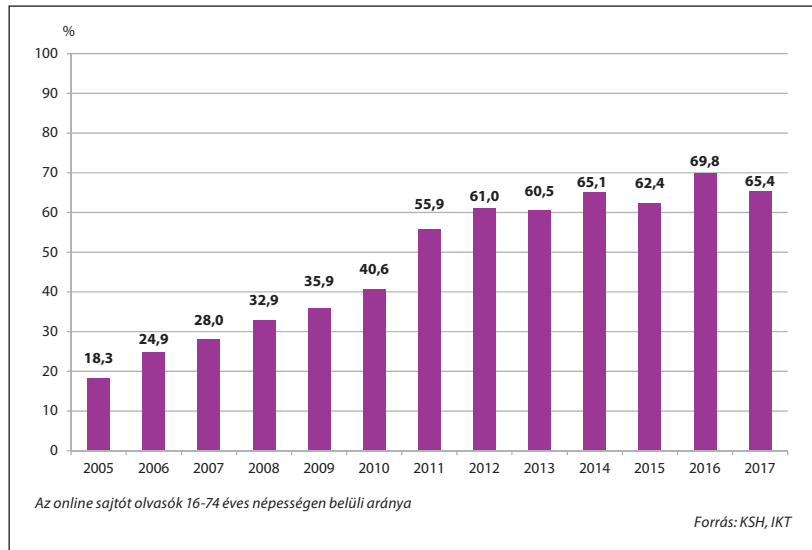
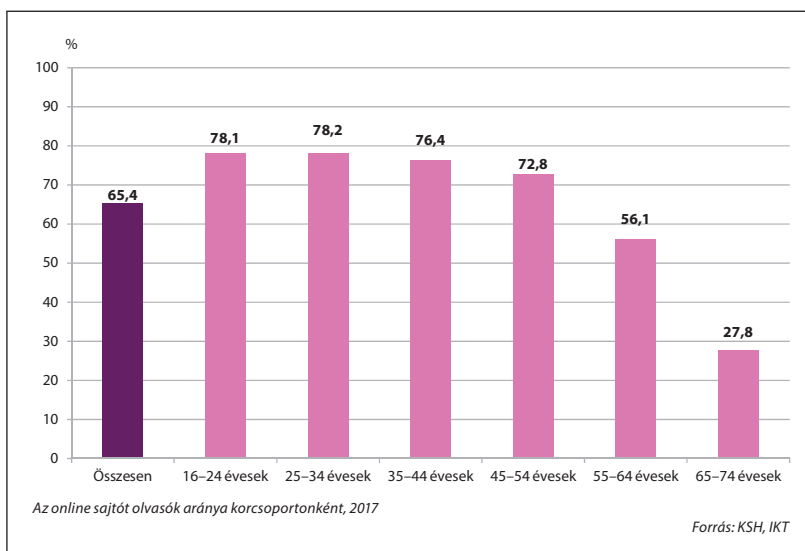


### D.5.3. Online híreket, napilapokat, folyóiratokat olvasók aránya a 16–74 éves népességben belül

A modern, 21. századi körülmények között a gazdaság több szektorában is átalakulóban vannak a fogyasztói szokások. Az infokommunikáció térnyerésével előtérbe kerültek korábban nem használatos közlési formák. Ilyen megújult közlési formaként tekinthetünk a digitális média megjelenésére, azon belül is a digitális hírmegosztó portálokra, szerkesztőségekre. A 2010-es évek közepére eljutottunk oda, hogy az állampolgárok túlnyomórészt a digitális médiumokból tájékozódnak 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 lépéshátrányban 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 média térnyerésében egyértelmű tendencia rajzolható fel. 2016-ban a 2015-ös adatokhoz képest szinte minden korosztályban jelentős emelkedést figyelhettünk 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. 2017-ben érdekes módon minden területen visszaesés figyelhető meg. A 16–24 évesek 78,1%-a, a 25–34 évesek 78,2%-a, a 35–44 évesek 76,4%-a, a 45–54 évesek 72,8%-a, az 55–64 évesek 56,1%-a, a 65–74 évesek 27,8%-a olvasott rendszeresen online sajtót. Míg 2016-ban összességében a népesség 69,8%-a tájékozódott az online sajtóból, 2017-ben ez az arány mindössze 65,4%. Ez azt jelenti, hogy 2017-ben nyhe csökkenés mellett az emberek továbbra is jelentős hányada olvas online sajtót, vagyis az online elérhető termékekből szerzik meg a szükséges információkat, ugyanakkor a csökkenésből arra lehet következtetni, hogy a hírekre kevésbé fogékonyak a vizsgált korosztályok képviselői. Az adatok alapján megfigyelhető, hogy bár az idősebb generációk online aktivitása is jelentős, többségében a fiatalok tájékozódnak 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, a jelenlegi visszaesés ellenére is.



**2017-ben csökkent az online forrásból tájékozódók aránya, de a hírfogyasztás és az információszerzés forrása a 16–44 évesek jelentős hányadánál továbbra is az internet.**

