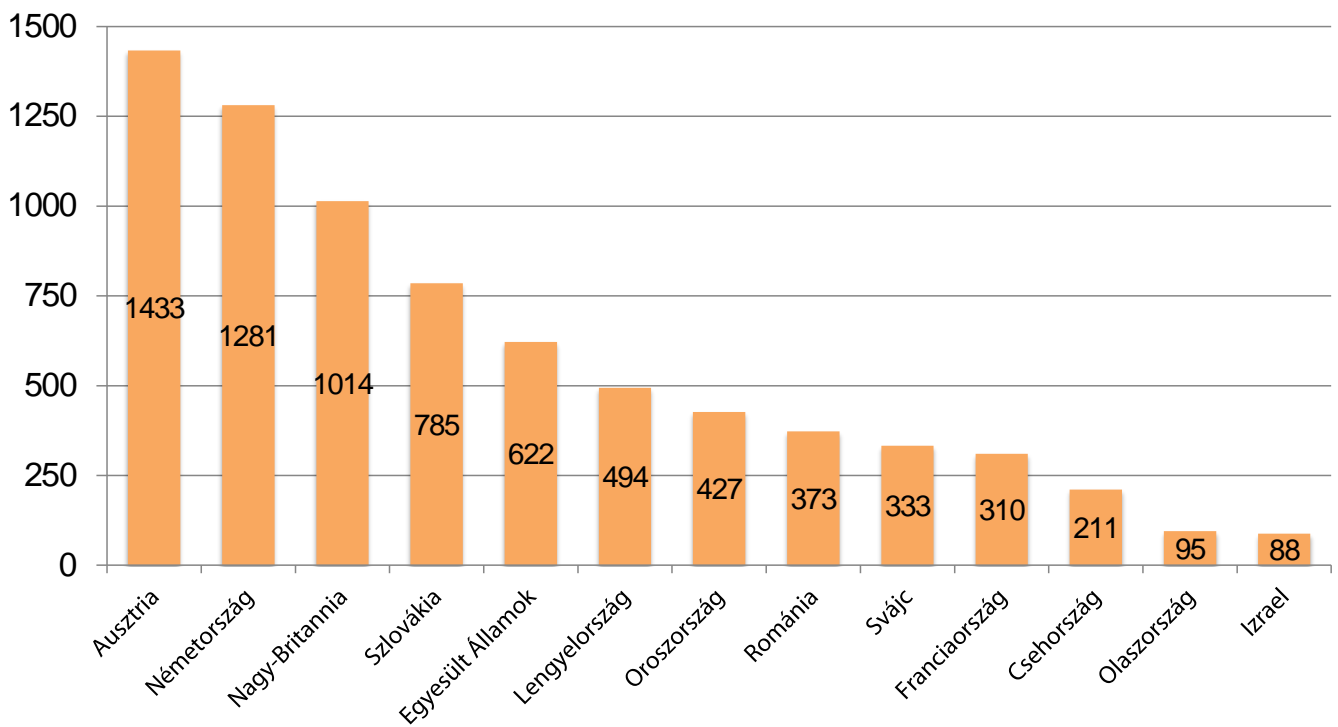
Az arányokat tekintve a román és a lengyel sajtó szintén jelentős figyelmet fordított Magyarországra az elmúlt év során. Szomszédunk vizsgált sajtójában átlagosan 124,3 cikk foglalkozott hazánkkal, míg a lengyel lapok esetében 494 darab megjelenést regisztráltunk, amely 123,5-ös arányt jelent a forrásokra vetítve. A lengyel lapokban a külkapcsolatok témája kapta a legnagyobb teret, összesen 201 darab cikk érintette e területet. A svájci megjelenések átlaga 83,3 darab volt a 4 vizsgált forrásban összesen 333 vonatkozó írás jelent meg. A svájci lapok esetében a választások és a külkapcsolatok témája volt a legmeghatározóbb, 57-57 darab cikk született ezekben a kategóriákban.

Elemzésünkben jelentős elemszámmal rendelkeznek a német megjelenések, a 2014-es év során összesen 1281 darab cikk foglalkozott hazánkkal. Az 1281 megjelenés 20 forrásban kapott helyet, így a német lapátlag 64,1-nek felel meg. A német sajtóban szintén központi kérdés volt a külkapcsolatok kérdése, elsősorban a magyar-német és magyar-orosz viszony. Másik központi témájuk viszont a demokrácia és jogállamiság helyzete volt, mely a reklámadó bevezetésével, a civil szférával kapcsolatos intézkedésekkel, az internetadó bevezetésének tervével, valamint a kormányellenes tüntetésekkel került a legmarkánsabb területekre.

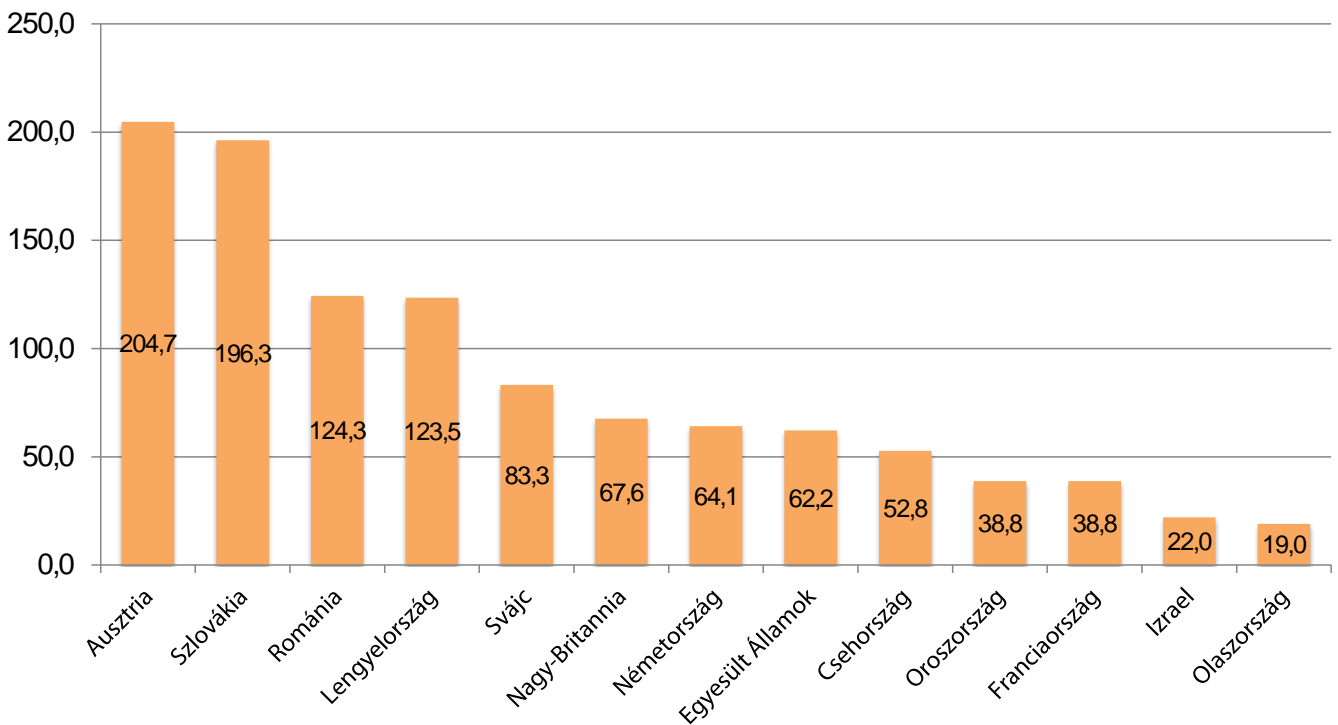
Az összesített megjelenések szerint a harmadik helyen szerepel Nagy-Britannia, összesen 1014 cikk kapott helyet a vizsgált 15 forrás „hasábjain”. A brit sajtó a vezető témák (külkapcsolatok, demokrácia és jogállamiság) mellett nagy terjedelemben foglalkozott a magyar gazdaság helyzetével kapcsolatos hírekkel is, legyen szó statisztikai számadatokról vagy gazdasági mutatókról. A brit médiumok gazdasági orientációjának mértékét jelzi az is, hogy a magyar gazdasági helyzetről ezekben jelent meg a legtöbb cikk, szám szerint 173 darab.

Arányaiban és szám szerint is a legkevesebb megjelenés az olasz és az izraeli sajtóban kapott helyet (95 és 88 darab). Míg a magyar vonatkozásban inaktívnak tekinthető olasz sajtót rendszerint csak a nagy médiavisszhangot keltő ügyek rázták fel, addig az izraeli sajtó fókuszában elsősorban a vélt magyar antiszemitizmus és a szélsőségek álltak.

A forrásonkénti átlagokat vizsgálva (7. ábra) látható, hogy a legnagyobb érdeklődést elsősorban a szomszédos és a régiós országok sajtója mutatja Magyarország iránt.



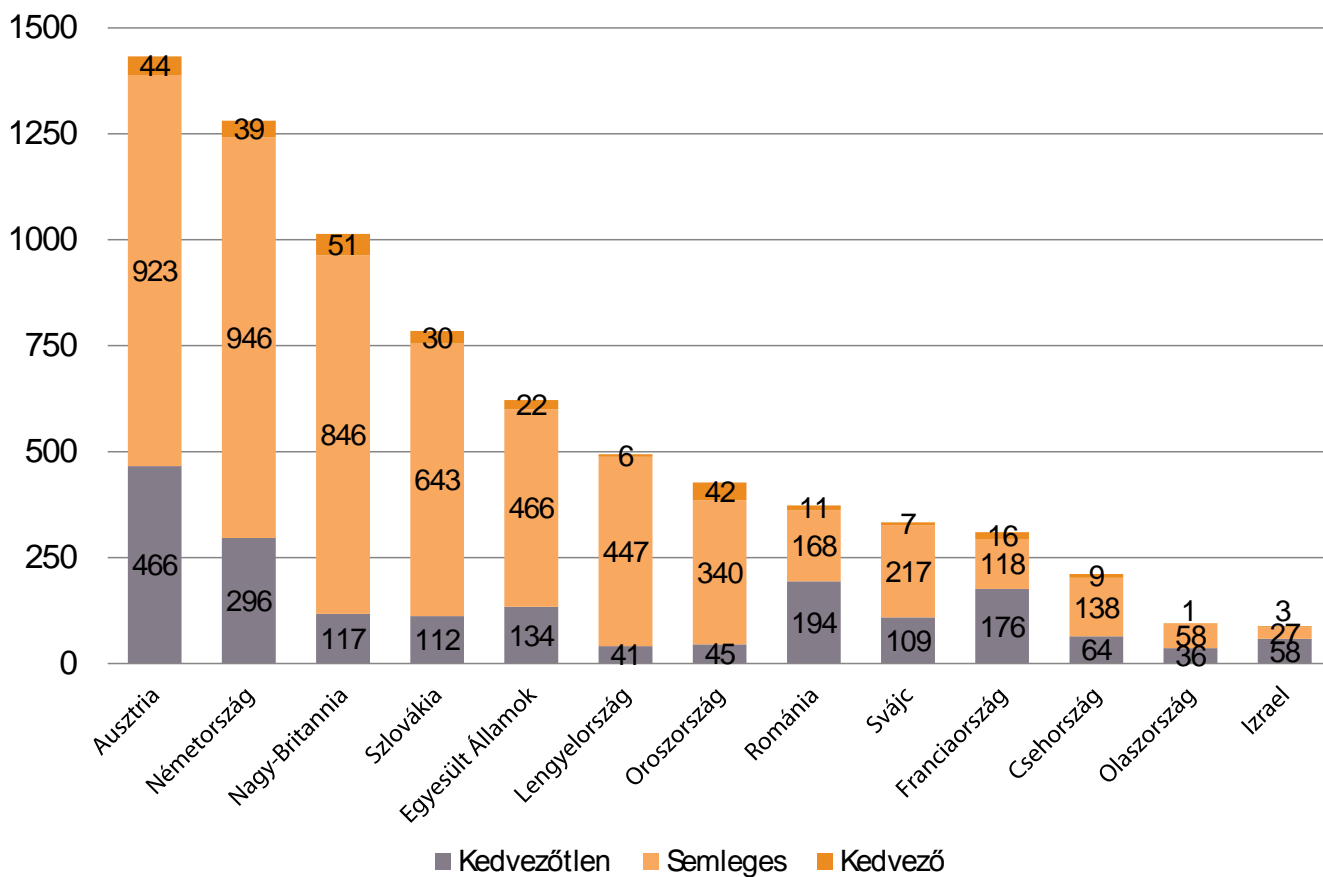
6. ábra: Éves összesített híráktívitás országok szerint (darab)



7. ábra: Éves híráktívitás országonként, forrásonkénti átlag szerint (darab)

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.
Egyesült Államok	60	47	47	67	49	30	53	43	46	68	59	53
Nagy-Britannia	88	73	57	88	77	91	91	62	101	113	99	74
Németország	83	44	110	216	115	84	70	80	100	167	137	75
Franciaország	16	8	13	49	65	26	17	10	23	38	30	15
Olaszország	5	2	1	16	7	15	8	5	10	10	9	7
Ausztria	138	104	90	156	151	115	134	95	92	160	92	106
Svájc	21	22	25	39	33	38	19	10	29	37	31	29
Csehország	14	6	12	36	27	15	17	21	7	21	18	17
Lengyelország	31	29	40	53	60	23	32	28	42	64	50	42
Szlovákia	40	49	56	81	65	51	61	64	67	88	93	70
Románia	50	17	53	28	42	20	26	31	15	50	17	24
Oroszország	46	21	16	57	34	25	30	36	21	44	43	54
Izrael	8	14	13	18	9	5	1	4	2	5	4	5
Összesen	600	436	533	904	734	538	559	489	555	865	682	571

1. táblázat: A híraktivitás országonkénti összesítésben, havi bontásban (darab)



8. ábra: A megjelenések médiahatása országonkénti bontásban (darab)

# Megjelenések forrásai

---

Elemzésünkben a megjelenéseket azok médiaforrása szerint is összesítettük. Az alábbiakban a tíz legtöbb megjelenést adó forrást mutatjuk be részletesen, a nyomtatott sajtó, az online portálok, valamint az egyes médiamárkák esetében. Ez utóbbi összesítés azokat a lapokat tartalmazza, amelyek esetében a márkához tartozó online és print felületet is szemléztük<sup>1</sup>.

## Médiamárkák szerinti csoportosítás

A szemlézett sajtótermékek közül Magyarországgal kapcsolatban a legtöbb cikket a brit Reuters tette közzé, összesen 595 darabot. Ennek oka, hogy a hírszolgáltató nemcsak a politikai, hanem a gazdasági témáknak is teret adott. Ráadásul nemcsak a fajsúlyos gazdasági híreket jelentette meg, hanem a kisebb jelentőségű gazdasági statisztikákat is, ennek köszönhető, hogy a Reuters szinte minden nap foglalkozott hazánkkal.

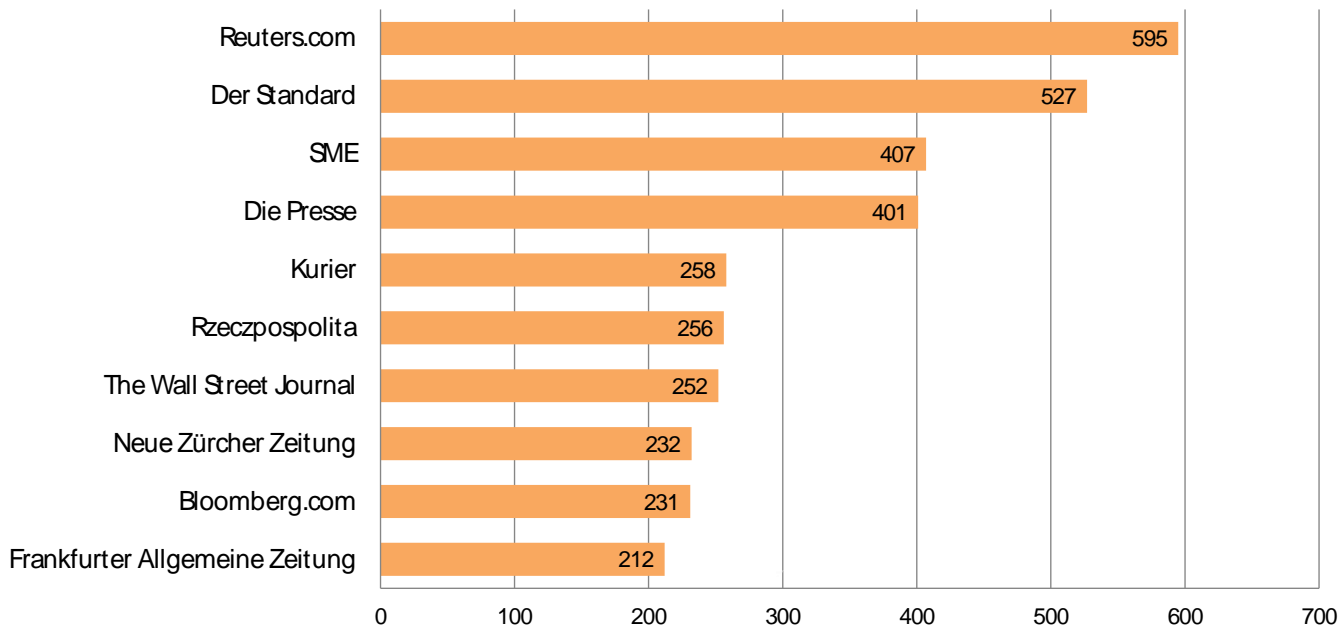
A források között a második helyen az osztrák Der Standard áll, 2014-ben összesen 527 cikket szentelt Magyarország gazdasági és politikai helyzetének nyomtatott és online változatában. A Reuters mellett a Der Standard az egyetlen olyan elemzésünkben szereplő médiamárka, amely esetében a vizsgált megjelenések aránya meghaladta a félezer darabot.

A szlovákiai SME 407 esetben írt Magyarországról, így a harmadik helyen zárt a márkák szerinti megjelenésszám-rangsorban. Meg kell jegyezni: az osztrák Die Presse kevéssel maradt el a harmadik helyezett laptól, hiszen összesen 401 megjelenést regisztráltunk ehelyütt.

A tíz legtöbb magyar vonatkozású cikket megjelentető márka listájában az ötödik helyen a szintén osztrák Kurier végzett 258 írással. Ettől kezdve azonban számos lap hasonló számú cikket közölt Magyarországról. Két dolgot kell kiemelni a megjelenésekkel kapcsolatban. Egyrészt az osztrák sajtó érdeklődését jól jelzi, hogy mind a négy általunk szemlézett lapból 3 bekerült a 10 legtöbb megjelenéssel rendelkező márka közé (a Wirtschaftsblatt.at pedig 247 írásban foglalkozott Magyarországgal). Kevéssel ugyan, de átlépte a 200-as megjelenésszámot jelentő határt a Frankfurter Allgemeine Zeitung is (212 darab).

---

<sup>1</sup> Ez alól a Bloomberg és a Reuters képez kivételt, amelyeknek nincs nyomtatott megfelelőjük.



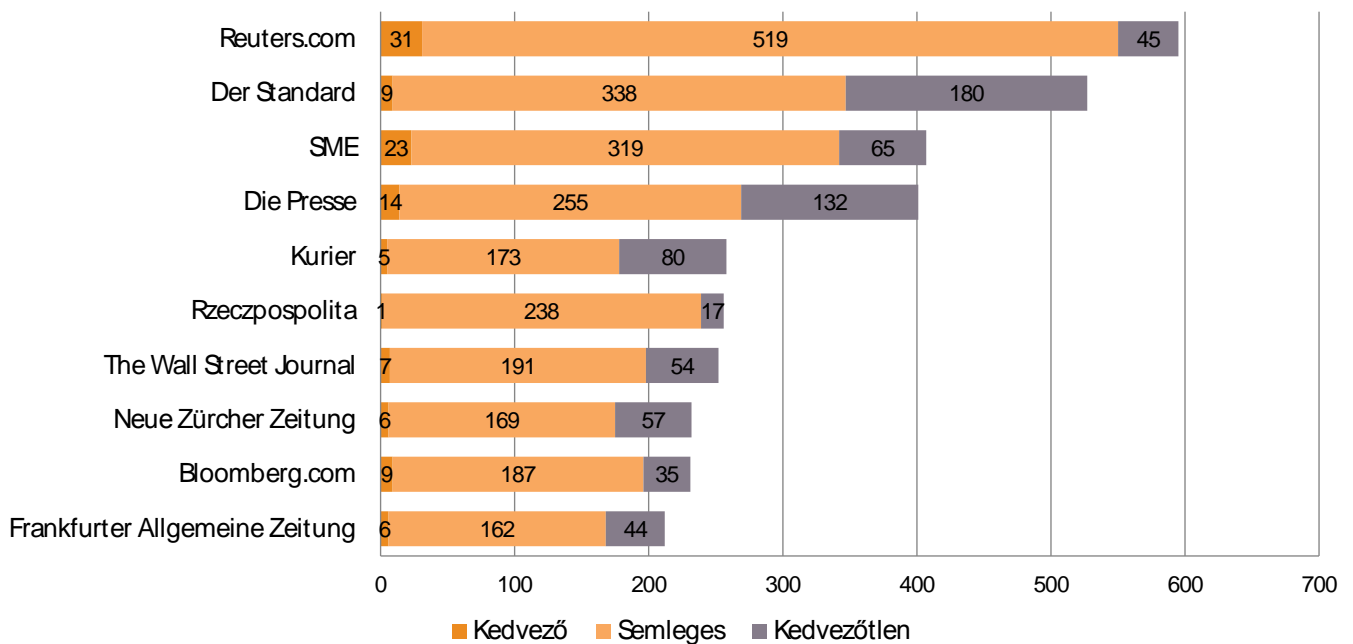
9. ábra: Éves híráktivitás a tíz legtöbb megjelenést adó sajtómárka szerint<sup>2</sup> (darab)

A tíz legtöbb megjelenést adó márka körében a szlovák SME online oldalán megjelent írások vonatkozásában találjuk a kedvező médiahatással bíró cikkek legmagasabb százalékos arányát, mely mutató 5,7 százalék volt. E megjelenések a gazdaság felől érkeztek: olyan kedvező információkról számoltak be, mint hogy nőtt a magyar gazdaság, a kiskereskedelmi forgalom, az ipari termelés volumene, illetve hogy javult a magyar BMI adat.

A legtöbb kedvezőtlen hangvételű cikk arányaiban az osztrák Der Standard és a Die Presse online és print kiadásában volt olvasható, előbbi esetében 34,2, utóbbinál 32,9 százalék. A lapok kritikussága elsősorban a magyar demokrácia és jogállamiság vélt hanyatlására vezethető vissza: a cikkek jelentős része az ország általuk autoriternek vélt fordulatát, valamint a demokrácia leépítését bírálta.

A tárgyilagos cikkek aránya a lengyel Rzeczpospolita esetében volt a legmagasabb, 93 százalék, amely sajtómárkát pedig a Reuters követi 87,2 százalékkal. Összességében tehát e két lap volt, amelyik a legtárgyilagosabban számolt be a magyar politikai és gazdasági helyzetről.

<sup>2</sup> Tartalmazza az egyes márkák internetes és nyomtatott verzióját is.

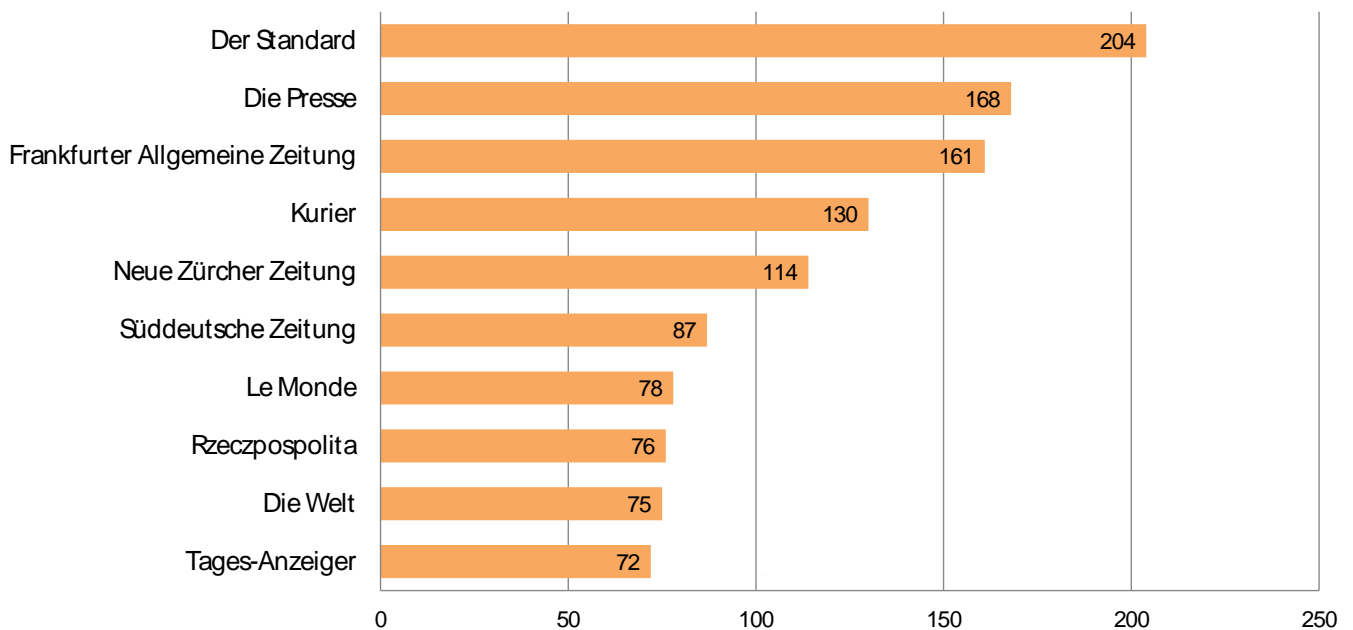


10. ábra: A tíz legtöbb megjelenést adó sajtómárka médiahatása (darab)<sup>3</sup>

### Nyomtatott lapok csoportosítása

Az általunk vizsgált nyomtatott sajtótermékek között a legtöbb tudósítás az ausztriai Der Standard hasábjain jelent meg, összesen 204 darab. A második legtöbb írást, 168 darabot a Die Presse közölte Magyarországgal kapcsolatban, míg a harmadik helyen a német Frankfurter Allgemeine Zeitung áll 161 megjelenéssel.

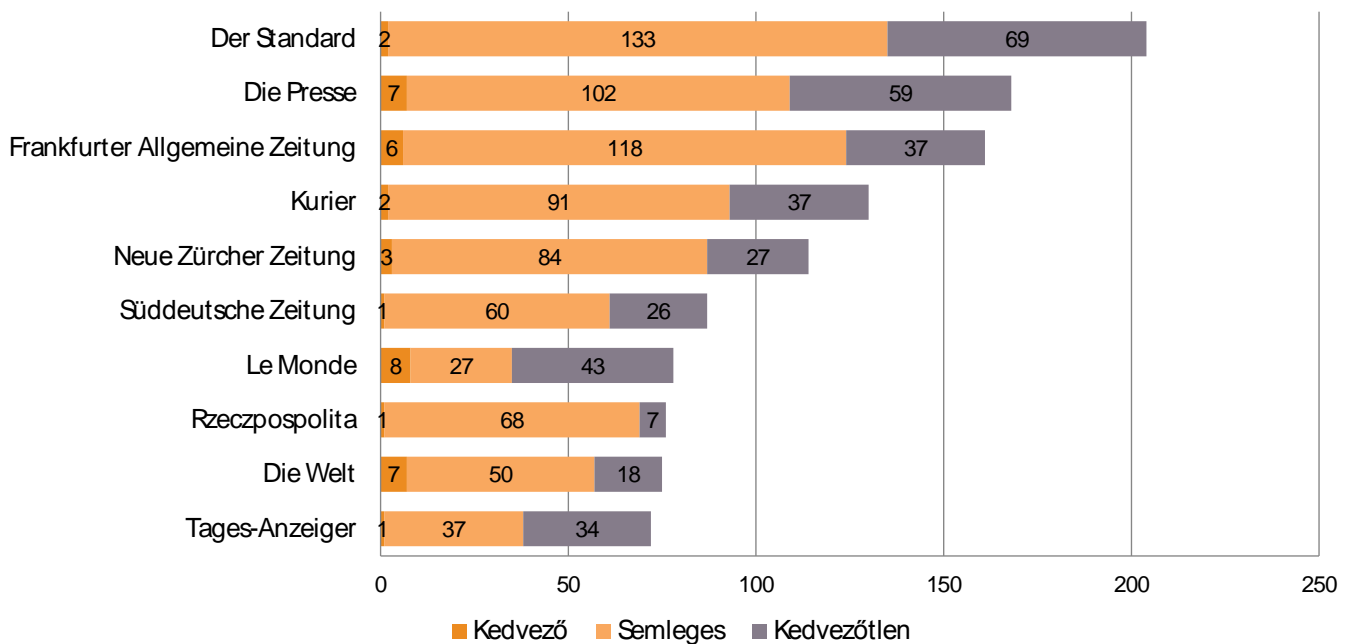
<sup>3</sup> Tartalmazza az egyes márkák internetes és nyomtatott verzióját is.



11. ábra: A tíz legtöbb megjelenést adó nyomtatott sajtótermék (darab)

A médiaképet vizsgálva megállapítható, hogy a tárgyilagos képet alkotó tudósítások aránya a lengyel Rzeczpospolita oldalain kapott helyet, szám szerint 68 darab, ami 89,5 százalékos aránynak felel meg. A kedvezőtlen képet alkotó cikkek aránya szintén ehelyütt volt a legalacsonyabb, míg a legmagasabb a baloldalinak tartott Le Monde esetében volt, több mint 55 százalék. Érdeemes kiemelni, hogy ugyan minden második hír kedvezőtlen képet alkotott hazánkról e sajtótermék hasábjain, mégis 10 százaléknyi kedvező cikk is megjelent, amely az arányokat tekintve a legmagasabb a vizsgált sajtótermékek között. Ugyanakkor e 10 százalék összesen 8 darabot jelent az egész év során.

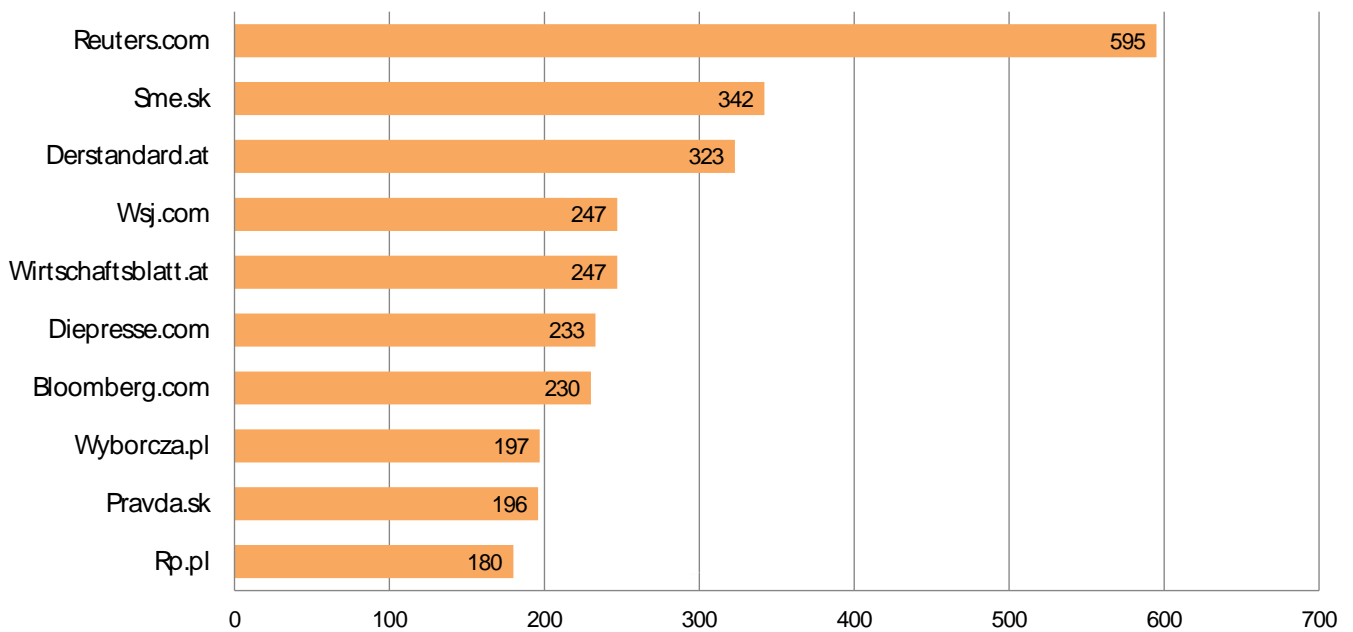




12. ábra: A tíz legtöbb megjelenést adó nyomtatott sajtótermék médiahatása (darab)

### Internetes sajtótermékek csoportosítása

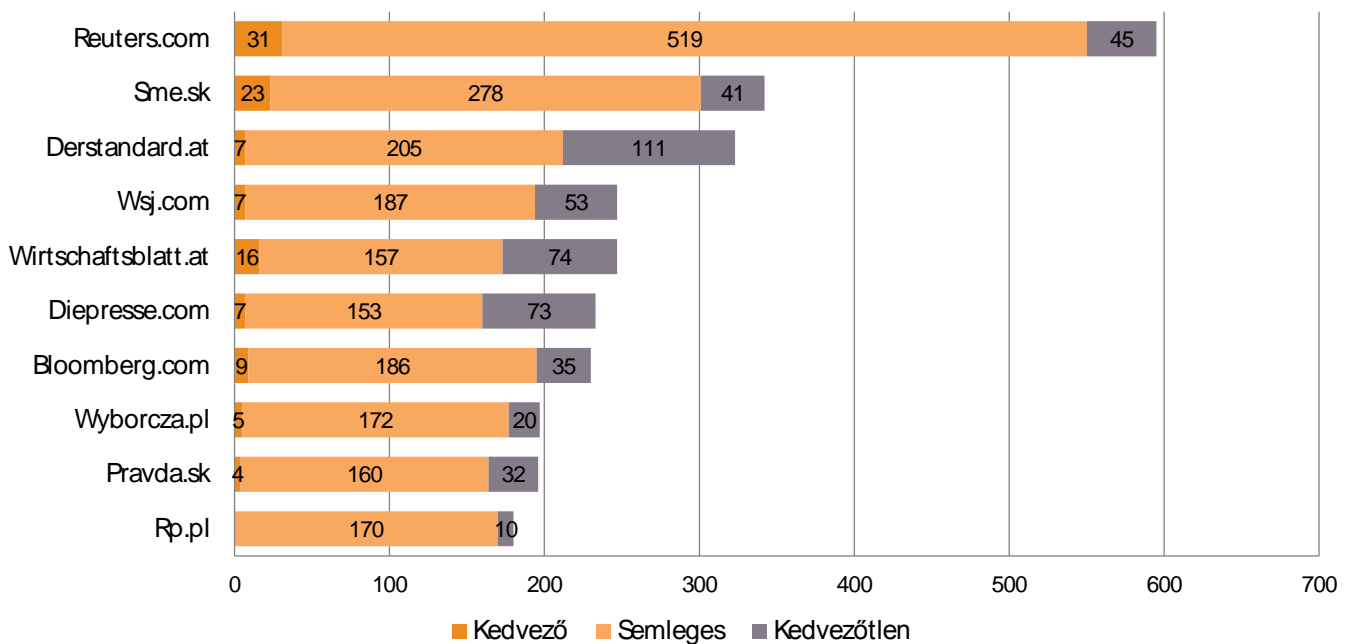
Az internetes portálok között a legtöbb tudósítás a Reuters hírportálon jelent meg, összesen 595 darab, amellyel nem csak az online lapok között végzett az első helyen, hanem a márkák szerinti rangsorban is. Külön érdemes kiemelni, hogy a másik szemlézett hírügynökség, a Bloomberg 230 írást közölt a magyar politikai és gazdaság alakulásáról. A második legtöbb megjelenés a szlovák SME internetes kiadásából származik, összesen 342 darab, míg a Der Standard online portálja 323 esetben foglalkozott Magyarországgal.



13. ábra: A tíz legtöbb megjelenést adó internetes sajtótermék (darab)

Az online sajtótermékek esetében a megjelenések médiahatása kedvezőbb volt, mint a nyomtatott lapok körében, magasabb volt a semleges képet alkotó cikkek aránya, valamint alacsonyabb a kedvezőtlen képet festőké.

A tárgyilagos bemutatású cikkek aránya a Rzeczpospolita internetes kiadásában volt a legmagasabb, 94,4 százalék. A kedvezőtlen beszámolók aránya 5,6 százalék volt e médium esetében, míg a második legalacsonyabb mutatóval a Reuters rendelkezik. A kedvezőtlen médiaképet vázoló írások aránya a tízes listán szereplő osztrák portálok esetében volt a legmagasabb, mindhárom esetben 30 százalék feletti.

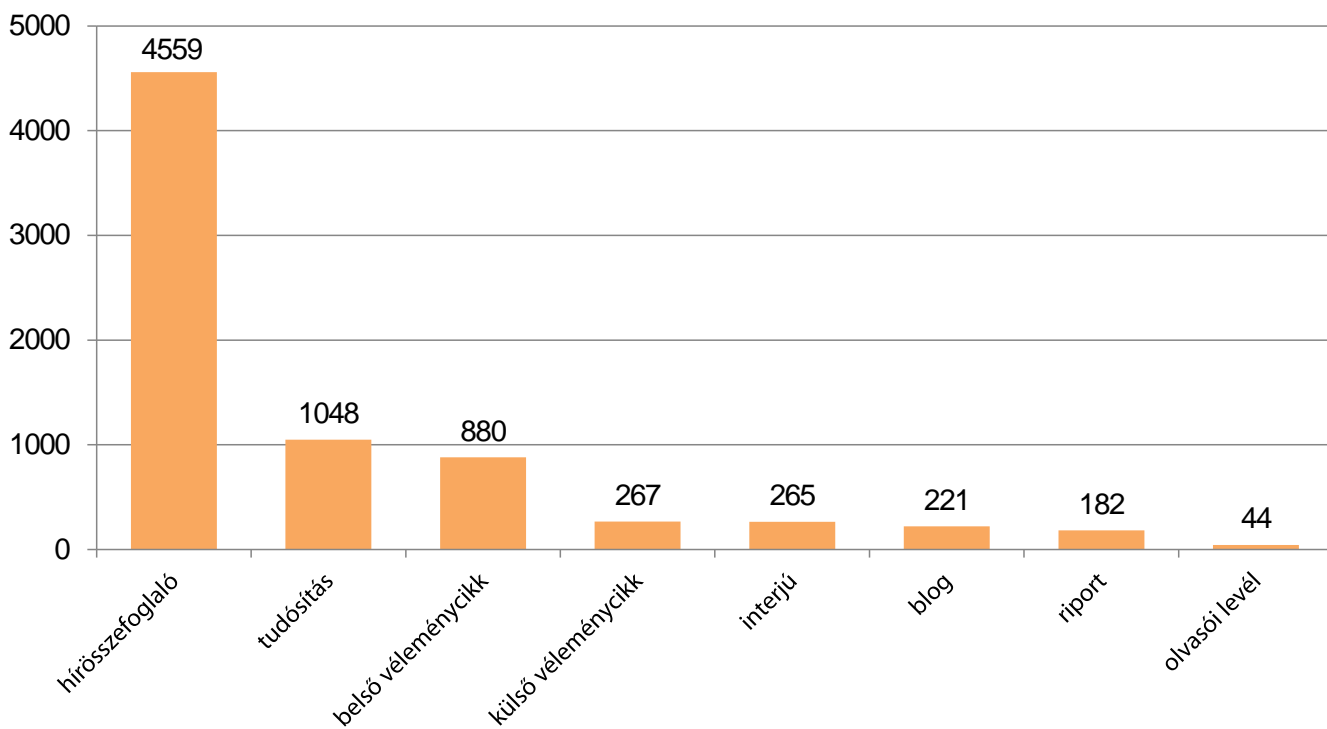


14. ábra: A tíz legtöbb megjelenést adó internetes sajtótermék médiahatása (darab)

### Sajtóműfajok csoportosítása

A médiaforrások mellett külön vizsgáltuk, hogyan alakulnak a megjelenésszámok a különböző sajtóműfajok esetében.

A vizsgált cikkek döntő többsége, 4559 darab hírösszefoglaló volt, amely az összes megjelenés 61,1 százalékát jelenti. A 4559 hírösszefoglaló mellett 1048 tudósítás foglalkozott Magyarországgal. A tényközlő írások közé tartozik még az 265 megjelent interjú, valamint a 182 darab riport. A 6054 tényközlő megjelenést 1412 véleményközlő írás egészítette ki: 880 belső, azaz az adott lap munkatársától származó véleménycikk, 267 külső véleménycikk, valamint 221 darab blogbejegyzés és 44 olvasói levél.



15. ábra: A megjelenések száma sajtóműfajok szerint (darab)

## Kiemelt témák

---

A tematikus híraktívítás vizsgálata alapján megállapítható, hogy a Magyarországról szóló hírek közül a nemzetközi sajtó az ország külkapcsolatainak szentelte a legnagyobb figyelmet. 2014-ben összesen 1937 írás jelent meg e témával kapcsolatban, amelyek átfogóan foglalkoztak a magyar diplomáciával, bi- és multilaterális vonatkozású kérdésekkel. A megjelenésszámok jól jelzik, a nemzetközi politikai folyamatok alakulásának következtében mennyire felértékelődött Magyarország szerepe Európa és a térség szempontjából. Az összes vizsgált megjelenés 25,9 százaléka a magyar külkapcsolatok témájával foglalkozott, míg a második legtöbb megjelenést adó jogállamisági kérdések pedig 957 esetben kerültek előtérbe, amely az összes cikk 12,8 százaléknak felel meg.

Bár nem kiegyensúlyozottan, de a vizsgált időszak egészén átívelően befolyásolta a külkapcsolatok témája Magyarország médiaképét. A külügyi hírek legerőteljesebben októberben és májusban formálták az ország nemzetközi megítélését, ezekben a hónapokban publikálták ugyanis a legtöbb cikket a témában (szám szerint 341 és 264 darabot). Tavasszal a külföldi sajtó hosszú időn keresztül napirendjén tartotta Orbán Viktornak a magyar kisebbség autonómiájával kapcsolatos kijelentését, valamint két okból is előtérbe került Magyarország és az Európai Unió viszonya. Az egyik apropót az uniós tagság 10. évfordulója jelentette, a másikat pedig az Európai Bizottság elnöki pozíciójának megüresedése, amely okán sokszor felmerült Jean-Claude Juncker jelölt magyar támogatásának kérdésessége. Ősszel a külpolitikai és külgazdasági témájú cikkek elsősorban a magyar-amerikai kapcsolatok kérdésével foglalkoztak.

A magyar külkapcsolatok témája leginkább a német nyelvű sajtót foglalkoztatta, Ausztriában 341, Németországban pedig 322 darab megjelenés született e témában. A két ország megközelítésében eltérő jellemvonás, hogy az osztrák sajtótermékekben megjelent cikkek között nagyobb arányban jelentek meg kritikus hangok: míg a német lapokban ez 15 százalék volt, az osztrák médiumokban 27 százalék.

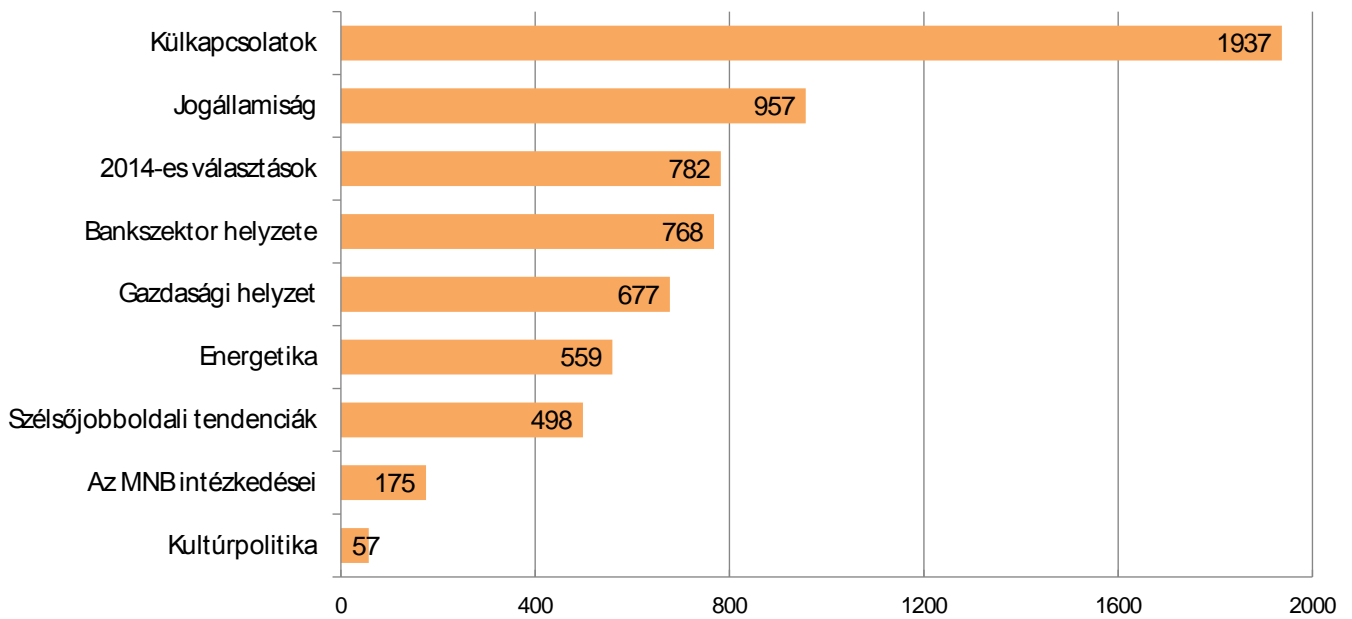
Az év második legnagyobb megjelenésszámot generáló témája (957 darab) a magyar demokrácia és jogállamiság helyzete volt. Az e témakörhöz sorolt megjelenések aránya októberben volt a legmagasabb, ekkor az „internetadóként” elterjedt koncepció bejelentéséről és az az ellen szervezett demonstrációkról cikkezett a vizsgált nemzetközi sajtó. A beszámolók többsége tágabb kontextusban tárgyalta a javaslatot, és olyan intézkedések sorába illesztve számoltak be róla, amelyek a sajtóban

megjelent vélemények szerint aláássák a jogállamot és gyengítik a demokráciát. Az internetadó mellett számos megjelenés született Orbán Viktor tusnádfürdői beszéde kapcsán is.

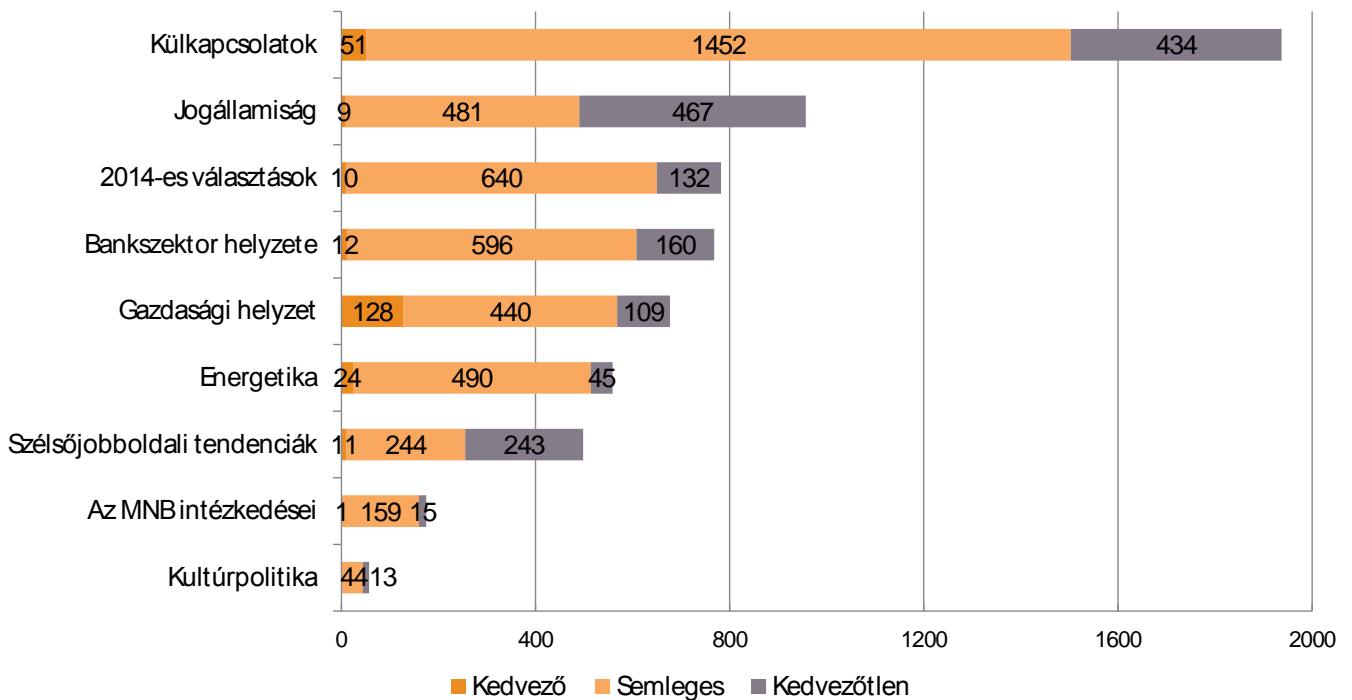
A témáról a német sajtó cikkezett a legintenzívebben (266 darab tudósítás), míg az osztrák sajtó 180 írást szentelt e területnek, míg a harmadik legtöbb megjelenés a brit lapokban jelent meg, összesen 96 darab. A német sajtó különösen érzékenynek mutatkozott a magyar sajtó helyzetét érintően. Hangsúlyosan jelent meg a vizsgált német lapokban a reklámadó kérdése, hiszen az adó leginkább a legtöbb reklámbevéttel rendelkező RTL Csoportot érinti, amely a német Bertelsmann konglomerátum tulajdonában áll, így a magyar adóintézkedés német érdekeket is sérthet.

Közepes nemzetközi médiaérdeklődés övezte a 2014-ben megtartott három választást, összesen 782 darab cikk jelent meg e témában. A legnagyobb figyelem az április 6-ra kitűzött parlamenti választásra irányult, amelyről a választások másnapján összesen 117 darab írást publikáltak. Az EP-, valamint a helyhatósági választások másnapján ennél jóval csekélyebb volt a megjelenések száma: május 26-án 32 darab, október 13-án 24 darab cikket regisztráltunk.

Hasonló számú tudósítás foglalkozott a magyar bankszektor helyzetével is, szám szerint 768 darab. A magyar gazdaság alakulásáról 677 cikk számolt be a vizsgált külföldi lapokban, míg az energetikai kérdésekről 559 esetben tudósítottak. A gazdasági témájú cikkek között volt a legmagasabb azon írások aránya, amely kedvező képet alkotott Magyarországról. A magyar gazdaság állapotát taglaló írások között 18,9 százalék volt az ilyen cikkek aránya. A tárgyilagos képet közlő tudósítások aránya az MNB intézkedéseivel kapcsolatban volt a legmagasabb, 90,9 százalék, míg a második legmagasabb mutató az energetikai kérdések vonatkozásában mutatkozott, e téma kapcsán a semleges médiahatással rendelkező írások száma 490 darab volt, amely 87,7 százaléknak felel meg. E két téma megjelenése közötti hasonlóságot jelzi, hogy e két esetben volt a legalacsonyabb az ország szempontjából kedvezőtlen médiaképet alkotó cikkek aránya: az energiaszektor helyzete esetében e mutató 8,1 százalék, míg az MNB intézkedései kapcsán 8,6 százalék volt. A kedvezőtlen médiaképpel rendelkező cikkek aránya a vélt szélsőjobboldali tendenciák és a jogállamiság kapcsán volt a legmagasabb, 48,8 százalék. Ugyanakkor e két téma az, ahol a szubjektív álláspontok a legnagyobb teret kaphatnak.



16. ábra: A kiemelt témák éves megjelenésszáma (darab)



17. ábra: A kiemelt témák médiaképének alakulása (darab)

## 2013-2014 összehasonlítása

---

A 2013-as és a 2014-es év összehasonlításának alapjául 91 hírforrás szolgált, a módszertani változások miatt csupán ezek adatait lehetett összevetni. A tavalyi év során bővült a szemlézett lapok köre 2013-hoz képest, így az összehasonlító elemzésbe nem lehetett 8 médiumot bevonni (Tagesschau.de, Heute.de, Cnn.com, Bbc.com, Haaretz.co.il, The Jerusalem Post, Ynet.co.il)

Az összesített megjelenésszámok alapján elmondható, hogy 2014-ben nagyobb nemzetközi médiafigyelem irányult Magyarországra. Míg 2013-ban az összehasonlításban szereplő lapokban 6795 cikk foglalkozott az országot érintő politikai és gazdasági kérdésekkel, addig 2014-ben ez a szám 7275-re emelkedett. A nagyobb cikkszám hátterében az áll, hogy 2014 vezető témáinak, legfőképpen az ország külkapcsolatainak nagyobb jelentőséget tulajdonított a külföldi sajtó. A nagyobb érdeklődés ebben a témában közel dupla annyi megjelenést jelent, ugyanis az előző évi 958 darabról 1887 darabra nőtt a témában jegyzett cikkek száma. Magyarország szerepe láthatóan az ukrán-orosz konfliktushoz való közelsége révén értékelődött föl a nemzetközi sajtóban. A fokozottabb nemzetközi figyelmet pedig tovább erősítették a 2014-es évben megrendezett választások: az országgyűlési, az európai parlamenti és az önkormányzati választások, melyek együttesen 749 cikket eredményeztek, míg a választásokat megelőző kampánnyal 2013-ban még csak 184 írás foglalkozott.

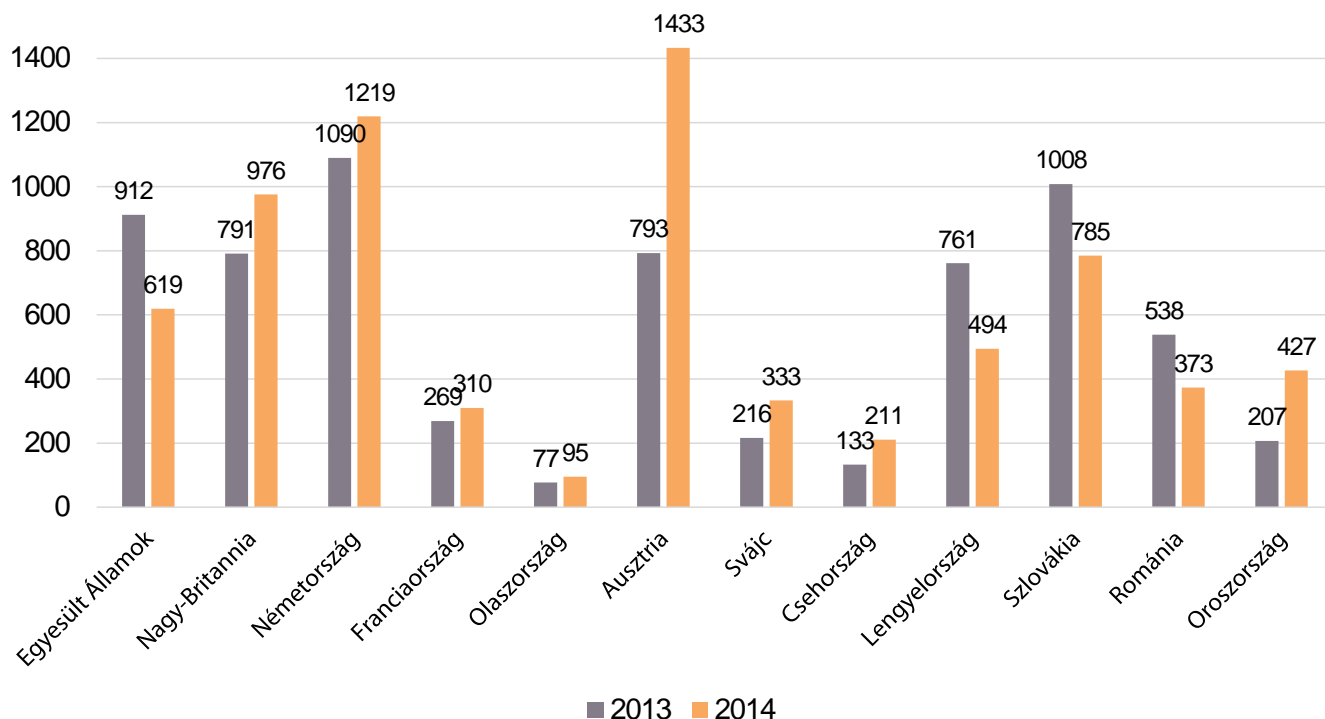
Az országokénti híráktivitását tekintve nem figyelhető meg általános érvényű tendencia. Nyolc vizsgált ország esetében nőtt a Magyarországgal kapcsolatos tudósítások száma (Nagy-Britannia, Németország, Franciaország, Olaszország, Ausztria, Svájc, Csehország és Oroszország), míg az összehasonlításban szereplő másik négy ország esetében csökkenést regisztráltunk.

A vizsgált orosz sajtó több mint kétszer annyi megjelenést szentelt hazánknak, mint 2013-ban tette: akkor 207 cikk foglalkozott a magyar politikai és gazdasági helyzettel, 2014-ben pedig már 427. A jelentős növekedés hátterében elsősorban napirendi sajátosságok állnak. A tavalyi év során az orosz sajtó számos esetben foglalkozott a paksi bővítés kérdésével, illetve az orosz-ukrán konfliktussal, így a kapcsolódó magyar állásponttal is. Jelentősen emelkedett még az osztrák sajtómegjelenések száma (793 darabról 1433 darabra), illetve a svájci tudósításoké (216 darabról 333 darabra).

A legnagyobb csökkenés a lengyel lapok esetében mutatkozott, 35 százalékkal kevesebb cikk jelent meg országukban, mint 2013-ban. A különbség nem magyarázható egyetlen témával, az érdeklődés



csökkenése ennél általánosabb, mindegyik témával összefüggésben kevesebb cikk született 2014 során. Hasonló mértékű csökkenés mutatkozott az amerikai és a romániai sajtótermékek esetében is.



18. ábra: 2013 és 2014 híraktivitásának országonkénti összehasonlítása (darab)

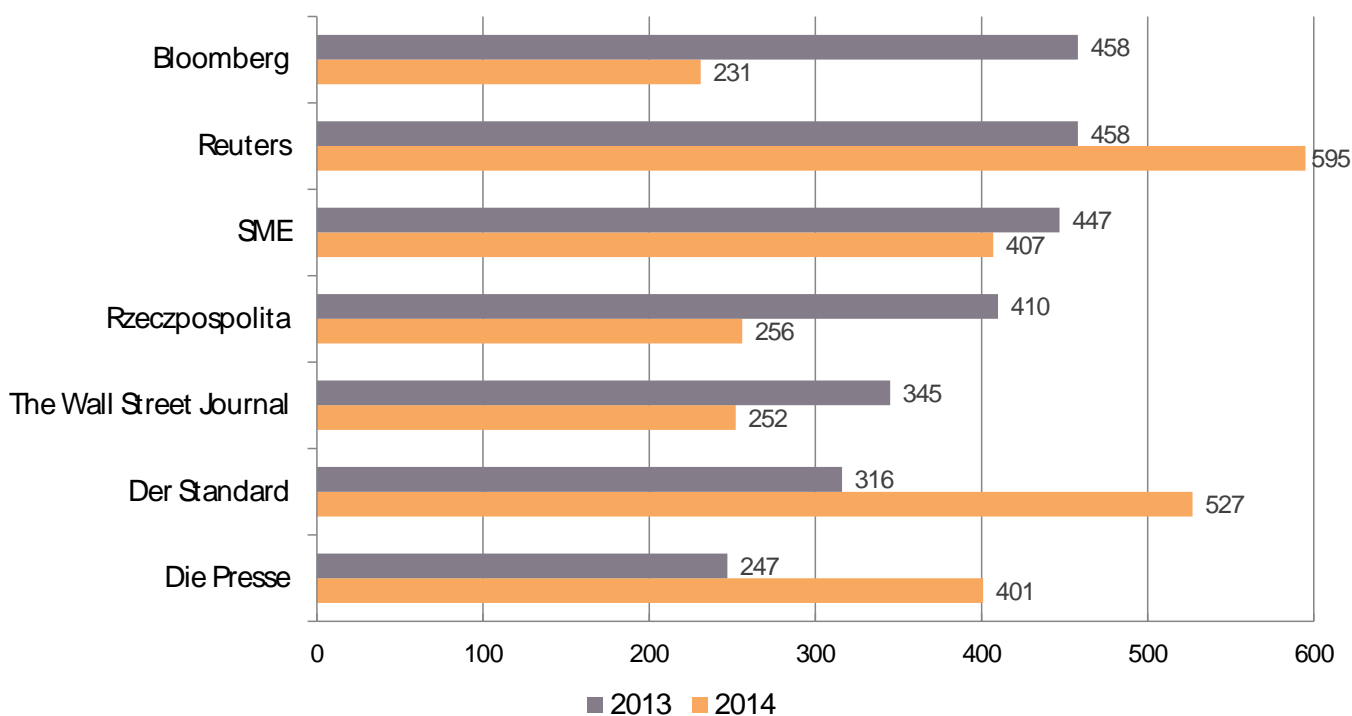
Az eltelt év során tárgyilagosabb lett az ország médiaképe. A semleges médiaképpel rendelkező tudósítások aránya 63,7 százalékról 71,8 százalékra nőtt. A kedvezőtlen médiaképet alkotó cikkek aránya 29,5 százalékról 24,5 százalékra csökkent, míg a kedvező írások aránya 6,7 százalékról 3,8 százalékra változott.

	Kedvező		Semleges		Kedvezőtlen		Összesen	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Egyesült Államok	67	22	697	464	148	133	912	619
Nagy-Britannia	41	51	574	813	176	112	791	976
Németország	35	37	532	891	523	291	1090	1219
Franciaország	8	16	115	118	146	176	269	310
Olaszország	9	1	19	58	49	36	77	95
Ausztria	44	44	484	923	265	466	793	1433

Svájc	8	7	113	217	95	109	216	333
Csehország	19	9	61	138	53	64	133	211
Lengyelország	142	6	507	447	112	41	761	494
Szlovákia	28	30	902	643	78	112	1008	785
Románia	31	11	213	168	294	194	538	373
Oroszország	25	42	114	340	68	45	207	427

2. táblázat: A 2013-as és 2014-es megjelenések médiaképe országokénti bontásban (darab)

2013 és 2014 tíz legtöbb megjelenést adó sajtómárkái között hét azonosat találunk. Ezek alapján a Bloomberg, a Reuters, a The Wall Street Journal, a Der Standard, a Die Presse, a SME és a Rzeczpospolita foglalkozott a legtöbbet Magyarországgal az elmúlt két évben. Az országra irányuló figyelem intenzitása azonban a hét vezető hírforrás esetében is változott. A legjelentősebb változás, hogy a Die Presse és a Der Standard megjelenésszáma több mint 60 százalékkal nőtt Magyarország esetében. Ezzel szemben a Bloomberg hírügynökség által közölt megjelenések száma 50 százalékkal alacsonyabb lett.



19. ábra: A legtöbb megjelenést adó sajtómárkák megjelenésszáma (darab)

# Módszertan

---

A Nézőpont Intézet elemzésében 13 ország sajtótermékeiben vizsgálta meg Magyarország megjelenéseit. Szemlénkbe azok a cikkek és interjúk kerülnek be, amelyek részben vagy egészében Magyarország politikai és gazdasági helyzetével kapcsolatosak.

A vizsgált világsajtó a következő fejezetben kerül tételes felsorolásra. Elemzésünkben szerepelnek internetes és nyomtatott sajtótermékek is. A vizsgált nyomtatott sajtótermék esetében az internetes megfelelőjüket is vizsgáltuk. A lenti táblázatban közösen kerültek feltüntetésre az egyes nyomtatott és ahhoz kapcsolódó internetes források, azonban az elemzésünkben ezekre – főszabály szerint – külön sajtótermékként tekintettünk. E szabály alól a médiamárkák szerinti csoportosítás jelent kivételt, ebben az esetben kifejezetten azt vizsgáltuk, hogy az egyes „márkanevek” és logók alatt hány megjelenés látott napvilágot Magyarországgal kapcsolatban.

Elemzőink a releváns megjelenéseket tartalomelemzésnek vetik alá; a vizsgálat során többféle szempontot is figyelembe vesznek, amelyeken keresztül jól bemutatható Magyarország nemzetközi médiaképe, illetve annak éves szintű alakulása. A megjelenések kategorizáltuk azok forrása, műfaja valamint témája szerint. Elemzésünkben az egész évet átívelően 9 fő témát tudtunk elkülöníteni, amelyek a legtöbb alkalommal jelentek Magyarországgal kapcsolatban. Az egyes témakategóriák használata közös szempontrendszer alapján történik, így az adatok összevethetők.

A besorolás alapja, hogy az egyes megjelenések milyen központi üzenettel foglalkoznak. Ezek alapján határoztuk meg a 2014-es év vezető témáit, ugyanakkor nem minden megjelenést lehetett e kategóriák mentén elhelyezni.

Az alábbi fő témákat határoztuk meg az év során:

- **Külkapcsolatok:** az ország külpolitikai és külgazdasági, két- és többoldalú nemzetközi kapcsolatait tárgyaló cikkek összessége.
- **Jogállamiság:** az ország demokratikus berendezkedésével, a joguralom elvével, valamint a fékek és ellensúlyok rendszerével kapcsolatos cikkek összessége.
- **2014-es választások:** a 2014-es országgyűlési, európai parlamenti és önkormányzati választásokat tárgyaló cikkek összessége.

- Bankszektor helyzete: az országban működő pénzüzetek piaci helyzetét, azok működési környezetét és szabályozását tárgyaló cikkek összessége.
- Gazdasági helyzet: a nemzetgazdaság állapotát, az ország területén működő hazai és külföldi vállalatok tevékenységét, valamint a belföldi vállalatok nemzetközi megjelenését tárgyaló cikkek összessége.
- Energetika: az ország területén működő hazai és külföldi energetikai vállalatok tevékenységével, valamint az energiaszektort érintő intézkedésekkel és szabályozásokkal kapcsolatos cikkek összessége.
- Szélsőjobbaldali tendenciák: a vélelmezett antiszemitizmussal, rasszizmussal és a szélsőjobbaldalinak tekintett pártokkal kapcsolatos cikkek összessége.
- Az MNB intézkedései: a magyar jegybankkal, működésével és monetáris politikájával foglalkozó cikkek összessége.
- Kultúrpolitika: a magyar kulturális és művészeti élet állapotával, illetve annak állami szabályozásával foglalkozó cikkek összessége.

A megjelenések vizsgálatokor külön kategorizáltuk, hogy azok milyen képet alkotnak Magyarországról, kedvező, semleges vagy kedvezőtlen hatással bírnak, mely jellemvonást elemzésünkben médiahatásnak neveztük el. Elemzőink azonos kritériumrendszer alapján csoportosították a híreket e szempont szerint, így ezek az adatok minden esetben összehasonlíthatóak.

Az elemzésünkben szereplő adatok kerekített adatok.

## A vizsgált források

Egyesült Államok	Nagy-Britannia	Németország
Bloomberg.com	BBC.com	Berliner-zeitung.de
CNN.com	European Voice	Frankfurter Allgemeine Zeitung
International New York Times	Financial Times	Frankfurter Rundschau
The New York Times	Telegraph.co.uk	Handelsblatt
The Washington Post	The Economist	Heute.de
The Wall Street Journal	The Guardian	Der Spiegel
	The Observer	Süddeutsche Zeitung
	The Times	Tagesschau.de
	Reuters.com	Tagesspiegel.de
		Die Tageszeitung
		Die Welt
		Die Zeit

Lengyelország	Olaszország	Ausztria
Wyborcza.pl	Corriere.it	Der Standard
Rzeczpospolita	La Repubblica	Die Presse
Wp.pl	Lastampa.it	Kurier
	Osservatoreromano.va	Wirtschaftsblatt.at

Svájc	Csehország	Szlovákia
Neue Zürcher Zeitung	Lidovky.cz	Hnonline.sk
Tages-Anzeiger	Mladá Fronta Dnes	Pravda.sk
	Novinky.cz	SME

Franciaország	Románia	Oroszország
Lexpress.fr	Adevarul.ro	Izvestia.ru
Le Figaro	Evz.ro	Kommersant
Le Monde	Jurnalul.ro	Lenta.ru
Nouvelobs.com		Nyezaviszimaja Gazeta
Libération		Ria.ru
		Rosszijszkaja Gazeta
		Vedomosztyi

Izrael
Haaretz.co.il
The Jerusalem Post
Ynet.co.il