

Tartalomfogyasztási szokások és trendek a magyar Facebookon 2021-24 között

Jelen tanulmány az eddig készült legátfogóbb jelentés a magyar tartalmak fogyasztásáról a Facebookon. A top300 legnagyobb magyar tartalomszolgáltató Facebook oldal 2021 és 2024 közötti közel hárommillió bejegyzésének, és a kapcsolódó mintegy 84 millió megosztásnak és 86 millió hozzászólásnak, valamint közel egymilliárd reakciónak az elemzésén keresztül mutatja be a platformon zajló tartalomfogyasztás és -disztribúció legfontosabb jelenségeit és trendjeit. A posztok és interakciók, illetve topikmodellezés segítségével a témák elemzése a Sentione social listening eszközzel készült el, a hálózatelemzés pedig az R programmal és a Gephi hálózatelemző szoftverrel. A magyar és tartalomszolgáltató oldalak szűrése és kiválogatása a Donáció alapú digitális adatgyűjtés kutatás adatai, valamint Sentione kulcsszó alapú keresés segítségével történt, végül a követőszám szerinti legnagyobb 300 oldal 3 típusba (Média, Natív és Személyiség) és 7 kategóriába (Életmód, Gasztró, Hírek, Humor, Sport, Szórakoztató, Zene) került.

A tanulmány megerősíti és alátámasztja a médiapiaci forrásokból is ismert folyamatot, miszerint a magyar média és nyilvánosság formálásában a Facebook rendkívül jelentős szerepet tölt be. A platformon közölt és megosztott tartalmak, azok struktúrája, forrásai, kategóriái, típusai, formátumai is rendkívül változatosak. Jelen vannak a platformon – többek között – tradicionális médiavállalatok, influenszerek, zenészek, és még rengeteg további tartalomszolgáltató. Ezek a legkülönbözőbb típusú oldalak a legkülönbözőbb ritmusban és mennyiségben közölnek többféle kategóriába sorolható tartalmakat a receptektől kezdve kiskutyák képein át a hírekig, számos formátumban (szöveg, kép, videó). Mindezek a nagyon különböző tartalmak a fogyasztói oldalon egyetlen feedben versenyeznek a felhasználó figyelméért.

A facebookos tartalomszolgáltatók egy szűk halmaza felelős a közzétett posztok (és kapcsolódó reakciók, interakciók) jelentős részéért. A top5 legtöbb posztot közzétevő oldal a bejegyzések 18%-át, a top10 oldal a bejegyzések 32%-át, míg a top20 oldal az összes közzétett bejegyzés 52%-át adja ki. Az oldalak tartalomszolgáltatása gyakorlatilag reggeltől estig folyamatosan zajlik, hétvégén figyelhető csak meg kisebb mennyiségi visszaesés.

A tíz legnagyobb oldalból nyolc rendelkezik egymillió feletti követőszámmal. Ezeknek az oldalaknak egy része azonban már nem meghatározó: újabb és relatíve kisebb szereplők vezetnek a legaktívabban posztoló és a legtöbb interakciót kiváltó oldalak toplistáit. A 300 oldalból a legtöbb (125 db, 42%) a Személyiség (egy adott személyhez kötődő oldalak köre) típusba sorolható be. A Média (a Facebookon kívüli entitások, például kiadók által működtetett oldalak) típus aránya 36%, a Natív (vagy saját, közvetlenül a Facebookra előállított posztokat közlő, vagy transzparens kiadói háttér nélküli oldalak) típusé 23%. A Személyiség típusú oldalak nem csak mennyiségileg dominálnak, de ők a legsikeresebbek a felhasználók bevonásában is: a legmagasabb átlagos interakciós mutatóval rendelkező top20 oldal három oldal kivételével mind ebbe a típusba tartozik.

Összességében és egyben a Hírek kategóriában a legtöbb posztot a [24.hu](https://www.24.hu) közölte a vizsgált időszakban: 127 ezer 318 darabot. Összességében és egyben az Életmód kategóriában a legtöbb megosztást a „[Wegera a kommunikátor](#)” generálta, összesen 3 millió 896 ezer 487 darabot. A legtöbb összreakciót (a hat reakciótypus összesen: tetszik, imádom, húha, vicces, szomorú és dühítő) a sport kategóriában a [Nemzeti Sport Online](#) érte el (54 millió 887 ezer 524). A legtöbbet kommentelt oldal a [Telex](#) 6 705 773 kommenttel. A legtöbbet megosztott posztot a „[Wegera a kommunikátor](#)” közölte (38 ezer 633), a legtöbb összreakciót elért poszt az [M4 Sporté](#) volt (167 ezer 223). A legtöbbet kommentelt poszt [Kajdi Csabáé](#). A legmagasabb átlagos összinterakció (azaz összreakció, megosztás és komment együttesen) [Sebestyén Balázs](#) oldalán volt (egy posztra átlagosan 11 ezer 970), az átlagos megosztásban [Somogyi András](#) (2 ezer 223 posztonkénti átlagos megosztás), az átlagos kommentszámában [Kajdi Csaba](#) az első (448 komment posztonként).

A posztok mennyisége és az egy posztra jutó átlagos interakciós érték negatívan korrelál: jellemzően a sok posztot közzétevő oldalakon az átlagos interakciós érték alacsony. Ilyenek tipikusan a Média oldalai, és különösen a Hírek kategóriába tartozó tartalmak. A témákra érkezett átlagos reakciós értékek szerint a sportra jön kiugróan a legtöbb interakció változó, a legtöbb komment a politikai témákra, a legtöbb megosztás pedig a receptekre. A reakciótypusok közül kiemelhető, hogy a legtöbb imádom reakció a sportra, a legtöbb dühös reakció a gazdaság témára, majd szorosan a második helyen a politikára érkezett – amely témára egyben magasan a legtöbb nevető reakció is érkezett.

Ha a reakciók és interakciók által kiugróan jutalmazott posztok, témakörök konkrét tartalmait vizsgáljuk meg, akkor egy olyan kép rajzolódik ki a Facebook ízlésvilágáról, amiben a következő tartalmak sikeresek: az élethez és halálhoz kapcsolódó nagy bejelentések és hírek; hírességek botrányai, érzelmi kitárulkozásai, tragédiái; a hétköznapi élet, munkanap, munkavégzés ritmusához kapcsolódó mémek; sportolókhoz, magyar sikerekhez és rajongott sportcsapatok sikereihez kapcsolódó anyagok; zenei előadók bejelentései, vallomásai; olcsó, könnyen hozzáférhető alapanyagokból, gyorsan és egyszerűen elkészíthető ételek receptjei; szívszorító, megható történetek beteg állatokról vagy emberekről; a nagy vallások tanításai helyett ezoterikus, self-help tartalmak és bölcsességek, idézetek.

A platformon szinte minden szempontból a szórakoztató tartalmak dominálnak. A Zene, mint második leggyakoribb tartalmi kategória a Spotify-YouTube-on domináló ízlésvilághoz képest (amelyben a hip-hopot, vagy hip-hop hatású popot játszó, fiatal előadók a legnépszerűbbek) radikálisan más képet mutat, melynek fontos karaktere a nosztalgia. Főleg már régóta a pályán lévő előadókról van szó, akik karrierjében kulcsfontosságú szerepet játszott elsősorban a kereskedelmi televízió. A streaming top20 listákról ismert, ma népszerű hip-hop előadók hiányoznak. A jelenleg legnépszerűbb magyar könnyűzenei előadó, Azahriah oldala még a top300 listára sem fért fel.

A posztolt tartalmak egy részét nem egyetlen alkalommal posztolják ki, hanem számos alkalommal, sokszor párhuzamosan több csatornán. A top20 leggyakrabban megosztott link legnagyobb része az egyszerugyorsreceptek.com oldalról származik. A leggyakrabban megosztott link egy fahéjas pudingos rúd receptjére mutat, melyet 4 különböző Facebook oldal összesen 287 alkalommal osztott meg a vizsgált időintervallum során. A tartalmak megosztásának és fogyasztásának hálózatában nem csak a tartalmi párhuzamok játszanak szerepet: kiemelkedően fontos az egy tulajdonban lévő vagy egymással más módokon összekapcsolódó, a tartalomközlésüket összehangoló oldalak dinamikája. A tradicionális online médiavállalatok között a legnagyobb volumenben a Centrál Médiasoport teríti a tartalmait a Facebookon. Oldalai közül kiemelendő a 24.hu meghatározó szerepe, amely szorosan kapcsolódik más oldalkategóriájú, de szintén a Centrál Médiasoporthoz tartozó oldalakhoz, mint az nlc.hu, National Geographic, Startlap, HáziPatika, Vezess és Nosalty.

Sajátos módja a facebookos tartalomterjesztésnek az, amikor olyan oldalak is rendszeres gyakorisággal terjesztik egy másik oldal tartalmait, amellyel nincsen jelzett kapcsolatuk, vagy ha van, a két oldal címe, elnevezése nem egyezik meg. Ilyen „spinoff-oldalakon” a tradicionális kiadók és más facebookos terjesztők tartalmi is megjelennek.

A főleg szponzorált tartalmakat terjesztő politikai tartalomkészítők (mint például a Megafon arcai) nem értek be a top300 oldalba, ezért az általuk közölt tartalmak sem szerepelnek a mintában. A top300 oldal körüli diskurzusokban a politika egyébként sem tartozott a legnépszerűbbek közé: a „Politika” témához sorolt bejegyzések aránya 11,9% százalék volt.

A „digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet)”, azaz DSA 2023. augusztus 25-én vált alkalmazhatóvá az ún. online óriásplatformokra (melyek közé a Facebook is tartozik). A DSA alkalmazhatóságát követően az átlagos Facebook posztmennyiség, összreakció, az átlagos kommentszám, illetve az átlagos megosztás (tehát az összinterakció) érték is enyhe csökkenést mutat. Azonban ez nem tulajdonítható egyértelműen a szabályozás hatásának: az adatok inkább azt mutatják, hogy a csökkenés már 2022 nyarán elindult, tehát jóval a DSA szabályozás hatályba lépése előtt.