



NMHH Nemzeti Média- és
Hírközlési Hatóság

Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata

Internetes felmérés - 2019.



Tartalom



- Bevezetés
- Az internethasználók típusai
- Infokommunikációs eszközök
- Internethasználati szokások
- OTT-s tevékenységek, tartalmak
- Internethez, okostelefonhoz fűződő viszony
- Fogyasztói tudatosság





Bevezetés

A kutatás háttere, jelmagyarázat, az alapsokaság bemutatása (a 16+ éves internetezők demográfiai jellemzői)

A kutatás háttere

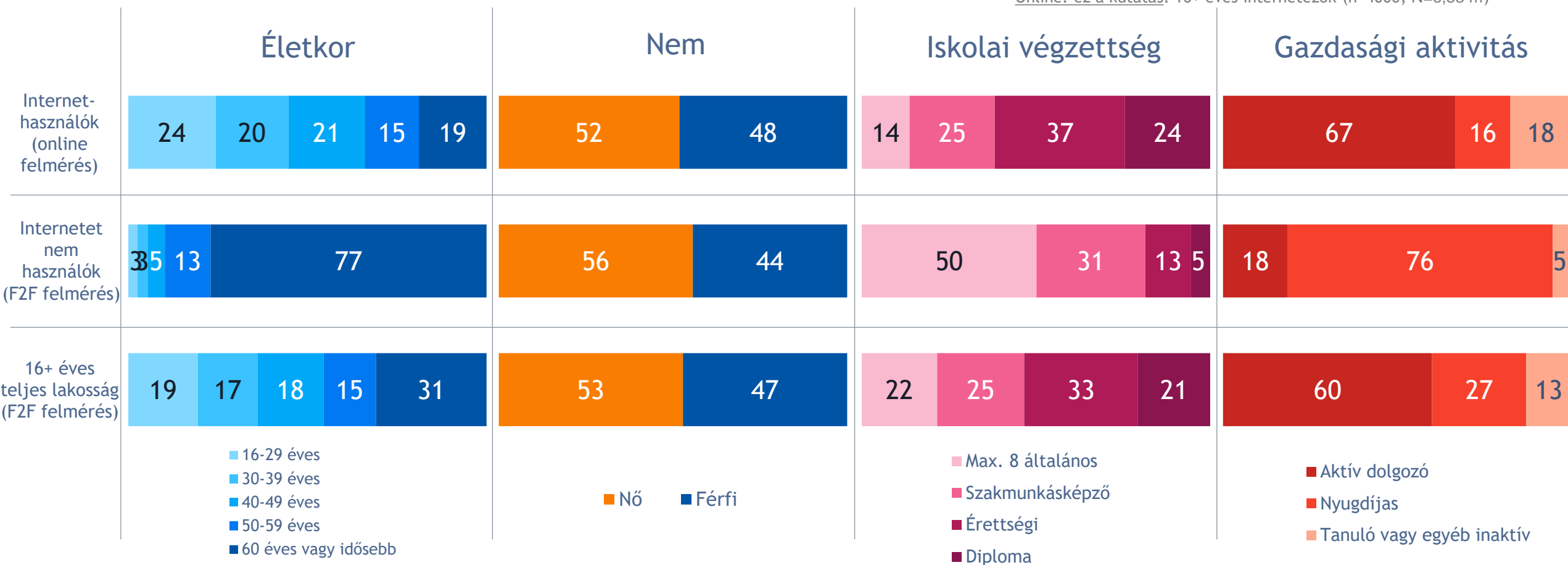
Megrendelő	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Kutatóhely	Ariosz Szolgáltató, Informatikai és Tanácsadó Kft.
Adatfelvétel ideje	2019.11.18-12.10.
Adatfelvétel módszere	online megkérdezés standard kérdőívvel (CAWI) az adatfelvételt végző cég: CAWI Services Kft.
Alapsokaság	16+ éves, Magyarországon élő, legalább hetente internetezők
Mintanagyság	4000 személy
Súlyozás	A háztartási kutatás adatai alapján: nem, korcsoport, iskolai végzettség, lakóhely és településtípus szerint; többszemponú iterációs faktorsúlyozás (RIM weighting)
Mintavétel statisztikai hibája	A teljes mintára vonatkozóan: legfeljebb $\pm 1,6\%$

Jelölések, rövidítések

n	mintabeli elemszám (fő)
N	becsült létszám az alapsokaságban (fő)
NT	nem tudja
16+	16 évesek és idősebbek
m	millió
vezetékes internet	az összes nem mobilinternet-elérési technológia
mobilinternet	szélessávú mobiltechnológiájú internetkapcsolat
 	csökkenés, növekedés

Internethasználók demográfiai jellemzői

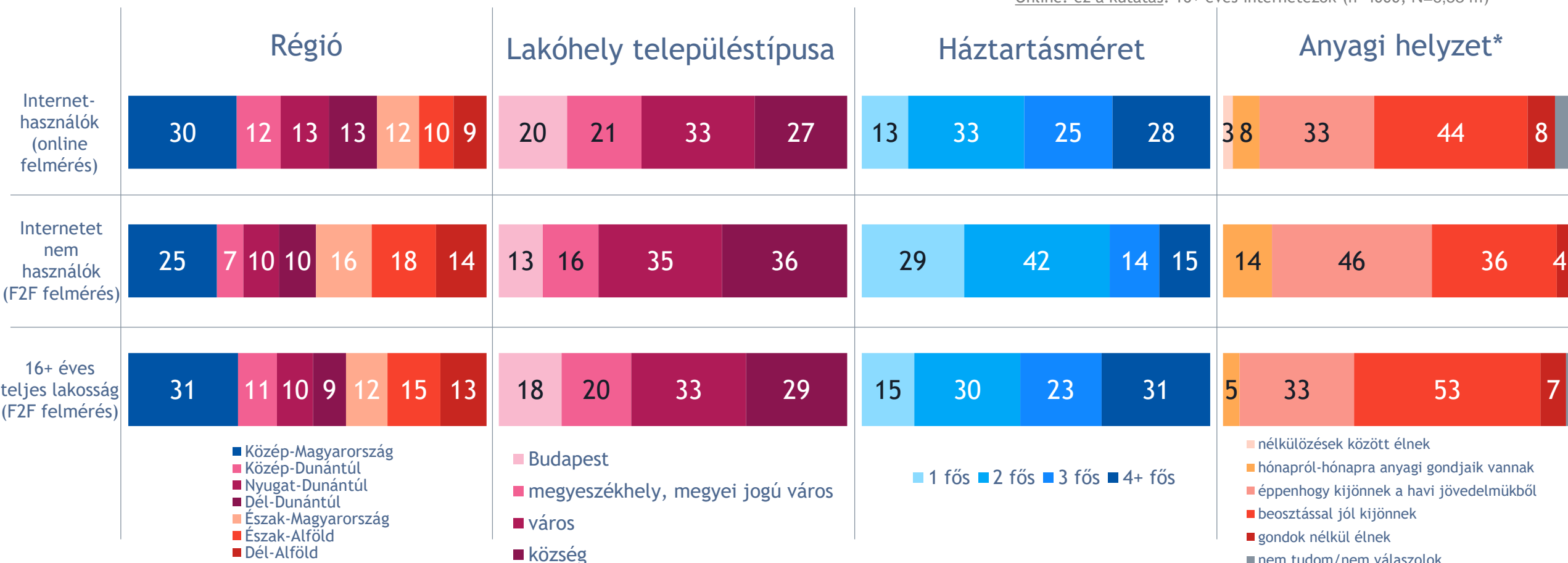
Bázis:
 F2F: NMHH-kutatás, Háztartási felmérés, 2019.: összes 16+ éves személy (n=3224, N=8,27 m); akik nem használnak internetet (n=981, N=1,6 m)
 Online: ez a kutatás: 16+ éves internetezők (n=4000, N=6,53 m)



Az internethasználók között a fiatalok és a középkorúak (30-49 évesek) találhatóak magasabb arányban. Nemek között nincs különbség. Az internethasználók magasabb iskolázottságúak. Az internetezők között a max. 8 általánossal rendelkezők aránya jóval alacsonyabb a teljes lakosághoz képest. Az internetezők között magasabb az aktívak és alacsonyabb anyugdíjasok aránya a teljes lakosághoz képest.

Internethasználók demográfiai jellemzői

Bázis:
 F2F: NMHH-kutatás, Háztartási felmérés, 2019.: összes 16+ éves személy (n=3224, N=8,27 m); akik nem használnak internetet (n=981, N=1,6 m)
 Online: ez a kutatás: 16+ éves internetezők (n=4000, N=6,53 m)



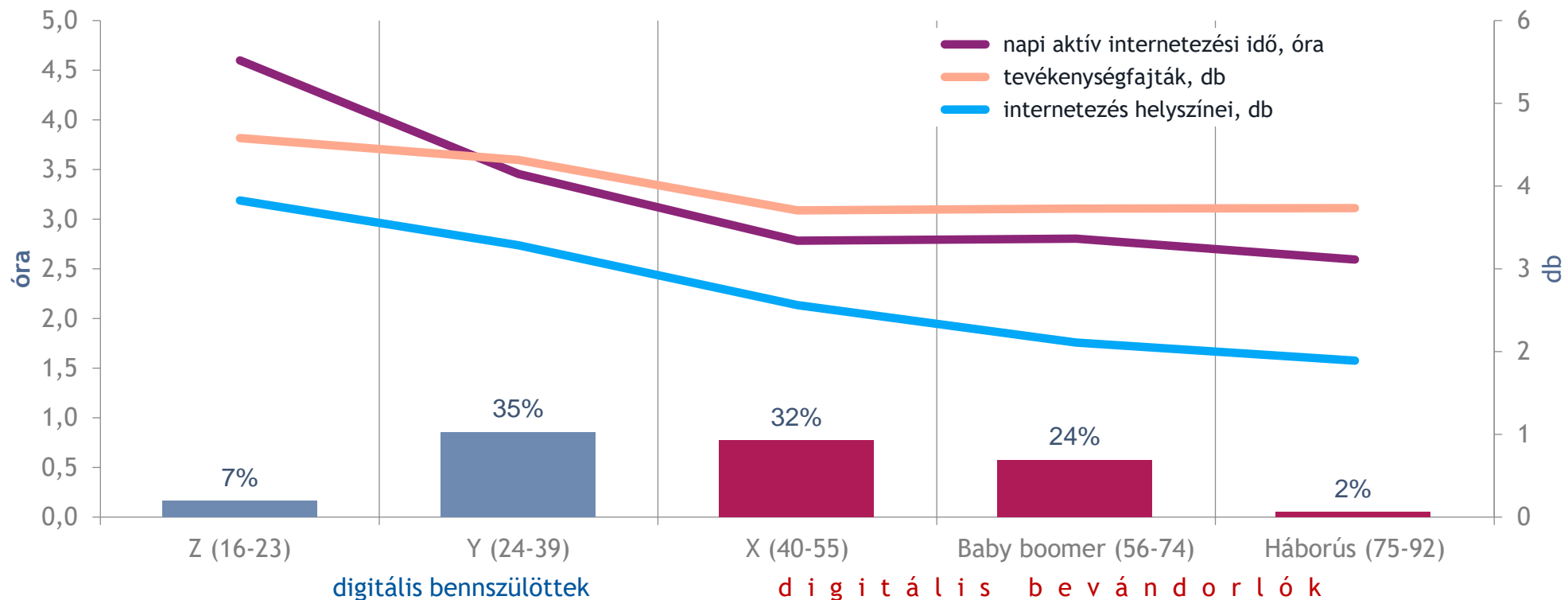
*Mivel anyagi helyzet szerint nem reprezentatívak a felmérések, ezért a megoszlások némileg eltérnek a két felmérésben

Az internethasználók között az Alföldön élők vannak alacsonyabb, a Dél-Dunántúlon élők magasabb arányban. A kimaradók között a Budapesten élők aránya alacsonyabb, a községekben élőké magasabb. Az internethasználat szempontjából nincs különbség a lakóhely településtípusa szerint az internetező és a teljes népesség között. Az internethasználókat a kimaradókhoz képest jobb anyagi helyzet jellemzi.

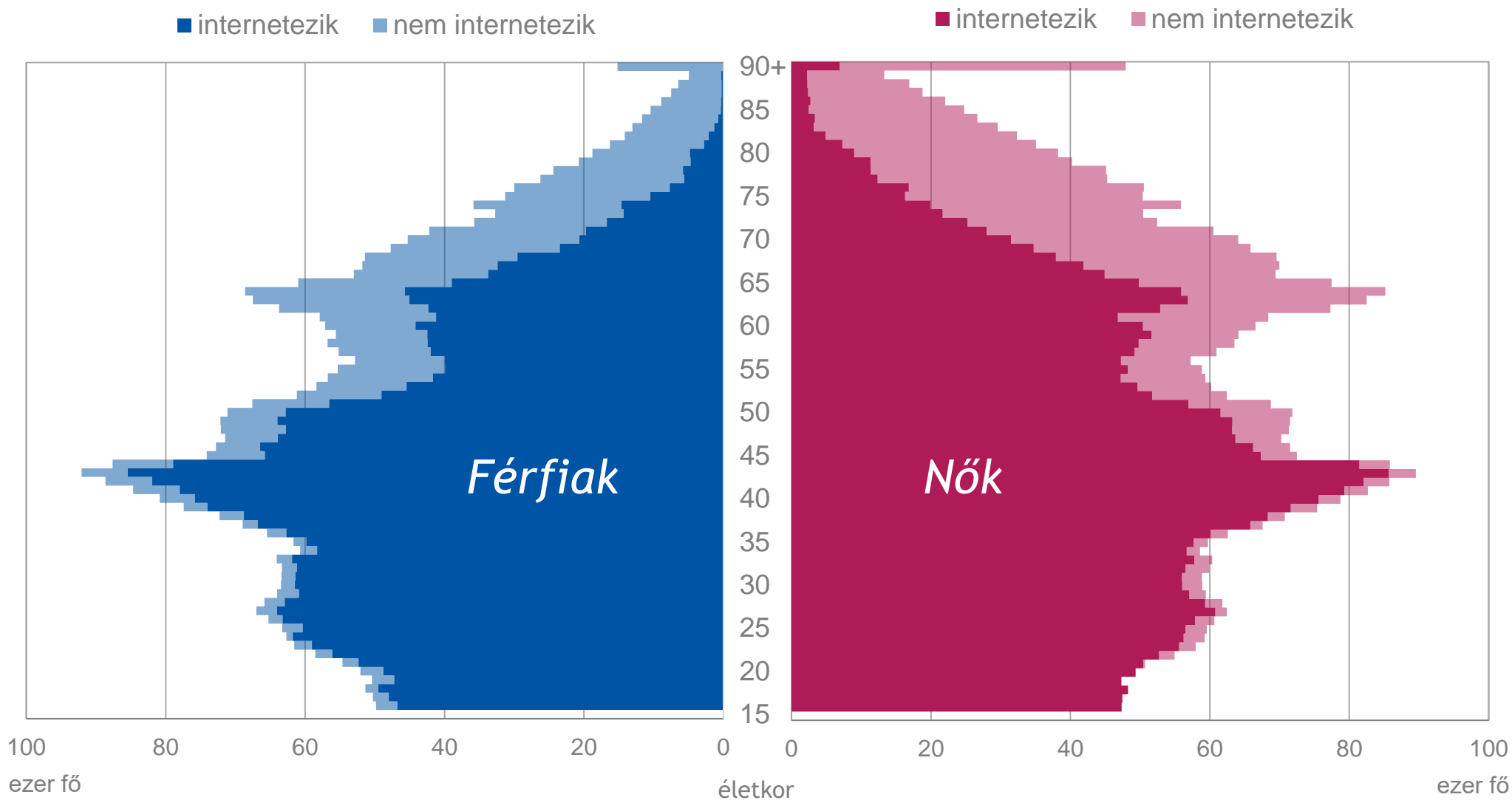
Generációk

A 16+ éves internetezők társadalmát már 5 generáció alkotja. Négytizedük tartozik a digitális bennszülöttek, hattizedük a digitális bevándorlók három generációjához.

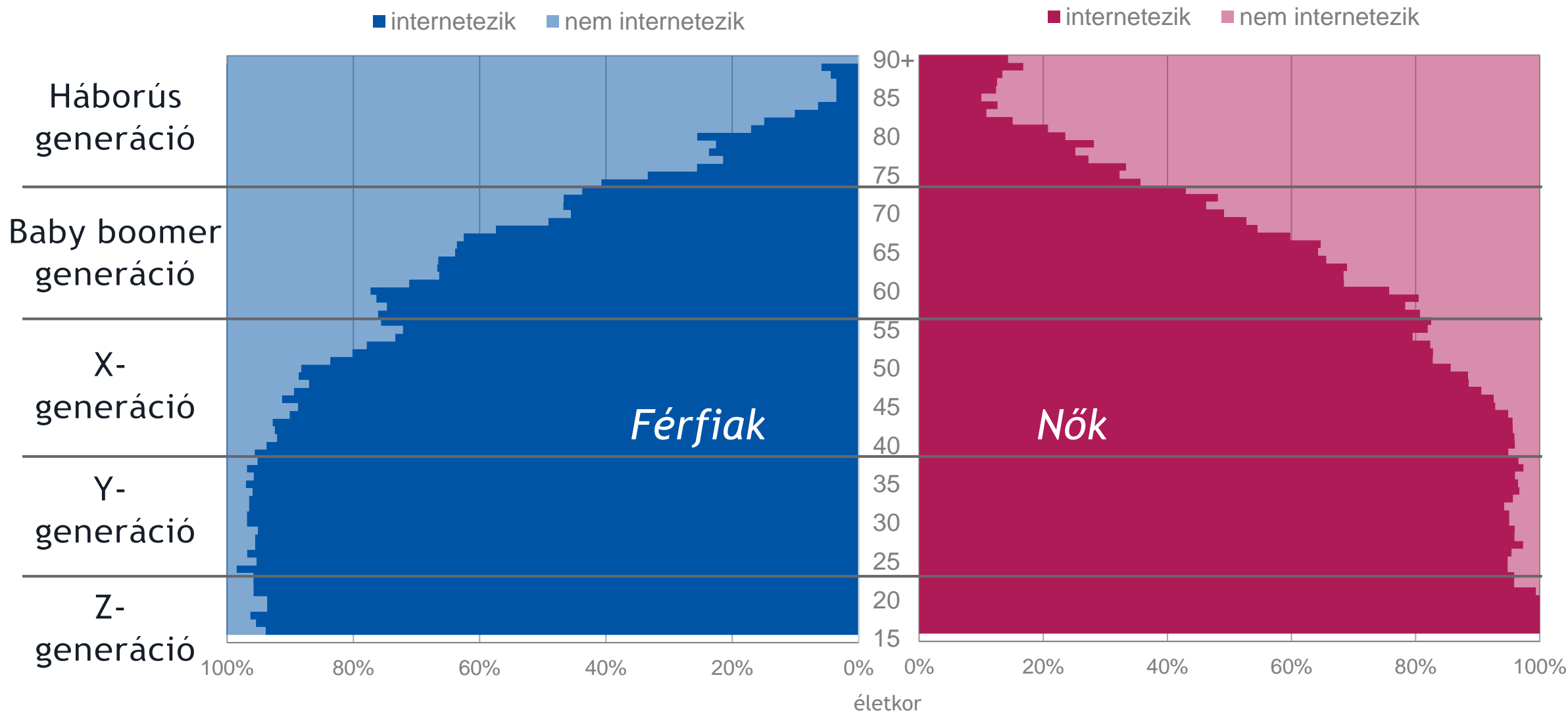
A digitális bennszülöttek internethasználata extenzívebb, mint a digitális bevándorlóké: több helyszínen, hosszasan, változatosabban interneteznek.



Internethasználói korfa – a személyek száma szerint



Internethasználói korfa – nemek és generációk arányában





Az internethasználók típusai

A típusok kialakításának módszere, a típusok jellemzése

A típusalkotás szempontjai - internethasználat

Min és hol?

Eszközök: asztali számítógép, laptop, tablet, okostelefon, okostévé, különféle egyéb okoseszközök
Helyszínek: otthon, másnál, munkahelyen, iskolában, közlekedés közben, egyéb nyilvános helyen stb.

Mennyit?

Egy átlagos napon hány órát van passzívan csatlakozva, illetve mennyi az aktív használattal töltött idő

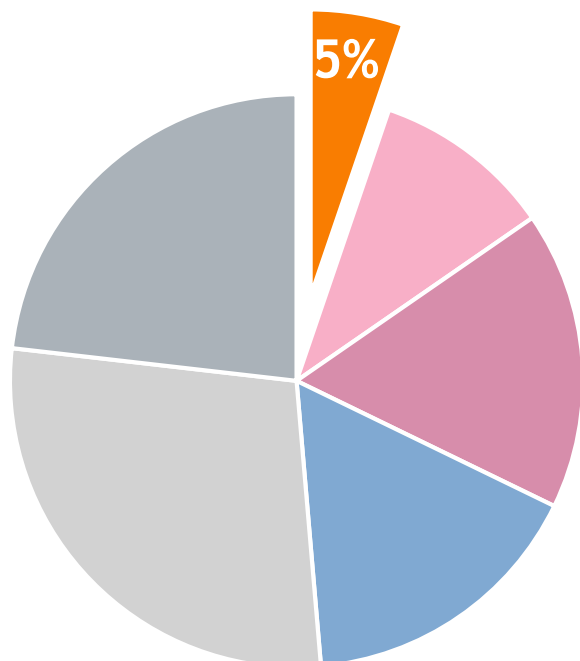
Mit?

Kapcsolattartás: különböző online felületeken, illetve alkalmazásokon keresztül szöveges üzenet, hanghívás, videóhívás
Szórakozás: online játékok, zene, filmek, videók
Hasznos és praktikus dolgok: online vásárlás, ügyintézés, bankolás stb.

Hogyan?

A felhasználói jártasság, felkészültség mértéke az internet használatában

Általános internethasználói típusok

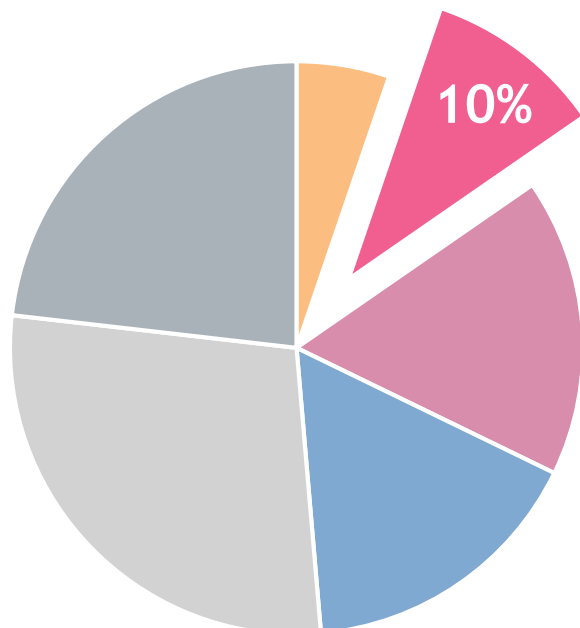


Neten lógó fiatal



- Az aktív internethasználattal töltött idejük messze átlag feletti (11,6 óra/nap).
- Jellemzően fiatalok (43%-uk 30 év alatti), átlagéletkor: 37 év.
- Felkészültségük a legmagasabb (38%-uk „profinak” tekinti magát).
- Minden használati jellemzőjük jóval átlag feletti.
 - Pl. szórakozás, az internethasználat eszközeinek és helyszíneinek változatossága, közösségi oldalak, csetelés, online vásárlás, ügyintézés.

Általános internethasználói típusok



Multi-kommunikatív

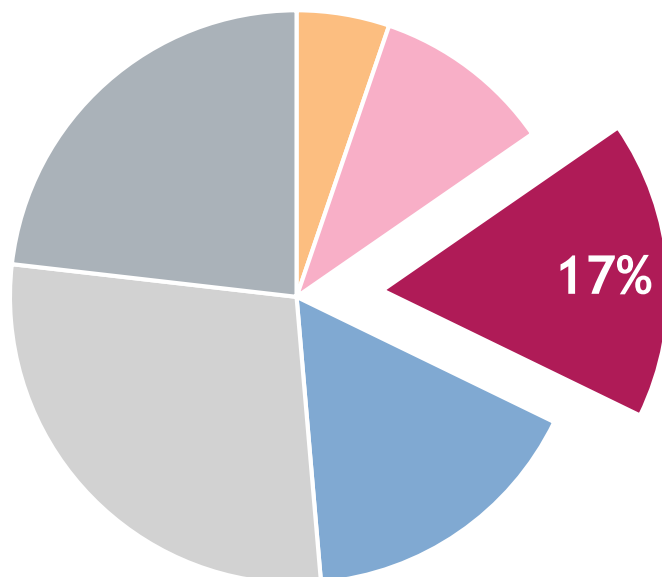


- Az online kommunikáció és társasági élet „bajnokai”.
 - Szinte mindannyian használnak szöveges csetet, online hang-, sőt videóhívást.
 - A csetprogramok igen széles skáláját használják. Ezek közül kiemelkedő a Messenger (98%), Viber (73%), Skype (49%), de a többi platformot is jóval átlag feletti arányban veszik igénybe.
- Az internetezésre használt eszközpalettájuk a legszélesebb.
- Szórakozásra és praktikus dolgokra egyaránt intenzíven használják a netet.
- Körükben a legmagasabb a diplomások aránya (37%).

Általános internethasználói típusok



Sokoldalú rutinos

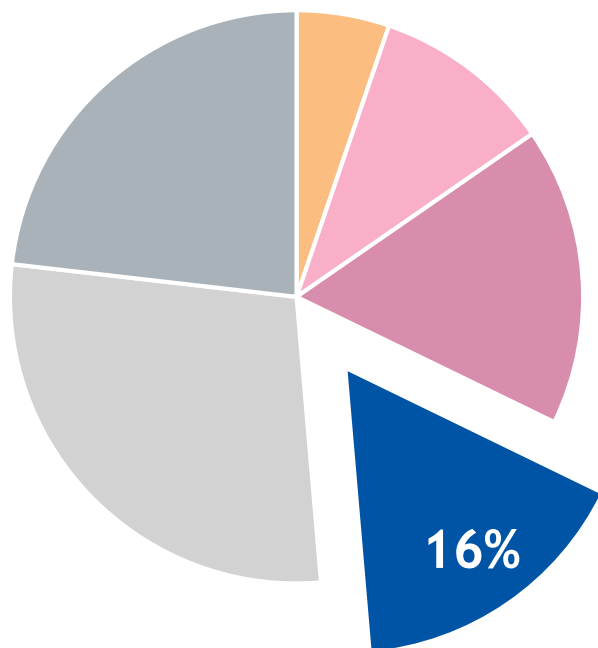


- Kiegyensúlyozottan magas mutatók az internethasználat szinte minden vonatkozásában.
 - Élen járnak a hasznos és praktikus online tevékenységek végzésében.
 - A közösségi oldalak látogatása és az online szórakozás is jóval átlag feletti.
- De: az online kommunikáció tekintetében „csak” átlagos aktivitást tanúsítanak.
- A második legalacsonyabb átlagéletkorú csoport (37,4 év).
- Körükben a legmagasabb a legalább érettségivel rendelkezők aránya (78%).
- Körükben a legmagasabb az aktív dolgozók aránya (79%).

Általános internethasználói típusok



Közösségioldal-kerülő

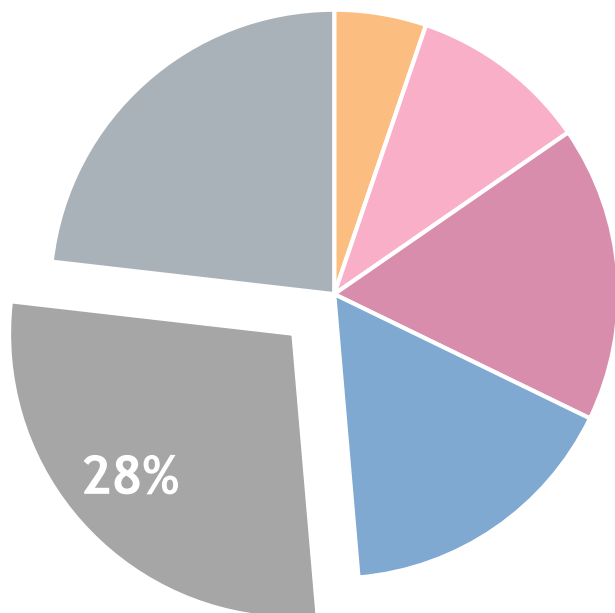


- A legtöbb használati jellemző tekintetében átlag körüli értéket mutatnak.
 - Sőt: az átlagosnál jártasabb internethasználónak tekintik magukat.
- Legfőbb jellegzetességük az online közösségi oldalak – minden bizonnyal tudatos – kerülése.
 - Pl. csupán 31 százalékuk van jelen a Facebookon (szemben az átlagos 77 százalékkal).
- A fentivel összefüggésben az online kommunikációs csatornák használata is jóval elmarad az átlagtól körükben.
- A neten töltött idejük a második legalacsonyabb (2,4 óra/nap).
- Demográfiai jellemzőik tekintetében átlag körüliek, de:
 - Körükben a legmagasabb a férfiak aránya (60%).

Általános internethasználói típusok

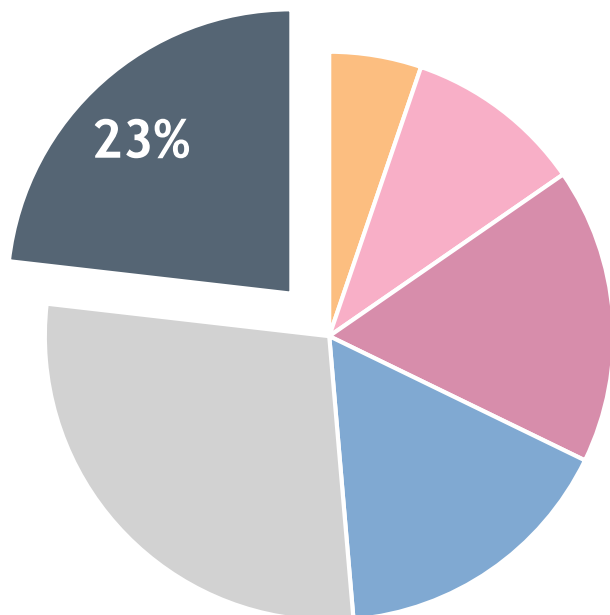


Alig közepes



- A legnépesebb csoport.
- Alig van kiugróan erős vagy gyenge jellegzetességük, a legtöbb tekintetben az átlagot közelítik (többnyire alulról).
- Amiben mégis jelentősen átlag feletti:
 - Közösségi oldalak használata, ezen belül Facebook: 100% (!).
 - Youtube használata (92%).
- Amiben jelentősen elmaradnak az átlagtól:
 - Különbéféle okoseszközök használata (kivéve az okostelefont).
 - Fizetős OTT-tartalmak fogyasztása (pl. Netflix, HBO GO).
 - Internethasználati jártasságuk önminősítése.
- Demográfiai jellemzőikben átlaghoz közeli, de körükben a legmagasabb a nők aránya (62%).

Általános internethasználói típusok

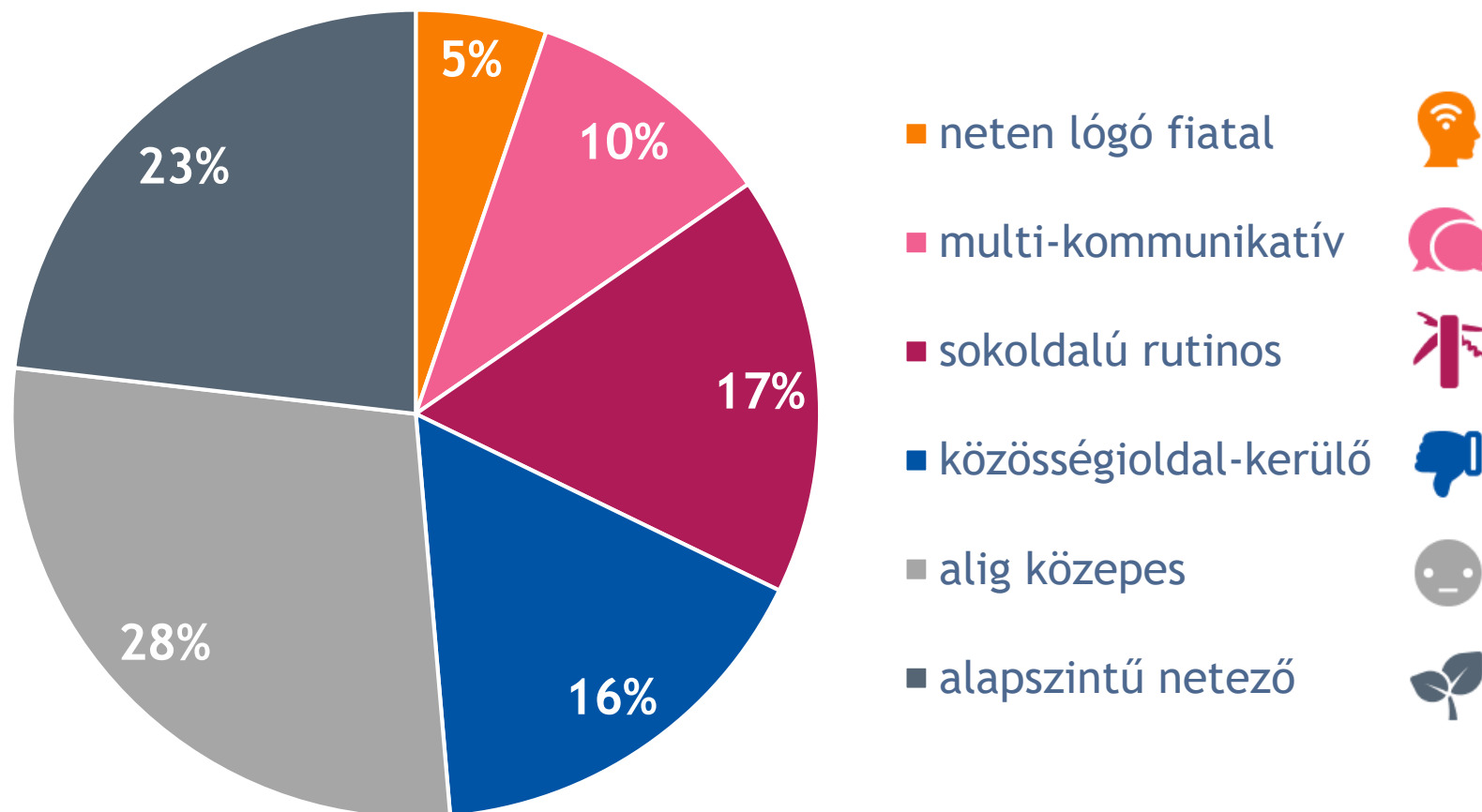


6 Alapszintű netező



- Átlagéletkoruk a legmagasabb (49,2 év).
- Internethasználói jártasságban jelentősen elmaradnak a többi csoporttól (35 pont a 0-100 skálán).
- Jellemzően egyféle eszközzel használják az internetet (okostelefon vagy desktop/ laptop), általában csak otthon.
- Szinte csak böngészésre és emailezésre használják a netet.
- A neten töltött idejük a legalacsonyabb (1,6 óra/nap).
- Amennyiben közösségi oldalt használnak, az szinte kizárólag a Facebook (57%). (De még ez is lényegesen magasabb a közösségioldal-kerülők 31%-os arányánál.)
- Messze a legalacsonyabb iskolai végzettségűek: 61 százalékuk legfeljebb szakmunkás-bizonyítvánnyal rendelkezik.

Általános internethasználói típusok gyakorisága





Infokommunikációs eszközök

Birtoklás, vásárlási tervek, eszközök használata, preferenciák

Infokommunikációs eszköz-ellátottság

Okostelefon

91%



Általánosan elterjedt

Már a 60 év feletti internetezők háromnegyede is használ okos telefont.

Laptop

64%



Tanulók és diplomások

A tanulók 78, a diplomások 81%-a használ saját laptopot.

Desktop

47%



Kiegészítő eszköz

Kizárólag asztali gépet már csak 3% használ. Idősebbeknél gyakoribb.

Okostévé

43%



Innovatív felhasználók

Elsősorban a jobb anyagi helyzetben lévők és fiatalabbak (50 alattiak) körében gyakoribb.

Tablet

32%



Exkluzív

A jó anyagi helyzetű 30+, diplomás, budapestiekre jellemző leginkább.

2019-ben már jóval több internetezőnek van laptopja, mint asztali gépe. Okos telefontal már szinte mindegyikük rendelkezik. Tabletje viszont még csak minden harmadik internetezőnek van.

A 16+ éves internetezők átlagosan 2,76 eszközzel rendelkeznek a vizsgált ötből. Hogy ki hány eszközt birtokol, leginkább az anyagi helyzete határozza meg.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=4000, N=6,53 m
Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona, és használja is az eszközt.

Eszközellátottság – nethasználói típusok szerint

Okostelefon

91%



Laptop

64%



Desktop

47%



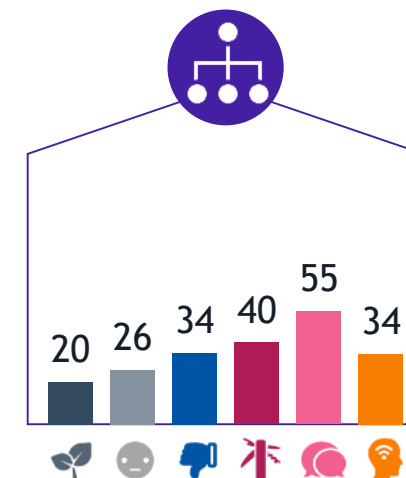
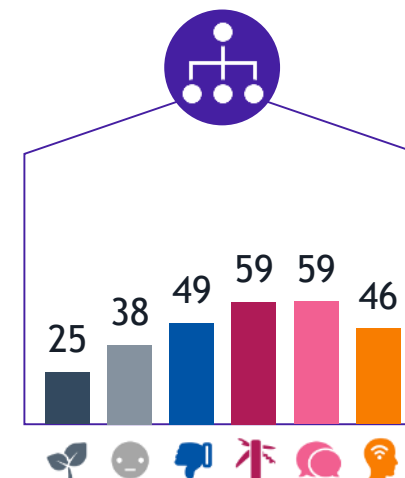
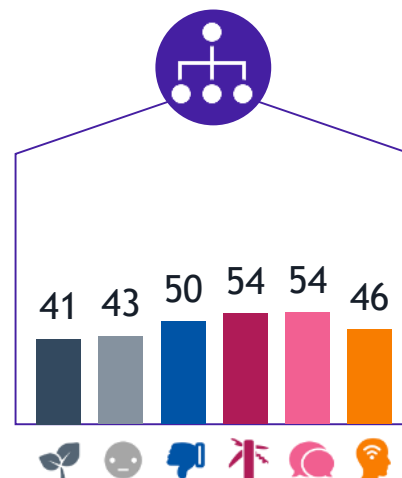
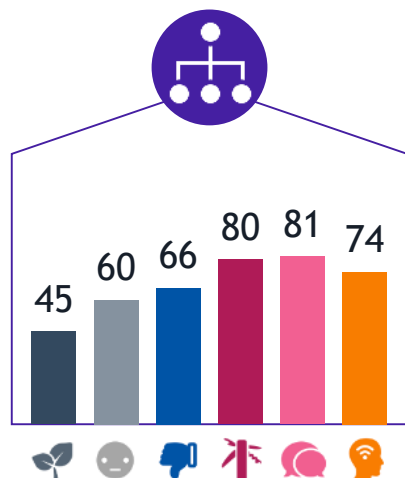
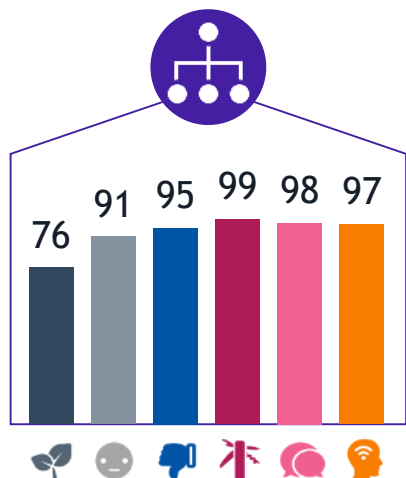
Okostévé

43%



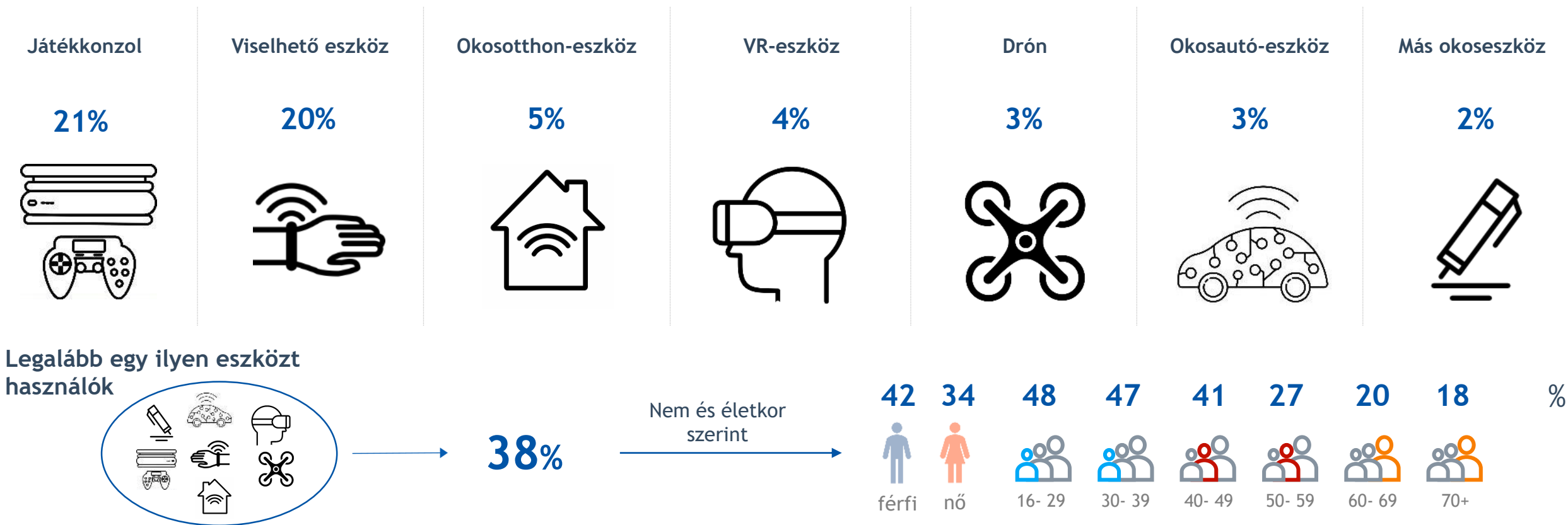
Tablet

32%



Az alapszintű netezőkre jellemző a legalacsonyabb ellátottság. A sokoldalú rutinos és a multi-kommunikatív csoportok jellemzően több eszközzel rendelkeznek, körükben a tablet, illetve az okostévé jelentősen elterjedtebb.

Internetképes eszközök birtoklása



Az újabban kereskedelmi forgalomba került termékek közül a viselhető eszközöknél tapasztalunk számottevő előretörést, amiben bizonyára az okosóra terjedése a legfontosabb tényező.

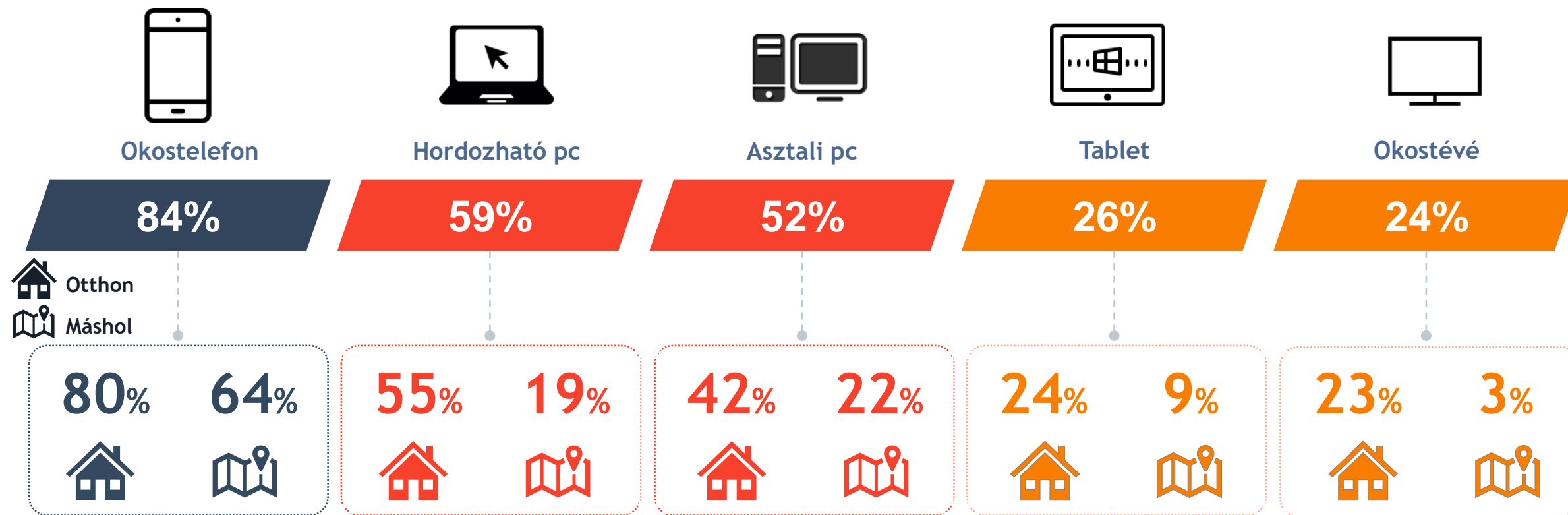
Az okoseszközök a férfiak és a fiatalok körében elterjedtebbek. Az internethasználati jártasság emelkedésével párhuzamosan emelkedik az okoseszközök birtoklása is.

Vásárlási tervek a következő fél évre



Az asztali, illetve hordozható pc-t és az okostelefont vásárolni szándékozóknak zömében jelenleg is van ilyen eszköze, azt akarja lecserélni vagy amellé egy másikat venni. A többi eszköz vásárlását főként olyanok tervezik, akiknek még nincs ez az eszközük. Ennek folytán a penetráció nagyobb arányú bővülése ez utóbbi eszközök esetében várható.

Internetezés eszköze otthon és másutt



Az okostelefon már 2017 óta az elsős számú internetezési eszköz, és 2019-ben tovább növelte az előnyét az asztali és a hordozható pc-hez képest. Az okostévén történő internetezés dinamikája is növekszik.

Az okostelefon az otthonon kívüli használatban már 5 éve is megelőzte a pc-kezt. Az otthoni használatban 2016-ban tört az élre, s azóta növeli az előnyét. A tablethasználatban folyamatosan növekszik az otthonon kívüli netezés.

Internetelési eszközök együttjárása

Mindkét típusú eszköz: **69%**



Csak kézi eszköz: **18%**



Csak pc: **13%**



2018

Megkezdődött a laptop visszaszorulása.



2017

Megkezdődött a desktop visszaszorulása.



2016

Megugrott a kézi eszközt birtoklók, illetve azt internetezésre használók aránya.

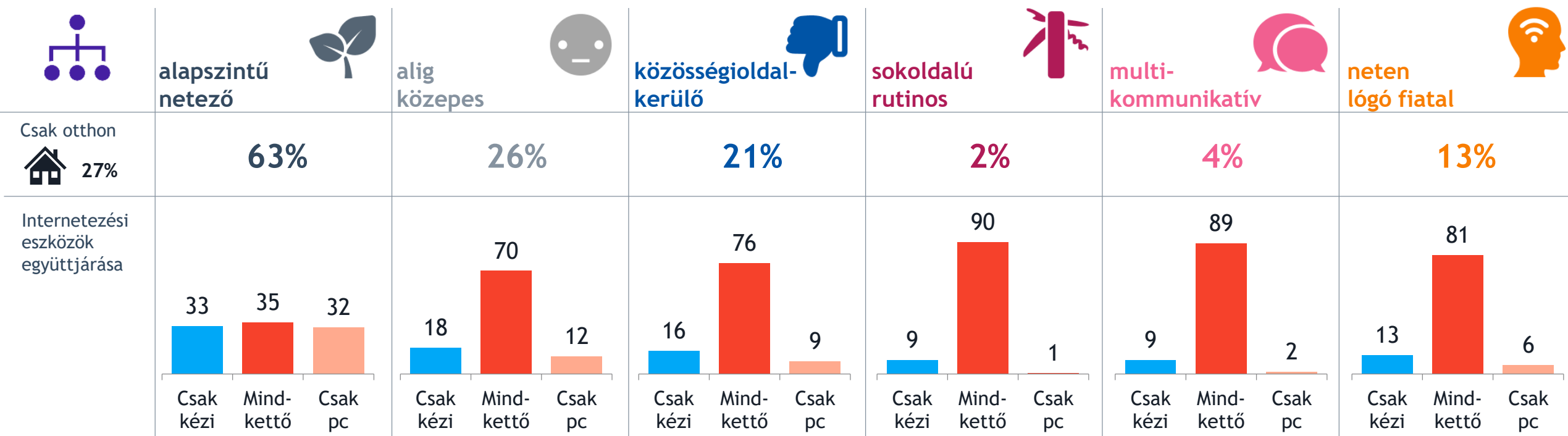


2015

Csaknem minden internetezőnek volt desktopja vagy laptopja.

2019-ben már többen neteznek kézi eszközön, mint asztali vagy hordozható pc-n. A legjellemzőbb azonban a mindkét típusú eszköz használata. Csak kézi eszközt nagyobb arányban használnak a nők, a fiatalabbak, a kevésbé iskolázottak és szerényebb anyagi helyzetben élők, míg a csak pc-t használók jellemzően idősek, nyugdíjasok.

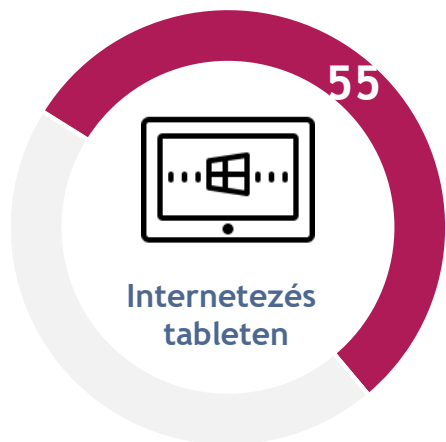
Eszközhasználat – nethasználói típusok szerint



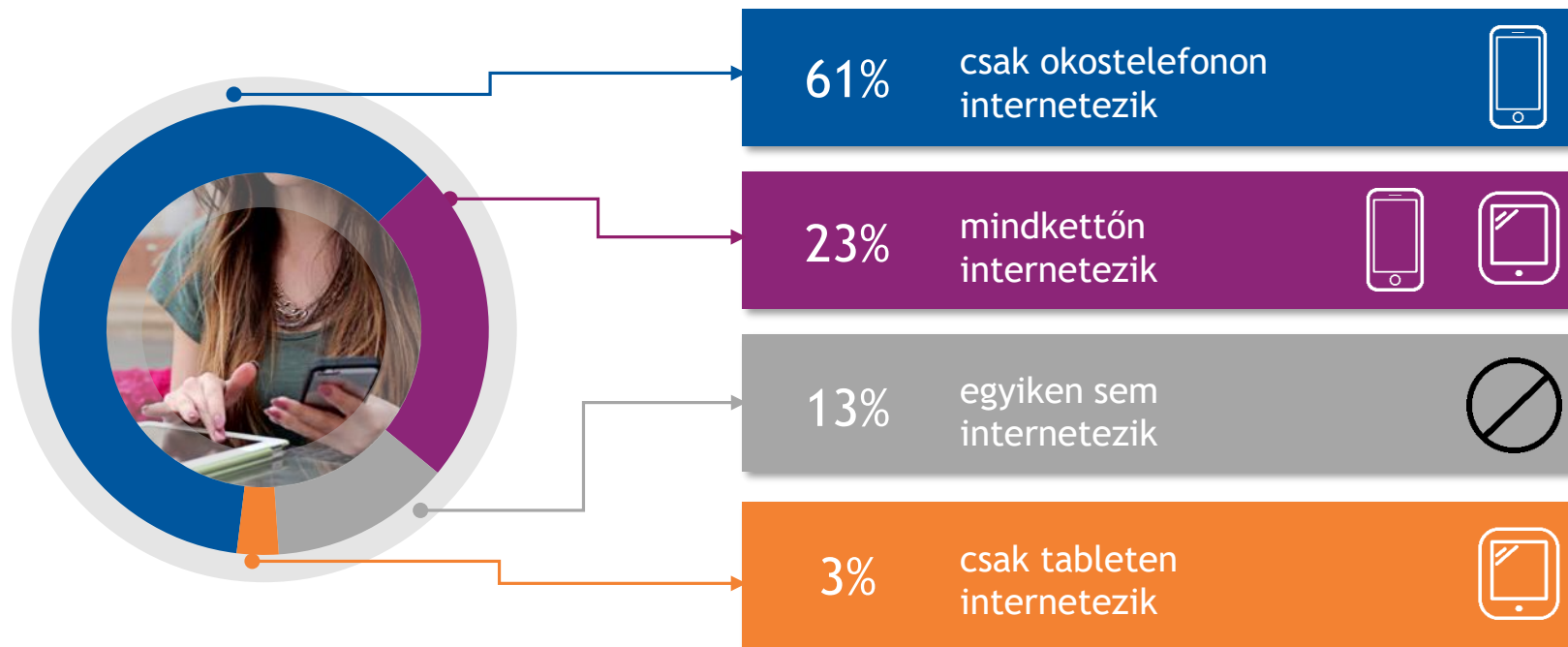
Az alapszintű netezők közel kétharmada csak otthonában használja az internetet. A közösségioldal-kerülők, valamint a sokoldalú, rutinosok között átlagos a kizárólag otthon netezők aránya, a többi csoportban átlagnál alacsonyabb az arányuk. Az alapszintű netezők kevés eszközön interneteznek: harmaduk vagy csak pc-n, vagy csak kézi eszközön. Az alig közepes csoportban átlagos a párhuzamos eszközhasználat, míg a többi csoportban átlagon felüli. A sokoldalú rutinos, valamint a multi-kommunikatív csoportokban szinte alig figyelhető meg kizárólagos pc-használat.

Internetezés kézi eszközön

Internetezés az eszköz birtokosai között



Miközben az okostelefon internetezési célú használata a telítettség felé közelít, tableten továbbra is csak kétharmadnyian interneteznek az eszközzel rendelkezők közül.



Csupán a kézi eszközöket tekintve a 16+ éves internetezők többsége csakis okostelefonon, kisebbsége csakis tableten internetezik. A táblagép tehát kiegészítő szerepű a „kézi internetezésben”.

Bázis: okostelefon-, illetve tabletbirtokosok; n=3717, illetve 1870, N=6,1 m, illetve 2,8 m

Bázis: 16+ éves internetezők; n=4000, N=6,53 m

Kézi eszköz preferálása

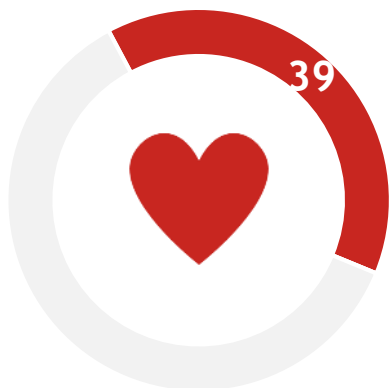
Azok aránya, akik kézi eszközön legalább olyan gyakran interneteznek, mint pc-n

%



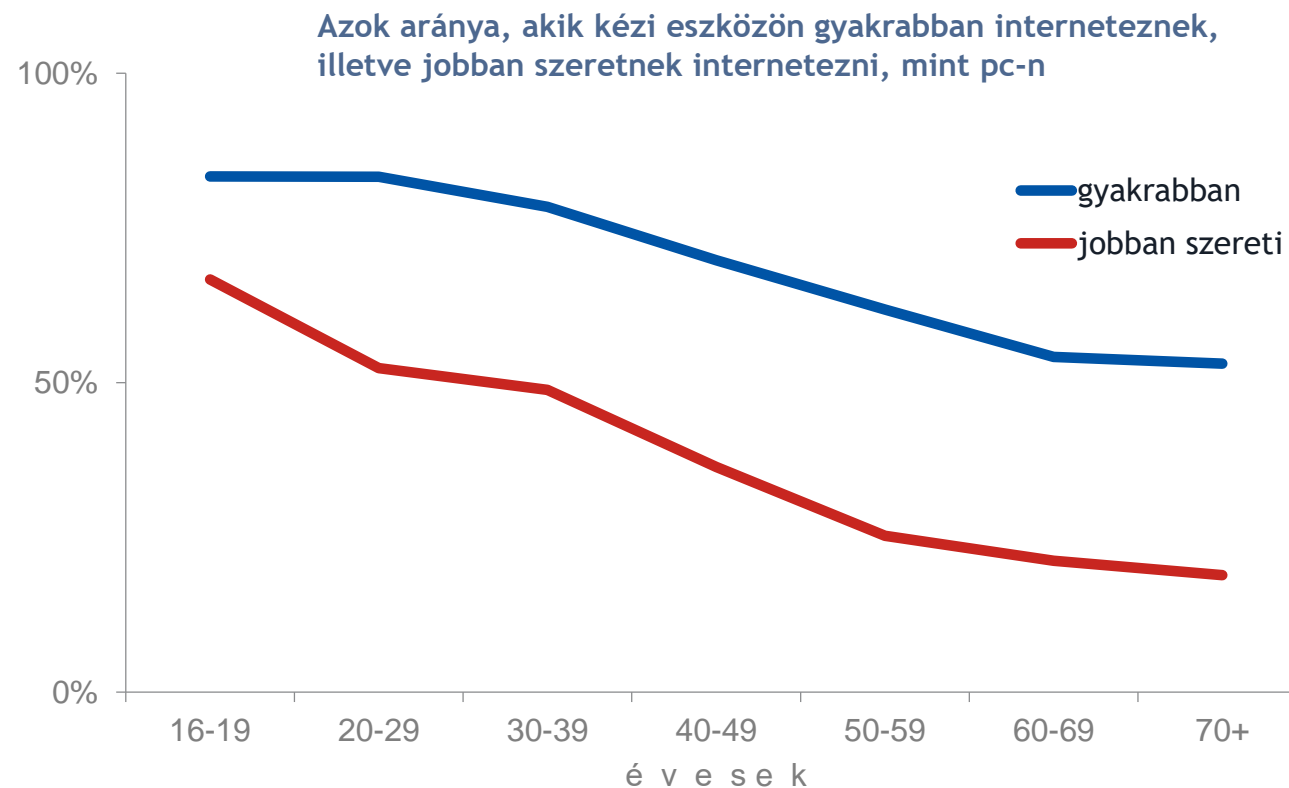
Azok aránya, akik kézi eszközön jobban szeretnek internetezni, mint pc-n

%



A hagyományos és kézi eszközön is internetezők körében a használat eltolódik a kézi eszköz felé, és ezzel párhuzamosan nő a kedveltsége.

Az életkor emelkedésével csökken a kézi eszközök preferenciája.

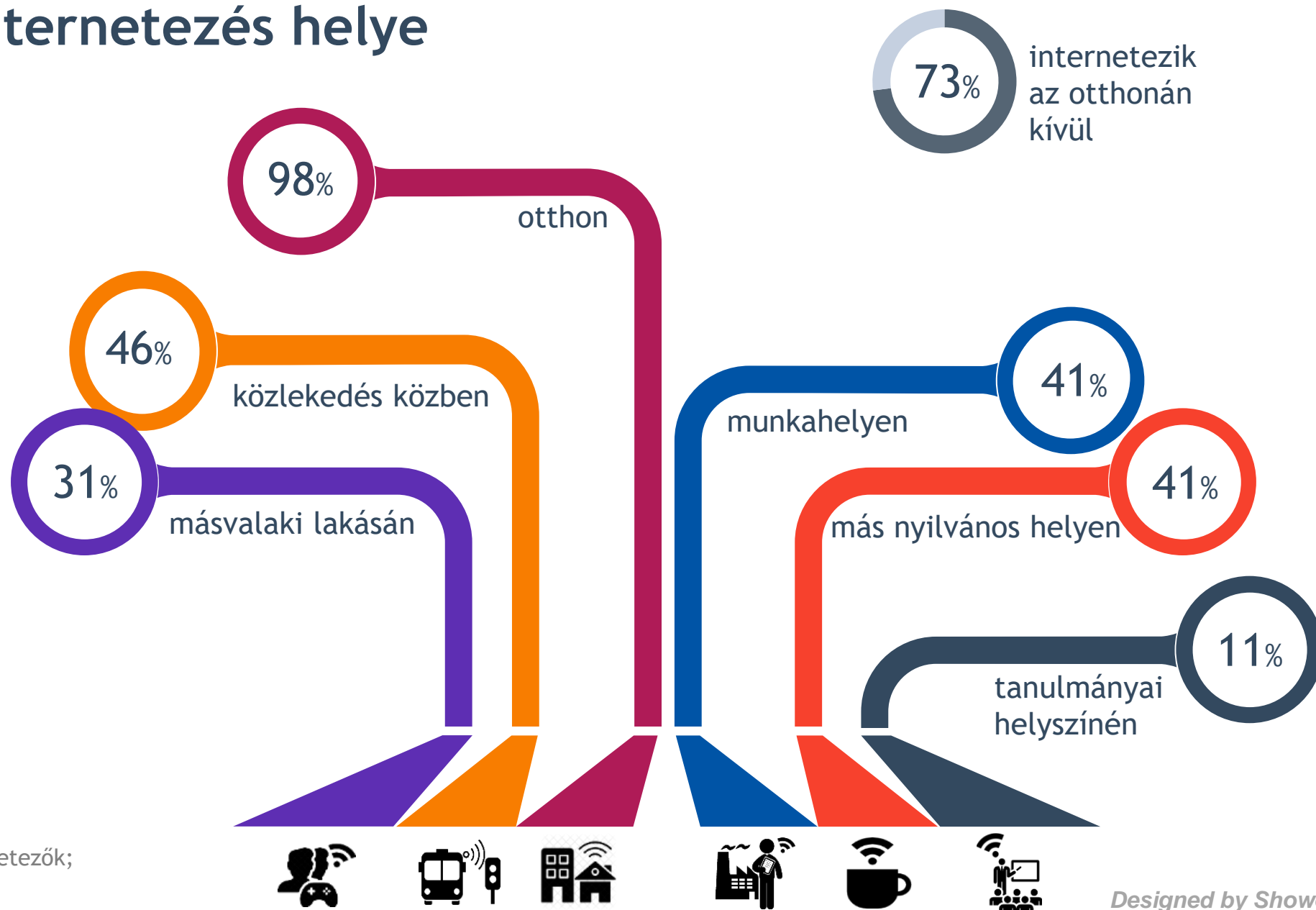




Internethasználati szokások

Nethasználat helyszínei, időtartama, internetes tevékenységek, használati célok,
nagy adatforgalmat bonyolító tevékenységek elterjedtsége

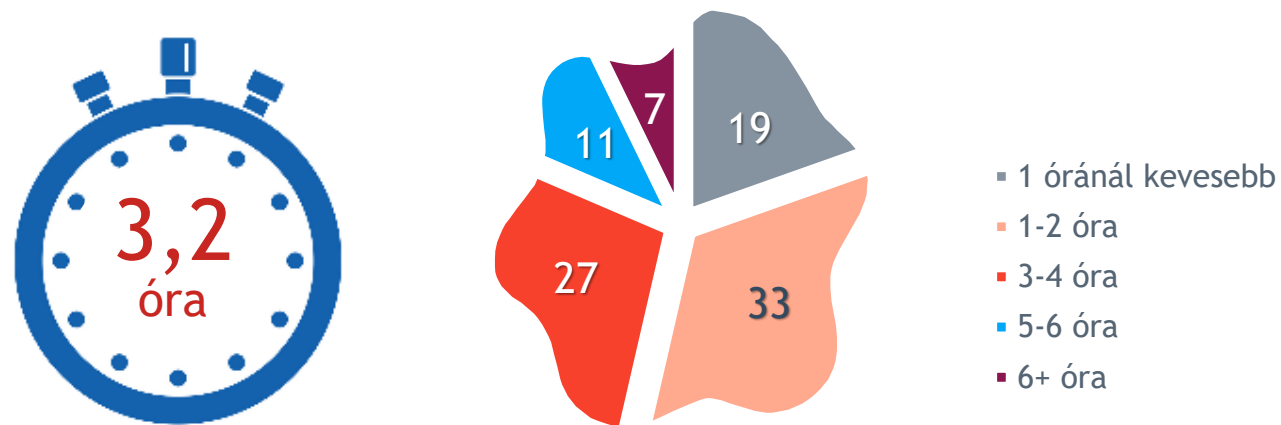
Az internetezés helye



Napi internetezési idő



Napi átlagos aktív internetezéssel töltött idő:



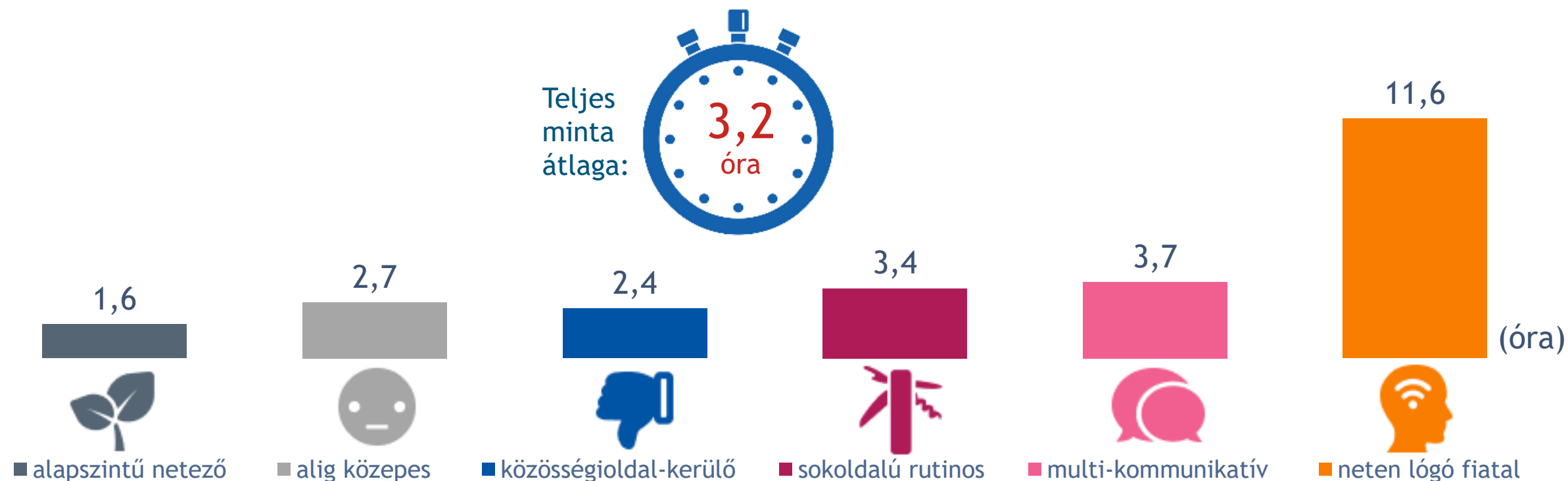
Bázis: 16+ éves internetezők; n=4000, N=6,53 m

Az aktív internetezéssel töltött idő átlaga napi 3,2 óra. A férfiak több időt töltenek a neten, mint a nők. Az életkor előrehaladásával csökken az internetezéssel töltött idő.



Napi internetezési idő – nethasználói típusok szerint

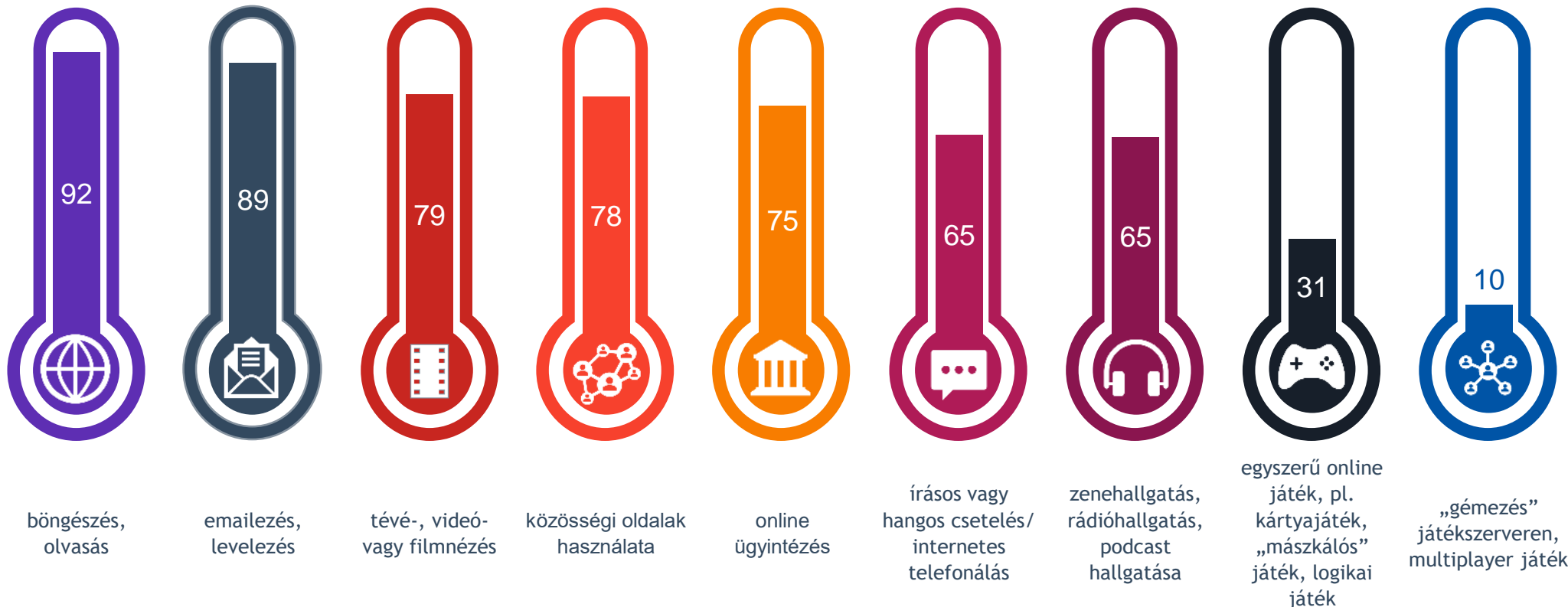
Az internetezéssel töltött idő nagy különbségeket mutat a nethasználói típusokon belül. Míg az alapszintű netezők két óránál kevesebbet interneteznek naponta, az alig közepes és a közösségioldal-kerülő csoport tagjai két és felet, a sokoldalú rutinosok és a multi-kommunikatívak három és felet, addig a neten lógó fiatalok átlagosan több mint 11 órát.



Internetes tevékenységfajták

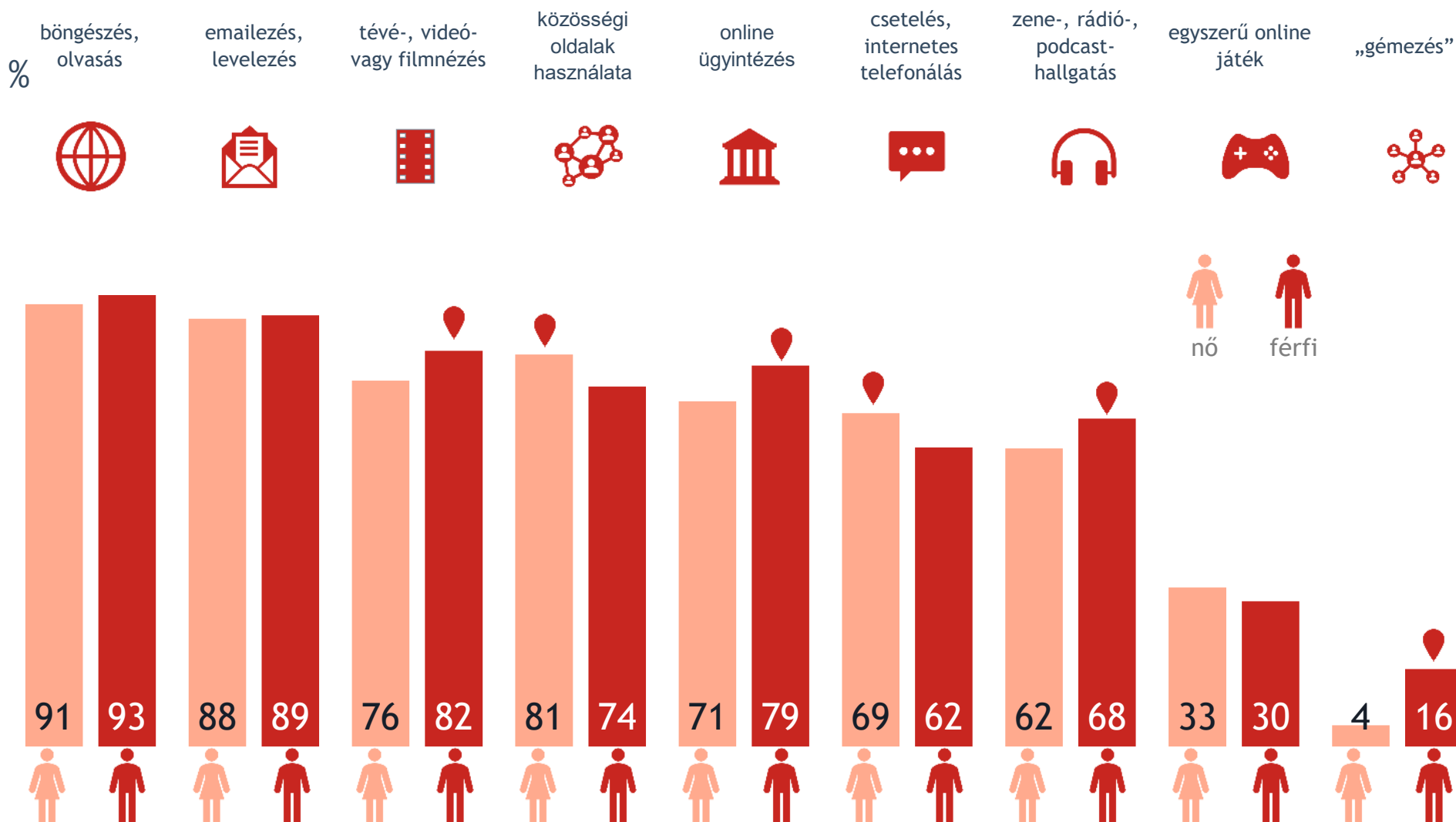
%

%



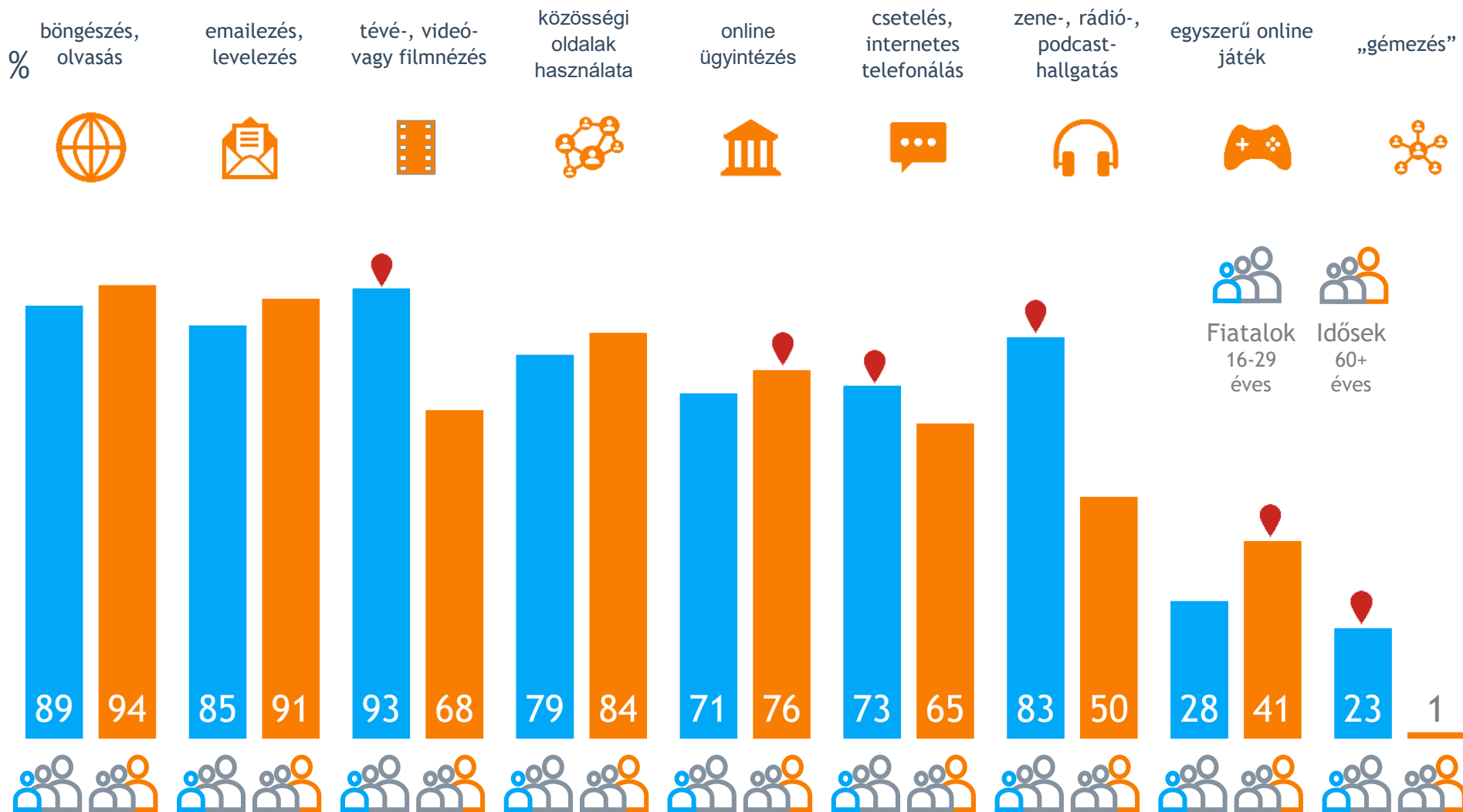
A 16+ éves internetezők 85 százaléka legalább 5-féle tevékenységet végzett az itt felsoroltak közül az adatfelvételt megelőző egy hónapban.

Internetes tevékenységfajták - nemek szerint



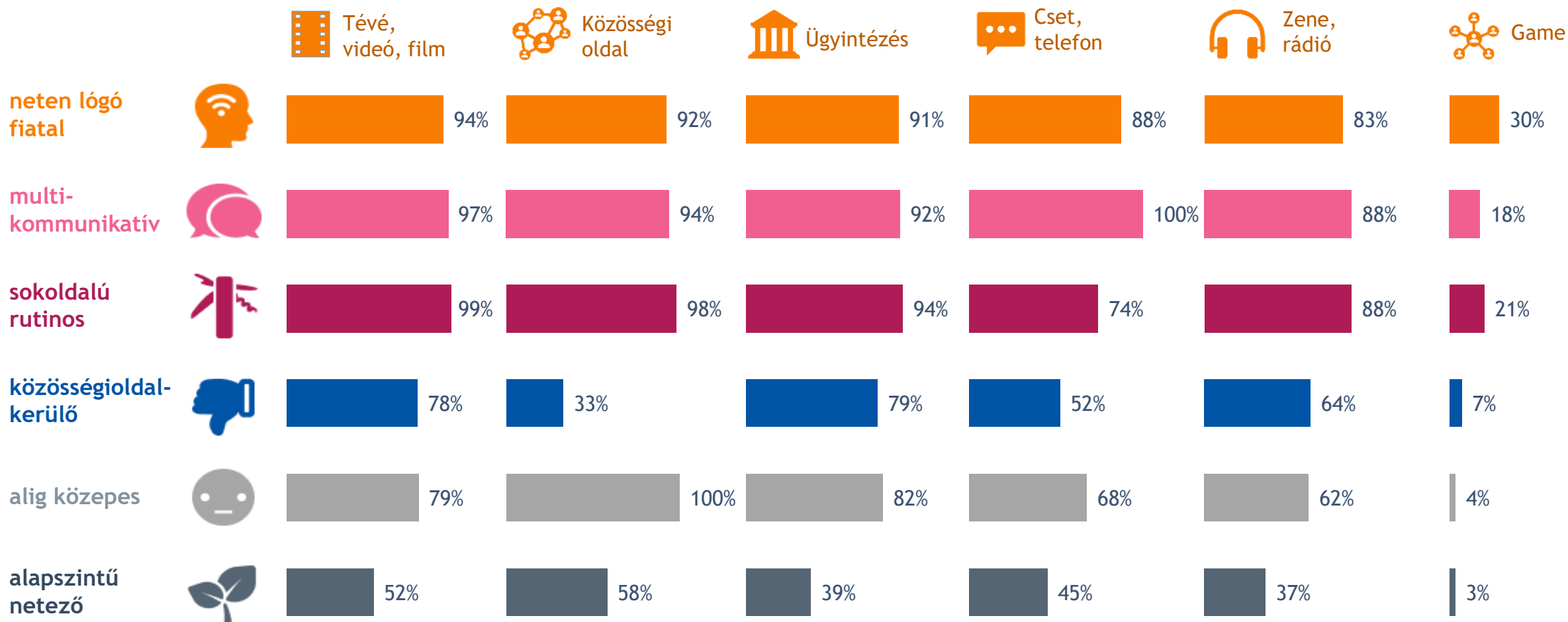
A két nem tevékenységprofilja jellegzetesen, de többnyire csak csekély mértékben tér el egymástól. A nőkre jellemzőbb a valós idejű kommunikáció és a közösségi oldalak használata, a férfiakra pedig a mozgóképnézés, a zenehallgatás, a gémezés, valamint az ügyek online intézése.

Internetes tevékenységfajták - fiatalok és idősek



Nagyobb mértékben tér el a korcsoportok tevékenységprofilja. A tizen- és huszonévesekre sokkal inkább jellemző az online szórakozás (filmnézés, zenehallgatás, „gémezés”), a legidősebb korosztály viszont valamivel többet böngészik, levelezik, intéz ügyet és az online játékok közül is inkább az egyszerűbbeket játssza.

Internetes tevékenységfajták – nethasználói típusok szerint

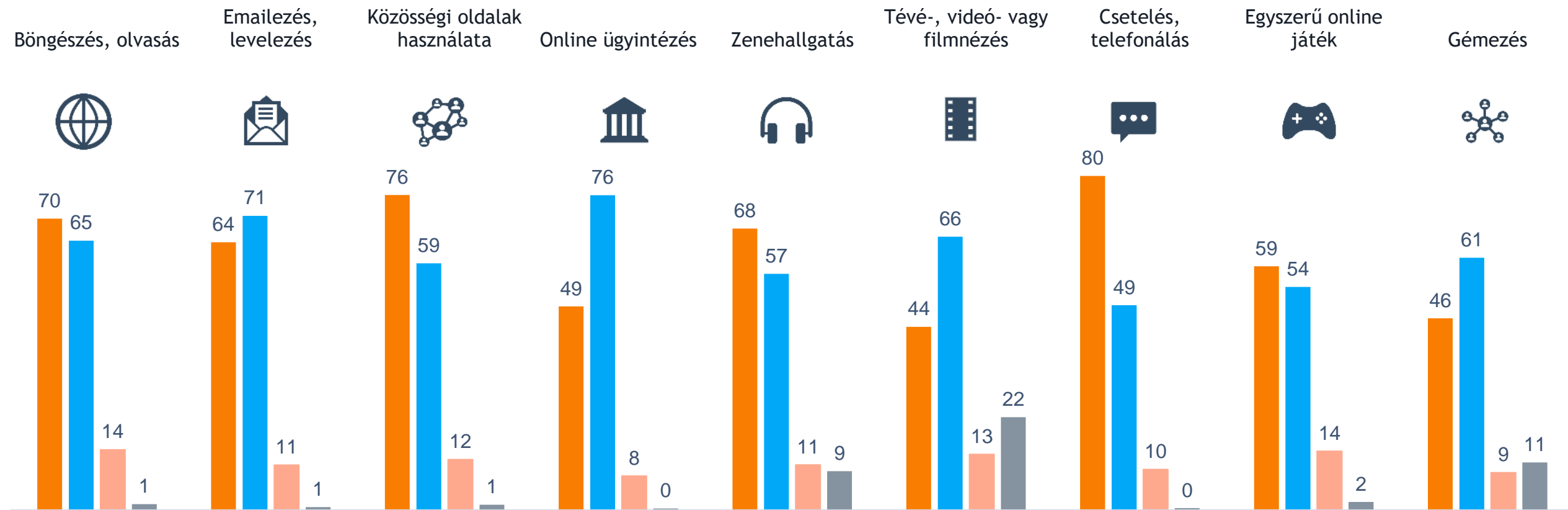


Bázis: 16+ éves internetezők; n=4000, N=6,53 m

Az alapszintű netezők minden tevékenységet kisebb arányban végeznek, mint a többiek. Az alig közepesek közül viszont mindenki használ közösségi oldalt és az online ügyintézésben is átlag fölött vesznek részt. A közösségioldal-kerülők többnyire átlagos gyakoriságokat mutatnak, kivéve a közösségi oldalakat, amit mindössze egyharmaduk használ. A legaktívabbak a vizsgált online tevékenységekben a neten lógó fiatalok, a multi-kommunikatívak és a sokoldalú rutinosak.

Tevékenységfajták és eszközök

- okostelefonon
- asztali v. hordozható számítógépen
- tableten
- egyéb eszközön



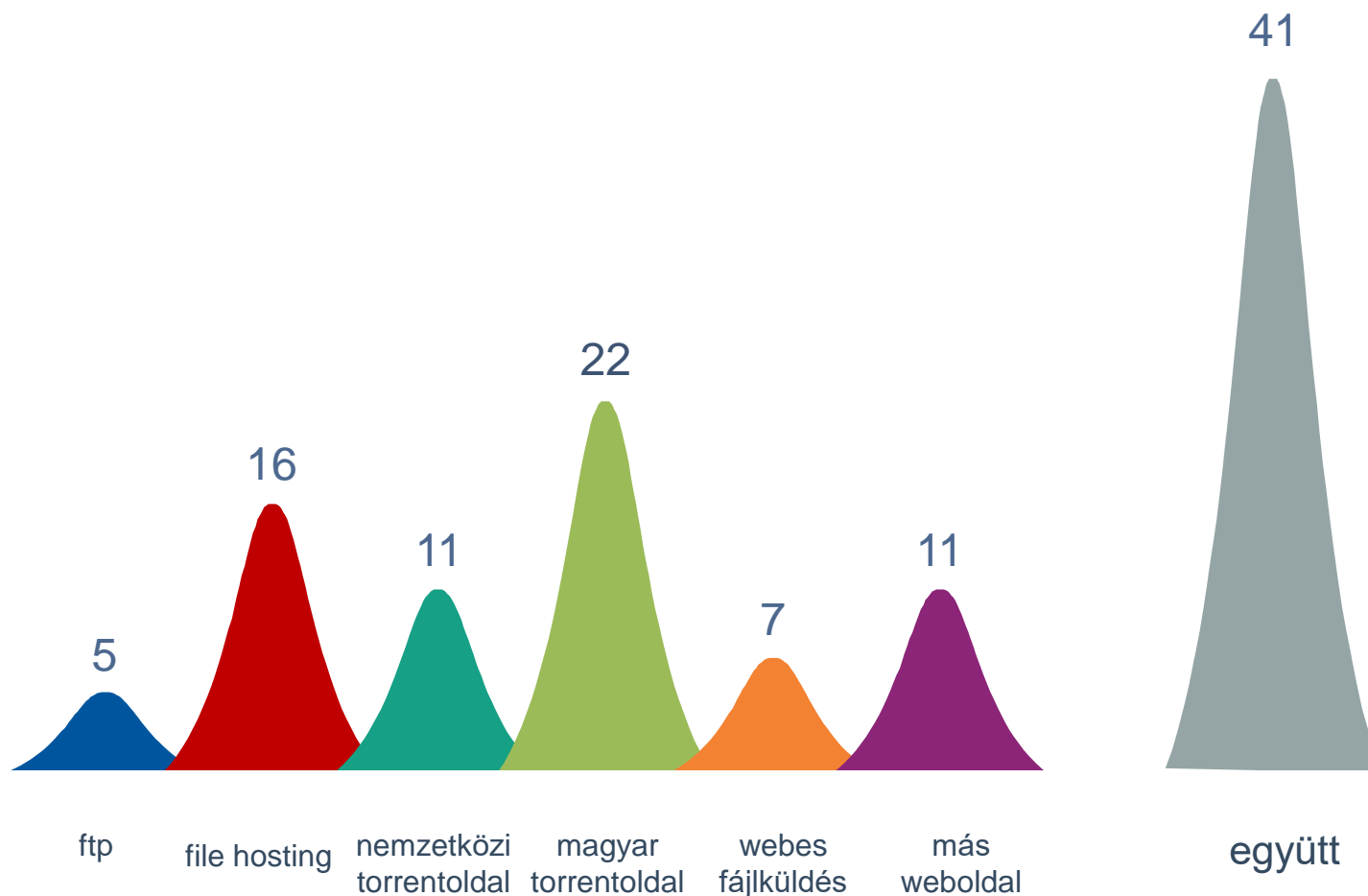
%

A vizsgált tevékenységek többségénél a leggyakrabban használt eszköz az okostelefon. A mozgókép nézése, az online ügyintézés és a gémezés viszont asztali vagy hordozható pc-n elterjedtebb. Tablettel csak a netezők egyharmada rendelkezik, az ő körükben természetesen nagyobb a tableten végzett tevékenységek aránya, de még náluk is az okostelefon vagy a pc az elsődleges.

Bázis: Az adott internetes tevékenységet végzők

Nagy adattömeg mozgatása

%



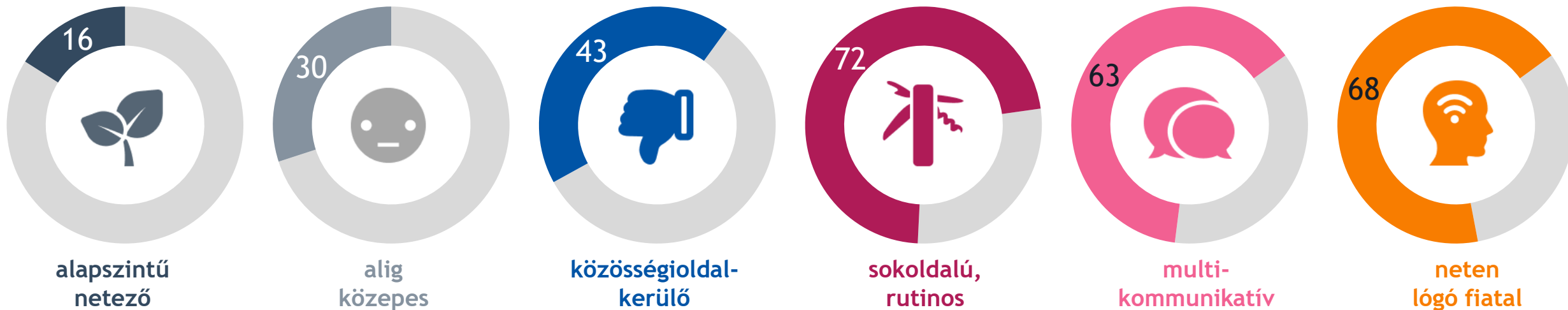
Az eddig áttekintett tevékenységeken kívül a hálózatot számottevően terhelő más tevékenységeket is végeznek az internetezők. Ezen az ábrán olyan fájlmozgató tevékenységeket mutatunk be, melyekkel az az internetező célja, hogy az interneten másutt tárolt nagy adattömegű fájlt (pl. film, játék, szoftver) saját magának letöltse vagy a saját eszközén tárolt fájlt az internet más pontjára juttassa el.

Az internetezők 41%-a végzett efféle tevékenységet 2019-ben.

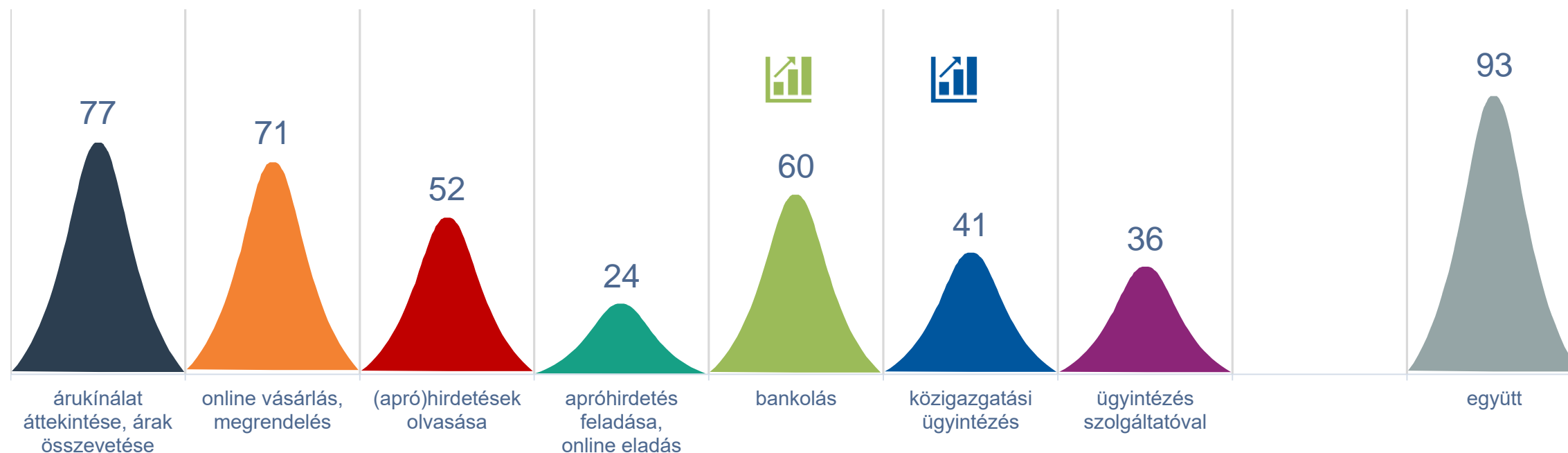
A nagy adattömeg mozgatása a fiatal és középkorú, magas iskolai végzettségű férfiakra jellemző leginkább. A demográfiai háttérváltozók tekintetében a kor van a legerősebb hatással erre a tevékenységre, míg a területi jellemzők (lakóhely településtípusa, régió) nem mutatnak összefüggést. Az internethasználat jellemzőit tekintve a három vagy több órát internetezők, a filmeket online nézők között jellemzőbb a nagy adattömeg mozgatása. Jártasság szerint gyenge az összefüggés.

Nagy adattömeg mozgatása - nethasználói típusok szerint

A nagy adattömeg mozgatása összefügg az internethasználati csoportokkal is. Leginkább a sokoldalú rutinos felhasználókra jellemző, nekik közel háromnegyedük végez ilyen tevékenységet. A neten lógó fiatalok közül is több mint kétharmad szokott nagy adattömegeket mozgatni. Az alapszintű netezők körében viszont mindössze 16% az ilyenfajta tevékenységet űzők aránya.



Praktikus ügyek intézése az interneten

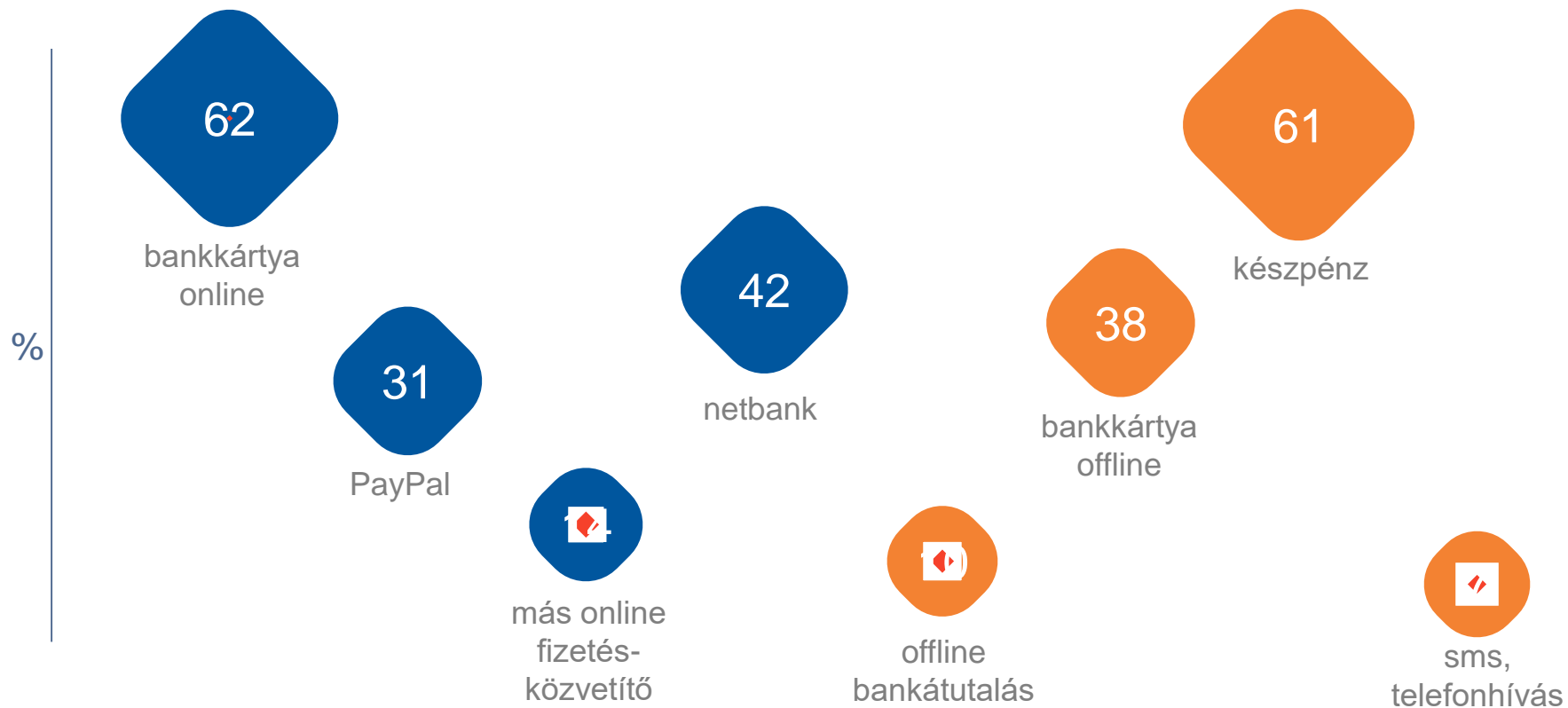


Az internetezők 93%-a használja praktikus célokra az internetet. A leggyakrabban előforduló ilyen tevékenységek: az árukínálat áttekintése, illetve az online vásárlás. Az online bankolás és a közigazgatási ügyintézés az adatok tendenciáját tekintve 2019-re növekedett.

A férfiak szinte minden praktikus tevékenységet nagyobb arányban végeznek a neten, mint a nők. A fiatalok nagyobb arányban vásárolnak, illetve hirdetnek termékeket, az idősebbekre viszont jellemzőbb az online ügyintézés.

Fizetés online vásárláskor

Az online vásárlók 75%-ánál fordult elő online és a 74%-ánál offline fizetés az utóbbi fél évben internetes vásárláskor, megrendeléskor. 2018-hoz képest tendenciájában nőtt az online fizetők aránya.





OTT-s tevékenységek, tartalmak

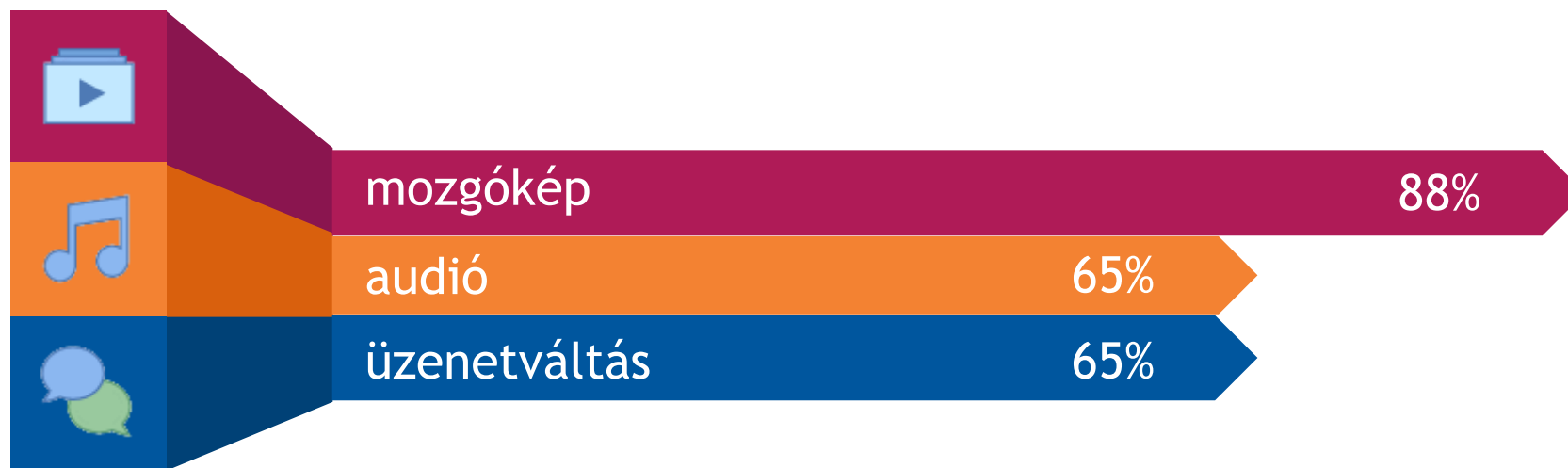
Közösségi oldalak, online kommunikáció, online médiafogyasztás,
az OTT hatása a hagyományos médiafogyasztásra, helyettesítő szerep

OTT-s tartalomfogyasztás

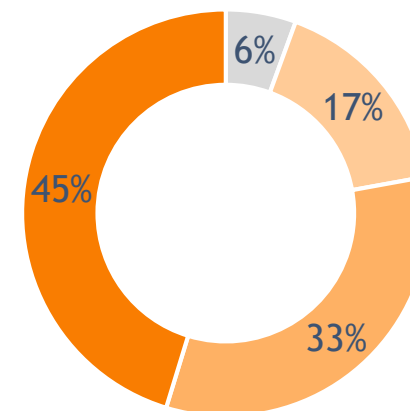
Az over-the-top (OTT) kifejezés az internethasználónak nyújtott olyan szolgáltatásra utal, amely meglévő hálózaton történik anélkül, hogy a hálózat üzemeltetője (az internetszolgáltató) és a tartalomszolgáltató között műszaki vagy üzleti kapcsolat lenne. Mivel az OTT-s tartalomra az internetszolgáltatónak nincs befolyása, csak továbbítja azt, a legtöbb jogrendszerben nem is felel a közvetített OTT-s tartalomért (például minőség vagy szerzői jog szempontjából).

Az OTT-s tartalom gyakran azonos vagy hasonló ahhoz, amit egyes internetszolgáltatók kínálnak. Tipikusan audió- vagy videótartalmat nyújtanak ingyenes vagy fizetős OTT-szolgáltatásként, versengve az internetszolgáltatók zenetár-, video-on-demand és IPTV-s videószoftárváival. Világviszonylatban a legnépszerűbb OTT-s audió- és videószoftárvák közé tartozik például a YouTube, a Google TV, az Apple TV, valamint a Netflix, a Hulu, a Pandora Radio és a Spotify. Lényegét tekintve hasonló a helyzet az OTT-s üzenetküldő-szoftárvákkal, melyek a telefonszoftárvák sms- és hangszoftárváinak teremtenek konkurenciát.

A magyar internetezők többsége (94%) fogyaszt valamilyen OTT-tartalmat az interneten, háromnegyedük legalább kétfélét.

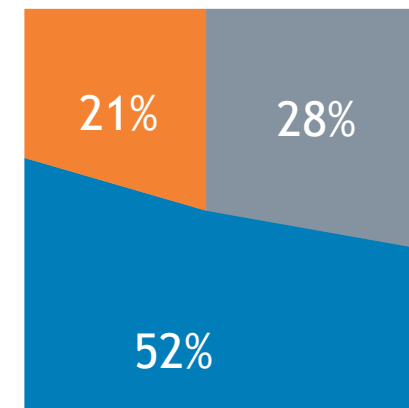
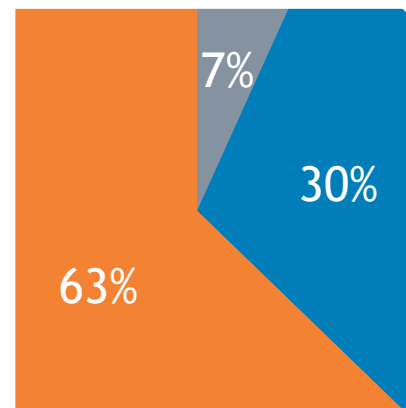
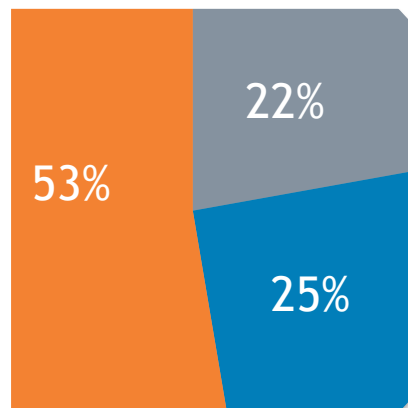
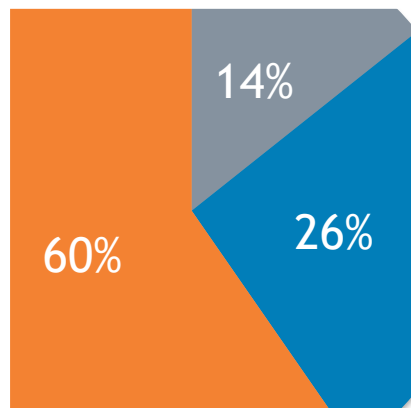


Hányféle OTT-t használ



■ 0 ■ 1 ■ 2 ■ 3

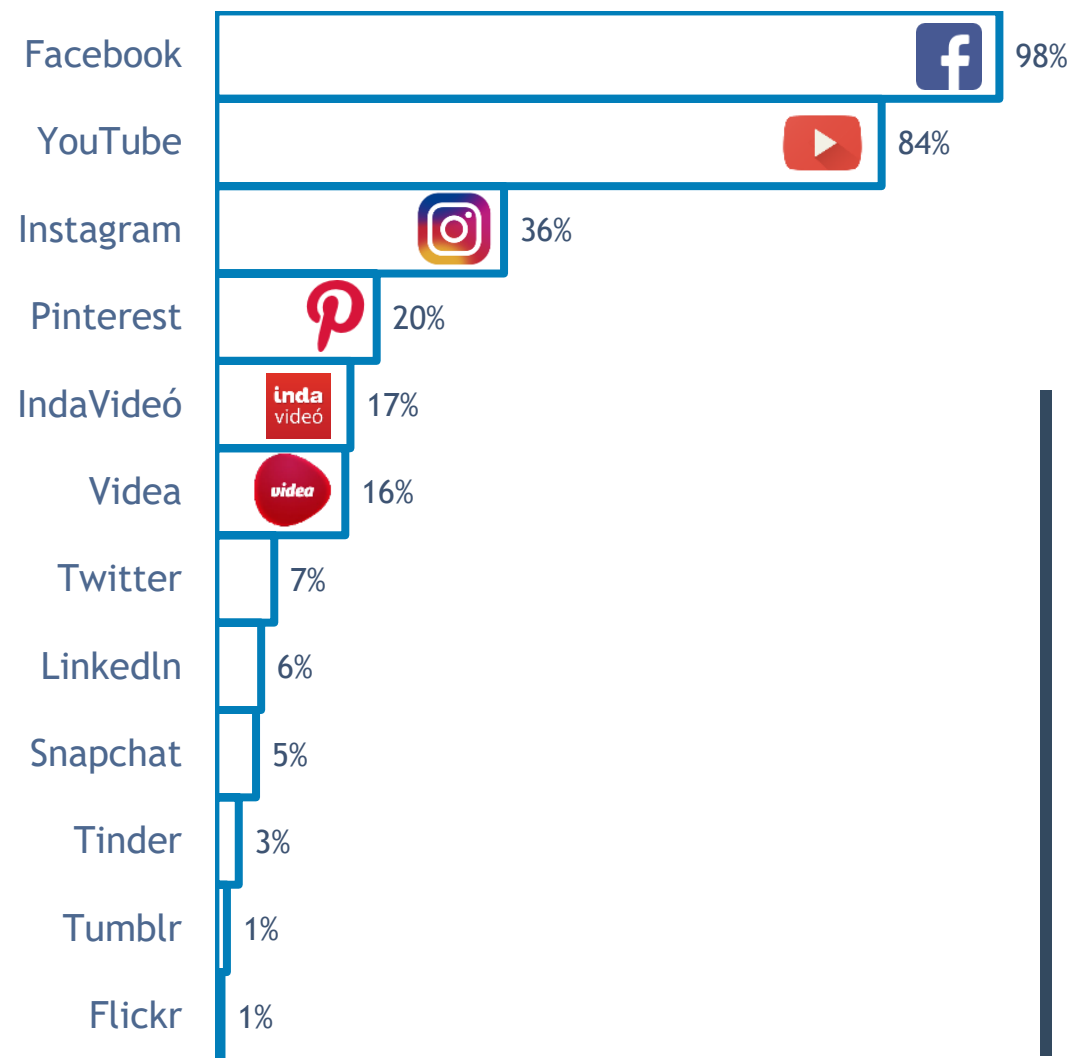
Az OTT hatása a hagyományos média használatára



- felhagyott vele vagy soha nem használta
- csökkent
- nem csökkent

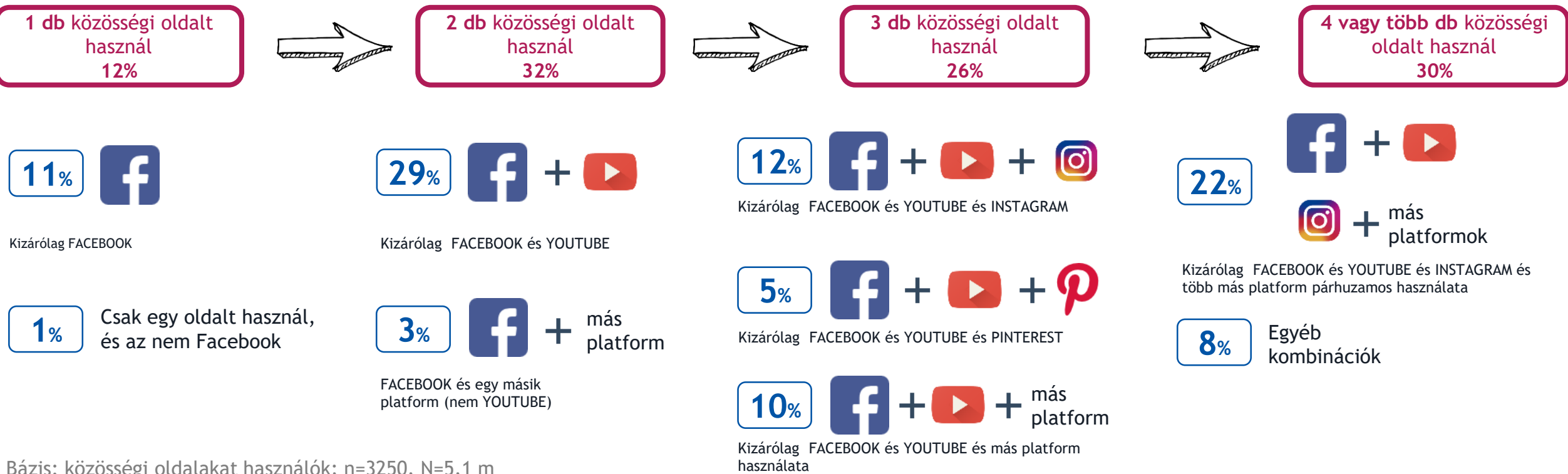
Az internetezők jelentős része már csökkentette vagy teljesen abba is hagyta a hagyományos média használatát, amióta az adott tevékenységet/ tartalmat online is el tudja érni. A legnagyobb mértékben az sms esetében tapasztalunk ilyen irányú változásokat: a válaszadók több mint fele állítja, hogy mióta csetprogramokat használ, kevesebb sms-t küld, 28% pedig teljesen abbahagyta (vagy el sem kezdte) az sms-írást.

Közösségi oldalak használata



A legelterjedtebb közösségi oldal továbbra is a Facebook, alig van olyan közösségimédia-használó, aki ne facebookozna. A YouTube rendelkezik a második legnagyobb felhasználói táborral. A harmadik leggyakrabban használt közösségi oldal az Instagram. 10-20% közötti használati arány jellemzi a Pinterestet, az IndaVideót, illetve a Videát. A többi közösségi média elterjedtsége ennél is alacsonyabb.

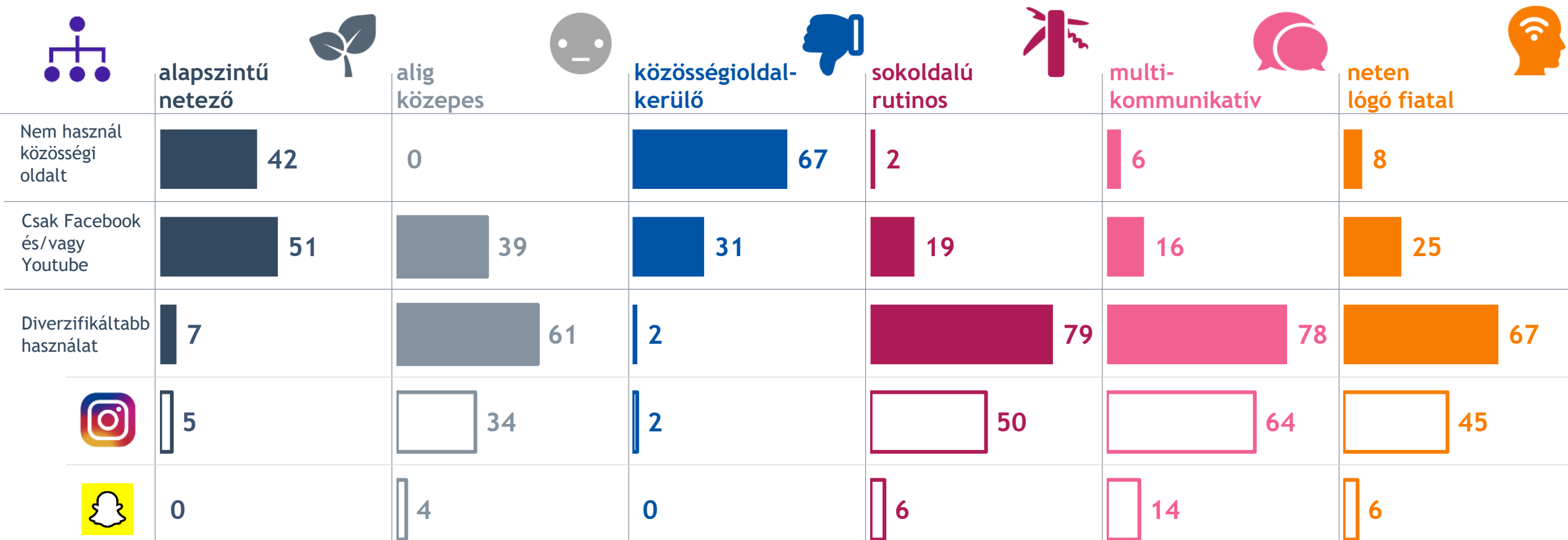
Közösségi oldalak használata



A közösségi oldalakat használók 11 %-a kizárólag a Facebookot, további 29%-a Facebookot és a YouTube-ot használja. A használat gyakoriságának növekedésével lép be az Instagram és a Pinterest, valamint különböző videómegosztó platformok (IndaVideó és Videá). A 4 vagy több platformot használók körében a Facebook, YouTube, Instagram az alap és még egyéb platformok használata is jellemző.

A közösségi oldalak használatának gyakorisága gyenge összefüggést mutat a demográfiai jellemzőkkel. Egyedül a válaszadó korának van hatása: a kor növekedésével csökken a használt platformok száma. Nincs szignifikáns hatása a lakóhely településtípusának, a válaszadó nemének, sem az anyagi helyzetnek. Az iskolai végzettség hatása szignifikáns, de alacsony mértékű (emelkedésével nő a használat gyakorisága). A korrallal azonos erősségű, de fordított irányú hatás tapasztalható az internetezési szokásokat vizsgáló változók modellbe történő bevonásával. Az internetezéssel töltött idő, valamint a jártasság az életkorral azonos mértékű, de pozitív irányú összefüggést mutat a használt közösségi oldalak számával.

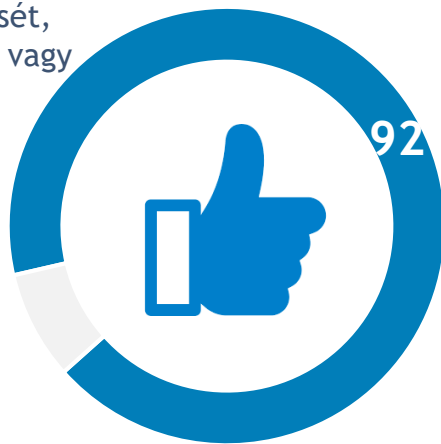
Közösségi oldalak - nethasználói típusok szerint



Az alapszintű netezők és a közösségioldal-kerülők között döntő többségben olyanokat találunk, akik egyáltalán nem használnak közösségi oldalakat vagy legfeljebb Facebookot és/vagy Youtube-ot használnak. Az alig közepes csoport körében átlagos használati intenzitás tapasztalható. A sokoldalú rutinosok és a neten lógó fiatalok az átlagosnál diverzifikáltabb, míg a multi-kommunikatív csoport kimagaslóan sok közösségi oldalt használ. Körükben a Snapchat használata közösségi oldalként (lájk, fotómegosztás) 14%, ami a teljes internetező népesség körében mindössze 3%, de az Instagramot használók aránya is közel háromszorosa a teljes mintában tapasztaltnak képest.

Közösségi oldalak használata - használati célok

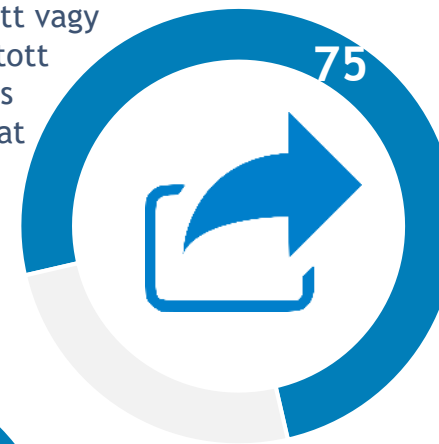
kifejezte tetszését,
lajkolt szöveges vagy
képes tartalmat



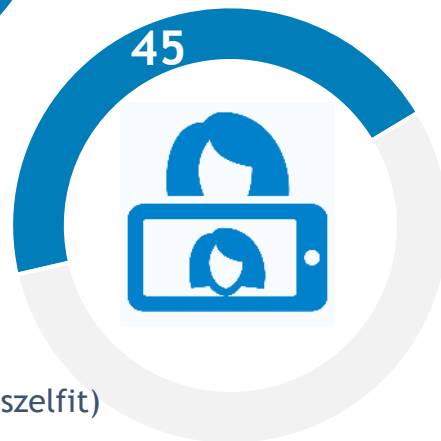
hozzászolt szöveges
vagy képen
megjelenő
tartalomhoz



közzétett vagy
megosztott
szöveges
tartalmat



közzétett saját
magáról készített
képet vagy videót (szelfit)



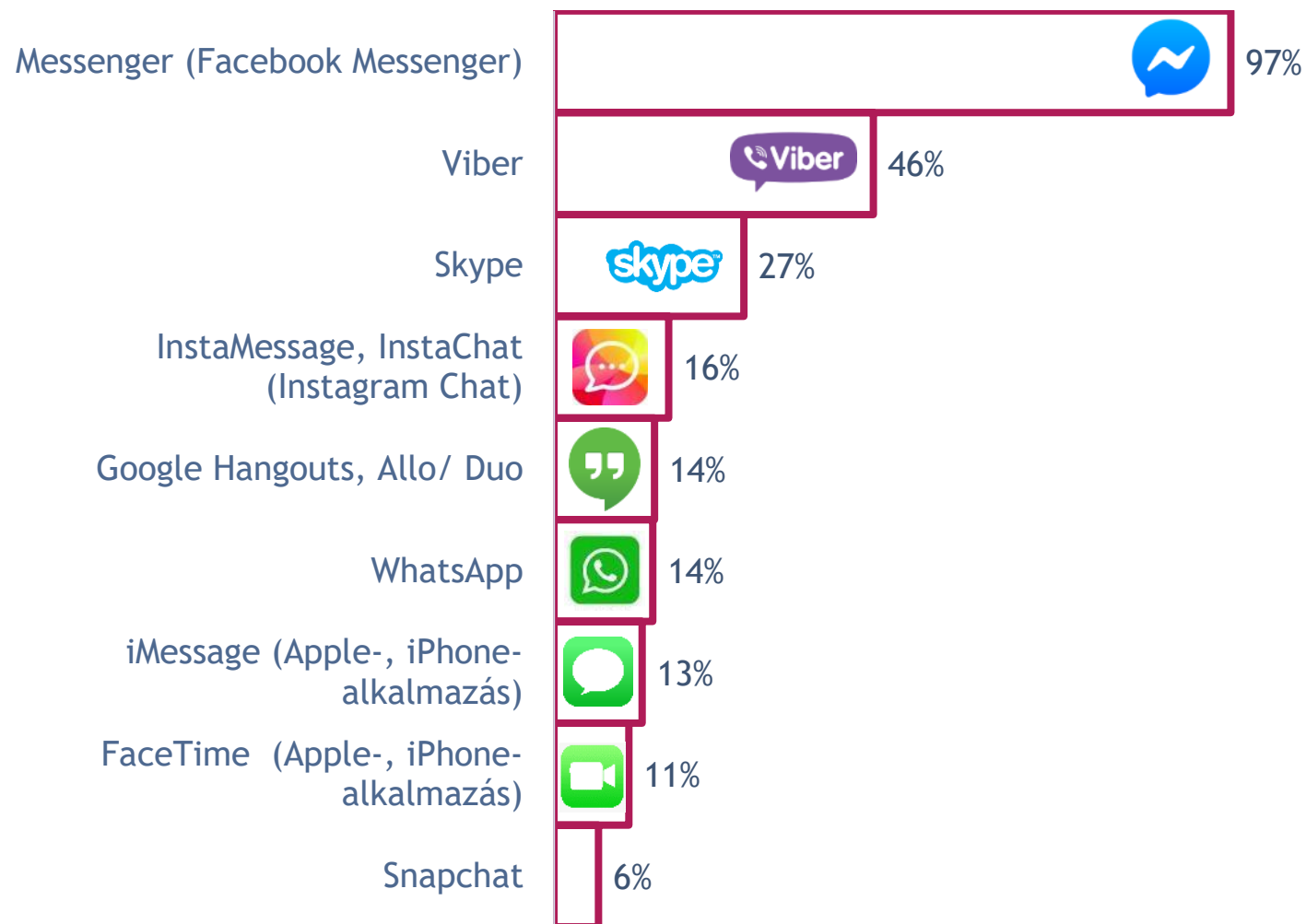
51

közzétett egyéb saját
készítésű képet vagy videót

%

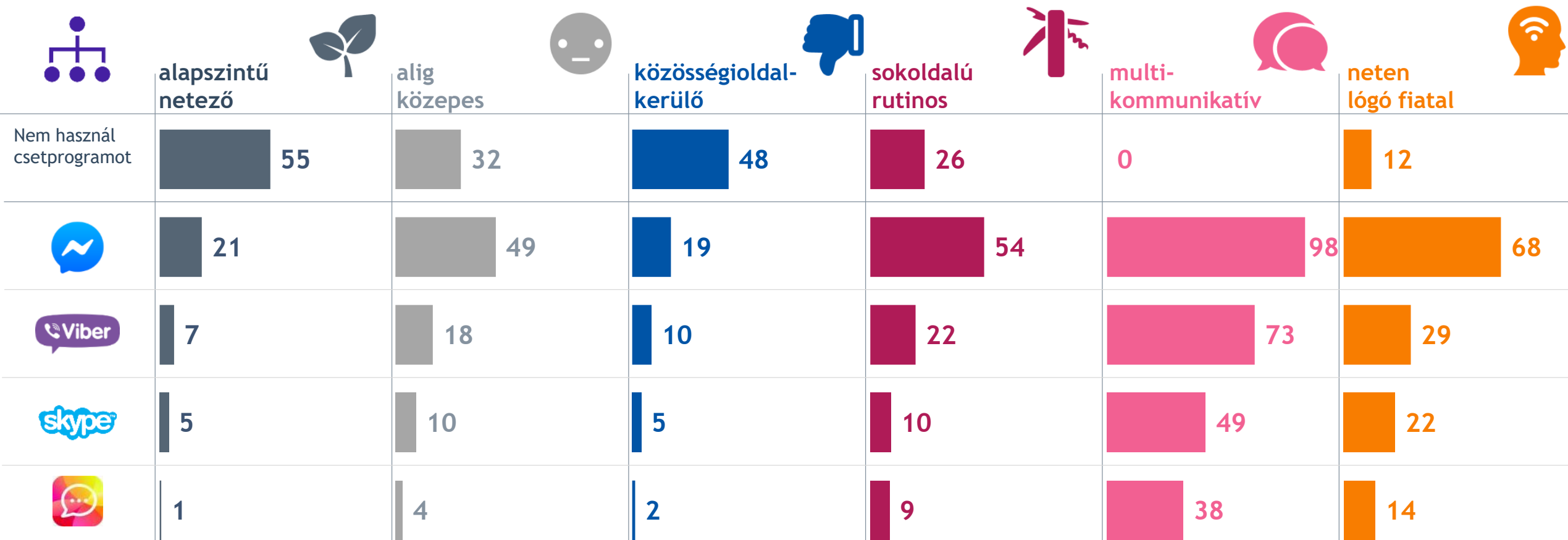
A közösségi médiát használók leggyakoribb aktivitása a „lajkolás”, ezt szinte mindegyikük megtette már. Háromnegyedük szólt hozzá valamely képhez vagy szöveges tartalomhoz, és hasonló a gyakorisága a szöveges tartalmak megosztásának is. A képek megosztása már valamivel ritkább, különösen ha szelfiről van szó. A nők aktívabbak a férfiaknál a lajkolásban, hozzászólásban és a szövegmegosztásban. A fiatalokra pedig a képek (akár szelfi, akár más) megosztása jellemzőbb, mint az idősebbekre.

Csetprogramok használata



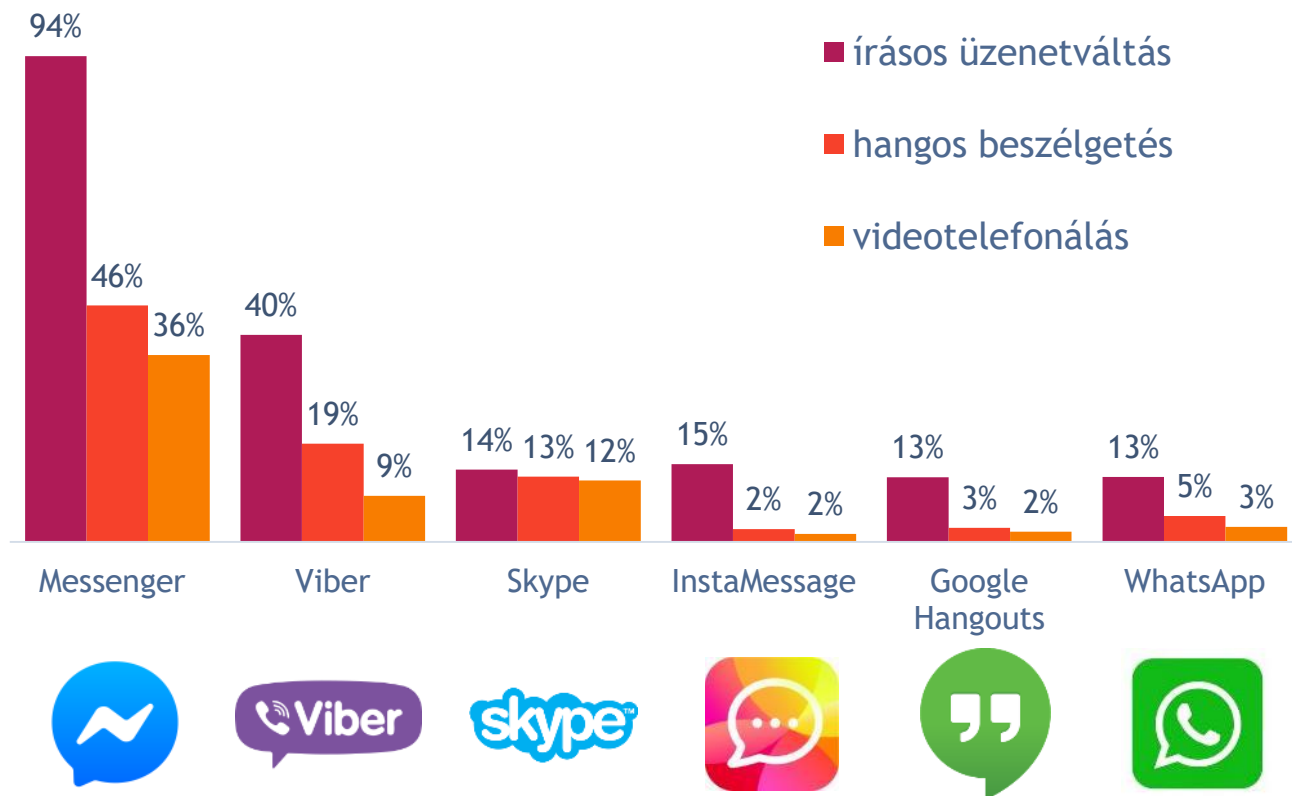
A csetprogramok közül a legtöbb csetelő a Facebook Messengerét használja (szinte mindenki). Ennél jóval alacsonyabb használati arány jellemzi a második és a harmadik helyen álló Vibert (46%) és Skype-ot (27%). Hasonló, 10-20% közötti felhasználótáborral rendelkezik az ábrán látható következő öt csetalkalmazás. Míg e kevésbé elterjedt alkalmazások többségét inkább a fiatalok használják (InstaMessage, iMessage, FaceTime, Snapchat), addig a Skype és a Hangouts inkább az idősebbek cset-csatornája, a Viber pedig a középkorúaké.

Csetprogramok - nethasználói típusok szerint



A multi-kommunikatív csoportba tartozók több csetprogramot is használnak egyszerre (a Snapchat használata csetelésre körökben 18%). A Viber átlagon felüli használata rajtuk kívül a sokoldalú rutinosak, valamint a neten lógó fiatalok körében tapasztalható. A Skype az erősen csetelő csoporton kívül még a neten lógó fiatalokra jellemző. Az InstaChat használata a sokoldalú rutinos csoportban inkább átlagos. Igazi népszerűsége csak a két erősen csetelő csoportban van.

Csetprogramok használati módja

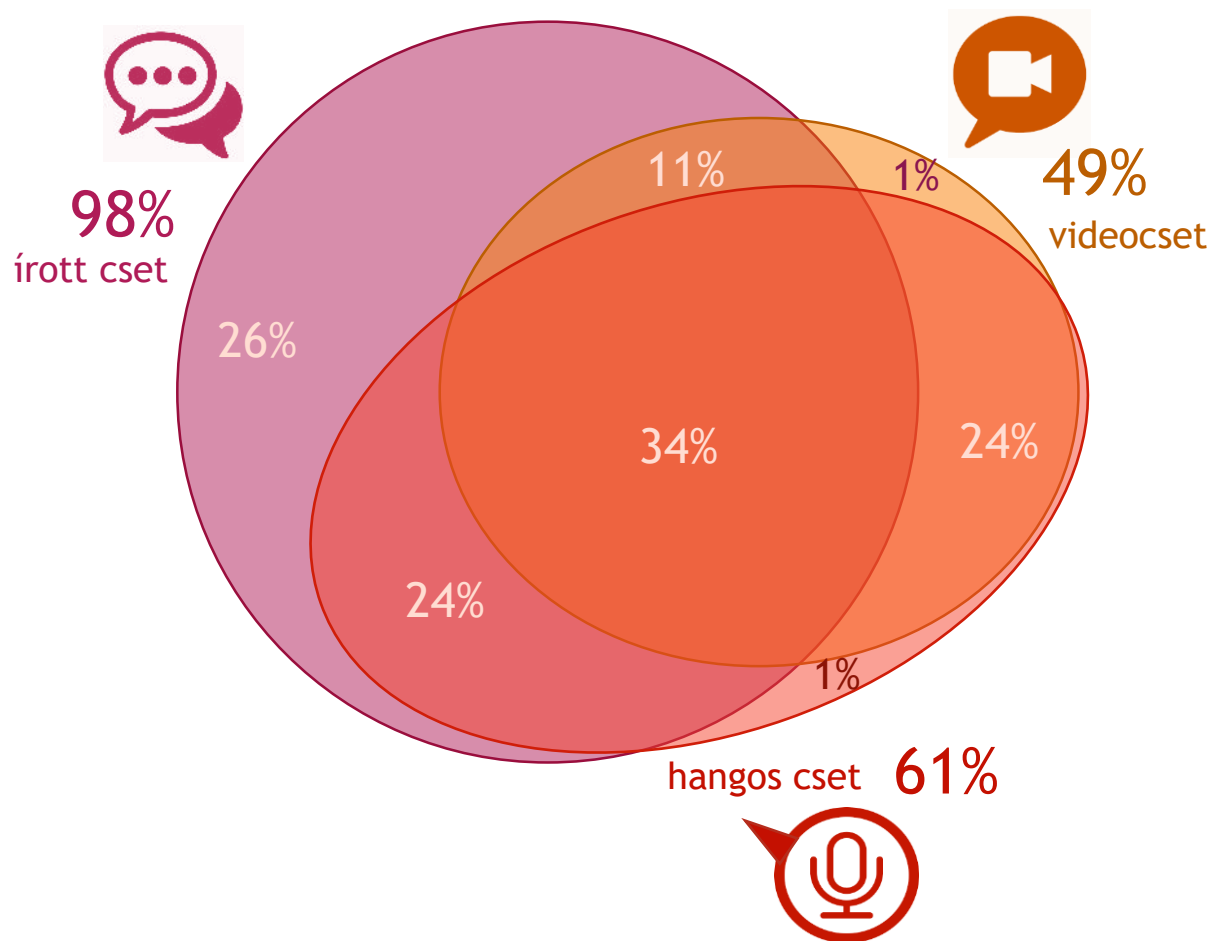


A különböző csetprogramok használói leginkább írásos kommunikációra használják az alkalmazást. A videotelefon használata már megközelíti a hangos beszélgetését, de többnyire mindkettő messze elmarad az írásos cset gyakoriságától.

A Skype az egyedüli csetprogram, amelyet közel azonos arányban használnak írásos üzenetváltásra, beszélgetésre és videóhívásokra.

A csetprogramok használati módjában nincs lényeges eltérés a különböző nethasználói típusok szerint.

Csetprogramok használati módja - összesítve

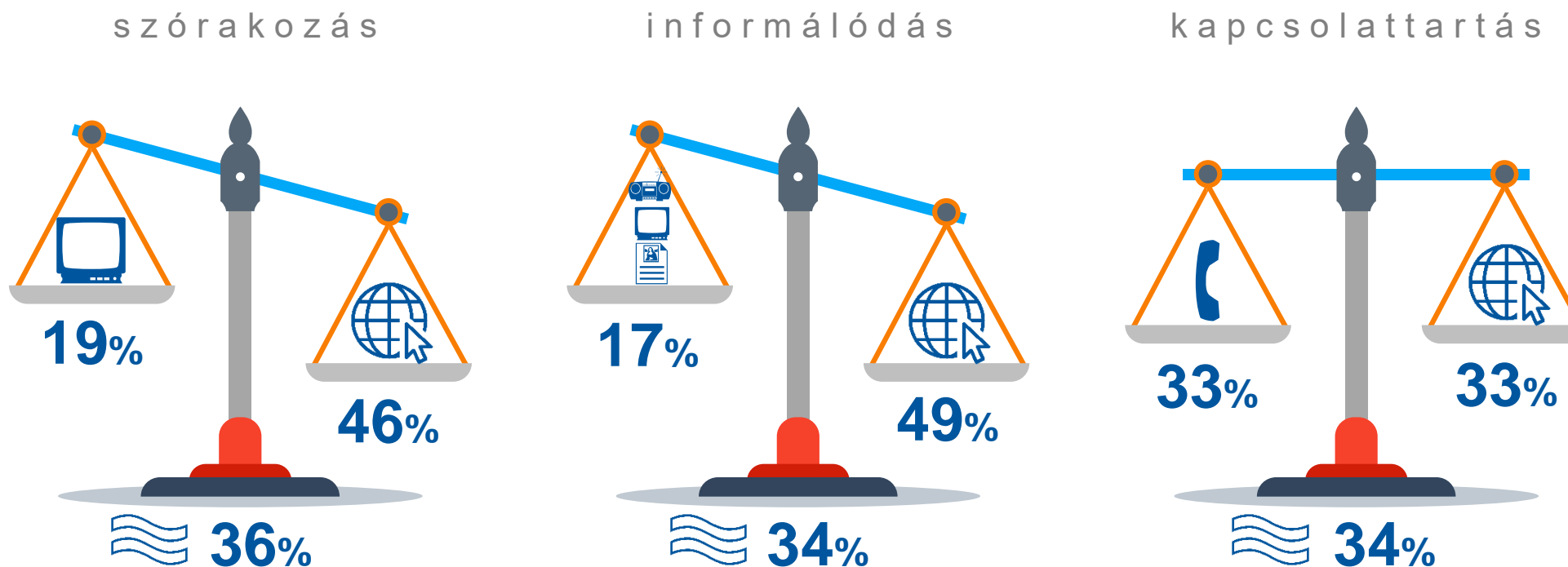


A csetprogramokat bár a legtöbben írásos üzenetváltásra használják, a háromféle használati mód kombinációi közül a leggyakoribb az, amely mindhármat tartalmazza: a csetelők egyharmada mind írásos üzenetváltásra, mind hangos beszélgetésre, mind videótelefonálásra használja valamelyik csetalkalmazást.

Médiaverseny

Az internetezők szórakozási és tájékozódási célból az internetet részesítik előnyben a hagyományos médiával szemben. Kapcsolattartásra viszont ugyanannyian használják a telefont, mint az internetet.

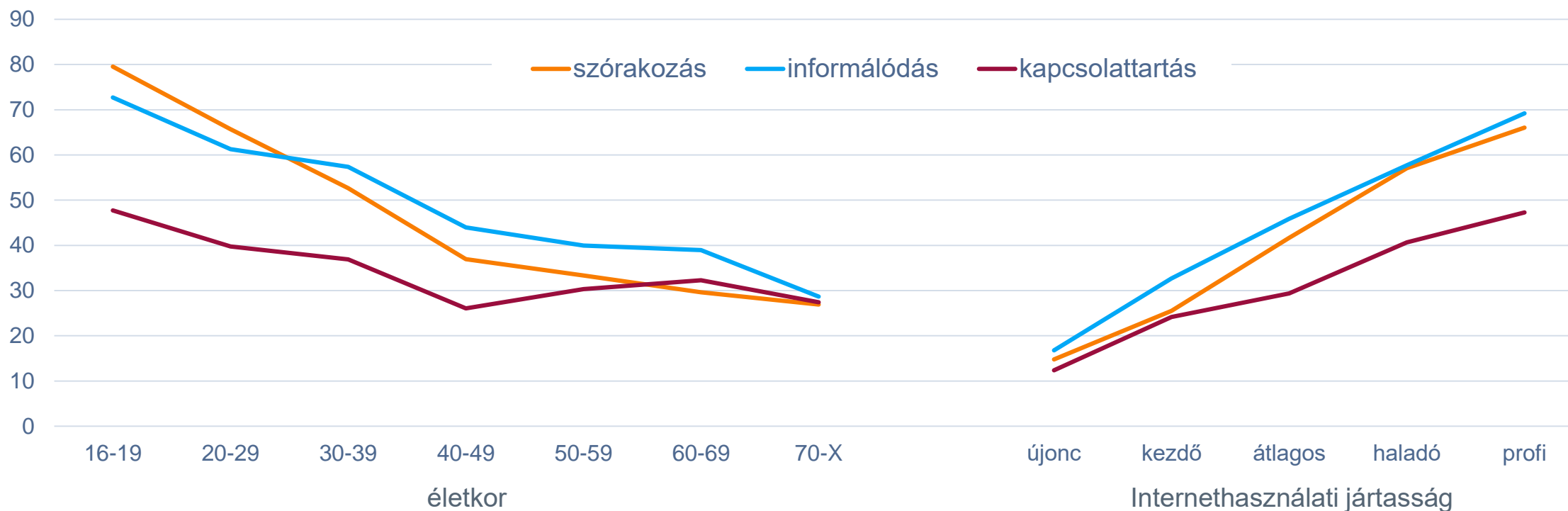
Mely kommunikációs eszközt használja gyakrabban az alábbi célokra:



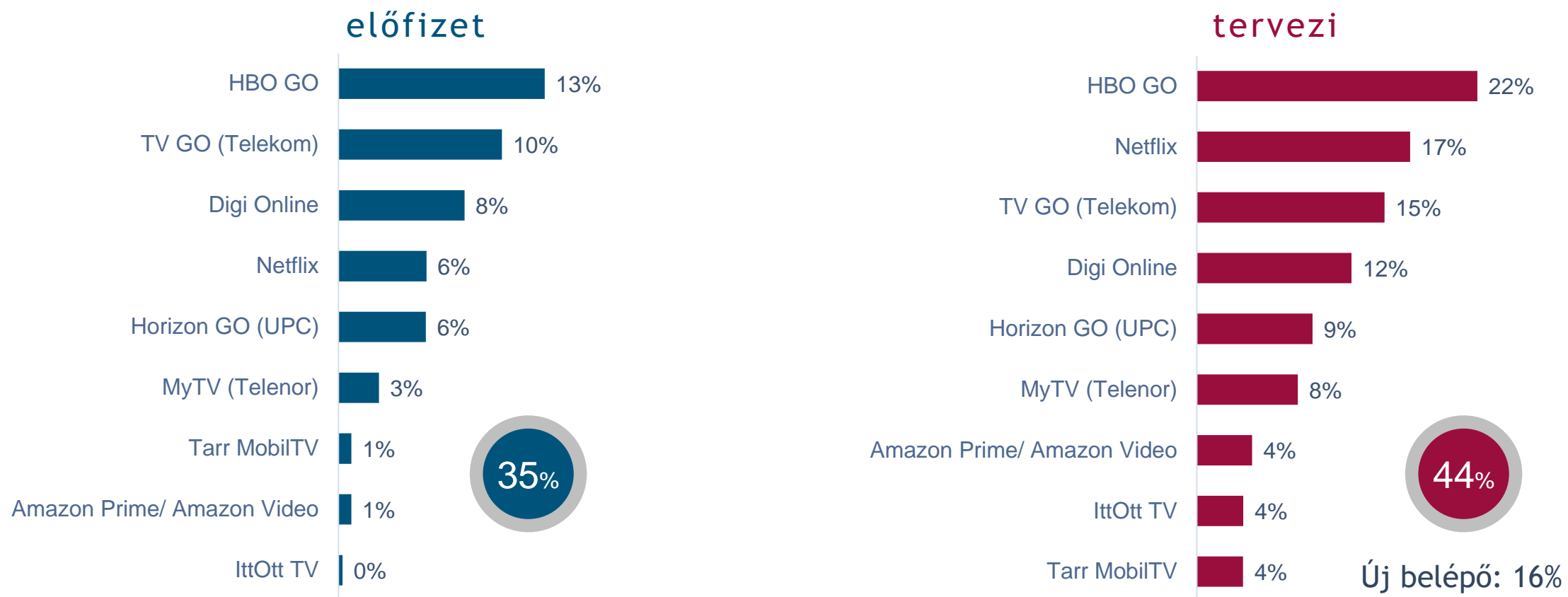
Médiapreferencia

Minél fiatalabb valaki és minél járatosabb az internethasználatban, annál inkább előnyben részesíti az OTT-t a hagyományos médiával szemben.

Az adott területen az internetet a hagyományos médiánál gyakrabban használók aránya

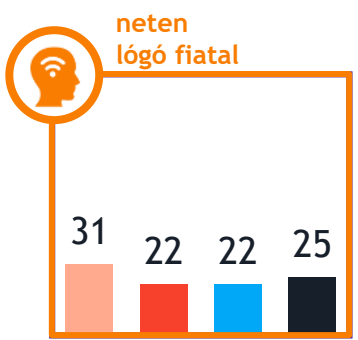
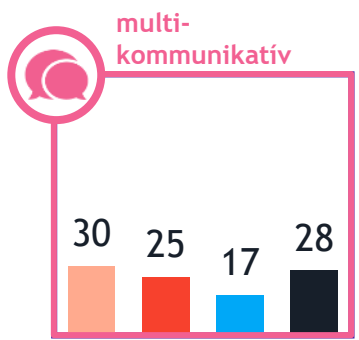
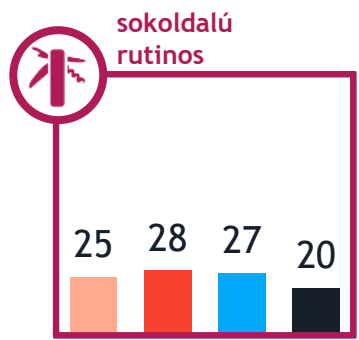
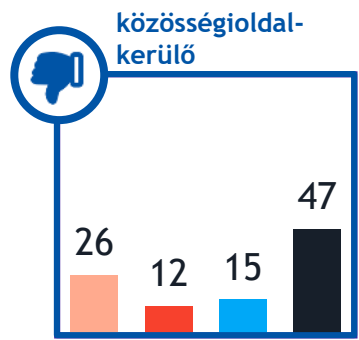
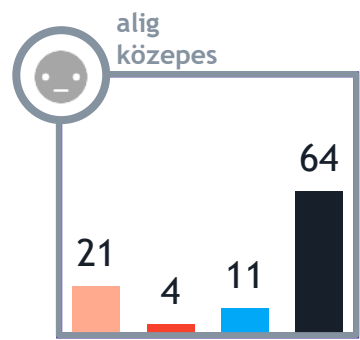
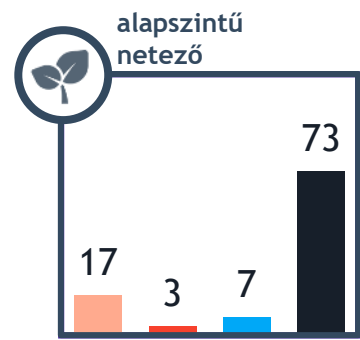
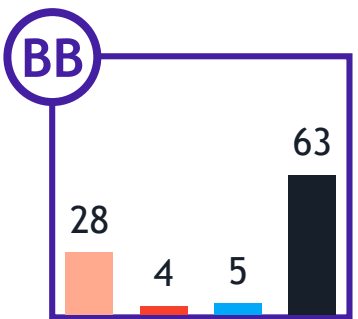
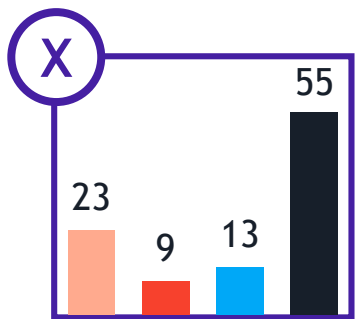
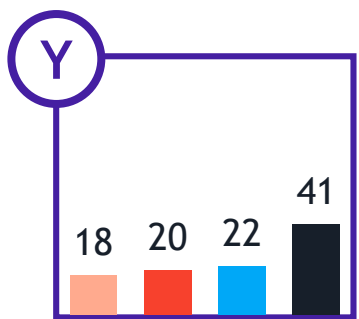
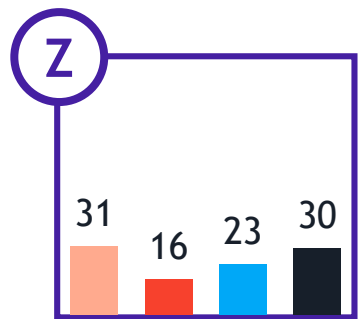
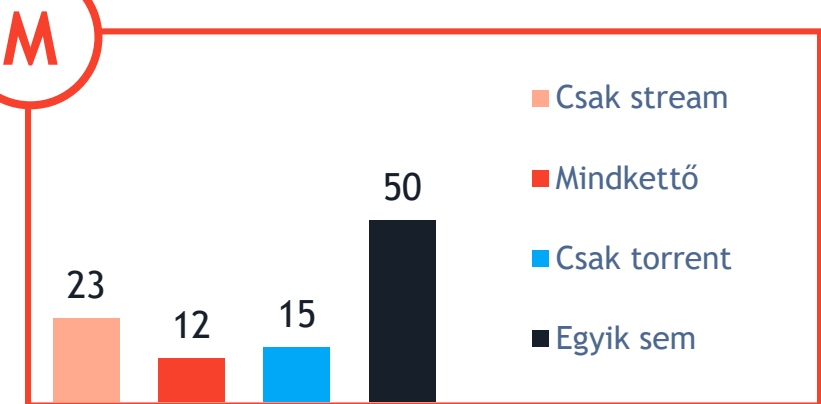


Előfizetés online tévé- és filmszolgáltatásra



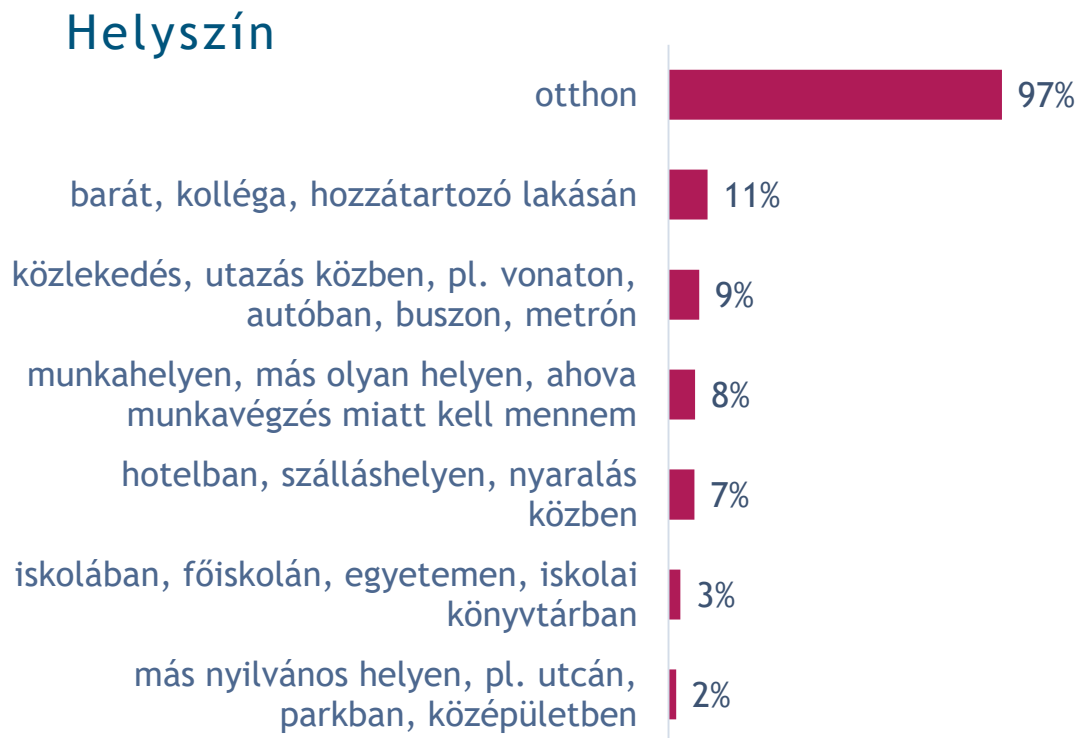
Az internetezők 35%-ának van otthon valamilyen online tévé- vagy filmszolgáltatásra előfizetése, és 44% tervezi, hogy a következő évben előfizet ilyen szolgáltatásra (ebből 16%-nak jelenleg nincs ilyen előfizetése). A legnépszerűbb továbbra is az HBO GO.

Torrent vs. fizetős online filmnézés (streaming)

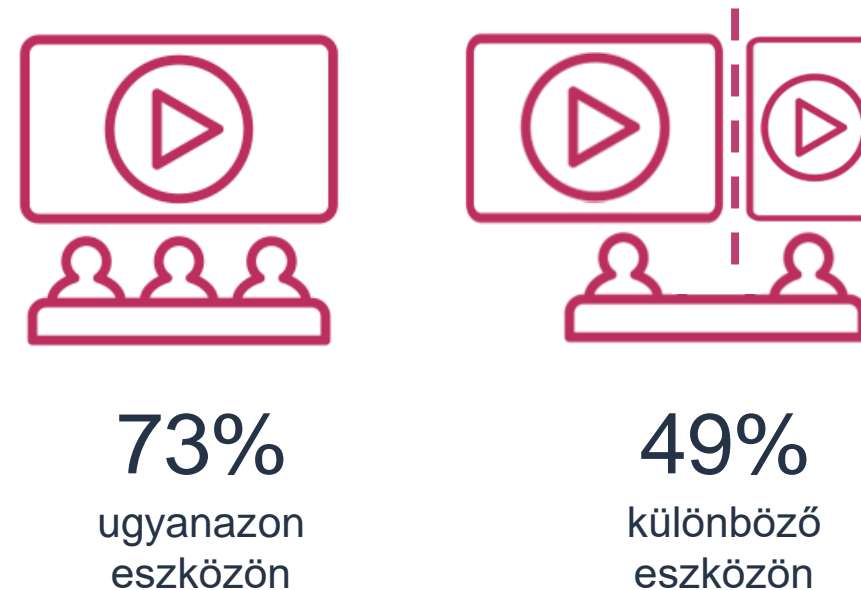


Mind a torrentezés, mind a fizetős online filmnézés az átlagosnál gyakoribb a Z- és az Y-generáció tagjai között. A Z-generáció tagjai körében a legmagasabb a kizárólag előfizetős streaming szolgáltatásokat használók aránya. A torrentezés gyakorisága az Y- és Z-generációban hasonló. Attitűdcsoportok szerint a sokoldalú rutinos, a multi-kommunikatív, valamint a fiatal netfüggő csoportokban gyakori ez a két tevékenység. A sokoldalú rutinosok körében a torrentezésnek nagyobb szerepe van, mint a többi csoportban.

Internetről származó filmek, sorozatok nézése - helyszín



Együtt vagy külön

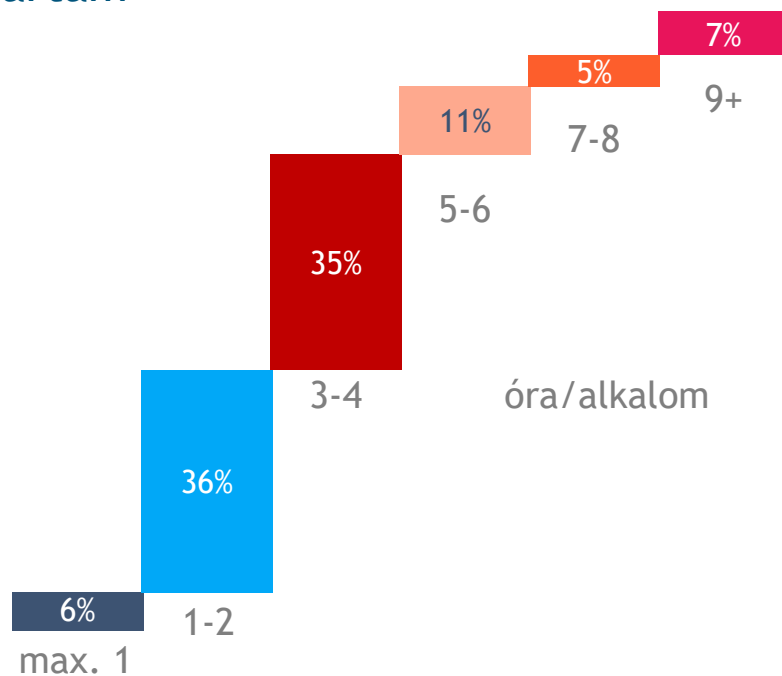


Az internetezők 58%-a szokott mostanában olyan filmeket, sorozatokat nézni, amelyekhez az interneten keresztül jutott hozzá. Az ilyen filmeket szinte mindenki otthon (is) nézi. Kb. egytizedükre jellemző, hogy más lakásán vagy utazás közben néznek filmet.

Az internetes filmet nézők 77%-a szokott a vele együtt élővel ugyanabban az időben internetről származó filmet nézni. Többségük ugyanazt a filmet nézi ugyanazon az eszközön, de már az internetes filmet nézők felére jellemző, hogy külön eszközön néznek filmet egyszerre.

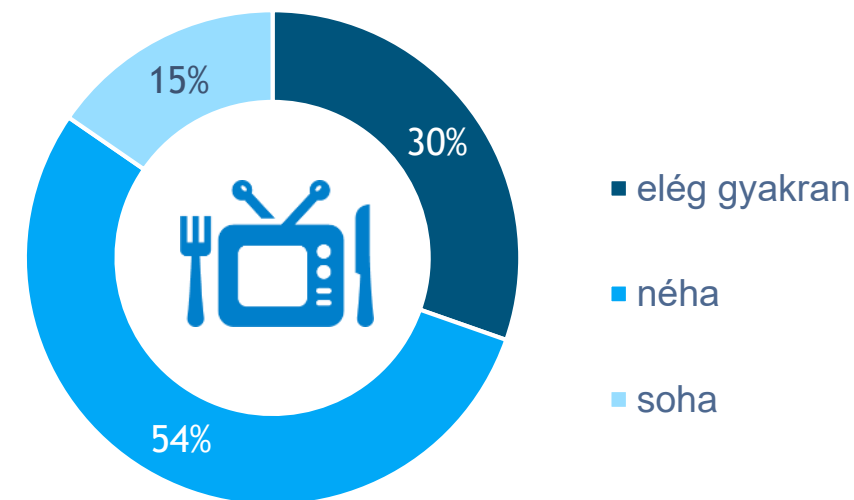
Internetről származó filmek, sorozatok nézése - idő

Időtartam



„Binge-watching”

Film/ sorozat több részét megnézi egyszerre

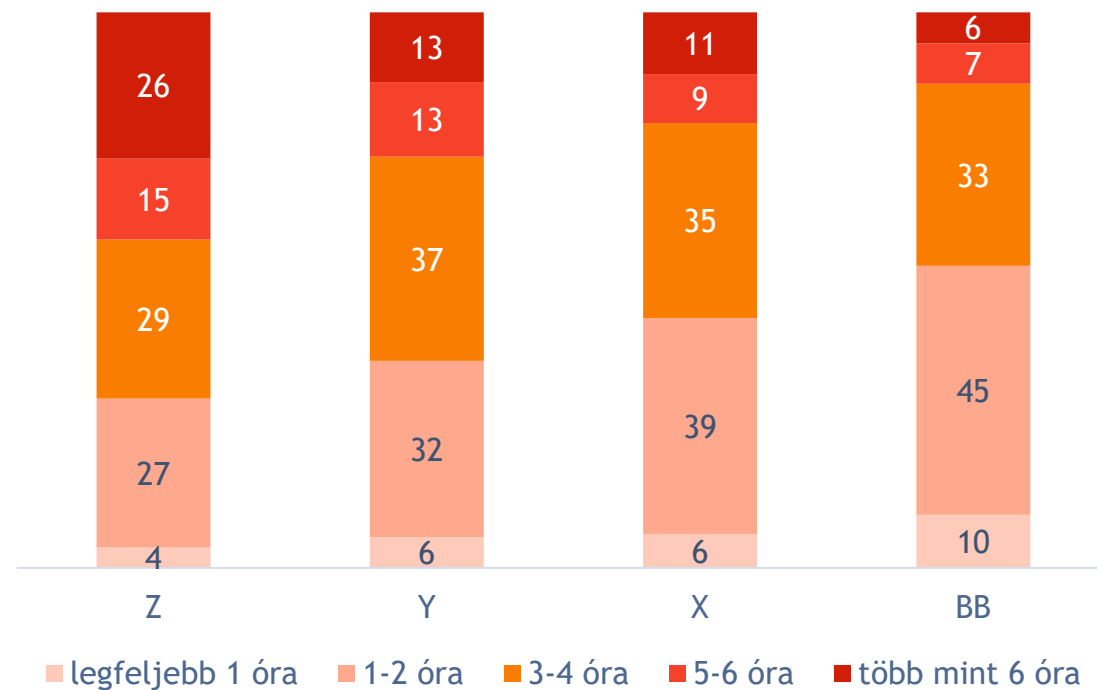


Az internetről származó filmet nézők közel háromnegyede maximum 1-4 órát tölt egyfolytában ezzel a tevékenységgel, és csak 12%-uk nézett már 7 óránál tovább is filmeket a netről.

A „binge-watching” gyakori alkalmazása (vagyis hogy film vagy sorozat több részét folyamatosan egymás után megnézik) már közel egyharmadukra jellemző, legalább alkalmanként pedig már 85%-ukkal előfordult ilyesmi.

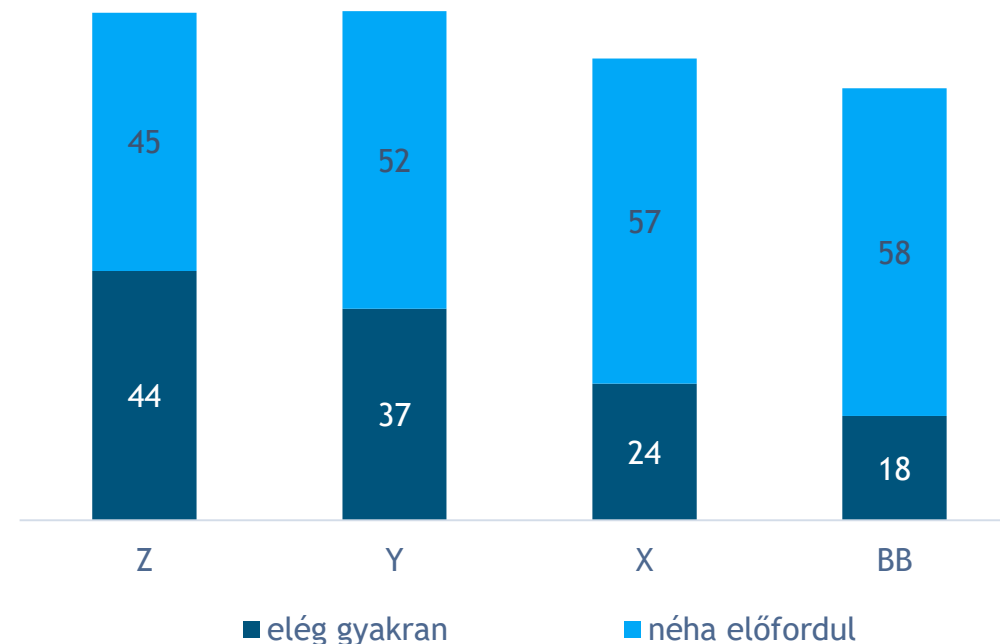
Internetről származó filmek, sorozatok nézése - generációk

Szünet nélküli filmnézés leghosszabb ideje



„Binge-watching”

Film/ sorozat több részét megnézi egyszerre



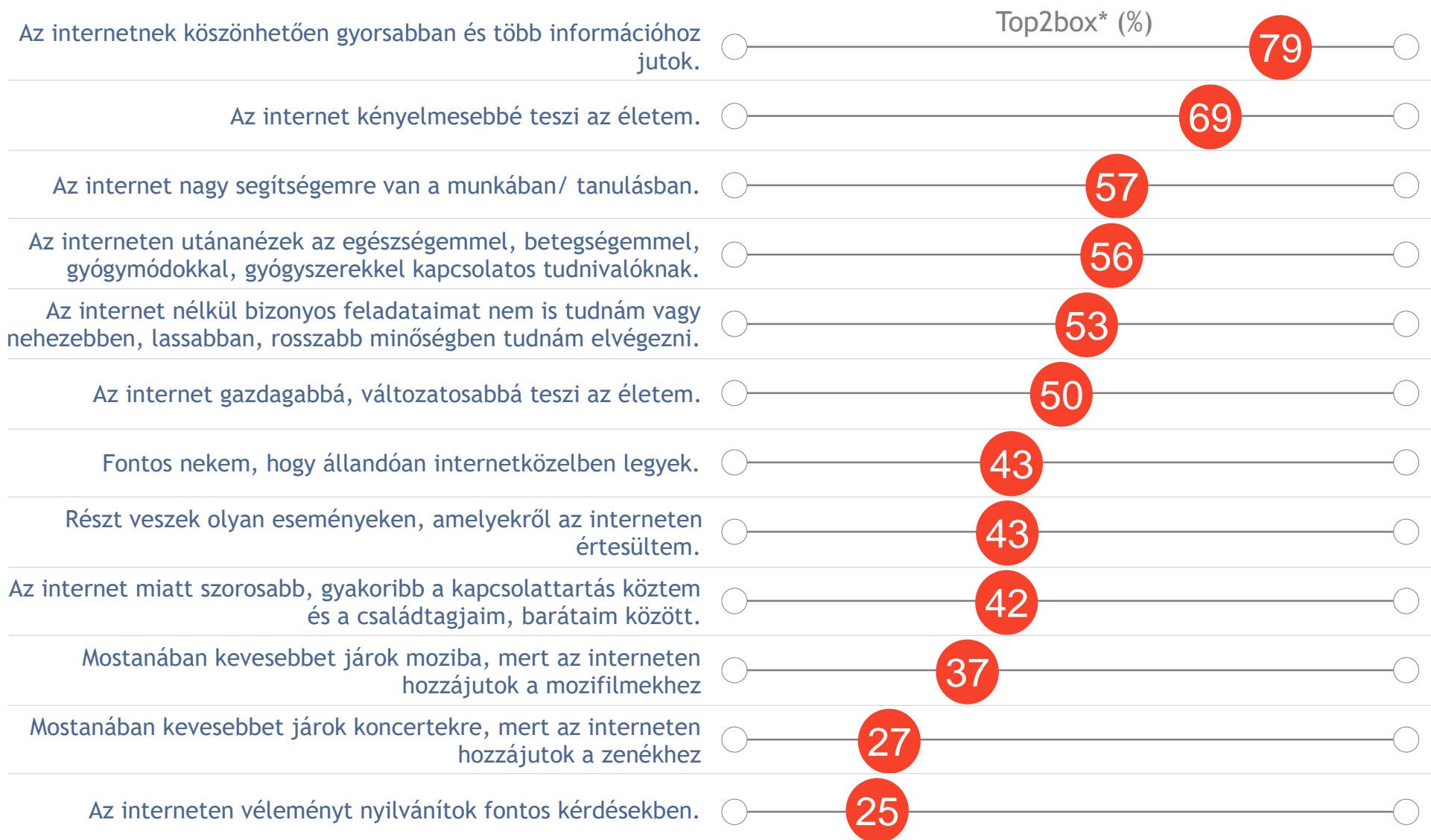
Minél fiatalabb generációt nézünk, annál gyakoribb a „binge-watching” jelensége. A Z-generáció tagjainak egynegyedével fordult elő az utóbbi egy évben, hogy több mint 6 órát töltött egyhuzamban internetről származó film vagy sorozat nézésével. 44%-uk elég gyakran néz meg egyszerre több részt egy-egy sorozatból.



Internethez és okostelefonhoz fűződő viszony

Internet és okostelefon szerepe a mindennapi életben, attitűdök, használati szokások,
alkalmak, kötődés erőssége

Az internet szerepe az életünkben (attitűdök)



Az internet a használói többsége számára segítség az információszerzésben, munkában, tanulásban, egészségmegőrzésben. Azzal kétharmaduk egyetért, hogy kényelmesebbé teszi az életet, de csak felük szerint teszi változatosabbá. Az offline kapcsolattartásra és részvételre való pozitív hatását már kevesebben érzékelik.



Internethez való viszony

Az attitűdállításokat többváltozós statisztikai eljárással vontuk össze egy dimenzióba, amely a felhasználó internethez fűződő viszonyát fejezi ki. Minél magasabb az értéke, annál fontosabbnak érzi valaki az internetet az életében. Ezt a mutatót osztottuk fel 5 csoportba, melynek középső tagját átlag körüli attitűdök jellemzik, a szélső kategóriák pedig az átlagosnál szorosabb, illetve lazább viszonyt tükröznek.

Az internethez való viszony leginkább a netezéssel töltött idővel és az internethasználati jártassággal van összefüggésben. A demográfiai háttér hatása kisebb: ezek közül is főleg a településtípus és az iskolai végzettség mutat összefüggést ezzel a mutatóval.

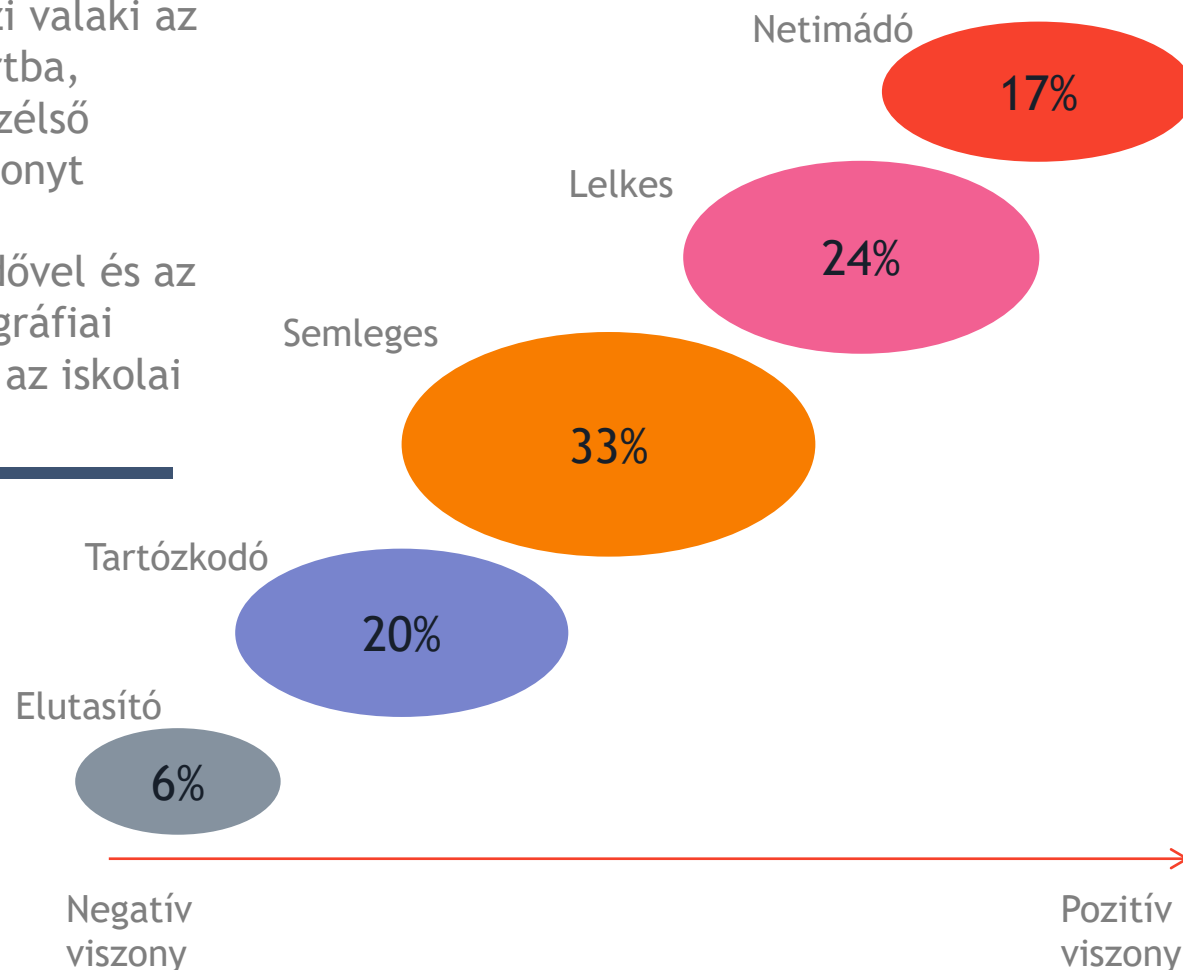
Az internethez fűződő viszonyt legerősebben meghatározó állítások:

Az internet gazdagabbá, változatosabbá teszi az életem.

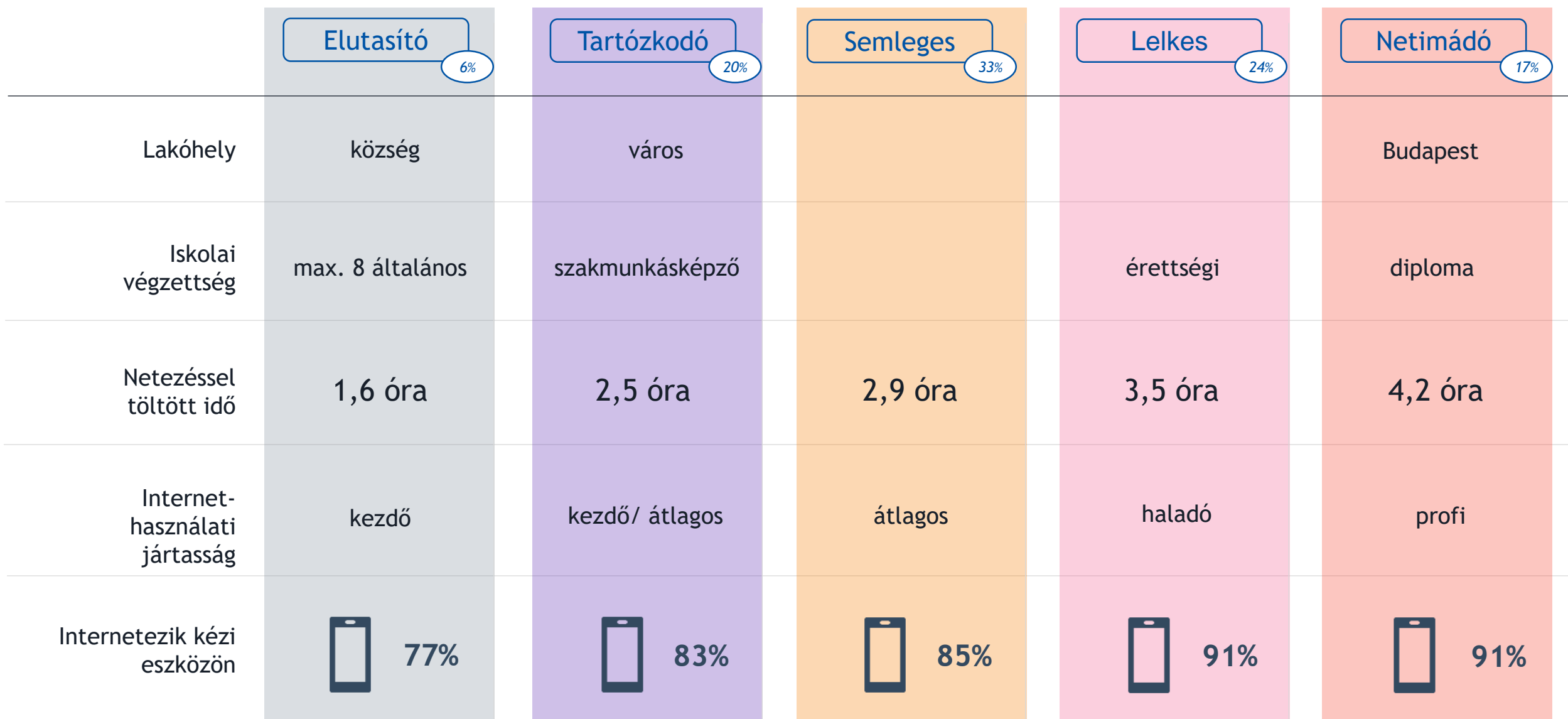
Az internet kényelmesebbé teszi az életem.

Fontos nekem, hogy állandóan internetközelben legyek.

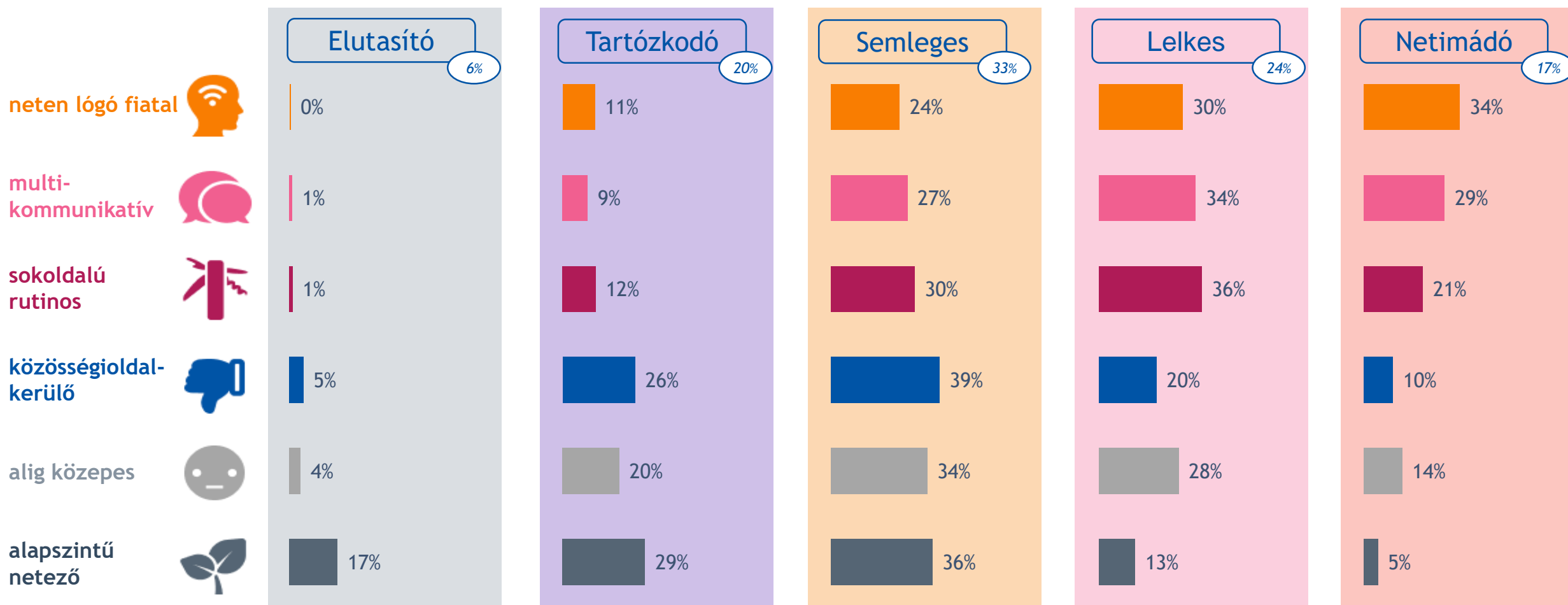
Az internetnek köszönhetően gyorsabban és több információhoz jutok.



Internethez való viszony – demográfiai és használati háttér



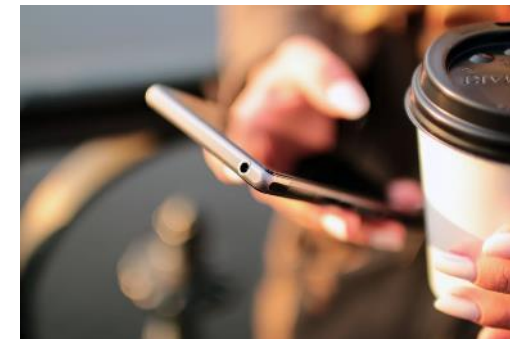
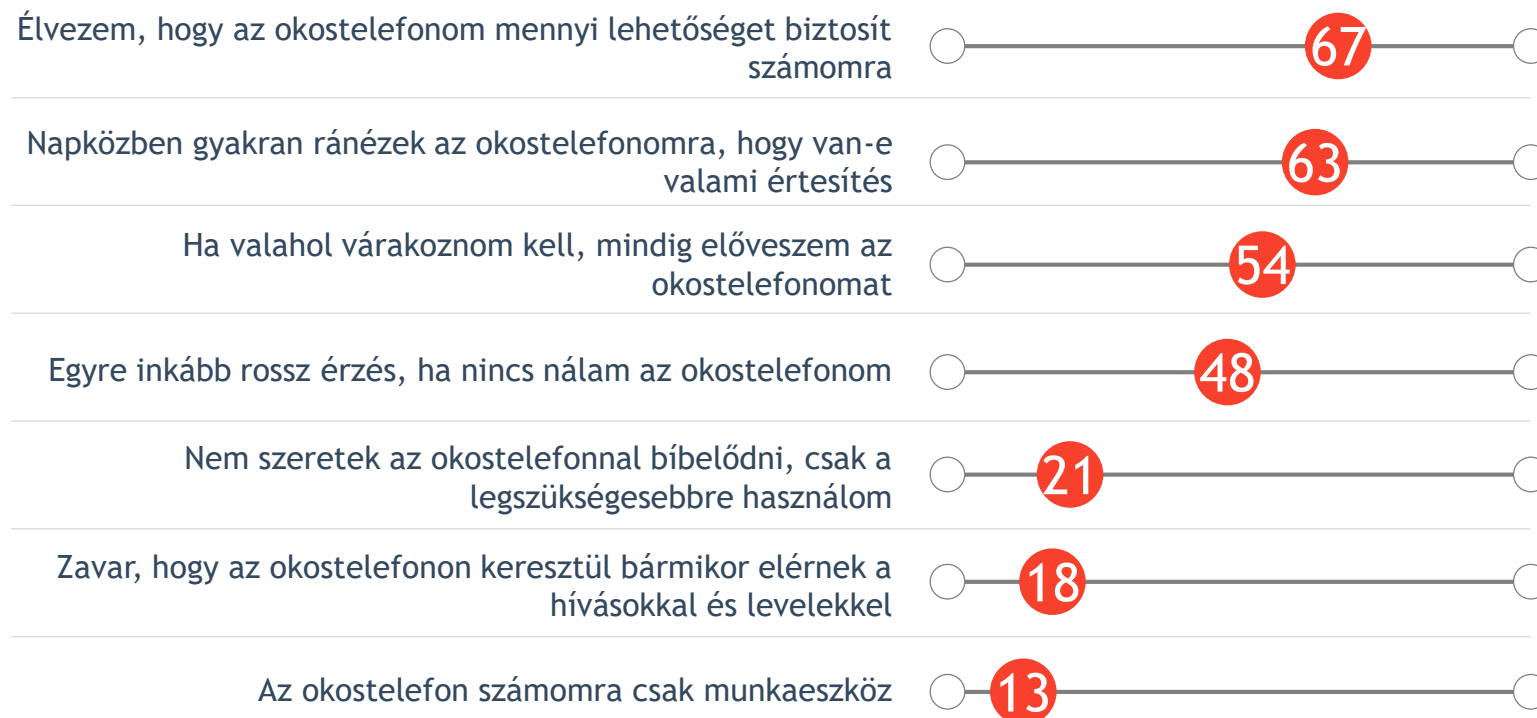
Internethez való viszony – nethasználói típusok szerint



Az internethez fűződő viszonyt elég markánsan meghatározza, hogy melyik nethasználói típusba tartozik valaki. A neten lógó fiatalok legnagyobb hányada netimádó, míg az alapszintű netezők közt az átlagosnál több az elutasító és a tartózkodó. A multi-kommunikatívak és a sokoldalú rutinosak legnagyobb része a lelkes csoportba sorolható, a közösségioldal-kerülők pedig inkább semlegesek.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=4000, N=6,53 m

Az okostelefonhoz való kötődés - attitűdök



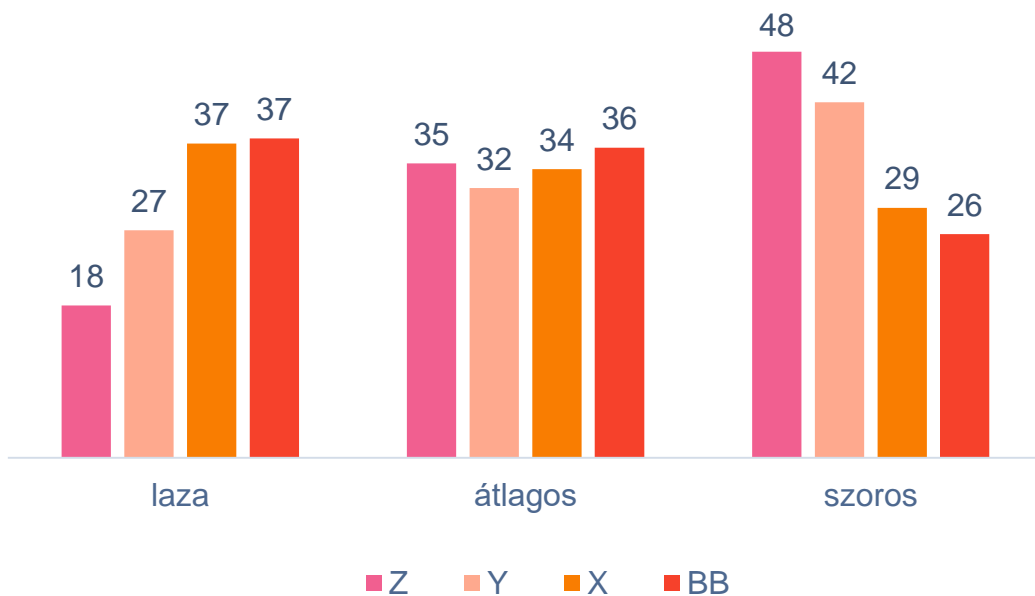
Top2box* (%)

Jóval többen észlelik magukon az okostelefonhoz való hozzászokás egy vagy több jelét, mint amennyien az eszköztől való idegenkedés valamely jelét említik. A leginkább azonban az eszköz által biztosított lehetőségek nyújtanak örömet a használatában. Kevesen vannak, akik csak a szükség miatt használják.

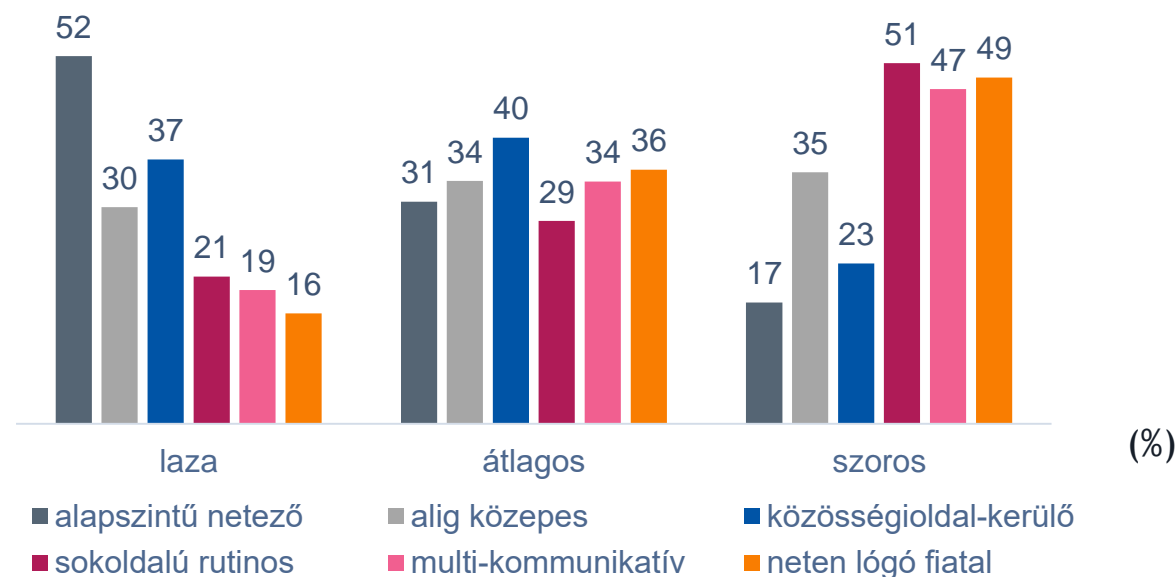
Okostelefonhoz való kötődés

Az okostelefonhoz való kötődés állításait többváltozós statisztikai eljárással összevontuk egy dimenzióba, amely gyakorlatilag a telefonfüggőséget jelenti. Minél magasabb az értéke, annál inkább kötődik valaki az okostelefonjához. Ezt a mutatót osztottuk fel 3 részre, melynek középső tagját átlag körüli kötődés jellemzi, a szélső kategóriák pedig az átlagosnál szorosabb, illetve lazább viszonyt mutatják. Ez nagyjából három egyenlő csoportra osztja az okostelefon-használókat. Minél fiatalabb generációt nézünk, annál szorosabb kötődést látunk. A nethasználati szegmensek közül a sokoldalú rutinosnak, a neten lógó fiatalnak és a multi-kommunikatívnak a legerősebb a kötődése az okostelefonhoz.

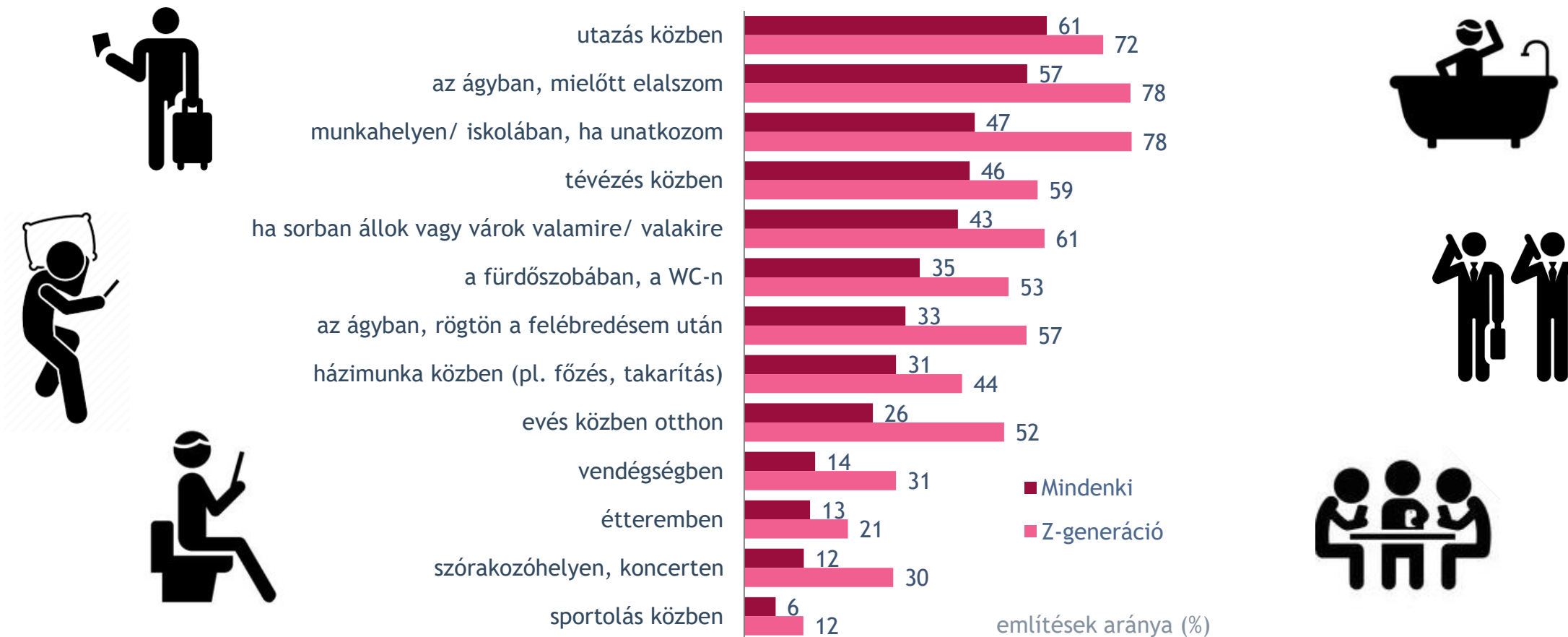
Generációk szerint



Internethasználói típusok szerint

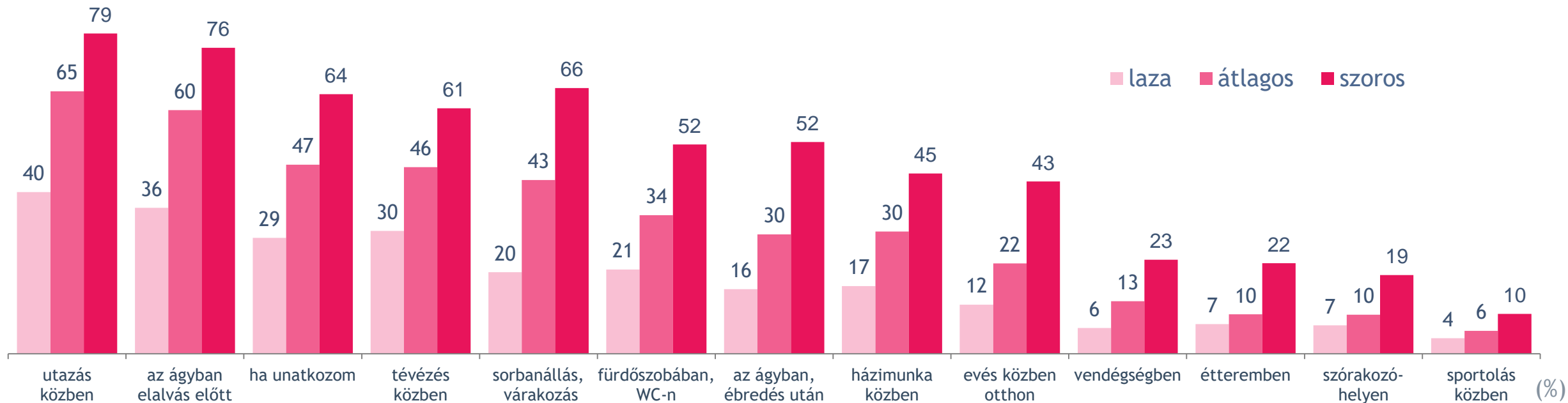


Az okostelefon-használat alkalmai



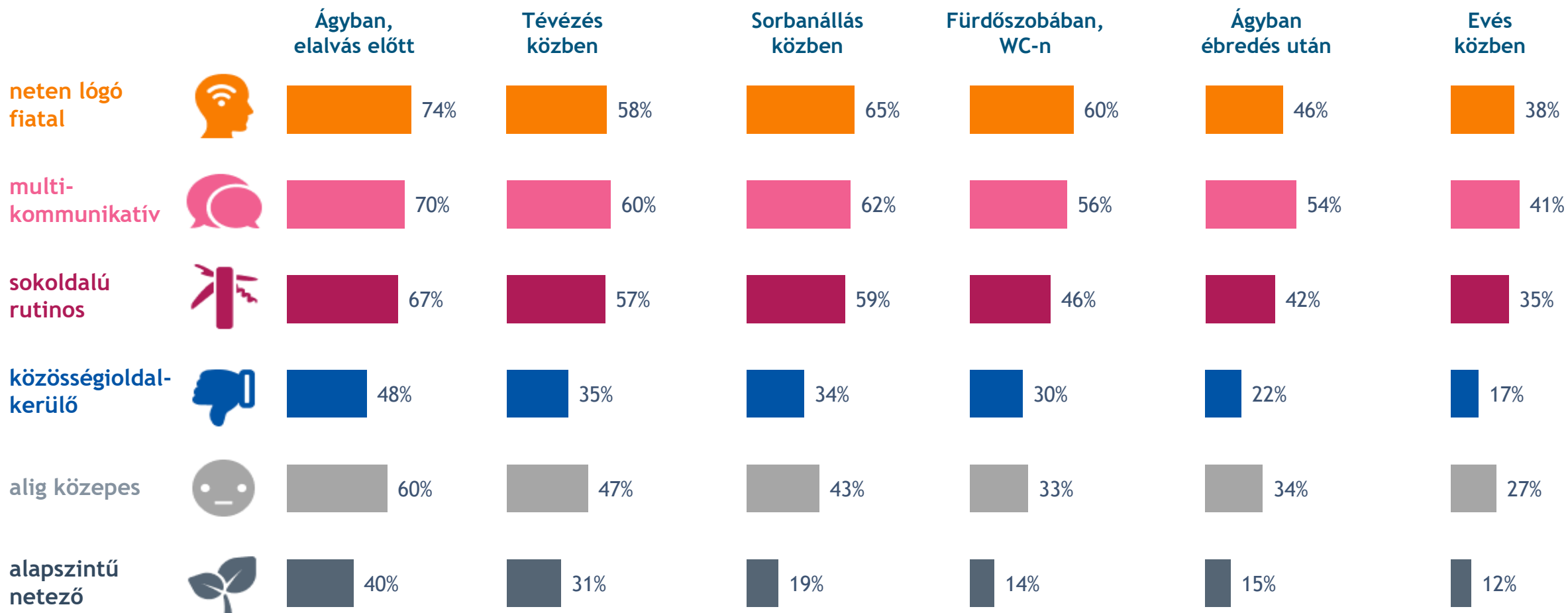
Az okostelefonjukat az emberek nagy része már nemcsak utazás vagy várakozás közben veszi elő, hanem igen gyakori, hogy az ágyban elalvás előtt, ébredés után, a fürdőszobában, WC-n vagy tévészés közben használják. A legfiatalabb (Z-) generáció tagjai erősebben kötődnek a telefonjukhoz az átlagnál, felük még evés közben is használja.

Az okostelefon-használat alkalmai - a telefonhoz való kötődés szerint



Minél erősebb a kötődés az okostelefonhoz, annál több helyzetben használják. A szorosan kötődők átlagosan 6,1 alkalmat, míg a lazán kötődők csak 2,4 alkalmat jelöltek meg a felsoroltak közül. A kötődés ellenére azért vannak olyan alkalmak, amelyekben még a szorosan kötődők közül is csak kevesen veszik elő a telefonjukat, például sportolás közben.

Okostelefon-használat alkalmai – nethasználói típusok szerint



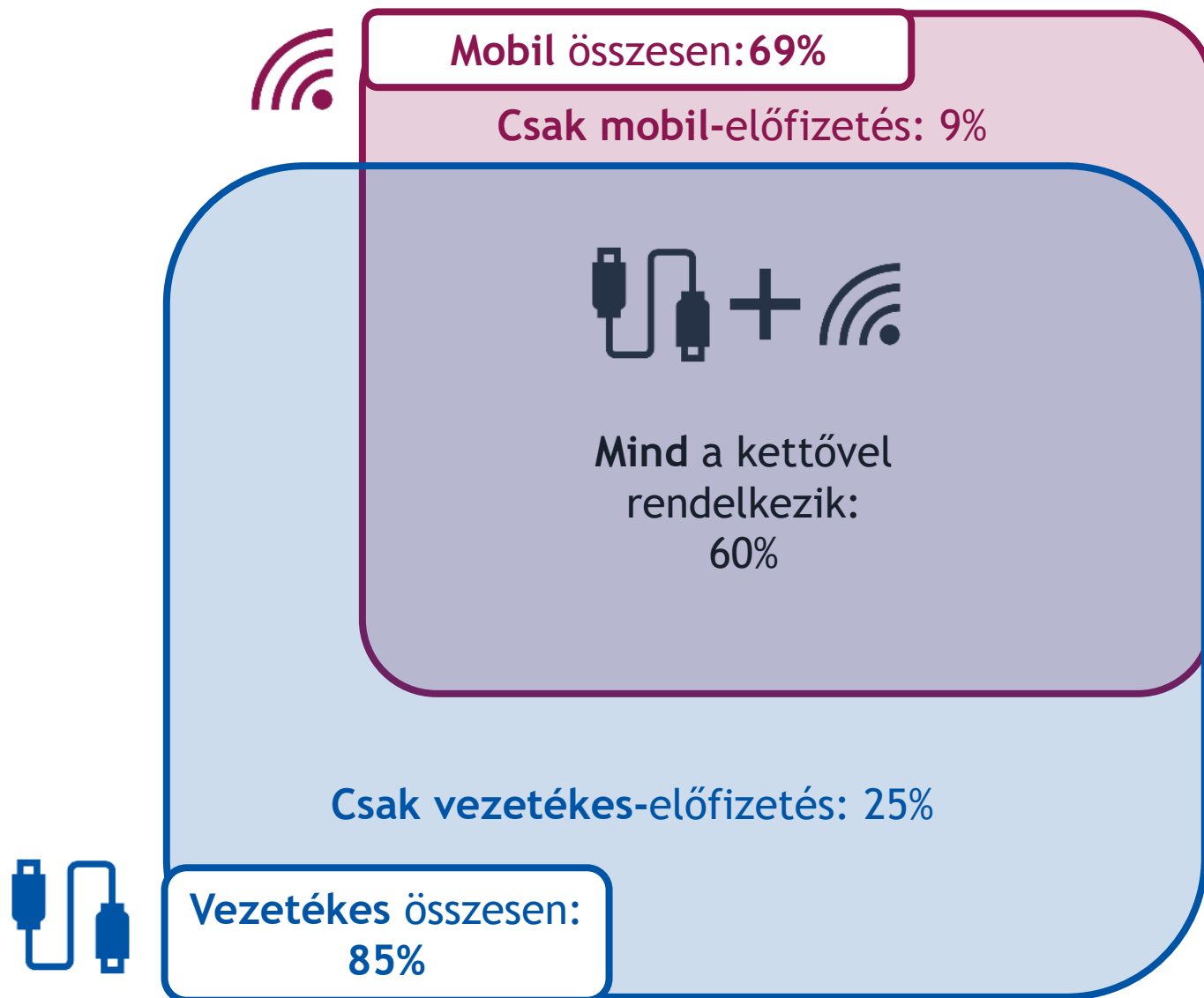
Megnéztünk néhány helyzetet, amely elvileg mindenkire vonatkozhat, hogy milyen különbségek vannak nethasználati típusok szerint. Eszerint a neten lógó fiatalok és a multi-kommunikatívok tűnnek a leginkább okostelefon-függőnek, de nem sokkal maradnak el tőlük a sokoldalú rutinos netezők sem. Legkevésbé az alapszintű netezők használják ezekben a helyzetekben okostelefonjukat, de a közösségioldal-kerülők is majdnem ennyire dezinvoltáltak.



Fogyasztói tudatosság

Mobil- és vezetékes-előfizetések, díjcsomagok, ászf és egyedi szerződések ismerete,
okostelefonos alkalmazások beszerzése, kifogásolható webtartalmak bejelentése

Internet-előfizetés

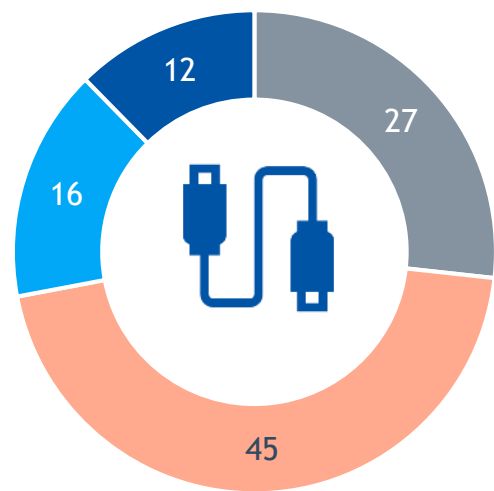


A 16+ éves internetezők körében mindössze 6% azok aránya, akiknek sem mobil-, sem vezetékes-előfizetése nincsen. Többségük (60%) mind a kettővel rendelkezik

Sem mobil, sem vezetékes:
6%

Általános szerződési feltételek (ászf)

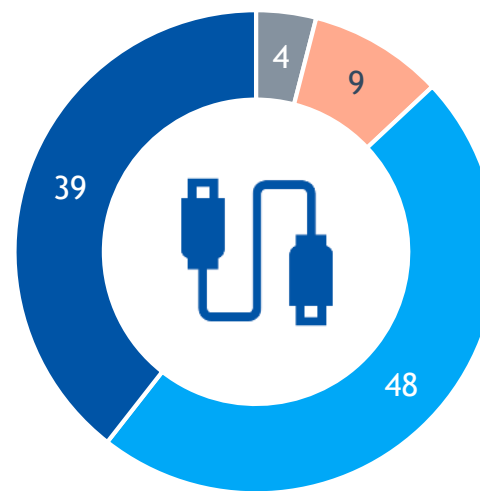
Előfordult, hogy megpróbált valaminek utánanézni az ászf-ben?



%

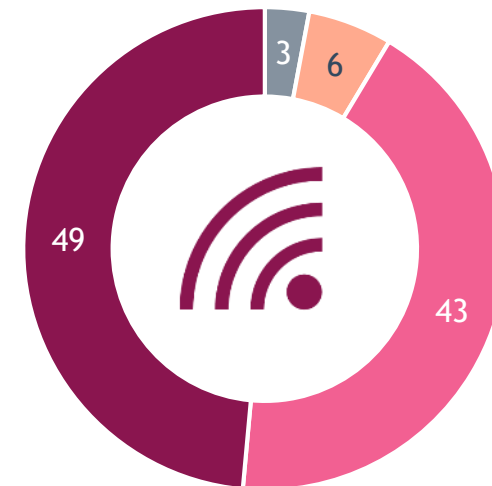
- nem emlékszem
- még soha nem fordult elő
- /■ egyszer fordult elő
- /■ többször is előfordult

Megtalálta a keresett információt az ászf-ben?



%

- nem emlékszem
- nem találtam meg
- /■ nehezen, de megtaláltam
- /■ könnyen megtaláltam



Bázis: 16+ éves internetelőfizetők;
vezetékes: n=3578, N=5,5 m,
mobil: n=2719, N=4,5 m;
illetve akik kerestek valamely
információt az ászf-ben

Az internetelőfizetők egynegyede próbált már valamely őt érdeklő információt megkeresni az ászf-ben, de kevesebb mint felük találta meg azt könnyen. Mobilszolgáltatónként nem találtunk különbséget, a vezetékes-szolgáltatók közül viszont az Invitel ügyfelei az átlagosnál nehezebben, az egyéb, kisebb szolgáltatók ügyfelei könnyebben találták meg a keresett információkat

Ászf – nethasználói típusok szerint

Egyszer vagy többször is megnézett valamit az ászf-ben bármely előfizetéssel kapcsolatban

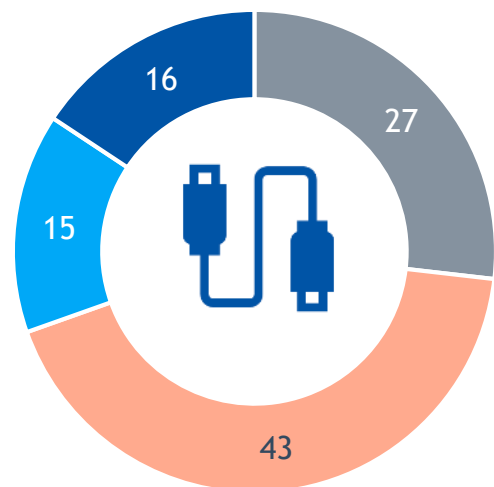


Bázis: bármilyen előfizetéssel rendelkezők (n=3832, N=6,1 m); az adott csoport tagjai.

Erősebb fogyasztói tudatosság a sokoldalú rutinos, multi-kommunikatív, valamint a neten lógó fiatalok körében tapasztalható. Az alapszintű netezők körében alacsony a tudatosság szintje.

Egyedi szerződés (esz)

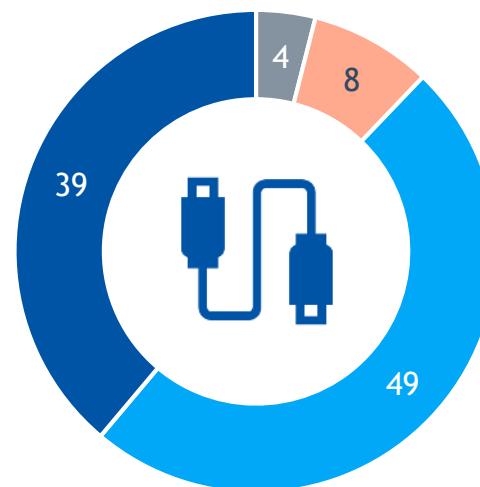
Előfordult, hogy megpróbált valaminek utánanézni az esz-ben?



%

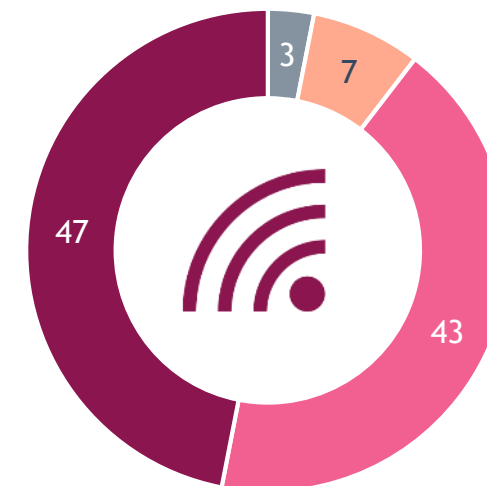
- nem emlékszem
- még soha nem fordult elő
- /■ egyszer fordult elő
- /■ többször is előfordult

Megtalálta a keresett információt az esz-ben?



%

- nem emlékszem
- nem találtam meg
- /■ nehezen, de megtaláltam
- /■ könnyen megtaláltam

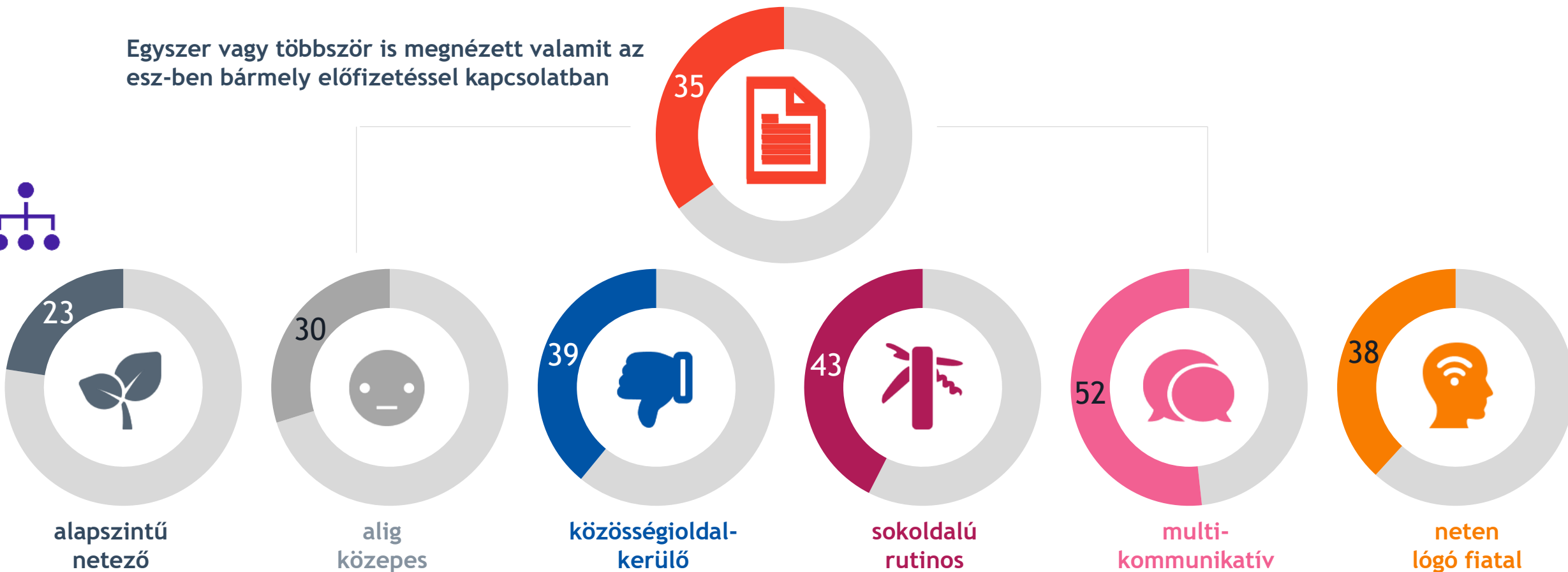


Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes: n=3578, N=5,5 m, mobil: n=2719, N=4,5 m; illetve akik kerestek valamely információt az egyedi szerződésben

Az információkeresés az egyedi szerződésben szintén az előfizetők negyedénél fordult elő, és ugyancsak a keresők 50-60%-ánál bizonyult problémásnak. A Telenor, illetve a Digi ügyfelei könnyebben találták meg a keresett információt, a UPC-s ügyfelek nehezebben.

Egyedi szerződés – nethasználói típusok szerint

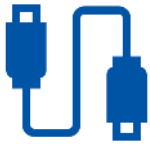
Egyszer vagy többször is megnézett valamit az esz-ben bármely előfizetéssel kapcsolatban



Bázis: bármilyen előfizetéssel rendelkezők (n=3832, N=6,1 m); az adott csoport tagjai

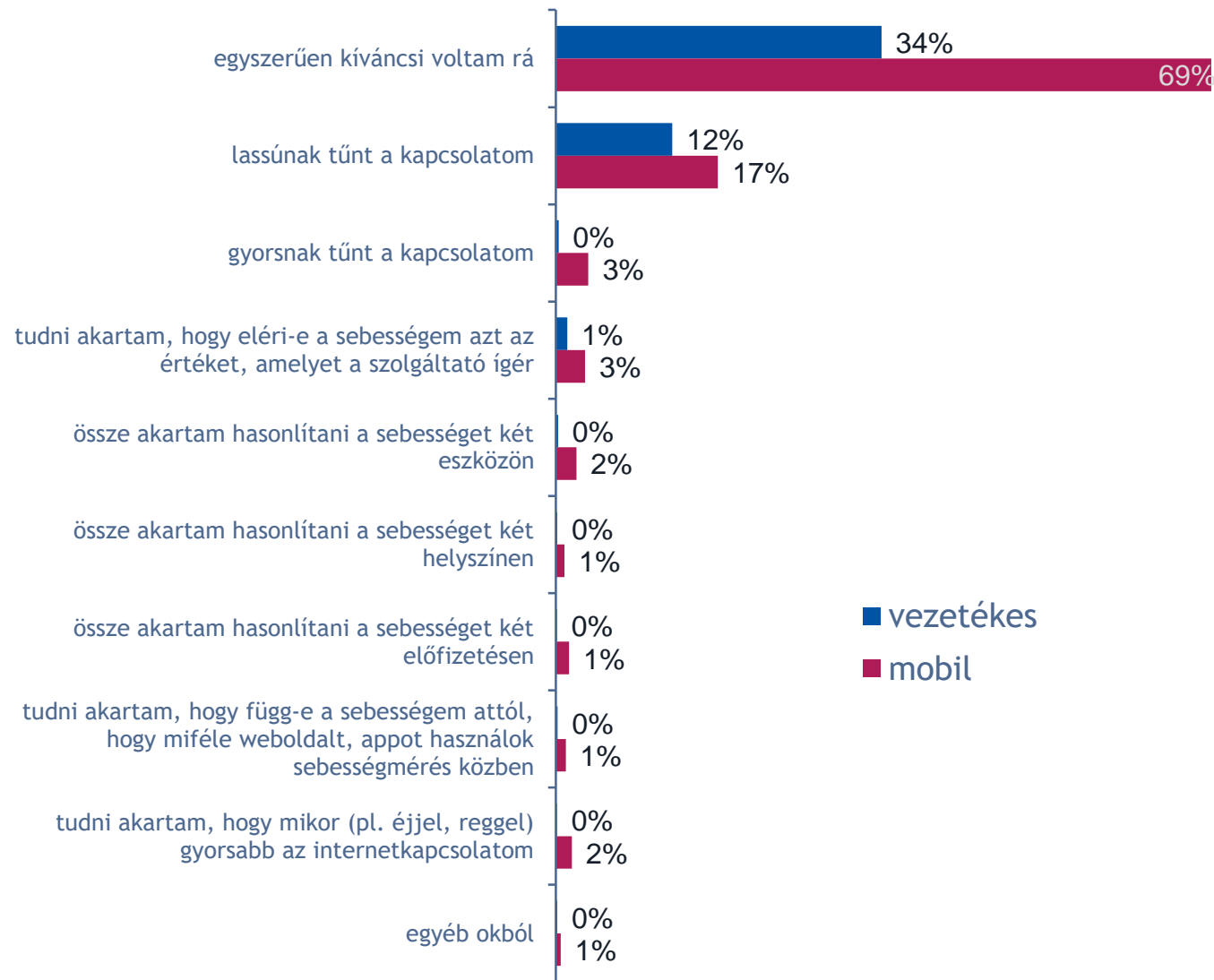
Erősebb fogyasztói tudatosság a sokoldalú rutinos, multi-kommunikatív, valamint a neten lógó fiatalok körében tapasztalható. Az alapszintű netezők körében alacsony a tudatosság szintje.

Az előfizetett kapcsolat sebességének mérése

52% 
 mérte
 vezetékes
 kapcsolata
 sebességét

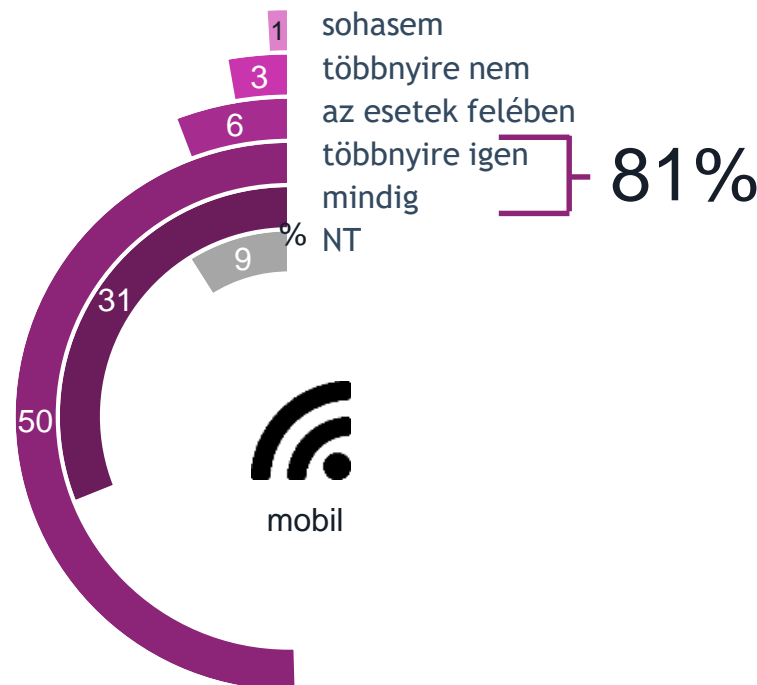
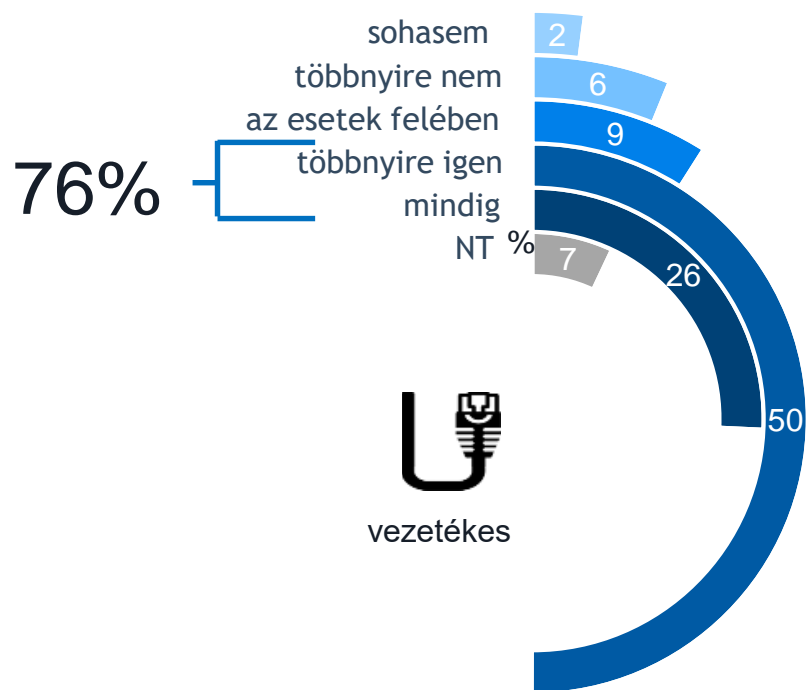
34% 
 mérte
 mobil-
 kapcsolata
 sebességét

Az internetelőfizetők nagyobb hányada kíváncsi a vezetékes internet sebességére, mint a mobiléra. A konkrét okból mérők fő motívuma, hogy lassúnak érzik az internetkapcsolatuk sebességét.



Előfizetett kapcsolat sebessége

Biztosítja a szolgáltató az előfizetett letöltési sebességet?



Idén szinte azonos az eloszlás a két szolgáltatástípus között. Több év alatt lassan beérte a szolgáltatójukkal a letöltési sebesség szempontjából elégedett mobilinternetes ügyfelek aránya a vezetékes-szolgáltatóval ugyanezen a téren elégedett ügyfelek arányát. Mobilszolgáltatók szerint nem találtunk különbséget. A vezetékes szolgáltatók közül a Digi ügyfelei elégedettebbek a többieknél.

Előfizetett kapcsolat sebességének mérése

52% 
 mérte vezetékes
 kapcsolat sebességét

34% 
 mérte mobil-
 kapcsolat sebességét

A sebességmérés háttérét vizsgálva az látható, hogy mindkét technológia esetében 3 tényező határozza meg a legjobban, hogy megméri-e valaki a sebességet.

A legerősebb hatást az **előfizetés minősége** adja: a szolgáltatást negatívan megítélők nagyobb eséllyel mérik meg a sebességet.

A második legerősebb hatást az **internetes jártasság** gyakorolja: elsősorban a profik mérnek sebességet.

A harmadik pedig, hogy a sebességmérés elsősorban a **férfiakra** jellemző.

Kifejezetten a vezetékes kapcsolat mérése a **30-as korosztályra** jellemző, a többi korcsoportban nincs különbség.

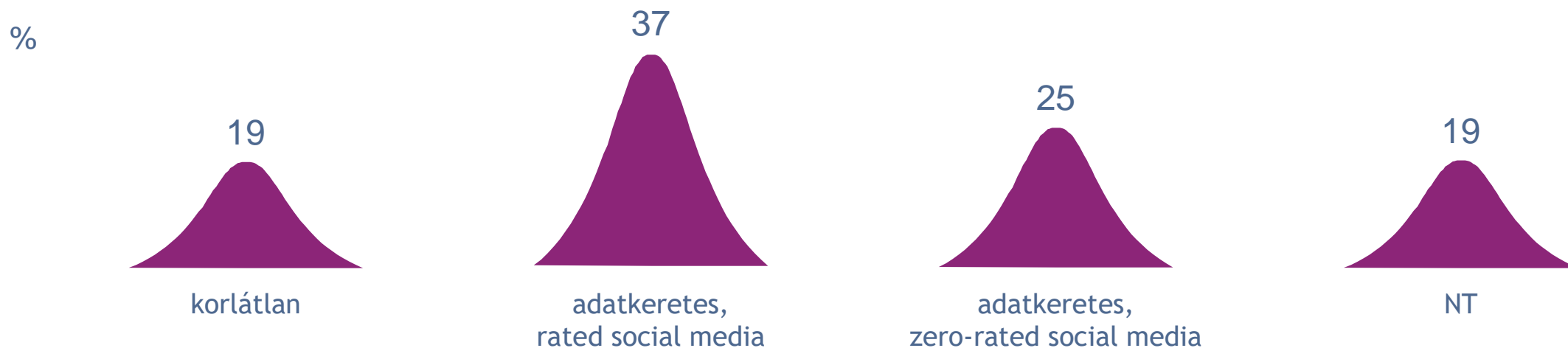
A vezetékes kapcsolat mérése és a **lakóhely régiója** között szignifikáns összefüggés van. A Dél-Dunántúlon, valamint a Nyugat-Dunántúlon élők körében alacsonyabb érdeklődés tapasztalható.

Kifejezetten a mobilkapcsolat mérésében **40 év körül van a választóvonal**: a 40 év alattiak inkább mérik a sebességet, 40 év felett ez kevésbé jellemző.

A mobilkapcsolat mérése és a lakóhely régiója között nincs szignifikáns összefüggés.

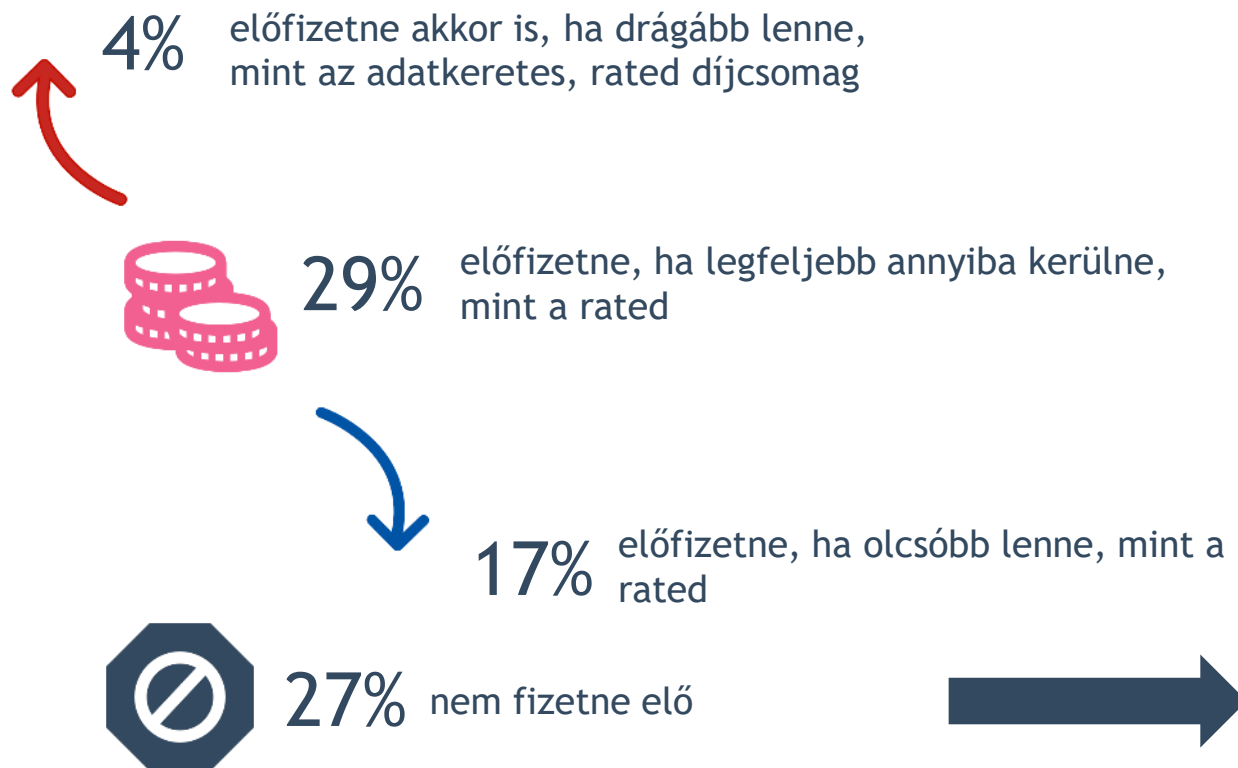
Mobilinternet-előfizetés fajtája

A zero-rated csomagok elterjedtsége tovább emelkedett, de még mindig az adatkeretes rated csomag a leggyakoribb előfizetés-típus az internetezők körében. A Vodafone ügyfeleinél a leggyakoribbak a zero-rated csomagok. Ugyanakkor a 60 év feletti mobilinternetezőknél már csak a 15%-a fizet elő ilyen csomagra.

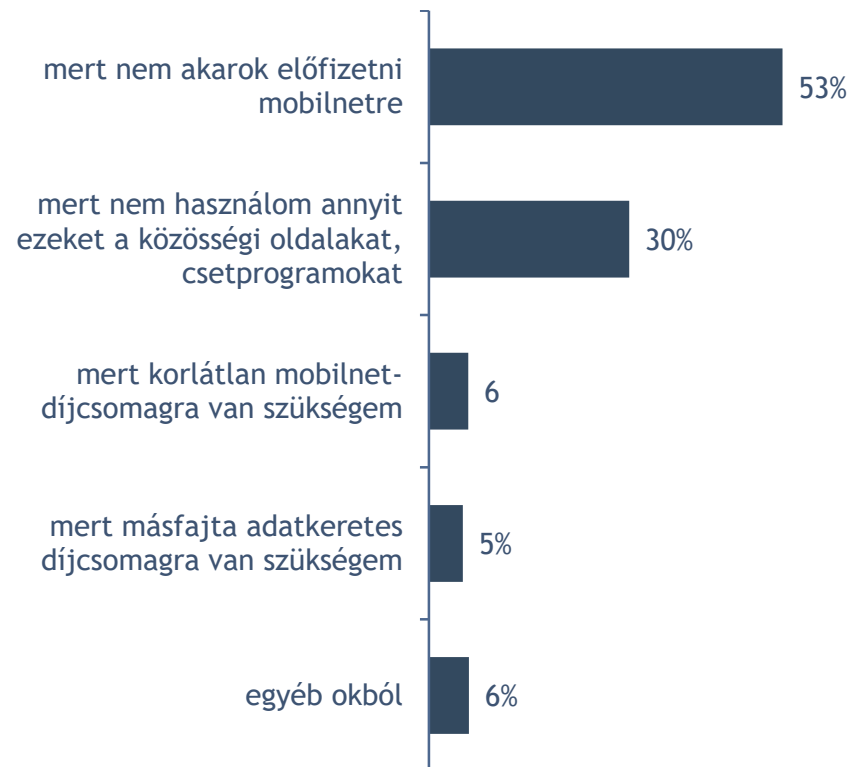


Igény zero-rated díjcsomagra

Zero-rated csomagra a jelenleg nem ilyenre előfizetők fele fizetne elő, ha az olcsóbb lenne, mint az adatkeretes, rated csomag. Ha ugyanannyiba kerülne, akkor már csak az egyharmadukat érdekelné, ha drágább lenne, akkor pedig csak 4%-ukat (23% nem tudja eldönteni). Akik nem fizetnének elő semmiképp, azok 62%-ának nincs mobilinternet-előfizetése, 30%-uk pedig nem használ közösségi oldalakat. A legnagyobb visszatartóerő, hogy ők nem akarnak előfizetni mobilinternetre.

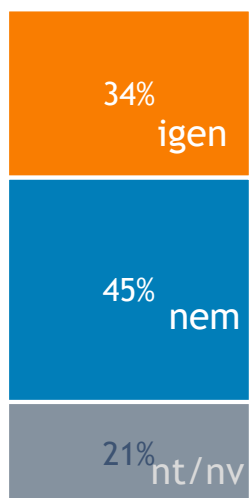


Miért nem fizetne elő zero-rated csomagra?

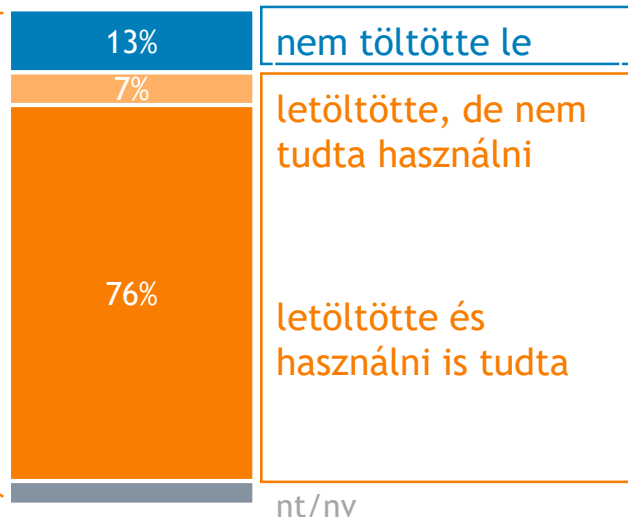


Alkalmazások okostelefonra honlapról

Előfordult Önnel, hogy egy olyan alkalmazást szeretett volna használni, amelyet csak valamilyen honlapról tudott letölteni (nem telefonos áruházból)?



Mit tett ebben az esetben?

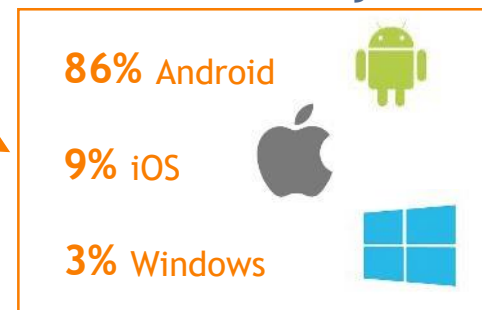


Miért nem töltötte le?*

- 68% nem tartotta elég biztonságosnak az alkalmazást
- 26% szerint bonyolult lett volna felfelepíteni
- 23% szerint nem érte volna meg az időbefektetést

**alacsony elemszám!*

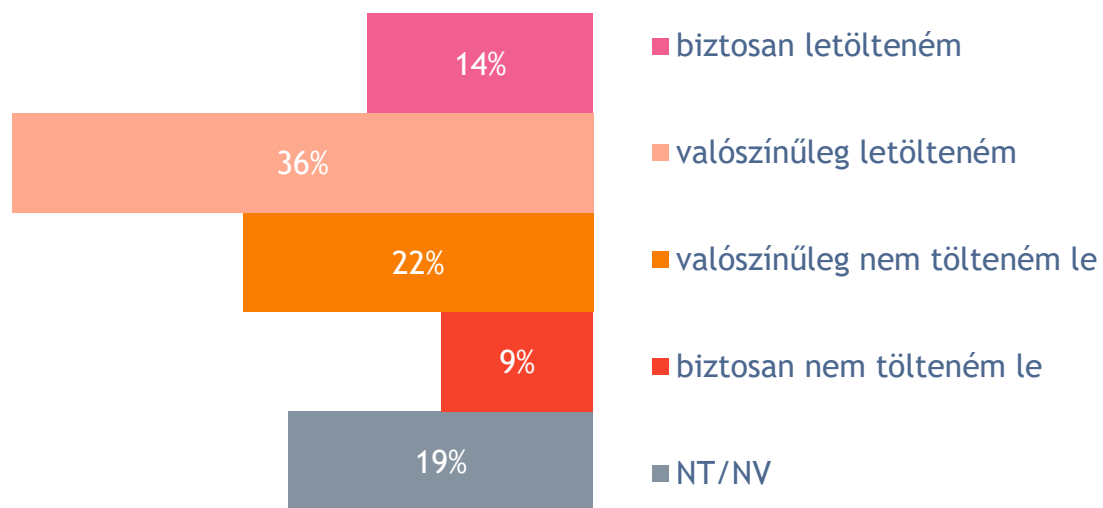
Milyen operációs rendszer futott a telefonján?



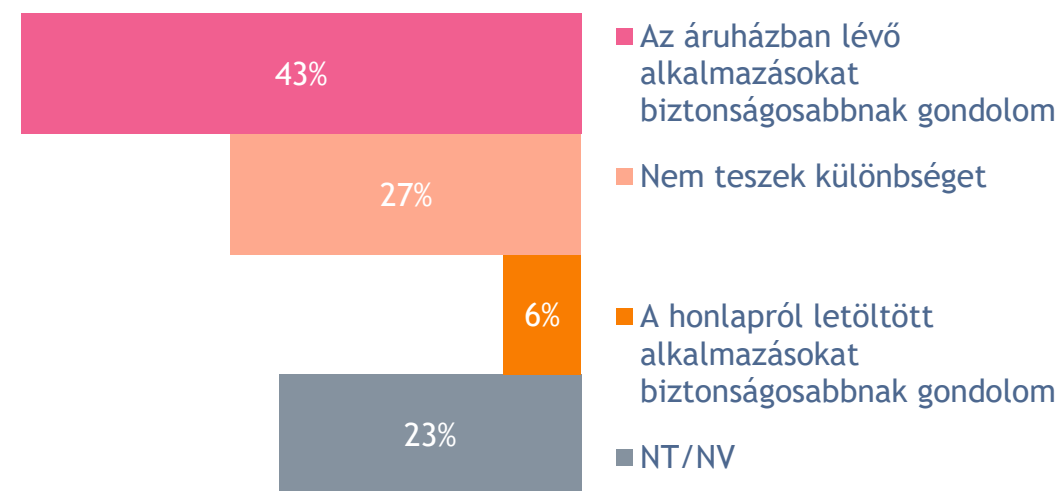
Az okostelefonon internetezők egyharmada találkozott már olyan telefonos alkalmazással, amelyet valamilyen honlapról lehetett volna letölteni. A többségük letöltötte és használni is tudta (zömmel androidos telefonon). Akik nem töltötték le (13%), azok kétharmada nem tartotta elég biztonságosnak.

Alkalmazások okostelefonra

Amennyiben olyan alkalmazásra lenne szüksége, amelyet csak honlapról tudna letölteni, mit tenne?



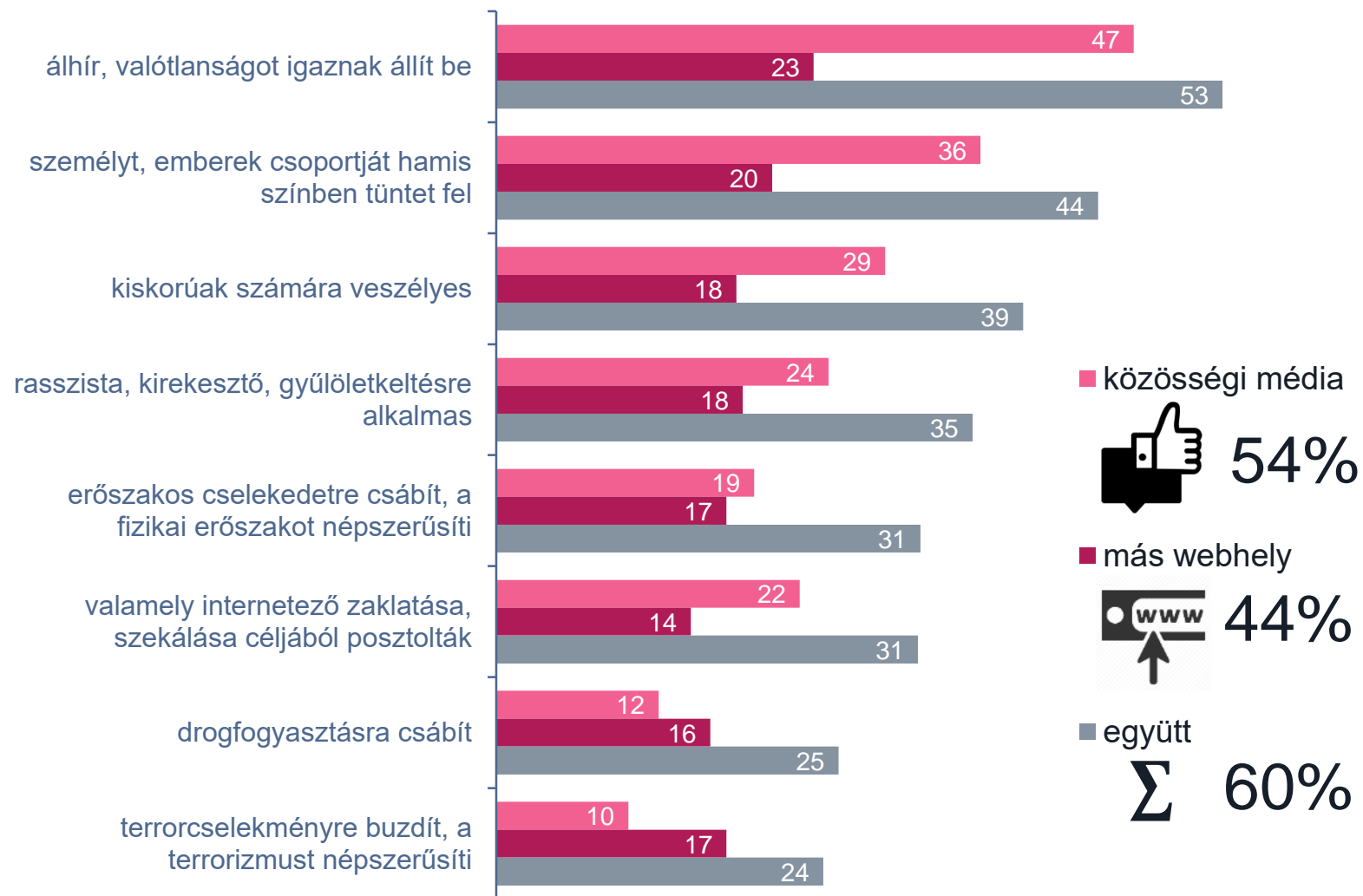
Ön különbséget tesz egy alkalmazás biztonságosságában aszerint, hogy elérhető az adott alkalmazás a telefonáruházból alkalmazásában vagy csak honlapról lehet letölteni?



Az okostelefonon internetezők fele letöltene egy olyan alkalmazást, amely csak honlapon lenne elérhető, másik fele inkább nem töltené le vagy nem tudna dönteni ebben a kérdésben.

Ugyanakkor a véleményt nyilvánító válaszadók többsége biztonságosabbnak tartja a telefonos áruházakból letölthető alkalmazásokat, mint a honlapról letölthetőket.

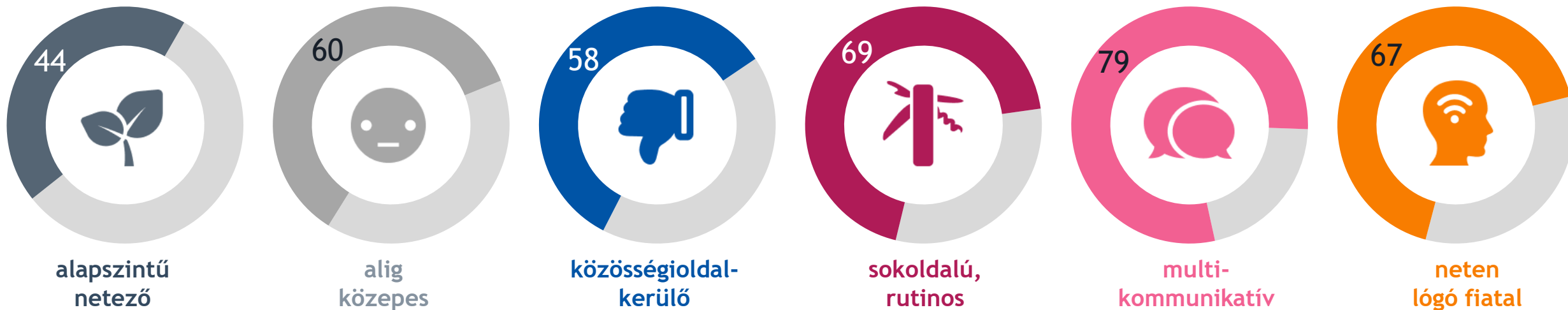
Kifogásolható webtartalmak



A 16 éven felüli internetezők 60%-a találkozott mostanában a közösségi médián vagy más webhelyen olyan szöveges vagy képes tartalommal, melyről azt gondolta, hogy kimeríti az ábrán szereplő valamelyik tényállást. Minél több időt tölt valaki internetezéssel, minél több helyen megfordul a weben, annál gyakoribb, hogy találkozik efféle kifogásolhatónak érzett tartalommal. A fiatalok (Y- és Z-generáció) 63%-a találkozott ilyesmivel a neten.

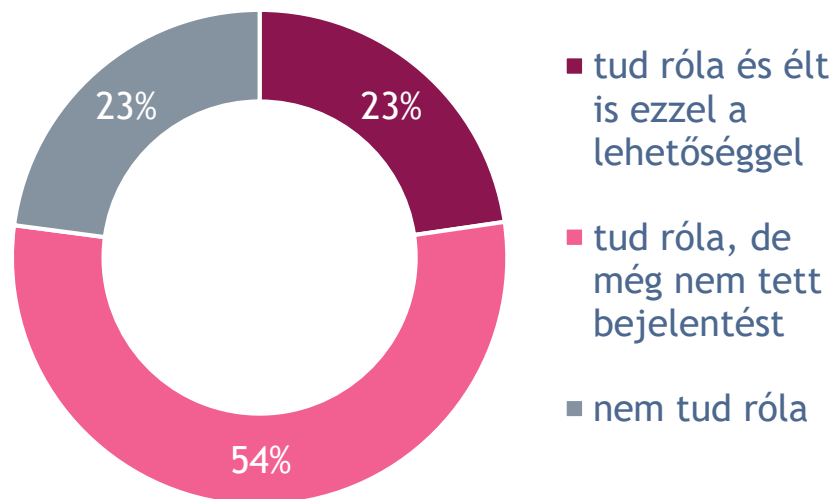
Kifogásolható webtartalmak – nethasználói típusok szerint

Az internethasználati csoportok szerint is különbözik a veszélyes tartalmakkal találkozó aránya. A teljes minta 60%-a találkozott a közösségi médián vagy más helyen ilyen tartalommal. Leginkább a multi-kommunikatív, legkevésbé az alapszintű netezők. A neten lógó fiatalok ebben a tekintetben nem különböznek nagyon az átlagtól.

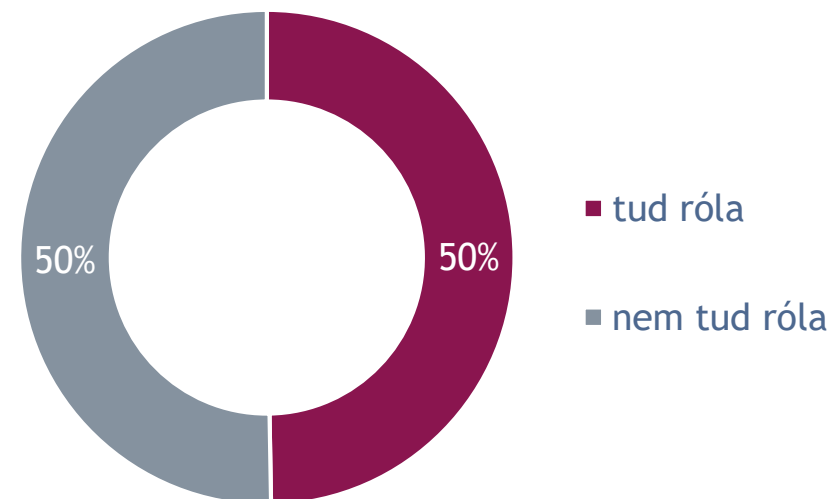


Kifogásolható webtartalom bejelentése

Tud róla, hogy bizonyos webhelyeken be lehet jelenteni, ha azon a webhelyen kifogásolható tartalmat talál



Tud róla, hogy léteznek speciális magyar weboldalak, ahol bejelentheti, ha bárhol a világhálón kifogásolható tartalmat talál



Az internetezők számára ismeretesebb, hogy a kifogásolható webtartalmat be lehet jelenteni azon a webhelyen, ahol az előfordul, mint az, hogy bejelentésre szolgáló honlapokon lehet ilyesmit bejelenteni. Akik már találkoztak ilyen tartalommal a neten, azok 83%-a tudja, hogy be lehet jelenteni ezt az adott webhelyen, és 54%-a ismeri a speciális magyar weboldalak lehetőségét.

Kifogásolható webtartalom bejelentésének helye



A magyar internetezők továbbra is meglehetősen bizonytalanok abban, hogy hova fordulhatnak, ha a weben jogellenes vagy más szempontból kifogásolható tartalmat találnak, ami véleményük szerint intézkedést kíván. Mindössze 32%-uk tudott megnevezni egy vagy több szervezetet, ahol - véleménye szerint - be lehet jelenteni ilyen jellegű tartalmakat.

Legtöbbször idén is a rendőrséget említették, az NMHH továbbra is a második.

Az NMHH ismertsége a legfiatalabb (Z-) generáció körében mindössze 11%, az Y-generációban már 16%.

Köszönjük a figyelmet

Internetes felmérés, 2019.



NMHH

Nemzeti Média- és
Hírközlési Hatóság

2020. május