



## A jövő a digitális kommunikációé

A konferencia pénteki záróblokkja a „Kommunikáció napja” címet viselte. A Csíkné dr. Kovács Klára, a Karrier és Stílus Tanácsadó cég ügyvezető igazgatója által moderált beszélgetést Gábos Zsuzsa, a Szonda Ipsos médiakutatói igazgatója a médiafogyasztási szokások és a digitalizáció hatásáról szóló előadása nyitotta meg. A szakember elmondta, az elmúlt években a tévénézők aránya kismértékben, a tévészésre fordított idő folyamatosan nőtt, a lapolvasók száma stagnált, némileg csökkent a rádióhallgatók száma, az internetezők aránya pedig dinamikusan növekedett. Az internethasználók 44 százaléka ma már mindennap leül a gép elé, az így folytatott vásárlások aránya 2002–2006 között megnégyszereződött.

A piaci verseny erősödése miatt egyre nagyobb a fragmentáció, speciális médiumok jelennek meg. De a fogyasztók is váltanak, a jövőben már nem médiumot, hanem tartalmat keresnek, egy-egy adott témával kapcsolatban szeretnének minél több információhoz jutni. A szerkesztőségek tartalomgyárákká válnak. A közönség kettéválik, a passzív médiafogyasztók mellett már ott vannak az on-demand, aktív médiafogyasztók, akik maguk is tartalmat gyártanak, szórakoztatnak vagy informálnak. A nyomtatott sajtó túlélését az újabb platformok nyitása, például az internettel való szinergiák biztosíthatják. ■



**Csíkné dr. Kovács Klára**  
 ügyvezető igazgató  
 Karrier és Stílus Tanácsadó



**Gábos Zsuzsa**  
 médiakutatói igazgató  
 Szonda Ipsos

### 🇬🇧 *Digital communication is the future*

*Mrs. Csík Dr. Klára Kovács, managing director of Karrier és Stílus Tanácsadó Kft., lead the discussion about the future of communication. Zsuzsa Gábos, media research director of Szonda Ipsos held a presentation about changes in media consumption habits and the effects of digitalisation. Consumers are no longer choosing a media, they are looking for content. Media is becoming increasingly fragmented and specialised. On-demand, active media consumers have appeared. ■*

