



Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak jellemzői Magyarországon

Készítette: Uszkiewicz Erik (Független Médiaközpont)

Jelen dokumentum a Független Médiaközpontban, 2025. február 24-én
elhangozott előadáshoz készült prezentáció kiegészített változata.

Ki minősül ma Magyarországon idősnek?

- ▶ a magyar lakosság többsége az időskor kezdetét **60, 65** vagy **70** éves korhatárnál jelöli meg, míg a válaszadók kevesebb mint 5%-a véli úgy, hogy ez **80** éves kornál kezdődik
- ▶ míg a fiatal válaszadók szerint az időskor **60,7**, az idősebbek szerint **64,5** évnél kezdődik

[Hofmeister Tóth Ágnes – Neulinger Ágnes: Az idősök iránti attitűd és az idős fogyasztók ábrázolása a tv reklámokban Magyarországon](#)

- ▶ a European Social Survey és az IPSOS kutatásai alapján az időskor kezdetét Magyarországon 2008/2009-ben még **61** évnél jelölték meg a válaszadók, 2018-ra ez a korhatár már **65** évre változott

[Hannah J Swift – Ben Steeden: Literature review: Exploring representations of old age and ageing](#)



Generációk egymás mellett



Hogyan csoportosíthatjuk az idősebb generációkat?

Az idősebb korosztályt digitális készségeik alapján három csoportba sorolhatjuk:



I. Digitális bevándorlók

- a digitális eszközökkel már a munkájuk során, életük aktív szakaszában megismerkedtek
- ennek köszönhetően viszonylag magasabb szintű digitális jártassággal is rendelkeznek



II. Kényszerű felhasználók

- magas szintű digitális készségekkel nem rendelkeznek
- a családtagokkal való kapcsolattartáson kívül szórakozásra használják a digitális lehetőségeket



III. Nem érdeklődők

- létszámában a legkisebb csoport
- nem érdeklődnek a digitális média iránt, az kívül esik a látókörükön

Az 50+ generáció digitális szokásai

- ▶ az 50-79 éves magyar internetezők **97%-a napi rendszerességgel használja** az internetet
- ▶ átlagosan **naponta kb. 2 órát**, de nem folyamatosan
- ▶ a megkérdezettek 82%-a már legalább 10 éve internetezik
- ▶ **legfontosabb online tevékenységek**
 - e-mailezés
 - közösségi média használata
 - csetelés
 - „netezgetés”
- ▶ az 50-79 évesek **74%-az okostelefont** használja elsődleges digitális eszközként



[Az idősebb népesség online szokásai és a digitalizáció veszélyei. Online kérdőíves kutatás eredményei, 2024](#)

Online veszélyek az idősek észlelései alapján

- vírus (42%)
- adatlopás (26%)
- adathalászat (24%)
- csalás (21%)
- átverés (16%)
- hekkelés (11%)
- megfigyelés (10%)
- adatvesztés (9%)
- lehallgatás (9%)
- bankszámla elleni akció (6%)
- adatok kiszivárgása (5%)
- kémkedés (4%)
- idegenek hozzáférése a géphez (4%)
- személyes adat felhasználása (3%)
- **álhírek (3%)**



[Az egyedül élő idősebbek különösen kiszolgáltatottak az online veszélyekkel szemben \(NMHH\)](#)



Az időskorúak csoportjai az internetes kiszolgáltatottságuk alapján

1. csoport: „**kiszolgáltatott áldozattípus**” (37%)
 - o elsősorban bátortalan, védtelen idősebbek
 - o az átlagosnál kevesebbet interneteznek
 - o gyakrabban kattintanak félrevezető tartalomra
2. csoport: „**tájékozatlan könnyelműek**” (10%)
 - o nem néznek utána a tartalmaknak, meggondolatlanul kattintanak, adataikat könnyelműen megadják a nyilvános felületeken és nem tartják veszélyesnek az online teret, nem tartanak tőle, hogy vírus, hacker vagy csalás áldozatai legyenek
 - o a védekezés módjait nem ismerik
3. csoport: „**ösztönös magabiztosak**” (30%)
 - o biztonságban érzik magukat az interneten, nem tartják veszélyesnek az online teret, nem tartanak a vírusoktól és hackerektől, sem az online csalásoktól
 - o jellemzően nem kattintanak kártékony linkre, felismerik a veszélyt
4. csoport: „**tudatos óvatosak**” (23%)
 - o körültekintők, elővigyázatos fiatalabbak
 - o mindig utánanéznek a hírek és tartalmak valóságának, mérlegelik a kockázatokat, mielőtt egy hivatkozásra kattintanak
 - o tisztában vannak az online világ veszélyeivel és tudják, hogyan védekezzenek azok ellen

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2021)

- ▶ a demográfiai adatok alapján **a Magyar Televízió hírműsorai különösen népszerűek a Fidesz-KDNP szavazók, a 60 év felettek és az alacsony iskolai végzettségűek körében**
- ▶ a TV2 nézettsége szintén magas, itt is a Fidesz szavazók, idősek és alacsony végzettségűek a legnagyobb nézőcsoport
- ▶ az RTL Klub hírműsorait az idősebbek és alacsony végzettségűek nézik leginkább, és a diplomások és bizonytalan szavazók körében itt is alacsonyabb a nézettség
- ▶ **a magasabb végzettségűek és nagyobb településeken élők nagyobb valószínűséggel tájékozódnak internetes portálokról, míg az idősebb korosztály kevésbé használja ezeket**
- ▶ **a fiatalabb, magasabb végzettségű, nagyvárosban élő csoport az internetet részesíti előnyben** tájékozódása során, míg az idősebbek, alacsonyabb végzettségűek és kistelepüléseken élők inkább televíziós híreket fogyasztanak

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2022)

- ▶ televízió szinte valamennyi háztartásban megtalálható, ugyanakkor már a vizsgált korcsoport körében is jelentős mértékben elterjedtek az olyan korszerű eszközök, mint az okostelefon, a laptop, a notebook vagy épp a tablet
- ▶ **az 50-75 éves korosztály háztartásainak**
 - kétharmadában van okostelefon
 - közel felében laptop
 - a tabletek előfordulási aránya is eléri e háztartások negyedét

(a 60-75 éves korosztályban ezek az arányok alacsonyabbak, de a modern eszközök térhódítása ebben a csoportban is megfigyelhető)
- ▶ az 50-75 évesek
 - **88%-a legalább hetente néz televíziót**
 - **az internet-penetráció 73%**
 - **a rendszeres internethasználók aránya ennél alacsonyabb**
 - **a digitális jártasságot mutató csoport 44%-ot tesz ki**



[A „hagyományos” televíziózáson túlmutató eszközök használata az 50-75 évesek körében \(Inspira Visionary Research – MEME – NMHH\)](#)

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2022)



- ▶ **az iskolai végzettség növekedésével egyenesen arányosan nő a digitális megoldások iránti érdeklődés és használat:** a digitális megoldások, innovációk és újdonságok elkerülőinek aránya a maximum 8 osztályt végzettek körében 50%-os, addig a diplomások körében ez az arányszám már mindössze 11%
- ▶ az 50 év felettek
 - 70%-a rendszeresen internetezik
 - 61%-a napi szinten használja a közösségi médiát, főként a Facebookot
 - 51%-a olvas online hírportálokat
 - az online hírolvasók fele videós tartalmakat is néz, míg 15% kommentel is a hírekhez
- ▶ **a 60-75 éves korosztály elsősorban a tévében látottaknak hisz, míg az 50-59 éves korosztály körében a televízió domináns szerepe mellett megerősödni látszanak az online hírportálok**
- ▶ **az iskolai végzettség emelkedésével a televízió hitelességi mutatója romlik, csökken, míg az online hírportáloké exponenciálisan nő**

[Innováció és tudás: Média és márkakommunikáció – Nem öreg, csak régebb óta fiatal \(Ipsos\)](#)

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2023)



■ Televízióból tájékozódók aránya

- fiatalok alig ¼-e
- a 60 évesnél idősebb korosztály 80%-a a televízióból tájékozódik rendszeresen

„A televízióhoz való ragaszkodás nagyon látványos az idősebbek és az alacsonyabb végzettségűek körében, míg az internet a fiatalok és a magas végzettségűek számára nélkülözhetetlen.”

■ „Ha valami miatt a jövőben csak egy típusú médiumból tájékozódhatna, melyiket választaná?”

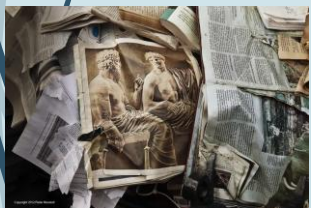
- 50-59 éves korosztály – kereskedelmi televíziókat említették az első helyen
- 60 évnél idősebb korosztály – kereskedelmi televíziókat említették az első helyen, de majdnem azonos eredményt ért el az állami televíziók említése (29 és 24%)

■ A tudatos médiafogyasztás egyik fokmérője, hogy **a fogyasztó saját maga által hiteltelennek tartott hírforrásokat nézi, olvassa vagy hallgatja-e**

- 50-59 éves korosztály 34%-a szokott olyan hírforrást a saját döntéséből fogyasztani, amelyről azt gondolja, hogy gyakran nem mond igazat
- a 60 évnél idősebb korosztály esetében ez az arány 39%

■ Véleményük szerint ma Magyarországon a médiában melyik politikai oldalnak, pártnak van nagyobb befolyása

- a válaszadók egyöntetű többsége szerint (86%) a Fidesz domináns politikai szerepet tölt be a magyar médiatérben
- az 50-59 éves korosztály 72%-a
- 60 évesnél idősebbek 69%-a gondolja úgy, hogy minden nagyobb hírforrás valamelyik politikai oldal befolyása alatt áll



[Tájékozódási szigetek egy polarizált médiarendszerben \(Mérték Médiaelemző Műhely\)](#)

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2024)



- ▶ az elemzett időszakban a rádió **naponta átlagosan 5,4 millió embert ért el**, leginkább a baby boomerek körében, míg a fiatalabb generációk egyre kisebb arányban hallgattak rádiót



- ▶ a televíziót átlagosan **napi 6 millióan nézték**, de a fiatalabb generációk figyelmét ez a médium már egyre nehezebben tudja megragadni. A baby boomerek töltötték a legtöbb időt a képernyők előtt



- ▶ bár a baby boomereket érte el a legkisebb arányban az **online tér**, **ők töltötték a legtöbb időt a platformokon**, különösen a hírportálok böngészésével, **napi 21 percet**

„Az elérés (44%), illetve a fogyasztással töltött idő is (2 óra 35 perc) a televízió esetében csökken a legnagyobb mértékben a baby boomerek felől a fiatalabb generációk felé haladva. A jelenség hátterében a hagyományos televíziózás átalakulása és vele párhuzamosan a streaming szolgáltatók megerősödése áll.”

Az idősebb generációk médiafogyasztási szokásainak változása (2024)

- ▶ **a nem internetezők aránya** az 50 éves kortól kezdődően emelkedik
 - 60-62 éves korosztályban körülbelül 10%
 - 78-80 éves korosztályban már több mint 50%
- ▶ **az internetezéssel töltött átlagos idő** a teljes populációban napi 4,3 óra
 - Z generáció tagjainak körében nagyjából 5 óra
 - a baby boomerek esetében kicsit kevesebb, mint 4 óra
- ▶ **a közösségimédia-használatot illetően a Facebook (Meta) vezető szerepe megkérdőjelezhetetlen**
- ▶ **napi rádióhallgatással töltött idő**
 - 50-59 éves korosztályban körülbelül napi 160 perc
 - 60-69 éves korcsoportban kb. napi 200 perc
 - 70+ korosztályban kb. napi 210 perc
- ▶ **a még mindig újságot olvasók aránya**
 - 16-29 évesek körében 34,5%
 - 30-59 év közöttiek esetében 39,5%
 - 60-75 éves korcsoportban 59%

Hasznos linkek és információk

- ▶ [Sosem késő!](#) – A Lakmusz tényellenőrző portál oldala, amelyen olyan tartalmakat gyűjtöttek össze, amelyek kifejezetten az idősebb korosztályt segítik a tudatos tájékozódásban.
- ▶ A [Detekto oktatási anyagai](#) – Online kurzusok és oktatási tananyagok az álhírek, minőségi hírek, kritikai gondolkodás és gyanús tartalom ellenőrzése témakörökben.
- ▶ [Érdeklődő, de kiszolgáltatott: a fiatalok viszonya a politikai \(dez\)információkhoz](#) – a Political Capital elemzése
- ▶ [Összeesküvés-elméletek, dezinformációk és tényrelativizmus a közvéleményben](#) – a Political Capital összehasonlító kutatása Magyarországon, Csehországban, Szlovákiában és Bulgáriában
- ▶ [Dezinformáció és polarizáció: a V4-országok civil társadalmának ellenállóképessége](#) – a Political Capital 2024-es elemzése a visegrádi országok vonatkozásában
- ▶ [Hogyan szűrhetjük ki az álhíreket?](#) – a Független Médiaközpont tananyaga
- ▶ [Hatáskeltés, félrevezetés, megtévesztés és újságírói nyelvhasználat](#) – a Független Médiaközpont útmutatója

A dark grey arrow points to the right from the left edge of the slide. Several thin, curved lines in shades of blue and grey originate from the left side and sweep across the page towards the text.

A Független Médiaközpont projektjét
az IFEX támogatja

The logo for IFEX, featuring the lowercase letters 'ifex' in a bold, black, sans-serif font. The letter 'e' is white and is contained within a black square. The 'x' has a distinctive shape with a downward-pointing triangle at its base.

ifex



Kérdése van? Lépjen velünk kapcsolatba!

Független Médiaközpont

1064 Budapest, Vörösmarty u. 47/A (Sajtóház, I. emelet)

Email: info@cij.hu

Telefon: +36 1 609 53 92