



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSA A MÉDIAPIACRA (2020. ÁPRILIS)

Közzétéve: 2019. június 16.

A Médiatanács 270/2020. (III. 31.) számú döntése alapján a Műsorfigyelő és -elemző főosztály összegyűjtötte – a T-9/2020. sz. tájékoztató anyagban szereplő vizsgálati pontok alapján – a jelenleg rendelkezésre álló információkat a koronavírus médiapiaci hatásával összefüggésben. Az előterjesztés áprilisi – helyenként foghíjas – adatokat tartalmaz, az eredményeket heti bontásban jeleníti meg. Az adatgyűjtés folyamatos, az eredményekről rendszeresen tájékoztatjuk a Médiatanácsot.

A televíziós hirdetési piac átalakulása (2020. április)

A következőkben azt mutatjuk be, hogy milyen hatást gyakorolt a televíziós reklámpiacra a koronavírus-járvány illetve az azzal kapcsolatos kormányzati intézkedéssorozat. A vizsgálati mintát minden esetben a Nielsen Közönségmérés Kft. adatbázisa jelentette, mely a vizsgálat időpontjában 76 magyar nyelvű televíziós csatornát fedett le.¹ Az analízis heti bontásban kerül bemutatásra, összevetve a megelőző év hasonló időszakának² adataival, a 15. héttől (április 6-12.) kezdve egészen a 18. hétig (április 27-május 3.) bezárólag. Vizsgálatunk segítségével árnyalhatjuk azt a képet is, melyet a televíziós reklámpiacról alakított ki a Magyar Reklámszövetség 2020. május 7-én publikált Barométer kutatása³ a médiatorna 2020-as várható visszaeséséről. (A felmérés szerint az iparági szereplők mintegy 74,6 milliárd forintos, nagyságrendileg 38 százalékos csökkenésre számítanak.)

¹ AMC, ATV, AXN, Boomerang, Cartoon Network, Lichi TV, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Film+, Fem3, Film Cafe, Film Mania, Galaxy4, History, Humor+, ID, Izaura, Kiwi TV, Life TV, M1, M2, M4 Sport, M5, Minimax, Mozi+, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Ozone TV, Paramount, Prime, RTL Gold, RTL+, RTL II, RTL Klub, RTL Spike, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spektrum, Spektrum Home, Spíler1 TV, Sport1, Sport2, TV4, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV2, TV Paprika, Viasat3, Viasat6, Zenebutik, Film4, Hír TV, Spíler2 TV, Jocky TV, Moziverzum, ATV Spirit, Nicktoons, Viasat History, D1 TV, Eurosport, JimJam, Dikh TV

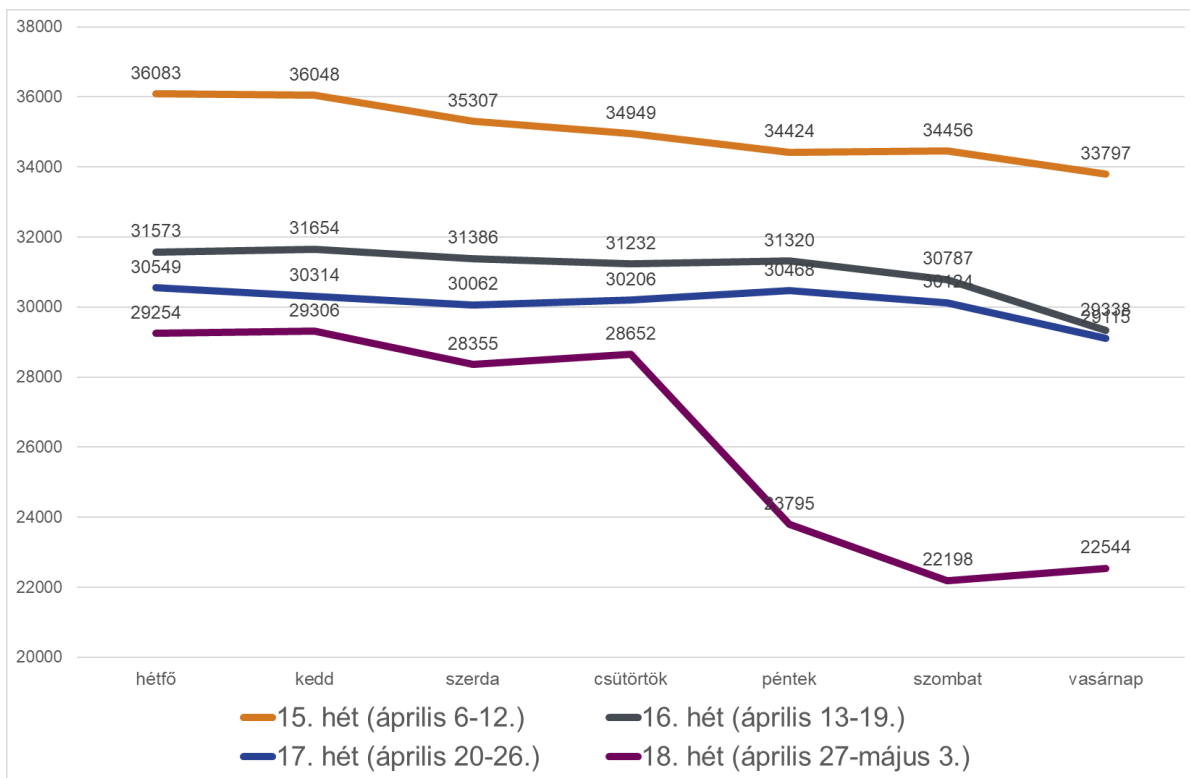
² Nem a pontos dátumok, hanem a hetek kerülnek egybevetésre, mivel a reklámszpotok közreadásának szempontjából a hét napjainak is jelentősége van (a vasárnap nagy általánosságban a leggyengébb stb.).

³ Magyar Reklámszövetség: 2019 MRSZ Média – és Kommunikációs torták; MRSZ Barométer kutatás – 2020-as iparági prognózis. 2020. május 7.

A hirdetések volumene

A vizsgált periódusban az egyes hetek eredményeinek összevetése egyértelműen csökkenő tendenciát mutatott (**1. ábra**). A 18. hét végére (április 27-május 3.) az értékek a szokásos hétvégi visszaesések mértékénél is jelentősebben visszaestek.

1. ábra – A reklámszpotok volumenének alakulása (db)

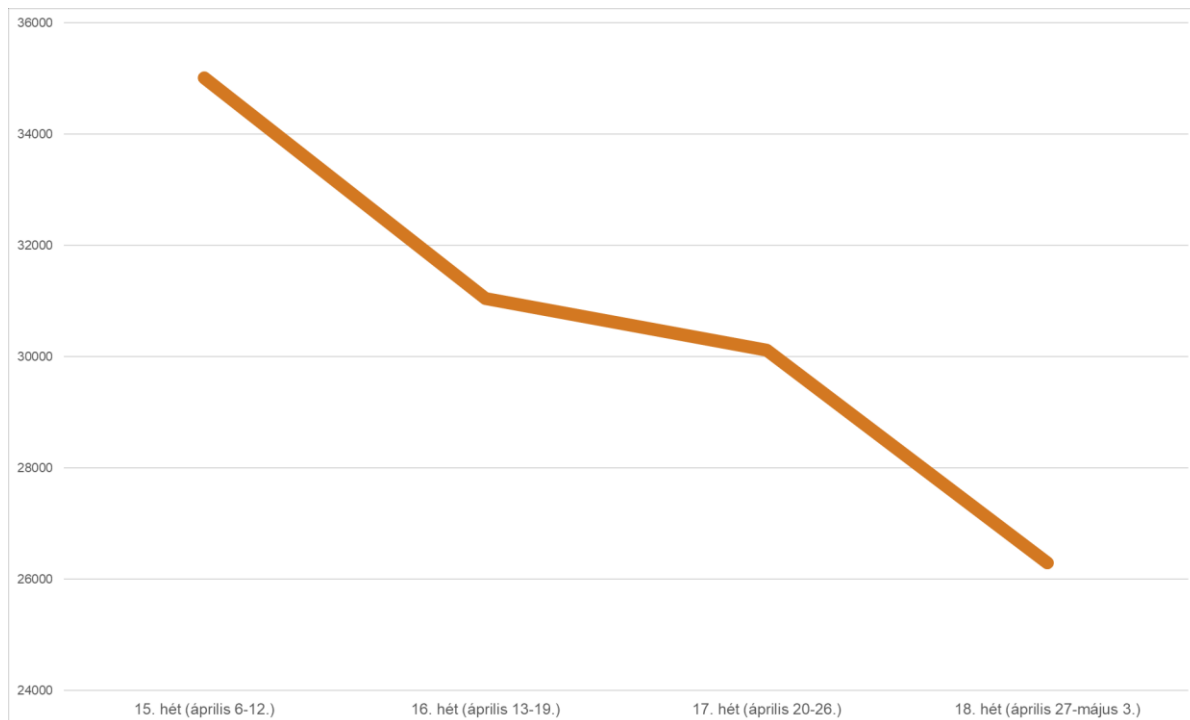


1. táblázat az 1. ábrához – A reklámszpotok volumenének alakulása (db)

	15. hét (április 6-12.)	16. hét (április 13-19.)	17. hét (április 20-26.)	18. hét (április 27. – május 3.)
hétfő	36083	31573	30549	29254
kedd	36048	31654	30314	29306
szerda	35307	31386	30062	28355
csütörtök	34949	31232	30206	28652
péntek	34424	31320	30468	23795
szombat	34456	30787	30124	22198
vasárnap	33797	29338	29115	22544

A hirdetések darabszámának napi átlagának alakulása az 1. ábrán látottakat igazolta vissza – folyamatos csökkenés, drasztikus hó eleji visszaeséssel (május első napjai hétvégére estek, így az általában megfigyelhető, hónap eleji felívelést vélhetően a 19. heti kimutatásban fogjuk érzékelni) (**2. ábra**).

2. ábra – A hirdetések számának napi átlagai az egyes heteken (db)

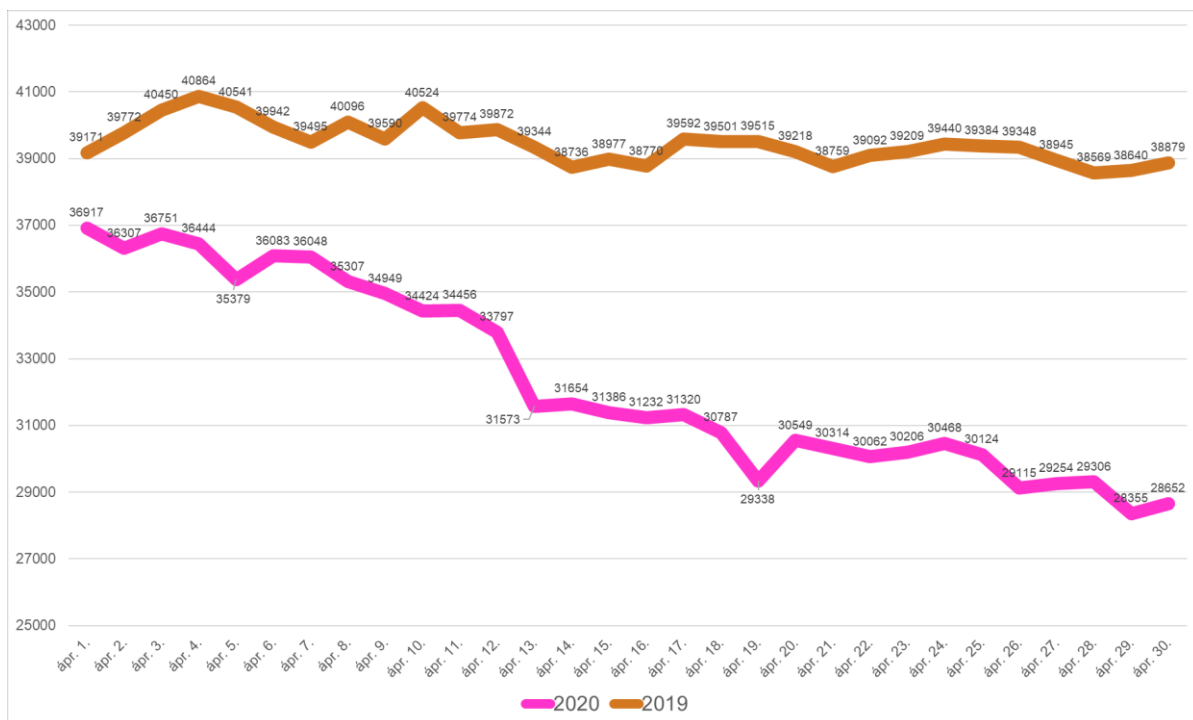


2. táblázat a 2. ábrához – A hirdetések számának napi átlagai az egyes heteken (db)

Hét	Átlag
15. hét (április 6-12.)	35009
16. hét (április 13-19.)	31041
17. hét (április 20-26.)	30120
18. hét (április 27-május 3.)	26301
15. hét (április 6-12.)	35009
16. hét (április 13-19.)	31041

A tavalyi esztendővel való összevetésben egyértelműen kirajzolódik a koronavírus-járvány hatása a reklámfilmek közzétételének volumenére. 2019 áprilisának értékei kiegyenlített képet mutattak. 2020-ban a március-április fordulóján regisztrált erősödést követő lassú csökkenés április 12-éig tartott, azt követően az értékek a március végén kimutatottak szintjére (31 ezer reklámszpot/nap), majd az alá zuhantak (**3. ábra**).

3. ábra – A reklámszpotok volumenének alakulása (2019. április, 2020. április; db)



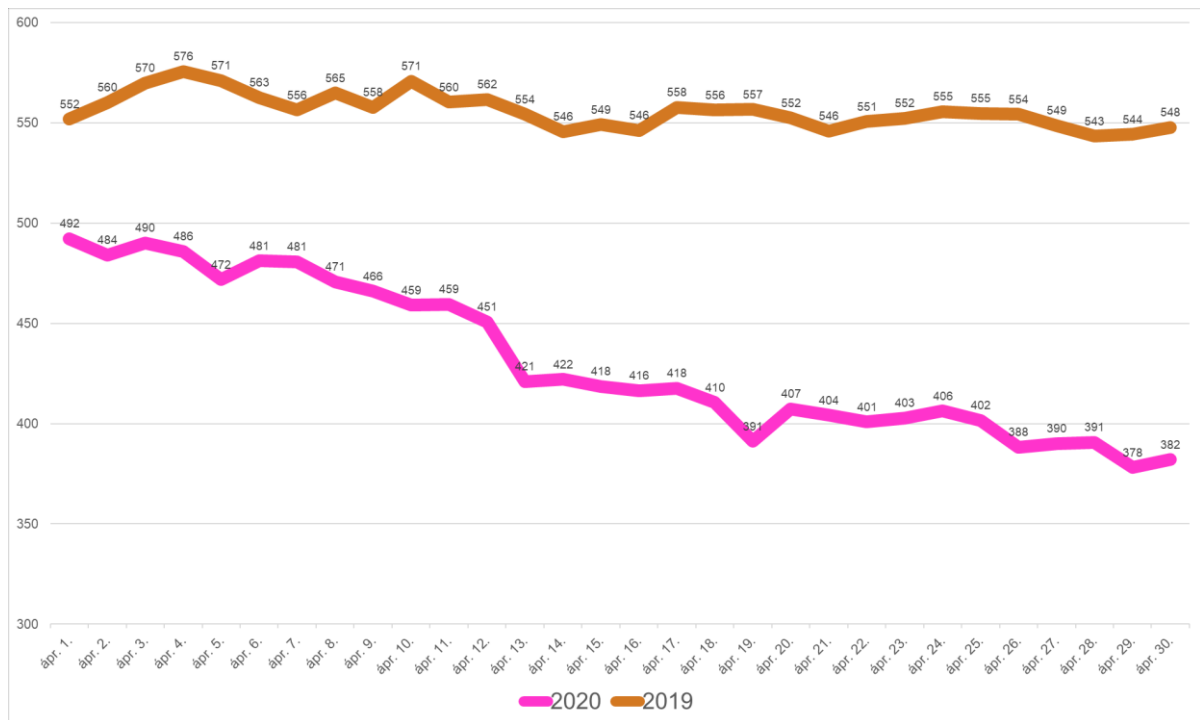
3. táblázat – A reklámszpotok volumenének alakulása (2019. április, 2020. április; db)

Nap	2020	2019
ápr. 1.	36917	39171
ápr. 2.	36307	39772
ápr. 3.	36751	40450
ápr. 4.	36444	40864
ápr. 5.	35379	40541
ápr. 6.	36083	39942
ápr. 7.	36048	39495
ápr. 8.	35307	40096
ápr. 9.	34949	39590
ápr. 10.	34424	40524
ápr. 11.	34456	39774
ápr. 12.	33797	39872
ápr. 13.	31573	39344
ápr. 14.	31654	38736

Nap	2020	2019
ápr. 15.	31386	38977
ápr. 16.	31232	38770
ápr. 17.	31320	39592
ápr. 18.	30787	39501
ápr. 19.	29338	39515
ápr. 20.	30549	39218
ápr. 21.	30314	38759
ápr. 22.	30062	39092
ápr. 23.	30206	39209
ápr. 24.	30468	39440
ápr. 25.	30124	39384
ápr. 26.	29115	39348
ápr. 27.	29254	38945
ápr. 28.	29306	38569
ápr. 29.	28355	38640
ápr. 30.	28652	38879

Annak érdekében, hogy a reklámozási trend még jobban összevethető legyen a 2019-ben tapasztaltakkal, leválogattuk az egy televízióra jutó reklámszpotok számát is (2019-ben 71 televízió szolgáltatta a Nielsen adatbázisát, 2020 márciusának elejére ez a szám 76-ra emelkedett). A 3. ábra esetében leírt tendencia ezúttal is megfigyelhető (**4. ábra**).

4. ábra – A reklámszpotok egy televízióra vetített darabszáma (2019. április, 2020. április; db)



4. táblázat a 4. ábrához – A reklámszpotok egy televízióra vetített darabszáma (2019. április, 2020. április; db)

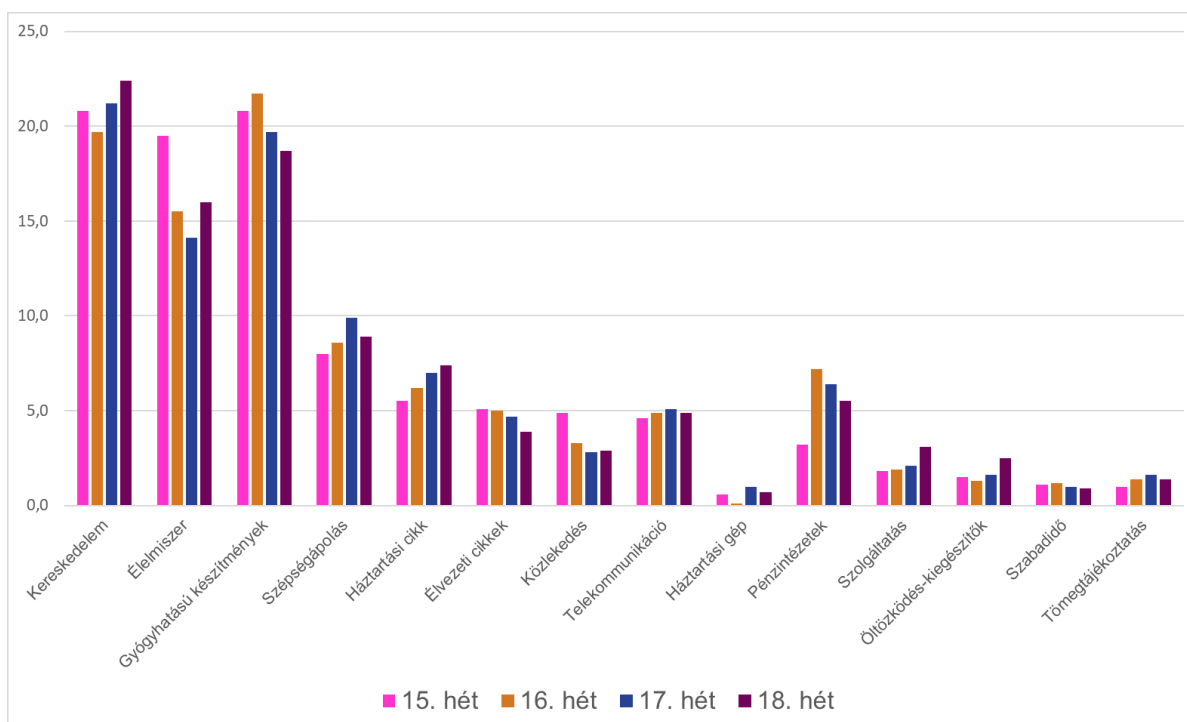
Nap	2020	2019
ápr. 1.	492	552
ápr. 2.	484	560
ápr. 3.	490	570
ápr. 4.	486	576
ápr. 5.	472	571
ápr. 6.	481	563
ápr. 7.	481	556
ápr. 8.	471	565
ápr. 9.	466	558
ápr. 10.	459	571

Nap	2020	2019
ápr. 11.	459	560
ápr. 12.	451	562
ápr. 13.	421	554
ápr. 14.	422	546
ápr. 15.	418	549
ápr. 16.	416	546
ápr. 17.	418	558
ápr. 18.	410	556
ápr. 19.	391	557
ápr. 20.	407	552
ápr. 21.	404	546
ápr. 22.	401	551
ápr. 23.	403	552
ápr. 24.	406	555
ápr. 25.	402	555
ápr. 26.	388	554
ápr. 27.	390	549
ápr. 28.	391	543
ápr. 29.	378	544
ápr. 30.	382	548

A hirdetési szektorok megoszlása

Tovább folytatódott a gyógyhatású készítmény szektor hirdetéseinek visszaszorulása: március első hetében még 34,7 százalékkal részesedett, április utolsó hetére azonban már a 20 százalékot sem érte el (18,7%). Ezzel szemben a kereskedelem és az élelmiszer szektor tovább erősödött, ez utóbbi a nagyhéten markáns növekedést produkált, majd valamelyest visszaesett. A közlekedés, a szolgáltatás és a szabadidő szektor továbbra is rendkívül alacsony vagy csökkenő részesedést hasít ki magának, ellenben a háztartási cikkek esetében emelkedés volt regisztrálható (**5. ábra**).

5. ábra – A hirdetési szektorok részesedése (2020. 15-18. hét; %)



5. táblázat az 5. ábrához – A hirdetési szektorok részesedése (2020. 15-18. hét; %)

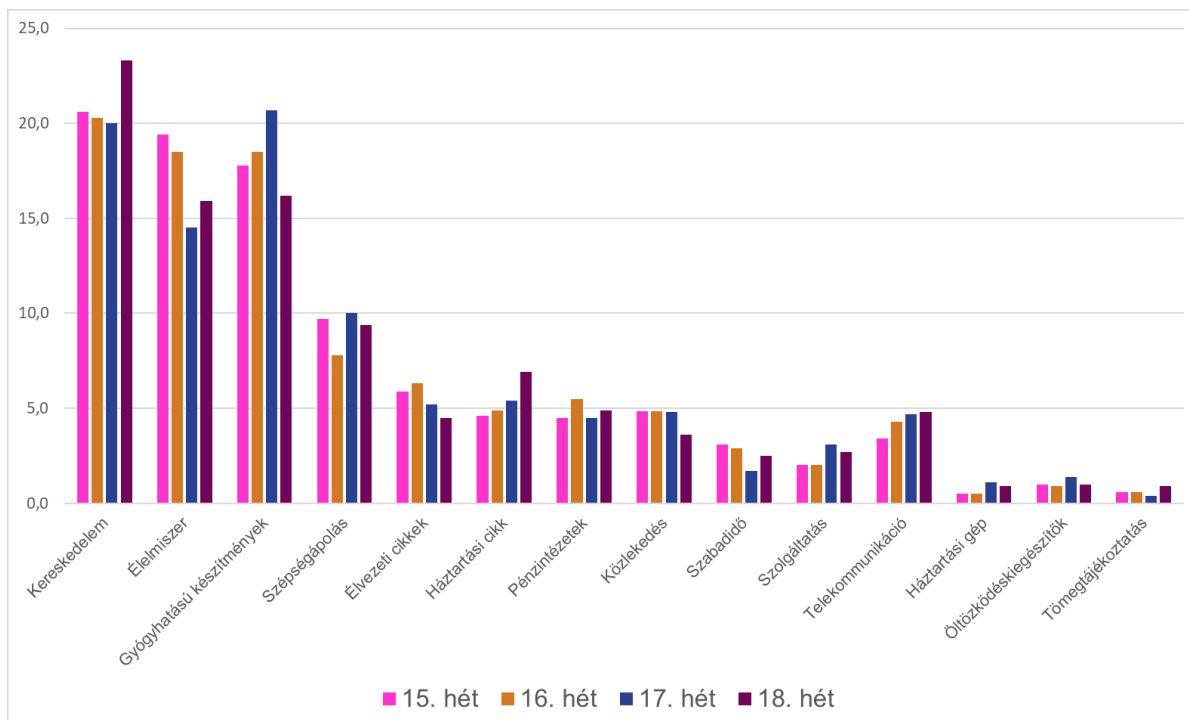
Szektor	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Kereskedelem	20,8	19,7	21,2	22,4
Élelmiszer	19,5	15,5	14,1	16,0
Gyógyhatású készítmények	20,8	21,7	19,7	18,7
Szépségápolás	8,0	8,6	9,9	8,9
Háztartási cikk	5,5	6,2	7,0	7,4
Élvezeti cikkek	5,1	5,0	4,7	3,9
Közlekedés	4,9	3,3	2,8	2,9
Telekommunikáció	4,6	4,9	5,1	4,9

Szektor	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Háztartási gép	0,6	0,1	1,0	0,7
Pénzüintézetek	3,2	7,2	6,4	5,5
Szolgáltatás	1,8	1,9	2,1	3,1
Öltözködés-kiegészítők	1,5	1,3	1,6	2,5
Szabadidő	1,1	1,2	1,0	0,9
Tömegtájékoztatás	1,0	1,4	1,6	1,4

2019 azonos időszakában a gyógyhatású készítmények, az élelmiszer és a kereskedelem szektor részesedése hasonlóan alakult, mint idén, a márciusban tapasztaltaktól eltérően a három szektor hányadosa megegyezően kiegyensúlyozott képet mutatott 2020-ban, mint 2019-ben (márciusban a 2020-es adatok jóval hektikusabbak voltak a szélsőértékek tekintetében az egy évvel korábbiaknál) **(6. ábra)**. A gyógyhatású készítmények egy évvel ezelőtt inkább emelkedő, míg idén inkább csökkenő pályát írtak le. 2019 azonos időszakában a szabadidő szektor erőteljesebben teljesített, míg a pénzüintézeti szektor részesedése 2020-ban jóval ingadozóbb értékeket produkált az egy évvel korábinál.

Fontos megjegyeznünk, hogy a hirdetési szektorokat bemutató ábrákon a marginális, az egy százalékot el nem érő részesedésűek nem kerültek feltüntetésre. A teljes adatsort a mellékletben található táblázat tartalmazza.

6. ábra – A hirdetési szektorok részesedése (2019. 15-18. hét; %)



6. táblázat a 6. ábrához – A hirdetési szektorok részesedése (2019. 15-18. hét; %)

Sektor	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Kereskedelem	20,6	20,3	20,0	23,3
Élelmiszer	19,4	18,5	14,5	15,9
Gyógyhatású készítmények	17,8	18,5	20,7	16,2
Szépségápolás	9,7	7,8	10,0	9,4
Élvezeti cikkek	5,9	6,3	5,2	4,5
Háztartási cikk	4,6	4,9	5,4	6,9
Pénzüntézetek	4,5	5,5	4,5	4,9
Közlekedés	4,9	4,9	4,8	3,6
Szabadidő	3,1	2,9	1,7	2,5
Szolgáltatás	2,0	2,0	3,1	2,7
Telekommunikáció	3,4	4,3	4,7	4,8
Háztartási gép	0,5	0,5	1,1	0,9
Öltözködéskiegészítők	1,0	0,9	1,4	1,0
Tömegtájékoztatás	0,6	0,6	0,4	0,9

Összefoglalás

2020 áprilisában a magyarországi televíziós hirdetési piacon a márciusban megfigyeltékhez hasonlóan továbbra is kimutathatók voltak a koronavírus-járvány hatásai. A hirdetések volumenében karakteres képet mutat a csökkenő tendencia. 2019 áprilisában ezzel szemben kiegyenlített görbe rajzolódott ki, a hónap utolsó napján akkor nagyságrendileg ugyanannyi reklámszpotot adtak közre, mint az elsőt (39.171 vs. 38.879). Az értékesített reklámpercek alakulása is erős visszaesést mutat: márciusban a napi átlag még 238 órát tett ki, áprilisra ez az érték 205 órára csökkent. Még drámaibb képet fest a televíziós reklámpiac összeeséséről az új, elsőként adásba kerülő hirdetések száma: 2019 áprilisában 51 százalékkal több új reklámfilm került sugárzásra, mint 2020-ban (607 vs. 401 darab) – a márciusi értékek között még csak 13 százaléknyi eltérést regisztráltunk. A hirdetések szektorszintű megoszlásának alakulására alapvetően az FMCG⁴ termékekkel összefüggésbe hozható szektorok (élelmiszer, kereskedelem, gyógyhatású készítmények, szépségápolás, háztartási cikkek) erős teljesítése volt jellemző, míg mások (szabadidő, pénzintézetek, szolgáltatás) jelentősen visszaestek.

⁴ Az FMCG (angolul Fast-Moving Consumer Goods) a gyorsan forgó fogyasztási cikkek összefoglaló elnevezése. Ezek olyan termékek, amelyeket viszonylag alacsony költségek mellett gyorsan eladnak a vállalatok. Ezeket az árukat fogyasztói csomagolt áruknak is nevezik. Forrás, bővebb információ: <https://marketingblogger.hu/fmcg-jelentese/>

Társadalmi célú reklámok a televíziókban (2020. április)

A következőkben kísérletet teszünk annak bemutatására, hogy a társadalmi célú reklámok, közérdekű közlemények – különös tekintettel a kormányzat járvánnyal kapcsolatos kommunikációjára – közzététele miként alakult a televíziókban a koronavírus-járvány időtartama alatt.

A vizsgálati mintát minden esetben a Nielsen Közönségmérés Kft. adatbázisa jelenti, mely a vizsgálat időpontjában 62 magyar nyelvű televíziós csatornát fedett le.⁵ Az analízis heti bontásban kerül bemutatásra, a 15. héttől (április 6-12.) kezdve egészen a 18. héttel (április 27-május 3.) bezárólag. Előzetesen fontosnak tartjuk jelezni, hogy a rendelkezésre álló információk alapján a televíziók nem használták a közérdekű közlemény formulát, az összes érintett kisfilm társadalmi célú reklám főcímeik alkalmazásával került közreadásra.

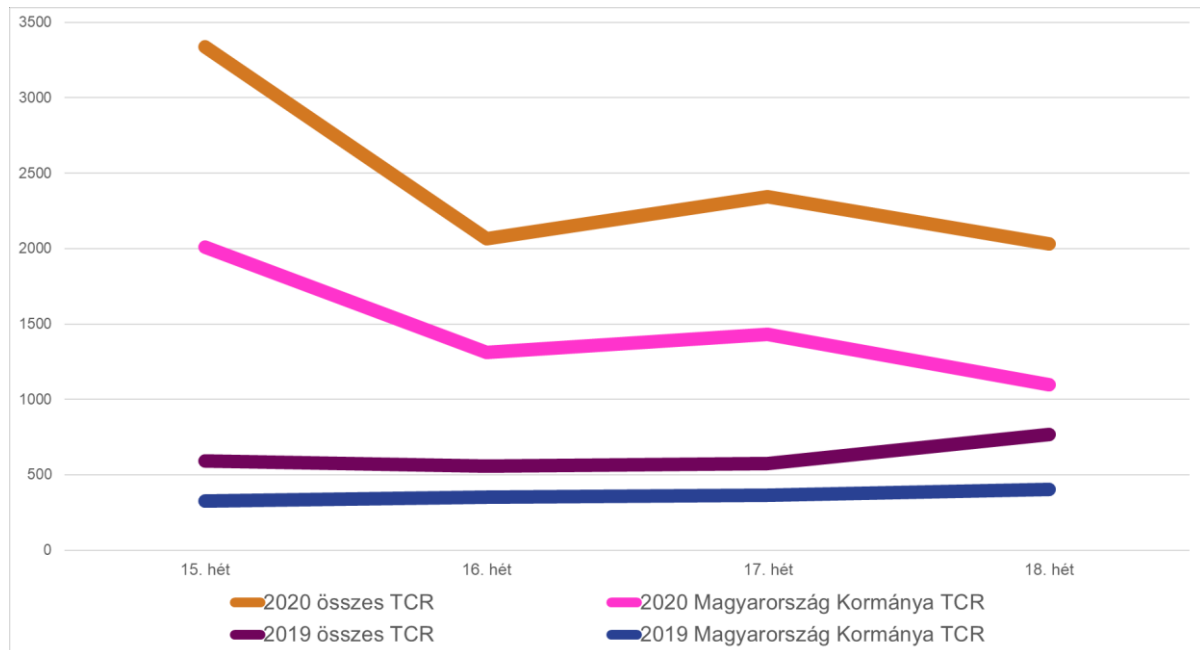
A társadalmi célú reklámok volumene

A 2020-ban bemutatott társadalmi célú reklámok volumene a 15. héten érte el a csúcspontját, a 2019-ben regisztrált értékek csaknem hatszorosával (**7. ábra**). A 16. héten az azt megelőző periódushoz képest 38 százalékos csökkenés volt tapasztalható, majd nagyságrendileg kiegyenlített hetek következtek (ugyanakkor a mérséklődéssel együtt is a 2019-es esetszámok három-négyszerese volt regisztrálható). A csökkenés jól láthatóan összefügg a kormányzati hirdetések számának visszaesésével, de például az M-RTL Zrt. koronavírus-járvánnyal összefüggő tematikájú és saját gyártásban készített társadalmi célú reklámjai is megritkultak a 16. hétre (a 15. héten még nyolc csatornán összesen 480 darab szpot került közreadásra). A Digital Media and Communications Zrt. (Story4, TV4, Film4, Galaxy4, Arena4) ugyanakkor négy televízióban összesen 1690 darab, járvánnyal összefüggő tematikájú, saját készítésű társadalmi célú reklámot adott közre a 15-18. hét között.

2019 azonos időszakában az összes közreadott társadalmi célú reklám 58 százaléka Magyarország Kormányának megbízásából készült, 2020-ra ez a mutató alig változott, 60 százalékot tett ki.

⁵ Duna TV, M2, TV2, RTL Klub, Nickelodeon, Nick JR, ATV, AXN, Cartoon Network, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna World, Fem3, Film+, Film4, Galaxy4, Hír TV, History, Humor+, ID, Izaúra, Kiwi TV, Lichi TV, Life TV, M1, M4 Sport, M5, Mozi+, MTV Hungary, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Paramount, Prime, RTL Gold, RTL+, RTL II, RTL Spike, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spíler1 TV, Spíler2 TV, Sport1, Sport2, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV4, Viasat3, Viasat6, Zenebutik, Jocky TV, Moziverzum, ATV Spirit, Nicktoons, Eurosport

7. ábra – A társadalmi célú reklámok volumene (db)



7. táblázat a 7. ábrához – A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok volumene az egyes televíziókban (db)

	2020 összes TCR	2020 Magyarország Kormánya TCR	2019 összes TCR	2019 Magyarország Kormánya TCR
15. hét	3338	2009	592	327
16. hét	2065	1313	558	353
17. hét	2344	1432	575	366
18. hét	2032	1097	769	402
15. hét	3338	2009	592	327
16. hét	2065	1313	558	353

A kormányzat megbízásából készült kisfilmek

A 15. és a 18. hét között összesen 5851 darab, Magyarország Kormánya megbízásából készült társadalmi célú reklám volt beazonosítható a Nielsen adatbázisában, s ezek összesen 33 televízió műsorában voltak láthatóak **(8. táblázat)**. Ezen kisfilmek összesített időtartama 87 óra 55 percet tett ki, s egy átlagos szpot 54 másodperc hosszúságot ért el.

8. táblázat – A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok volumene az egyes televíziókban (db)

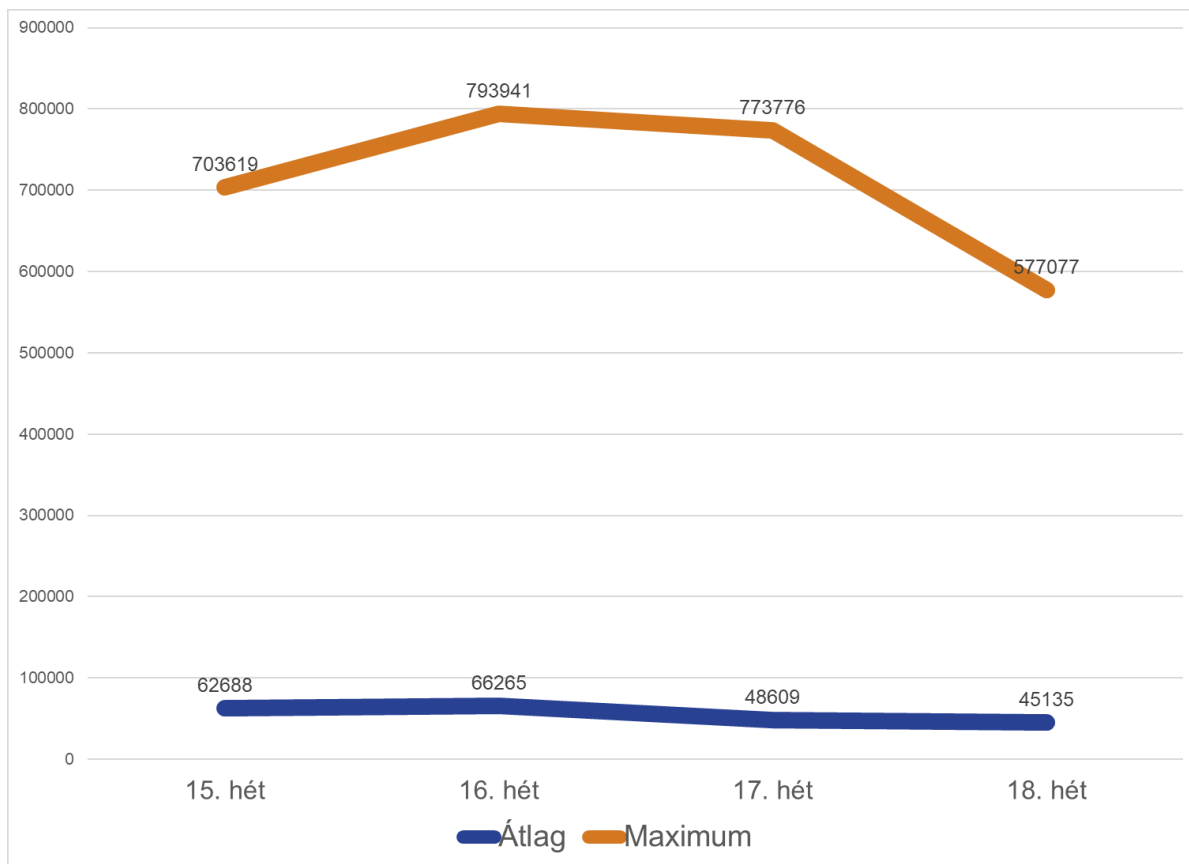
Médiaszolgáltató	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét	Összesen
Hír TV	176	123	106	174	579
TV2	195	91	75	61	422
M1	117	89	104	71	381
Duna TV	127	69	60	57	313
Cool	76	77	60	22	235
RTL II	73	75	53	25	226
Mozi+	84	38	47	40	209
FEM3	78	40	50	37	205
Moziverzum	78	38	48	40	204
Prime	78	38	50	35	201
Super TV2	75	38	53	34	200
ATV	73	31	35	41	180
M4 Sport	63	30	41	46	180
Izaura	59	34	50	36	179
Spíler2 TV	59	30	44	44	177
Humor+	56	34	51	34	175
Lichi TV	54	33	49	39	175
Sorozat+	47	56	57	15	175
Jocky TV	55	34	48	35	172
Spíler1 TV	56	29	49	38	172
Zenebutik	52	22	55	35	164

Médiaszolgáltató	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét	Összesen
Film+	41	45	40	18	144
RTL Klub	53	31	41	19	144
Duna World	22	27	53	21	123
M5	27	26	26	14	93
RTL Gold	37	36	12	8	93
Muzsika TV	35	33	12	9	89
RTL+	34	36	12	6	88
M2	28	20	11	8	67
TV4	0	0	16	15	31
Galaxy4	0	10	18	0	28
Film4	1	0	6	9	16
Story4	0	0	0	11	11

A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok a legmagasabb átlagos nézettséget a 16. héten érték el, míg a legnézettebb kisfilm (793.941 fő) szintén a 16. héten, az RTL Klub műsorán, április 15-én, 20:11:11 órakor került adásba **(8. ábra)**. Mind az átlagos, mind a maximum nézettség esetében csökkenő tendencia volt kimutatható a 16. héttől.

Az összesített nézettség terén a 15. hét bizonyult a legerősebbnek. Ezt alapul véve még erőteljesebb visszaesés rajzolódik ki, mint az átlag és a maximum nézettség tekintetében, ebben az esetben azonban a jelenség a korábbiakban feltárt szpotszám csökkenésnek a következménye **(9. ábra)**.

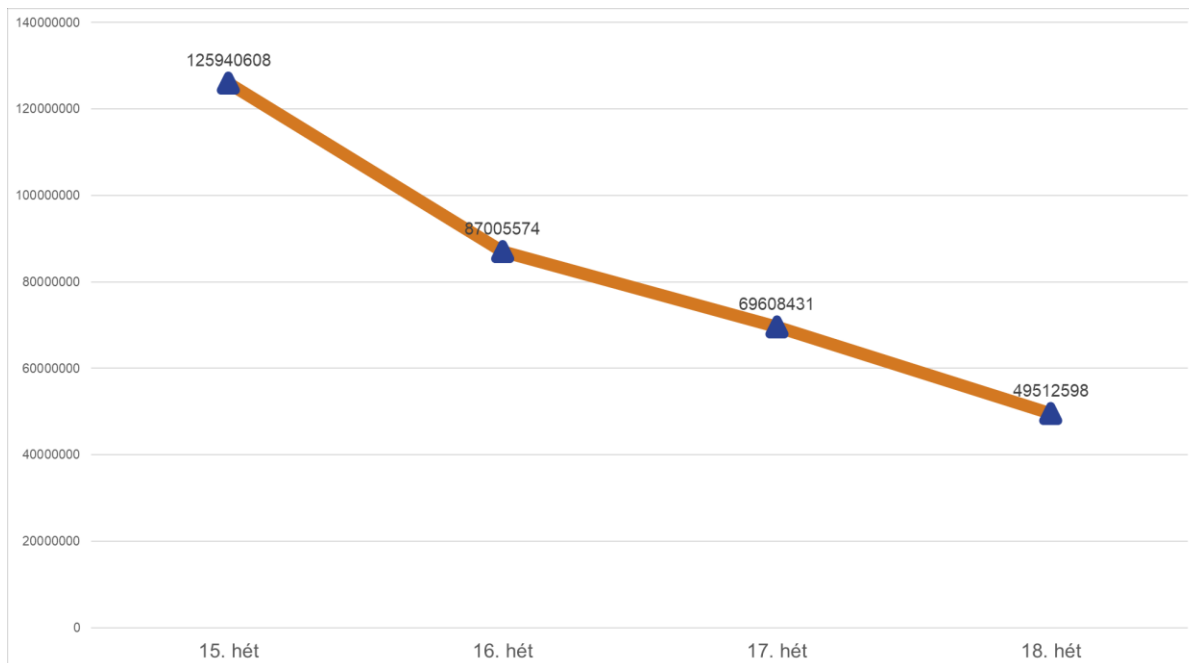
8. ábra – A kormányzati TCR-ek átlagos és maximum nézettségei (Reach, fő)



9. táblázat a 8. ábrához – A kormányzati TCR-ek átlagos és maximum nézettségei (Reach, fő)

Hét	Átlag	Maximum
15. hét	62688	703619
16. hét	66265	793941
17. hét	48609	773776
18. hét	45135	577077

9. ábra – A kormányzati TCR-ek összesített nézettségei (Reach sum, fő)



10. táblázat a 9. ábrához – A kormányzati TCR-ek összesített nézettségei (Reach sum, fő)

Hét	Összesített nézettség
15. hét	125940608
16. hét	87005574
17. hét	69608431
18. hét	49512598

Rádióreklámok és TCR-ek a koronavírus-járvány időszakában (2020. 11. hét, március 9-15.)

A járvány és az azt övező intézkedések nehéz helyzetbe hozták a gazdaságot is. A megváltozott körülmények között a rádiós piac is igyekszik alkalmazkodni az új kihívásokhoz. A rádiók reklámozásra fordított idejének változása jó jelzőszáma lehet a pandémiás helyzetre adott piaci válaszoknak. Ugyanakkor ebben a helyzetben egy másik féle hirdetéstípus (TCR) is figyelemre méltó szerephez jut. A kormányzat erőteljes figyelemfelhívó kampánya minden médiafelületre kiterjedt az elmúlt hetekben. A rádiók is kivették a részüket az üzenetek célba juttatásából. A koronavírussal kapcsolatos társadalmi célú reklámok közzétételének alakulása jellemző vonása a vírus terjedése elleni kormánykommunikációnak.

Az Mttv. 15. §-a veszélyhelyzet idejére az alábbiakat írja elő: *„Rendkívüli állapot, szükségállapot, veszélyhelyzet, külső fegyveres csoportoknak Magyarország területére történő váratlan betörése, továbbá az ország területének a Magyar Honvédség légvédelmi és repülő erőivel való oltalmazása esetén az Országgyűlés, a Honvédelmi Tanács, a köztársasági elnök és a Kormány, valamint törvényben meghatározott személyek és szervek - a helyzetnek megfelelő szükséges mértékben - kötelezhetik a médiaszolgáltatót a fennálló állapottal, helyzettel kapcsolatos közérdekű közleményeknek az általuk meghatározott formában és időben történő ingyenes közzétételére, illetőleg egyes közlemények, műsorszámok közzétételét megtilthatják. A közzététel feltételeinek biztosítása az Alap feladata. A közzétételkor a megrendelőt egyértelműen meg kell nevezni.”*

Mintánkba azok a médiaszolgáltatók kerültek be, amelyekről egyfelől elégséges és pontos adatokkal rendelkezünk, másfelől pedig beletartoznak azon rádiós szolgáltatók családjába, melyek általában élnek a reklámozás lehetőségével. Az adatokat a médiaszolgáltatók által rendelkezésünkre bocsátott, önbevalláson alapuló, a teljes kimenő jel tükrét jelentő táblázatokból nyertük. Az adatszolgáltatás feldolgozása során körülbelül egy hónapnyi átfutással kell számolnunk, vagyis az aktuális dátumhoz képest egy hónappal korábbi adatok dolgozhatók fel zökkenőmentesen. Az ország rádiós piacát reprezentálva, a rádiók típusainak mindegyikéről (összesen 36 médiaszolgáltatóról) igyekszünk hétről hétre adatokat nyújtani.

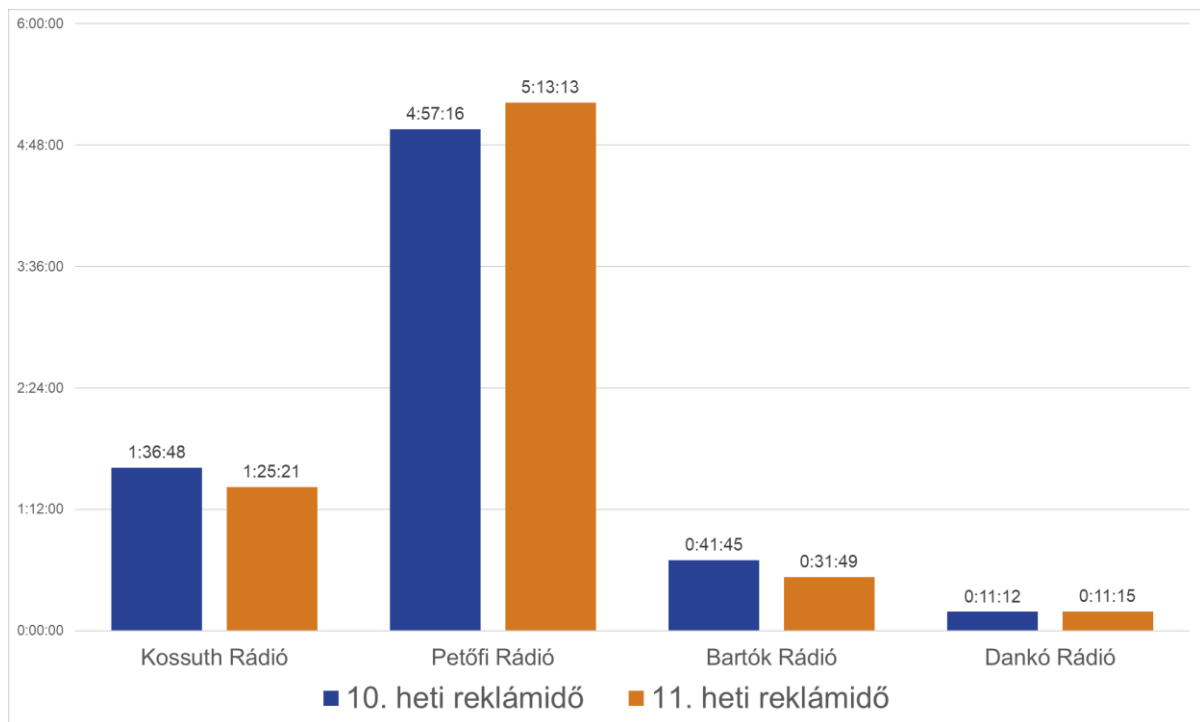
A szolgáltatókat a nyilvántartási kategóriák szerinti diagramon szerepeltetjük, illetve összesített adatsort is közlünk. A dokumentumban a megelőző heti adatokhoz képest bekövetkezett változásokat is nyomon követhetjük.

A Magyar Reklámszövetség és a Scores Group kutatóintézet kérdőíves felmérést készített 2020. április 27. és május 1. között az MRSZ tagszervezetei, társszövetségei és azok tagjai körében azzal a céllal, hogy felmérje a koronavírus okozta válság hatását a kommunikációs szakmára és annak bevételeire, valamint megismerje a piac jövőbeli kilátásait. A kutatás alapján jelentős bevétel visszaesésre számít az MRSZ 2020-ban a kommunikációs szakmában: a teljes piac 82 százaléka vár zsugorodást a szektorban. Az MRSZ Barométer kutatása alapján a válaszadó iparági szereplők a csökkenés várható mértékét átlagosan 38 százalékra becsülik.

A rádiós piaci várakozásokról Turi Árpád, a RAME elnöke az alábbi nyilatkozatot adta: *„Árbevétel tekintetben már jóval nagyobb kiesésre számítunk. Az elmúlt évtizedek tapasztalatai alapján, az év egyik hirdetői csúcspontjának számító, március-június időszakban realizálódik az éves bevételek 30-35%-a, ezért az ezekben a hónapokban történő 60% körüli kiesés nagymértékben befolyásolja az éves totál teljesítményt.”*⁶

⁶ A Magyar Reklámszövetség és társszervezetei sajtóközleménye 2020. május 7.

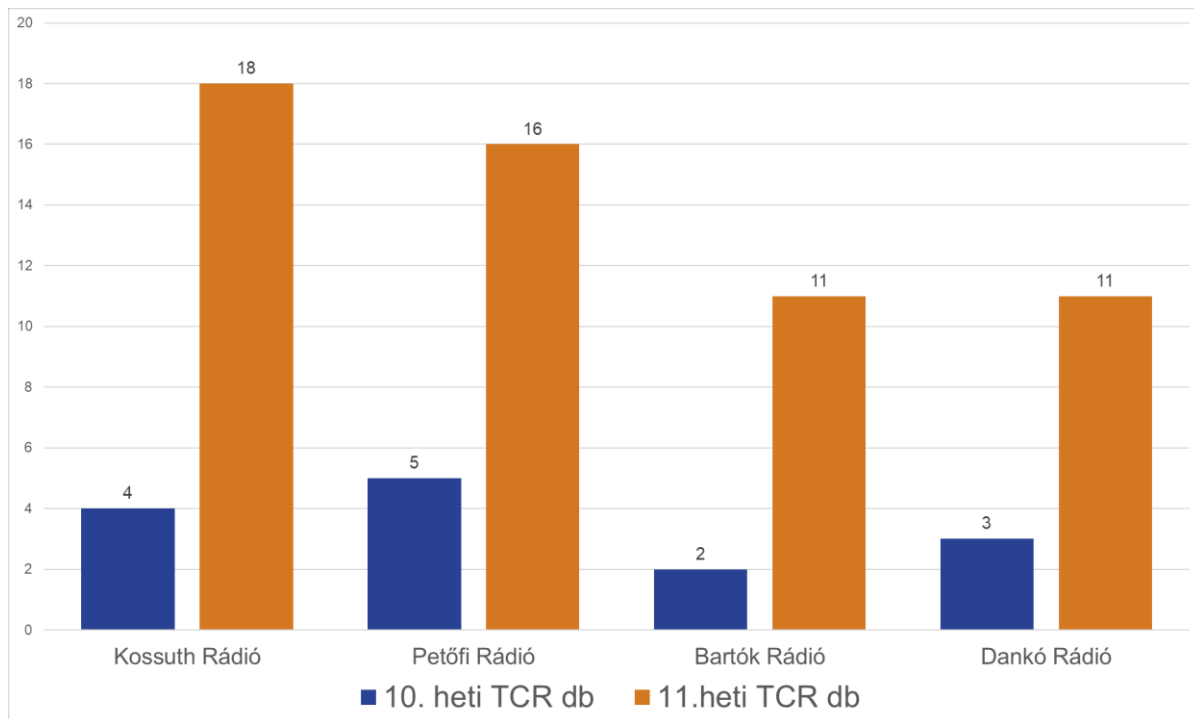
10. ábra – A közszolgálati rádiók heti összes reklámideje



11. táblázat a 10. ábrához – a közszolgálati rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	10. heti reklámidő	11. heti reklámidő
Kossuth Rádió	1:36:48	1:25:21
Petőfi Rádió	4:57:16	5:13:13
Bartók Rádió	0:41:45	0:31:49
Dankó Rádió	0:11:12	0:11:15

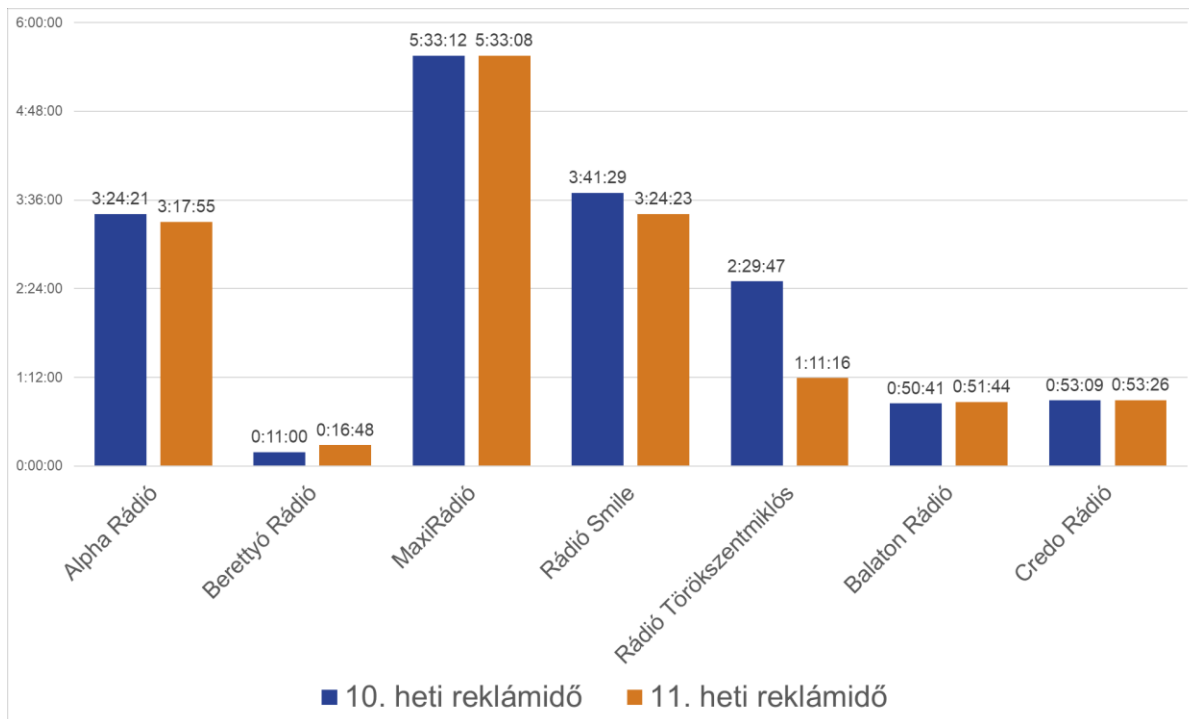
11. ábra – Közszolgálati rádiók heti TCR darabszáma



12. táblázat a 11. ábrához – Közszolgálati rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Kossuth Rádió	4	18
Petőfi Rádió	5	16
Bartók Rádió	2	11
Dankó Rádió	3	11

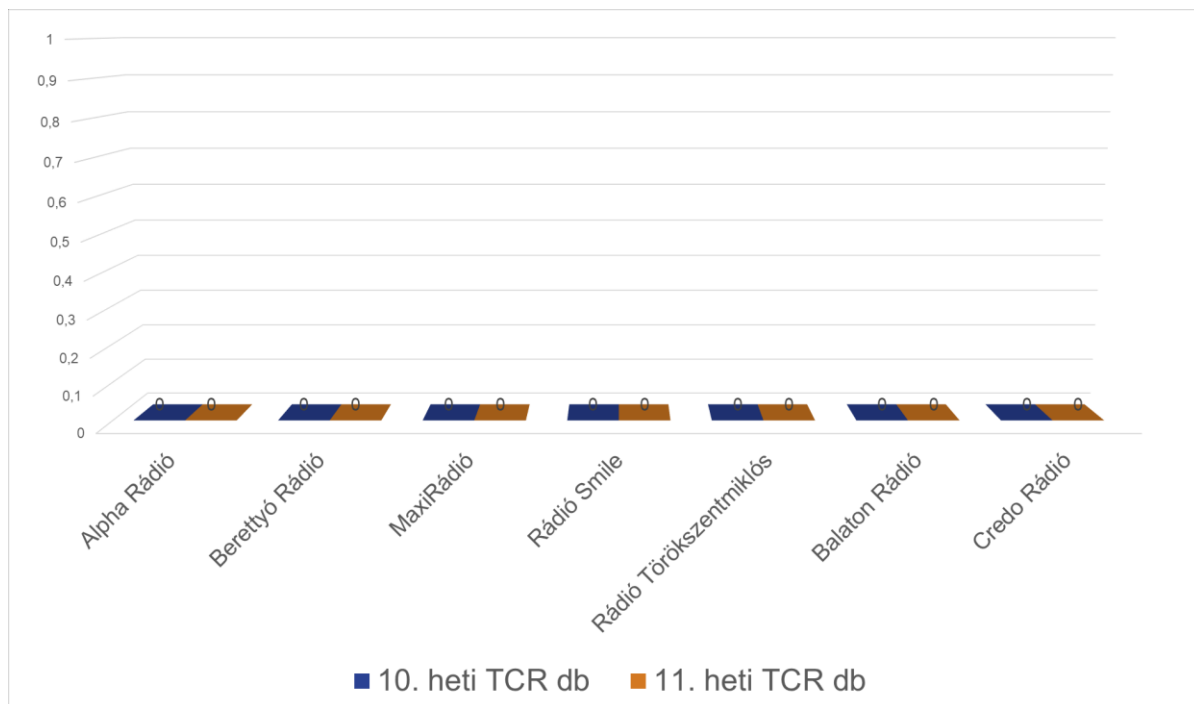
12. ábra – Kisközösségi rádiók heti összes reklámideje



13. táblázat a 12. ábrához – kisközösségi rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	10. heti reklámidő	11. heti reklámidő
Alpha Rádió	3:24:21	3:17:55
Berettyó Rádió	0:11:00	0:16:48
MaxiRádió	5:33:12	5:33:08
Rádió Smile	3:41:29	3:24:23
Rádió Törökszentmiklós	2:29:47	1:11:16
Balaton Rádió	0:50:41	0:51:44
Credo Rádió	0:53:09	0:53:26

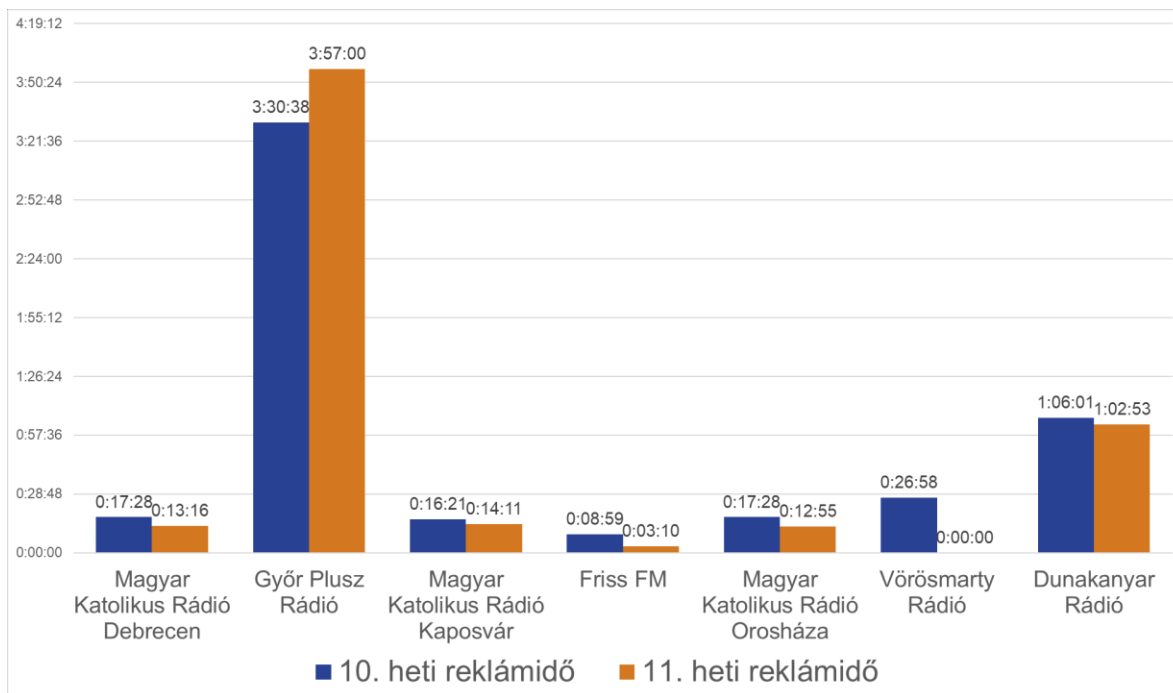
13. ábra – kisközösségi rádiók heti TCR darabszáma



14. táblázat a 13. ábrához – kisközösségi rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Alpha Rádió	0	
Berettyó Rádió	0	
MaxiRádió	0	
Rádió Smile	0	
Rádió Törökszentmiklós	0	
Balaton Rádió	0	
Credo Rádió	0	

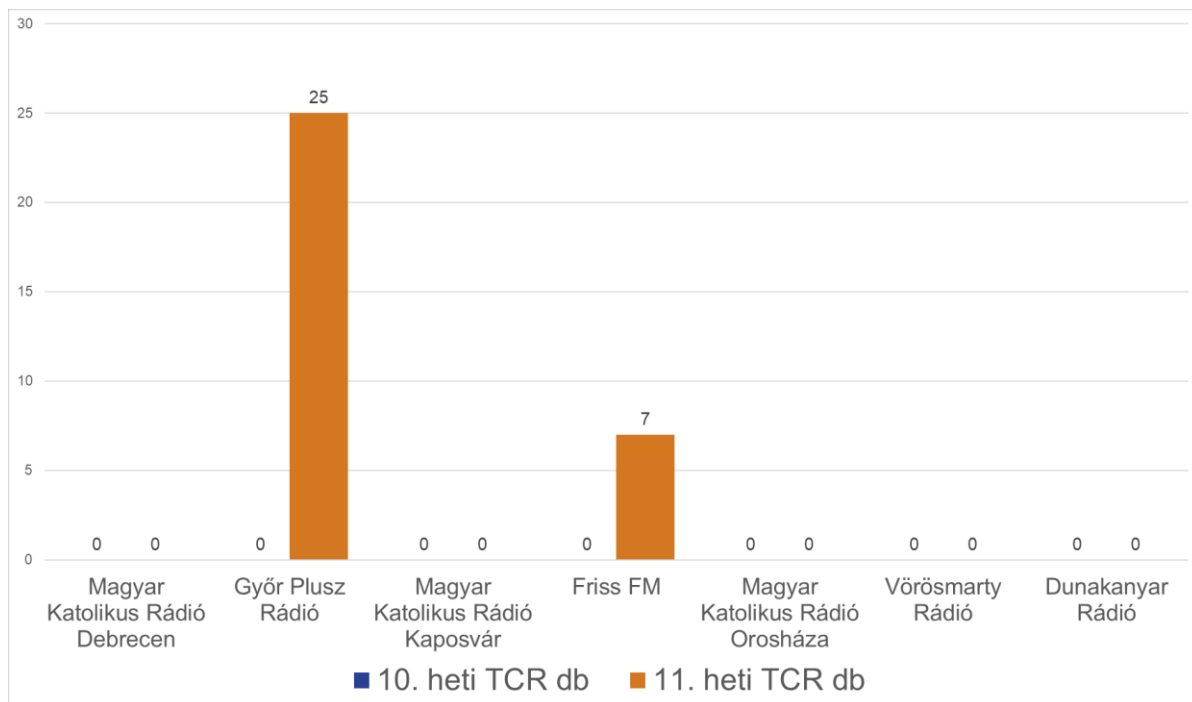
14. ábra – helyi rádiók heti összes reklámideje



15. táblázat a 14. ábrához – helyi rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	10. heti reklámidő	11. hetireklámidő
Magyar Katolikus Rádió Debrecen	0:17:28	0:13:16
Győr Plusz Rádió	3:30:38	3:57:00
Magyar Katolikus Rádió Kaposvár	0:16:21	0:14:11
Friss FM	0:08:59	0:03:10
Magyar Katolikus Rádió Orosháza	0:17:28	0:12:55
Vörösmarty Rádió	0:26:58	0:00:00
Dunakanyar Rádió	1:06:01	1:02:53

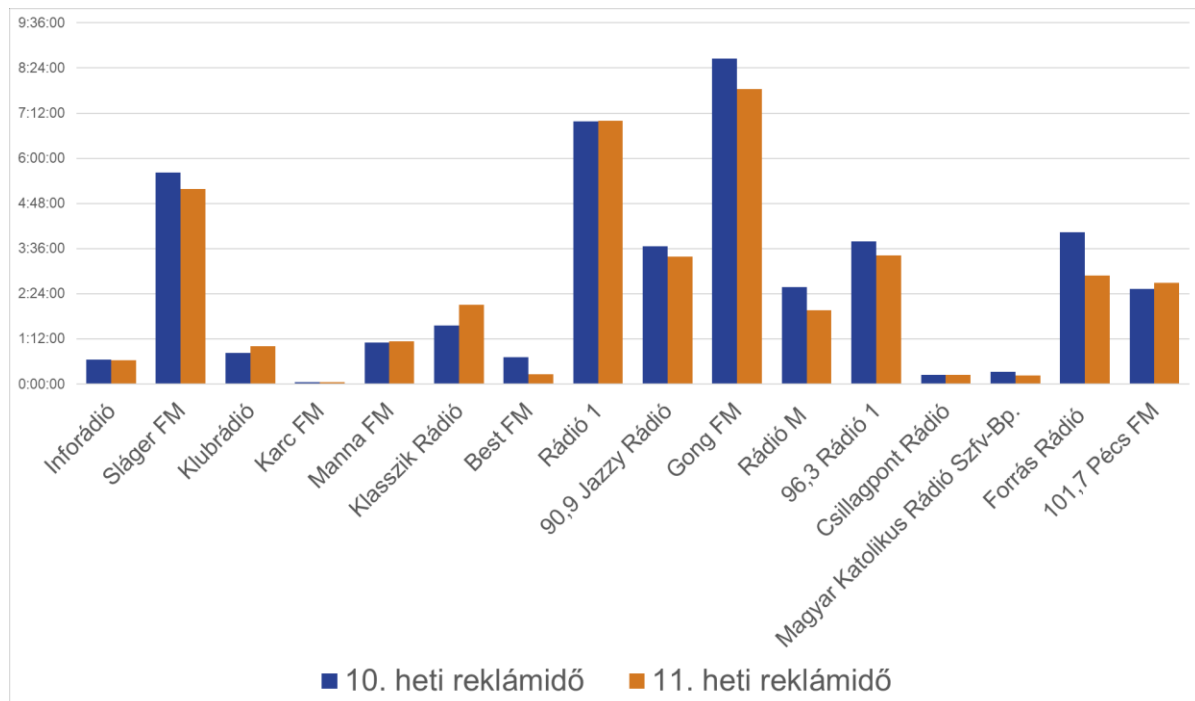
15. ábra – Helyi rádiók heti TCR darabszáma



16. táblázat a 15. ábrához – Helyi rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Magyar Katolikus Rádió Debrecen	0	0
Győr Plusz Rádió	0	25
Magyar Katolikus Rádió Kaposvár	0	0
Friss FM	0	7
Magyar Katolikus Rádió Orosháza	0	0
Vörösmarty Rádió	0	0
Dunakanyar Rádió	0	0

16. ábra – Körzeti rádiók heti összes reklámideje

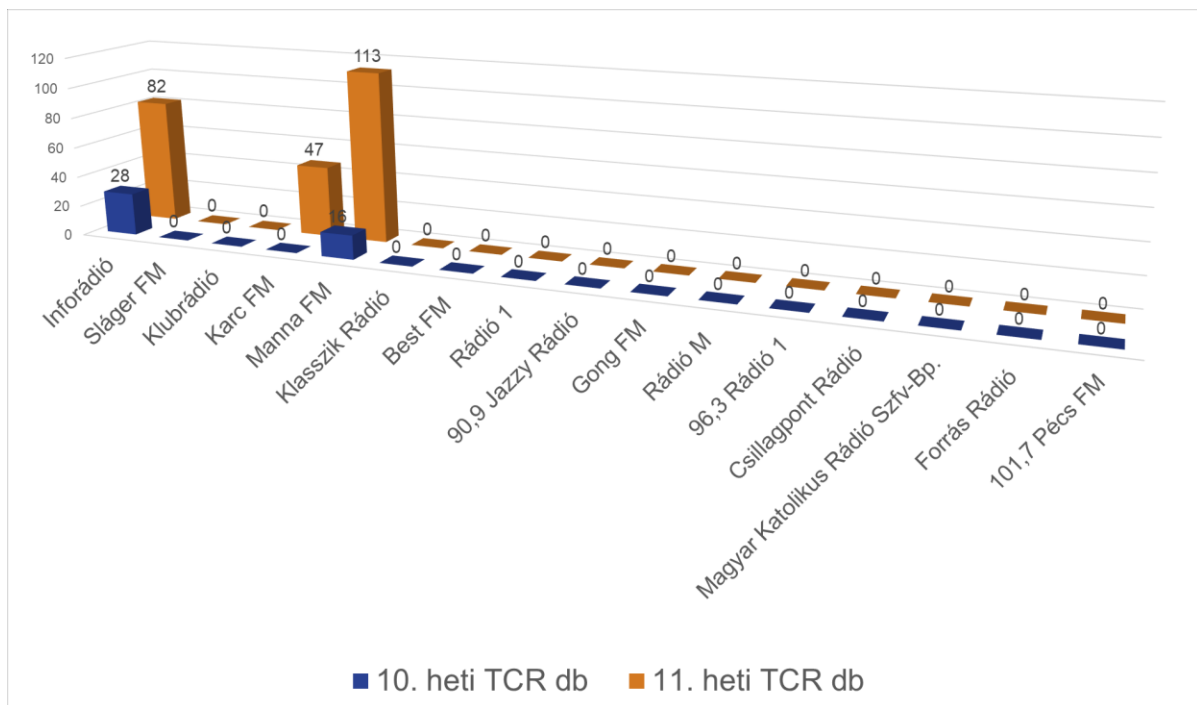


17. táblázat a 16. ábrához – Körzeti rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	10. heti reklámidő	11. heti reklámidő
Inforádió	0:39:11	0:38:18
Sláger FM	5:36:52	5:11:09
Klubrádió	0:49:20	1:00:17
Karc FM	0:02:45	0:02:45
Manna FM	1:06:33	1:08:16
Klasszik Rádió	1:33:11	2:05:55
BEST FM	0:42:20	0:15:30
Rádió 1	6:59:14	6:59:30
90,9 Jazzy Rádió	3:39:27	3:23:17
Gong FM	8:38:51	7:50:48
Rádió M	2:34:31	1:57:12
96,3 Rádió 1	3:47:08	3:24:42
Csillagpont Rádió	0:14:54	0:14:48
Magyar Katolikus Rádió Szfv-Bp.	0:19:21	0:13:31

Csatorna neve	10. heti reklámidő	11. heti reklámidő
Forrás Rádió	4:01:53	2:53:02
101,7 Pécs FM	2:31:44	2:41:46

17. ábra – Körzeti rádiók heti TCR darabszáma

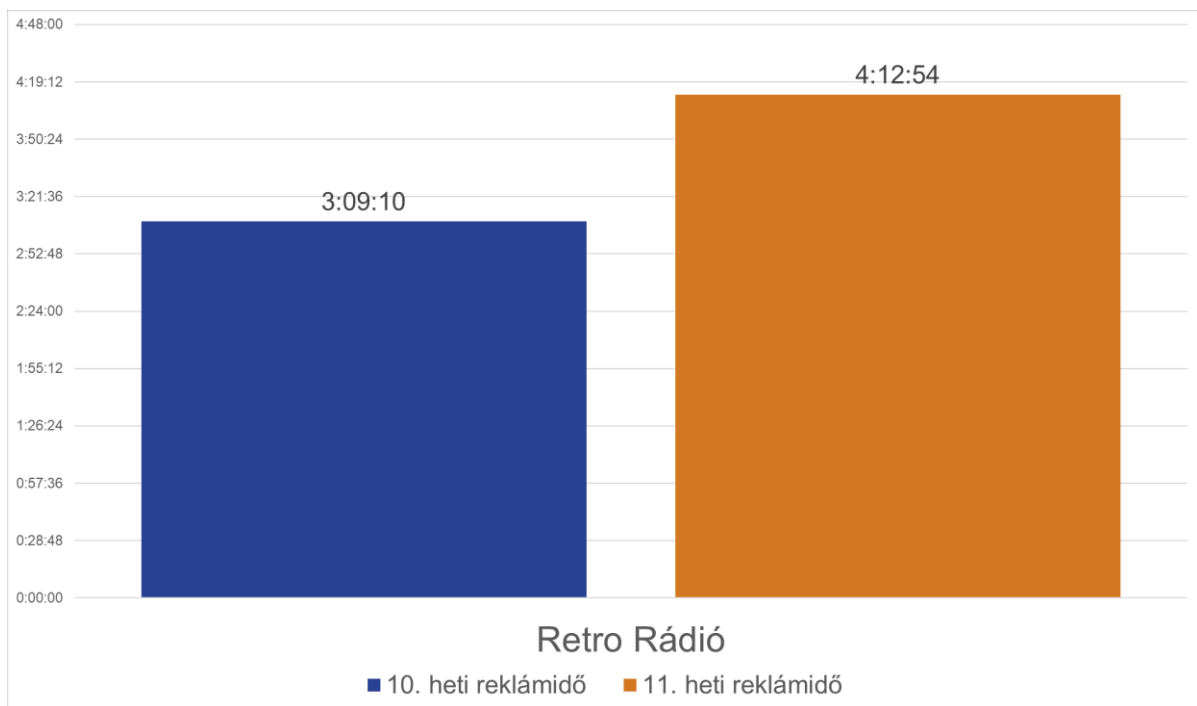


18. táblázat a 17. ábrához – Körzeti rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Inforádió	28	82
Sláger FM	0	0
Klubrádió	0	0
Karc FM	0	47
Manna FM	16	113
Klasszik Rádió	0	0
Best FM	0	0
Rádió 1	0	0
90,9 Jazzy Rádió	0	0
Gong FM	0	0

Csatorna neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Rádió M	0	0
96,3 Rádió 1	0	0
Csillagpont Rádió	0	0
Magyar Katolikus Rádió Szfv-Bp.	0	0
Forrás Rádió	0	0
101,7 Pécs FM	0	0

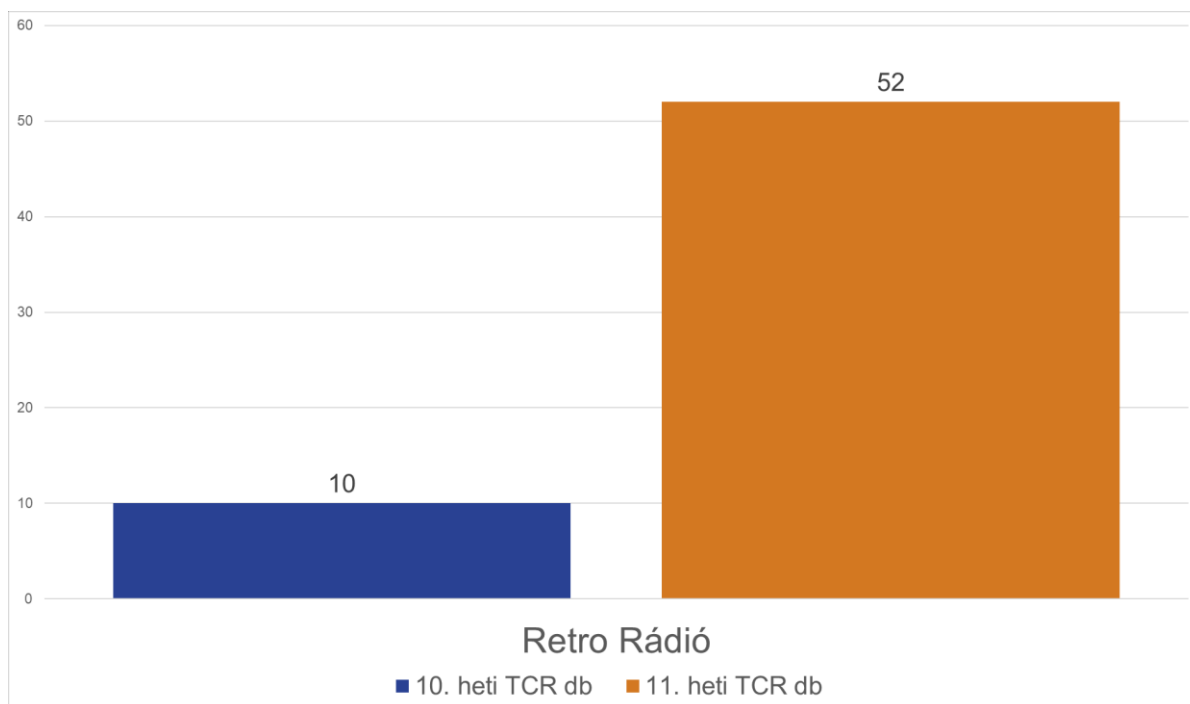
18. ábra – A Retro Rádió reklámidejének alakulása



19. táblázat a 18. ábrához – A Retro Rádió reklámideje

Rádió neve	10. heti reklámidő	11. heti reklámidő
Retro Rádió	3:09:10	4:12:54

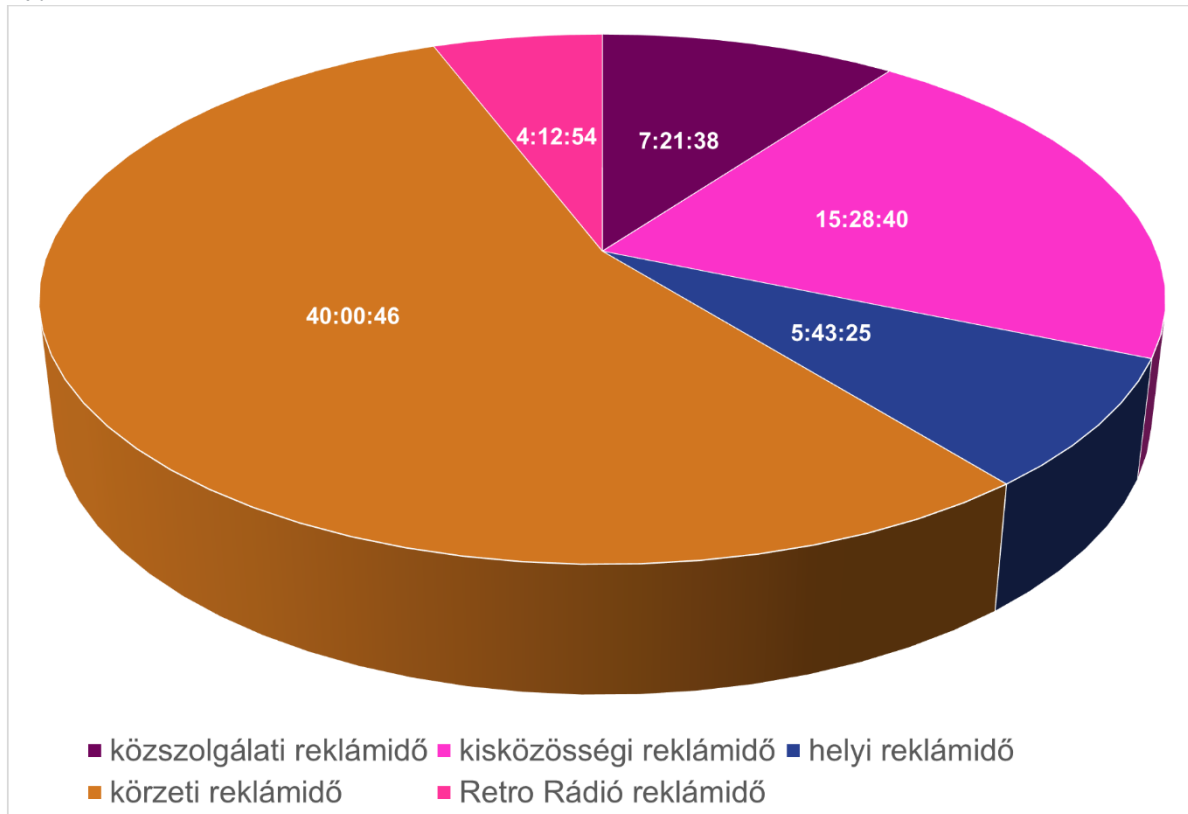
19. ábra – A Retro Rádió TRC számának alakulása



20. táblázat a 19. ábrához – A Retro Rádió reklámideje

Rádió neve	10. heti TCR db	11. heti TCR db
Retro Rádió	10	52

20. ábra – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként (reklámidő mindösszesen: 72 óra 47 perc 23 mp)

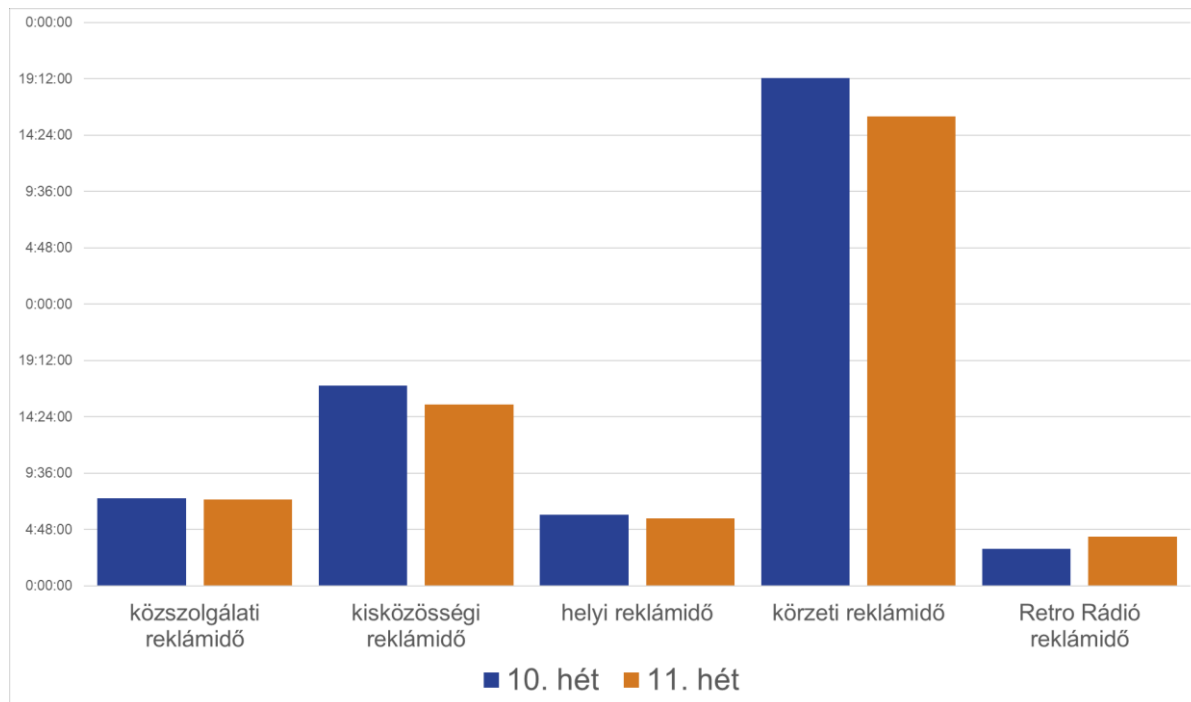


21. táblázat a 20. ábrához – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként (reklámidő mindösszesen: 72 óra 47 perc 23 mp)

Rádió típusa	11. hét
közszolgálat	7:21:38
kisközösségi	15:28:40
helyi	5:43:25
körzeti	40:00:46
Retro Rádió	4:12:54

Az összes reklámidő némi csökkenést (6%) mutatott a megelőző (10.) heti adatokhoz képest. A közszolgálati rádióknál alig mérhető a mérséklődés, sőt a Petőfi és a Dankó rádió emelkedést mutatott, ahogy három kisközösségi (Berettyó Rádió, Balaton Rádió, Credo Rádió), hat körzeti (Inforádió, Klubrádió, Klasszik, Manna FM, Pécs FM 101,7, Rádió1 Bp.), egy helyi (Győr Plusz Rádió) és az egyetlen országos kereskedelmi csatorna, a Retro Rádió is növelte a reklámozásra fordított műsoridejét. A Karc FM-nél stagnálást regisztráltunk. A reklámidő alakulása kapcsán mindenképpen meg kell jegyezni, hogy a Vörösmarty Rádió nem sugárzott a vizsgált héten, így a reklámidő csökkenés nem tekinthető relevánsnak esetében.

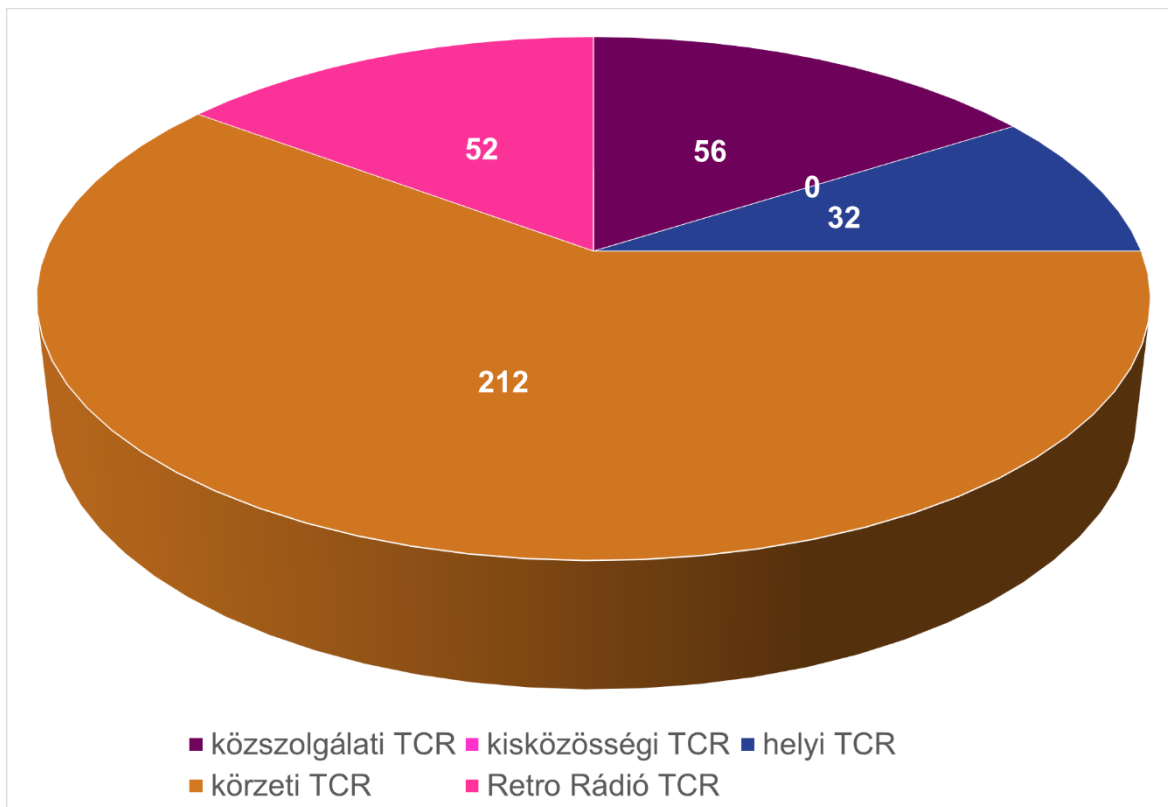
21. ábra – A heti reklámidő megoszlása rádió típusonként



22. táblázat a 21. ábrához – A heti reklámidő megoszlása rádió típusonként

Rádiótípus	10. hét	11. hét
közszolgálati reklámidő	7:27:01	7:21:38
kisközösségi reklámidő	17:03:39	15:28:40
helyi reklámidő	6:03:53	5:43:25
körzeti reklámidő	43:17:15	40:00:46
Retro Rádió reklámidő	3:09:10	4:12:54

22. ábra – A heti TCR darabszám rádió típusonként (TCR mindösszesen: 352 darab)

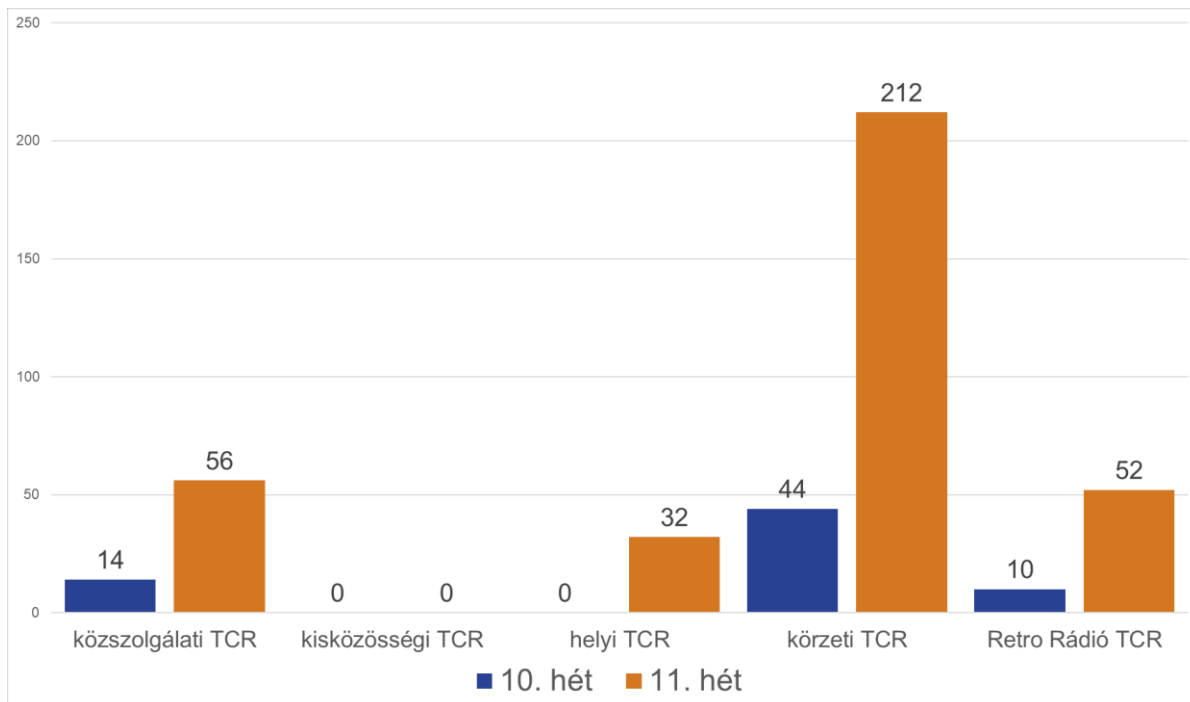


23. táblázat a 22. ábrához – A heti TCR darabszám rádiótípusonként (TCR mindösszesen: 325 darab)

Rádiótípus	11. hét
közszolgálati TCR	56
kisközösségi TCR	0
helyi TCR	32
körzeti TCR	212
Retro Rádió TCR	52

A fenti adatokból kitűnik, hogy a második vizsgált héten (11.) a koronavírussal kapcsolatos társadalmi célú hirdetések a kisközösségi rádiók kivételével minden rádiótípusnál előfordultak, számuk jelentősen megugrott. A Manna FM átvette a vezetést e hirdetések sugárzásában az Inforádiótól. A 113 szpot hétszerese a Manna FM előző heti (16) darabszámának. A közszolgálati adókon és a Retro Rádión is négy-öttszörös értéket mutattunk ki.

23. ábra – A heti TCR alakulása rádiótípusonként

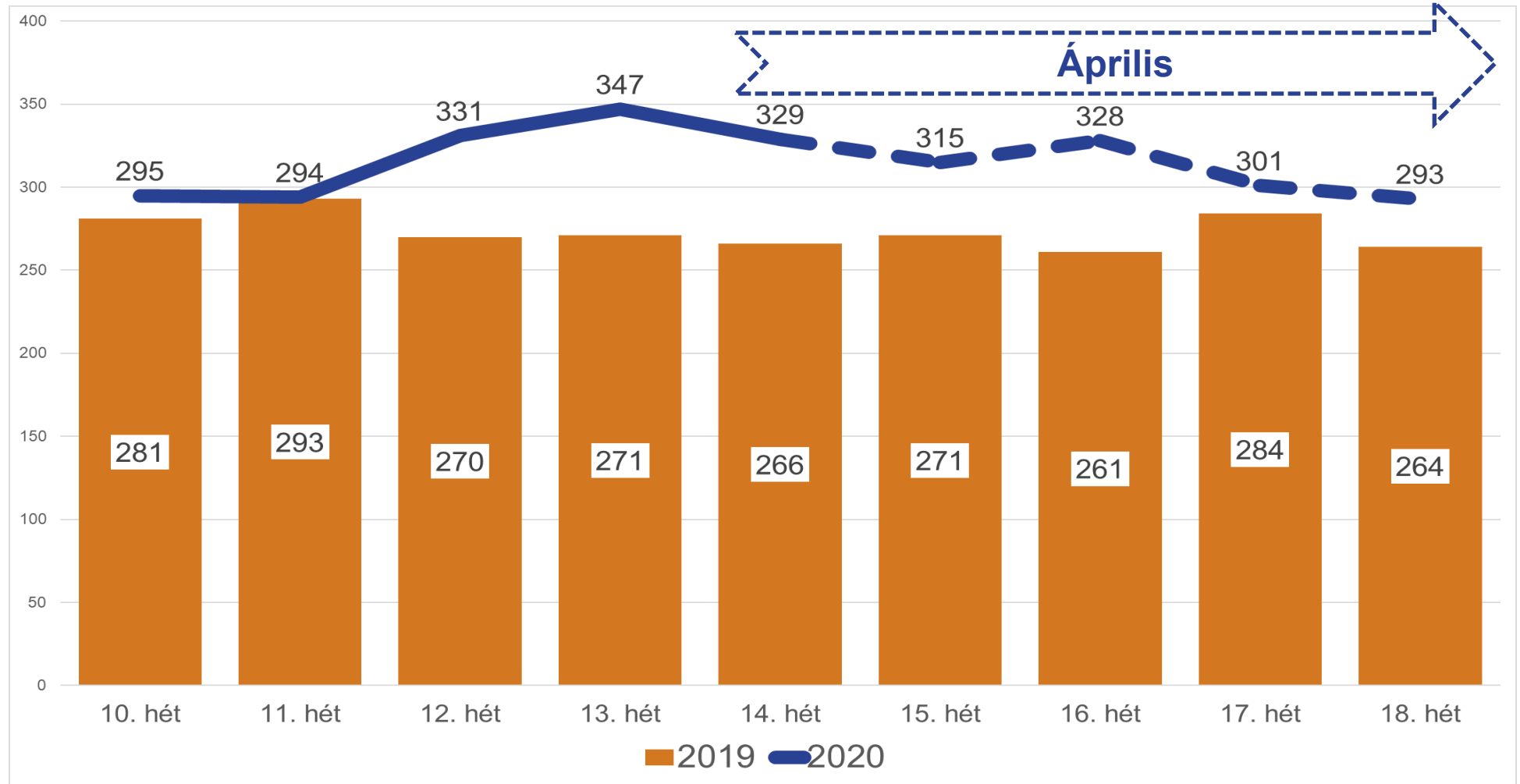


24. táblázat a 23. ábrához – A heti TCR alakulása rádiótípusonként

Rádiótípus	10. hét	11. hét
közszolgálati TCR	14	56
kisközösségi TCR	0	0
helyi TCR	0	32
körzeti TCR	44	212
Retro Rádió TCR	10	52

A televíziózás népszerűsége 2020. áprilisban

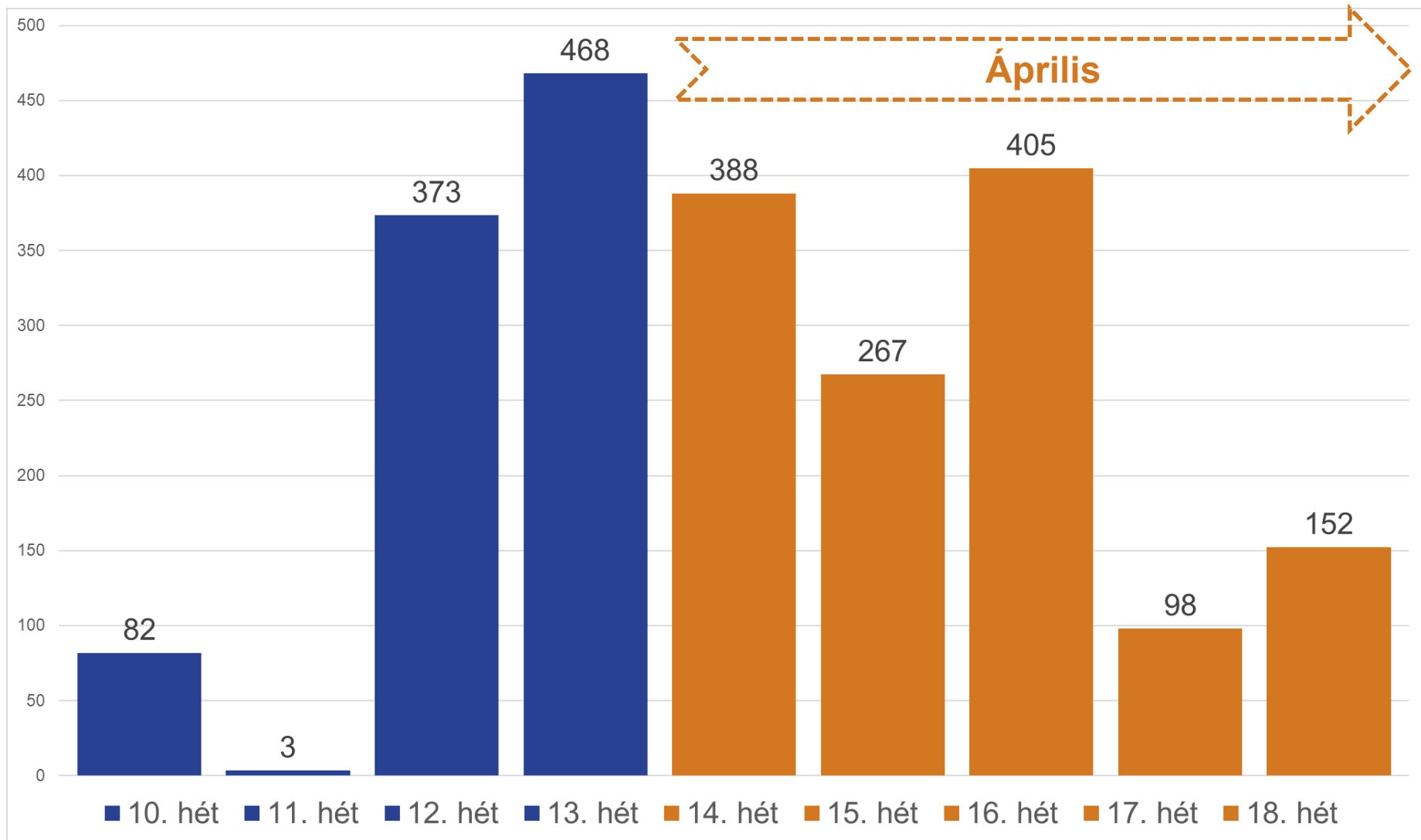
24. ábra – A 2020. és a 2019. áprilisi (14-18. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban



25. táblázat a 24. ábrához – A 2020. és a 2019. áprilisi (14-18. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban

Év	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
2019	281	293	270	271	266	271	261	284	264
2020	295	294	331	347	329	315	328	301	293

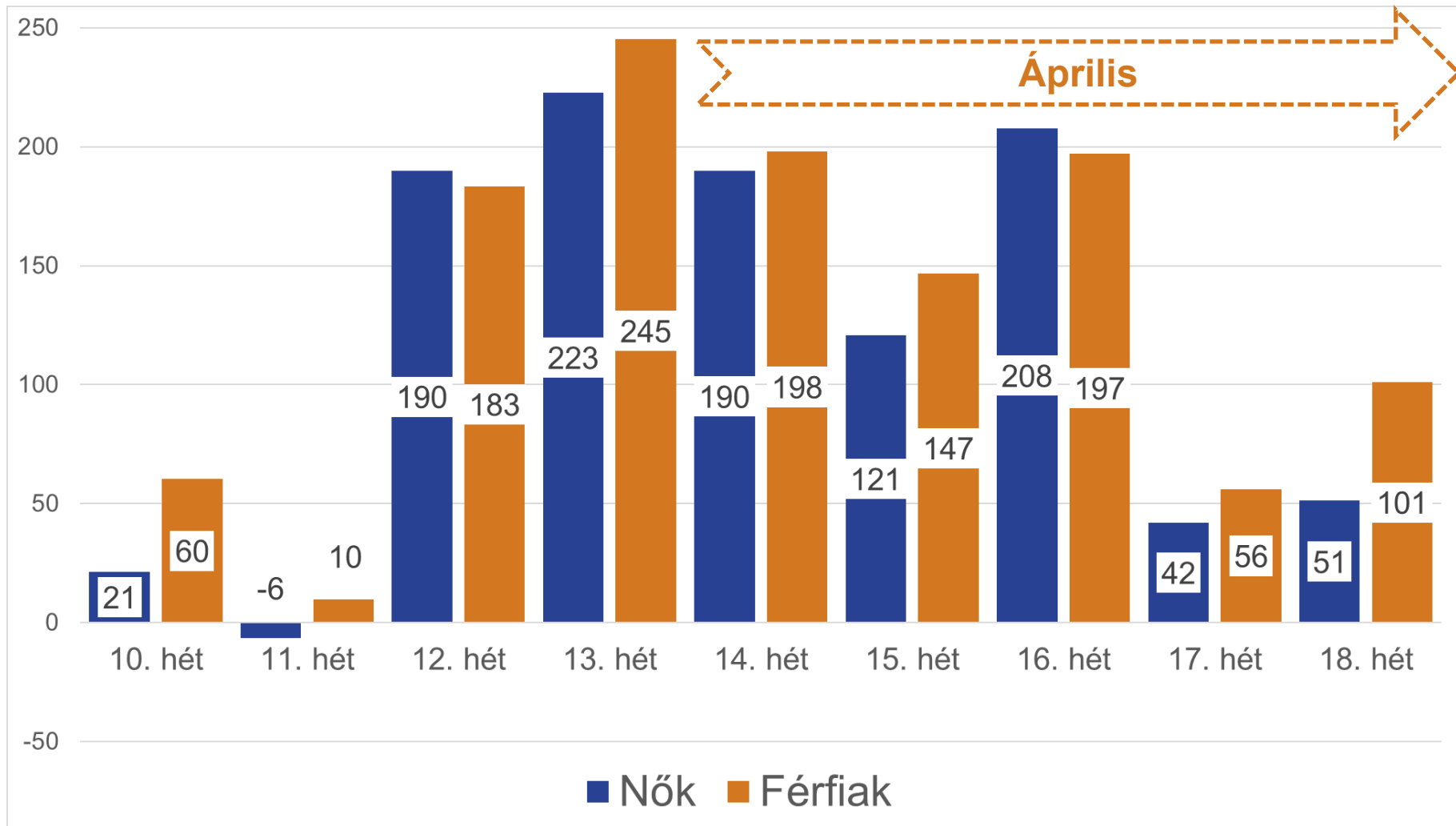
25. ábra – A 2020 és a 2019 áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, a 4 évesnél idősebb népesség körében, AMR (abs, az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma) különbsége ezer főben



26. táblázat a 25. ábrához – A 2020 és a 2019 áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, a 4 évesnél idősebb népesség körében, AMR (abs, az időszám egy percére jutó nézők átlagos száma) különbsége ezer főben

10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
82	3	373	468	388	267	405	98	152

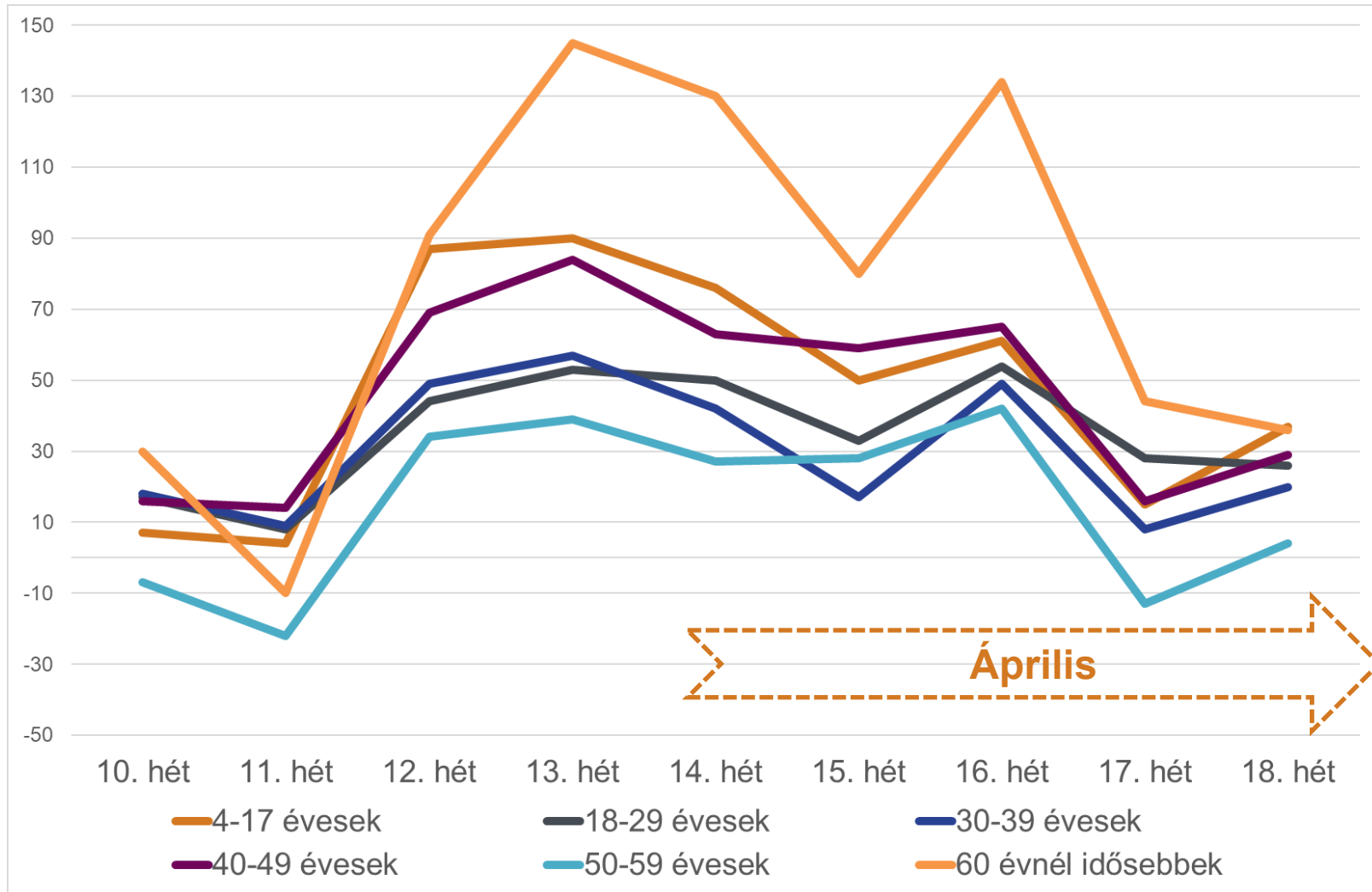
26. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, nemek szerint, AMR (abs), az idősav egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



27. táblázat a 26. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, nemek szerint, AMR (abs), az idősav egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Nem	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Nők	21	-6	190	223	190	121	208	42	51
Férfiak	60	10	183	245	198	147	197	56	101

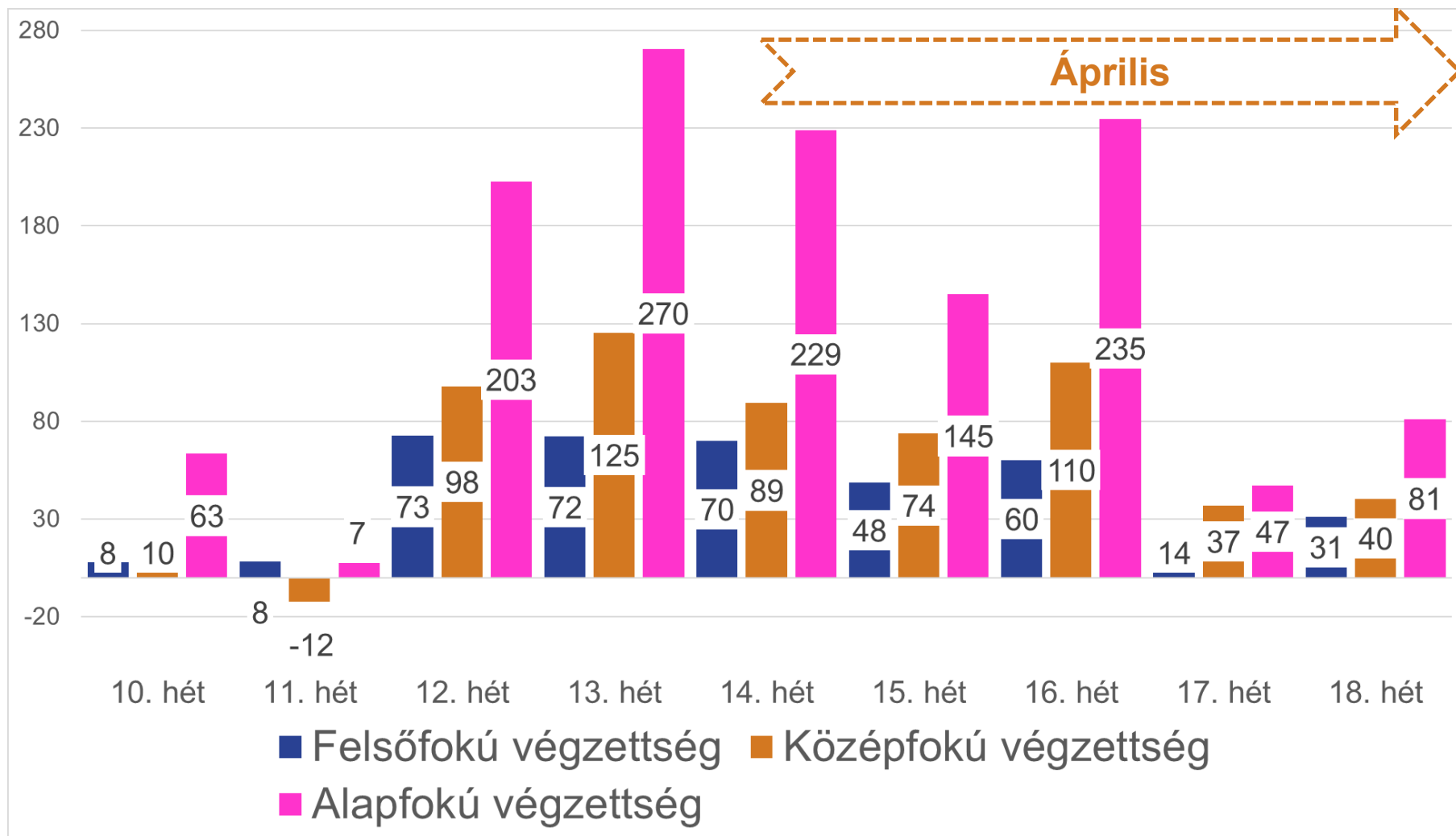
27. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, korcsoportok szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



28. táblázat a 27. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, korcsoportok szerint, AMR (abs), az időszámítás egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Korcsoport	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
4-17 évesek	7	4	87	90	76	50	61	15	37
18-29 évesek	17	8	44	53	50	33	54	28	26
30-39 évesek	18	9	49	57	42	17	49	8	20
40-49 évesek	16	14	69	84	63	59	65	16	29
50-59 évesek	-7	-22	34	39	27	28	42	-13	4
60 évnél idősebbek	30	-10	91	145	130	80	134	44	36

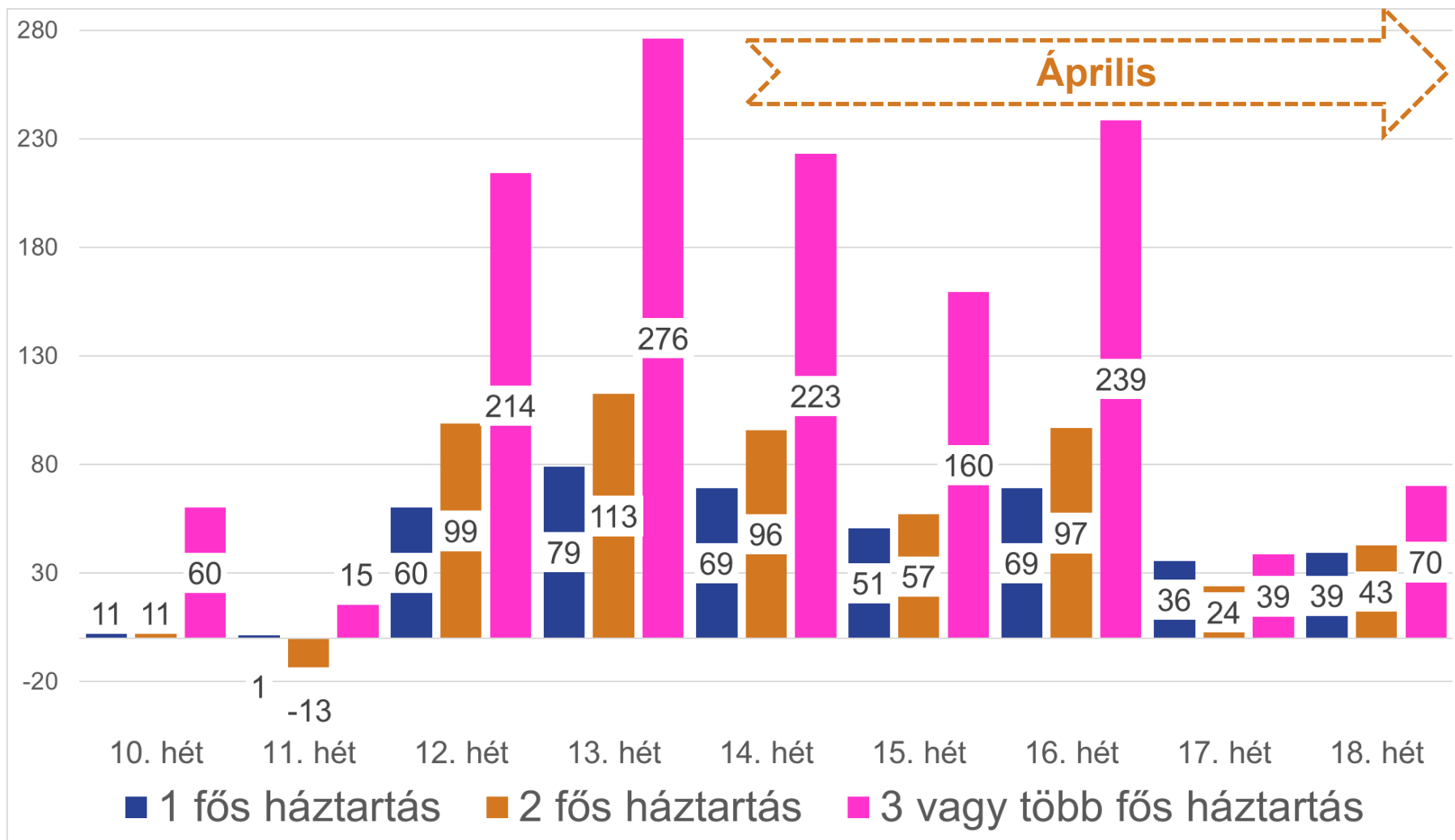
24. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi (14-18. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban, iskolai végzettség szerint, AMR (abs), az időszámítás egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



29. táblázat a 28. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi (14-18. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban, iskolai végzettség szerint, AMR (abs), az időszámítás egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Végzettség	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Felsőfokú végzettség	8	8	73	72	70	48	60	14	31
Középfokú végzettség	10	-12	98	125	89	74	110	37	40
Alapfokú végzettség	63	7	203	270	229	145	235	47	81

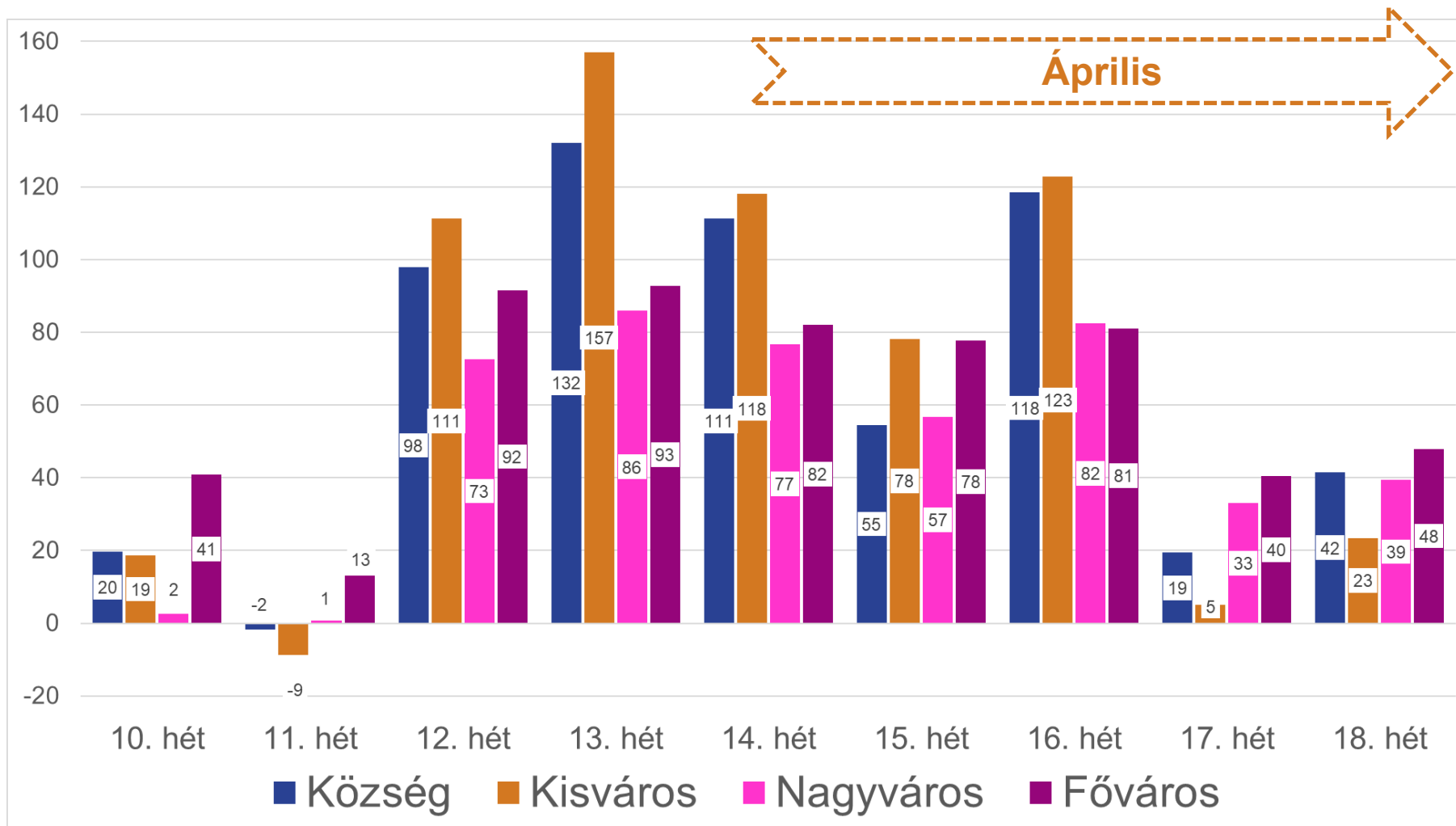
25. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, háztartás létszáma szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



30. táblázat a 29. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, háztartás létszáma szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Háztartás létszáma	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
1 fős háztartás	11	1	60	79	69	51	69	36	39
2 fős háztartás	11	-13	99	113	96	57	97	24	43
3 vagy több fős háztartás	60	15	214	276	223	160	239	39	70

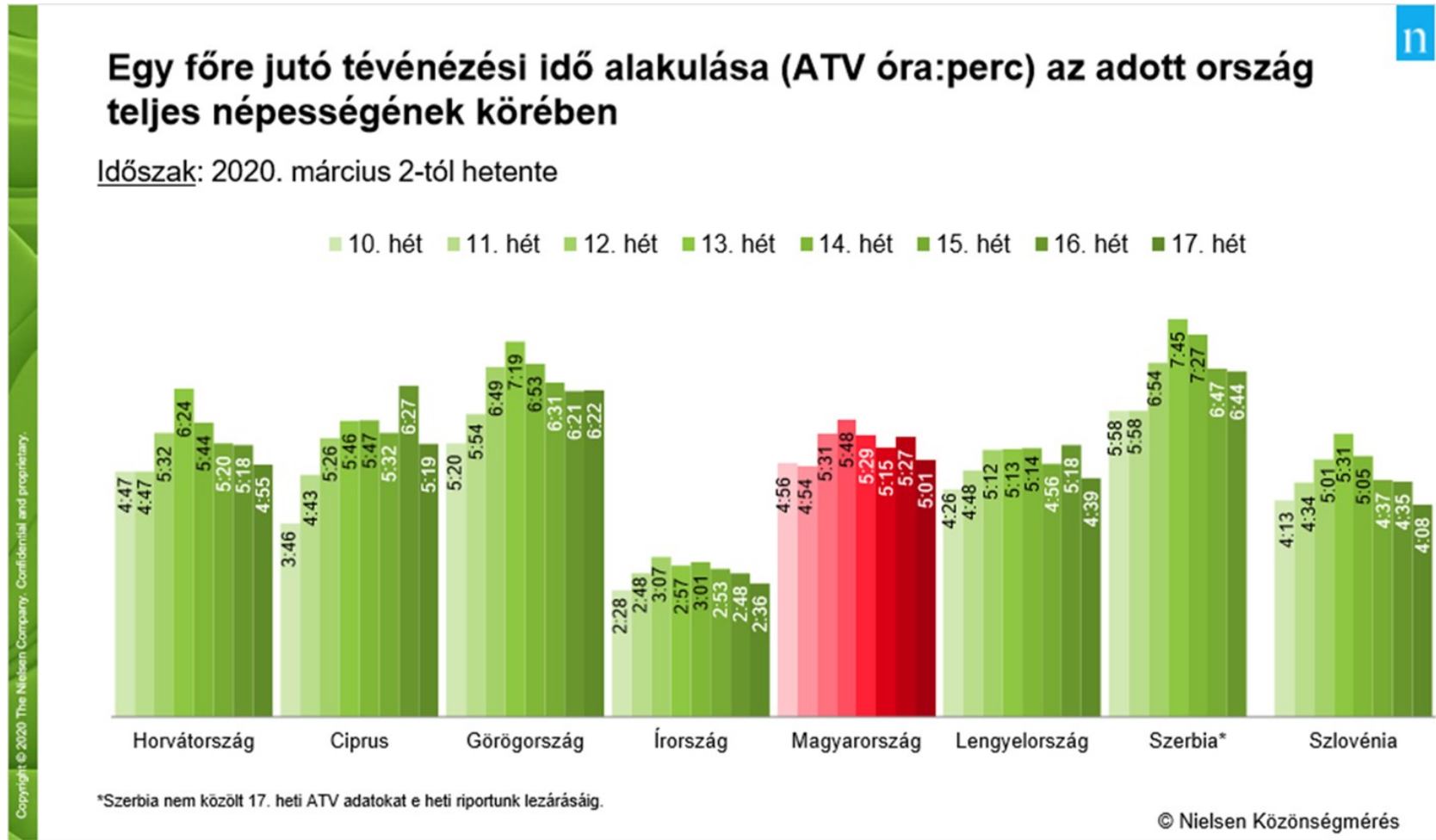
30. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, lakóhely típusa szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



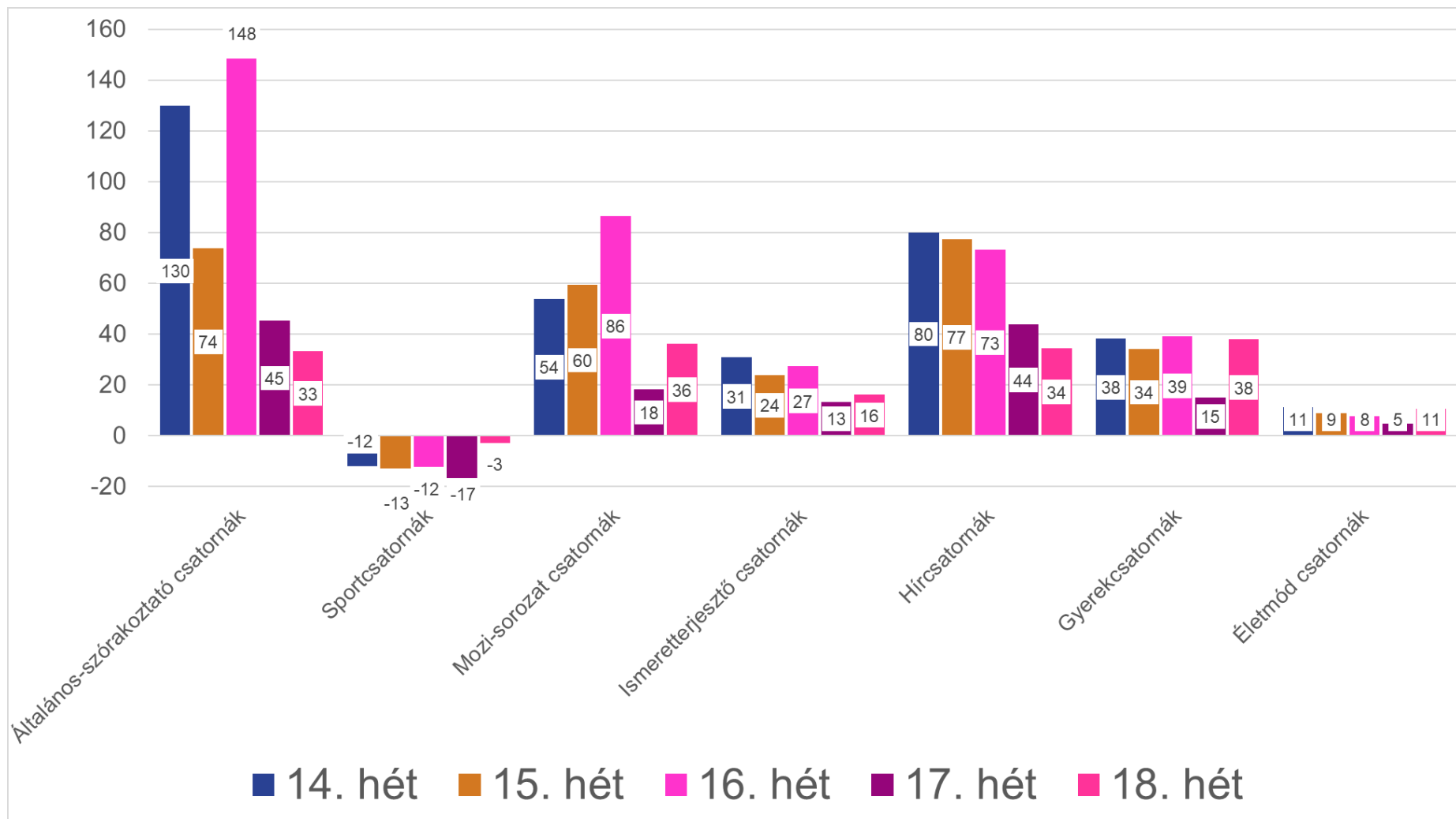
31. táblázat a 30. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban, lakóhely típusa szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Településtípus	10. hét	11. hét	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
Község	20	-2	98	132	111	55	118	19	42
Kisváros	19	-9	111	157	118	78	123	5	23
Nagyváros	2	1	73	86	77	57	82	33	39
Főváros	41	13	92	93	82	78	81	40	48

31. ábra – Egy főre jutó tévézési idő alakulása (ATV óra:perc) az adott ország teljes népességének körében, március 2-től hetente



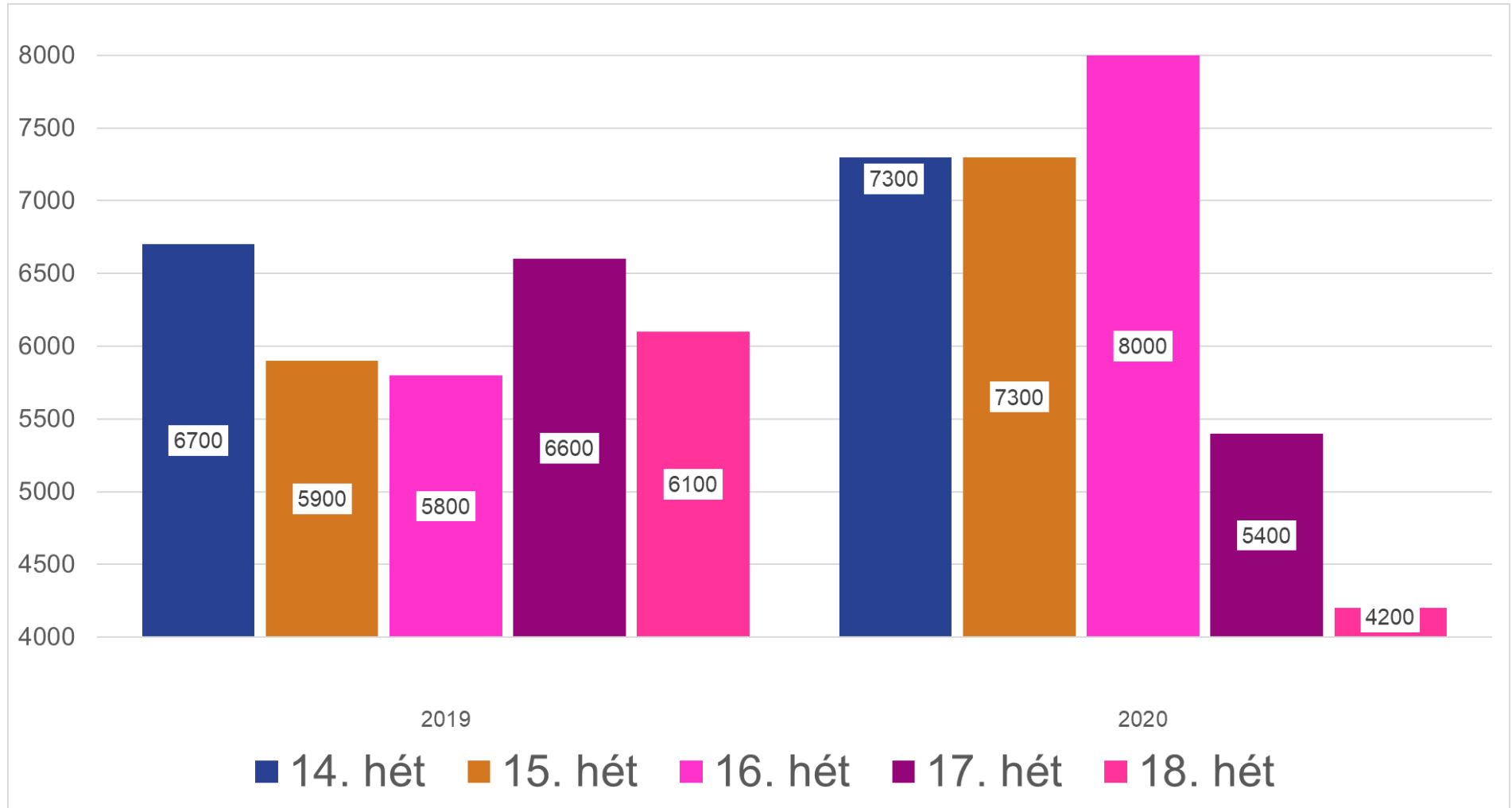
32. ábra – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban (14-18. hetek), a csatorna típusa szerint – AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



32. táblázat a 32. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi nézettség összehasonlítása heti bontásban (14-18. hetek), a csatorna típusa szerint – AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

	Általános- szórakoztató csatornák	Sportcsatornák	Mozi-sorozat csatornák	Ismeretterjesztő csatornák	Hírcsatornák	Gyerekcsatornák	Életmód csatornák
14. hét	130	-12	54	31	80	38	11
15. hét	74	-13	60	24	77	34	9
16. hét	148	-12	86	27	73	39	8
17. hét	45	-17	18	13	44	15	5
18. hét	33	-3	36	16	34	38	11

33. ábra – Az M5 nézettsége 2019., illetve 2020. áprilisában (14-18. hét), AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma



33. táblázat a 33. ábrához – Az M5 nézettsége 2019., illetve 2020. áprilisában (14-18. hét), AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét
2019	6700	5900	5800	6600	6100
2020	7300	7300	8000	5400	4200

A legjelentősebb esti fő híradók nézettségének változása

34. táblázat – Az M1-esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1.	140680	162066	87
2.	132926	154766	86
3.	117261	126769	92
4.	109308	145437	75
5.	127670	145649	88
6.	131477	130670	101
7.	115707	130799	88
8.	121281	124449	97
9.	149252	120227	124
10.	149600	126766	118
11.	196129	132258	148
12.	251463	151390	166
13.	258178	141841	182
14.	210551	133947	157
15.	216147	142668	152

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
16.	175733	120542	146
17.	154784	122756	126
18.	158038	113979	139

35. táblázat – A Duna TV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az idősáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1.	79532	135965	58
2.	85570	116503	73
3.	75855	102241	74
4.	94361	97483	97
5.	92166	87364	105
6.	91631	90699	101
7.	91211	92651	98
8.	87035	83188	105
9.	94535	95171	99
10.	77415	86032	90
11.	91639	86034	107

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
12.	88001	78054	113
13.	98261	78497	125
14.	84275	76462	110
15.	87196	69785	125
16.	82421	72568	114
17.	72755	71634	102
18.	59275	79562	75

36. táblázat – Az ATV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1.	166880	162356	103
2.	189649	162825	116
3.	179358	144919	124
4.	169692	134669	126
5.	171916	153075	112
6.	164271	149830	110
7.	161042	149203	108

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
8.	161338	148147	109
9.	171430	147104	117
10.	164189	116740	141
11.	180159	130734	138
12.	217264	127106	171
13.	223162	89025	251
14.	202576	127131	159
15.	195994	125297	156
16.	203852	112306	182
17.	199097	127507	156
18.	178668	133019	134

37. táblázat – Az RTL Klub esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszám egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1.	859008	952394	90
2.	820642	943569	87
3.	811745	870390	93

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
4.	786126	871177	90
5.	819220	887871	92
6.	812738	842512	96
7.	787613	806085	98
8.	763110	805091	95
9.	801545	791062	101
10.	762760	762070	100
11.	842913	739851	114
12.	955580	717462	133
13.	945972	708314	134
14.	908282	676000	134
15.	816211	636284	128
16.	847027	584798	145
17.	713106	628696	113
18.	713385	636945	112

38. táblázat – A TV2 esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1.	830808	831171	100
2.	797828	802062	99
3.	756980	814166	93
4.	775349	826614	94
5.	778785	825709	94
6.	750074	762007	98
7.	766352	757372	101
8.	762444	748918	102
9.	809945	738837	110
10.	770508	724429	106
11.	791559	711820	111
12.	908505	682315	133
13.	884852	682053	130
14.	769327	598084	129
15.	706435	654081	108
16.	729239	582200	125

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
17.	740161	665966	111
18.	729117	664410	110

39. táblázat – A Hír TV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

2020	2019	Változás 2019-hez képest
43727	24449	179
42533	32865	129
48081	23642	203
53940	29854	181
47817	27839	172
49408	29932	165
42416	18151	234
38053	19063	200
40256	20076	201
46254	22194	208
44592	22996	194
62452	20962	298

2020	2019	Változás 2019-hez képest
60102	18902	318
60253	41860	144
59372	44548	133
65347	38342	170
57229	47006	122
49101	37547	131

A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata a koronavírussal kapcsolatban (2020. április, heti bontásban)

Az NMHH 1998 óta vizsgálja a jelentősebb eléréssel rendelkező médiumok hír – és magazinműsorait. A kvantitatív analízis elsősorban a műsorok számszerűsíthető jellemzőit összegzi. Alapvető kérdésekre ad választ: ki, hol, mennyi ideig kommunikált és milyen témákban a vizsgált műsorokban. A leglényegesebb kérdések mellett számos más információt is regisztrálunk, így külön foglalkozunk a koronavírus médiaképével is.

Az elemzés a következő műsorokra terjed ki:

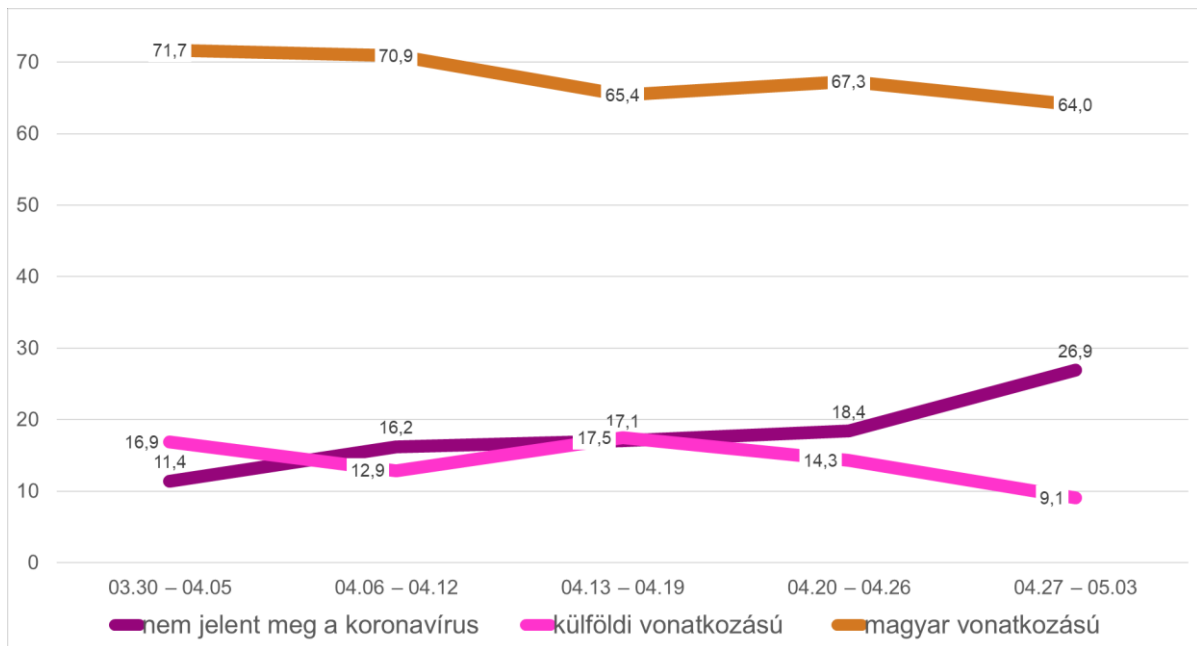
- MTV1 esti Híradó
- Duna TV Híradó
- Kossuth rádió: Reggeli Krónika (a 7 órától 8 óráig tartó időszak)
- Déli Krónika
- Esti Krónika
- RTL Klub Híradó
- Tények (TV2)
- ATV Híradó
- Híradó (Hír TV)

Április közepétől a koronavírussal foglalkozó műsoregységek időtartama mérséklődött, a hónap utolsó hetében 80 százalék alatt maradt a részesedése az összes híradás tekintetében. Április végére a TV2 (44,4%) és az RTL Klub hírműsorában (38,9%) a koronavírusról nem tárgyaló tudósítások aránya már 40 százalék körül alakult.

A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban

Összes hírműsor

34. ábra – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban, heti bontásban a műsoridő százalékában



40. táblázat a 34. ábrához – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban, heti bontásban a műsoridő százalékában

	nem jelent meg a koronavírus	külföldi vonatkozású	magyar vonatkozású
03.30 – 04.05	11,4	16,9	71,7
04.06 – 04.12	16,2	12,9	70,9
04.13 – 04.19	17,1	17,5	65,4
04.20 – 04.26	18,4	14,3	67,3

Hírműsoronként 2020. március 30. és május 3. között, heti bontásban

41. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. március 30. és április 5. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	12	1499	7,1%	26	3918	18,6%	97	15703	74,4%
Duna TV Híradó	12	1113	9,6%	14	1558	13,4%	67	8947	77,0%
Reggeli Krónika	9	2007	12,1%	10	1214	7,3%	69	13391	80,6%
Déli Krónika	11	1099	9,4%	33	3914	33,6%	69	6631	56,9%
Esti Krónika	14	1406	13,6%	13	1768	17,1%	69	7182	69,4%
Tények (TV2)	37	3893	21,8%	28	2800	15,7%	87	11177	62,5%
RTL Klub Híradó	20	1706	9,6%	32	3085	17,4%	99	12989	73,1%
ATV Híradó	11	785	7,2%	13	1915	17,5%	83	8214	75,3%
Híradó (Hír TV)	15	1001	10,5%	20	1322	13,9%	71	7186	75,6%

42. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. április 6-12. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	22	3901	18,0%	18	2251	10,4%	105	15526	71,6%
Duna TV Híradó	23	2471	19,8%	10	858	6,9%	73	9123	73,3%
Reggeli Krónika	9	1237	7,1%	12	1297	7,5%	65	14775	85,4%
Déli Krónika	24	1757	15,3%	29	2896	25,3%	59	6801	59,4%
Esti Krónika	21	1991	19,7%	20	1572	15,6%	58	6542	64,7%
Tények (TV2)	37	4388	24,5%	19	2135	11,9%	89	11392	63,6%
RTL Klub Híradó	31	3112	17,5%	26	2575	14,5%	92	12083	68,0%
ATV Híradó	19	1461	13,2%	16	1719	15,6%	80	7866	71,2%
Híradó (Hír TV)	9	589	6,2%	17	1406	14,9%	69	7463	78,9%

43. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. április 13-19. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	28	3321	15,7%	23	3914	18,5%	106	13939	65,8%
Duna TV Híradó	18	1592	13,3%	15	2299	19,2%	75	8075	67,5%
Reggeli Krónika	18	2716	16,5%	12	1733	10,5%	59	12032	73,0%
Déli Krónika	14	1509	12,9%	36	3519	30,0%	61	6715	57,2%
Esti Krónika	18	1257	12,1%	25	2324	22,4%	61	6807	65,5%
Tények (TV2)	51	5435	30,7%	17	1725	9,8%	82	10525	59,5%
RTL Klub Híradó	40	2937	16,6%	34	3058	17,3%	89	11698	66,1%
ATV Híradó	16	1612	14,6%	15	1792	16,2%	74	7629	69,1%
Híradó (Hír TV)	16	1438	14,9%	18	2015	20,8%	64	6221	64,3%

44. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. április 20-26. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	27	2713	13,2%	21	3510	17,1%	104	14312	69,7%
Duna TV Híradó	11	695	5,9%	14	2020	17,0%	80	9147	77,1%
Reggeli Krónika	10	1933	11,6%	4	1094	6,6%	70	13594	81,8%
Déli Krónika	24	2012	17,4%	30	3076	26,6%	71	6485	56,0%
Esti Krónika	17	1303	12,8%	23	1734	17,0%	68	7139	70,2%
Tények (TV2)	69	7607	42,3%	9	1189	6,6%	78	9167	51,0%
RTL Klub Híradó	46	4649	26,1%	28	2204	12,4%	90	10988	61,6%
ATV Híradó	19	952	8,8%	16	1770	16,3%	76	8126	74,9%
Híradó (Hír TV)	17	1393	15,0%	15	1535	16,5%	68	6362	68,5%

45. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. április 27. és május 3. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	31	3514	17,1%	15	2458	11,9%	90	14610	71,0%
Duna TV Híradó	25	2426	20,2%	4	359	3,0%	69	9234	76,8%
Reggeli Krónika	21	4368	25,6%	6	725	4,3%	65	11937	70,1%
Déli Krónika	24	2316	19,6%	21	1932	16,3%	77	7588	64,1%
Esti Krónika	21	2193	21,7%	9	915	9,0%	64	7017	69,3%
Tények (TV2)	74	8033	44,4%	9	678	3,8%	71	9365	51,8%
RTL Klub Híradó	68	6878	38,9%	23	2060	11,7%	71	8722	49,4%
ATV Híradó	23	2420	22,0%	13	1418	12,9%	67	7178	65,2%
Híradó (Hír TV)	18	2134	22,9%	9	1081	11,6%	57	6088	65,4%

Márciushoz képest új, hangsúlyos ügyként tűnt fel a járvány megjelenése az idősothonokban, amelynek legfőbb magyarázata a Pesti úti idősothon magas fertőzöttségében és az itt megindult vizsgálatnak a következménye volt.

A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 áprilisában

46. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 március 30. és április 5. között

Téma	Esetszám	%
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	158	20,2
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	120	15,3
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	84	10,7
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	77	9,8
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	71	9,1
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	56	7,2
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	50	6,4
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	49	6,3
kijárási korlátozások a járvány miatt	37	4,7
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	30	3,8
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	19	2,4
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	18	2,3
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	10	1,3
a koronavírus megjelenése az időotthonokban	3	0,4

47. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 április 6-12. között

Téma	Esetszám	%
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	119	15,6
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	94	12,3
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	92	12,1
a koronavírus megjelenése az időotthonokban	77	10,1
kijárási korlátozások a járvány miatt	69	9
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	63	8,3
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	62	8,1
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	55	7,2
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	52	6,8
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	30	3,9
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	17	2,2
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	16	2,1
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	10	1,3
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	7	0,9

48. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 április 13-19. között

Téma	Esetszám	%
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	120	16,1
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	98	13,2
a koronavírus megjelenése az időotthonokban	77	10,3
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	69	9,3
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	62	8,3
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	57	7,7
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	54	7,3
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	50	6,7
kijárási korlátozások a járvány miatt	49	6,6
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	36	4,8
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	24	3,2
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	22	3,0
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	17	2,3
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	9	1,2

49. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020. április 20-26. között

Téma	Esetszám	%
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	136	17,2
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	135	17,1
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	93	11,8
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	73	9,3
a koronavírus megjelenése az idősothonokban	68	8,6
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	54	6,8
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	46	5,8
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	44	5,6
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	41	5,2
kijárási korlátozások a járvány miatt	41	5,2
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	20	2,5
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	19	2,4
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	10	1,3
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	9	1,1

50. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020. április 27. és május 3. között

Téma	Esetszám	%
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	138	19,8
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	107	15,4
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	58	8,3
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	58	8,3
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	57	8,2
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	55	7,9
kijárási korlátozások a járvány miatt	54	7,7
a koronavírus megjelenése az időotthonokban	49	7,0
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	40	5,7
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	35	5,0
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	15	2,2
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	13	1,9
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	11	1,6
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	7	1,0

A koronavírusssal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020 áprilisában

51. táblázat – A koronavírusssal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. március 30. és április 5. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	103	101	3542	35,1
2.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	81	60	3193	53,2
3.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	78	56	1625	29,0
4.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	43	33	924	28,0
5.	Kiss Róbert rendőr alezredes	40	39	838	21,5
6.	Karácsony Gergely főpolgármester (PM)	28	9	166	18,4
7.	Lakatos Tibor rendőr ezredes	28	27	691	25,6
8.	Kovács Zoltán államtitkár (Fidesz)	18	15	464	30,9
9.	Vitézy Dávid vezérigazgató (BFK)	14	8	169	21,1
10.	Dézsi Csaba (Fidesz)	11	6	199	33,2

52. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. április 6-12. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	107	99	3599	36,4
2.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	99	79	4005	50,7
3.	Karácsony Gergely főpolgármester (PM)	71	45	611	13,6
4.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	57	35	889	25,4
5.	Kiss Róbert rendőr alezredes	33	33	824	25,0
6.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	28	23	471	20,5
7.	Palkovics László miniszter	27	23	816	35,5
8.	Varga Mihály miniszter (Fidesz)	20	16	786	49,1
9.	Lakatos Tibor rendőr ezredes	19	19	406	21,4
10.	Kovács Zoltán államtitkár (Fidesz)	15	12	508	42,3

53. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. április 13-19. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	107	96	3036	31,6
2.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	70	57	1556	27,3
3.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	57	49	2715	55,4
4.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	52	48	1250	26,0
5.	Karácsony Gergely főpolgármester (PM)	37	22	336	15,3
6.	Kiss Róbert rendőr alezredes	32	30	698	23,3
7.	Kásler Miklós miniszter	20	2	32	16,0
8.	Lakatos Tibor rendőr ezredes	19	18	383	21,3
9.	Hollik István (Fidesz)	15	12	372	31,0
10.	Maruzsa Zoltán államtitkár	15	14	383	27,4

54. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. április 20-26. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	129	115	3301	28,7
2.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	66	46	2624	57,0
3.	Karácsony Gergely főpolgármester (PM)	56	31	390	12,6
4.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	52	41	1062	25,9
5.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	31	29	940	32,4
6.	Kiss Róbert rendőr alezredes	31	31	650	21,0
7.	Maruzsa Zoltán államtitkár	22	18	297	16,5
8.	Szabó Tímea (PM)	16	14	383	27,4
9.	Szlávik János infektológus	16	15	374	24,9
10.	Lakatos Tibor rendőr ezredes	13	13	353	27,2

55. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. április 27. és május 3. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	98	73	2102	28,8
2.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	62	55	3625	65,9
3.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	41	32	879	27,5
4.	Karácsony Gergely főpolgármester (PM)	37	30	566	18,9
5.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	37	36	854	23,7
6.	Maruzsa Zoltán államtitkár	33	31	1208	39,0
7.	Kiss Róbert rendőr alezredes	28	27	566	21,0
8.	Merkely Béla rektor (SOTE)	23	23	1274	55,4
9.	Lakatos Tibor rendőr ezredes	14	13	244	18,8
10.	Szentkirályi Alexandra kományszóvivő	13	12	279	23,3

Melléklet

56. táblázat – A hirdetési szektorok volumenének illetve százalékos részesedésének alakulása

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
15	Babaápolás	1122	0,5	708	0,3
15	Besorolatlan	613	0,3	2006	0,7
15	Élelmiszer	47883	19,5	53786	19,4
15	Élvezeti cikkek	12511	5,1	16426	5,9
15	Gyógyhatású készítmények	50931	20,8	49388	17,8
15	Háztartási cikk	13468	5,5	12797	4,6
15	Háztartási gép	1521	0,6	1252	0,5
15	Ipar / mezőgazdaság	1850	0,8	3200	1,2
15	IT	0	0,0	4	0,0
15	Kereskedelem	50982	20,8	57323	20,6
15	Közlekedés	11916	4,9	13621	4,9
15	Lakásfelszerelés	643	0,3	90	0,0
15	Oktatás-képzés	0	0,0	8	0,0
15	Öltözködés-kiegészítők	3616	1,5	2734	1,0

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
15	Pénzüzetek	7860	3,2	12593	4,5
15	Szabadidő	2632	1,1	8510	3,1
15	Szépségápolás	19495	8,0	26919	9,7
15	Szolgáltatás	4323	1,8	5596	2,0
15	Szórakoztatóelektronika	14	0,0	16	0,0
15	Telekommunikáció	11184	4,6	9325	3,4
15	Tömegtájékoztatás	2500	1,0	1634	0,6
16	Babaápolás	899	0,4	633	0,2
16	Besorolatlan	901	0,4	1819	0,7
16	Élelmiszer	33635	15,5	50672	18,5
16	Élvezeti cikkek	10871	5,0	17296	6,3
16	Gyógyhatású készítmények	47215	21,7	50671	18,5
16	Háztartási cikk	13560	6,2	13336	4,9
16	Háztartási gép	305	0,1	1246	0,5
16	Ipar / mezőgazdaság	1902	0,9	2974	1,1
16	IT	1	0,0	5	0,0

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
16	Kereskedelem	42873	19,7	55814	20,3
16	Közlekedés	7240	3,3	13551	4,9
16	Lakásfelszerelés	446	0,2	78	0,0
16	Oktatás-képzés	0	0,0	2	0,0
16	Öltözködés-kiegészítők	2761	1,3	2589	0,9
16	Pénzüintézetek	15622	7,2	15052	5,5
16	Szabadidő	2546	1,2	7932	2,9
16	Szépségápolás	18739	8,6	21350	7,8
16	Szolgáltatás	4150	1,9	5430	2,0
16	Szórakoztatóelektronika	14	0,0	455	0,2
16	Telekommunikáció	10632	4,9	11677	4,3
16	Tömegtájékoztatás	2978	1,4	1750	0,6
17	Babaápolás	663	0,3	632	0,2
17	Besorolatlan	1434	0,7	1858	0,7
17	Élelmiszer	29791	14,1	39612	14,5
17	Élvezeti cikkek	9907	4,7	14373	5,2

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
17	Gyógyhatású készítmények	41618	19,7	56721	20,7
17	Háztartási cikk	14697	7,0	14892	5,4
17	Háztartási gép	2019	1,0	2981	1,1
17	Ipar / mezőgazdaság	1648	0,8	2968	1,1
17	IT	4	0,0	4	0,0
17	Kereskedelem	44631	21,2	54867	20,0
17	Közlekedés	5840	2,8	13031	4,8
17	Lakásfelszerelés	83	0,0	54	0,0
17	Oktatás-képzés	0	0,0	2	0,0
17	Öltözködés-kiegészítők	3422	1,6	3768	1,4
17	Pénzügyintézetek	13494	6,4	12394	4,5
17	Szabadidő	2071	1,0	4680	1,7
17	Szépségápolás	20851	9,9	27296	10,0
17	Szolgáltatás	4520	2,1	8558	3,1
17	Szórakoztatóelektronika	14	0,0	1385	0,5
17	Telekommunikáció	10688	5,1	12742	4,7

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
17	Tömegtájékoztatás	3443	1,6	1169	0,4
18	Babaápolás	152	0,1	1681	0,6
18	Besorolatlan	1677	0,9	1502	0,5
18	Élelmiszer	29405	16,0	43477	15,9
18	Élvezeti cikkek	7117	3,9	12425	4,5
18	Gyógyhatású készítmények	32787	17,8	44385	16,2
18	Háztartási cikk	13639	7,4	18955	6,9
18	Háztartási gép	1347	0,7	2515	0,9
18	Ipar / mezőgazdaság	1136	0,6	2706	1,0
18	IT	6	0,0	1	0,0
18	Kereskedelem	41322	22,4	63878	23,3
18	Közlekedés	5258	2,9	9753	3,6
18	Lakásfelszerelés	104	0,1	101	0,0
18	Öltözködés-kiegészítők	4549	2,5	2625	1,0
18	Pénzüintézetek	10146	5,5	13339	4,9
18	Szabadidő	1681	0,9	6910	2,5

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
18	Szépségápolás	16363	8,9	25671	9,4
18	Szolgáltatás	5752	3,1	7380	2,7
18	Szórakoztatóelektronika	14	0,0	1150	0,4
18	Telekommunikáció	9058	4,9	13084	4,8
18	Tömegtájékoztatás	2591	1,4	2599	0,9