

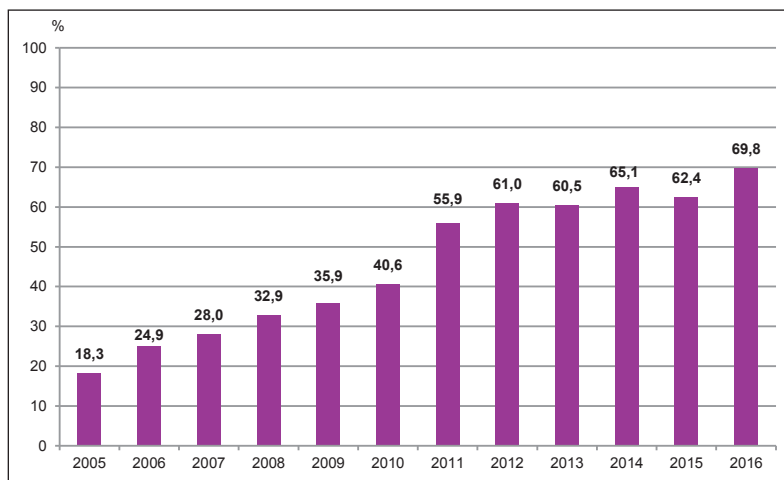
D.5.3. Online híreket, napilapokat, folyóiratokat olvasók aránya a 16–74 éves népességben belül

A modern, XXI. századi körülmények között a gazdaság több szektorában is átalakulóban vannak a fogyasztói szokások. Az infokommunikáció térnyerésével előtérbe kerültek olyan közlési formák, amelyek korábban nem voltak használatosak. Ilyen megújult közlési formaként tekinthetünk a digitális média megjelenésére, azon belül is a digitális hír-megosztó portálokra, szerkesztőségekre.

A 2010-es évtized közepére eljutottunk oda, hogy az állampolgárok túlnyomórészt a digitális médiumokból tájékoznak a napi történésekről, megelőzve ezzel például a nyomtatott sajtót. A digitális közlési formák megjelenése óta az utóbbi példányszáma, olvasottsága folyamatosan esik. Ez abból is adódik, hogy több szempontból is lépcsőhátrányban van az online sajtóhoz képest. A nyomtatott sajtó nem tudja felvenni a versenyt az online portálokkal például a hírek valós idejű közvetítésében.

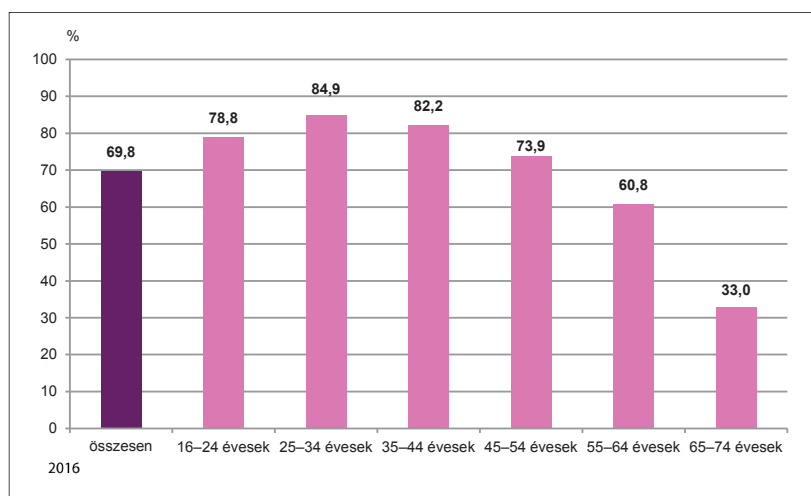
A piaci trendeket ezáltal a nyomtatott sajtótermékek helyett már az internetes portálok diktálják, az online sajtó irányvonalai nagyobb hatással vannak a nyomtatott sajtót érintő tendenciákra, mint fordítva. A portálok innovatív és interaktív tartalomszolgáltatásuk révén (például a videóriportok beágyazása) már inkább a televíziókkal versengenek, semmint a nyomtatott sajtóval. A legnagyobb olvasottságú hírportálok már bizonyos televíziós hírcsatornák népszerűségével versenyeznek.

A kormányzati képesség jelen indikátornál abban áll, hogy a digitalizáció elősegítése és támogatása révén miképp tud hozzájárulni a vélemények online formában történő szabad áramlásához. A KSH kutatásai alapján az online



Forrás: KSH, IKT

média térnyerésében egyértelmű tendencia rajzolható fel. 2015-ben a 16–24 évesek 77,2%-a, a 25–34 évesek 77,0%-a, a 35–44 évesek 75,1%-a, a 45–54 évesek 69,5%-a, az 55–64 évesek 47,7%-a, míg a 65–74 évesek 24,0%-a tájékozódott rendszeresen az online hírekből és napilapokból. 2016-ban a 2015-ös adatokhoz képest szinte minden korosztályban jelentős arányemelkedést figyelhetünk meg. A 16–24 évesek 78,8%-a, a 25–34 évesek 84,9%-a, a 35–44 évesek 82,2%-a, a 45–54 évesek 73,9%-a, az 55–64 évesek 60,8%-a, a 65–74 évesek 33,0%-a olvasott rendszeresen online sajtót. Míg 2015-ben összességében a népesség 62,4%-a, addig 2016-ban már a 69,8%-a tájékozódott az online sajtóból. Ez azt jelenti, hogy az emberek többsége inkább online, mint nyomtatott sajtót olvas, vagyis elsődlegesen az online elérhető termékekből szerzik meg a szükséges információkat. Az adatok alapján megfigyelhető, hogy habár az idősebb generációk online aktivitása is folyamatosan növekszik, többségében a fiatalok tájékoznak az internetről, amely arány további növekedésével lehet számolni. Mindebből az következik, hogy a politikai információk legbiztosabb célba juttatása a választópolgárok irányába a jövőben is minden bizonnyal az online hírközlés lesz.



Forrás: KSH, IKT

2016-ban tovább nőtt az online forrásból tájékozódók aránya, ezen belül a 16–44 évesek informálódnak leginkább az internetről, azonban az előző évhez képest az 55–74 évesek körében történt a legnagyobb növekedés.