

---

Periszkóp Médiakutató Kft.

# **Közzolgálati rádiókra vonatkozó elvárások vizsgálata**

(országos reprezentatív közvélemény-kutatás 2008)

**Budapest, 2008. november, 29. szám**

---

*ISSN 1788-134X*  
*ISBN 978-963-88088-3-7*

*Kiadja az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet*  
*Budapest, 1021 Hűvösvölgyi út 95.*  
*Felelős kiadó: Nahimi Péter igazgató*  
*Borítóterv: Czákó Zsolt*  
*Nyomdai munkák*  
*Műegyetemi Kiadó*  
*Felelős vezető: Wintermantel Zsolt*  
*[www.kiado.bme.hu](http://www.kiado.bme.hu)*

---

## Tartalom

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ</b> .....   | <b>4</b>  |
| <b>2. BEVEZETÉS, MINTALEÍRÁS</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>3. RÁDIÓHALLGATÁSI SZOKÁSOK</b> .....   | <b>9</b>  |
| 3.1 RÁDIÓADÓK ISMERTSÉGE, HALLGATOTTSÁGA .....   | 12        |
| 1) „Nyitott zenecentrikus” .....   | 15        |
| 2) „Komoly rádiózók” .....   | 15        |
| 3) „Klasszikus” kereskedelmi.....  | 15        |
| 4) Zenés közszolgálat.....   | 16        |
| 5) Sláger .....  | 16        |
| 6) Kényelmesek.....  | 16        |
| <b>4. ISMERETEK ÉS ATTITÚDOK A KÖZSZOLGÁLTATISÁG FOGALMÁVAL<br/>KAPCSOLATBAN</b> ..... | <b>17</b> |
| 4.1 Az MR2 Petőfi Rádió műsorkínálatának megítélése .....                              | 22        |
| 4.2 A közszolgálati rádiók finanszírozásának megítélése .....                          | 27        |

## 1. Vezetői összefoglaló

- A médiakutatásban használt sztenderdek alapján rendszeres, aktív rádióhallgatóknak azok tekinthetők, akik naponta vagy hetente több alkalommal kapcsolják be készüléküket. Ez alapján a magyarországi felnőtt lakosság négyötöde (79%) sorolható ebbe a kategóriába. A válaszadók több mint fele (57%) naponta, ötöde (22%) pedig hetente legalább három-négy alkalommal hallgat rádiót, további 12 százalék ennél is ritkábban. Mivel a társadalom túlnyomó többsége aktív rádióhallgatónak tekinthető, így nem meglepő, hogy minden lényeges szocio-demográfiai csoportban közel azonos súllyal vannak jelen.
- A rádiót valamilyen rendszerességgel hallgatók egy átlagos hétköznap három és egynegyed órát (195 perc), de egy átlagos hétvégi napon is három órát (180 perc) töltenek rádió mellett. Alapvetően meghatározó a háttérrádiózás gyakorlata. A naponta rádiózók leggyakrabban (76%) munkahelyüket említették a rádiózás színtereként. A közönség többsége nem a csatornát, hanem a tartalmat preferálja. A válaszadók fele (54%) főként a szórakozást, a kikapcsolódást helyezi az első helyre, minden harmadik válaszadó (31%) a tájékozódást, az információszerzést tartja a legfontosabbnak.
- A leghallgatottabb adó a Sláger Rádió, ezt a 18 évnél idősebb lakosság ötöde (22%) hallgatja napi gyakorisággal. Konkurensa, a Danubius Rádió (15%), valamint az MR1/Kossuth Rádió (17%) ennél valamivel kisebb törzsközönséggel rendelkezik. Az MR2 Petőfi napi hallgatottsága nyolc százalékra tehető, az MR4, MR5, MR6 esetében ez az arány egy-három százalék körül mozog.
- Vizsgálatunk célkitűzése volt a közszolgáltatással szembeni elvárások meghatározása. A közszolgáltatás kérdésköre nem tekinthető a magyar közgondolkodás központi elemének, ezt jelzik a fogalmi zavarok is. A lakosság mindössze alig több mint negyede (29%) képes közszolgáltatásról beazonosítani az évtizedek óta működő televízió és radio csatornákat. A legismertebb közszolgálati csatorna az M1 (93%) és az M2 (82%). A Duna Televíziót a megkérdezettek több mint fele (59%), míg a két éve (2006 áprilisában) indult Autonómia Televíziót mindössze hét százaléka sorolta fel a közszolgálati csatornák között. Szintén magas az MR1/Kossuth (88%) és MR2/Petőfi (85%) csatornák említettsége. Ezzel szemben az MR3/Bartók Rádiót csak a megkérdezettek kétötöde (42%) ismeri közszolgálati csatornaként. Kifejezetten alacsony értékeket ért el az MR Rt. három tematikus rádióadója.
- A közszolgálati rádiók hallgatóit arra kértük, hogy az általuk leggyakrabban hallgatott közszolgálati adók műsorát alapul véve a műsortípusok arányának meghatározásával maguk hozzák létre a számukra ideális közszolgálati műsorstruktúrát. A kialakításhoz a European Broadcasting Union műsorkategóriáit használtuk fel. Az MR1/Kossuth Rádió hallgatói mintegy ötödével (20%) emelnék a *szórakoztató műsorok* hosszát. Hasonló arányban (17%) növelnék az *információs műsorok* részesedését is, ez alatt azonban nem politikai, hanem az egészséges életmóddal, jogi tanácsadással, fogyasztóvédelemmel, érdekvédelemmel foglalkozó műsorok értendők. Szintén jelentős igény mutatkozik az *emberközpontú műsorok* kategóriája iránt: a „hétköznapi emberekkel” készült riportok, beszélgetések műsoridejét 15 százalékkal emelnék. Számottevően csökkentenék a hallgatók a *vallási* (14%) és *komolyzenei* (14%) műsorok arányát. Úgy tűnik, hogy a sport a vizualitáshoz kapcsolódik, ugyanis a *sportműsorok* adásidejéből is elvonnának 9 százalékot.

- Az MR2/Petőfi csatornán a hallgatók 21 százalékkal emelnék a szórakoztató műsorok arányát, ugyanakkor 15 százalékkal növelnék az információs műsorokat is. A komolyzenei, illetve a vallási műsorokat a hallgatók nem tartják a csatorna profiljába illőnek.
- A társadalom anyagi terhelhetősége igen szűk határok között mozog. A finanszírozás megváltoztatásának bármilyen jellegű kísérletét megnehezítheti az, hogy a válaszadók csak kisebb része tolerálja a támogatási összeg emelését. A válaszadók háromötöde (62%) úgy nyilatkozott, hogy a számára kedvező változtatások esetén helyesli a költségvetési támogatás emelését. A megkérdezettek 38 százaléka 500 forintban maximálná a közzszolgálati rádiók támogatási összegét, 18 százalékuk 600 forintos emelést is támogatna. A válaszadók valamivel kevesebb, mint egytizede (8%) emelné 700 forintra a juttatást. A válaszadók 5 százaléka lenne hajlandó a jelenlegi összeg megduplázására a számára kedvezően kialakított műsorstruktúra esetén.
- Hiába alakulna a műsorstruktúra a válaszadók igényei szerint, több mint négyötödük (85%) „saját zsebből” egyáltalán nem lenne hajlandó fizetni a közzszolgálati rádiók vételi lehetőségéért. Havi ötszáz forintot a válaszadók 15 százaléka fizetne, a jelenlegi mintegy 400 forintos finanszírozás 50 százalékos emelését jelentő 600 forintos havi díjat 4 százalék fizetné ki háztartása büdzséjéből.
- A közvélemény-kutatás másik kiemelt témája volt az MR2 új műsorstruktúrájának megítélése. Az MR2 Petőfi Rádió 2007 júniusától vezette be új műsorrendjét, amelynek felépítése gyakorlatilag teljesen megegyezik az országos kereskedelmi zenerádiók műsorkínálatával. A zene-szóveg aránya, a zeneszámok származása, valamint ismétlései arányában minimális különbségek mutatkoznak az államilag finanszírozott, illetve a kereskedelmi adók között. Az MR2 Petőfi két százalékponttal magasabb a zene aránya, ugyanakkor alacsonyabb a magyar zenék részesedése, az - ötnél több elhangzás alapján definiált – ismétlések aránya megegyezik a Sláger Rádióra vonatkozó paraméterrel.
- 2008. január közepén a rádiózó közönség 47 százaléka (a 18 évnél idősebb lakosság 43 százaléka) hallott az MR2 műsorszerkezetét érintő változásokról. A műsorrend átalakításáról érdemben nyilatkozni képes interjúalanyaink 23 százaléka saját megítélése szerint ritkábban, 17 százaléka pedig gyakrabban hallgatta a csatornát, mint a struktúraváltás előtt tette. A teljes lakosság 9 százalékára tehető azok aránya, akik az új műsorrend bevezetése óta eltérő gyakorisággal, de ritkábban keresték meg az MR2 frekvenciáját.
- A 30 évnél fiatalabbak között a legmagasabb azoknak az aránya akik az új műsorkínálat megjelenése óta gyakrabban (28%) hallgatják az MR2-t, mint a régi műsorrend idején. A változásra elsősorban a 60 év feletiek reagáltak negatívan, 38 százalékuk ugyanis ritkábban hallgatja az MR2 Petőfi műsorát, mint ahogy azt a régi műsorrend alatt tette. Az átalakításról értesült válaszadók az MR2-n megszüntetett műsorok közül leginkább a kívánságműsort, a *Slágermúzeumot* és a *nótaműsorokat* hiányolják.

- Az adatokból úgy tűnik, hogy a 30 év alattiak megszólításával a csatorna piaci úrt tölt be, mivel a Danubius közönségén belül a 30-39 évesek aránya (30%), a Sláger hallgatói között a 40-59 évesek (24%) részaránya haladja meg számottevően az országos átlagot. A háztartás jövedelmét tekintve az MR2 kedvező pozícióból indult, hiszen közönségének összetétele legalábbis leképezi a Sláger és Danubius hallgatói összetételét.
- A műsorrend átalakítása kereskedelmi szempontból racionális döntésnek tekinthető, ugyanis a módosabb háztartásokban élők között lényegesen magasabb az új műsorkínálatot kedvelők aránya, mint a szegényebb háztartások tagjai körében (25% vs. 10%).

## 2. Bevezetés, mintaleírás

A Periszkóp Média Kutató Kft. 2008 januárjában az AKTI megbízásából közvélemény-kutatás keretében vizsgálta a rádiók közszolgálati funkciójára vonatkozó elvárásokat, valamint ezzel összefüggésben a közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozásának kérdését. Mivel a közszolgálati feladatrendszer ellátása és a műsorszolgáltatók finanszírozása összefüggésben állnak egymással, részletesen vizsgálatuk annak lehetőségét, hogy az ország lakossága mennyiben fogadna el egy, az üzemeltetési díjjal megegyező funkciójú, illetve jellegű díjat.

Az adatfelvétel alapjául szolgáló kérdőívet az AKTI, az ORTT és a Periszkóp Média Kutató Kft. munkatársai közösen szerkesztették meg. A kérdőív az alábbi kérdésblokkokat vizsgálta:

- a rádióhallgatók médiahasználati szokásaira vonatkozót,
- a Petőfi Rádió új műsorstruktúrájának megítélésére vonatkozót (Az adatfelvétel időszakában az ORTT számára lényegi kérdés volt az MR2 új műsorkínálatának megítélése, az erre vonatkozó kérdésblokkot az ORTT állította össze.)
- a közszolgálati műsorokkal szembeni elvárásokat felmérő kérdéseket, valamint
- a közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozását feltárni szándékozó kérdéssort.

A közvélemény-kutatás mintáját rétegzett mintavételi eljárással készítettük, ahol a rétegeképző változók a régió, településtípus, életkor, nem. Az elsődleges mintavételi pontokon (települések) belül a megkérdezettek kiválasztása egyszerűsített véletlen sétával történt. A minta a 18 év feletti magyar lakosság véleményét reprezentálja. A minta nagysága: 800 fő. Az adatfelvételt személyes kérdőíves interjúval (PPI) végeztük el. Adatgyűjtés ideje: 2008. január 15. –30.

1. táblázat: A statisztikai hiba nagysága aránybecslés esetén

| Minta nagysága | Mért arány |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                | 3%         | 10%  | 15%  | 20%  | 25%  | 30%  | 40%  | 50%  | 60%  |
|                | 97%        | 90%  | 85%  | 80%  | 75%  | 70%  | 60%  | 50%  | 40%  |
| 800            | 1,2%       | 2,1% | 2,5% | 2,8% | 3,1% | 3,2% | 3,5% | 3,5% | 3,5% |
| 700            | 1,3%       | 2,3% | 2,7% | 3,0% | 3,3% | 3,5% | 3,7% | 3,8% | 3,7% |
| 600            | 1,4%       | 2,5% | 2,9% | 3,3% | 3,6% | 3,8% | 4,0% | 4,1% | 4,0% |
| 500            | 1,6%       | 2,7% | 3,2% | 3,6% | 3,9% | 4,1% | 4,4% | 4,5% | 4,4% |
| 400            | 1,8%       | 3,1% | 3,6% | 4,0% | 4,4% | 4,6% | 4,9% | 5,0% | 4,9% |
| 300            | 2,1%       | 3,6% | 4,2% | 4,7% | 5,1% | 5,4% | 5,7% | 5,8% | 5,7% |
| 200            | 2,6%       | 4,4% | 5,2% | 5,8% | 6,3% | 6,6% | 7,1% | 7,2% | 7,1% |

2. táblázat: A minta alapadatai, százalék, N=800

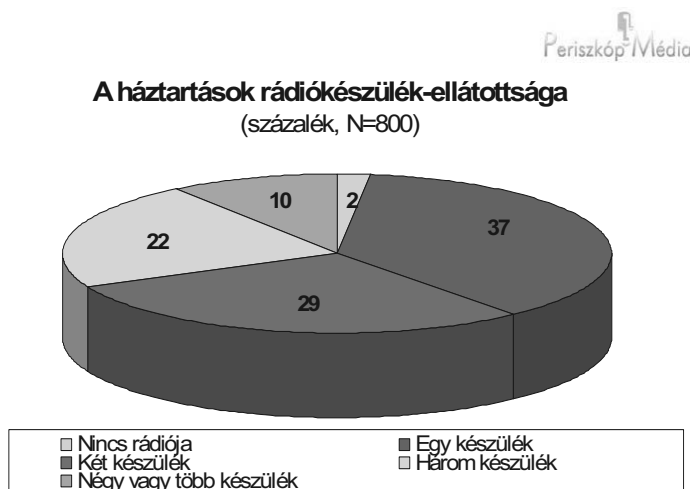
|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <b>Nem</b>                  |     |
| Férfi                       | 47  |
| Nő                          | 53  |
| Összesen:                   | 100 |
| <b>Életkor</b>              |     |
| 18-29 éves                  | 20  |
| 30-39 éves                  | 19  |
| 40-49 éves                  | 16  |
| 50-59 éves                  | 18  |
| 60 éves és idősebb          | 27  |
| Összesen:                   | 100 |
| <b>Iskolai végzettség</b>   |     |
| Alapfokú végzettség         | 52  |
| Középfokú végzettség        | 36  |
| Felsőfokú végzettség        | 12  |
| Összesen:                   | 100 |
| <b>Lakóhely</b>             |     |
| Budapest                    | 18  |
| Megyeszékhely               | 21  |
| Egyéb város                 | 26  |
| Község                      | 35  |
| Összesen:                   | 100 |
| <b>Háztartás jövedelme</b>  |     |
| Alsó jövedelmi kategória    | 23  |
| Középső jövedelmi kategória | 44  |
| Felső jövedelmi kategória   | 21  |
| Válaszhiány                 | 12  |
| Összesen:                   | 100 |
| <b>Gazdasági Aktivitás</b>  |     |
| Aktív                       | 52  |
| Inaktív                     | 48  |
| Összesen:                   | 100 |



### 3. Rádióhallgatási szokások

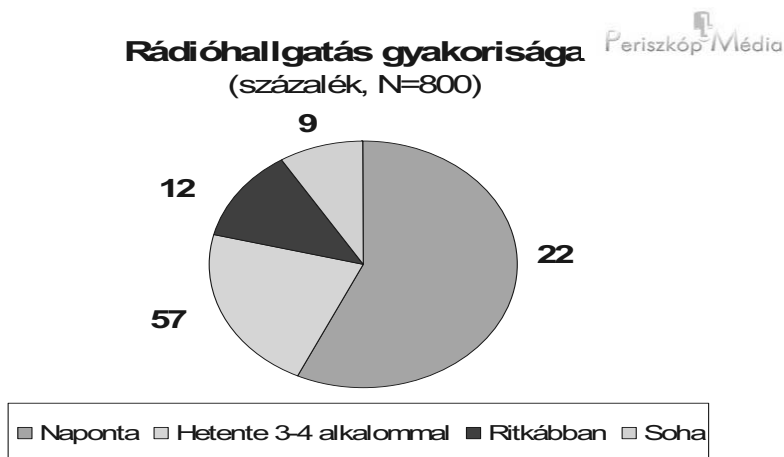
Természetesen csaknem valamennyi (98%) háztartás rendelkezik legalább egy rádiókészülékkel. Háztartásonként átlagosan két rádiókészülékkel számolhatunk. A válaszadók relatív többsége (37%) arról számolt be, hogy csak egy rádióval rendelkezik, viszont minden tizedik (10%) háztartásban legalább négy készülék van (**1. ábra**). Az adat a rendszeresen használt készülékek számára vonatkozik, feltételezhető, hogy nem tartalmaz – a telefonban, ébresztőórában, walkman-ben, stb. lévő – egyszerűbb készülékeket.

1. ábra



A felnőtt lakosság kilenczede rádiózik valamilyen rendszerességgel, míg tizede (9%) a rádiókon keresztül nem érhető el (**2. ábra**). A válaszadók több mint fele (57%) naponta, ötöde (22%) pedig hetente legalább három-négy alkalommal hallgat rádiót, további 12 százalék ennél is ritkábban kapcsolja be a készülékeket.

2. ábra



A médiakutatásban használt sztenderdek alapján *aktív rádióhallgatóknak* azok tekinthetők, akik naponta vagy legalább hetente több alkalommal bekapcsolják készüléküket. Ez alapján a magyarországi felnőtt lakosság négyötöde (79%) sorolható ebbe a kategóriába. Mivel a társadalom túlnyomó többsége aktív rádióhallgatónak tekinthető így nem meglepő, hogy minden lényeges szocio-demográfiai csoportban közel azonos súllyal vannak jelen **(3. táblázat)**. Mindemellett, az 50-59 éves korosztály (6%), a megyeszékhelyen lakók (65%) körében magasabb az átlagosnál a naponta rádiót hallgatók aránya.

A hetente többször rádiózók a 30-49 éves korcsoportban (27%), a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (30%), a budapestiek (25%), valamint a felső jövedelmi kategóriához (26%) tartozók körében felülreprezentáltak.

A rádiót egyáltalán nem hallgatók részletes szocio-demográfiai elemzésére az alacsony esetszám miatt nincs mód (N=72), mindössze annyi állapítható meg, hogy a legidősebb korosztályhoz tartozók, az alacsony iskolai végzettségűek és a kisvárosban élők között valószínűleg magasabb az arányuk az átlagosnál.

3. táblázat: A rendszeres rádióhallgatók aránya a különböző szocio-demográfiai csoportokban, százalék, N=638

| Nem                         | Naponta   | Hetente többször |
|-----------------------------|-----------|------------------|
| Férfi                       | 58        | 21               |
| Nő                          | 56        | 23               |
| <b>Életkor</b>              |           |                  |
| 18-29 éves                  | 54        | 26               |
| 30-39 éves                  | 57        | 27               |
| 40-49 éves                  | 59        | 27               |
| 50-59 éves                  | 64        | 14               |
| 60 éves és idősebb          | 55        | 18               |
| <b>Iskolai végzettség</b>   |           |                  |
| Alapfokú végzettség         | 58        | 18               |
| Középfokú végzettség        | 57        | 25               |
| Felsőfokú végzettség        | 56        | 30               |
| <b>Lakóhely</b>             |           |                  |
| Budapest                    | 54        | 25               |
| Megyeszékhely               | 65        | 18               |
| Egyéb város                 | 56        | 21               |
| Község                      | 55        | 24               |
| <b>Háztartás jövedelme</b>  |           |                  |
| Alsó jövedelmi kategória    | 58        | 19               |
| Középső jövedelmi kategória | 58        | 23               |
| Felső jövedelmi kategória   | 55        | 26               |
| <b>Gazdasági Aktivitás</b>  |           |                  |
| Aktív                       | 60        | 23               |
| Inaktív                     | 54        | 20               |
| <b>Átlag:</b>               | <b>57</b> | <b>22</b>        |

Vizsgáltuk a rádióhallgatásra fordított idő alakulását is. Válaszadóinkat arra kértük, hogy becsüljék meg, mennyi időt töltenek rádiózással a különböző napszakokban hétköznap és hétvégén. Az adatok értékelésekor figyelembe kell venni bizonyos mértékű becslési pontatlanságot. Arról van szó, hogy a személyes megkérdezésen alapuló kérdőíves vizsgálatok a naplővezetésnél kevésbé pontosabban mérik fel egy adott tevékenységre (pl. rádiózásra, tévénézésre, olvasásra, stb.) fordított idő mennyiségét. A torzítás csökkentése céljából külön kezeltük a hétköznapokon, illetve hétvégén, valamint az egyes napszakokban megvalósuló rádióhallgatást.

A közvélemény-kutatás eredményei szerint a rádiót valamilyen rendszerességgel hallgatók egy átlagos hétköznap három és egynegyed órát (195 perc), de egy átlagos hétvégi napon is három órát (180 perc) töltenek rádió mellett **(4. táblázat)**.

A rádióhallgatás preferált időszaka a reggeli-délelőtti órák, ezzel szemben 18 óra után legfeljebb csak egy fél óra jut erre az időtöltésre.

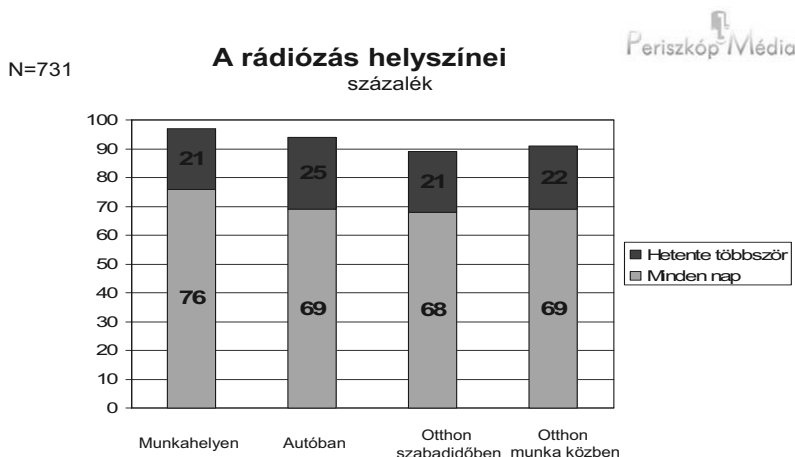
4. táblázat: A rádióhallgatásra fordított idő, perc

N=731

|           | 05-12 óra között | 12-18 óra között | 18-24 óra között | Összesen |
|-----------|------------------|------------------|------------------|----------|
| Hétköznap | 95 perc          | 69 perc          | 31 perc          | 195 perc |
| Hétfvégén | 88 perc          | 62 perc          | 30 perc          | 180 perc |

Média kutatási tapasztalatok szerint a rádióhallgatás esetében igen jelentősnek tekinthető a háttérrádiózás jelensége, amikor a rádióhallgatás valamilyen más tevékenység közben valósul meg. Ezért válaszadóinkat arra is megkértük, hogy határozzák meg azokat a tevékenységeket, helyszíneket, ahol általában rádióznak. Az elemzést ebben az esetben is a rendszeresen rádiózók körében végeztük el. A naponta rádiózók legnagyobb arányban (76%) munkahelyüket említették a rádiózás színtereként (3. ábra). A második leggyakoribb helyszín az autó, míg az otthoni szabadidős, vagy valamilyen munka közbeni rádióhallgatást azonos arányban említették az aktív rádióhallgatók csoportjába sorolt válaszadók. A háttérrádiózás dominanciájából következik, hogy a közönség többsége nem a csatornát, hanem a tartalmat preferálja.

3. ábra

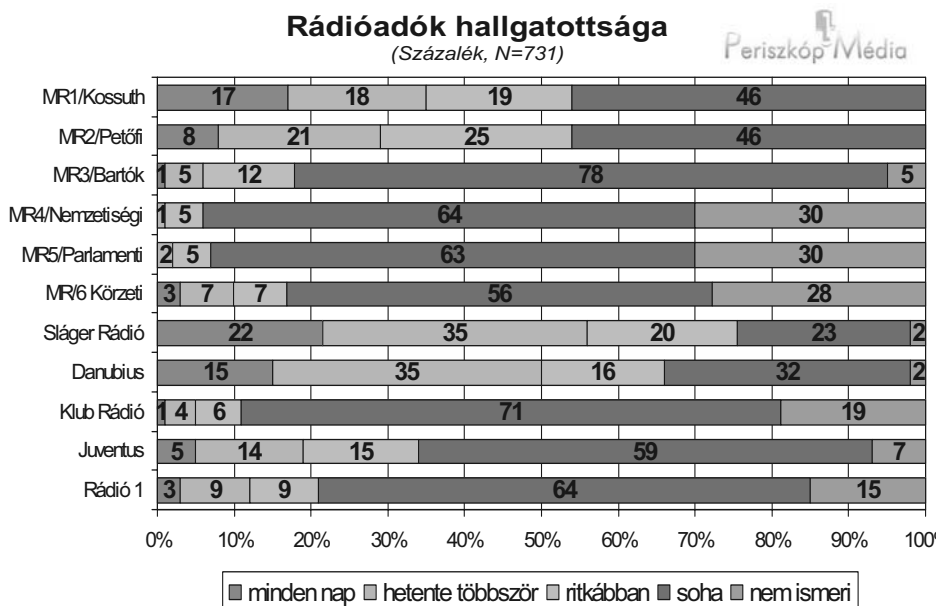


### 3.1 RÁDIÓADÓK ISMERTSÉGE, HALLGATOTTSÁGA

A kérdőíves interjúk során részletesen is megkérdeztük a beszélgetésekben résztvevőket, hogy mennyire ismerik és milyen gyakran hallgatják a különböző rádióadókat. A kérdést csak a valamilyen rendszerességgel rádiót hallgatóknak tettük fel (4. ábra).

A leghallgatottabb adónak a Sláger Rádió tekinthető, ezt a 18 évnél idősebb lakosság ötöde (22%) hallgatja napi gyakorisággal. Konkurense, a Danubius Rádió (15%), valamint az MR1/Kossuth Rádió (17%) ennél valamivel kisebb közönsséggel rendelkezik. Az MR2 Petőfi törzsközönsége nyolc százalékra tehető. Az MR Rt. három tematikus csatornájának, az MR4, MR5, MR6 napi hallgatottsága egy-három százalék körül mozog. Ez utóbbi adat azért sem meglepő, mert ezeket az adókat a válaszadók 28-30 százaléka még csak nem is ismeri. Meg kell jegyeznünk, hogy a három tematikus csatorna – megvalósulásuk alapkoncepciójának megfelelően – rétegcsoportnak tekinthető, melyek hallgatottsági paraméterei nem értelmezhetőek a széles hallgatói rétegeket megcélzó adók összevetésében.

4. ábra



A legnagyobb csatornák, a Sláger, Danubius Rádió, MR1, valamint az MR2 napi gyakoriságú közönségének összetetéséből kiderül, hogy a MR1 Kossuth elsősorban 60 évnél idősebbeket (59%), ezzel összefüggésben az inaktívokat (77%) és a háztartás jövedelme alapján az alsó kategóriába tartozókat (41%) szólítja meg (5. táblázat).

Az MR2 törzsközönségének leírásakor óvatosságnak kell lennünk, mivel a mintaelemszáma nagyon alacsony. (A *kurzívval* szedett adatok az alacsony esetszám miatt csak tájékoztató jellegűek!) Annyi azonban megállapítható, hogy a négy adó közül az MR2 hallgatói körében legalábbis magas a 18-29 évesek (23%), ezzel összefüggésben a középiskolai végzettségűek (39%) aránya. Szintén a fiatalok magas részaránya magyarázza az inaktívok kiugró gyakoriságát is (60%). Az adatokból úgy tűnik, hogy a 30 év alattiak megszólításával a csatorna piaci úrt tölt be, mivel a Danubius közönségén belül a 30-39 évesek aránya (30%), a Sláger hallgatói között a 40-59 évesek (24%) részaránya haladja meg számottevően az országos átlagot. A háztartás jövedelmét tekintve az MR2 kedvező pozícióból indult, hiszen közönségének összetétele legalábbis leképezi a Sláger és Danubius hallgatói összetételét.

Kiemelést érdemel az MR2 napi hallgatói között a budapestiek (26%) aránya is, amely a négy csatorna közül ez esetben a legmagasabb.

5. táblázat: A Sláger, Danubius, MR1 Kossuth és MR2 Petőfi Rádiók napi hallgatóinak szocio-demográfiai összetétele

| Nem                         | MR1 | MR2 | Danubius | Sláger |
|-----------------------------|-----|-----|----------|--------|
| Férfi                       | 49  | 46  | 50       | 46     |
| Nő                          | 51  | 54  | 50       | 54     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |
| <b>Életkor</b>              |     |     |          |        |
| 18-29 éves                  | 6   | 23  | 21       | 20     |
| 30-39 éves                  | 8   | 7*  | 30       | 19     |
| 40-49 éves                  | 6   | 12* | 19       | 22     |
| 50-59 éves                  | 21  | 18* | 15       | 25     |
| 60 éves és idősebb          | 59  | 40* | 15       | 14     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |
| <b>Iskolai végzettség</b>   |     |     |          |        |
| Alapfokú végzettség         | 58  | 50  | 59       | 54     |
| Középfokú végzettség        | 34  | 39  | 27       | 34     |
| Felsőfokú végzettség        | 8   | 11  | 14       | 12     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |
| <b>Lakóhely</b>             |     |     |          |        |
| Budapest                    | 17  | 26  | 8        | 12     |
| Megyeszékhely               | 25  | 21  | 29       | 25     |
| Egyéb város                 | 21  | 19  | 23       | 21     |
| Község                      | 37  | 34  | 40       | 42     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |
| <b>Háztartás jövedelme</b>  |     |     |          |        |
| Alsó jövedelmi kategória    | 41  | 20  | 23       | 20     |
| Középső jövedelmi kategória | 39  | 43  | 42       | 48     |
| Felső jövedelmi kategória   | 14  | 26  | 23       | 20     |
| Válaszhiány                 | 6   | 11  | 12       | 12     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |
| <b>Gazdasági Aktivitás</b>  |     |     |          |        |
| Aktív                       | 23  | 40  | 62       | 62     |
| Inaktív                     | 77  | 60  | 38       | 38     |
| Összesen:                   | 100 | 100 | 100      | 100    |

\*A kurzívval szedett adatok az alacsony esetszám miatt csak tájékoztató jellegűek!

A válaszadók rádióhallgatási szokásait egy csoportképző statisztikai eljárás, a klaszteranalízis segítségével is elemeztük. Az eljárás során kialakíthatók a különböző csatornák mentén kikristályosodó hallgatói csoportok. A statisztikai elemzés alapján hat érvényes klasztert hoztunk létre (**6. táblázat**). A táblázat függőleges (y) tengelyén az elemzésbe vont rádiók láthatók, a vízszintes (x) tengelyen pedig oszlopszerű elrendezésben a

statisztikai eljárás útján képződő csoportok (klaszterek). A csoportba (klaszterbe) tartozás erősségét a piros színű „+” jelek száma jelzi, amely 0 és 3 között mozoghat.

Hangsúlyozzuk, hogy a statisztikai eljárás csak matematikai, statisztikai összefüggéseket vesz figyelembe, ezért ugyanannak a klaszterstruktúrának létezhet párhuzamosan több, logikailag és adatokkal is alátámasztható értelmezése.

6. táblázat: Klaszterek

| Csatornák                    | 1.  | 2.  | 3   | 4   | 5   | 6   |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| MR1/Kossuth                  | ++  | +++ |     | +++ |     | +++ |
| MR2/Petőfi                   | ++  |     |     | +++ |     | +++ |
| MR3/Bartók                   |     |     |     |     |     |     |
| MR4/ Nemzetiségi műsorok     |     |     |     |     |     |     |
| MR5/ Parlamenti közvetítés   |     |     |     |     |     |     |
| MR6/ Körzeti rádiók hálózata |     |     |     |     |     |     |
| Sláger Rádió                 | +++ |     | +++ | +   | +++ | +++ |
| Danubius Rádió               | +++ |     | +++ |     |     | +++ |
| Rádió 1                      | +++ |     |     |     |     |     |
| helyi/regionális adó         |     | +   |     | ++  |     |     |
| Klub Rádió                   |     |     | +   |     |     |     |
| Juventus Rádió               | +++ |     |     |     | +   | +   |
| Szegmensek mérete (%)        | 12  | 11  | 27  | 16  | 12  | 22  |

Az alábbiakban a klaszterstruktúra általunk érvényesnek tekintett leírását adjuk:

### 1) „Nyitott zenecentrikus”

A csoportba tartozók szinte kivétel nélkül hallgatják az összes kereskedelmi rádiót – Sláger, Danubius, Rádió1 és Juventus -, de találunk közöttük olyanokat, akik vagy az MR1/Kossuth vagy az MR2/Petőfi adását is hallgatják több-kevesebb gyakorisággal. Ez a csoport a rádióhallgatók 12 százalékát jelenti. A klaszteren a fiatal korosztályhoz tartozók (18-29 éves) és Budapesten élők felülreprezentáltak a mintaátlaghoz képest.

### 2) „Komoly rádiózók”

Azok, akik klasszikus információforrásnak használják a rádiót szinte kizárólag az MR1/Kossuth rádiót hallgatják, illetve esetleg a regionális csatornába is belehallgatnak. Körükben rendkívül magas a 60 év feletti aránya, emellett még a fővárosban élők jelentős alulreprezentáltsága emelhető ki. A klaszter nagysága a rádióhallgatók tizedére becsülhető.

### 3) „Klasszikus” kereskedelmi

Ebbe a csoportba azok a hallgatók sorolódtak, akik leginkább a Slágert és a Danubiust hallgatják, valamint a Klub Rádiót. Különbség a „nyitott zenecentrikus” típushoz képest, hogy ugyanakkor mellőzik az MR1-et és az MR2-öt. Jellemző a csoportra a fiatal (18-29, valamint 30-39 éves) korosztályok jelenléte, és a hallgatók gazdasági aktivitása. A legnépesebb csoportot ők alkotják, a minta több mint egynegyede (27%) tartozik ide.

**4) *Zenés közszolgálat***

Ők egyértelműen az MR1/Kossuth-MR2/Petőfi hallgatók, aki érdeklődnek a helyi/regionális csatornák, illetve kisebb számban a Sláger Rádió iránt. A csoportban az országos átlagnál gyakrabban találunk a 40 évnél idősebbeket. A minta 16 százaléka tekinthető „zenés közszolgálat” kedvelőjének.

**5) *Sláger***

A legnagyobb rádió hallgatói önálló csoportot képeznek, kiegészítve a Juventus kedvelőivel. Társadalmi-demográfiai paramétereik mentén nem különböznek szignifikánsan a mintaátlagoktól. Ők a minta 12 százalékát alkotják.

**6) *Kényelmesek***

A kézenfekvő, „nagy” rádiós csatornákat a Slágert, Danubiust, MR1 Kossuthot, MR2 Petőfit választják. Az átlagnál magasabb arányban találhatunk közöttük gazdaságilag aktívakat. Ez a csoport is viszonylag jelentős méretű, minden ötödik (22%) rádióhallgató sorolható a csoportba.



#### 4. Ismeretek és attitűdök a közszolgálati fogalmával kapcsolatban

Vizsgálatunk célkitűzése volt a közszolgálati fogalommal szembeni elvárások feltárása. A hazai médiaszabályozás egyik leginkább vitatott eleme a közszolgálati fogalom törvényi kategóriája. A közszolgálati fogalom a médiakutatással foglalkozó szakembereknek, illetve a jogászoknak sem jelent egyértelmű, részleteiben is kezelhető tartalmakat. Ez a két szakembercsoport is jelentős hangsúlyeltolódásokkal írja le a fogalmat. A médiatörvény értelmező rendelkezései között így írja le a közszolgálati fogalmat: „Közszolgálati műsorszám: a műsorszám a műsorszámgyártó vételkörzetében (országos, körzeti, helyi) élő hallgatók, nézők tájékoztató, kulturális, állampolgári, életviteli szükségleteit, igényeit szolgáló műsorszám” (Rttv. 2§. 19.) Belátható, hogy ez a megfogalmazás nem értelmezhető maradéktalanul a „hétköznapi emberek” számára.

Mivel a közszolgálati fogalma a szélesebb közvélemény számára egy bizonytalan tartalmú, absztrakt fogalom, ezért közvélemény-kutatással történő vizsgálata is szűk határok között történhet.

A fentiekből következően nem tartjuk megfelelőnek a közszolgálati fogalommal kapcsolatos ismeretek, vélemények olyan jellegű vizsgálatát, amikor különböző véleményállítások (itemek) támogatottsága alapján határozzák meg az ideális közszolgálati televíziót vagy rádiót. Ugyanis a megkérdezettek konkrét ismeretek, kikristályosodott vélemények hiányában általános sztereotípiákkal válaszolnak.

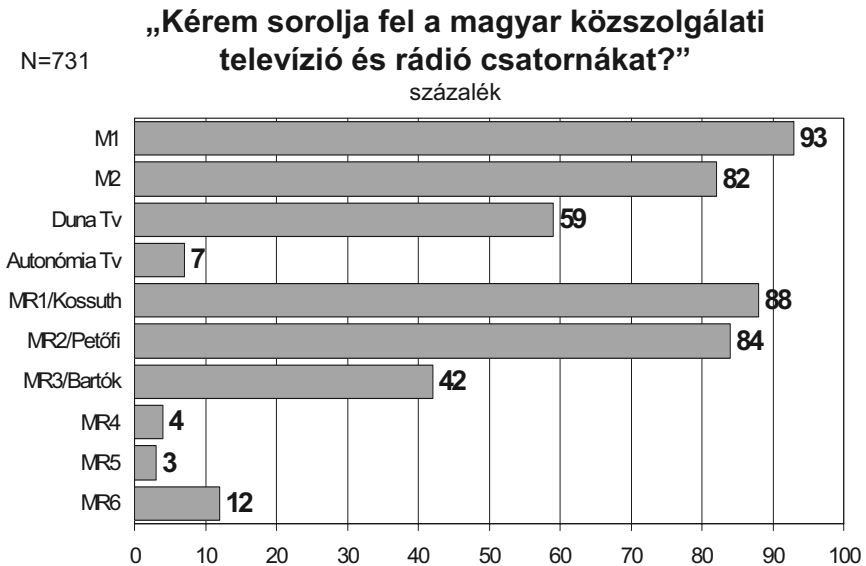
Kutatásunkban úgy próbáltuk megismerni a társadalomban a közszolgálati fogalommal összefüggő attitűdöket, hogy egyrészt a válaszadóinkat bevontuk egy számukra személy szerint megfelelőnek gondolt közszolgálati rádióadó műsorstruktúrájának kialakításába, illetve arra kértük őket, hogy határozzák meg ennek a költségvetésre, illetve saját háztartásukra is vetíthető költségvetési vonatkozásait.

A közszolgálati fogalom nem képezi a közbeszéd központi elemét. A fogalom korlátozott elterjedtségét jelzi a közszolgálati televíziók és rádiók ismertségének alakulása (**5. ábra**). Arra kértük az aktív rádióhallgatókat, hogy sorolják fel az általuk ismert magyar közszolgálati televízió- és rádióadókat. (Az ismeretek felmérésére egy „szigorúbb”, a tényleges tájékozottság felmérésére alkalmas kérdéstípust használtunk, - nem segítettünk megadott válaszlehetőségekkel.)

A legismertebb közszolgálati csatornákat is kimagasló arányban - M1 (93%), M2 (82%) - azonosították a válaszadók közszolgálati adóként. A Duna Televíziót a megkérdezettek több mint fele (59%), míg a két éve (2006 áprilisában) indult Autonómia Televíziót mindössze hét százaléka ismeri közszolgálati csatornaként.

Szintén magas az MR1/Kossuth (88%) és MR2/Petőfi (84%) csatornák említettsége. Ezzel szemben az évtizedek óta működő MR3/Bartók Rádiót csak a megkérdezettek kétötöde (42%) nevezte meg közszolgálati csatornaként. Nem meglepő, hogy kifejezetten alacsony értékeket ért el az MR Rt. három tematikus rádióadója.

5. ábra

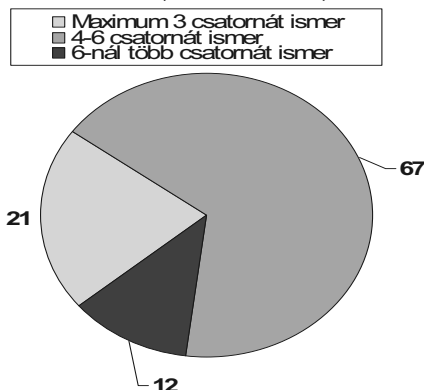


A közzszolgálati csatornák ismertsége alapján válaszadóinkat három csoportra osztottuk. Az első csoportba azok kerültek, akik a tíz közzszolgálati csatorna közül legfeljebb három csatornát ismertek, - ők a legkevésbé tájékozottak (**6. ábra**). Ez a csoport a lakosság ötödét (21%) teszi ki. Átlagos tájékozottságúnak tekinthető a lakosság további kétharmada, ők négy-hat közzszolgálati csatornát ismernek. A jól tájékozottak legalább hét közzszolgálati csatornát ismernek, arányuk 12 százalékra becsülhető.

6. ábra

Periszkóp Média

**Tájékozottsági skála  
a közszolgálati csatornák ismertsége alapján**  
(Százalék, N=731)



Hasonló kép rajzolható fel abban az esetben, ha a tájékozottságot kevésbé szigorúan mérjük, és csak a legnagyobb, évek óta működő közszolgálati csatornák ismertségével várjuk el (azaz eltekintünk az Autonómia Televízió, valamint az MR4, MR5, MR6 közszolgálati csatornák említésétől): a jól tájékozottak tábora a lakosság kb. harmadára (29%) becsülhető. Miközben a 18 évnél idősebbek ötöde csak két közszolgálati adót ismer.

A szocio-demográfiai paraméterek tekintetében nincsenek jelentősebb eltérések a három kategóriába sorolt válaszadók között, vagyis mindhárom csoport tagjai közel azonos mértékben fordulnak elő minden jelentősebb társadalmi csoportban. Szignifikáns eltéréseket csak a jól tájékozottak csoportjának elemzésekor tapasztaltunk: közöttük az átlagosnál magasabb arányban szerepeltek a felsőfokú iskolai végzettségűek és a megyeszékhelyen élők, valamint populációhoz viszonyított arányukhoz képest kevesebben vannak közöttük a falun élők.

A interjú utolsó szakaszában kíséreltük meg feltárni a rádióhallgatók közszolgálati igényekkel összefüggő elvárásait. Elsőként arra voltunk kíváncsiak, hogy mely műsортípusok iránt mutatkozik legnagyobb igény. Ezért a kutatásban résztvevő rádióhallgatókat arra kértük, hogy saját szavaikkal nevezzék meg kedvenc rádióműsorukat (**7. táblázat**). (Interjúalanyaink válaszait ez esetben sem befolyásoltuk megadott válaszkategóriákkal). A válaszokat műfajtypusokba soroltuk. A rádióhallgatók mintegy fele (46%) nem nevezett meg konkrét műsорт, sem műsортípust. A kedvenc műsороk listáját szórakoztató műsороk: a zene és zenei műsороk vezetik, - a válaszadók negyede (26%) elsősorban zenés műsороkat vár el a rádióktól. A hírműsороk, politikai műsороk a rádióhallgatók 14 százalékának jelentik a kedvencét. A többi műsортípust a válaszadók csupán 1-3 százalékára említette.

7. táblázat: A rádióhallgatók kedvenc műsorai százalék (N=731)

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Zene, zenés műsorok            | 26 |
| hírműsorok, politikai műsorok  | 14 |
| Nem politikai magazinműsorok   | 3  |
| Betelefonálós műsorok, fórumok | 3  |
| Egyéb műsor                    | 3  |
| Ismeretterjesztő műsorok       | 2  |
| Vetélkedők, telefonos játékok  | 1  |
| Rádiójátékok, sorozatok        | 1  |
| Dokumentumműsorok, riportok    | 1  |
| Sportközvetítés                | 0  |
| Nincs, kedvenc műsora          | 46 |

Ennek megfelelően a válaszadók fele (54%) a szórakozás, kikapcsolódás miatt kedveli a műsort. **(8. táblázat)** Minden harmadik válaszadó (31%) a tájékozódást, információszerzést tartja a legfontosabbnak. Minden tizedik (10%) válaszadó pedig háttérrádiózásához használja kedvenc műsorát.

8. táblázat: „Miért ez a kedvenc műsora?” (N=731)

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Szórakozás, kikapcsolódás      | 54 |
| Tájékozódás információszerzés  | 31 |
| Jó időtöltés (háttérrádiózás)  | 10 |
| A hírek háttérének megismerése | 4  |
| Egyéb                          | 2  |

Ezután a közszolgálati rádiók hallgatóit arra kértük, hogy az általuk leggyakrabban hallgatott közszolgálati adók műsorát alapul véve a műsортípusok arányának meghatározásával maguk hozzák létre a számukra ideális közszolgálati műsorstruktúrát. A kialakításhoz a European Broadcasting Union műsorkategóriáit használtuk fel **(9. táblázat)**. A hallgatottsági adatok figyelembe vételével az elemzést az MR1/Kossuth és az MR2/Petőfi rádiók esetében végeztük el. Az MR3/Bartók, valamint a három tematikus csatorna (MR4, MR5, MR6) hallgatottsági adatai ezt nem teszik lehetővé. Fentebb jeleztük, hogy a két csatorna hallgatói mindenekelőtt életkoruk tekintetében különböznek egymástól, az MR2 napi közönségén belül a legfiatalabbak, az MR1 hallgatói között a legidősebbek részaránya szembetűnő, ez természetesen meghatározza az „ideális” műsorstruktúráról alkotott elképzeléseket is. A megkérdezettek láthatóan mindkét adó esetében a szórakoztató műsorok arányának emelését tartják a legfontosabbnak, pedig a médiatörvény a közszolgálati műsorszámok ismertetésénél a szórakoztató műsorokról nem is tesz említést (Rttv. 2§ 19.).

Az MR1 esetében is a szórakoztató műsorok iránti igény volt a legerősebb, azonban a jelentőség nem kizárólagos. Az MR1/Kossuth Rádió hallgatói mintegy ötödével (20%) emelnék a *szórakoztató műsorok* hosszát, ugyanakkor majdnem ekkora arányban (17%) növelnék az *információs műsorok* részesedését is. Ez utóbbi alatt nem politikai, hanem az egészséges életmóddal, jogi tanácsadással, fogyasztóvédelemmel, érdekvédelemmel foglalkozó műsorok értendők. Kiemelést érdemel a „sztárvilág inverzeként” értelmezhető ún. *emberközpontú műsorok* kategóriájába tartozó produkciók iránti igény erőssége is. A „*hétköznapi emberekkel*” készült riportok, beszélgetések műsoridejét szintén jelentősen, 15

százalékkal emelnék. Ugyanilyen arányban (14%) növelnék az MR1/Kossuth Rádió profiljába nem igazán illő *könnyűzenei műsorok* tartamát is.

Számottevően csökkentenék a hallgatók a *vallási* (-14%) és *komolyzenei* (-14%) műsorok arányát, valamint a *sportműsorok* adásidőjéből is elvonnák 9 százalékot. A sportműsorok elutasíthatósága azzal magyarázható, hogy mára ehhez a műsörtípushoz a közönség elengedhetetlennek tartja a vizuális megjelenést is. A televíziós műsorkínálat sportműsorok tekintetében olyan széles választékot biztosít, hogy erre a műfajra a rádiókban nem tartanak igényt.

Kisebb mértékű emelést eszközölnének a *szabadidő eltöltéséről* (8%), *tudományról* szóló (7%) műsorok, *népzenei, nótaműsorok* (6%) és legkisebb mértékben a *hírek* (4%) esetében. Figyelemre méltó, hogy a *művészeti* produkciók (-5%) műsoridejét csak minimális csökkentés érintené.

Szembetűnő, hogy az MR2 műsorrendjét domináló könnyűzene mellett a csatorna hallgatói 21 százalékkal emelnék a *szórakoztató műsorok* arányát és 15 százalékkal növelnék az *információs műsorok* hosszát is. Jelentős igény mutatkozik a *szabadidő eltöltéséről* (11%), és a *tudományról* szóló programok iránt (10%). Mivel az MR2 hallgatói lényegesen „fiatalabbak”, mint az MR1-é ezért jelentősen nagyobb arányban csökkentenék a *vallási* (-22%) műsorok terjedelmét és kisebb mértékben növelnék az ún. *emberközpontú* műsorok arányát is (7%).

9. táblázat: Az MR1 és az MR2 aktív hallgatóinak a jelenlegi műsorkínálatához képest ideális műsorstruktúrája (százalék)

| Műsортípus  | MR1, MR2, MR3<br>műsorstruktúrája, 2007 | MR1  | MR2  |
|---|---|------|------|
| Szórakoztató műsorok  | 4%                                      | +20% | +21% |
| Információs műsorok (életmód, tanácsadás, érdekvédelem, fogyasztóvédelem) | 25%                                     | +17% | +15% |
| Emberközpontú műsorok (riportok, beszélgetések hétköznapi emberekkel)     | 5%                                      | +15% | +7%  |
| Könnyűzenei műsorok   | 8%                                      | +14% | +15% |
| Szabadidő eltöltéséről szóló műsorok                                      | 1%                                      | +8%  | +11% |
| Tudományról szóló műsorok   | 5%                                      | +7%  | +10% |
| Népzenei, nótaműsorok   | 3%                                      | +6%  | +4%  |
| Hírek, politikai műsorok  | 2%                                      | +4%  | +2%  |
| Művészeti műsorok   | 16%                                     | -5   | -2%  |
| Sportműsorok  | 3%                                      | -9%  | 3%   |
| Vallási műsorok   | 1%                                      | -14% | -22% |
| Komolyzenei műsorok   | 29%                                     | -14% | -16% |

A hallgatói elvárások elemzésének következő lépésében azt vizsgáltuk, hogy a hallgatók által tervezett műsортípus-változtatásoknak van-e valamiféle statisztikai módszerekkel is értelmezhető és igazolható „együttjárása”, vagyis vannak-e olyan összekapcsolható műsортípusok, amelyek esetén állítható, hogy ha az egyikből többet vagy kevesebbet szeretnének, akkor az egy másik, vagy esetleg harmadik műsортípusra is igaz.

Az MR1/Kossuth Rádiót leggyakrabban hallgatók között a műsorstruktúrát érintő változások együttjárása közül legerősebb a *komolyzenei* és a *művészeti* műsorok között tapasztalat korreláció, azaz akik komolyzenei műsorokból szeretnének többet, azok általában

hasonlóan vélekednek a művészeti műsorokkal kapcsolatban is. A *komolyzenei* műsor kedvelői hasonlóan, bár kisebb intenzitással vélekednek a *sportműsorokról*, a *vallási*, illetve *tudományos* műsorokról is.

Erőteljes együttjárást találunk a *szabadidő eltöltésére* alkalmas műsorok és a *tudományos műsorok* között, valamint a *művészeti* és a *tudományos* műsorok között.

Összefüggnek a hallgatói elvárások az *információs műsorok* és a *hétköznapi emberekkel készített riportok* és beszélgetések nagyobb igénye között. Ugyanakkor az *információs műsorok* kedvelői csökkentenék a sportműsorok hosszát. A negatív együttjárások között kiemelhető még a könnyűzenei műsorok és a vallási műsorok „szembenállása”.

A Petőfi Rádió esetében legerősebb összefüggésnek a *könnyűzenei* tartalmak iránti igény és a *művészeti* valamint a *komolyzenei* tartalmak részarányának csökkentése között mutatkozik. A népzenei tartalmat növelni szándékozók csökkentenék a könnyű kategóriába tartozó, illetve a szabadidő eltöltését segítő műsorok idejét.

#### 4.1 Az MR2 Petőfi Rádió műsorkínálatának megítélése

2007 júniusától az MR2 Petőfi Rádió új műsorstruktúrával jelentkezett, amelynek felépítése gyakorlatilag teljesen megegyezik az országos kereskedelmi zenerádiók (pl. Danubius Rádió, Sláger Rádió) műsorkínálatával: a műsoridő elsöprő részét pop, rock, stb. zeneszámok teszik ki, illetve a nem zenei műsorok is a könnyű zenéhez kapcsolódnak, hírblokkjai rövidültek, témaválasztását a könnyedség jellemzi. (Például az MR2 koradélutáni zenei blokkját *'Zene tanuláshoz'* címen jegyzi, a hírek után folytatódó zenei összeállítás a *'Zene munkához'* címet viseli.) Az MR2 és az országos kereskedelmi zenerádiók műsorrendjének hasonlóságát igazolja az MR2 és két legnagyobb riválisa struktúrájának összehasonlítása is. A zene-szöveg aránya, a zeneszámok származása, valamint ismétlései arányában minimális különbségek mutatkoznak az államilag finanszírozott, illetve a kereskedelmi adók között (**10. táblázat**). Az MR2 Petőfin két százalékponttal magasabb a zene aránya, ugyanakkor alacsonyabb a magyar zenék részesedése, míg az - ötnél több elhangzás alapján definiált – ismétlések aránya megegyezik a Sláger Rádióra vonatkozó paraméterrel.

10. táblázat: Az MR2, a Sláger Rádió és a Petőfi Rádió műsorstruktúrájának összehasonlítása, 2008. január, százalék (forrás: ORTT)

|  | MR2 Petőfi | Sláger Rádió | Danubius Rádió |
|--|------------|--------------|----------------|
| Zene-szöveg arány                                    | 98         | 96           | 96             |
| Magyar zeneszámok aránya                             | 22         | 26           | 29             |
| Külföldi zeneszámok aránya                           | 70         | 69           | 69             |
| Ismeretlen zeneszámok aránya                         | 8          | 5            | 1              |
| Zeneszámok ismétlésnek aránya (5-nél több elhangzás) | 81         | 82           | 86             |

2008. január közepén a rádiózó közönség 47 százaléka (a 18 évnél idősebb lakosság 43 százaléka) hallott az MR2 műsorszerkezetét érintő változásokról. A tájékozottak aránya természetesen az MR2 törzsközönsége (84%), illetve a diplomások körében haladja meg jelentősen az átlagot (57%).

Az új műsorszerkezet nyilván megváltoztatta az MR2 közönségének összetételét. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az új műsorkínálat a közönség mely szegmenseinek „eltávolodását”

eredményezte. Ezért arra kértük interjúalanyainkat, hogy próbálják megbecsülni, hogy az új struktúra óta gyakrabban, ritkábban vagy változatlan gyakorisággal hallgatják az MR2 Petőfit.

Az adatfelvétel időszakában a műsorrend átalakításáról érdeemben nyilatkozni képes interjúalanyaink 23 százaléka saját megítélése szerint ritkábban, 17 százaléka pedig gyakrabban hallgatta a csatornát, mint a struktúraváltás előtt (**11. táblázat**). A válaszadók 60 százaléka változatlan szokásokról számolt be. A teljes lakosság 9 százalékára tehető azok aránya, akik az új műsorrend bevezetése óta ritkábban keresték meg az MR2 frekvenciáját.

Nem meglepő, hogy a fiatalabbak között a legmagasabb azoknak az aránya akik az új műsorkínálat megjelenése óta gyakrabban hallgatják az MR2-t. A 30 évnél fiatalabbak negyede (29%) úgy ítélte meg, hogy jelenleg rendszeresebben hangol a Petőfi hullámhosszára, mint a régi műsorrend idején tette. A változásra elsősorban a 60 év felettiiek reagáltak elutasítón, 38 százalékuk ritkábban hallgatja az MR2 Petőfi műsorát, mint azt a régi műsorrend alatt. Az életkori jellemzőkből is következik, hogy az új műsorkínálatra kedvezően reagálók aránya a közép- (22%) és felsőfokú végzettségűek (21%) körében a legmagasabb, az alapfokú végzettséggel (10%) rendelkezők körében alacsonyabb az átlagnál. A műsorrend átalakítása kereskedelmi szempontból racionális döntésnek tekinthető, ugyanis a módosabb háztartásokban élők között lényegesen magasabb az új műsorkínálatot kedvelők aránya, mint a szegényebb háztartások tagjai körében. A háztartás összjövedelme alapján a felső kategóriába soroltak negyede nyilatkozott úgy, hogy rendszeresebben hallgatja az MR2 Petőfit az új műsorrend megjelenése óta, miközben az alsó jövedelmi kategóriába soroltak között mindössze 10 százalék vélekedett így.

Az MR2 jelenlegi hallgatóinak körében, az országos átlaghoz hasonló arányokat mértünk, azzal a megkötéssel, hogy ebben az esetben természetesen eltekintettünk a MR2 műsorait már mellőző hallgatók válaszaitól. Az új műsorrend elsősorban a csatornához kevésbé kötődő hallgatók nemtetszését váltotta ki. A törzsközönség tagjainak harmada (35%), a heti rendszerességű hallgatók negyede (22-24%), az alkalmi közönség tizede (13%) állította, hogy 2007. júniusa óta gyakrabban hallgatja az adót, mint azt megelőzően tette. A folyamatnak az ellenkezője is kimutatható: a törzsközönség negyede, az alkalmi hallgatók harmada (31%) „távolodott el” az új műsorrend hatására.

11. táblázat: Az MR2 új műsorkínálatának hatása (százalék)

| <b>Műsортípus</b>                              | <b>Gyakrabban hallgatja</b> | <b>Ritkábban hallgatja</b> | <b>Nincs változás</b> | <b>Összesen</b> |
|--|-----------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------|
| Hallott az új műsorstruktúráról                | 17                          | 23                         | 60                    | 100             |
| Az MR2 jelenlegi hallgatói                     | 21                          | 30                         | 49                    | 100             |
| <i>Válaszadó életkora</i>                      |                             |                            |                       |                 |
| 18-29 év                                       | 29                          | 15                         | 56                    | 100             |
| 30-39 év                                       | 27                          | 10                         | 63                    | 100             |
| 40-49 év                                       | 19                          | 11                         | 70                    | 100             |
| 50-59 év                                       | 10                          | 29                         | 61                    | 100             |
| 60 +   | 8                           | 38                         | 54                    | 100             |
| <i>Iskolai végzettség</i>                      |                             |                            |                       |                 |
| Alapfokú iskolai végzettség                    | 10                          | 30                         | 60                    | 100             |
| Középfokú iskolai végzettség                   | 22                          | 18                         | 60                    | 100             |
| Felsőfokú iskolai végzettség                   | 21                          | 18                         | 61                    | 100             |
| <i>Háztartás jövedelmi besorolása</i>          |                             |                            |                       |                 |
| Alsó jövedelmi kategória                       | 10                          | 38                         | 52                    | 100             |
| Középső jövedelmi kategória                    | 15                          | 23                         | 63                    | 100             |
| Felső jövedelmi kategória                      | 25                          | 12                         | 63                    | 100             |
| <i>Az MR2 Petőfi hallgatásának gyakorisága</i> |                             |                            |                       |                 |
| Minden nap                                     | 35                          | 25                         | 40                    | 100             |
| Hetente többször                               | 24                          | 24                         | 53                    | 100             |
| Hetente egy-két alkalommal                     | 22                          | 37                         | 40                    | 100             |
| Ritkábban                                      | 13                          | 31                         | 53                    | 100             |

A vizsgálat kiterjedt a csatorna műsorainak megítélésére is. Az interjúalanyoknak kilenc véleményállítást olvastak fel munkatársaink, majd arra kérték őket, hogy a kijelentésre vonatkozó egyetértésük mértékét az iskolai osztályzatokhoz (1-5) hasonló módon fejezzék ki. Az alábbiakban az MR2 hallgatónak értékeléseit 0-tól 100-ig terjedő skálán fejezzük ki (12. táblázat).

Természetesen az átlagértékek kizárólag a csatornát valamely gyakorisággal hallgató válaszadók véleményét tükrözik, ez módszertani szempontból annyiban lényeges, hogy a minta elemszáma és ezzel együtt a becslés pontossága is csökken.

Mindössze három kijelentés értékelése tér el az átlagos megítélést jelző sávtól (44-58 pont). A „műsorok magas színvonalára” (64 pont), valamint a „hírszolgáltatás gyorsaságára” (60 pont) vonatkozó kijelentés támogatottsága meghaladja, míg az „ismétlések unalmassága teszik az MR2 műsorát” állítás támogatottsága alulmúlja az középértéket (34 pont).



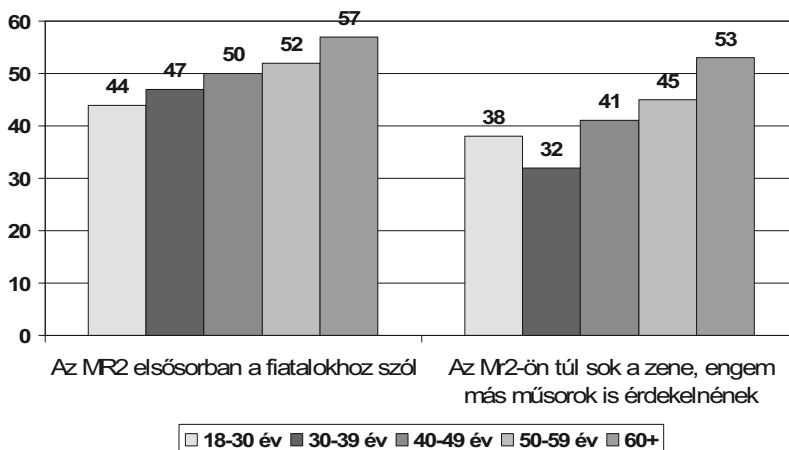
12. táblázat: Az MR2 Petőfi Rádió műsorainak megítélése a csatorna hallgatóinak körében, 0-100-ig terjedő skála átlagai N=394

| Mennyire ért Ön egyet azzal, hogy ...                                     | Átlagok |
|---|---------|
| a Petőfi Rádió műsorai magas színvonalúak                                 | 64      |
| a Petőfi Rádió gyorsan tudósít a fontosabb eseményekről                   | 60      |
| A Petőfi Rádió elsősorban a fiatalokhoz szól                              | 58      |
| a Petőfi Rádión gyakran jutok hasznos információkhoz                      | 57      |
| a Petőfi Rádión olyan zenét hallhatok, melyeket más rádiók nem sugároznak | 57      |
| a Petőfi Rádió olyan műsorokat sugároz, melyek mindenkit érdekelnek       | 56      |
| a Petőfi Rádión túl sok a zene, engem más műsorok is érdekelnének         | 45      |
| a Petőfi Rádió műsorai nem tudnak lekötöni, úgy érzem nem hozzám szólnak  | 44      |
| a Petőfi Rádión túl sok az ismétlés, ami unalmassá teszi a műsorát        | 34      |

A kijelentések támogatottságának demográfia szegmentálására a minta elemszámának csökkenése miatt kevés lehetőség van. Mindössze két kijelentés a „Petőfi Rádió elsősorban a fiatalokhoz szól” és a „Petőfi Rádión túl sok a zene, engem más műsorok is érdekelnének” esetében mutathat ki statisztikailag is értékelhető különbség (7. ábra). Főként a 60 évnél idősebbek tekintik az MR2-t „elsősorban a fiatalok csatornijának”, szintén e korcsoport tagjai azok, akik a zenei kínálat dominanciáját az átlagosnál erősebben kifogásolják.

7. ábra

**Az MR2 műsoraival kapcsolatos vélekedések, korcsoportok szerint**  
(0-100 fokú skála átlagai, N=390)



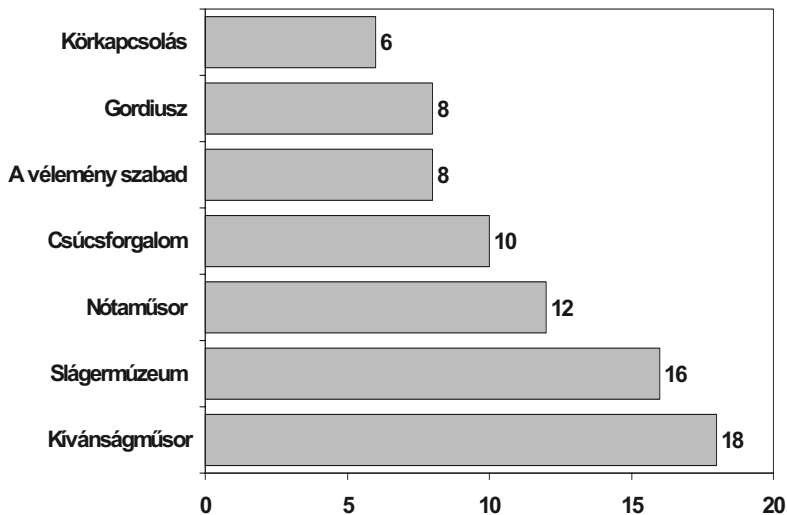
A műsorkínálat átalakítása során a hírek, és a könnyűzenei programajánlók kivételével megszüntették az összes nem zenei produkciót. A struktúraátalakításról értesült válaszadók a megszüntetett műsorok közül leginkább a *kívánságműsort*, a *Slágermúzeumot* és a *nótaműsorokat* hiányolják (8. ábra). Az adatokat az érthetőség kedvéért a teljes

lakosság százalékában adjuk meg. Megjegyezzük, hogy nemcsak az MR2 hallgatóinak véleményét vettük figyelembe.

8. ábra

### Az MR2-ön megszüntetett, de leginkább hiányolt műsorok

(Százalék, N=800)



A vizsgálat során kilenc szempont alapján öt rádióadó megítélését hasonlítottunk össze. Arra kértük a válaszadókat, hogy válasszák ki azt a csatornát, amelyre vonatkoztatva a kijelentést a leginkább érvényesnek tekintik (13. táblázat). A válaszokat alapvetően a rádióhallgatási szokások, a hallgatók önigazolása határozza meg, ezért az adatok inkább rokonszenv indexként értelmezhetők. Mint arra fentebb utaltunk a közönség a rádióadók esetében kevésbé csatornát, sokkal inkább tartalmat választ, ebből következően az adók közötti különbségek elmosódnak. Így például a „műsorai színvonalasak” ítem megítélésben a hallgatottsági sorrend fedezhető fel: élen kis különbségekkel a Kossuth (25%), Sláger, (23%), Danubius (20%) hármasa áll, miközben a klasszikus kulturális értékeket megjelenítő Bartók Rádió mindössze egy százalékot ért el. Hasonló trend mutatkozik a „programjai változatosak”, a „pártoktól, kormánytól függetlenül tájékoztat”, a „mindennapokban hasznos segítséget jelentő műsorokat sugároz” ítemek esetében is.

13. táblázat: „Kérem válassza ki, hogy Ön szerint melyik rádióadóra a legjellemzőbb az állítás!” N=800, százalék

|  | Kossuth | Petőfi | Bartók | Danubius | Sláger | Mind-<br>egyik | Egyik<br>sem | Nem<br>tudja |
|--|---------|--------|--------|----------|--------|----------------|--------------|--------------|
| Műsorai színvonalasak.   | 25      | 14     | 1      | 20       | 23     | 8              | 5            | 4            |
| Programjai változatosak, sok különböző fajtájú műsört sugároz.   | 22      | 15     | 1      | 21       | 23     | 9              | 5            | 4            |
| A pártoktól, kormánytól függetlenül, a tényeknek megfelelően tájékoztat, mindig igazat mond.                     | 15      | 9      | 2      | 14       | 17     | 5              | 27           | 11           |
| Gyerekeknek szóló műsorai nem keltenek félelmet a gyerekekben  | 14      | 12     | 1      | 6        | 7      | 9              | 16           | 35           |
| Gyerekeknek szóló műsorai segítik megérteni a felnőttek világát, megoldani mindennapi problémáikat.              | 13      | 12     | 2      | 6        | 7      | 8              | 16           | 36           |
| A mindennapokban hasznos segítséget jelentő műsorokat sugároz, segít megoldani az emberek mindennapi problémáit. | 22      | 12     | 1      | 16       | 16     | 8              | 16           | 9            |
| Műsorai könnyebbé teszik a tanulást a tudomány eredményeinek megismerését  | 23      | 11     | 1      | 10       | 9      | 6              | 17           | 23           |
| Praktikus információkat sugároz a mindennapi élethez   | 21      | 13     | 0      | 18       | 20     | 11             | 8            | 9            |

## 4.2 A közszolgálati rádiók finanszírozásának megítélése

A közszolgálati médiumokra vonatkozó kérdések közül talán az egyik leglényegesebb a médiumok finanszírozásának kérdése. Kutatásunkban arra tettünk kísérletet, hogy képet alkossunk a rádióhallgatók attitűdjeiről a problémakörrel kapcsolatban.

Az interjú során ezzel a kérdéscsoporttal a beszélgetés végső szakaszában foglalkoztunk, amikor a rádióhallgatók már kialakították a számukra megfelelőnek tekintett közszolgálati műsorstruktúráját. A kérdezőbiztosok sztemderd felvezetőszövegben<sup>1</sup> tájékoztatták a válaszadókat arról, hogy a jelenlegi finanszírozás a költségvetésből történik, melynek összege háztartásonként mintegy 400 forint. Ez arról kérdezték meg a válaszadókat, hogy az igényeik

<sup>1</sup> „A költségvetés havonta minden háztartás után körülbelül 400 forintot fordít a közszolgálati rádióadók (pl. Kossuth, Petőfi, Bartók) működtetésére. Ha az Ön által az előző kérdésben meghatározott módon alakítanák át a közszolgálati rádióadók műsorát, akkor Ön támogatná, hogy a költségvetés háztartásonként havonta 400 forint helyett mondjuk 500 forintot juttasson a közszolgálati rádióknak? És támogatná a 600 forintos juttatást? ...”

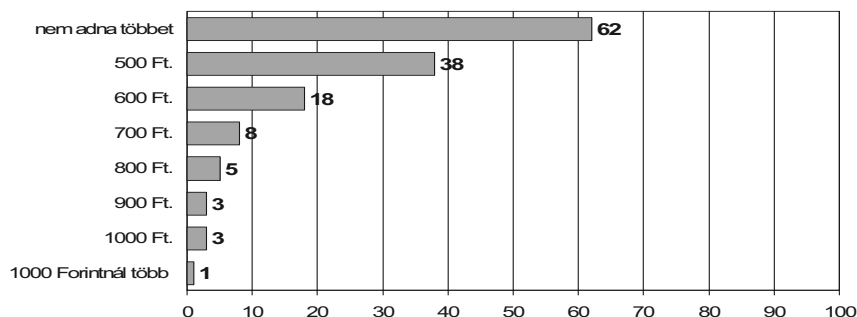
szerint átalakított műsorstruktúra esetén támogatnák-e a finanszírozás növelését? A vizsgálat során tehát a közvélemény-kutatás, piackutatás eszközeit felhasználva kérdeztünk egy olyan költség megítélésére, amely valójában nem választás kérdése, hiszen a költségvetésen keresztül végső soron a válaszadók adójából kerül a rádiókhoz.

A társadalom anyagi terhelhetősége igen szűk határok között mozog. A finanszírozás megváltoztatásának bármilyen jellegű kísérletét megnehezítheti az, hogy a válaszadóknak csak kisebb része tolerálja a támogatási összeg emelését.

A válaszadók kétötöde (62%) úgy nyilatkozott, hogy a számára kedvező változtatások esetén helyesli a költségvetési támogatás emelését (**9. ábra**). A megkérdezettek 38 százaléka 500 forintban maximálná a támogatás összegét, 18 százalékuk 600 forintos emelést is támogatna. A válaszadók valamivel kevesebb, mint egytizede (8%) emelné 700 forintra a juttatást. A válaszadók 5 százaléka lenne hajlandó a jelenlegi egy háztartásra eső finanszírozási összeg megduplázására a számára kedvezően kialakított műsorstruktúra esetén.

9. ábra

### A közszolgálati rádiók költségvetési támogatásának javasolt összege (százalék, N=800)



Periszkóp Média

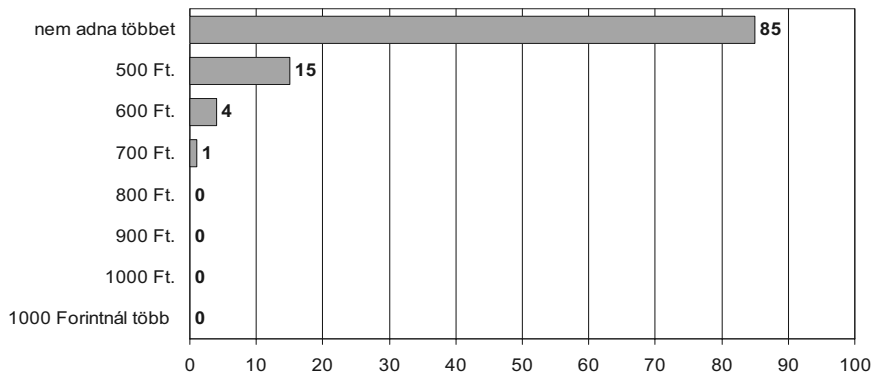
A következő lépésben arra kértük a válaszadókat, hogy abban az esetben is határozzák meg a finanszírozási támogatás emelésének összegét, ha ezt nem a költségvetésnek, hanem közvetlenül nekik, saját pénzükből kellene kifizetniük.<sup>2</sup> Ilyen feltételek mellett tovább nőtt az anyagi hozzájárulást teljes mértékben elutasítók aránya. Hiába alakulna a műsorstruktúra a válaszadók igényei szerint, több mint négyötödük (85%) „saját zsebből” egyáltalán nem lenne hajlandó fizetni a közszolgálati rádiók vételi lehetőségéért (**10. ábra**). Havi ötszáz forintot a válaszadók 15 százaléka fizetne, a jelenlegi 400 forintos finanszírozás 50 százalékos emelését jelentő 600 forintos havi díjat 4 százalék fizetné ki háztartása büdzséjéből.

<sup>2</sup> „És ha az állam helyett közvetlenül Önnek kellene fizetnie havonta 500 forintot az átalakított közszolgálati rádiók műsoráért? És fizetne havi 600 forintot?”

10. ábra

**A közszolgálati rádiók közvetlenül a háztartásokat érintő támogatásának javasolt összege**

(Százalék, N=800)



---

---

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|

**sorszám**

**RÁDIÓ 2008. JANUÁR**  
**A válaszadás önkéntes!**

**Kérdező neve:** ..... **kódja:**

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

**Településkód:**

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

**Megyekód: BUDAPESTEN 01-es**

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

**Kerület: VIDÉKEN XX!**

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

  
**Periszkóp-Média**

Piac-, Vélemény- és Médiakutató Kft.  
1114 Budapest, Hamzsabégi út 32  
Tel.: (36-1) 784-0697, 784-9866,

Jó napot kívánok, a nevem ....., a Periszkóp Médiakutató Intézet kérdezőbiztos vagyok. Egy közvélemény-kutatást végzünk a rádiókkal kapcsolatban. Ezért szeretném megkérni, hogy szánjon rám egy kis időt, és válaszoljon a kérdéseinkre! A válaszadás önkéntes, adatait bizalmasan név nélkül kezeljük, és kizárólag mások válaszaival együtt, statisztikai módszerekkel dolgozzuk fel.

1. Az Önök háztartásában hány darab rádiókészülék van? Kérem, számolja ide az autórádióját is!

.....átlagosan 2 ..db

2. Ön milyen gyakran szokott rádiót hallgatni?

4 – mindennap 57%

3 - hetente többször (három-négy alkalom) 22%

2 - ritkábban 12

1- Soha → **UGRÁS 15-re!** 9%

0 - X -

3. Körülbelül hány órát tölt rádiózással egy átlagos hétköznap, illetve hétvégén? Kérem, számolja össze, hogy reggel, délután, este körülbelül hány órát tölt rádiózással (Percben kódold csak az Összesent).

|                  | Soha    | 5-12 óra | 12-18 óra | 18-24 óra | Összesen<br>n |         |
|------------------|---------|----------|-----------|-----------|---------------|---------|
| Hétköznap (perc) | 95 perc | 69 perc  | 31 perc   | 95 perc   | 195 perc      | 0 - X - |
| Hétvégén (perc)  | 88 perc | 62 perc  | 30 perc   | 88 perc   | 179 perc      | 0 - X - |

4. És hol szokott Ön rádiót hallgatni?

|                                 | Említi | Nem említi |         |
|---------------------------------|--------|------------|---------|
| Munkaközben, munkahelyen        | 23%    |            | 0 - X - |
| Vezetés, autózás, utazás közben | 40%    |            | 0 - X - |
| Otthon szabadidejében           | 76%    |            | 0 - X - |
| Otthon munka közben             | 55%    |            | 0 - X - |
| Mást említ:                     | 1%     |            | 0 - X   |





|                 |     |    |    |    |     |     |         |  |
|-----------------|-----|----|----|----|-----|-----|---------|--|
| Lánchíd Rádió   | 23% | 2% | 5% | 3% | 19% | 49% | 0 - X - |  |
| Gazdasági Rádió | 25% | 1% | 5% | 5% | 13% | 51% | 0 - X - |  |
| Radiocafé 98.6  | 9%  | 2% | 5% | 9% | 21% | 55% | 0 - X - |  |
| Info Rádió      | 9%  | 4% | 8% | 6% | 20% | 53% | 0 - X - |  |

7. **Vannak Önnek kedvenc rádióműsorai? Melyek ezek? (MŰFAJT ÉS KONKRÉT MŰSORCÍMET IS EMLÍTHET, SZÓ SZERINT ÍRD LE A VÁLASZT, ÉS AZTÁN KÓDOLD!)**

0 – nincs, nem tudja  **UGRÁS 9-re!** 48%

1. ....

2. ....

3. ....

-----

4 – hírműsorok, politikai műsorok (híradók, hírek, interjúk), 14%

5 – vetélkedő, telefonos játékok, 1%

6 – ismeretterjesztő műsorok, 2%

7 – nem politikai magazinműsorok, 3%

8 – betelefonálós műsorok, fórumok, 3%

10 – rádiójátékok, sorozatok, 1%

11 – zene, zenés műsorok, 26%

12 – sportközvetítés, 0%

13 – dokumentumműsorok, riportok 1%

16 – egyéb, kiírni: .....3%

0 - X -

8. **És azt meg tudja mondani, hogy miért ezek a kedvenc műsorai? (OLVASD FEL AZ EMLÍTETT MŰSORCÍMET/MŰFAJT, SZÓ SZERINT ÍRD LE A VÁLASZT ÉS AZTÁN KÓDOLD!)**

1. ....

2. ....

3. ....

-----

4 – tájékozódás, információszerzés, hírek fogyasztása 16%

5 – a hírek háttérének megismerése (magazinműsorok, háttérműsorok) 2%

6 – szórakozás, kikapcsolódás (zenehallgatás) 28%

7 – időtöltés, háttértévezés, -rádiózás (szóljon valami, mert egyedül van) 15%

8 – egyéb 1%

0 -X - 48%

**ADD ÁT A KÁRTYÁT!**

9. Most különböző rádióadókról szóló állításokat olvasok fel. Kérem válassza ki, hogy Ön szerint melyik rádióadóra a legjellemzőbb az állítás! Kérem, mondja meg azt is, ha Ön szerint nincs különbség a rádióadók között...

|  | Kossuth | Petőfi | Bartók | Danubius | Sláger | Mind egyik | Egyik sem | Nem tudja |
|--|---------|--------|--------|----------|--------|------------|-----------|-----------|
| Műsorai színvonalasak.   | 25%     | 14%    | 1%     | 20%      | 23%    | 8%         | 5%        | 3%        |
| Programjai változatosak, sok különböző fajtájú műsort sugároz.   | 22%     | 15%    | 1%     | 21%      | 23%    | 9%         | 5%        | 6%        |
| A pártoktól, kormánytól függetlenül, a tényeknek megfelelően tájékoztat, mindig igazat mond.                     | 15%     | 9%     | 2%     | 14%      | 17%    | 5%         | 27%       | 12%       |
| Gyerekeknek szóló műsorai nem keltenek félelmet a gyerekekben  | 14%     | 12%    | 1%     | 6%       | 7%     | 9%         | 16%       | 34%       |
| Gyerekeknek szóló műsorai segítik megérteni a felnőttek világát, megoldani mindennapi problémáikat.              | 13%     | 12%    | 2%     | 6%       | 7%     | 8%         | 16%       | 37%       |
| A mindennapokban hasznos segítséget jelentő műsorokat sugároz, segít megoldani az emberek mindennapi problémáit. | 22%     | 12%    | 1%     | 16%      | 16%    | 8%         | 16%       | 11%       |
| Műsorai könnyebbé teszik a tanulást a tudomány eredményeinek megismerését  | 23%     | 11%    | 1%     | 10%      | 9%     | 6%         | 17%       | 24%       |
| Praktikus információkat sugároz a mindennapi élethez   | 21%     | 13%    | 0      | 18%      | 20%    | 11%        | 8%        | 8%        |



14. Most a petőfi rádió új műsoraival kapcsolatos állításokat olvasok fel. Kérem, mondja meg ön mennyire ért egyet ezekkel a kijelentésekkel! Osztályozzon úgy, mint az iskolában szokás! Tehát ötös adjon, ha teljesen egyetért egy állítással és egyes osztályzatot, ha egyáltalán nem ért egyet vele! Természetesen a 2-es 3-as 4-es osztályzatokat is használhatja! Tehát mennyire ért egyet azzal, hogy a Petőfi Rádió ...

átlagértékek

|  |     |
|--|-----|
| A Petőfi Rádió elsősorban a fiatalokhoz szól.                                | 3,0 |
| a Petőfi Rádió túl sok az ismétlés, ami unalmassá teszi a műsorát            | 2,4 |
| a Petőfi Rádió olyan műsorokat sugároz, melyek mindenkit érdekelnek.         | 3,0 |
| a Petőfi Rádió műsoraival magas színvonalúak.                                | 3,3 |
| a Petőfi Rádió műsoraival nem tudnak lekötni, úgy érzem nem hozzám szólnak   | 3,1 |
| a Petőfi Rádióval gyakran jutok hasznos információkhoz.                      | 3,0 |
| a Petőfi Rádió túl sok a zene, engem más műsorok is érdekelnének.            | 2,7 |
| a Petőfi Rádióval olyan zenét hallhatok, melyeket más rádiók nem sugároznak. | 3,0 |
| a Petőfi Rádió gyorsan tudósít a fontosabb eseményekről.                     | 3,2 |

#### KÁRTYA!

15. Most átadok Önnek egy kártyát, amelyen műsorszorokat soroltunk fel. Kérem mondja meg, hogy ön szerint a műsorok közül melyeket kellene a többet vagy kevesebbet sugározni, és kb. hány százalékkal az Ön által leggyakrabban hallgatott közrádióknak (Kossuth, Petőfi, Bartók, MR4, MR5, MR6) Tehát sportműsorokból többet, vagy kevesebbet kellene sugározni a közrádióknak?

| Műsorszor   | MR1  | MR2  |
|---|------|------|
| Szórakoztató műsorok  | 20%  | 21%  |
| Információs műsorok (életmód, tanácsadás, érdekvédelem, fogyasztóvédelem) | 17%  | 15%  |
| Riportok, beszélgetések hétköznapi emberekkel                             | 15%  | 7%   |
| Könnyűzenei műsorok   | 14%  | 15%  |
| Szabadidő eltöltéséről szóló műsorok                                      | 8%   | 11%  |
| Tudományról szóló műsorok   | 7%   | 10%  |
| Népzenei, nótaműsorok   | 6%   | 4%   |
| Hírek, politikai műsorok  | 4%   | 2%   |
| Művészeti műsorok   | -5   | -2%  |
| Sportműsorok  | -9%  | 3%   |
| Vallási műsorok   | -14% | -22% |
| Komolyzenei műsorok   | -14% | -16% |

#### KÁRTYA!

16. A költségvetés havonta minden háztartás után körülbelül 400 forintot fordít a közszolgálati rádióadók (pl. Kossuth, Petőfi, Bartók) működtetésére. Ha az Ön által az előző kérdésben meghatározott módon alakítanák át a közszolgálati rádióadók műsorát, akkor Ön támogatná, hogy a költségvetés háztartásonként havonta 400 forint helyett mondjuk 500 forintot juttasson a közszolgálati rádióknak? És támogatná a 600 forintos juttatást? És támogatná...

| Nem fizetne semmit                   | 62%    |            |       |                          |
|--------------------------------------|--------|------------|-------|--------------------------|
|                                      | Említi | Nem említi |       |                          |
| 500 forintos juttatást               | 38%    | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 600 forintos juttatást               | 18%    | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 700 forintos juttatást               | 8%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 800 forintos juttatást               | 5%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 900 forintos juttatást               | 3%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 1000 forintos juttatást              | 3%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 1000 forintnál is nagyobb juttatást? | 1%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |

17. És ha az állam helyett közvetlenül Önnek kellene fizetnie havonta 500 forintot az átalakított közszolgálati rádiók műsoráért? És fizetne havi 600 forintot?

| Nem fizetne semmit | 85%    |            |       |                          |
|--------------------|--------|------------|-------|--------------------------|
|                    | Említi | Nem említi |       |                          |
|                    |        | 1          |       | <input type="checkbox"/> |
| 500 forintot       | 15%    | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 600 forintot       | 4%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 700 forintot?      | 1%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 800 forintot?      | 0%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 900 forintot?      | 0%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |
| 1000 forintot?     | 0%     | 1          | 0 - X | <input type="checkbox"/> |

**DEMOGRÁFIAI ADATOK MINDENKITŐL! VÉGEZETŰL NÉHÁNY, A SZEMÉLYÉVEL KAPCSOLATOS KÉRDÉST TESZEK FEL.**

18. Neme:

- 1 - férfi 47%  
2 - nő 53%

19. Ön melyik évben született?

- 18-29 ÉVES: 20%  
30-39-ÉVES: 19%  
40-49 ÉVES: 16%  
50-59 ÉVES: 18%  
60 ÉVES VAGY IDŐSEBB: 27%

20. Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?

- 1 - nyolc általános (vagy alacsonyabb) 24%  
2 - szakmunkásképző iskola 28%  
3 - szakközépiskola, technikum 18%  
4 - gimnázium 18%  
5 - főiskola 9%  
6 - egyetem 4%  
0 - X -

**21. Ön dolgozik ?**01 - igen, teljes állásban (8 órás) **49%**02 - igen, részmunkaidős (4 órás) **3%**NEM DOLGOZIK03 - GYES-en, GYED-en, GYET-en van **3%**04 - nyugdíjas **31%**05 - háztartásbeli **1%**06 - tanuló **1%**07 - egyéb inaktív kereső **1%**08 - egyéb eltartott **1%**09 - munkanélküli **5%**10 - alkalmi munkából él **0%**-----  
0 - X -**22. Hányan élnek Önök közös háztartásban (közös kasszán) Önt is beleértve?****Átlagosan 2,9 személy**

X -

**23. És ebből mennyi a 18 év alatti gyermek?****Nincs gyermek: 58%****1 gyermek: 23%****2 gyermek: 13%****3 gyermek 3%**

X -

**24. Most átnyújtok Önnek egy kártyalapot, kérem ez alapján nagyjából becsülje meg családja havi nettó jövedelmét!**1 - 0 -100 ezer Ft **23%**2 - 101 ezer - 200 ezer Ft **44%**3 - 201 ezer - 300 ezer Ft **17%**4 - 301 ezer - 400 ezer Ft **4%**5 - 401 ezer - 500 ezer Ft **1%**6 - 501 ezer - 600 ezer Ft **0%**7 - 601 ezer - 700 ezer Ft **0%**8 - 701 ezer - 800 ezer Ft **0%**9 - 801 ezer forintnál több. **0%**-----  
0 - **12%****Köszönjük a segítséget!**