

Chuck Norris halálának médiavisszhangja- hírhelyzet elemzés

Vizsgált időszak:

2026. március 20. – március 22.

Hazai hírhelyzet – A hír megjelenésének első napja, 03.20.

- **Március 20. – azonnali médiavisszhang, a vizsgált időszak legaktívabb napja:** a vizsgált médiumok összesen 102 cikket publikáltak a legenda halálhíre kapcsán. Ez azonnali, országos szintű reakciót és kiemelt szerkesztőségi prioritást jelez.
- **A hír feldolgozást az országos hírportálok dominálták** (34 cikk), ami megfelel a breaking news helyzetek tipikus mintázatának. A megyei portálok is aktívak voltak (28 cikk), de inkább követő szerepben maradtak.
A Blikk és a BorsOnline (11–11 cikk), kiemelkedő aktivitást mutatott, míg az MW hálózat összesen 25 cikkel járult hozzá a téma lefedettséghez.
- **A magyar hírversenyben a HVG volt az első** (15:00), amit percekben belül követett több nagy elérésű portál (Blikk, Index, BorsOnline).
A publikációs csúcs a 15:00–17:00 közötti időszámban koncentrálódt (különösen 15–16 óra között: összesen 36 cikk). A legtöbb médium az első órában még visszafogottabb aktivitást mutatott, majd rövid késéssel skálázta fel a tartalomgyártást.
- A hírfeldolgozást egyértelműen a **bulvár tematika dominálta** (72 cikk), ami azt mutatja, hogy a történetet elsősorban érzelmi és közérdeklődésre építő narratívában tálták.
Másodlagos szerepet kapott a film és sorozat tematika (22 cikk), amely inkább az életmű kontextusba helyezését szolgálta.
- **A cikkek többsége rövid, gyorsan előállítható formátumban jelent meg** (1000–5000 karakter).
Néhány szerkesztőség (Telex, Infostart, Index) szélesebb terjedelmi szórást mutatott, hosszabb, elemzőbb anyagokkal, ami differenciáltabb szerkesztőségi megközelítést jelez.
- Az **összkép inkább a pozitív érzelmi töltet felé tolódott**, ami egy ismert közszereplő halálhírének feldolgozásánál tipikus (életmű hangsúlyozása, tisztelgő hangnem).

Hazai hírhelyzet – 3 napos hírhelyzet (03.20-22)

- **A vizsgált időszakban összesen 127 cikk jelent meg, ennek döntő többsége március 20-ára koncentrálódott (103 cikk).**

A következő napokban gyors és jelentős visszaesés látható (22 cikk március 21-én, majd 2 cikk március 22-én), ami rövid életciklusú, klasszikus breaking news lefutást jelez. A téma gyorsan kifutott.

- A feldolgozást az **országos hírportálok vezették (45 cikk)**, amit a **megyei portálok követtek (38 cikk)**, míg a **bulvár oldalak kisebb, de még mindig jelentős arányban voltak jelen (24 cikk)**.

A gazdasági és szűkebb, szakosodott médiumok marginális szerepet játszottak, ami azt mutatja, **hogy a téma elsősorban általános hír- és közérdeklődési keretben jelent meg.**

- Minden **médium esetében március 20. volt a csúcspont**, vagyis a hír megjelenésének napja.

Az érdeklődés erősen eseményvezérelt volt, a publikációs aktivitás nem húzódott el. A gyors kifutás arra utal, hogy nem alakult ki másodlagos narratíva (pl. portré, életpálya), amely fenntartotta volna a témát a médiában.

- **A legaktívabb szereplők közé tartozott a Blikk és a BorsOnline**, valamint az MW vármegyei médiumok. Második vonalban az Origo és a 24.hu is erős jelenlétet mutatott.

- **A feldolgozást egyértelműen a bulvár tematika dominálta (83 cikk)**, ami a történet érzelmi és személyes aspektusaira helyezte a hangsúlyt. **Ezt követte a film és sorozat kategória (24 cikk)**, amely inkább az életmű kontextusba helyezését szolgálta.

- A cikkek többsége rövidebb, gyors publikálásra alkalmas formátumban készült. Ugyanakkor **néhány szerkesztőség (pl. Telex) hosszabb, akár 10 ezer karakter feletti anyagokat is közölt**. A legnagyobb terjedelmi szórás az Infostart, Blikk, Index és Magyar Nemzet esetében volt megfigyelhető, ahol rövid és hosszabb formátumok párhuzamosan jelentek meg.

- **Az összkép inkább pozitív, illetve semleges, tisztelettudó hangvételt mutatott, amely az életműre és a megemlékezésre fókuszált**. Ezzel szemben néhány médium (Index, Telex, Infostart) inkább a tragédia aspektusát hangsúlyozta, ami erősebb negatív érzelmi töltetet eredményezett.

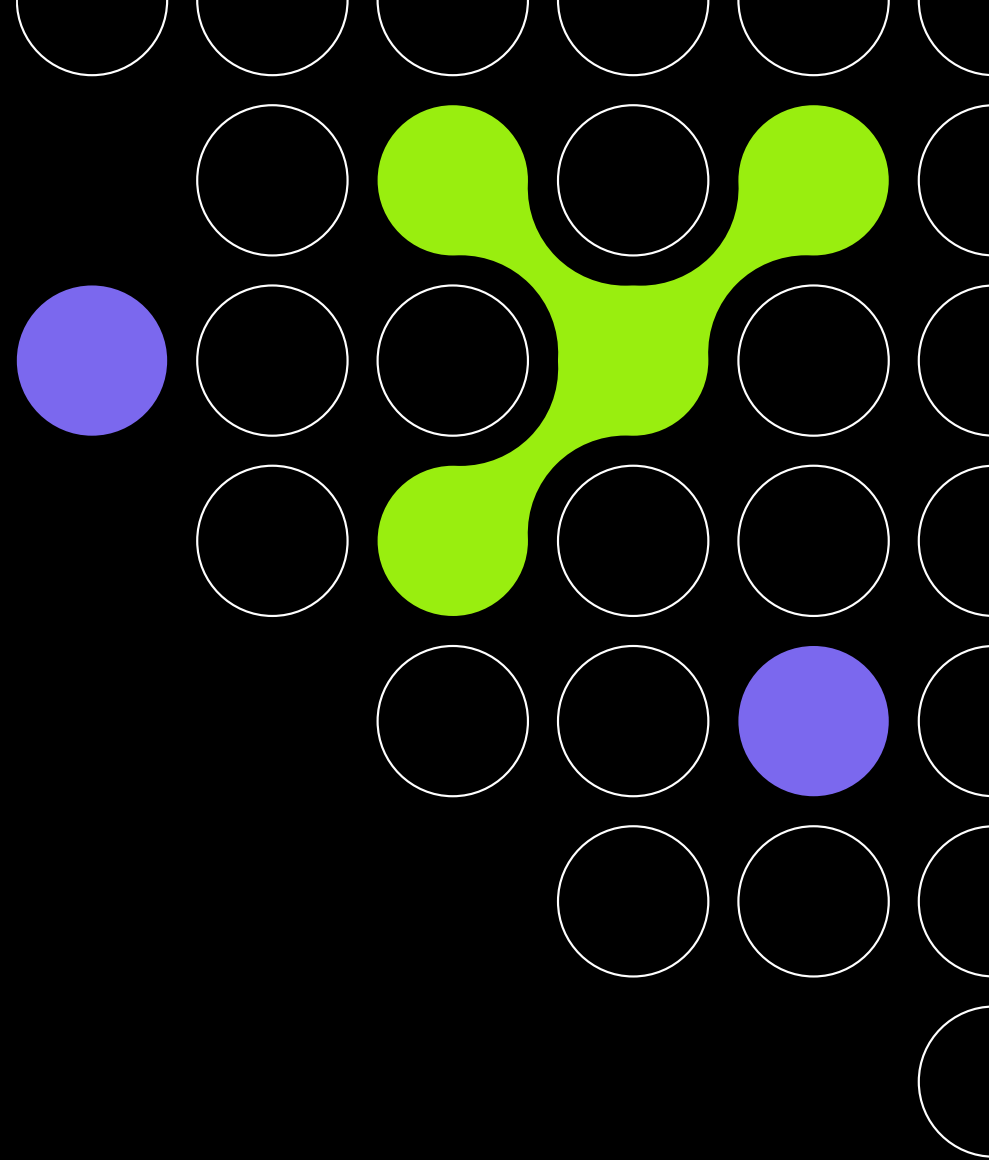
Nemzetközi kitekintés és fő tanulságok

- A cikkek időbeli eloszlása alapján jól kirajzolódik, hogy a vizsgált téma iránti érdeklődés nemzetközi szinten is március 20-án volt erősebb, amikor 294 cikk jelent meg a különböző médiumokban (az összes témában megjelent cikkek 80%-a).
- Chuck Norris halála nemzetközi érdeklődést váltott ki, több mint 10 országban is foglalkoztak vele.
- Az első aki beszámolt a hírről a TMZ amerikai celeb- és szórakoztatóipari hírportál volt, aki magyar idő szerint 14:57-kor számolt be Chuck Norris haláláról. Az első hazai médiumok erre cikkekre hivatkozva számoltak be a hírről.
- **A cikk megjelenések száma alapján Chuck Norris halálhíre mind a hazai, mind a nemzetközi médiában intenzív, ám rövid lefolyású médiaciklust eredményezett: az első napi kiugró aktivitást gyors és jelentős visszaesés követte.** Mivel a család nem közölt részleteket a halál pontos körülményeiről, a téma nem tudott tartósan napirenden maradni, és hamar lecsengett.
- **A magyar médiumok közül többen gyorsan reagáltak** a TMZ cikke után, és a gyász hír mellett Chuck Norris pályafutását is részletesen bemutató anyagokat közöltek, ami arra utal, hogy már felkészültek a témára, miután hírek érkeztek Chuck Norris kórházba kerüléséről valószínűsíthető, hogy már előre megírták a pályafutását bemutató cikkeket, amelyek így gyorsan publikálni.



#1

Online médiaelemzés
Március 20-22.



Részletek



Forrás: MIND adatok



Vizsgált időszak: 2025. március 20. – március 22.



Főbb kérdések

- Hogyan reagáltak a magyar médiumok Chuck Norris halálára, hogyan jelent meg a médiában
- Vizsgált médiumok: Több mint 50 hazai médium
 - **Országos hírportál:** Index, Telex, Origo, 24.hu, 444.hu, Blikk, Infostart, Pestisrációk
 - **Bulvár oldal:** BorsOnline, Ripost, NLC, Femina, Metropol
 - **Szeriőz portál:** Magyar Nemzet, Mandiner, HírtV, Népszava, Promotions.hu
 - **Gazdasági portál:** Forbes, economx.hu, Pénzcentrum, VG, HVG, Portfólió
 - **Megyei hírportál:** Borsodihír, Vármegyei oldalak, Pécsistop, Szegeder, Kaposvár Most, Vehír

Cikkek időbeli eloszlása

A vizsgált időszakban és médiumokban **összesen 127 cikk jelent meg Chuck Norris halálával kapcsolatban.**

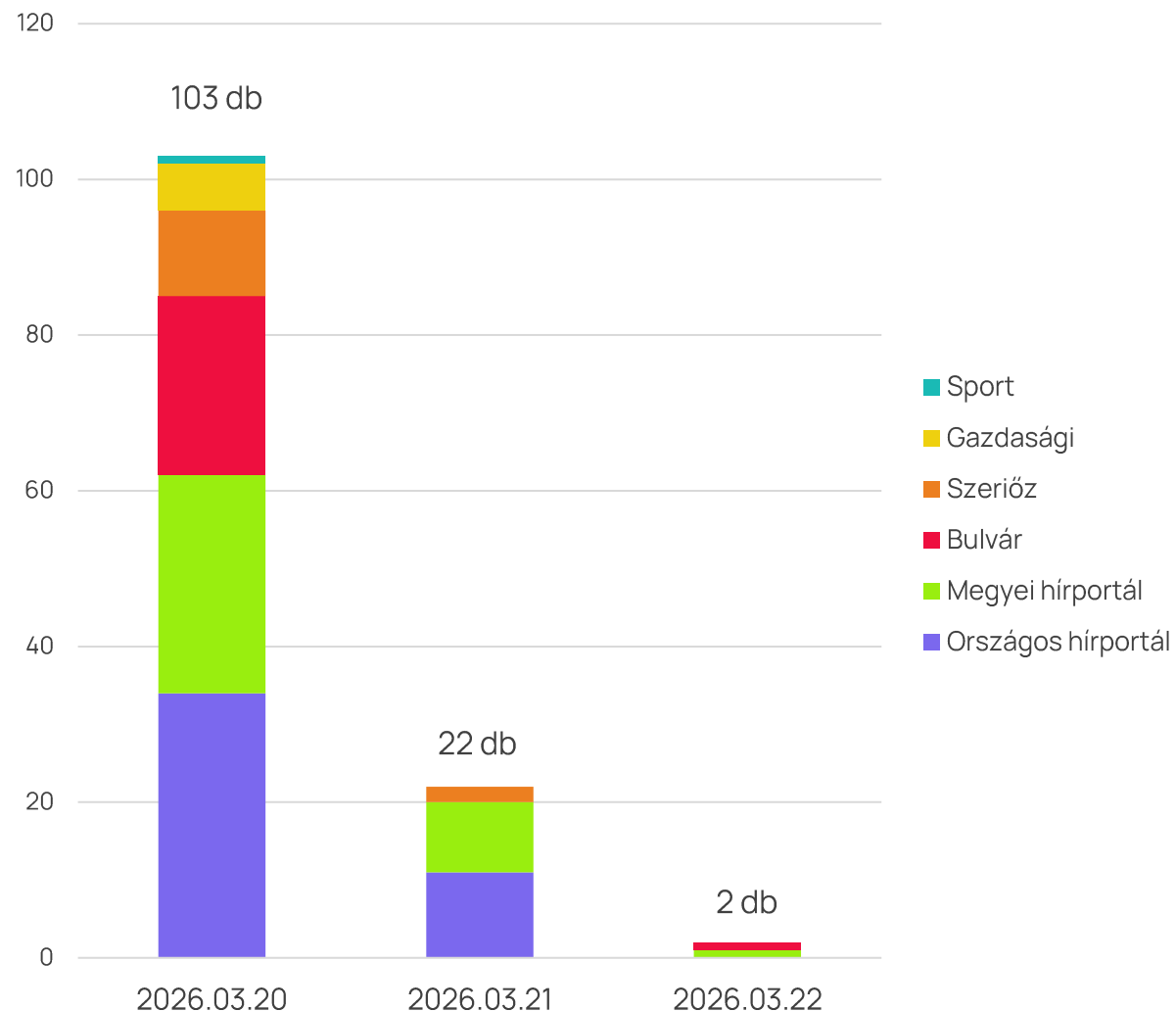
A cikkek időbeli eloszlása jól mutatja, hogy **az érdeklődés március 20-án volt a legerősebb** – ezen a napon 103 cikk jelent meg, ami az összes publikáció 81%-át jelenti.

Ezt követően a megjelenések száma gyorsan mérséklődött a megjelenések száma: március 21-én 22, majd vasárnap már csak 2 db cikk jelent meg.

A téma az első nap után hamar kihűlt, a halálhírt követő napon szignifikánsan kevesebb cikk született.

A médiumok típusát tekintve az első két napon az **országos hírportálok és a megyei hírportálok domináltak**, míg a bulvár oldalak aktivitása elsősorban az első napra koncentrált.

Cikkek időbeli eloszlása médium típusonként

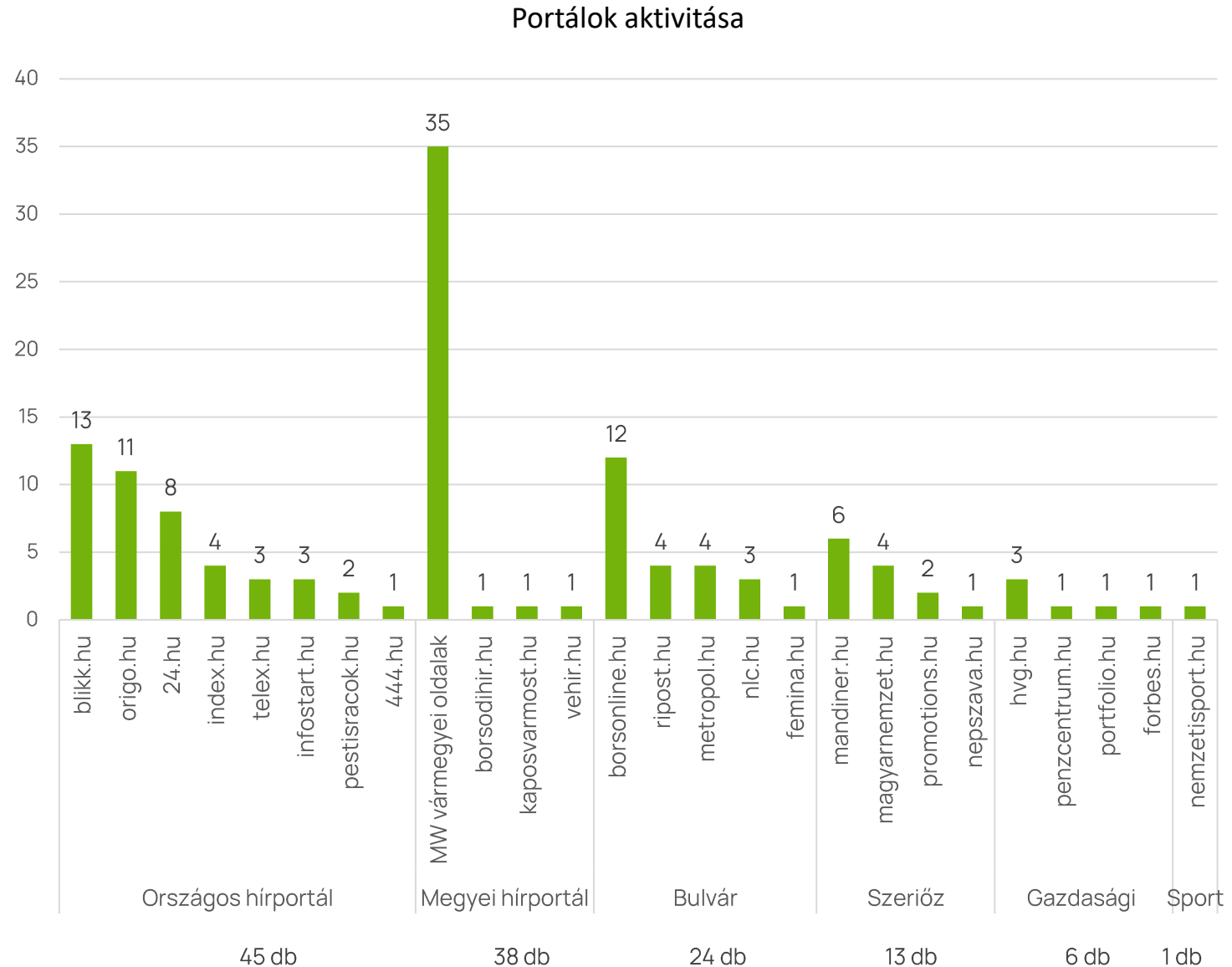


Megjelent cikkek mennyisége

A portálok aktivitását vizsgálva jól látható, hogy a téma feldolgozásában az **országos hírportálok** megjelenő cikkek domináltak, **összesen 45 cikkel**.

Ezt követően a **megyei hírportálok mindössze 38**, míg a **bulvár médiumok 24 cikkel** járultak hozzá a téma közvetítéséhez.

A szeriőz és a gazdasági hírportálok összességében kevésbé voltak aktívak a témában. Chuck Norris haláláról a Nemzeti Sport is beszámolt.



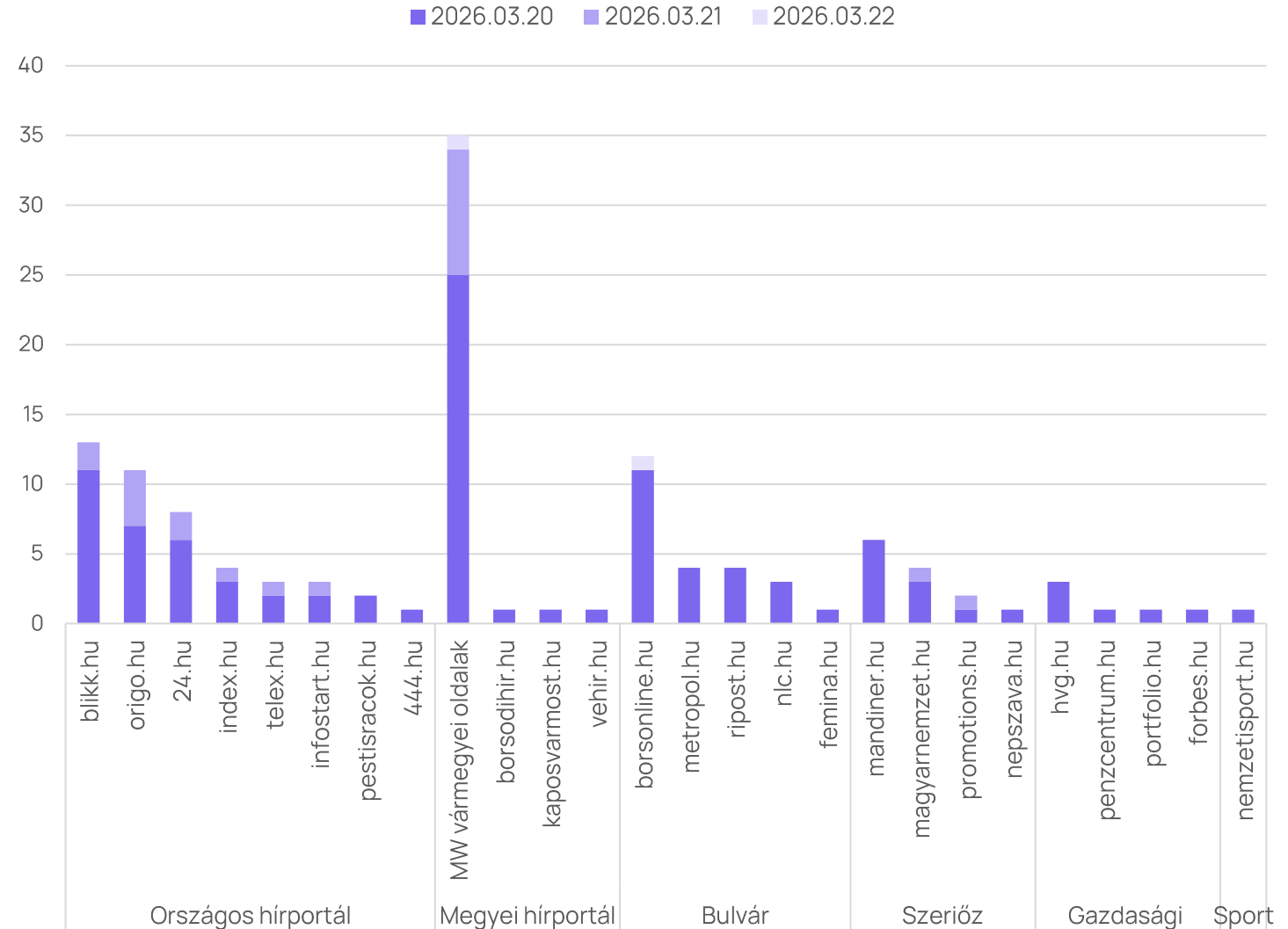
Cikkek időbeli eloszlása

A vizsgált időszakban minden médium esetében a **március 20-a, a hír megjelenésének napja** mutatkozott a **leghangsúlyosabbnak**, ezen a napon jelent meg a legtöbb cikk az egyes portálokon.

A **legaktívabb** médiumok közé tartozott a **Blikk és a BorsOnline, valamint a MW vármegyei oldalak**. Ezt követően az **Origo** és az **24.hu** oldalak is az aktívabb portálok közé tartoznak.

A szerióz oldalak közül a Mandiner és a Magyar Nemzet, míg a gazdasági oldalak közül a HVG foglalkozott a témával részletesebben.

Cikkek időbeli eloszlása médiumonként

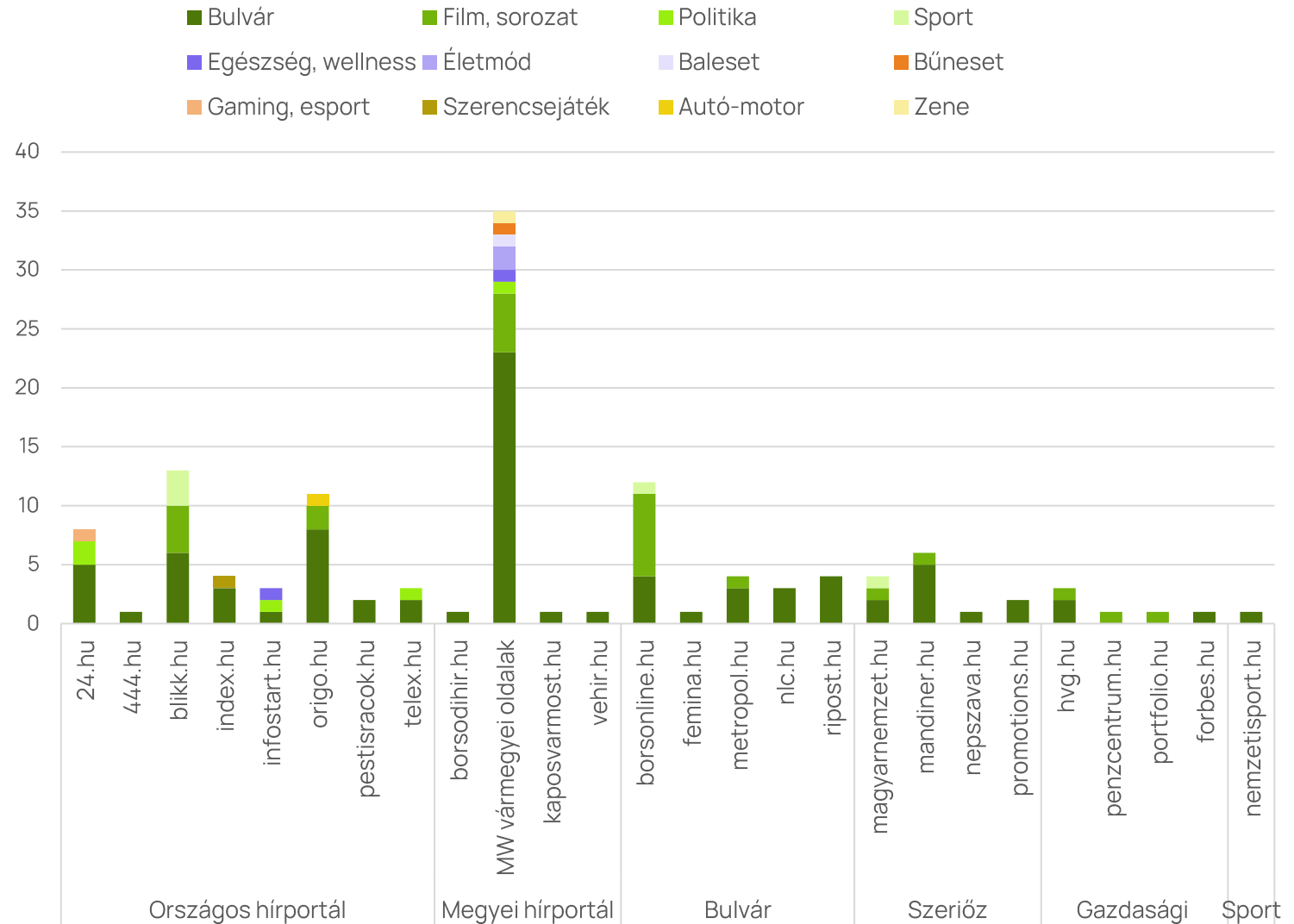


Tematikák megoszlása

A tematikus besorolásokat a **bulvár** kategória dominálta, összesen **83 cikk** jelent meg a vizsgált médiumokon ebben a kategóriában.

Ezt követte a **film, sorozat** tematikus kategória, melyben 24 db cikk jelent meg. A „film, sorozat” tematika akkor jelent meg, amikor a cikk a halálhír mellett a színészi pályafutását is részletesebben bemutatta a cikk.

Tematikák eloszlása

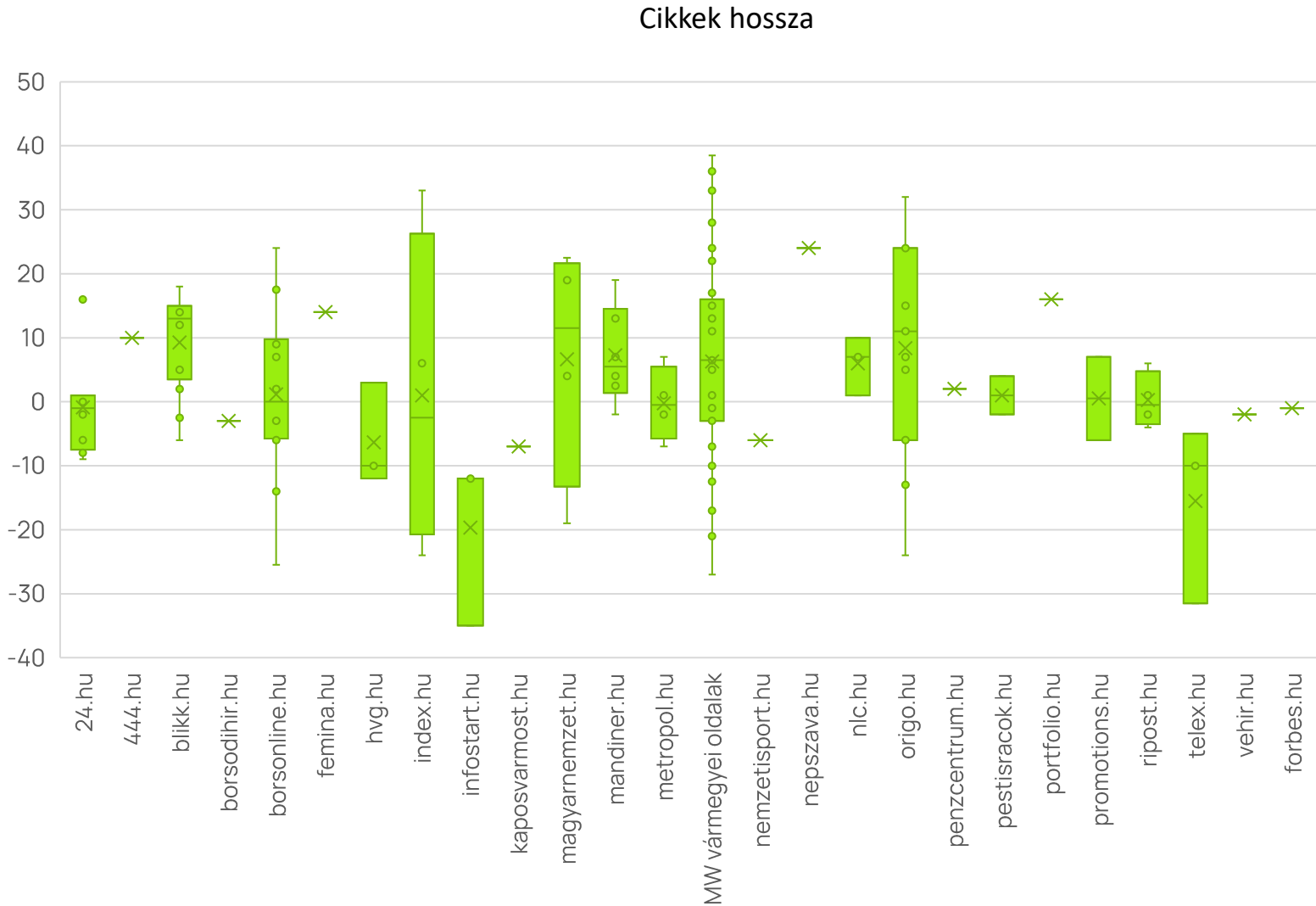


Cikkek hossza

A legtöbb portál esetében a cikkek terjedelme jellemzően **néhány ezer karakter** körül mozgott, de több helyen előfordultak kiugróan hosszú írások is.

A Telex írta a leghosszabb cikket a témában több mint 10 ezer karakterrel.

A **legszélesebb szórást** az Infostart, Blikk Index, a Magyar Nemzet mutatta, ahol nemcsak rövid, hanem **hosszabb 5000 karakter feletti** cikkek is megjelentek.

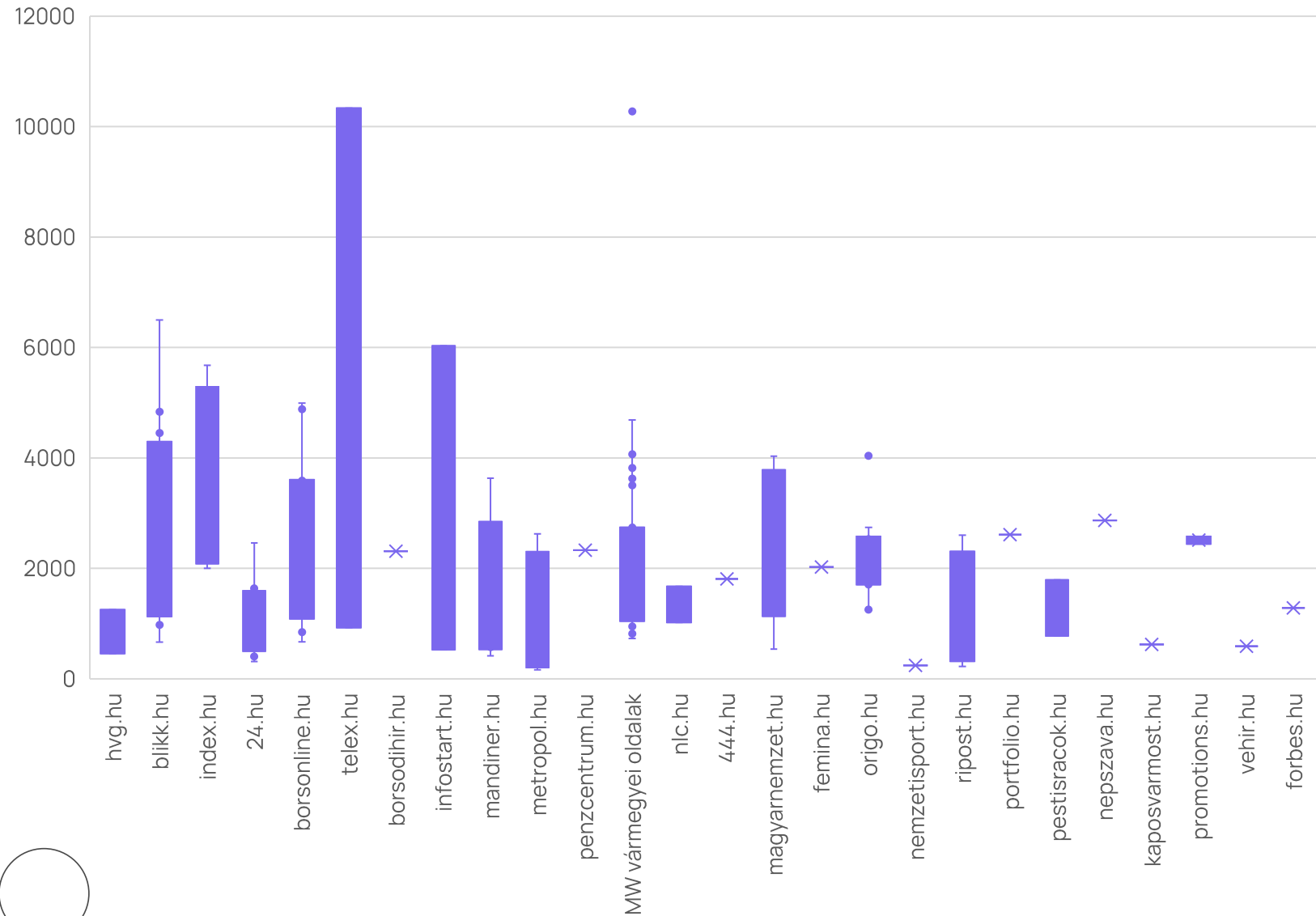


Cikkek érzelmi töltete

A cikkek szövegének érzelmi töltete összességében inkább **pozitív** irányba tolódott el. A témát inkább semleges, tisztelettudó, hangvételen dolgozták fel, tényszerűen megemlékezve a munkásságáról.

Negatív érzelmi töltettel jellemezhető cikkek inkább az Index, Telex, Infostart oldalakon jelentek meg, ahol többnyire a szomorú tragédiát hangsúlyozták ki a cikkekben.

Cikkek szövegének érzelmi töltete



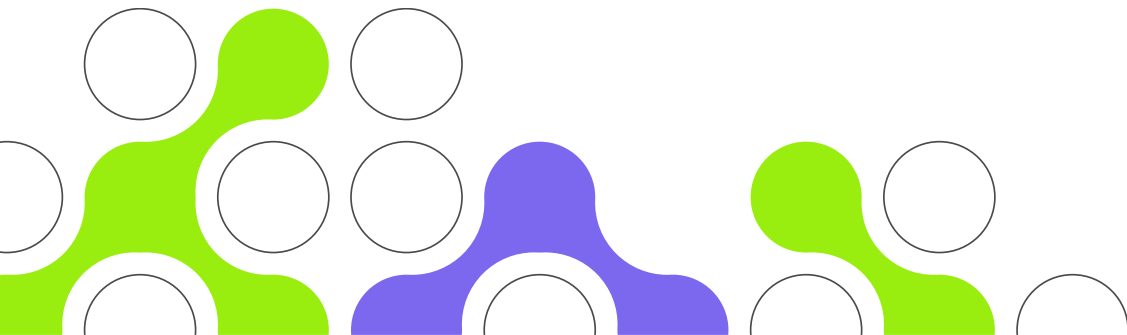
Cikkek Facebook megjelenése

Az online médiában a témában megjelent cikkek 37%-a (47 db) került fel Facebookra.

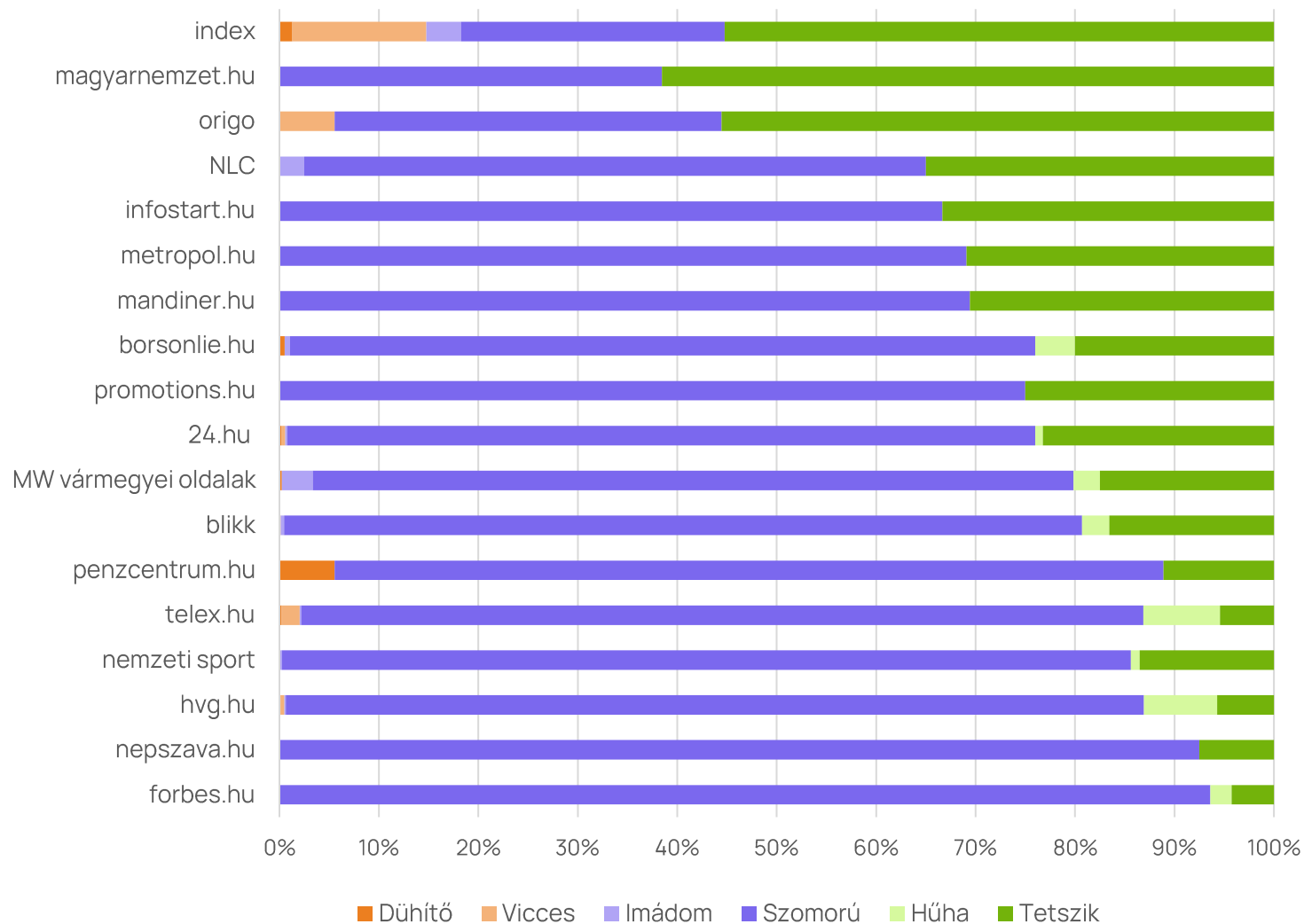
A Facebook-posztok reakciói között a legjellemzőbbek a „**Szomorú**” és a „**Tetszik**” voltak.

A „**Tetszik**” reakciók aránya leginkább az **Origo**, **MNO** és az **Index** bejegyzésein jelent meg, melyek **bulvár, közéleti** kontextusban közelítették meg a témát.

A Facebook posztok elenyésző aránya kapott más pl. „**Húha**”, vagy „**Imádom**”, „**Dühítő**” reakciót.



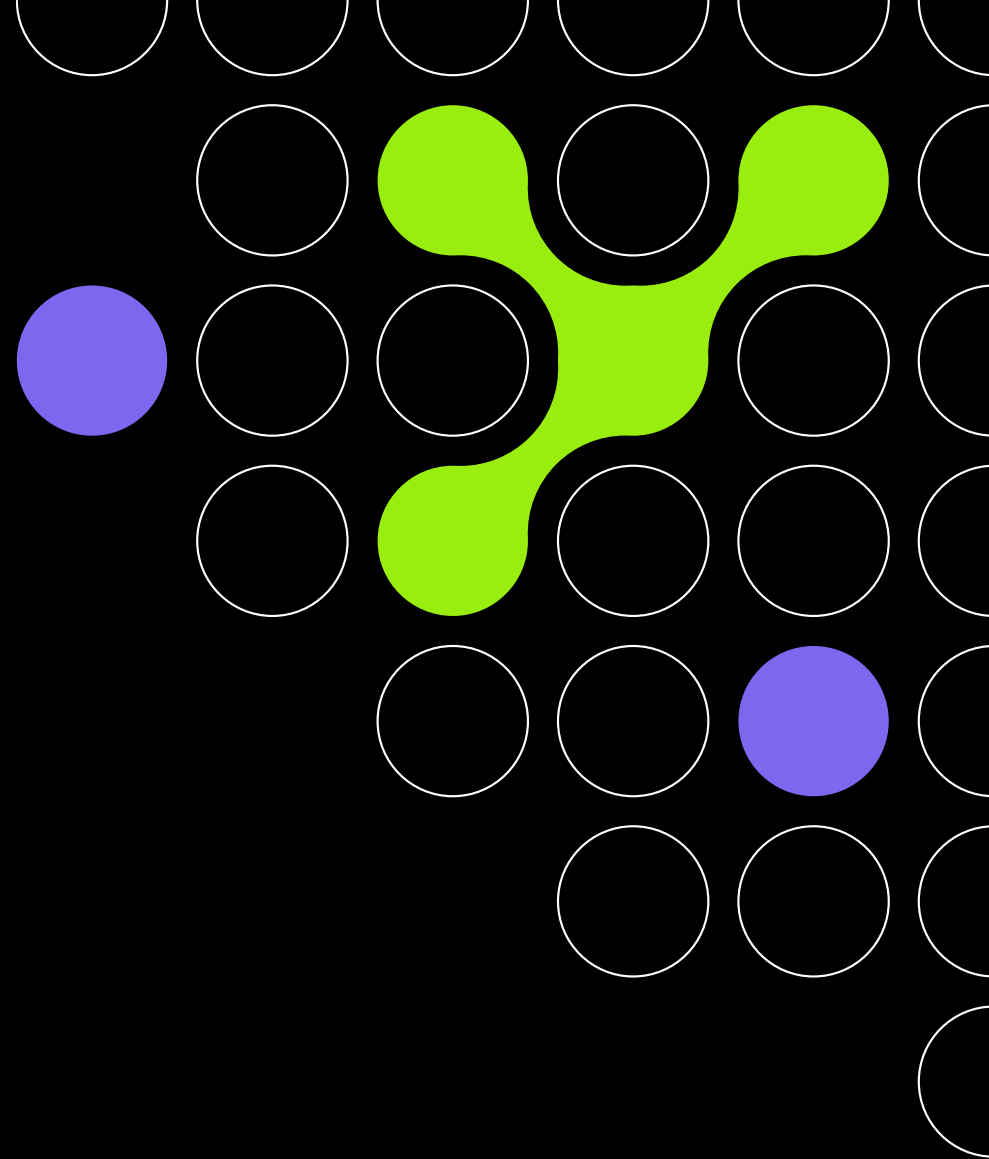
Bejegyzésekre adott reakciók megoszlása





#2

Március 20-a
részletes elemzés



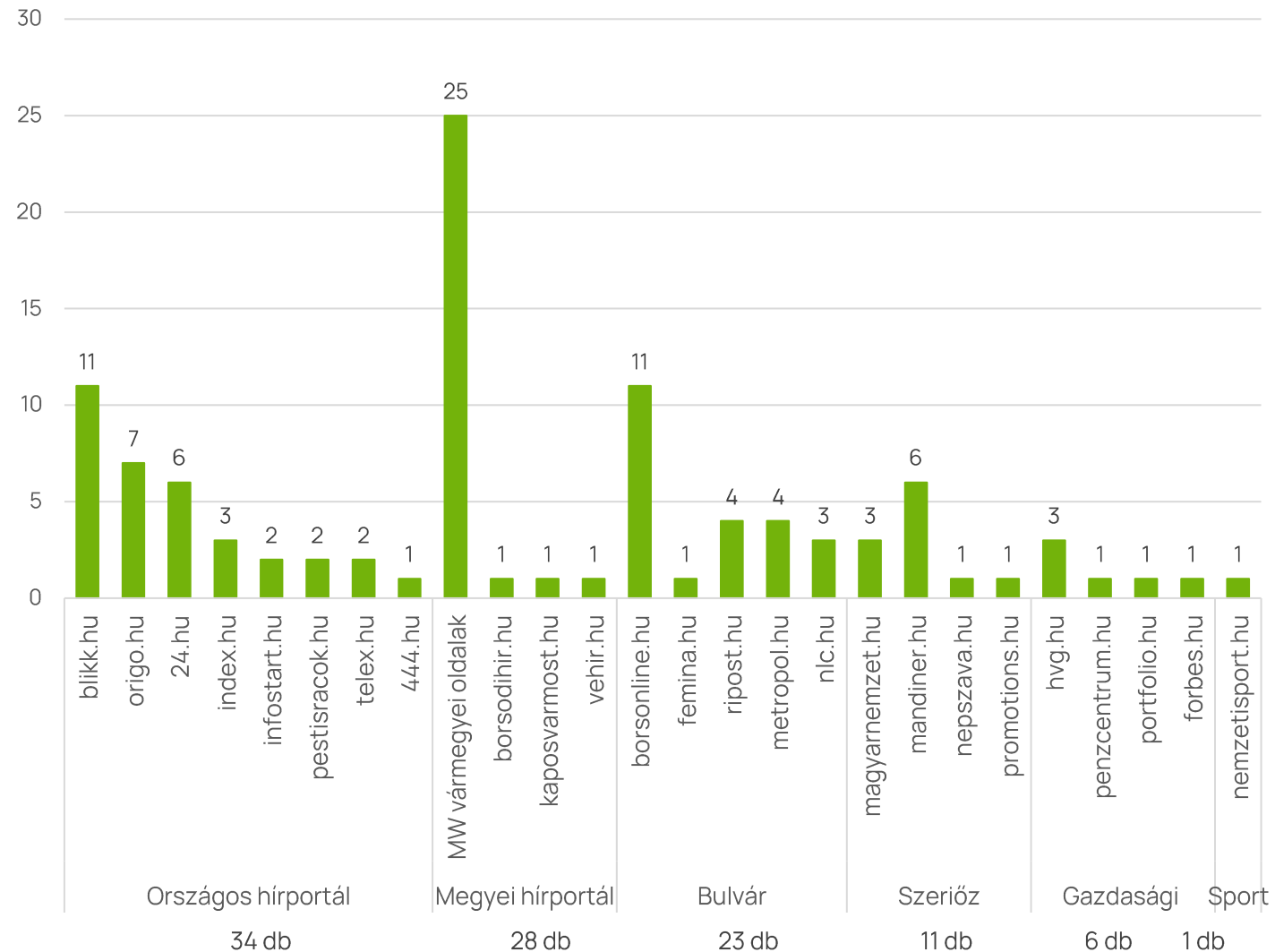
Megjelent cikkek mennyisége

Március 20-án jelent meg a legtöbb cikk, amikor a haláleset történt, összesen **103 cikk volt a vizsgált médiumokon aznap.**

A portálok aktivitását vizsgálva jól látszik, hogy a téma feldolgozásában az **országos hírportálok megjelenő cikkek domináltak**, összesen **34** tartalommal, míg a **megyei portálok szintén aktivitást mutattak 28 cikkel.** A vizsgált médiumok közül a **legaktívabbak a blikk.hu és borsonline.hu volt 11-11 cikkel.** Az MW vármegyei oldalakon összesen **25 cikk jelent meg március 20-án.**

A témában a Nemzeti Sport is hozott le cikket.

Portálok aktivitása



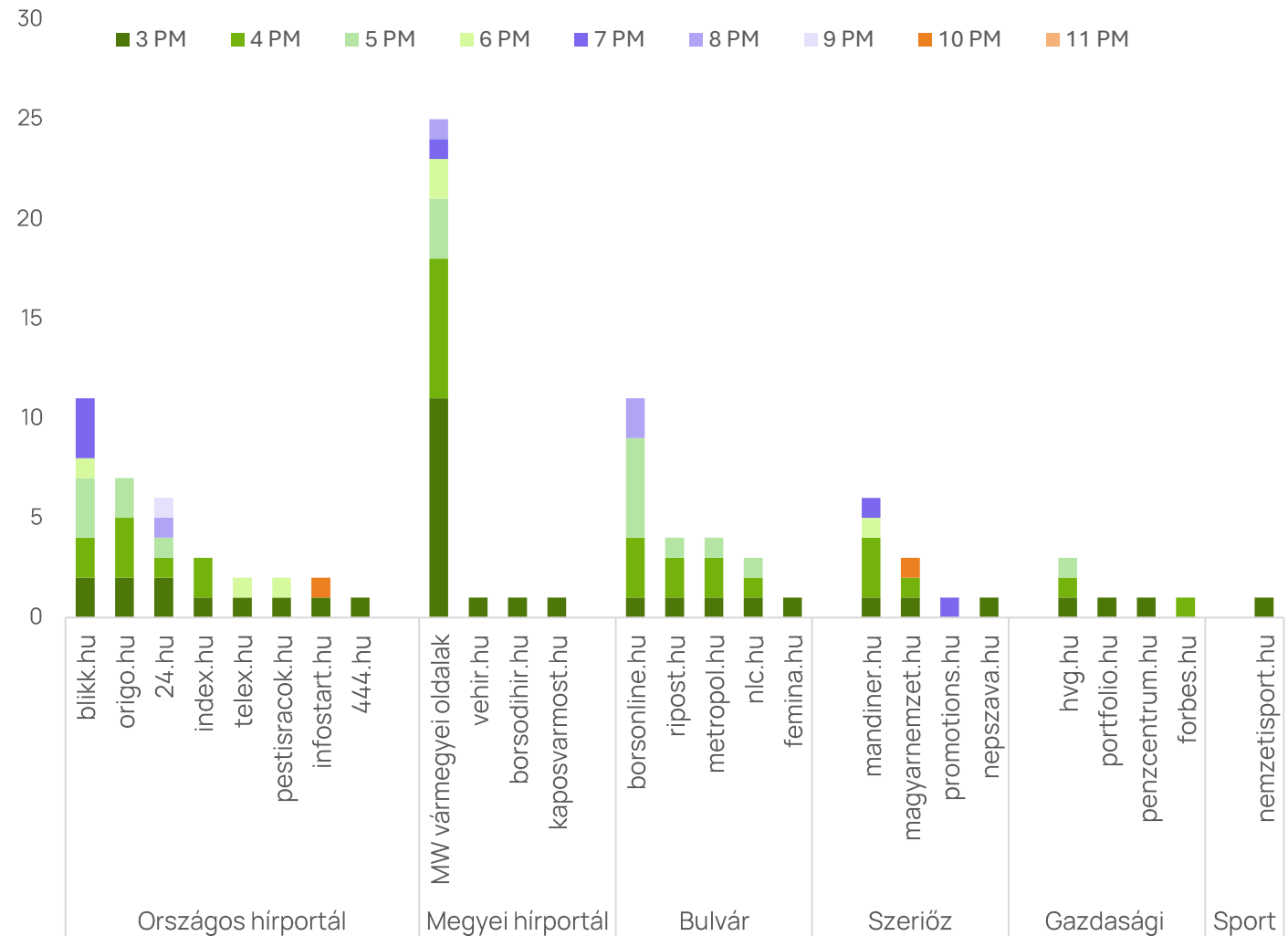
Cikkek időbeli eloszlása

Chuck Norris haláláról **elsőként a HVG adott hírt március 20-án 15:00 -kor**. Ezt követően a Blikk (15:02-kor), Index és a BorsOnline (15:05-kor) számolt be a történésről. Összesen 12 médium számolt be 15:00 és 15:10 között.

A vizsgált időszakban minden médium esetében a **3-4 óra közötti időszak** mutatkozott a **leghangsúlyosabbnak**, 3 illetve 4 óra után jelent meg a legtöbb cikk a témában március 20-án. (3-4 óra között 36 db cikk, 4-5 óra között 28 db cikk).

Az MW vármegyei oldalakon 3-4 óra között 11 cikk jelent meg, a Blikk, 24.hu és Origo oldalakon 2-2 cikk jelent meg a hírhelyzet első órájában, a többi oldalon egy cikk jelent meg az első órában.

Cikkek időbeli eloszlása médiumonként

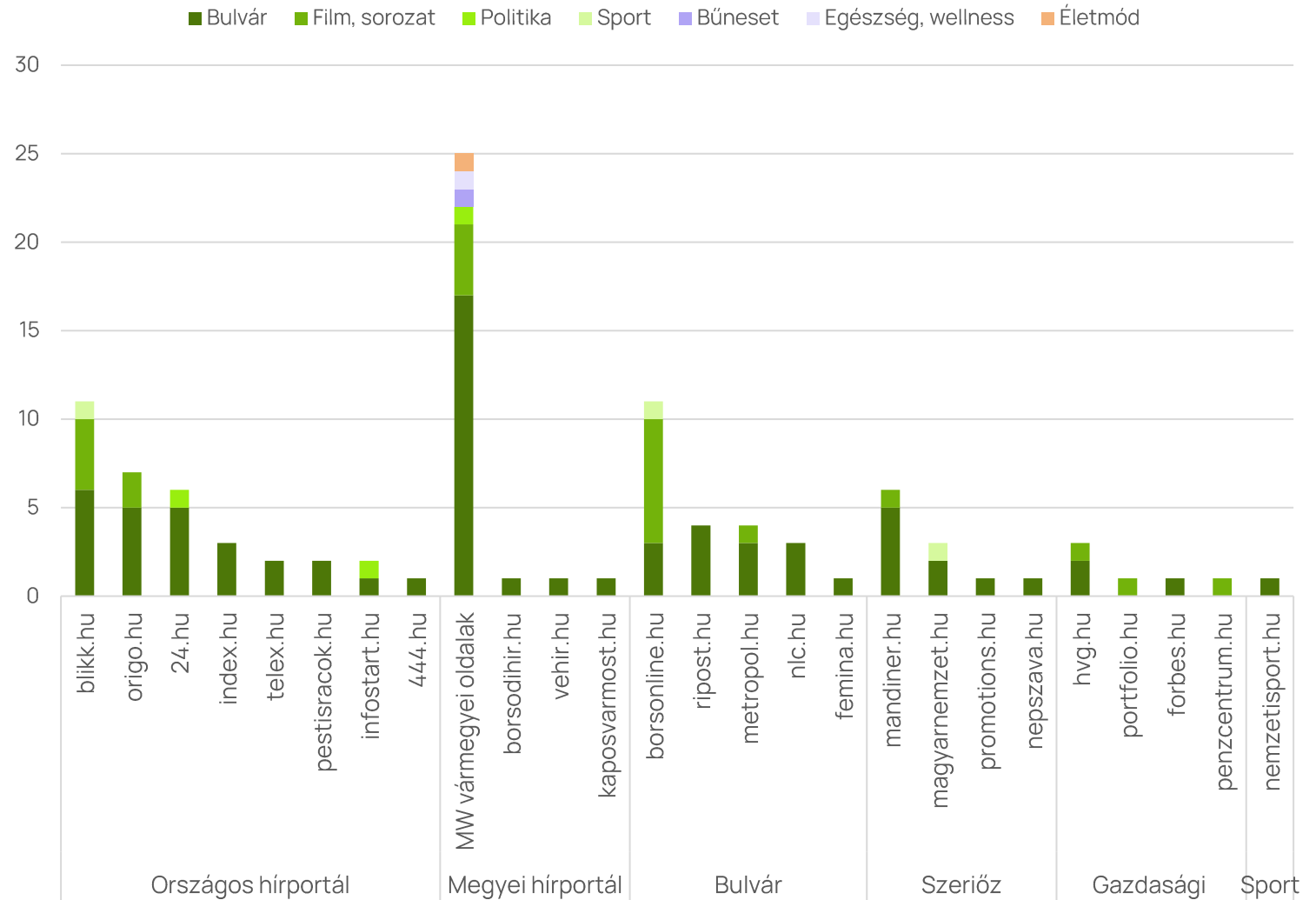


Tematikák megoszlása

A tematikus besorolásokat a **Bulvár** kategória dominálta, összesen **72 cikk** jelent meg a vizsgált médiumokon ebben a kategóriában.

Ezt követte a **Film, sorozat** tematikus kategória, melyben 22 cikk jelent meg március 20-án a hír első napján.

Tematikák eloszlása



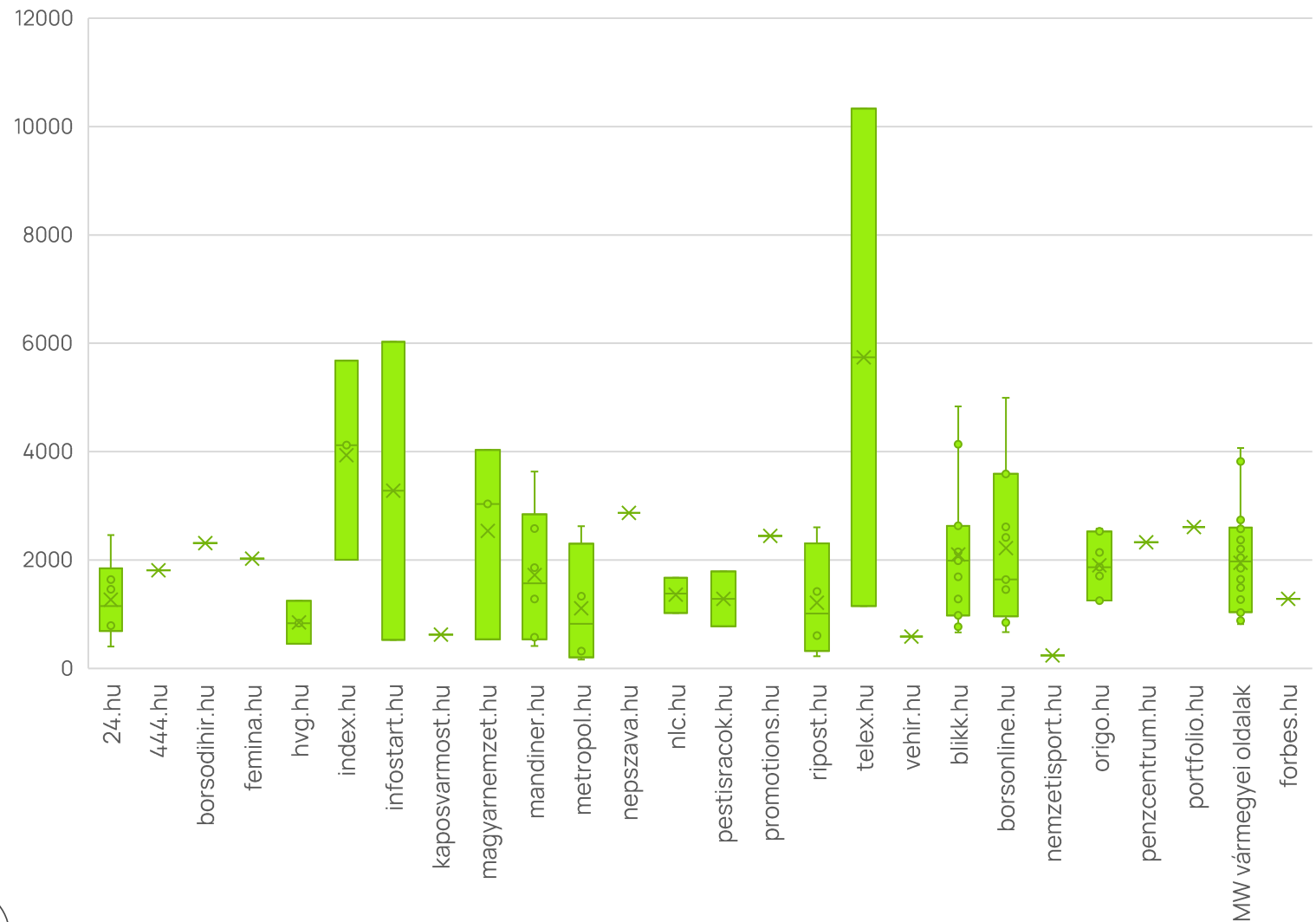
Cikkek hossza

A legtöbb portál esetében a cikkek terjedelme jellemzően **alacsonyabb, néhány ezer karakter** körül mozgott, de több helyen előfordultak kiugróan hosszú írások is.

A **legszélesebb szórást** az **Telex**, a **Infostart** és a **Index** mutatta, ahol nemcsak rövid, hanem **hosszabb** cikkek is megjelentek, 5000 karaktert meghaladó terjedelemmel.

A legtöbb cikk 1000-5000 karakterrel jelent meg.

Cikkek hossza

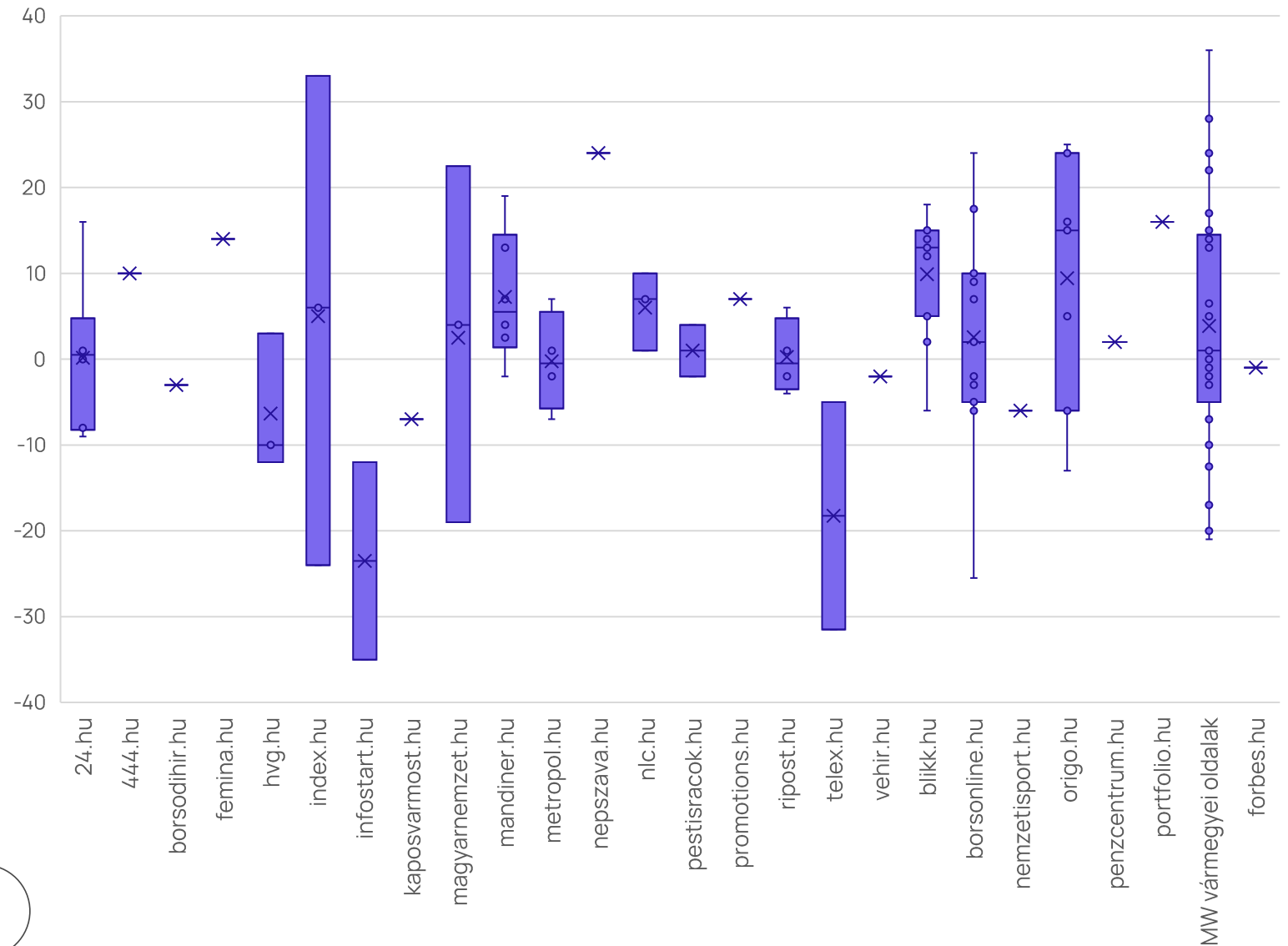


Cikkek érzelmi töltete

A cikkek szövegének érzelmi töltete összességében inkább **pozitív** irányba tolódott el.

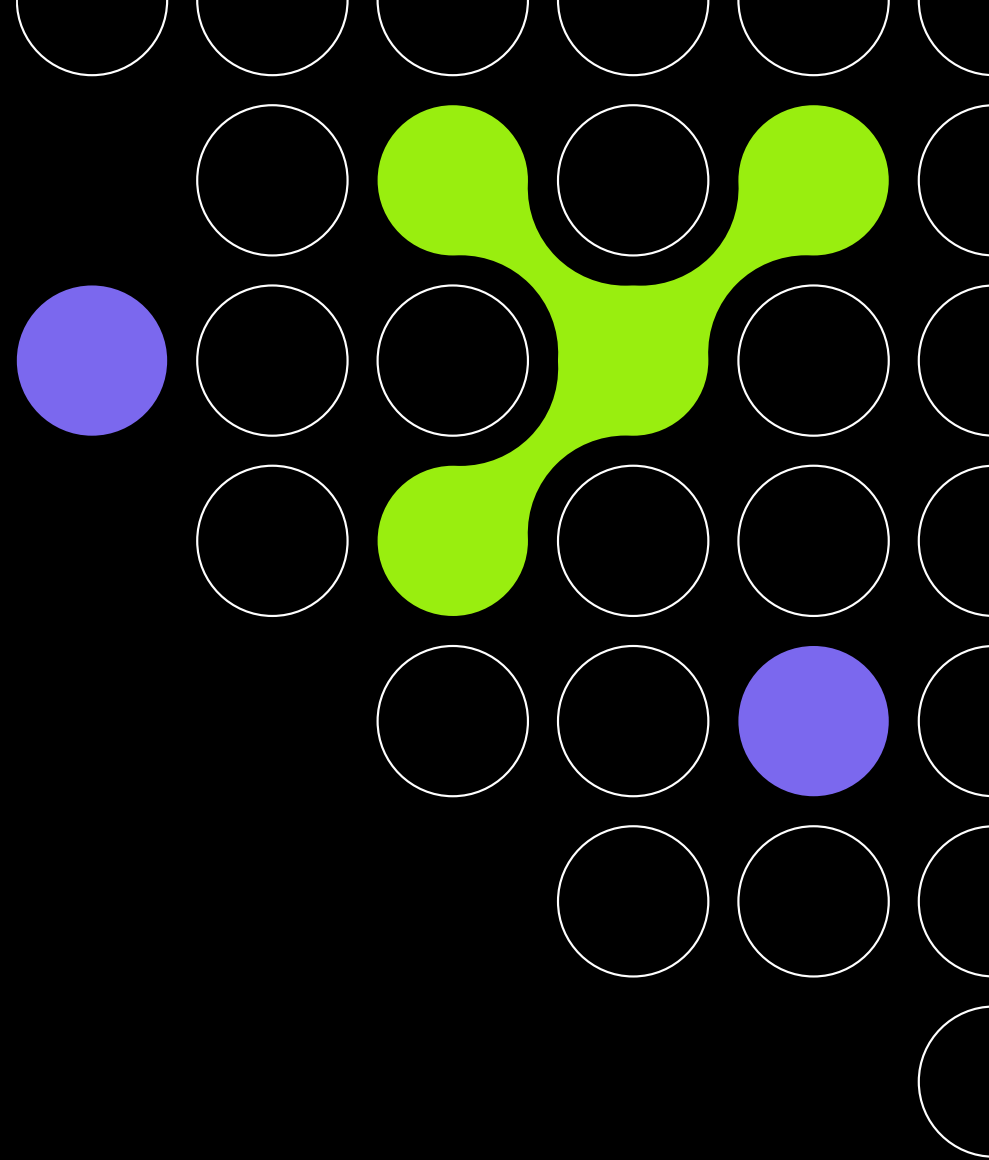
Kiemelkedően **pozitív** érzelmi töltettel jellemezhetők például a **Feol, Index és Baon** írásai, továbbá az Origo és a MNO is többnyire pozitív töltetű cikkeket hozott le a témában az első napon.

Cikkek szövegének érzelmi töltete



#3

Nemzetközi kitekintés



Részletek



Forrás: News Pulse adatok



Vizsgált időszak: 2025. március 20. – március 22.



Főbb kérdések

- Hogyan reagáltak a nemzetközi médiumok Chuck Norris halálára, hogyan jelent meg a médiában
- Vizsgált médiumok: Több mint 400 promines médium világszerte



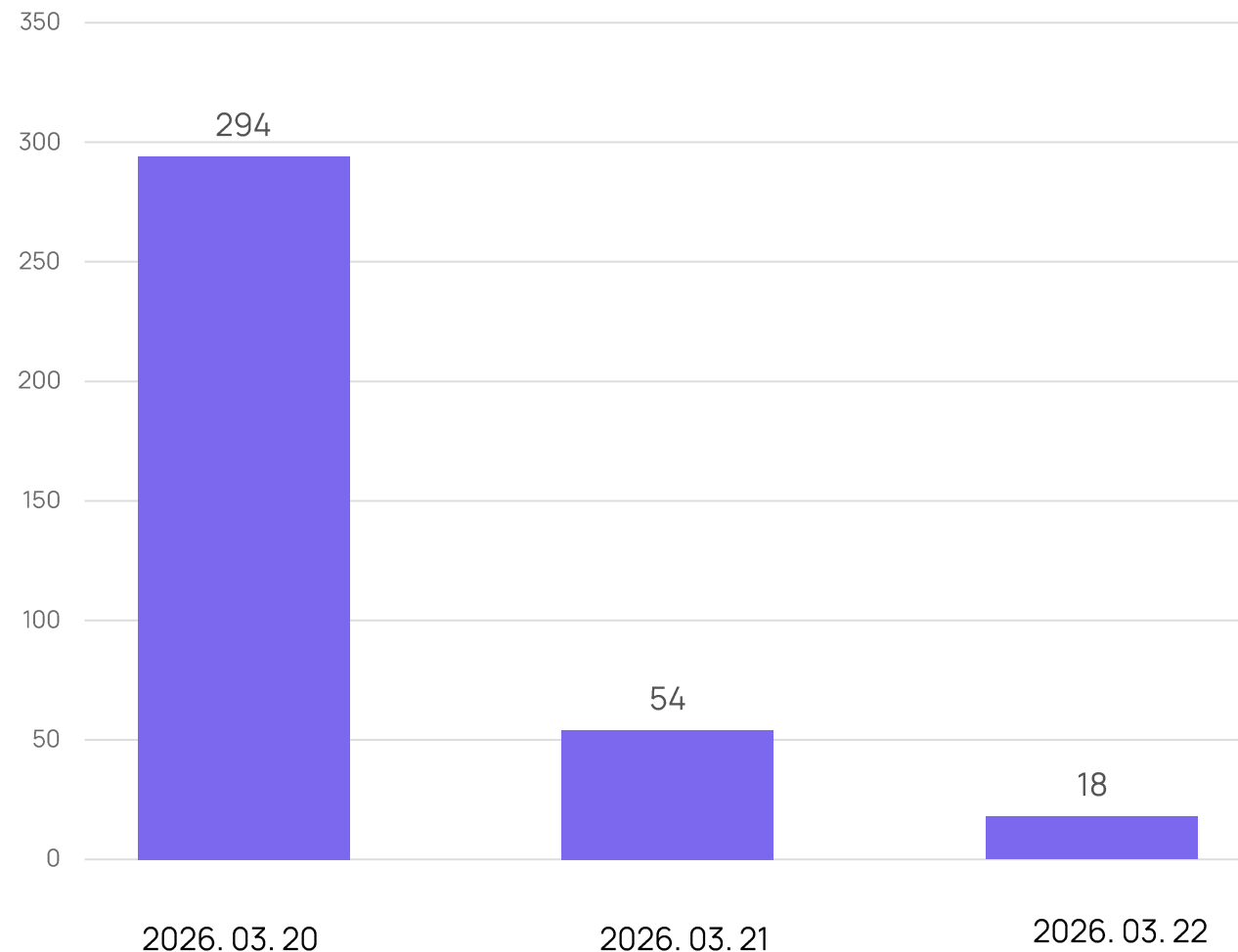
Megjelent cikkek mennyisége

A cikkek időbeli eloszlása alapján jól kirajzolódik, hogy a vizsgált téma iránti érdeklődés nemzetközi szinten is március 20-án volt erősebb, amikor **294 cikk jelent meg** a különböző médiumokban (az összes témában megjelent cikkek 80%-a).

Ezt követően a téma iránti érdeklődés a nemzetközi sajtóban is **mérséklődött: március 21-én már csak 54 cikk** született, majd **március 22-én már csak 18 db cikk**.

Az első aki beszámolt a hírről a TMZ amerikai celeb- és szórakoztatóipari hírportál volt, aki magyar idő szerint 14:57-kor számolt be Chuck Norris haláláról.

Cikkek időbeli eloszlása



Megjelent cikkek mennyisége

Chuck Norris halála nemzetközi érdeklődést váltott ki, több mint 10 országban is foglalkoztak vele.

A legnagyobb cikkszámot közlő médiumok között van horvát (24sata), egyesült királyságbeli (Daily Mail, Independent, The Mirror), német (Bild), egyesült államokbeli (US Magazin), cseh (Blesk) és argentin (Infobae) és brazil (Folha de São Paulo) médiumok.

Nemzetközi portálok aktivitása



Adataalapú megoldások a jövő üzleti sikereieért

A Tendency Online Zrt. több mint 15 éves tapasztalattal rendelkező, dinamikusan fejlődő magyar vállalat, amely testreszabott adat- és technológiai megoldásokkal támogatja hazai és nemzetközi partnereit a digitalizációban. Munkánk középpontjában az üzleti igények mély megértése és az ezekre épülő, valódi értéket teremtő megoldások állnak.

End-to-end szolgáltatásaink lefedik a digitális fejlesztés teljes spektrumát: egyedi szoftver- és alkalmazásfejlesztést, UX/UI design, üzleti rendszerek kialakítását, valamint üzemeltetési és support szolgáltatásokat biztosítunk. Emellett piackutatási és technológiai tanácsadási tevékenységünk révén stratégiai támogatást is nyújtunk a döntéshozatalhoz.

Portfóliónkban kiemelt szerepet tölt be a 2020-ban létrejött Tendency Data divízió, amely az adatvezérelt digitális megoldások szakértője. Csatatunk az adat- és analitikai elemzés, üzleti stratégia, fejlesztés és felhasználói viselkedés vizsgálatának kombinálásával segíti partnereinket az adatvagyon feltárásában és hatékony hasznosításában. AI-alapú modellek, adatalapú stratégiák és komplex elemzések révén támogatjuk ügyfeleinket abban, hogy az adatokból mérhető üzleti előnyt és tartós versenyelőnyt építsenek.

Ha média riportunk felkeltette érdeklődését, és szívesen megismerné intelligens hírfigyelő- és elemzőplatformunkat, vagy további kérdése lenne adatvezérelt megoldásainkról, kérjük, vegye fel velünk a kapcsolatot.

 hellodata@tendency.hu

 data.tendency.hu



Lépj velünk a digitális jövőbe!

Nálunk a közös munka az ajánlatadás helyett egy beszélgetéssel kezdődik. A digitalizációnak köszönhetően pedig határtalanok a lehetőségek.

Beszélgessünk

