



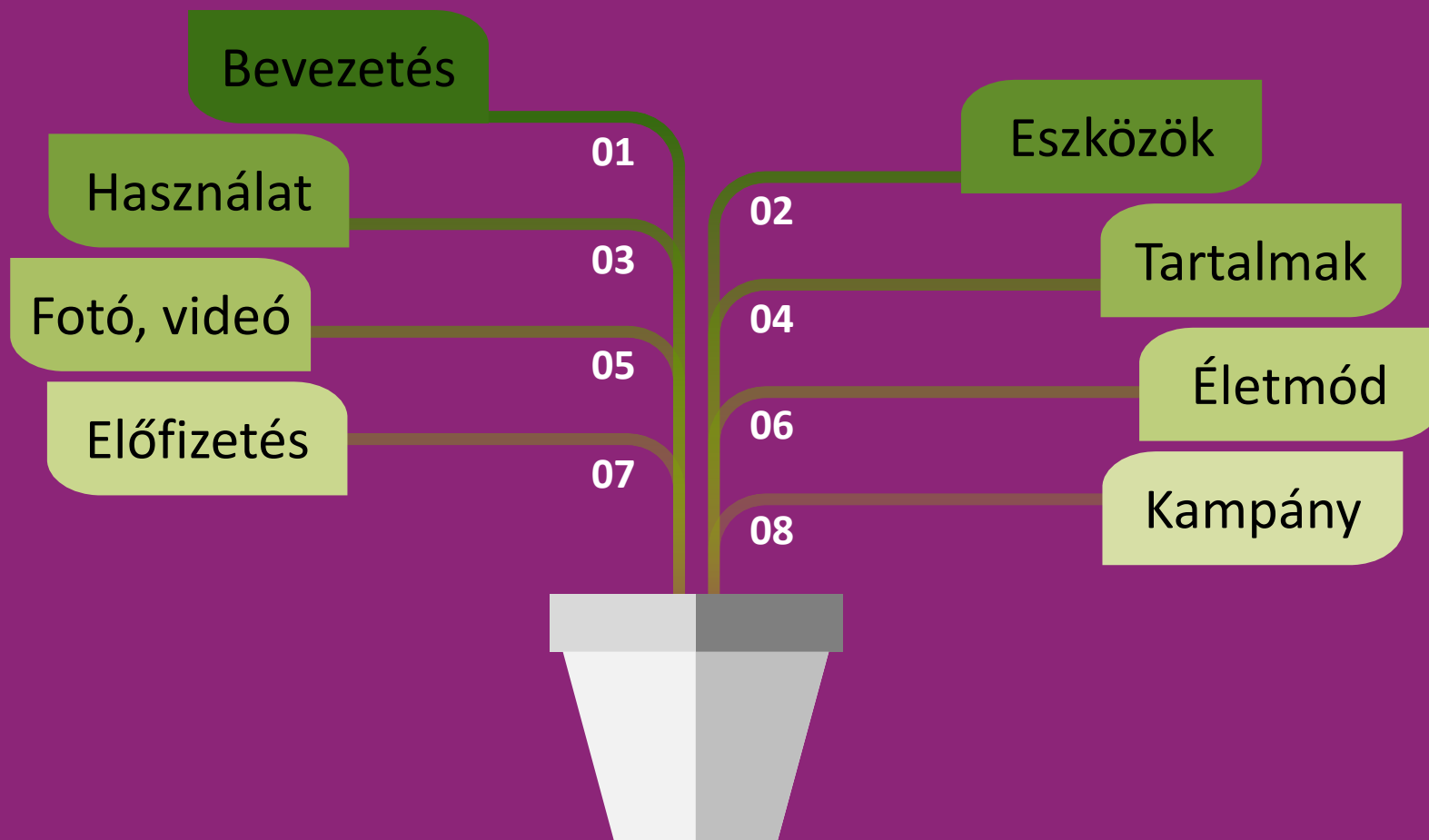
NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

LAKOSSÁGI INTERNETHASZNÁLAT ONLINE PIACKUTATÁS 2018

Kutatási jelentés az NMHH részére
Ariosz Kft.
NRC Kft.

TARTALOM



BEVEZETÉS

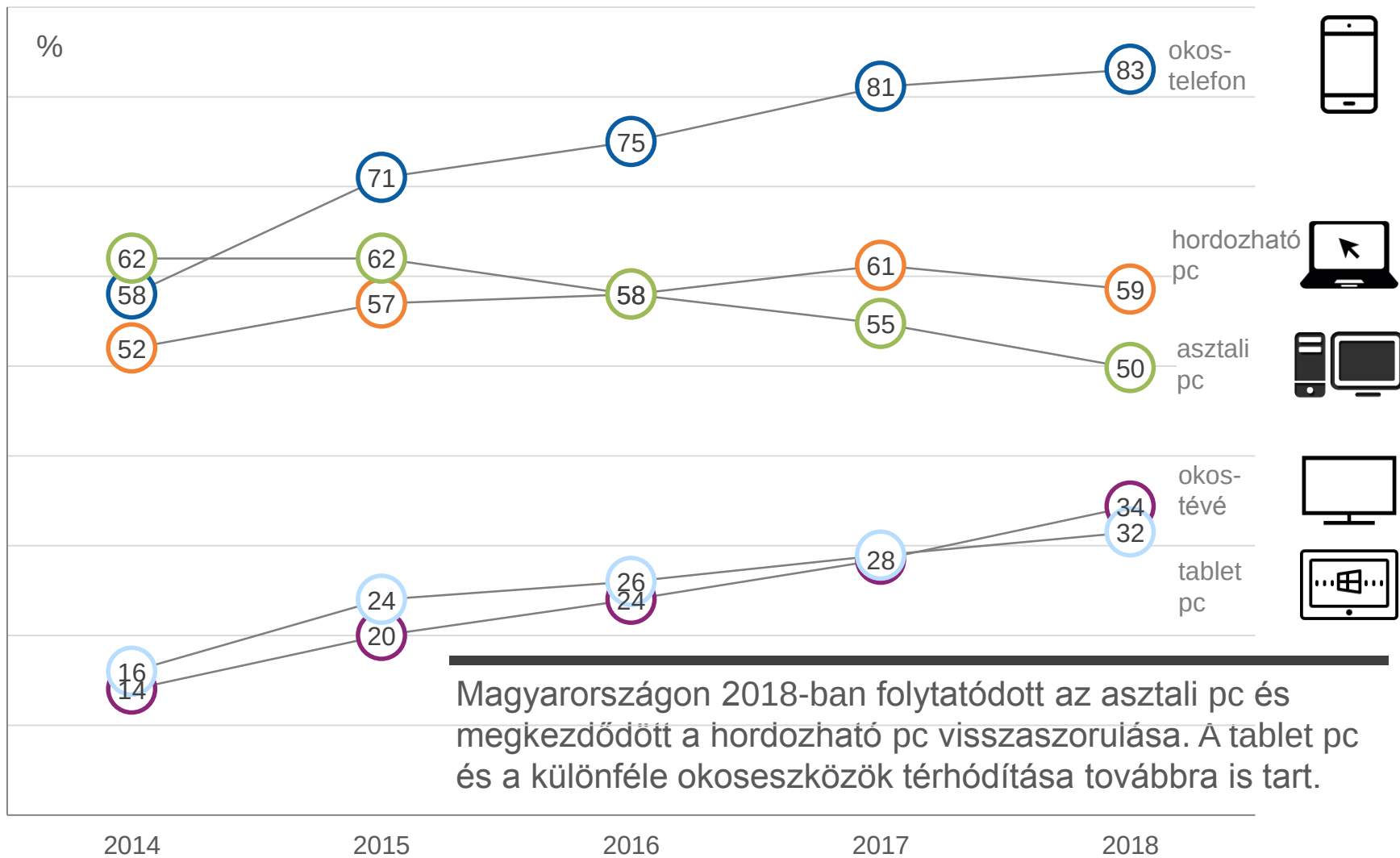


Megrendelő	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Kutatóhely	NRC Piackutató Kft. Ariosz Szolgáltató, Informatikai és Tanácsadó Kft.
Adatfelvétel ideje	2018.11.12 – 2018.12.19.
Adatfelvétel módszere	online megkérdezés standard kérdőívvel (CAWI)
Alapsokaság	16+ éves, Magyarországon élő, legalább hetente egyszer internetezők
Mintanagyság	3007 személy
Súlyozás	nem, korcsoport, iskolai végzettség, lakóhely településtípusa ismérvek alapján többszempon্তু faktorsúlyozás
Mintavétel statisztikai hibája	a teljes mintára vonatkozóan: az idei és a korábbi adatok összehasonlításakor legfeljebb $\pm 2,5\%$, azonos adatfelvételen belül legfeljebb $\pm 2\%$

n	mintabeli létszám (fő)
N	becsült létszám az alapsokaságban (fő)
NT	nem tudja
16+	16 évesek és idősebbek
m	millió
vezetékes internet	az összes nem-mobil internetelési technológia
mobilinternet	szélessávú mobiltechnológiájú internetkapcsolat
 	csökkenés, növekedés
	társadalmilag fontos, perspektivikus jelentőségű változás vagy különbség

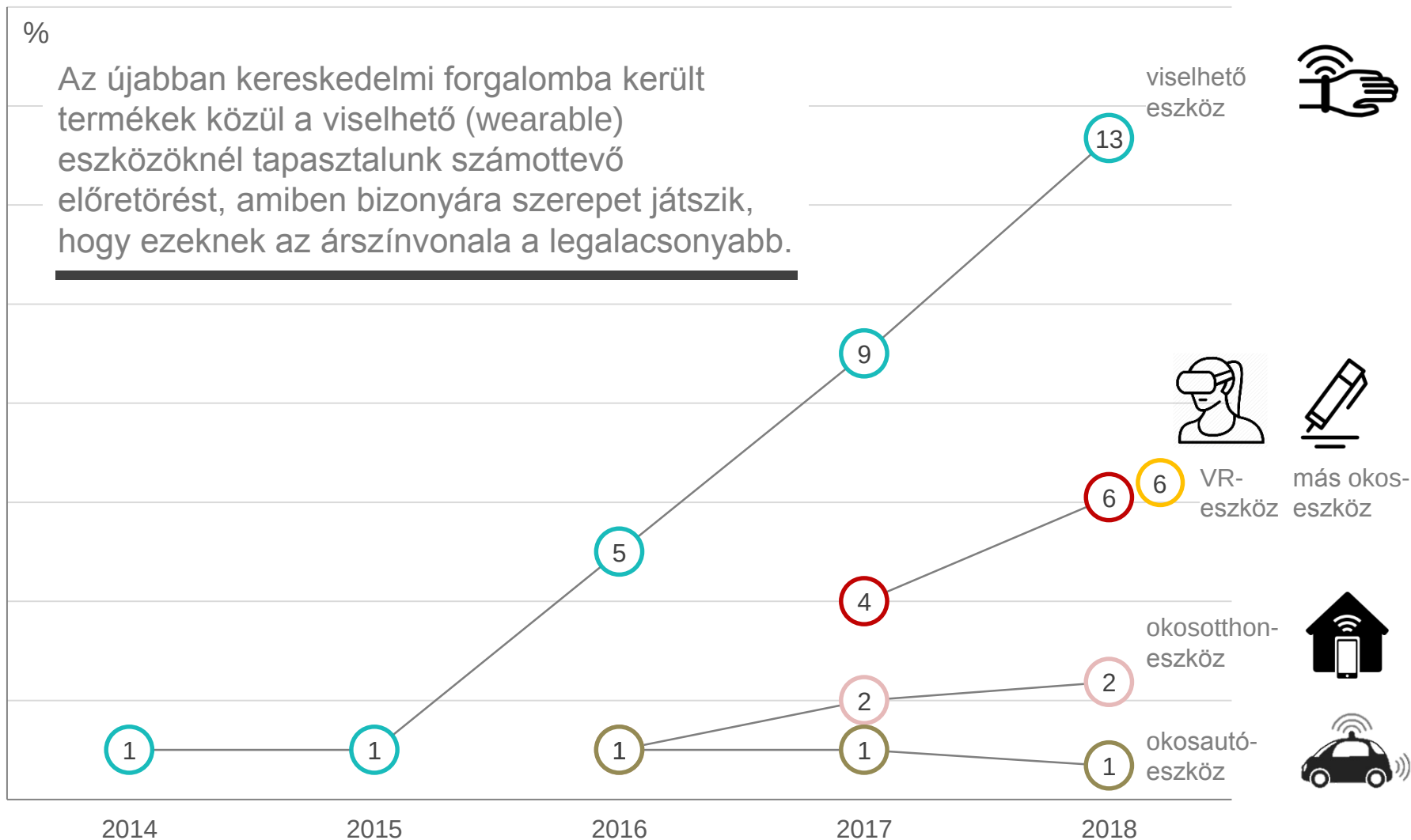
INTERNETEZÉS ESZKÖZEI





Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

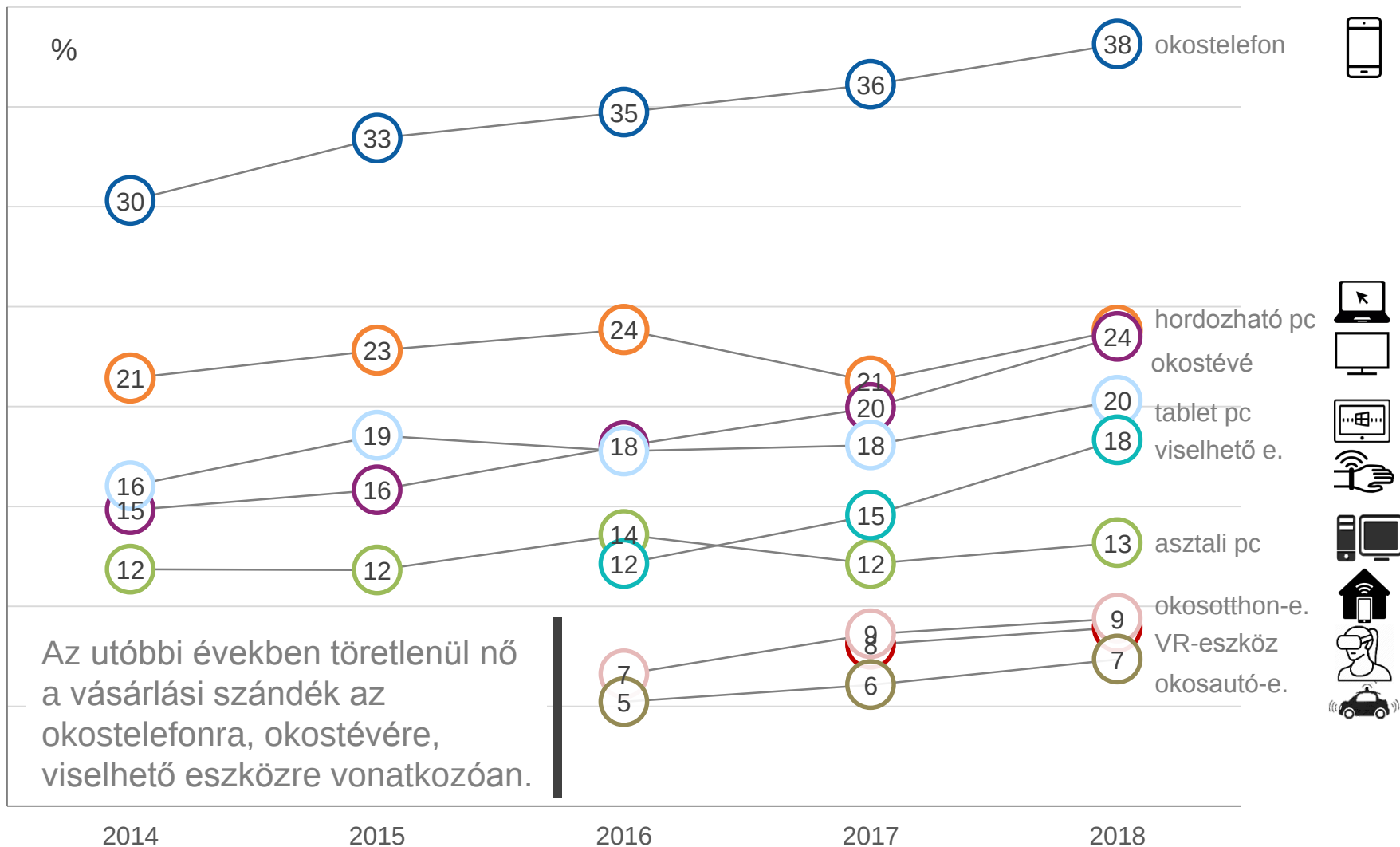
Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona, és a válaszadó használja az eszközt.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

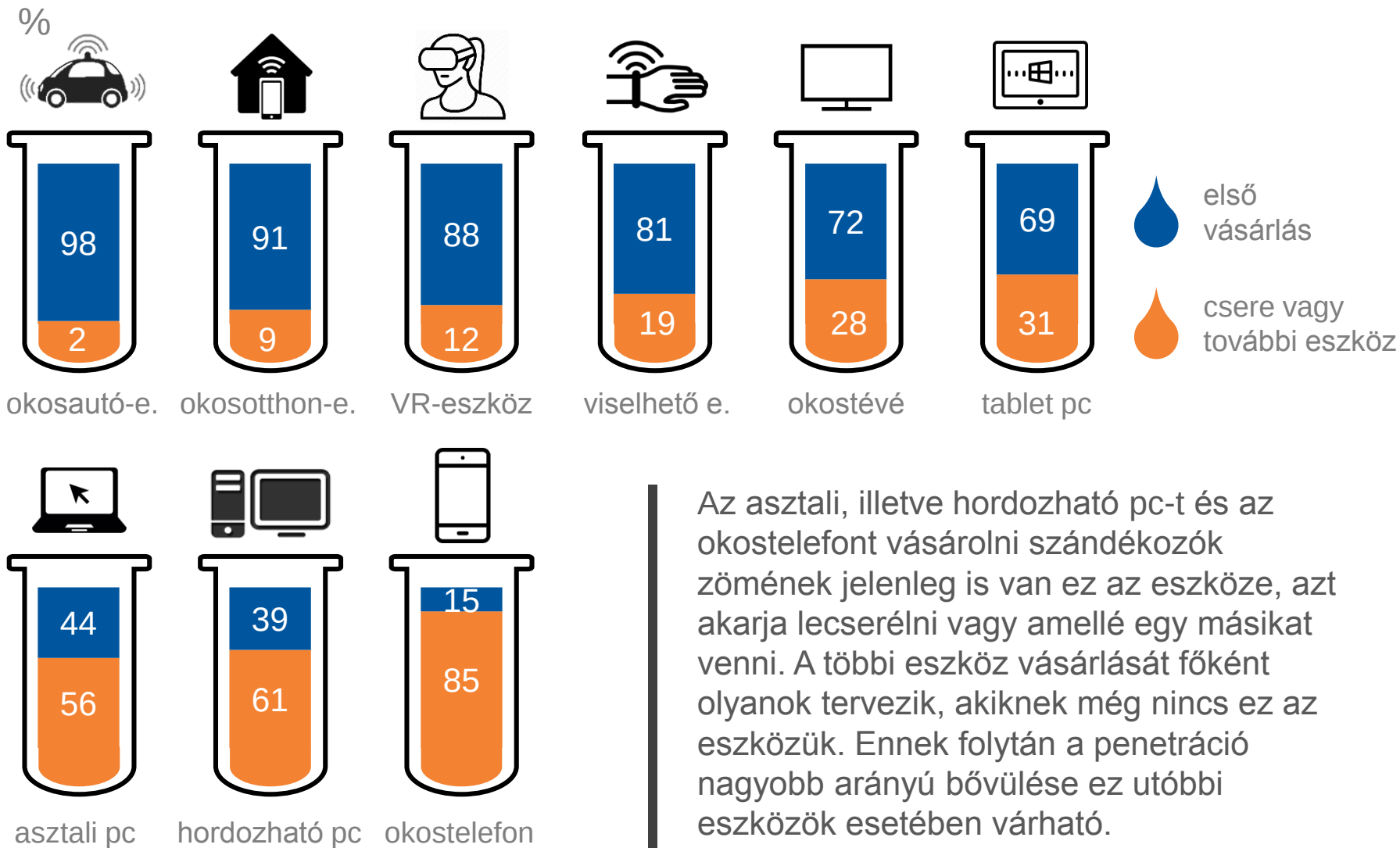
Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona, és a válaszadó használja az eszközt.

Más okoseszközre a kérdőívben a következő példákat említettük: okoshangszóró, okoskulcs, okostoll.



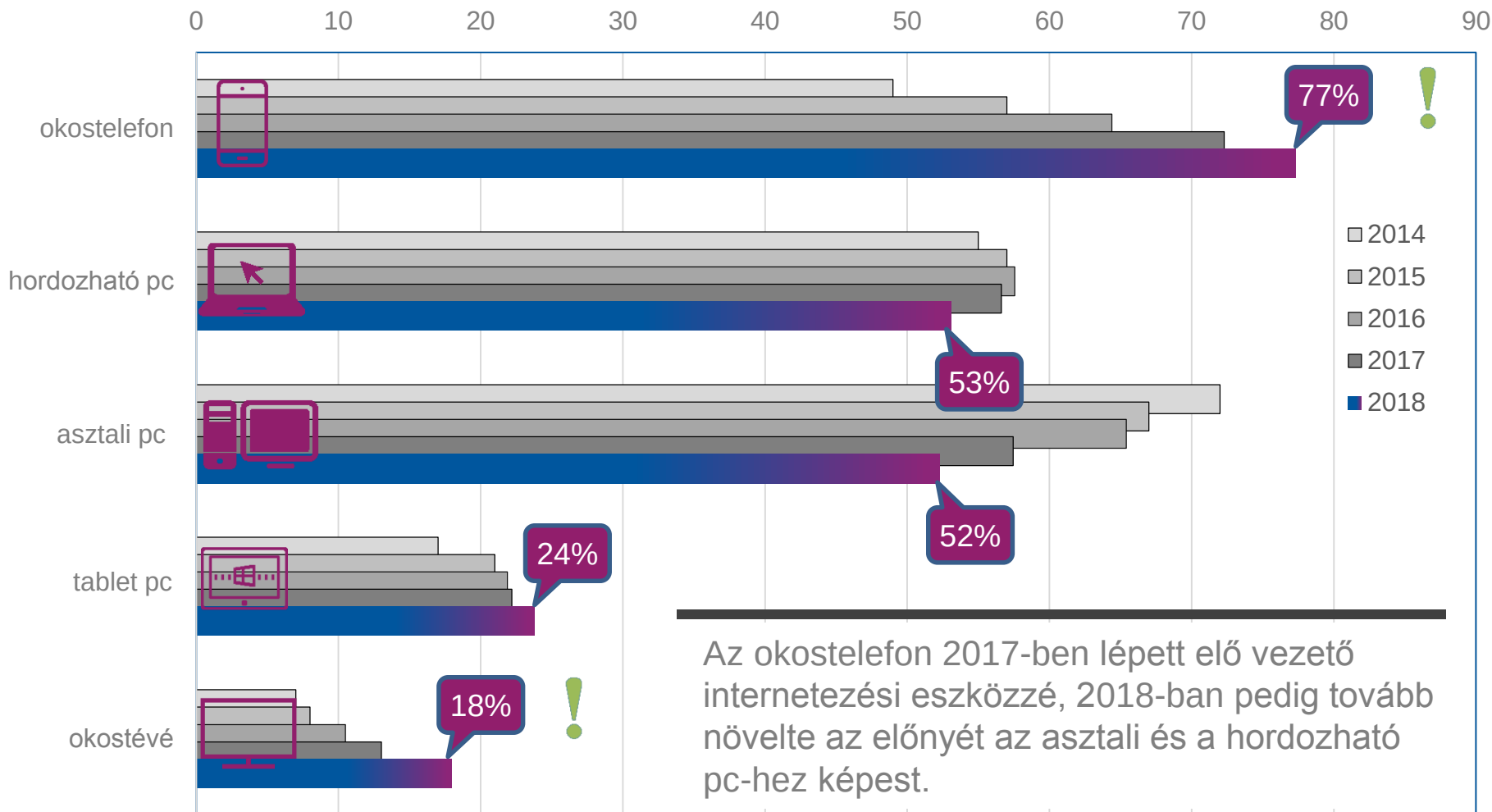
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona, és a válaszadó használja az eszközt.



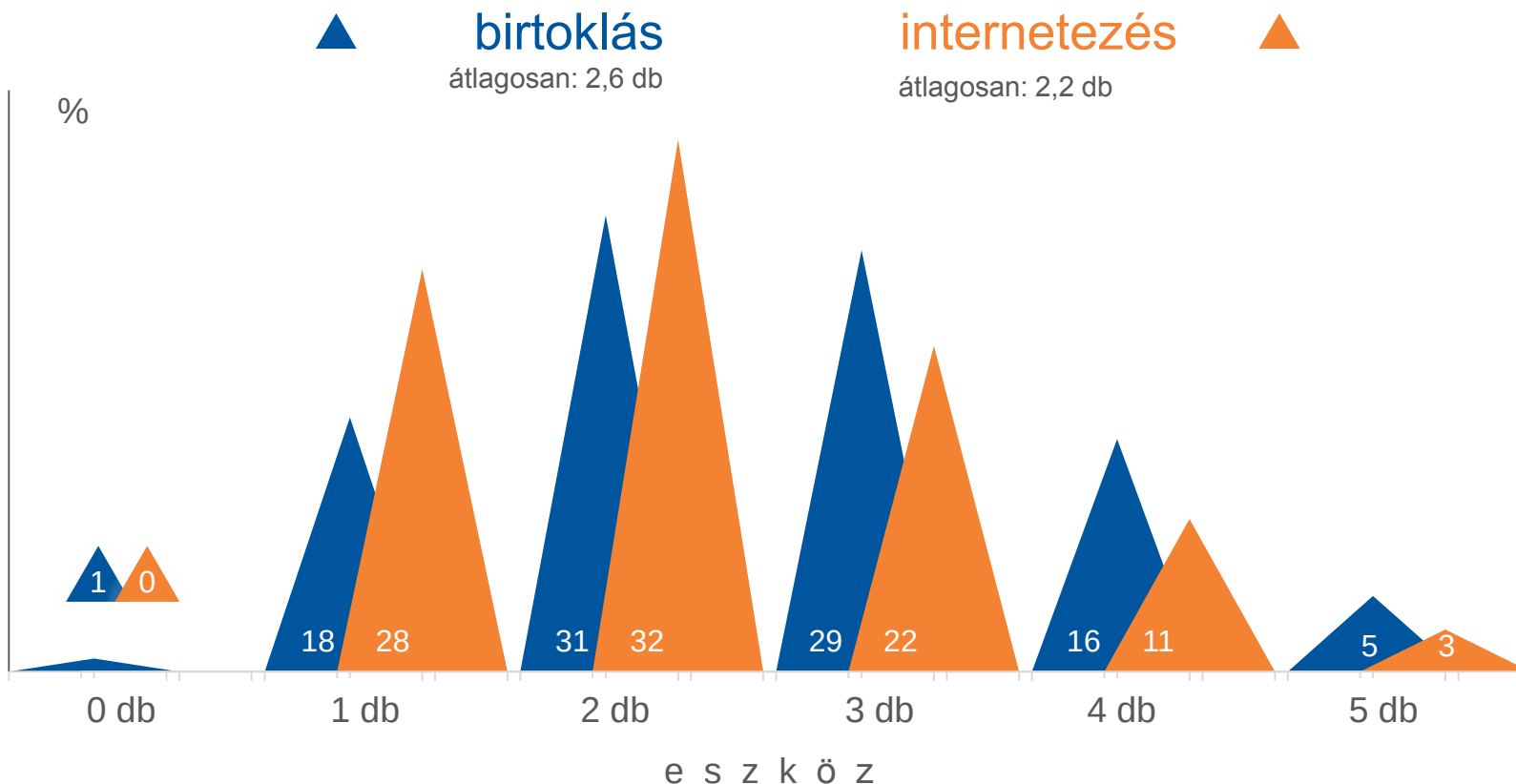
Bázis: 16+ éves internetezők közül a egyes eszközöket vásárolni szándékozik; n=221-1147, N=0,47-2,4 m

Designed by Showeet.com



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

BIRTOKLÁS ÉS INTERNETEZÉS



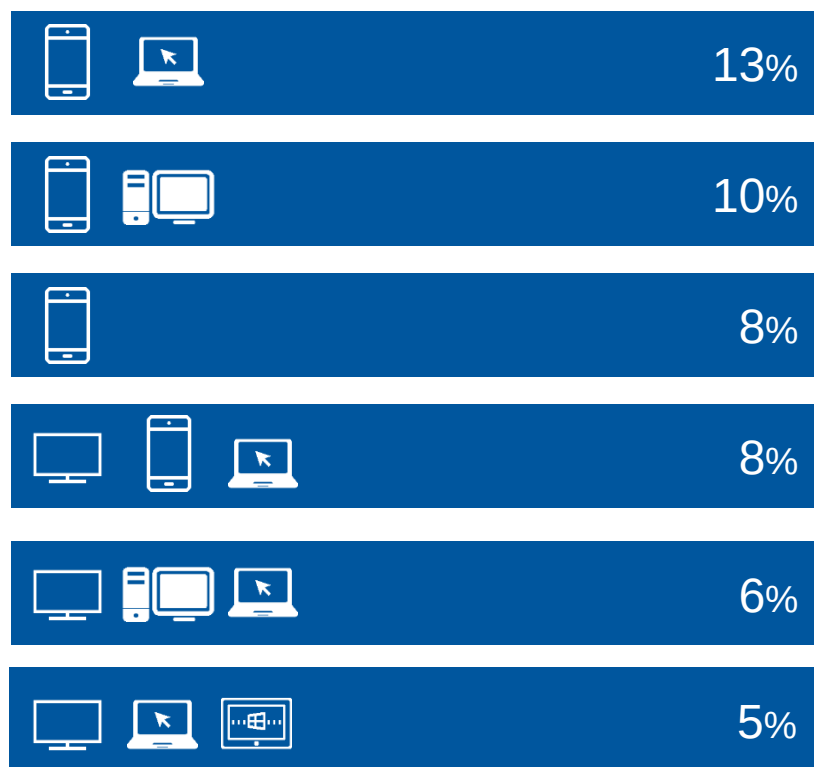
Az 5 fő internetezési eszközt* tekintve, akik kevés: 0-2 eszközt birtokolnak, azok sok esetben másvalaki (pl. barát, munkahely) eszközén is interneteznek. Akiknek viszont több: 3-5 eszközük van, azoknak egy része nem használja internetezésre egy vagy több eszközét. Az internetezők fele van abban az ideális helyzetben, hogy 3 vagy több fajta eszköz közül választhatja ki a helyszín és az tevékenység szerint az éppen megfelelőt.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

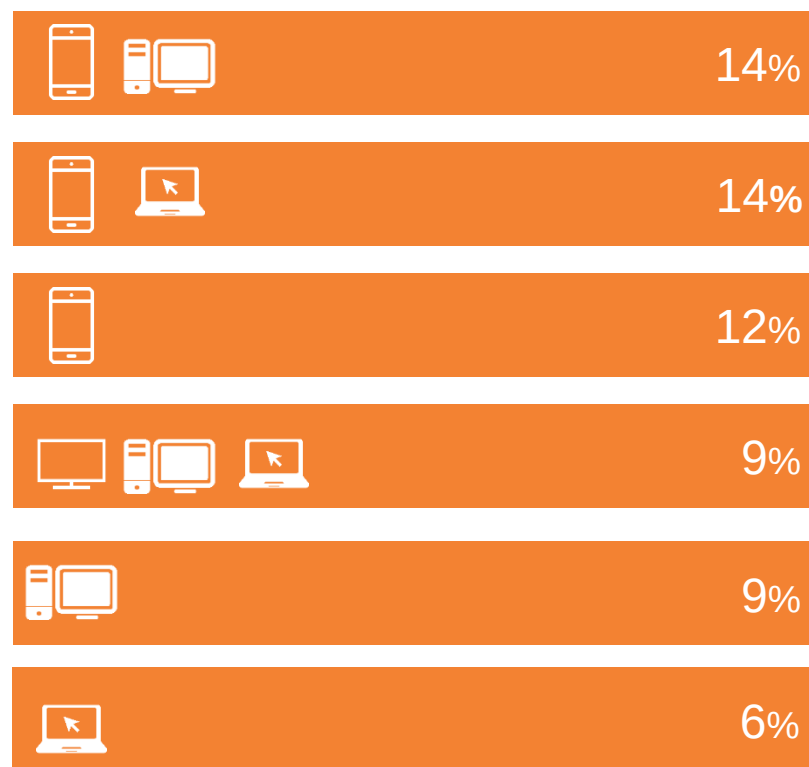
*Fő eszközök: okostelefon, hordozható pc, asztali pc, tablet pc, okostévé

Az 5 fő internetezési eszköz* összes lehetséges (32 féle) kombinációja előfordul mintánkban mind az eszköz birtoklása, mind az internetezésre használata terén. Az alábbi mátrixban az 5%-os gyakoriságot elérő kombinációkat látjuk, melyek a minta 50, illetve 62%-át teszik ki.

birtoklás

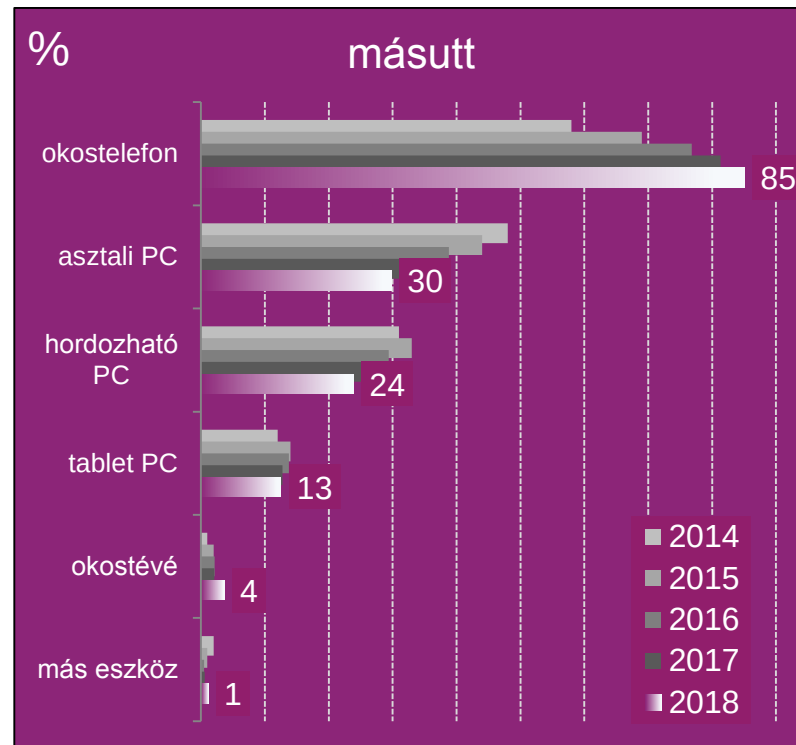
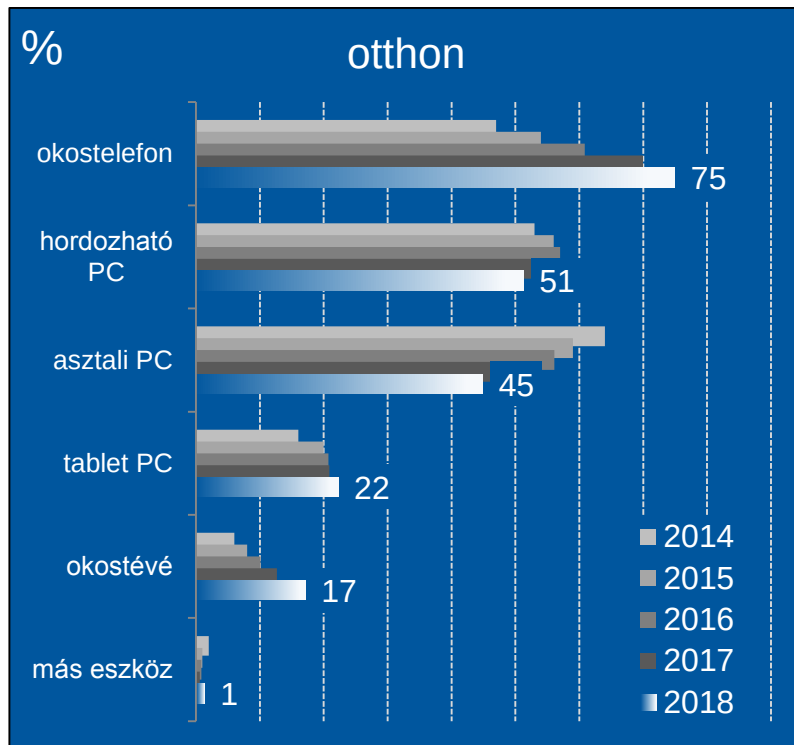


internetezés



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

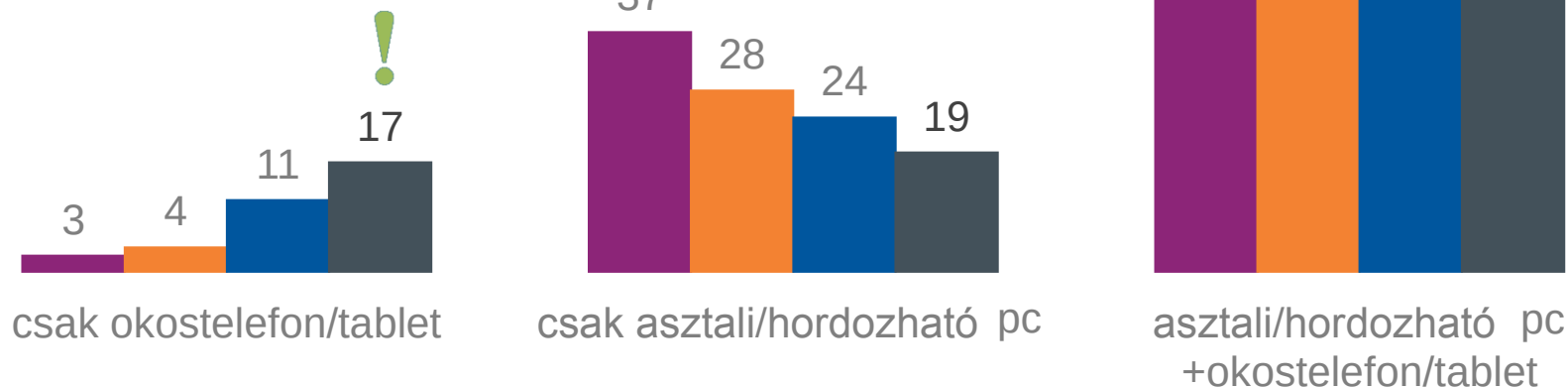
*Fő eszközök: okostelefon, hordozható pc, asztali pc, tablet pc, okostévé



Az okostelefon az otthonon kívüli használatban már 5 éve is megelőzte a pc-eket. Az otthoni használatban 2016-ban tört az élre, s azóta növelte az előnyét.

Bázis: 16+ éves otthon internetezők; n=2945, N=6,3 m; nem otthon internetezők; n=2103, N=4,5 m

2018-ban újabb jelentős bővülés ment végbe a csakis kézi eszközön internetezők arányában. Már ugyanannyian interneteznek kézi eszközön, mint asztali vagy hordozható pc-n.



2015

Csaknem minden internetezőnek volt desktopja vagy laptopja.

2016

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

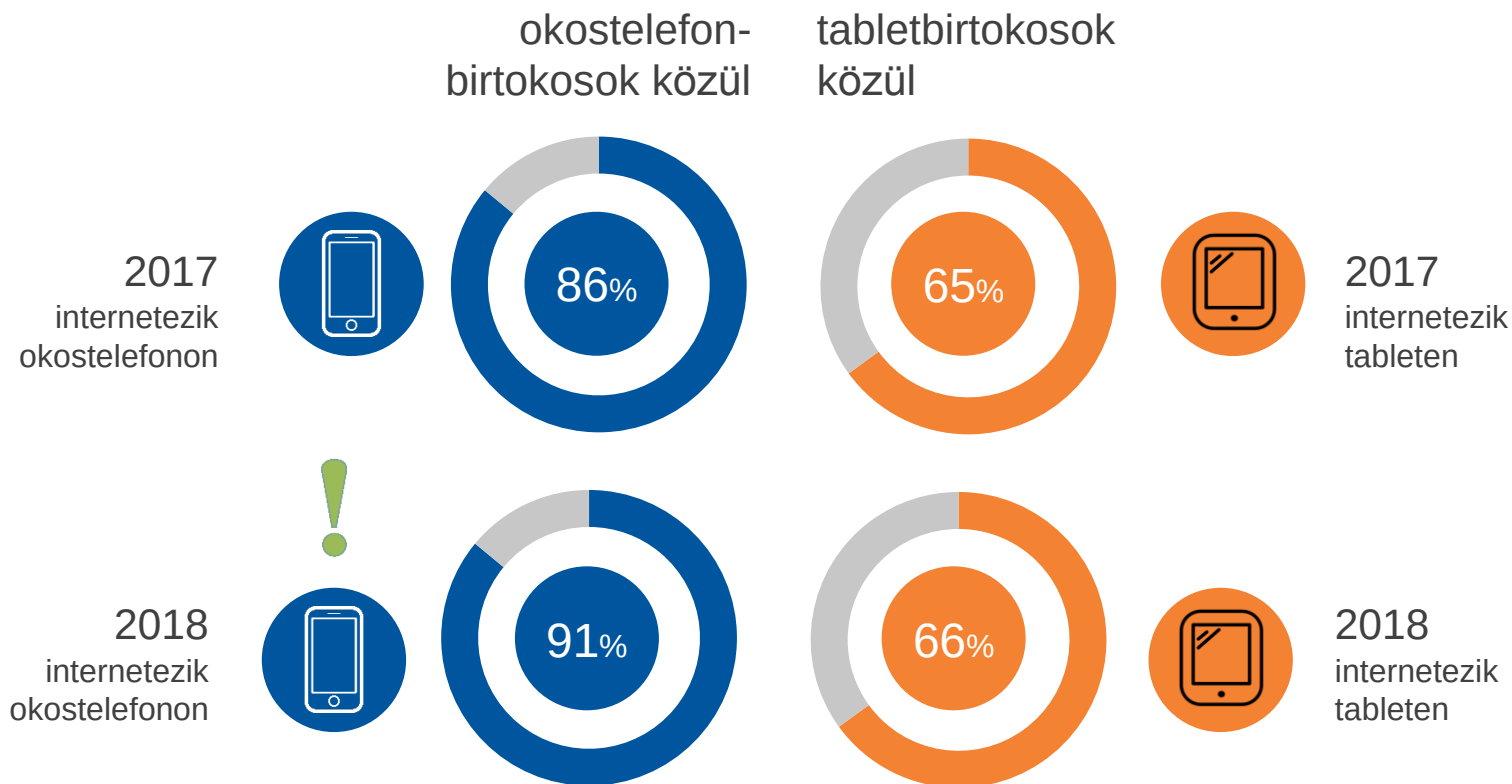
2017

Megkezdődött a desktop visszaszorulása.

2018

Megkezdődött a laptop visszaszorulása.

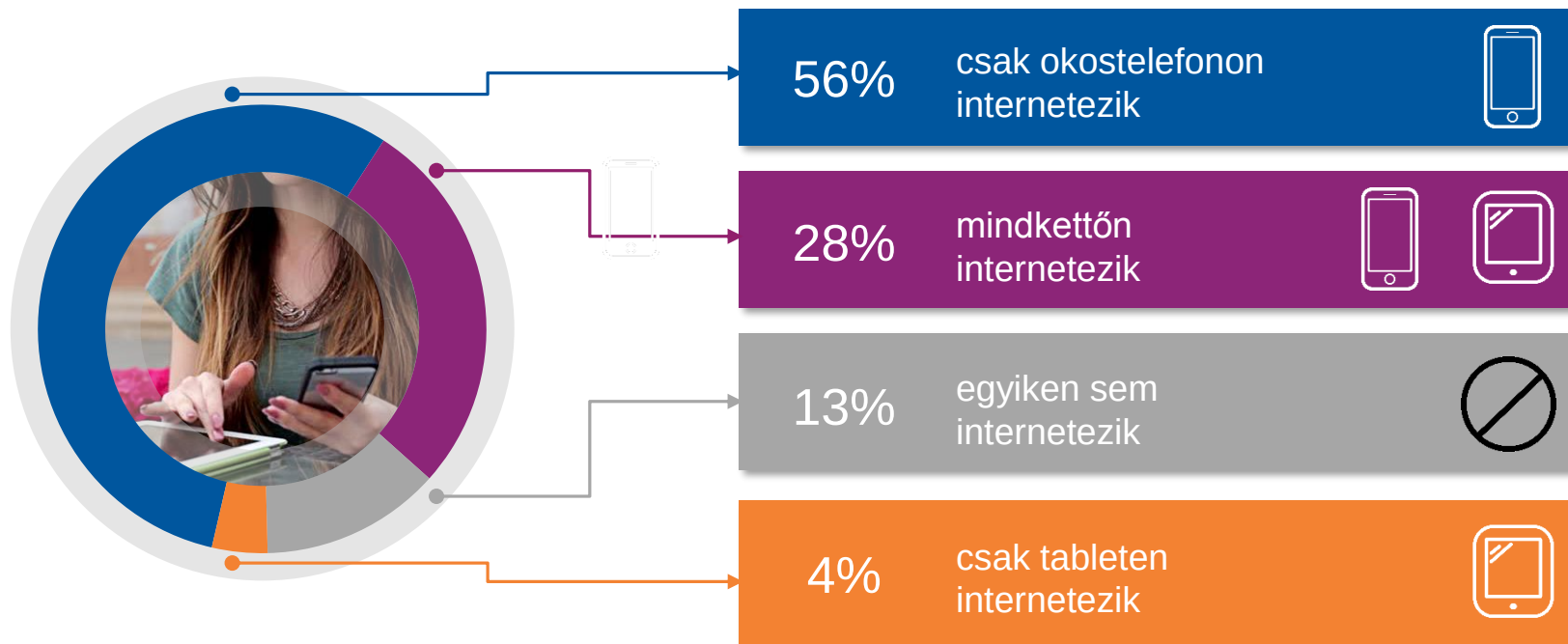
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



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

Bázis: 16+ éves internetezők közül okostelefon-, illetve tabletbirtokosok; n=2497, illetve 947, N=5,4 m, illetve 2 m

Designed by Allppt.com

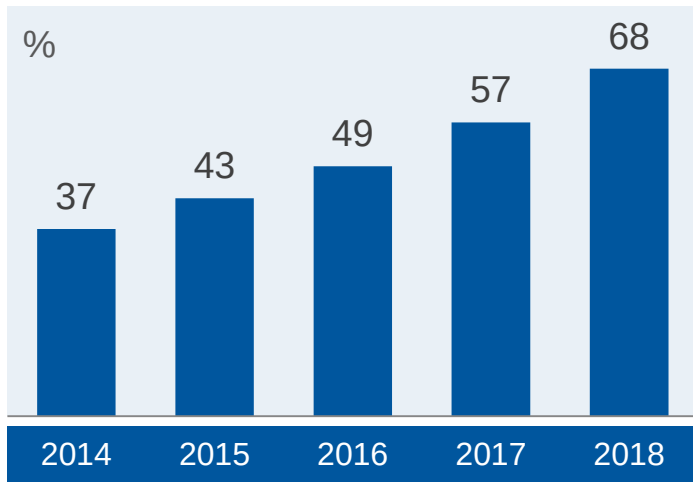


Csupán a kézi (handheld) eszközöket tekintve a 16+ éves internetezők többsége csakis okostelefonon, kisebbsége csakis tableten internetezik.

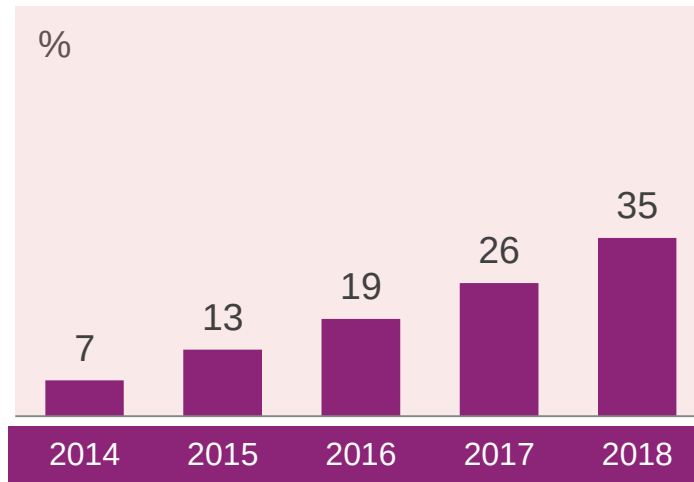
A tableten internetezők zöme (84%) internetezik okostelefonon is, míg az okostelefonon internetezők zöme (74%) nem internetezik tableten.

A táblagép tehát kiegészítő szerepű a kézi internetezésben.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



azok aránya, akik kézi eszközön
gyakrabban interneteznek, mint pc-n

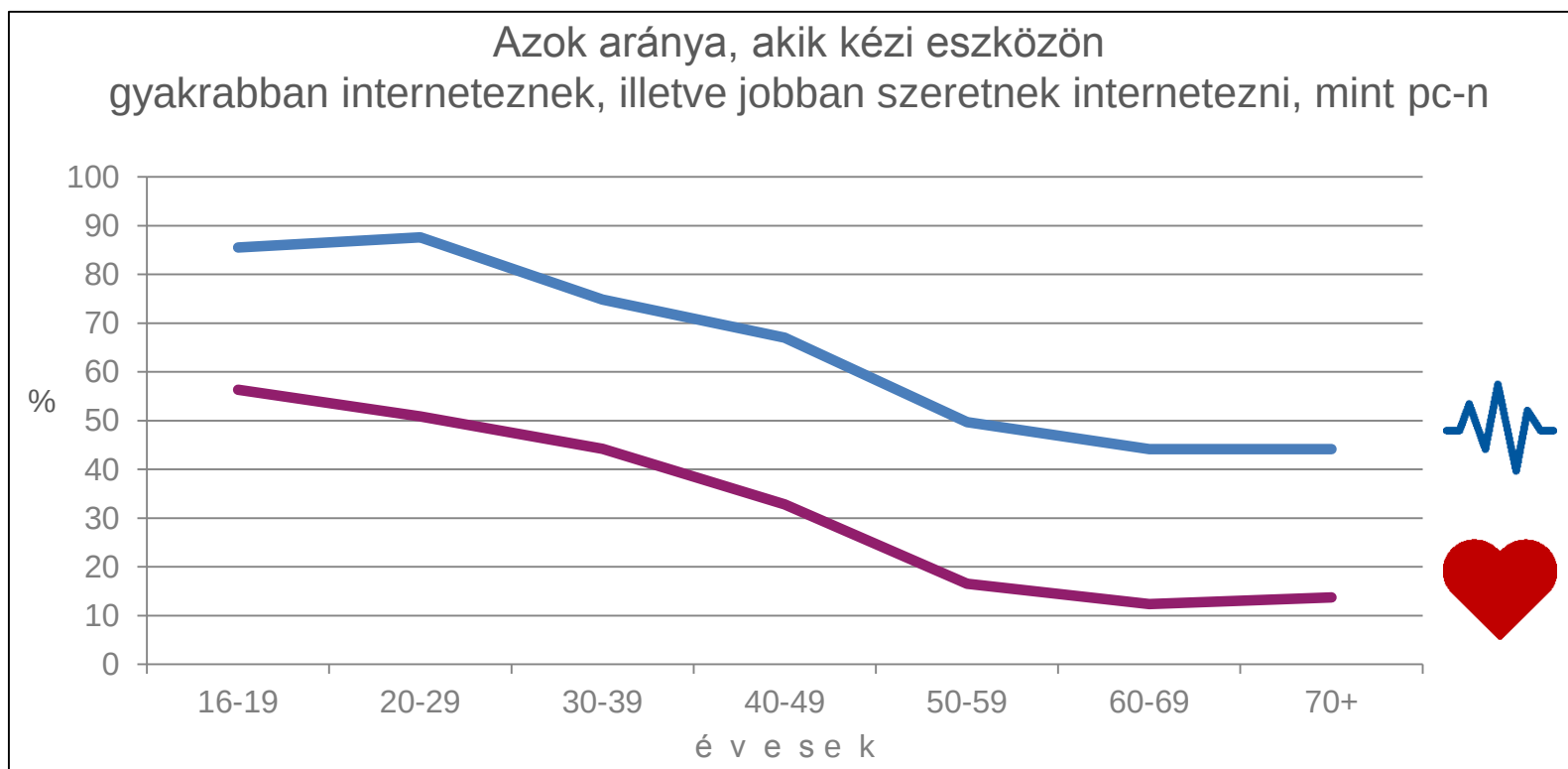


azok aránya, akik kézi eszközön
jobban szeretnek internetezni, mint pc-n

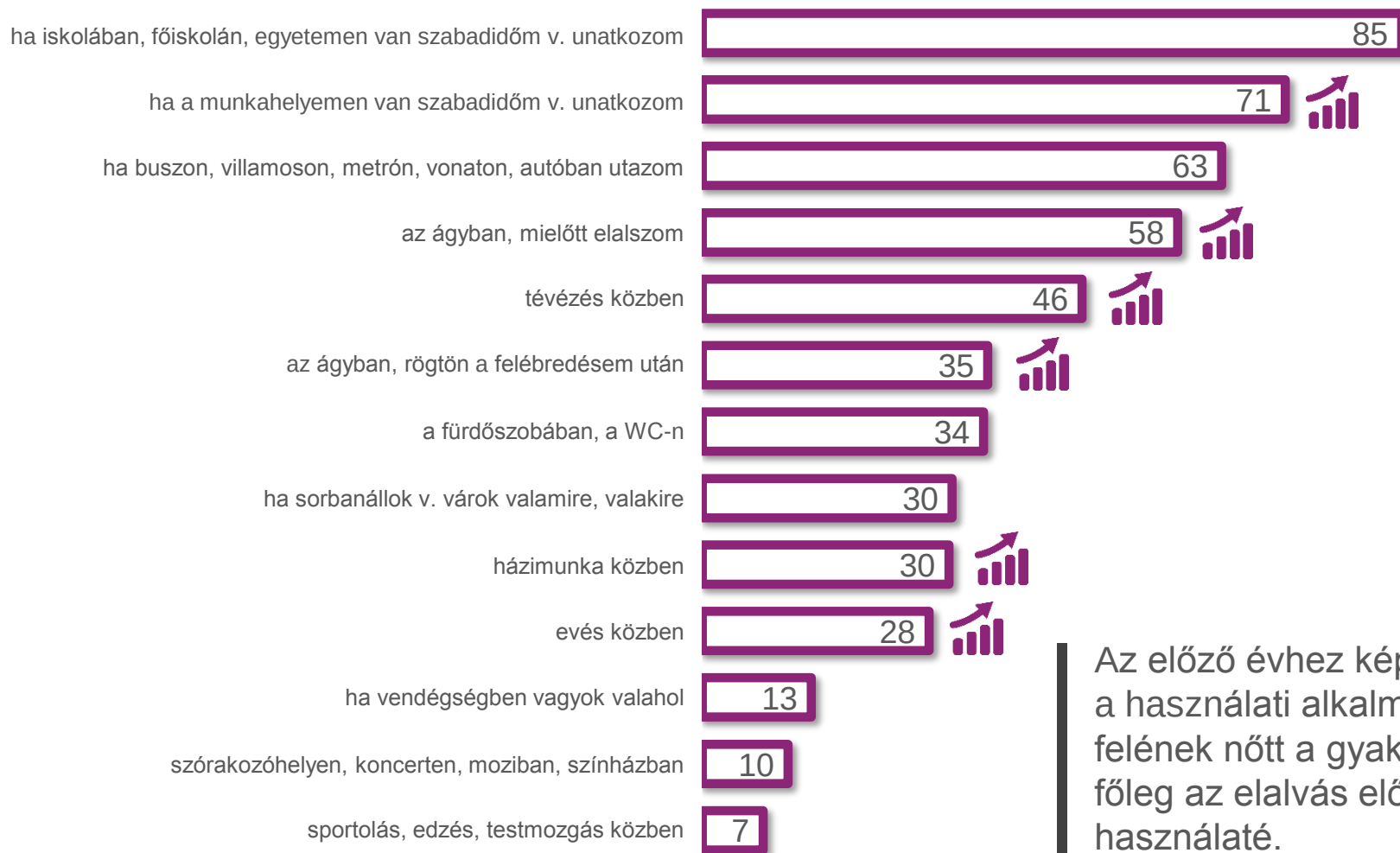
A hagyományos és kézi eszközön is internetezők körében a használat eltolódik a kézi eszköz felé, és ezzel párhuzamosan nő ezek kedveltsége.

Bázis: akik interneteznek okostelefon/táblagépen is és otthon asztali vagy hordozható pc-n is, n=1846, N=3,9 m

A kézi eszköz gyakoribb használata 50 éves korig jellemző a korcsoport többségére, a preferálása pedig a húszas életévek elejéig.



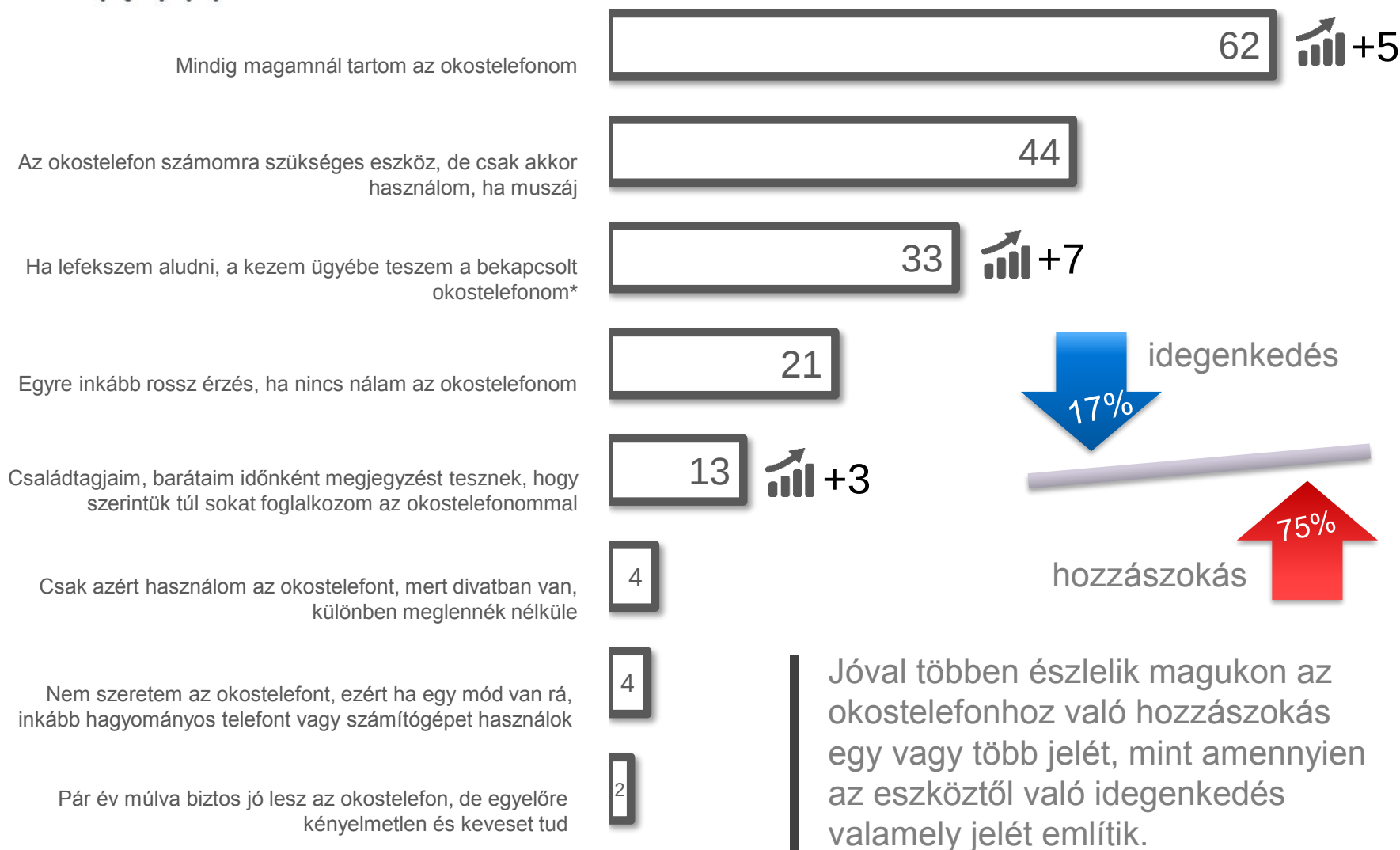
Bázis: akik interneteznek okostelefon/táblagépen is és otthon asztali vagy hordozható pc-n is, n=1846, N=3,9 m



Az előző évhez képest a használati alkalmak felének nőtt a gyakorisága, főleg az elalvás előtti használaté.

Bázis: okostelefon-használók, n=2497, N=5,3 m

Munkahelyre/iskolára vonatkozó válasz: a fenti bázison belül aktív keresők/tanulók



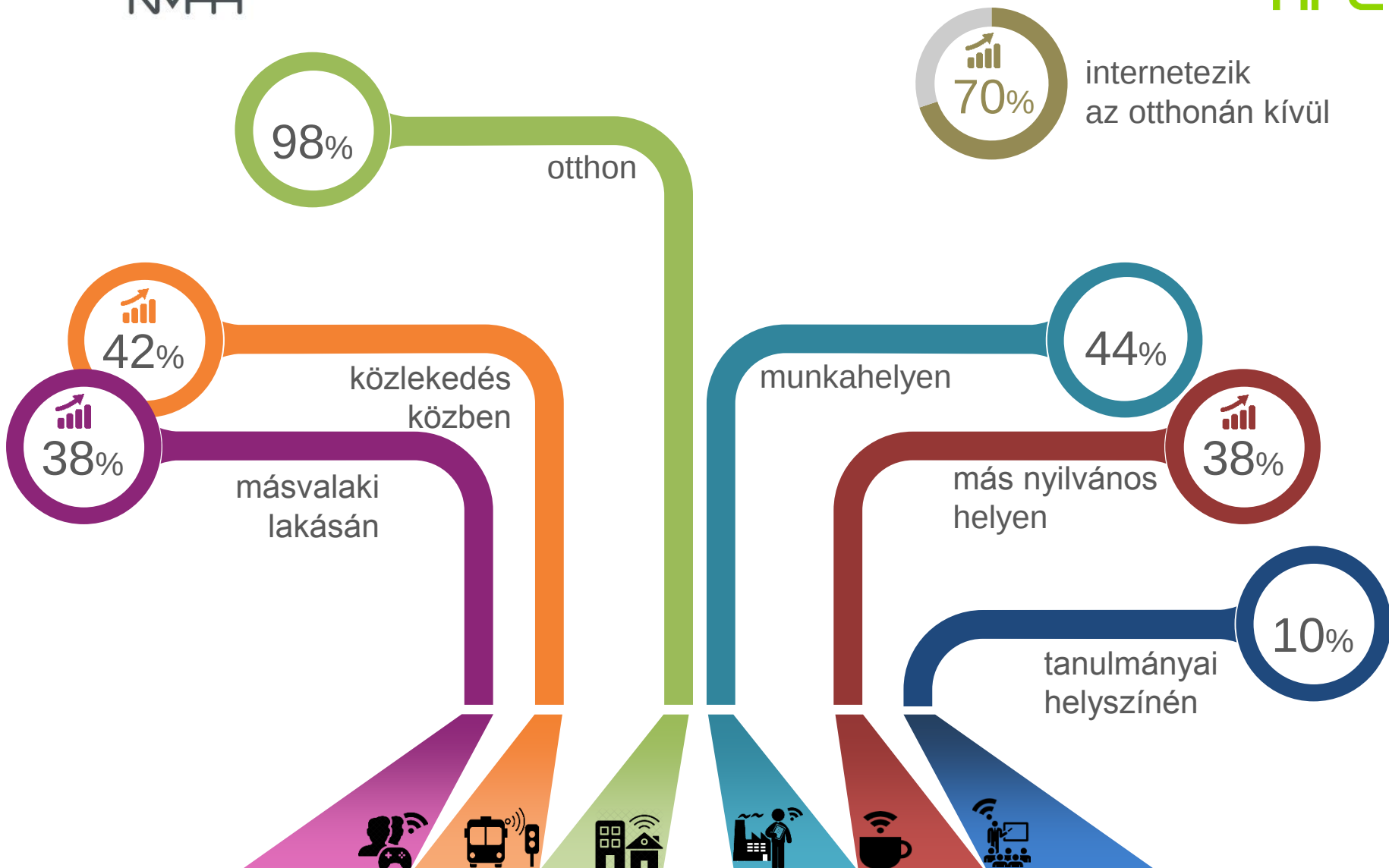
Bázis: okostelefon-használók, n=2497, N=5,3 m

*A kérdőívben a következő magyarázattal folytatódott a kérdés:

„Nemcsak azért, mert ébresztőórának használok, hanem hogy meg tudjam nézni, ha üzenetet kapok vagy ha nem bírok elaludni.”

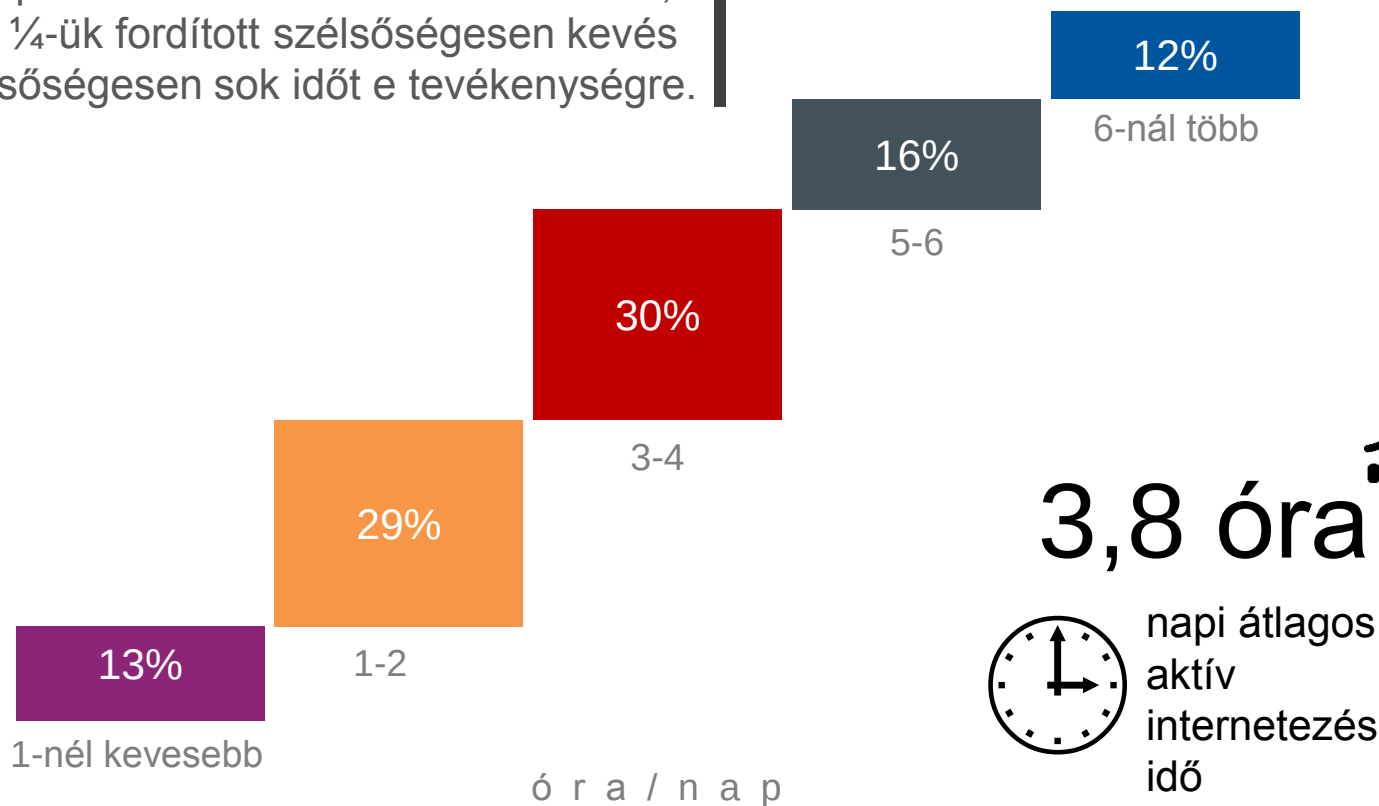
INTERNETHASZNÁLAT





Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

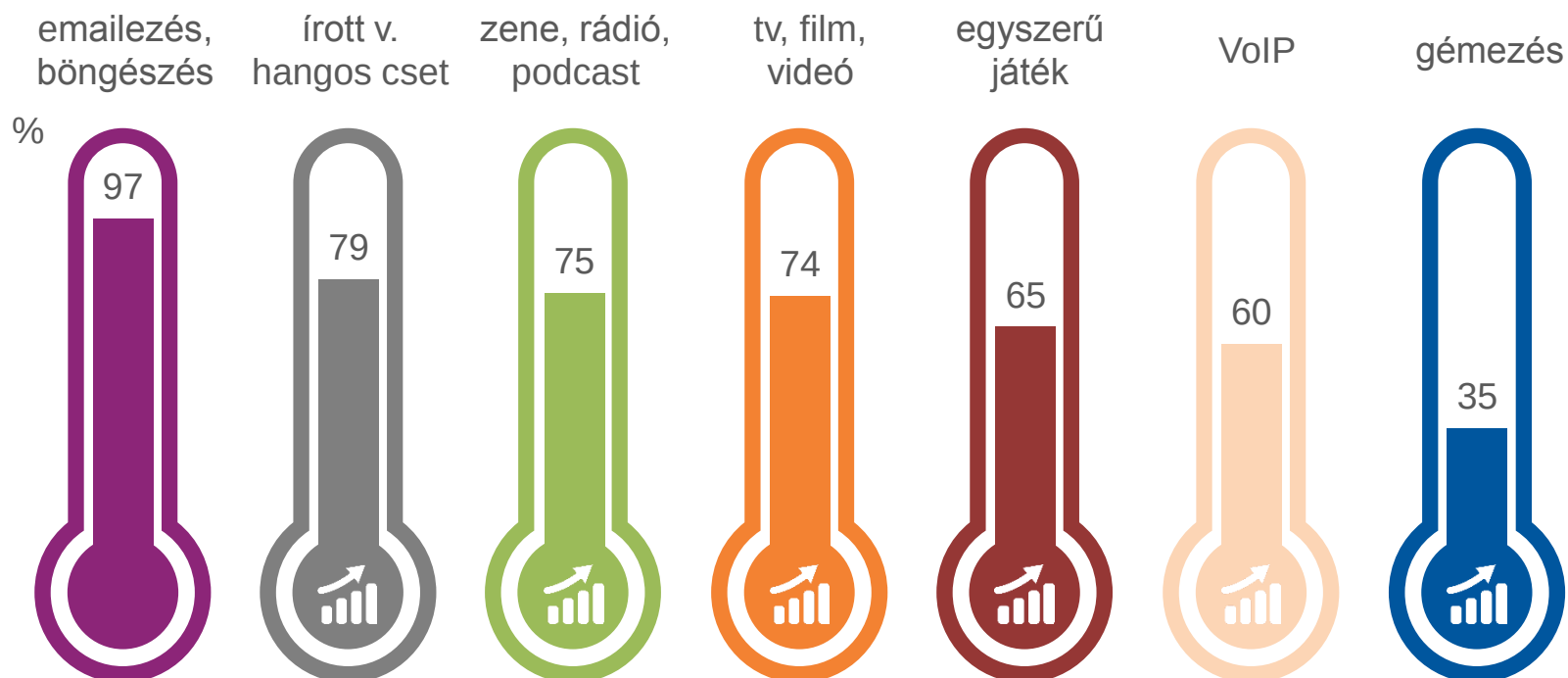
Évek óta szakadatlanul nő az internetezéssel töltött idő. 2018-ban az internetezők $\frac{3}{4}$ -e egy átlagos napon 1-6 órát töltött internetezéssel, s csak az $\frac{1}{4}$ -ük fordított szélsőségesen kevés vagy szélsőségesen sok időt e tevékenységre.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Az adatfelvételt megelőző 1 hónapban az internetezők 96%-a végzett legalább kettőt az itt ábrázolt internetes tevékenységek közül. E hétféle tevékenységből átlagosan 4,9-et végeztek.

Az emailezést, böngészést kivéve valamennyi tevékenység elterjedtebbé vált tavaly óta.

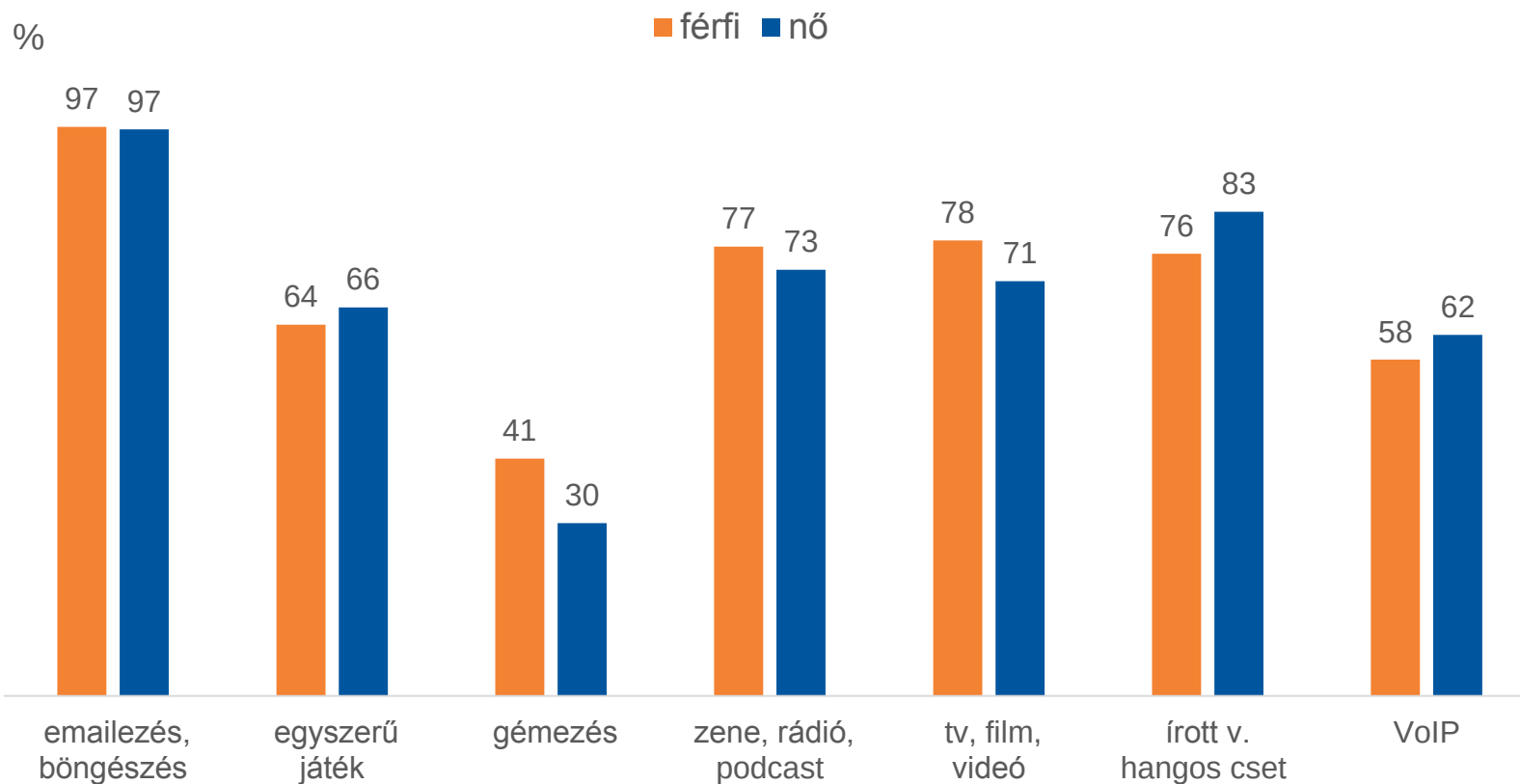


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

A kérdőívben definiáltuk a kevésbé elterjedt tevékenységeket, mégsem kizárt, hogy a cset és a VoIP, illetve az egyszerű játék és a gép megkülönböztetése a gyakorlatlan internetezőknek nem mindig sikerült

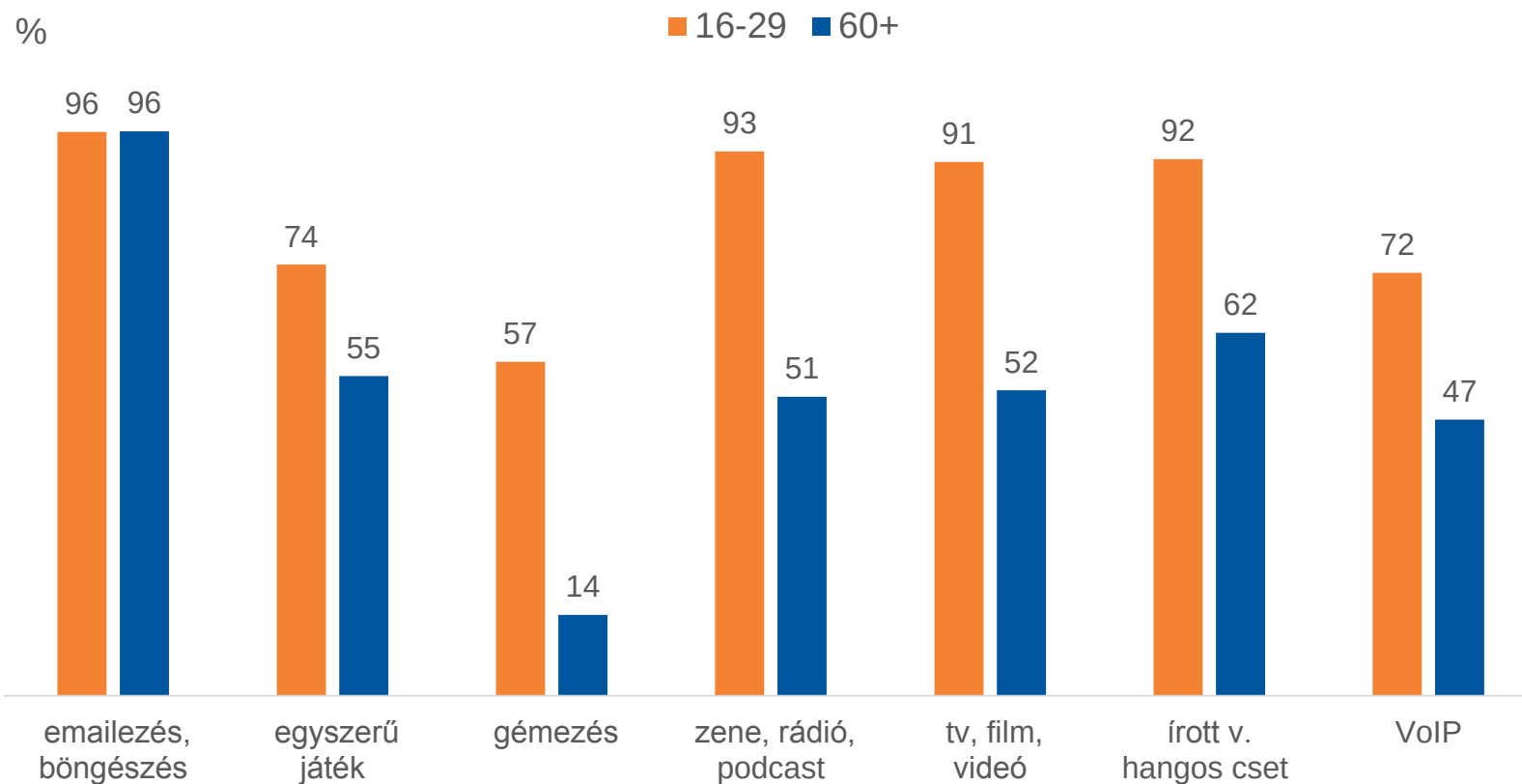
Designed by Allppt.com

A két nem tevékenységprofilja jellegzetesen, de viszonylag csekély mértékben tér el egymástól. A másik nemhez képest a nőkre jellemzőbb a valós idejű kommunikáció, a férfiakra pedig a mozgóképnézés és a gémezés.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

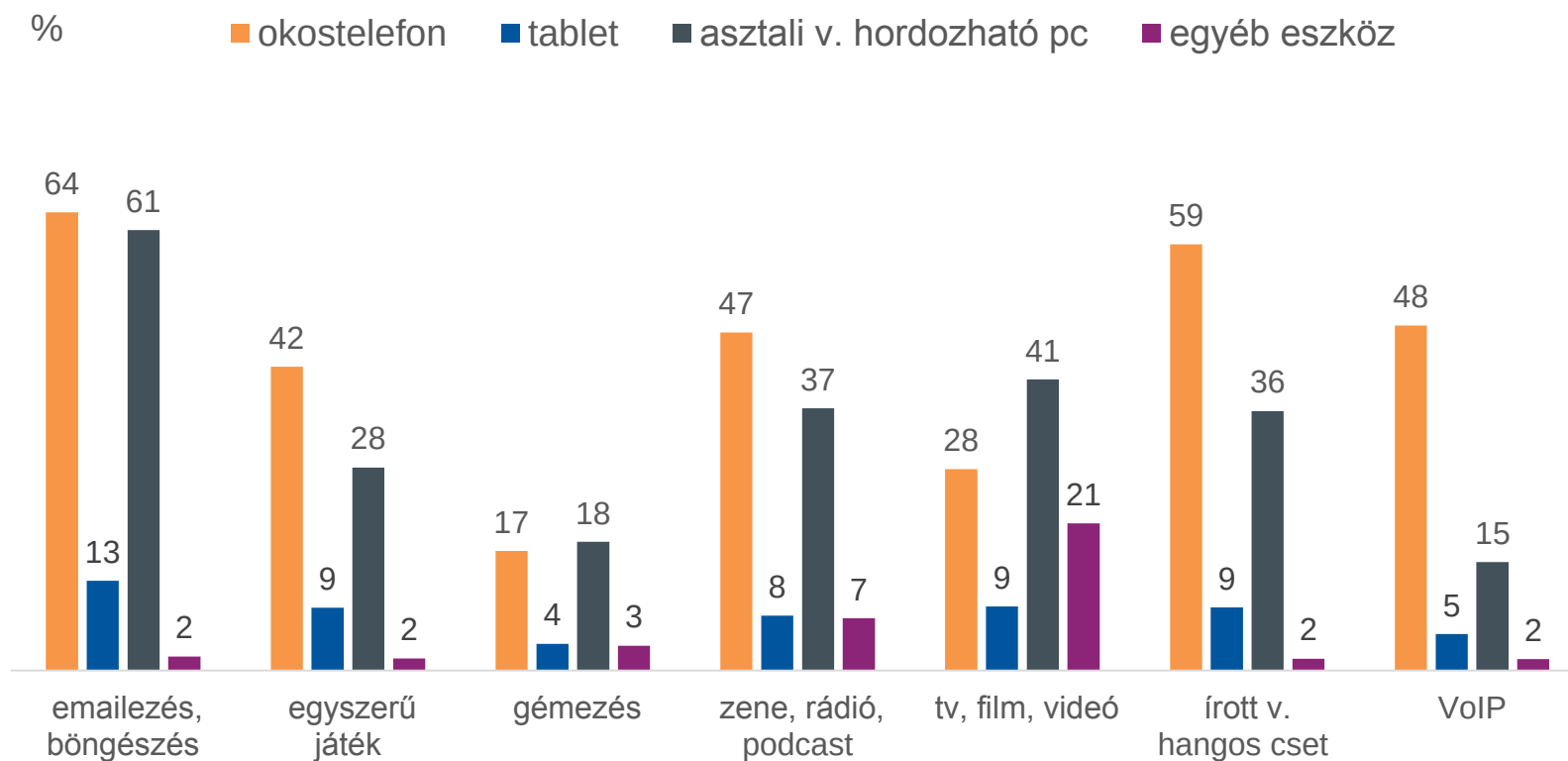
Nagymértékben eltér a korcsoportok tevékenységprofilja. Az emaillezést, böngészést kivéve (melynek előfordulása egyenletes) a tevékenységek előfordulási gyakorisága monoton csökkenő az idősök felé haladva. A tizen- és huszonévesek szinte mindegyike végez 4 fajta tevékenységet, a 60+ évesek körében ugyanez csak a legalapvetőbb internetes tevékenységről: az emaillezésről, böngészésről mondható el.



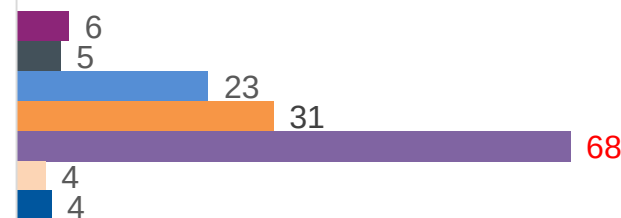
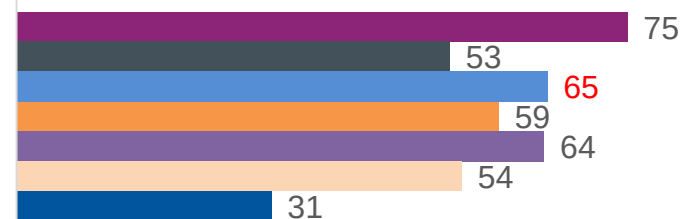
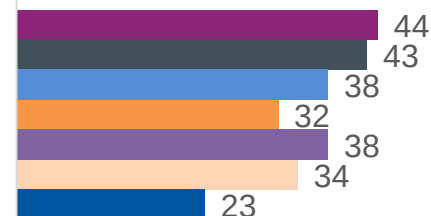
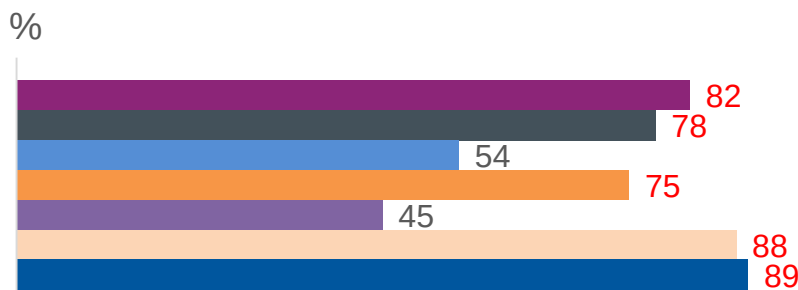
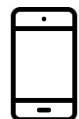
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

TEVÉKENYSÉGFAJTÁK ÉS ESZKÖZÖK

A hét tevékenységfajtából ötöt a legszélesebb kör okostelefonon végez.
A mozgókép nézése asztali vagy hordozható pc-n elterjedtebb, mint okostelefonon, gémezni pedig egyformán sokan szoktak az előbbi és az utóbbi eszközökön.



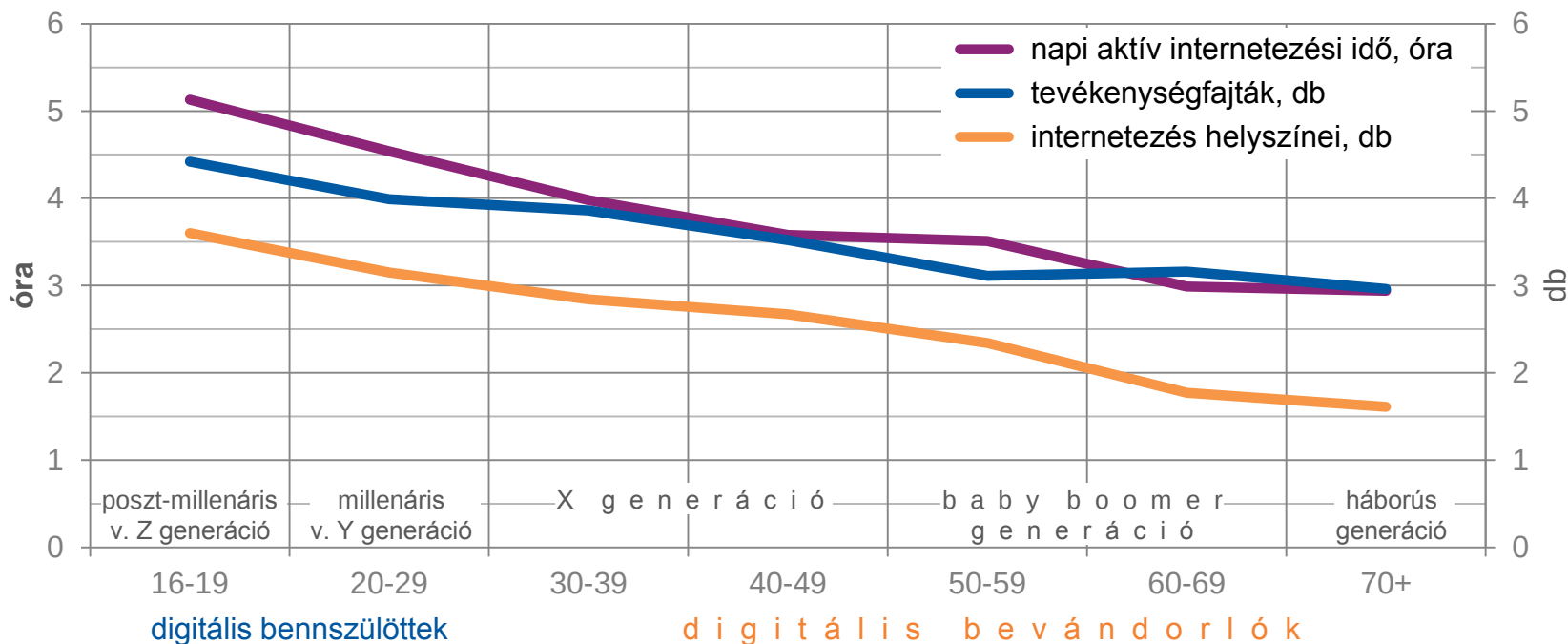
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



- emailezés, böngészés
- egyszerű játék
- gémezés
- zene, rádió, podcast
- tv, film, videó
- írott v. hangos cset
- VoIP

Ha azokra fókuszálunk, akiknél igény és lehetőség található, azaz szokták is végezni a tevékenységet és a rendelkezésükre is áll az eszköz, akkor az eszközválasztásból kiviláglik, hogy a használatban mennyire minősül az eszköz alkalmasnak a különféle tevékenységekre. (Piros számmal jelölve a legalkalmasabb eszköz.)

Bázis: 16+ éves internetezők közül azok, akik interneteznek az adott eszközön és valamely eszközön végzik az adott tevékenységfajta, n=193-2325, N=1,2 m-5,3 m



Az internetezők társadalmát már 5 generáció alkotja. Egynegyedük tartozik a digitális bennszülöttek két, háromnegyedük a digitális bevándorlók három generációjához. A digitális bennszülöttek internethasználata extenzívebb, mint a digitális bevándorlóké: több helyszínen, hosszasan, változatosabban interneteznek.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

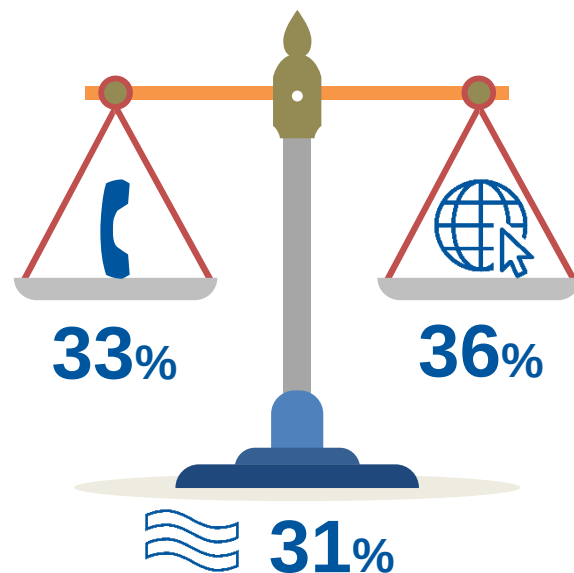
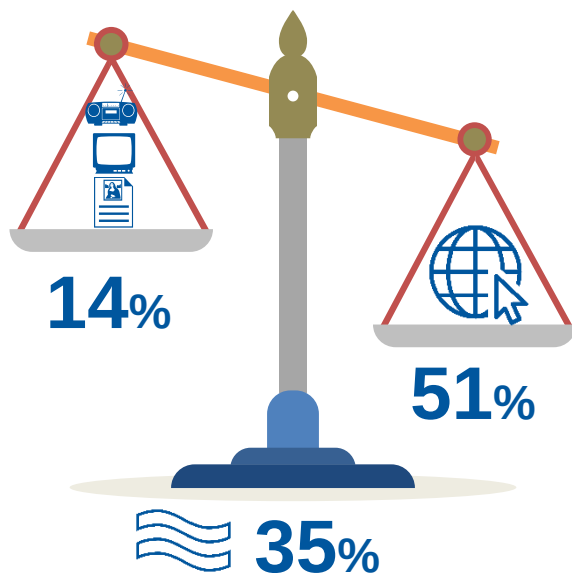
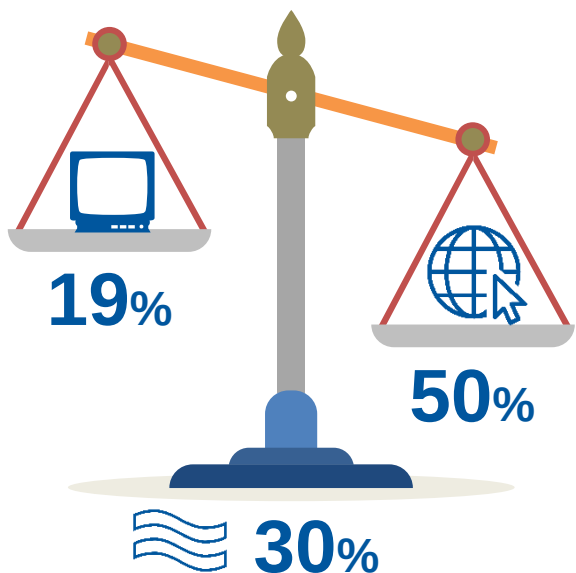
Az internetezők szórakozási és tájékozódási célból az internetet részesítik előnyben a hagyományos médiával szemben. Kapcsolattartásra csaknem ugyanannyian használják a telefont, mint az internetet.

Mely kommunikációs eszközt használja gyakrabban az alábbi célokra*

szórakozás

informálódás

kapcsolattartás

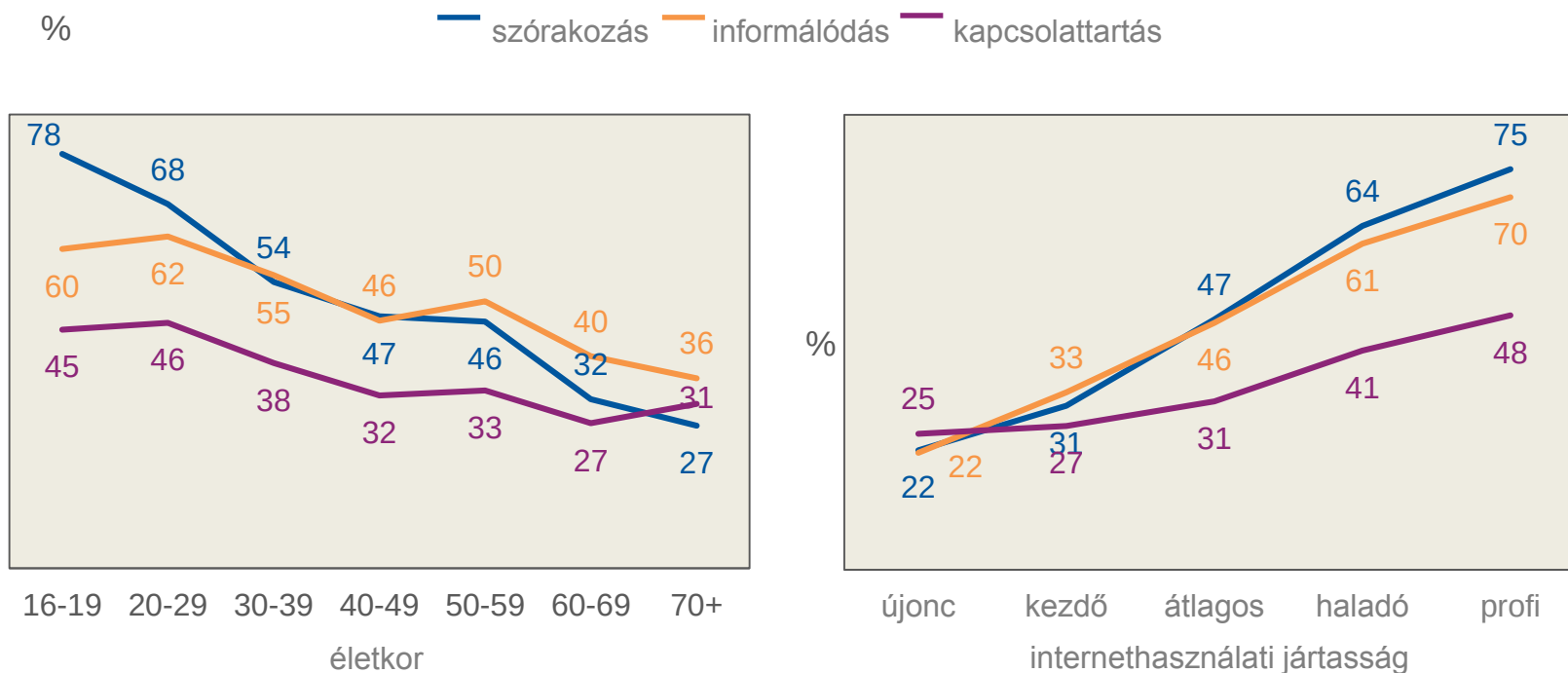


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

*A kérdés a kérdőívben a szabad elhatározásból végzett internetezésre vonatkozott (kizárva a kötelező, pl. munkahelyi, iskolai internethasználatot).

Az egyre fiatalabbak és az internethasználatban egyre járatosabbak médiapalettáján egyre dominánsabb az internet.

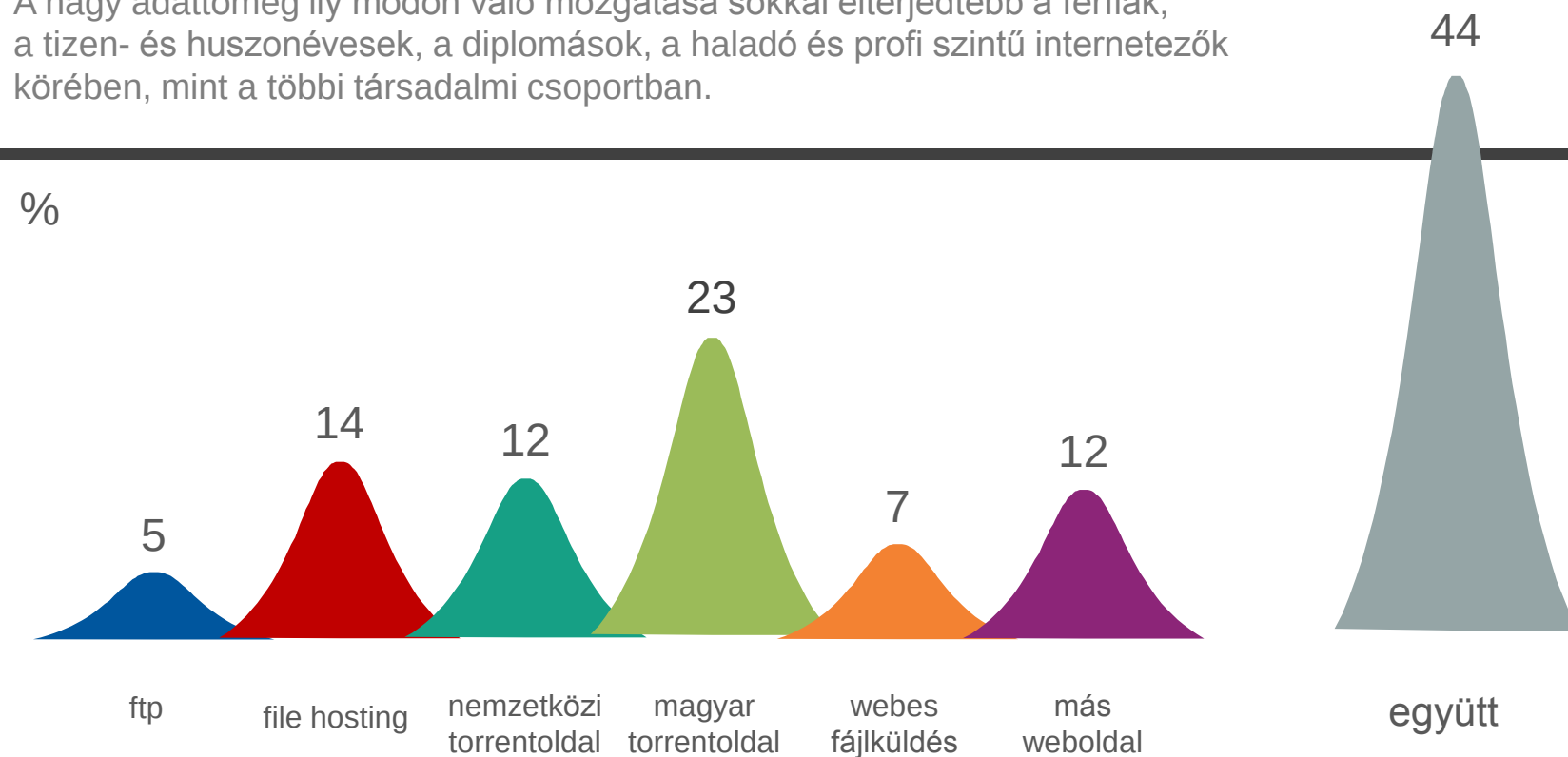
Az egyes internetezési célokra az internetet a konkurens médiánál gyakrabban használók aránya



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

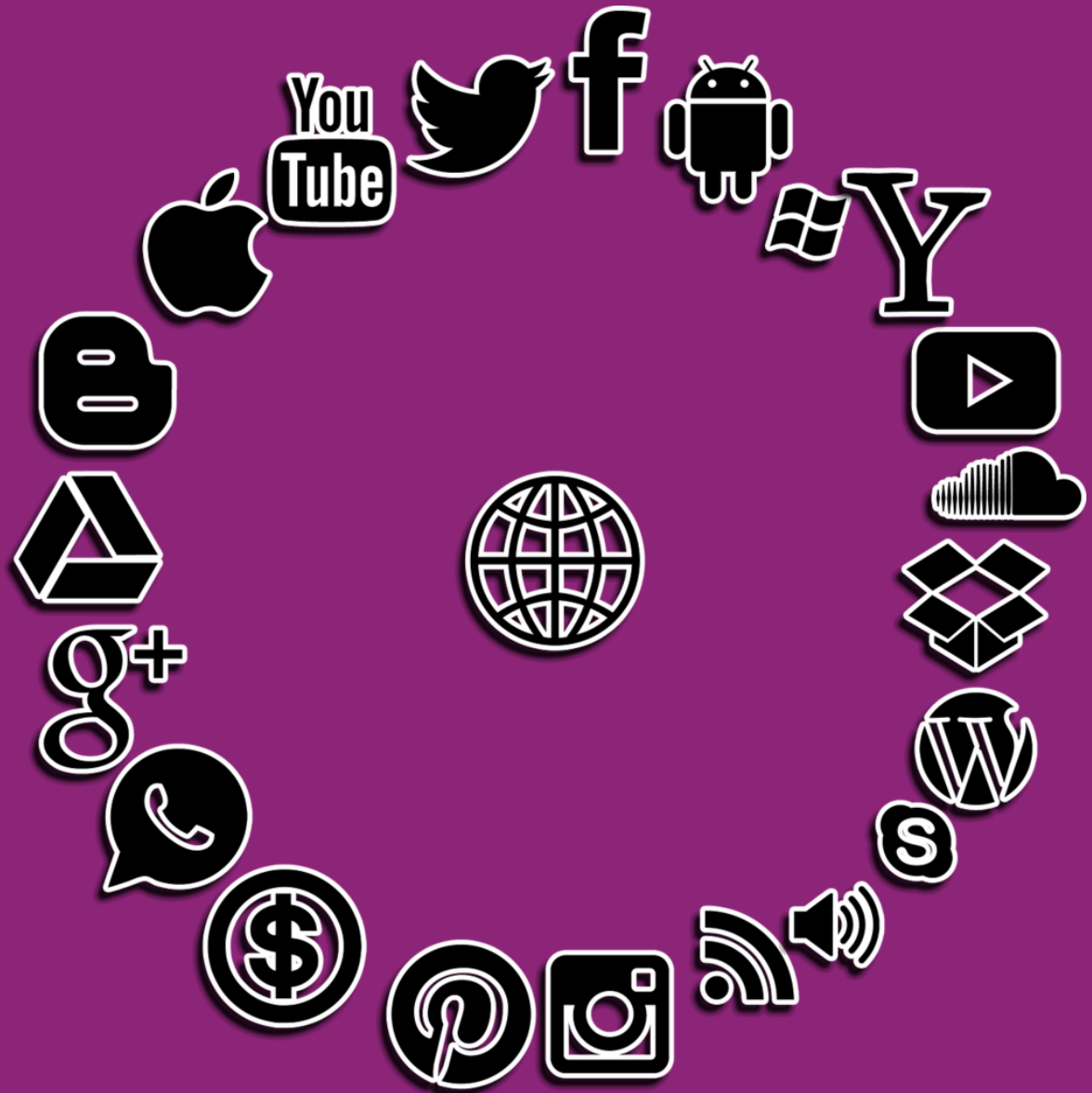
Az eddig áttekintett tevékenységeken kívül a hálózatot számottevően terhelő más tevékenységeket is végeznek az internetezők. Ezen az ábrán olyan fájlmozgató tevékenységeket mutatunk be, mellyel az az internetező célja, hogy az interneten másutt tárolt nagy adattömegű fájlt (pl. film, játék, szoftver) saját magának letöltse vagy pedig fordítva, a saját berendezésén tárolt fájlt az internet más pontjára juttassa el. Az internetezők 44%-a végzett efféle tevékenységet 2018-ban.

A nagy adattömeg ily módon való mozgatása sokkal elterjedtebb a férfiak, a tizen- és huszonévesek, a diplomások, a haladó és profi szintű internetezők körében, mint a többi társadalmi csoportban.



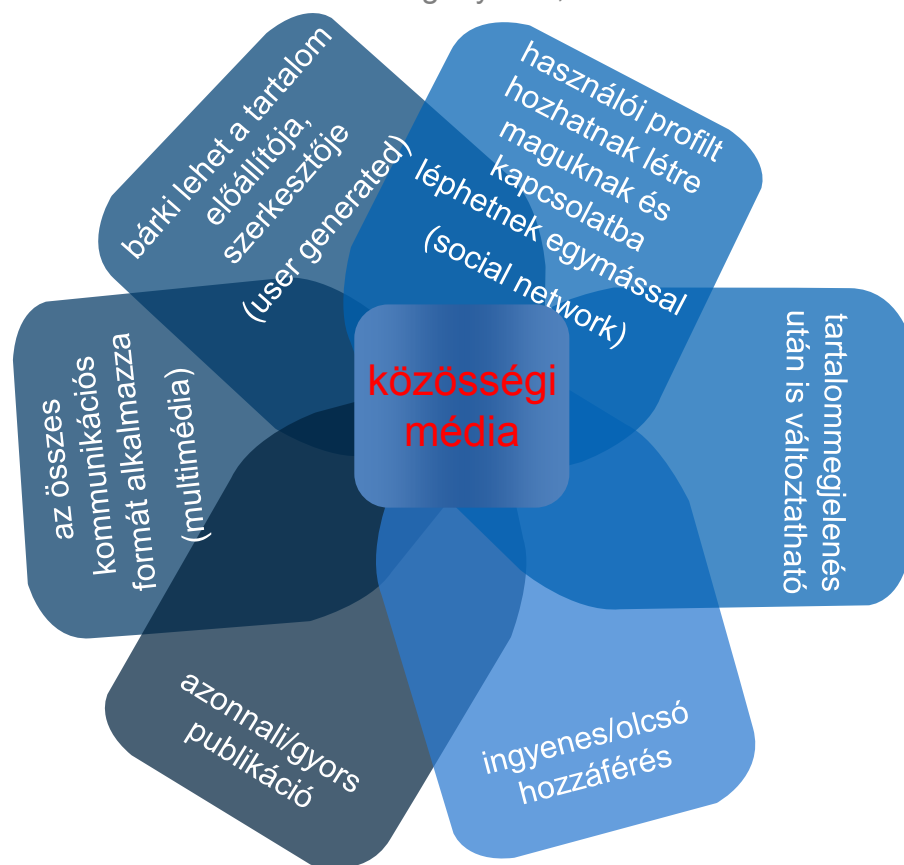
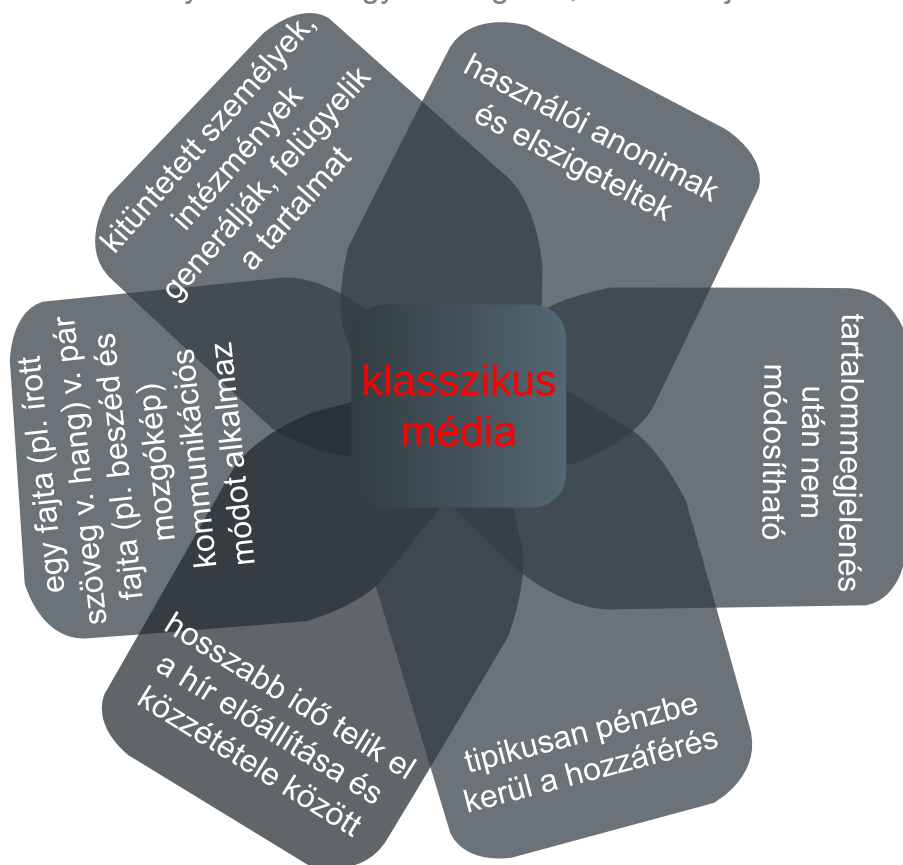
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

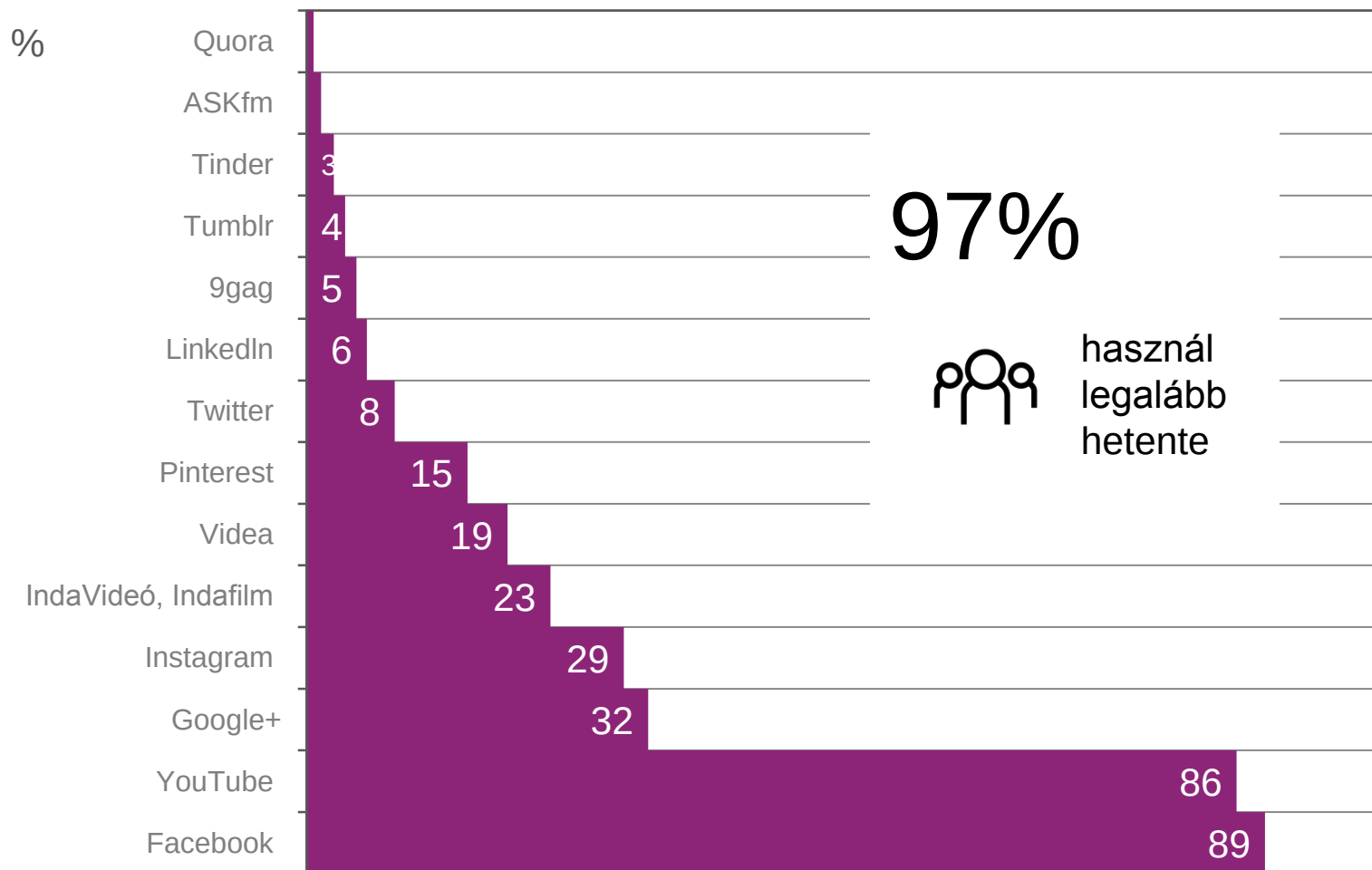
INTERNETES TARTALMAK



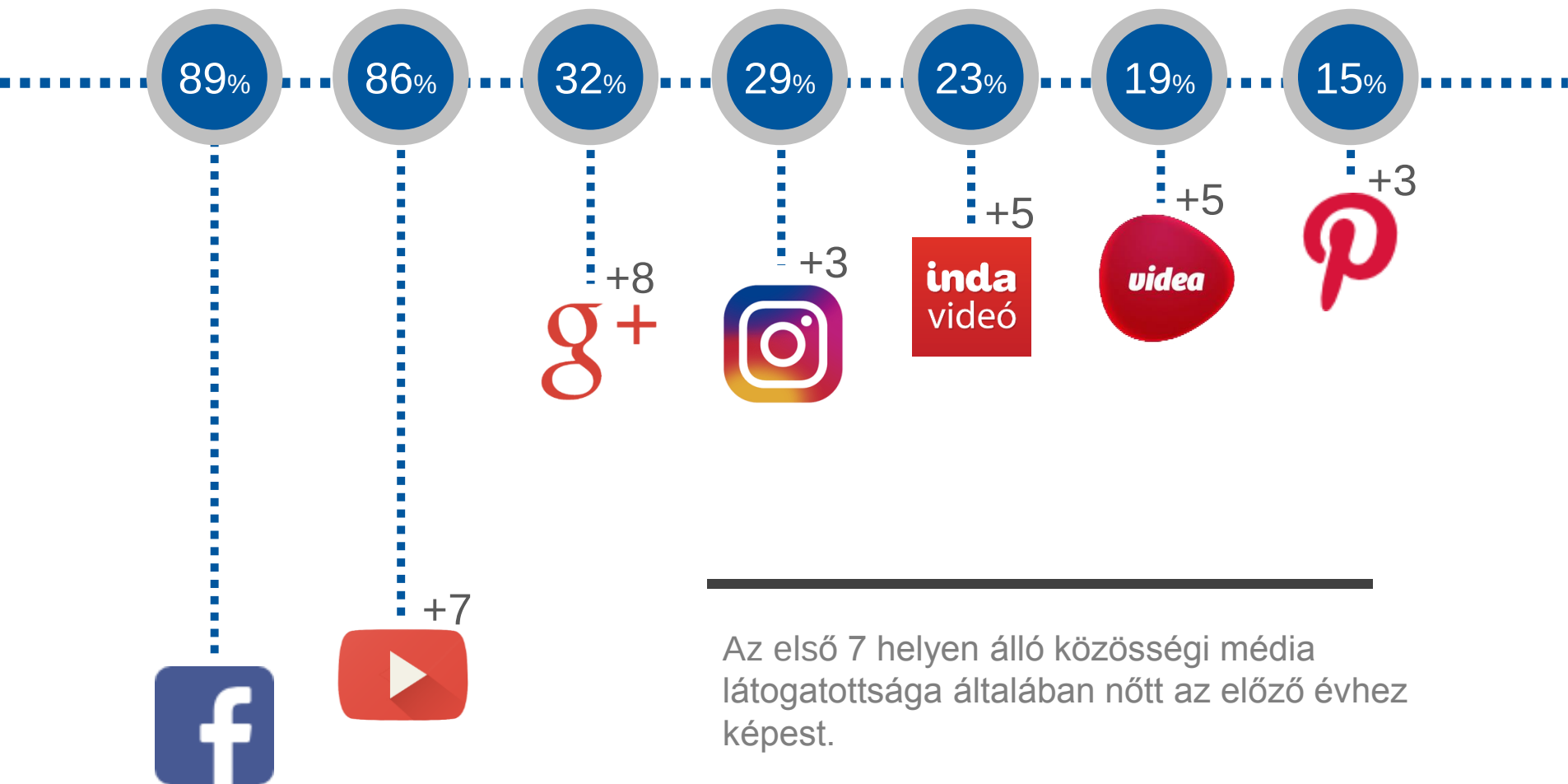
A KÖZÖSSÉGI MÉDIA ELŐNYEI

Mint ahogy azt korábbi diákon láttuk, az internetezők, különösen a fiatalok, előnyben részesítik az internetet a hagyományos médiával szemben. Az online közösségi média 15 éves fejlődéstörténete során jutott el a mai állapotáig, amikor is az ismeretségi hálózat szerepen túllépve információk, eszmék, alkotások forgalmazója lett, azaz magába olvasztotta a klasszikus média funkcióit. Köszönhetően annak, hogy a közösségi média interaktív és a tartalmát a használói hozzák létre/emelik ki az információk átláthatatlan tömkelegéből, a használók számára demokratikusabb kommunikációs módozatnak tűnik, amely az egyént, a csoporthovatartozást és a nézetek végtelen tarkaságát egyaránt hangsúlyozza. E fő előnyei mellett a gyorsasága az, ami miatt jobban összetalálkozik a mai kor emberének igényeivel, mint a klasszikus média.

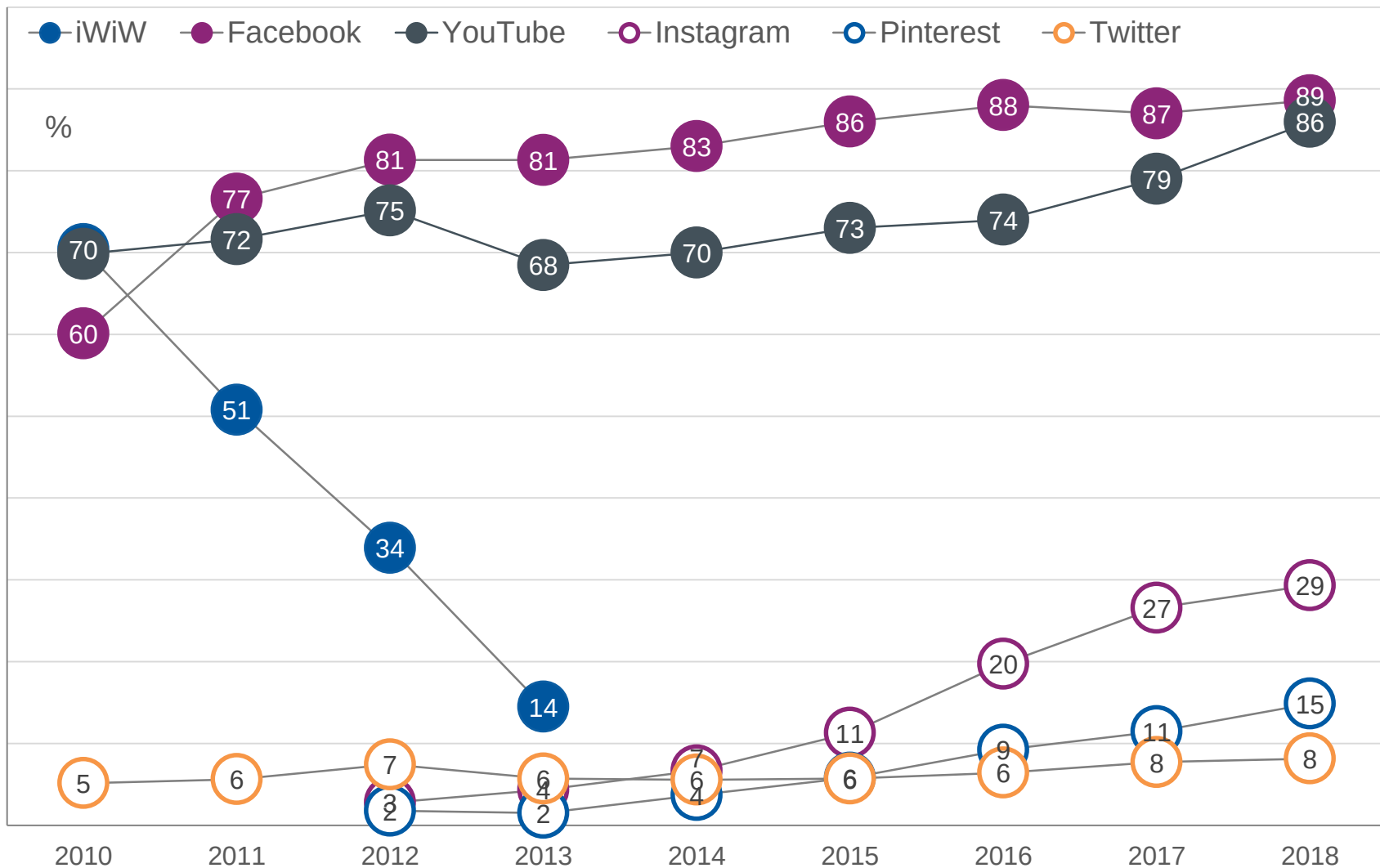




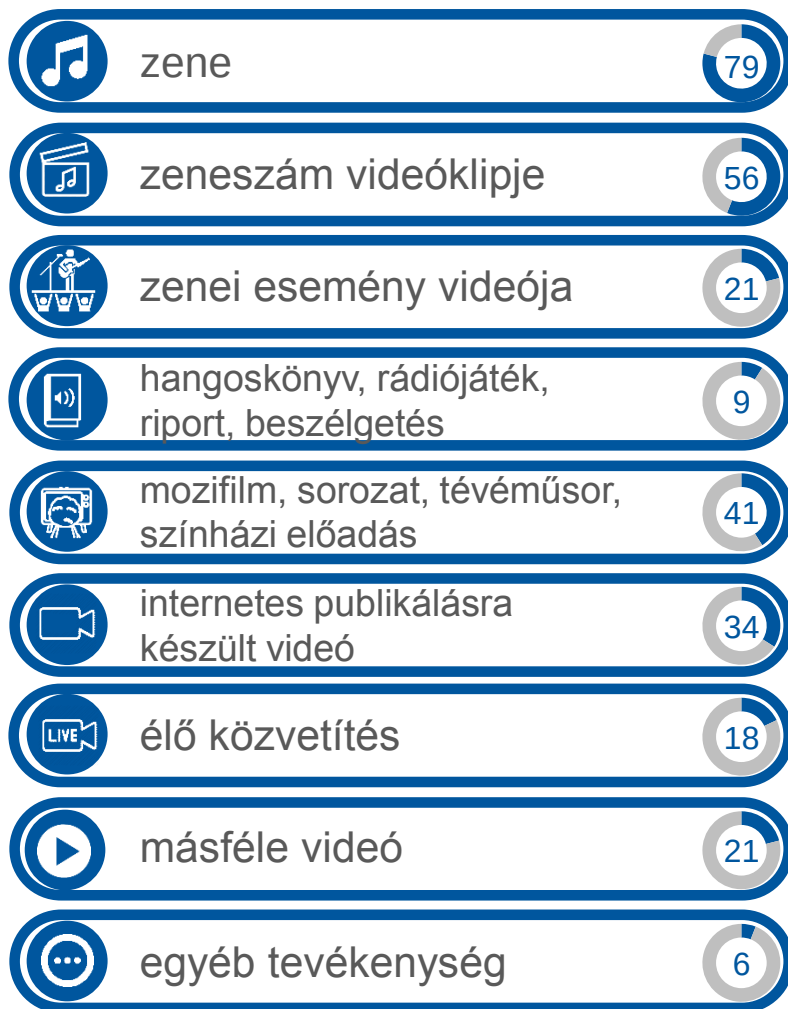
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



91%

hang
együtt

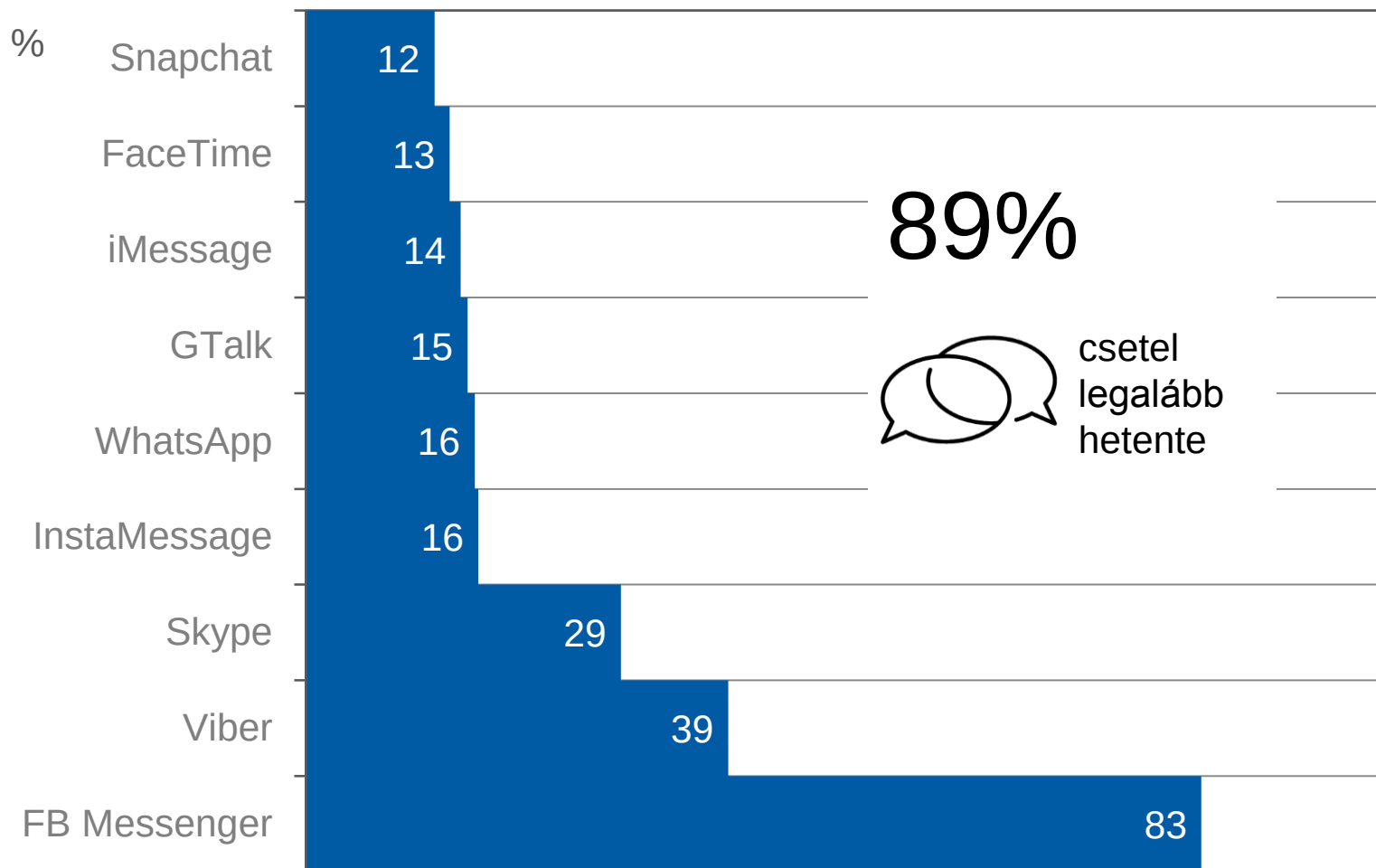
72%

mozgóké
együtt

látogatottság



86%



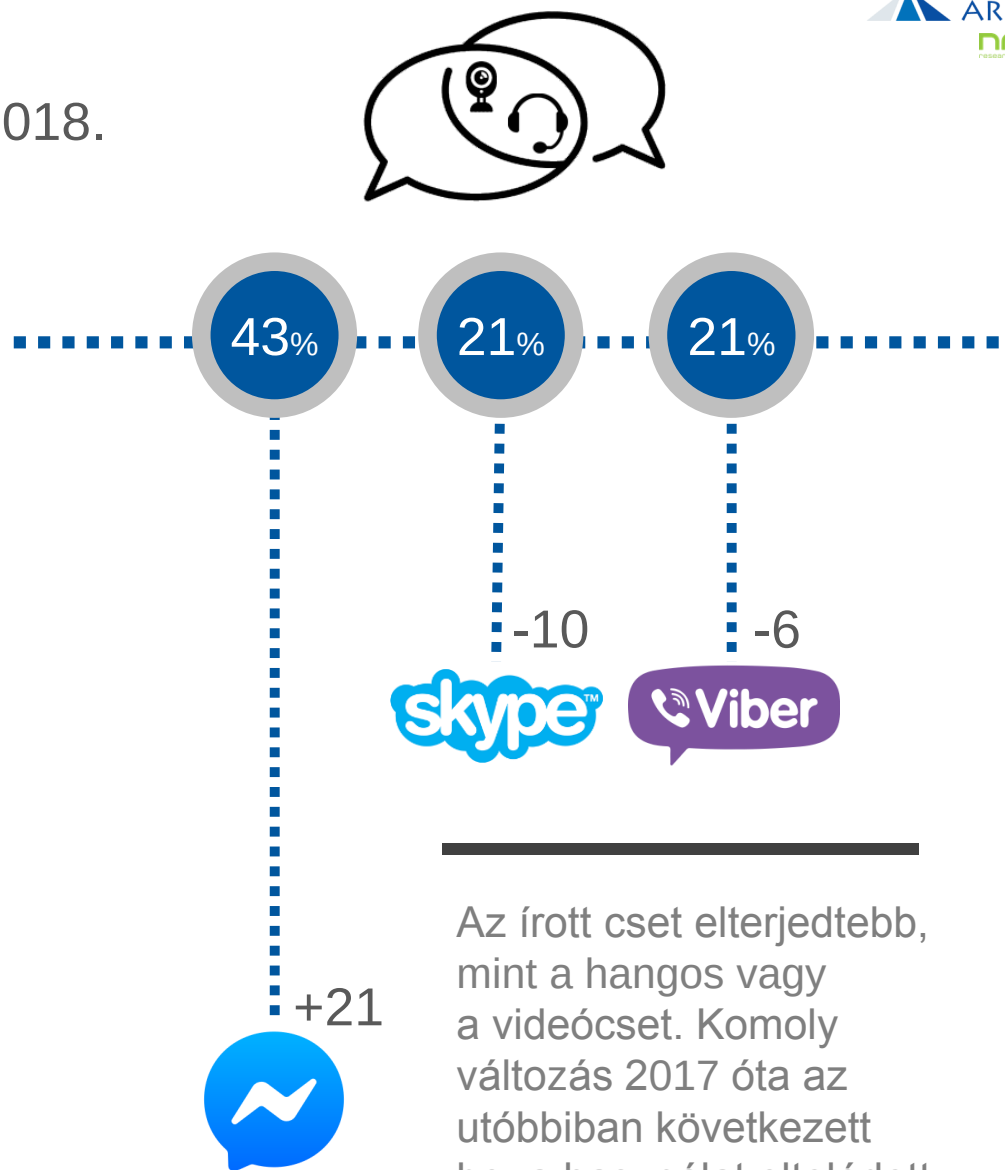
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

86%  +2

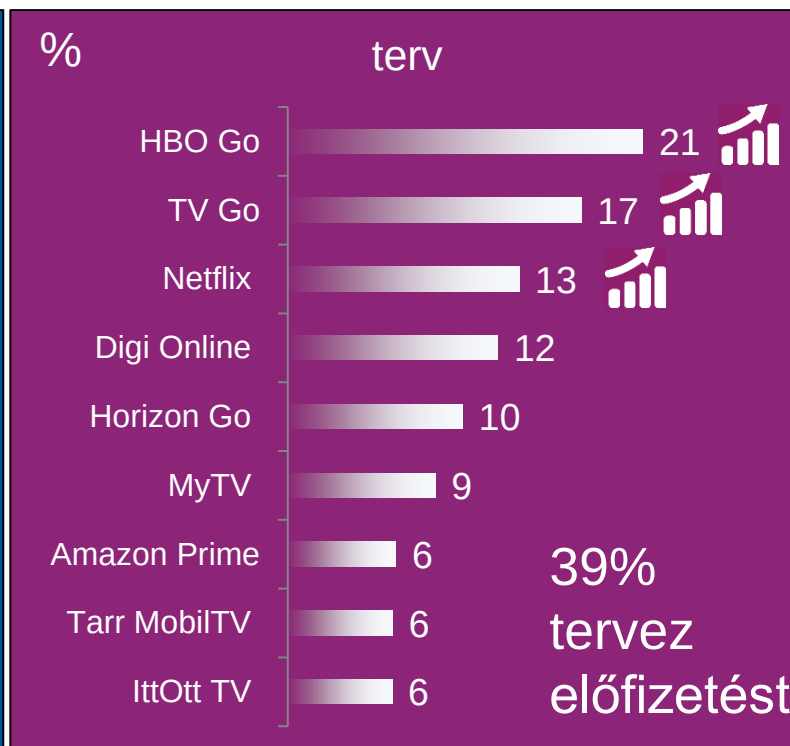
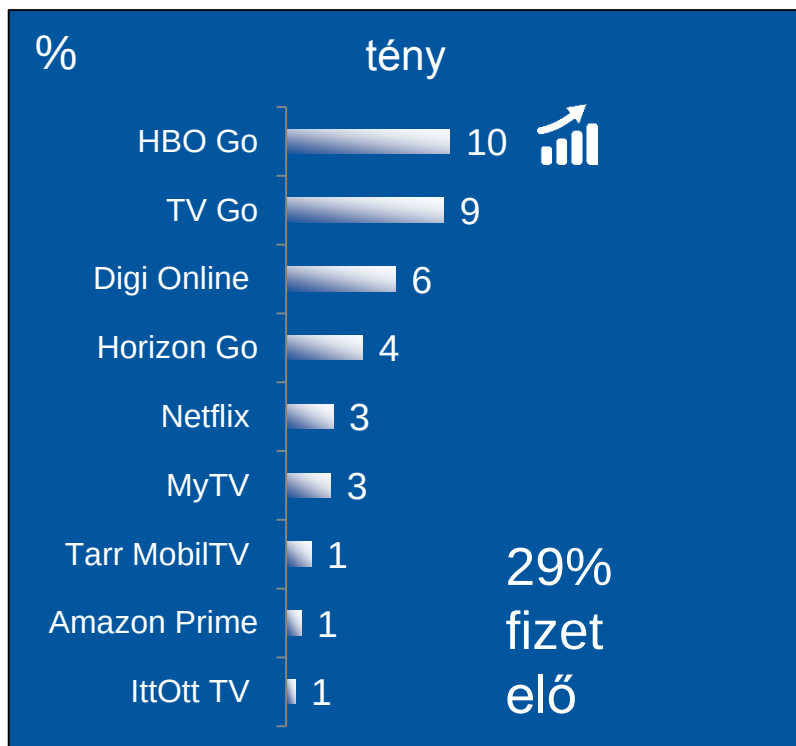
 csetel
legalább
hetente:
text chat

64%  +3

 csetel
legalább
hetente:
audio, video chat



Az írott cset elterjedtebb, mint a hangos vagy a videócset. Komoly változás 2017 óta az utóbbiban következett be: a használat eltolódott a FB Messenger felé.



A 16+ éves internetezők 29%-a él olyan háztartásban, amely előfizet az ábrázolt internetes tévéműsor- és filmszolgáltatások valamelyikére. A következő 1 évre 39% fontolgatja az előfizetést, beleértve azokat is, akik meglévő előfizetésük fenntartását tervezik. Az HBO és a Telekom internetes szolgáltatása mellett a Netflix előfizetésére vonatkozó terv van növekvőben.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

OVER-THE-TOP SZOLGÁLTATÁSOK

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

Az OTT-tartalom gyakran azonos vagy hasonló ahhoz, amit egyes internetszolgáltatók kínálnak. Tipikusan audio- vagy videotartalmat nyújtanak ingyenes vagy fizetős OTT-szolgáltatásként, versengve az internetszolgáltatók zenetár, video-on-demand és IPTV-s videoszolgáltatásaival. Világviszonylatban a legnépszerűbb OTT-s audio- és videoszolgáltatások közé tartozik például a Google tulajdonában lévő YouTube, a Google TV, az Apple TV, valamint a Netflix, a Hulu, a Pandora Radio és a Spotify.

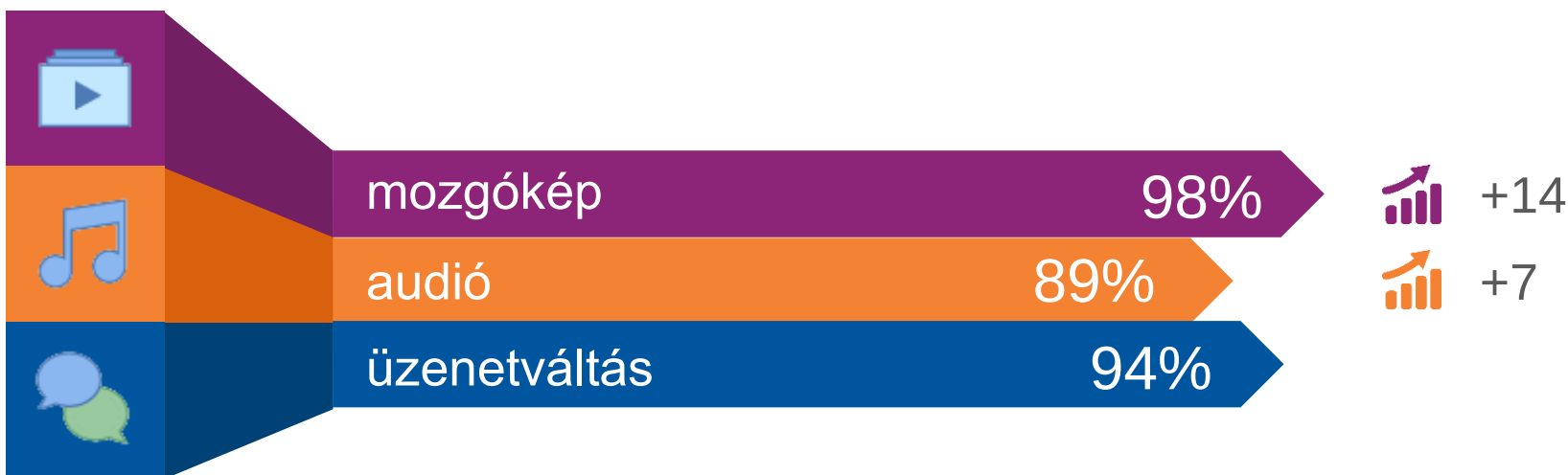
Lényegét tekintve hasonló a helyzet az OTT-s üzenetküldő-szolgáltatásokkal, melyek a telefonszolgáltatók sms- és hangszolgáltatásainak teremtenek konkurenciát az internetszolgáltató hálózatát használva. A legnépszerűbb OTT-s üzenetküldő-szolgáltatások közé tartozik a Microsoft tulajdonában lévő Skype, a Facebook tulajdonában lévő Messenger, WhatsApp és Instagram, valamint a Twitter, a Viber és az iMessage.

Az OTT-tartalmat a fogyasztók különféle internetképes eszközön érhetik el, asztali és hordozható pc-n, táblagépen, okostelefonon, okostévéen, videojáték-konzolon, egyeseket pedig set-top-boxon keresztül is.

Az OTT-tartalmak szolgáltatása és közvetítése konfliktusokat szült az ellentétes érdekű piaci szereplők között, és ezidáig megoldatlan kérdéseket vetett fel a gazdasági és jogi szabályozás terén.

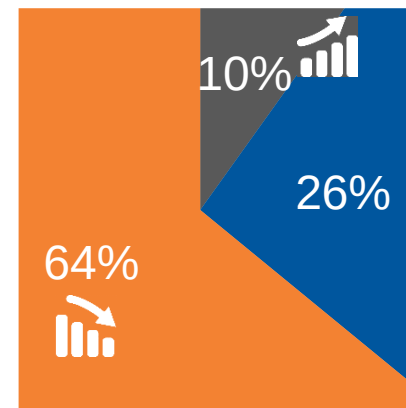
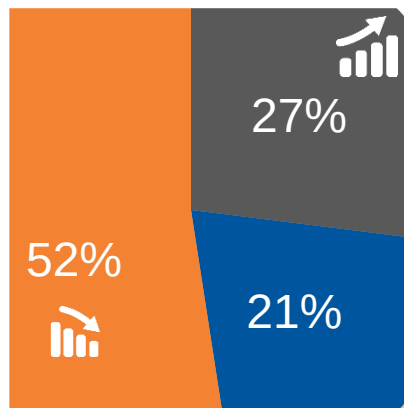
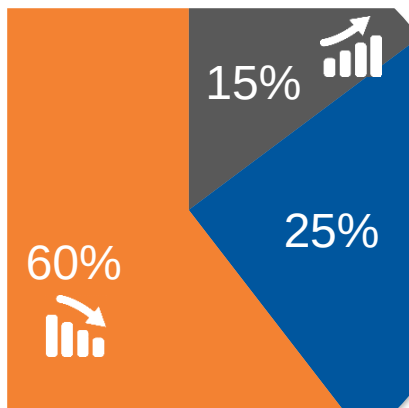
Minden (100%) 16+ éves internetező fogyasztott valamiféle OTT-s tartalmat 2018-ban, a leggyakrabban (84%) mind a három fajtát.

2017-hez képest jelentősen megemelkedett az OTT-s mozgóképes és audiotartalom fogyasztásának elterjedtsége. Az emelkedés főként az idősek körében ment végbe.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

OTT HATÁSA a hagyományos média használatára



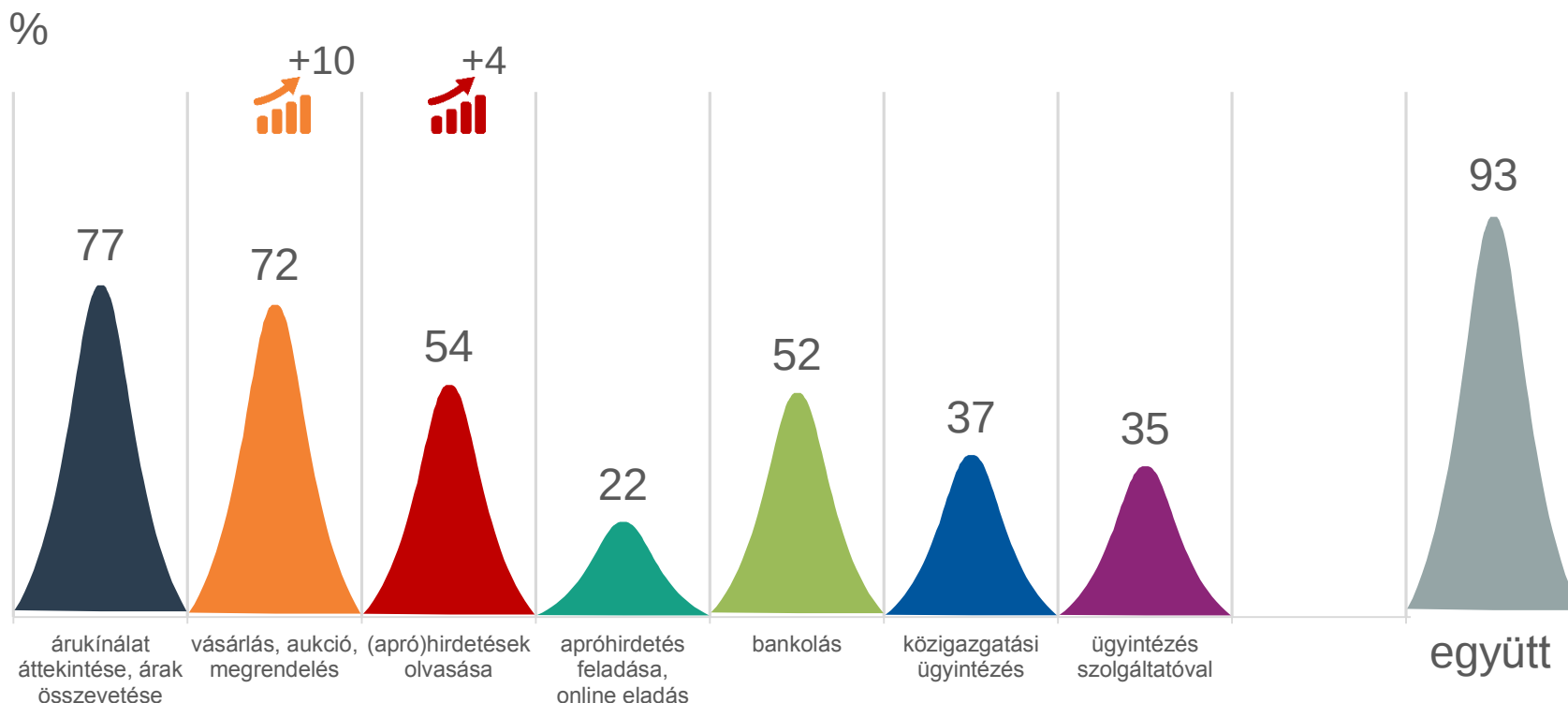
felhagyott vele /
soha nem használta
csökkent
nem csökkent



Évről-évre nő azok aránya, akik az OTT-s
tartalom fogyasztása miatt felhagynak a
hagyományos média használatával. Az ábrázolt
eszközök közül a rádió esetében haladt előre
leginkább ez a folyamat.

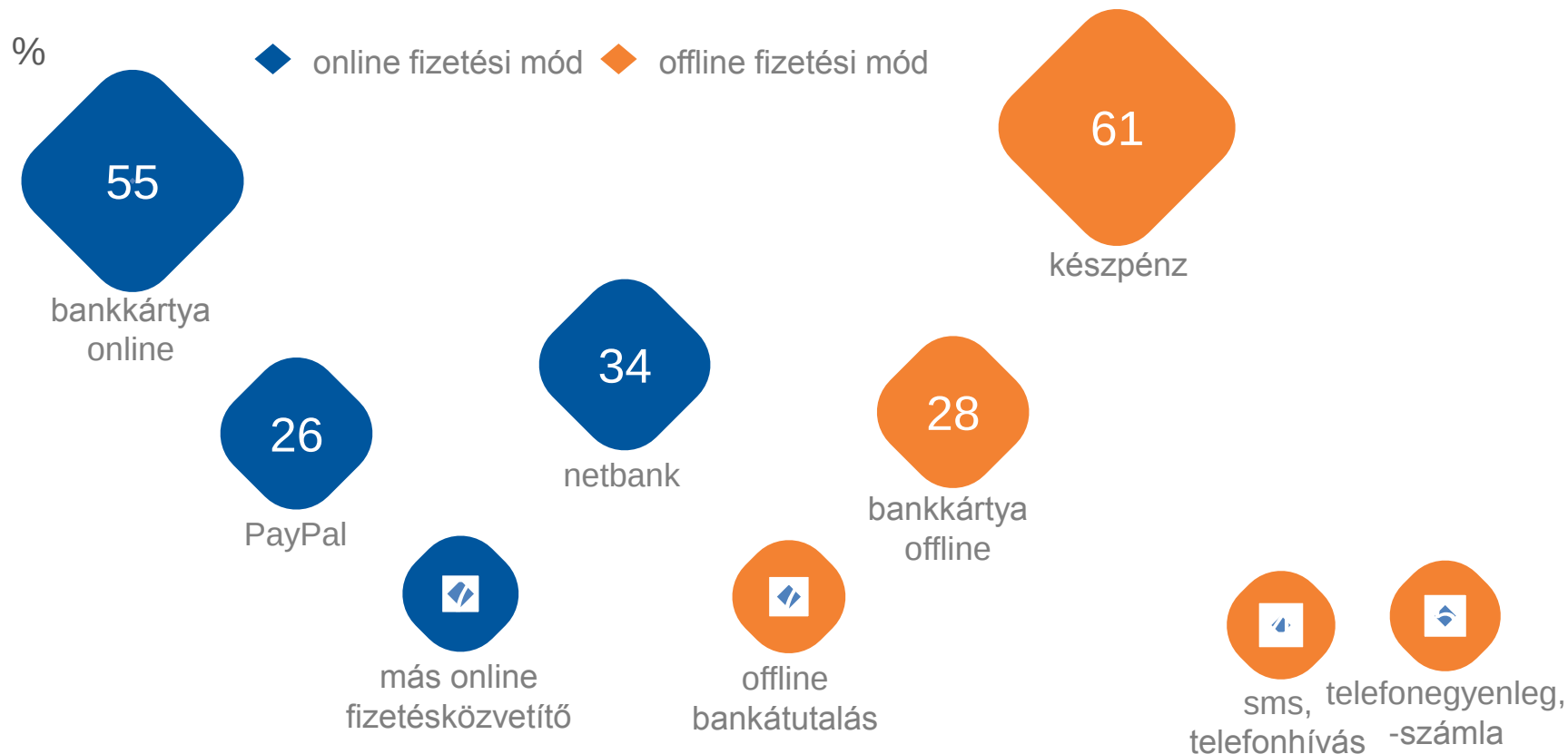
A tájékoztató, szórakozási, kapcsolattartási funkció mellett az internetezők praktikus ügyek intézésére is használják az internetet. 2018-ban a vásárlás és a vásárlással összefüggő tevékenységek elterjedtebbé váltak.

E praktikus tevékenységeket a középkorúak, a fővárosiak, a haladó és profi szintű internetezők végzik előszeretettel.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Az online vásárlók 69%-ánál fordult elő online és a 72%-ánál offline fizetés az utóbbi fél évben internetes vásárláskor, megrendeléskor. Ezen arányok kiegyensúlyozottsága több éve jellemző.

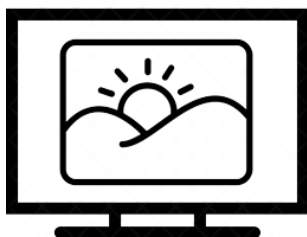


Bázis: 16+ éves internetezők közül az online vásárlók és tényleges valutával fizetők; n=2096, N=4,5 m

FOTÓ, VIDEÓ



Főként a közösségi médián nézegetnek fotókat, videókat az internetezők.

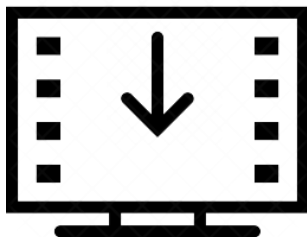


88%

néz fotót
közösségi médián

64%

néz fotót
más webhelyen



86%

néz videót
közösségi médián

63%

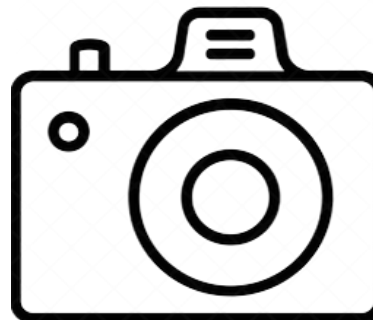
néz videót
más webhelyen

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N



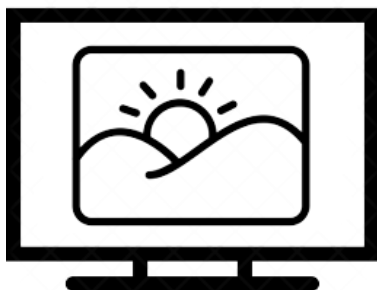
85%

készít fotót, videót
telefonnal



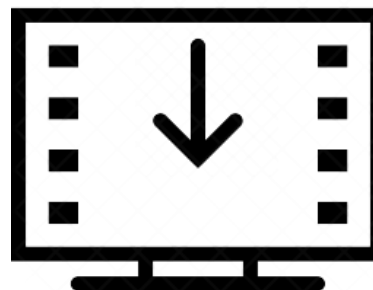
39%

készít fotót, videót
digitális kamerával



67%

posztol
fotót

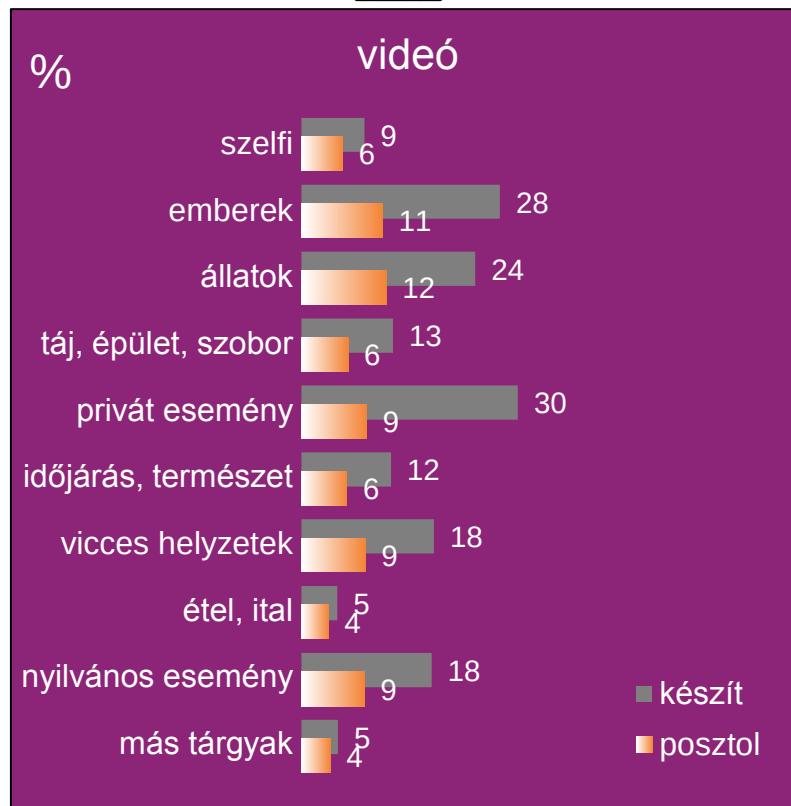
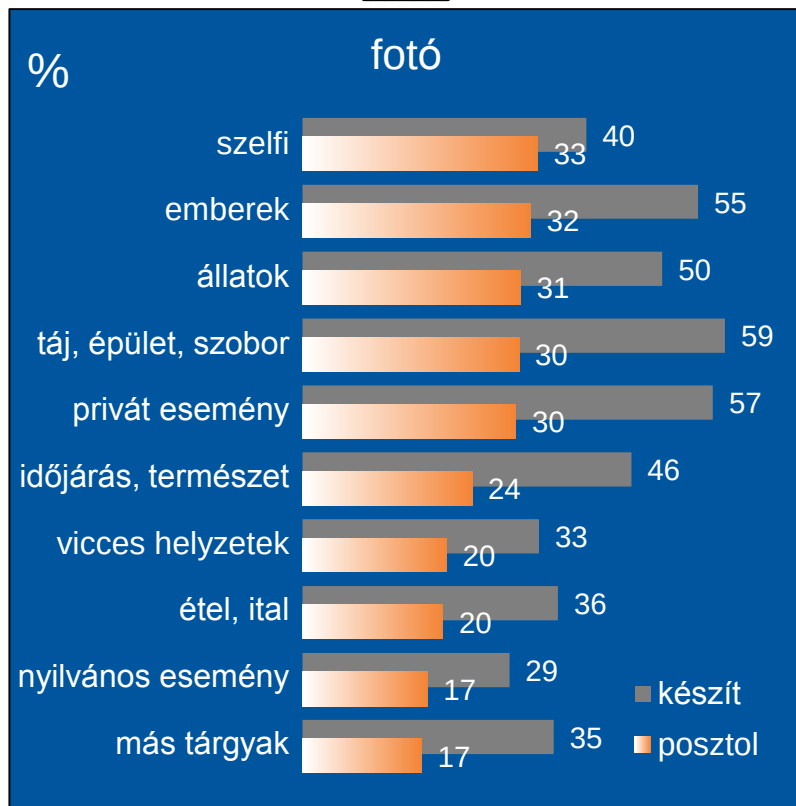


33%

posztol
videót

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

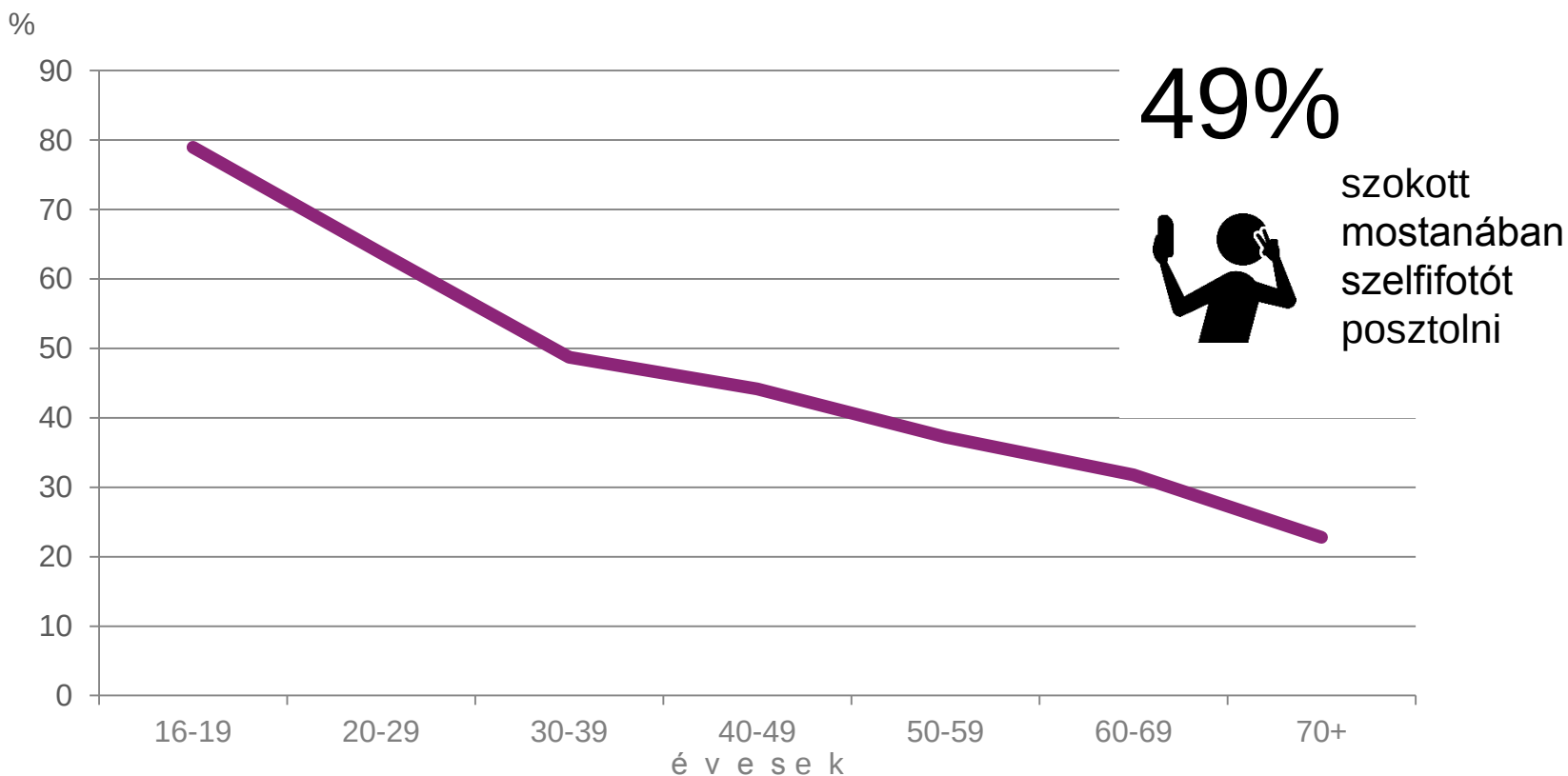
A képes webtartalom iránti óriási igény kielégítéséhez a magyar internetezők is hozzájárulnak, főleg fotók formájában.



Fotó esetében a készítők aránya leginkább a táj, privát esemény, természet témáknál haladja meg a posztolókét, így ezekről gondolhatjuk, hogy sokszor csak emlékek szánják őket. A szelfi, nyilvános esemény, vicces helyzet témáknál áll a legközelebb egymáshoz a két adat, így ezeknél a közlés vágya lehet a fő motívum. Videó esetében a privát esemény téma számít legkevésbé publikusnak. Néhány témánál (szelfi, étel-ital, más tárgyak) azonban a közzététel szándéka dominál.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

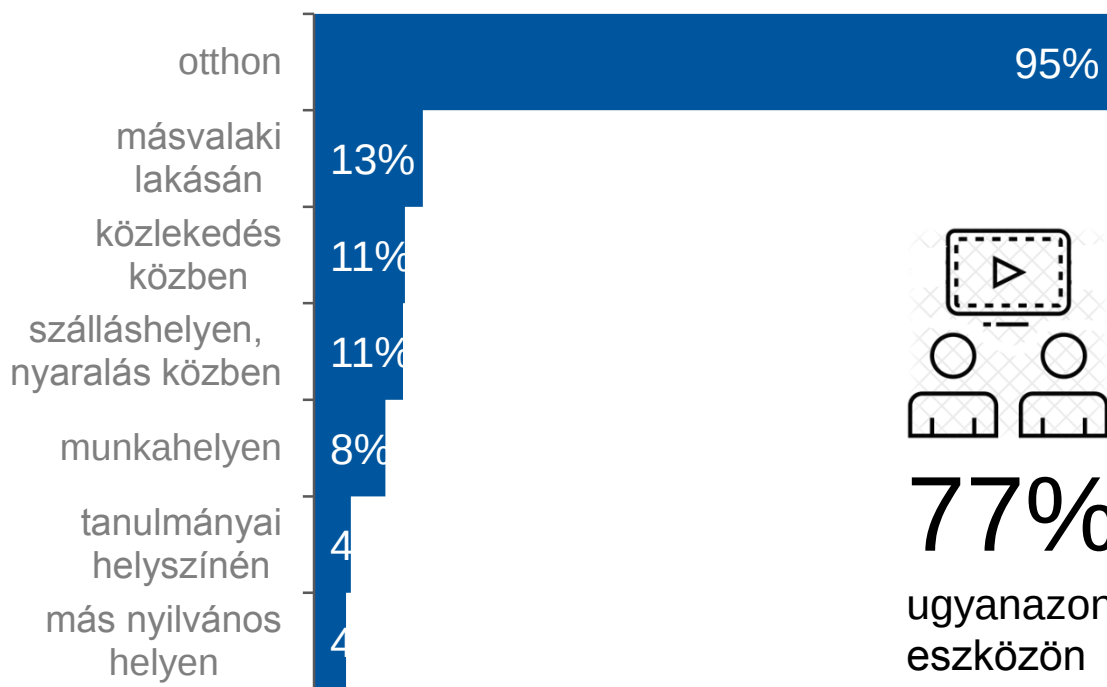
A vizsgált fotótémák előfordulása általában nem vagy alig függ össze az életkorral. Kivétel ez alól a szelfi, melynek készítése és publikálása életkori meghatározottságú.



Bázis: 16+ éves internetezők közül azok, akik szoktak fotót posztolni; n=2005, N=4,3 m

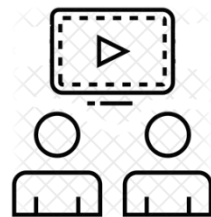
A16+ éves internetezők **70%-a** szokott mostanában nézni (bármilyen eszközön) olyan mozifilmet, tévéfilmet, sorozatot, amelyhez az interneten keresztül jut hozzá (pl. videómegosztó webhelyen, tárhelyen, torrentoldalon) akár vásárlás, előfizetés révén, akár ingyen. Általában otthoni szórakozás ez, lakótárs társaságában.

Helyszín



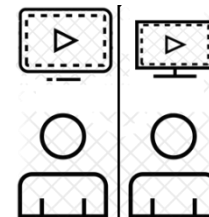
81%

néz filmet
lakótárral
egyidőben



77%

ugyanazon
eszközön



45%

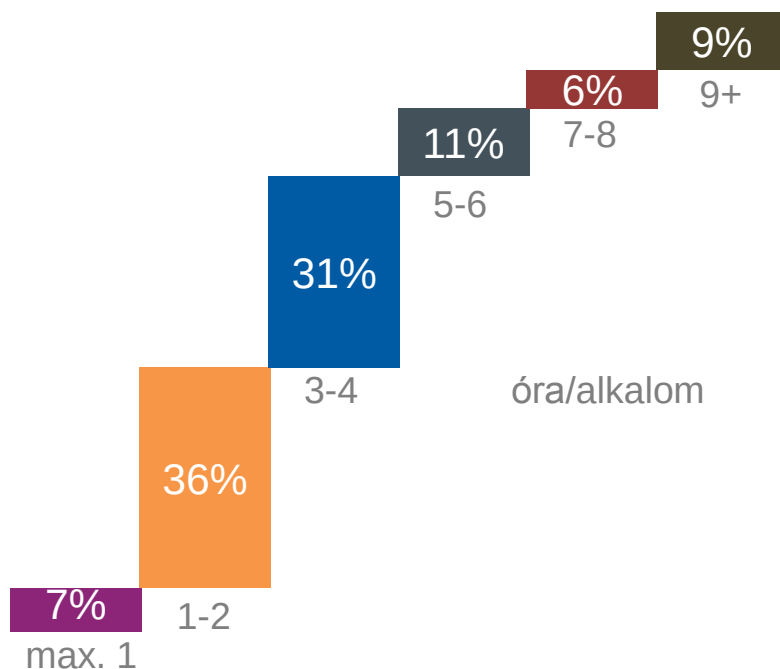
különböző
eszközön

Bázis: 16+ éves internetezők közül az internetes filmet nézők; n=2106, N=4,5 m, illetve közülük a többszemélyes háztartásban élők; n=1830, N=3,9 m

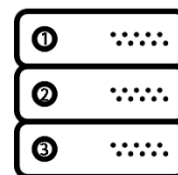
Az internetről származó filmet nézők kétharmada 1-4 órát tölt alkalmanként ezzel a tevékenységgel, azaz 1-2 mozifilmet vagy 1-5 sorozatepizódot néznek meg egyfolytában.

A hosszú időtartamú filmnézés elsősorban a fiatalokra jellemző.

Időtartam

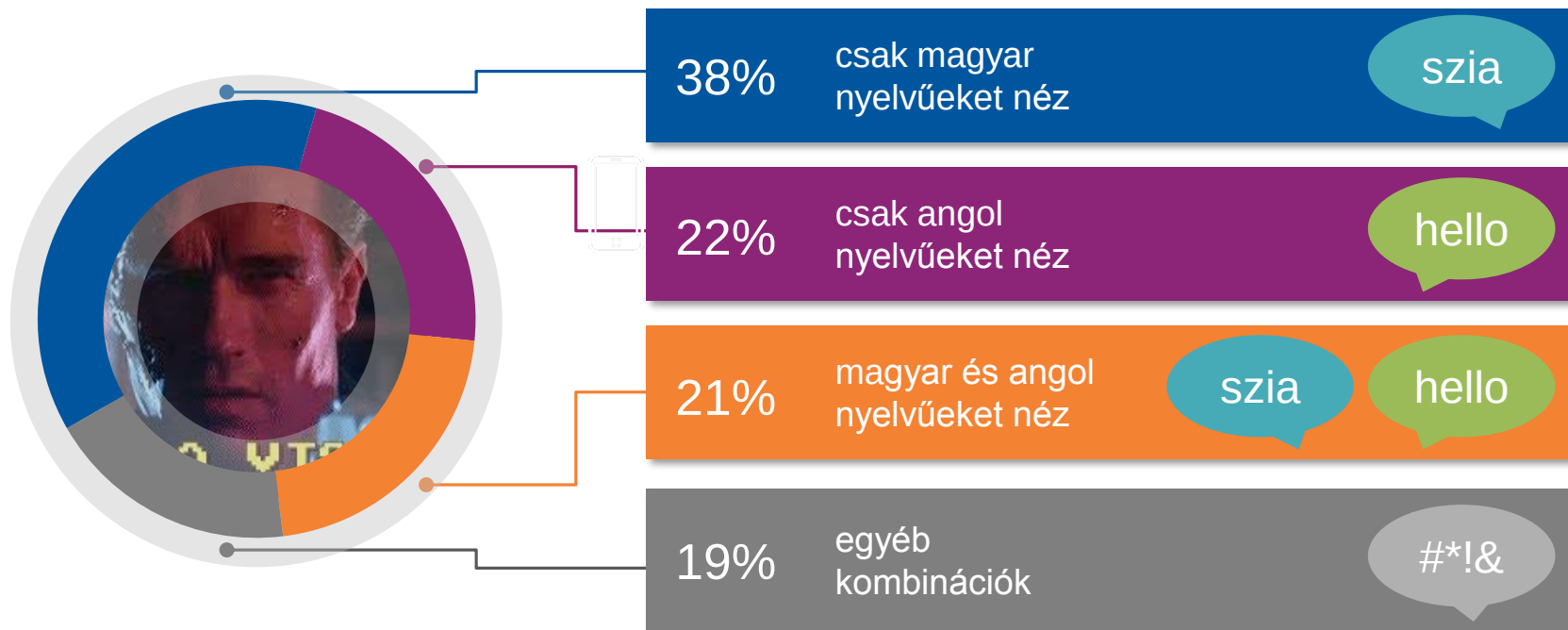


77%



film, sorozat több részét megnézi ugyanazon a napon

Bázis: 16+ éves internetezők közül az internetes filmet nézők; n=2106, N=4,5 m

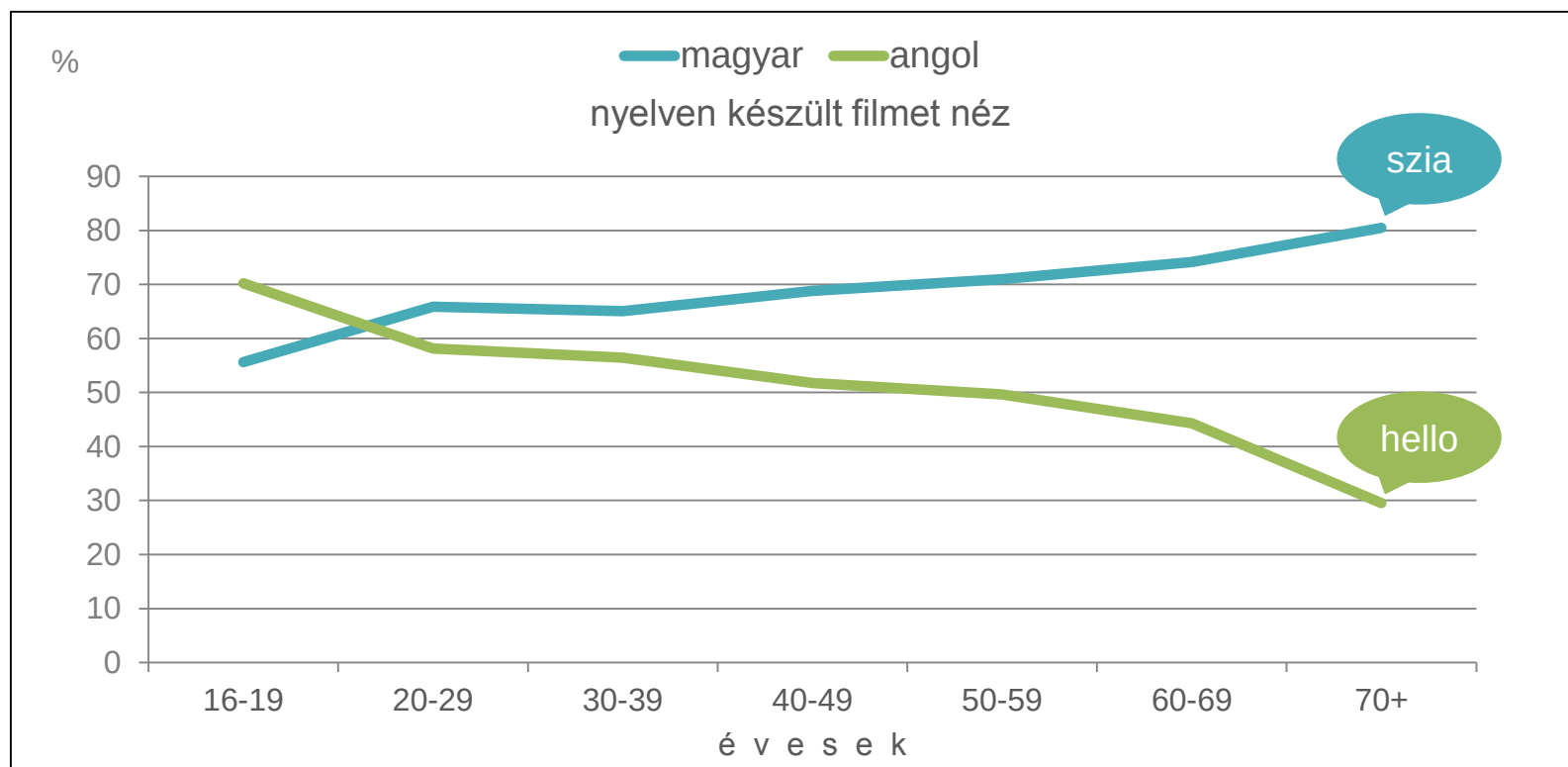


szia	67% néz magyar	nyelven készült filmet
hello	54% néz angol	
#*!&	14% néz más idegen	

Az interneten elosztott filmeket nézők választása főleg magyar és angol nyelven készített filmekre esik.

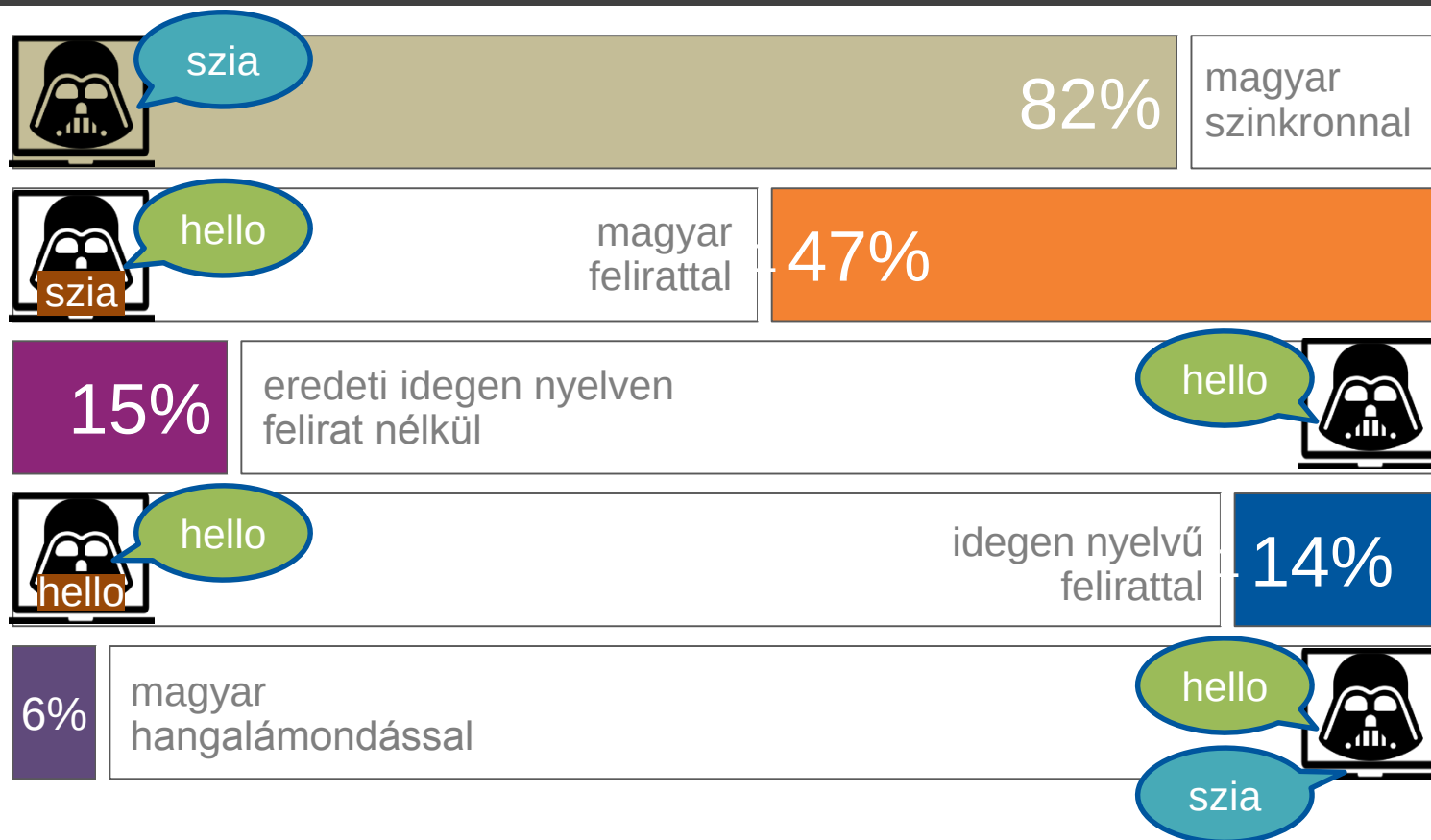
Bázis: 16+ éves internetezők közül az internetes filmet nézők; n=2106, N=4,5 m

E filmek közönségében csak a tizenévesek körében haladja meg az angol nyelven készült filmek aránya a magyar nyelven készültéket. Az egyre idősebb filmnézők körében egyre inkább dominálnak a magyar eredetű filmek.



Bázis: 16+ éves internetezők közül az internetes filmet nézők; n=2106, N=4,5 m

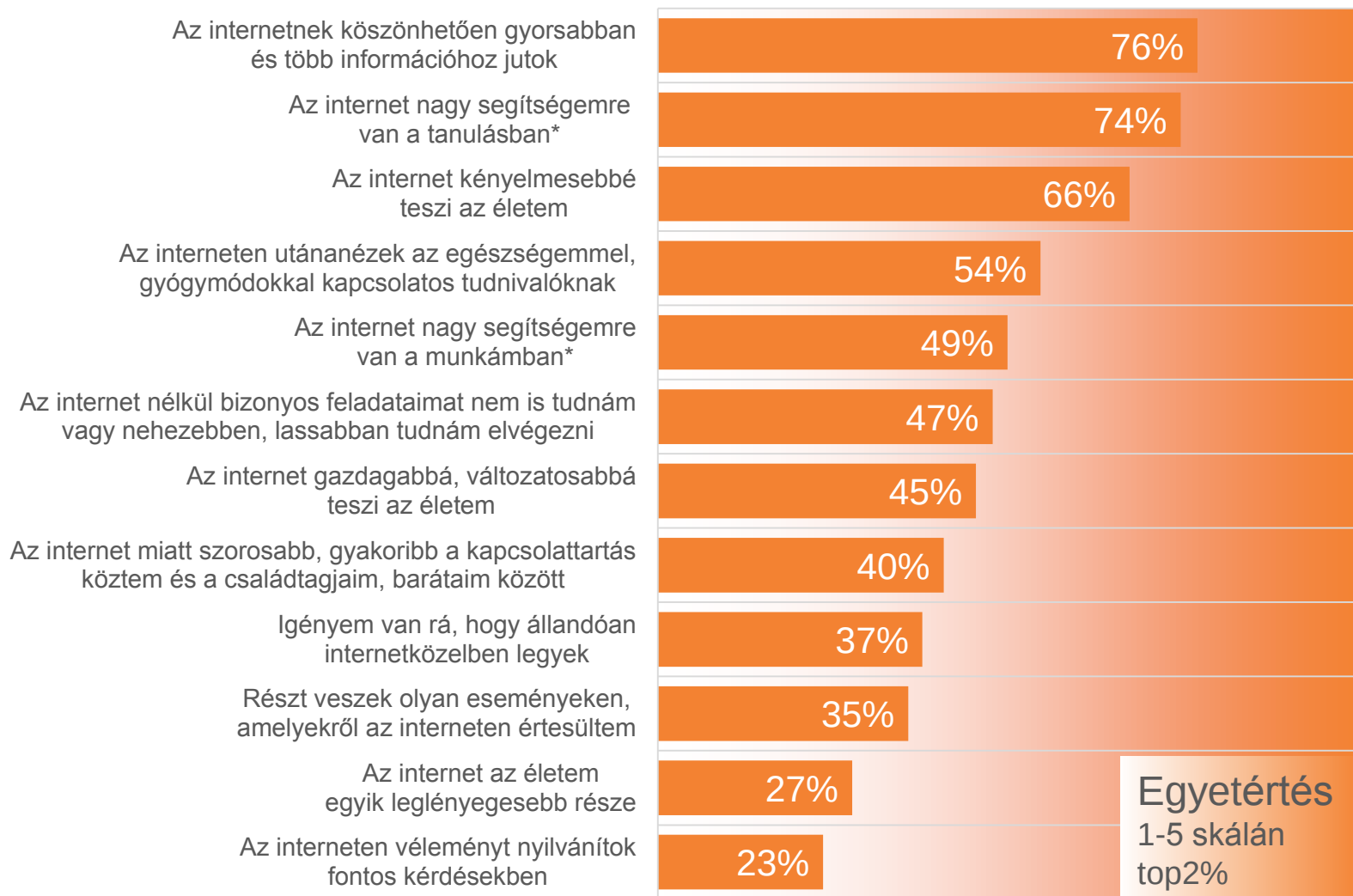
Az internetről származó, eredetileg idegen nyelvű filmet nézők a magyarra szinkronizált filmeket részesítik előnyben. Az igény a magyar szinkronra hasonló mérvű a korcsoportokban. A fiatalok közül többen nézik e filmeket az eredeti nyelven, mint a középkorúak és idősek közül.



Bázis: 16+ éves internetezők közül az eredetileg idegen nyelvű internetes filmet nézők; n=1319, N=2,8 m

AZ INTERNET SZEREPE AZ ÉLETMÓDBAN



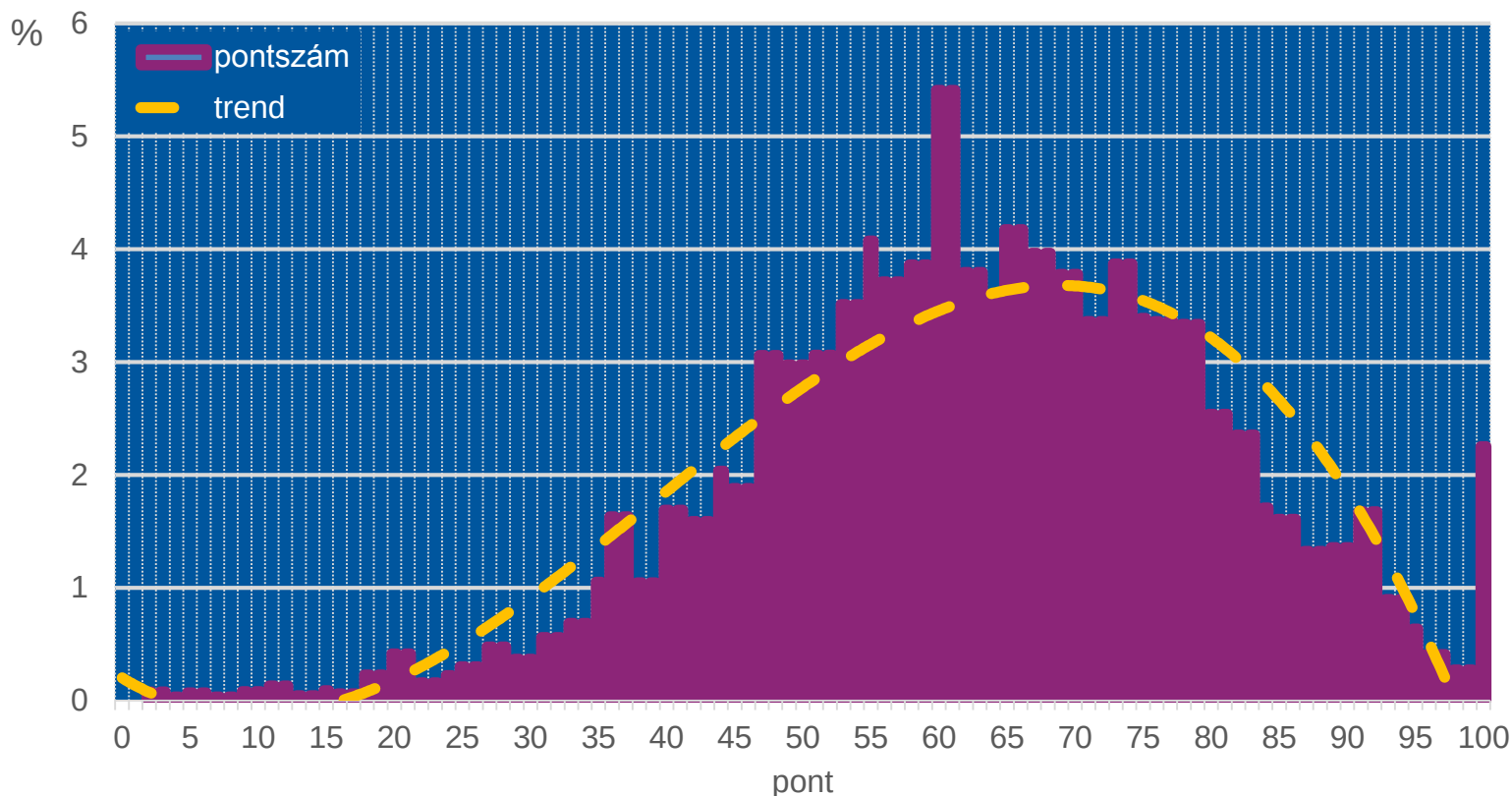


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

*Munkára/tanulásra vonatkozó válasz: a fenti bázison belül aktív keresők/tanulók

VISZONY AZ INTERNETHEZ összegző pontszám

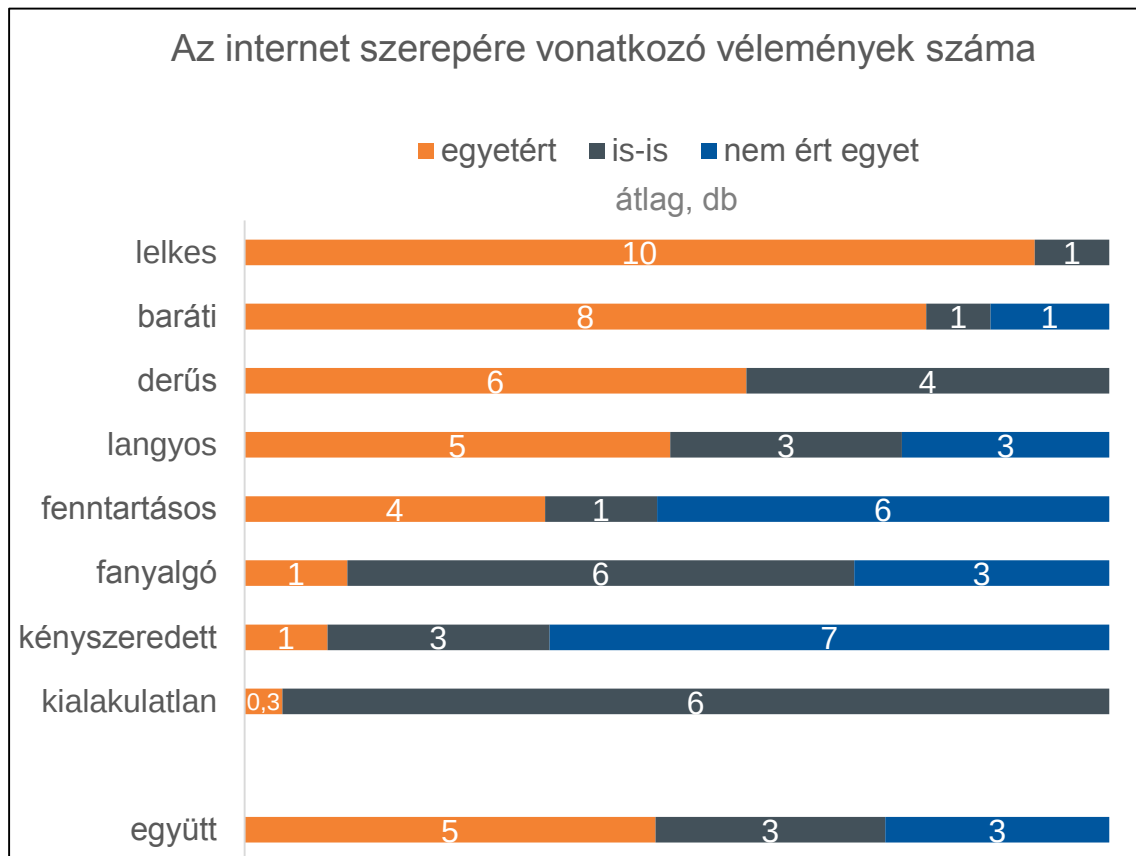
Az imént bemutatott véleményeket összegző, az internethez való viszonyt tükröző pontszám grafikonja jobbra eltoltt haranggörbe. Az eltoltság oka, hogy többen fejeztek ki elfogadó, mint elutasító véleményt a kérdésben foglalt pozitív állításokról. A görbe maximuma a módusznál van (60 pont), egy kisebb helyi maximuma pedig 100 pontnál.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

AZ INTERNET SZEREPE AZ ÉLETMÓDBAN véleménycsoportok

A válaszadókat 8 csoportba soroltuk aszerint, hogy hány elfogadó és hány elutasító véleményt közöltek az internet életükben játszott szerepéről. E véleménycsoportokat az internethez való viszonyukra utaló fantáziánévvel láttuk el.



Csoportok mérete	
lelkes	12%
baráti	10%
derűs	4%
langyos	39%
fenntartásos	5%
fanyalgó	9%
kényszeredett	7%
kialakulatlan	13%

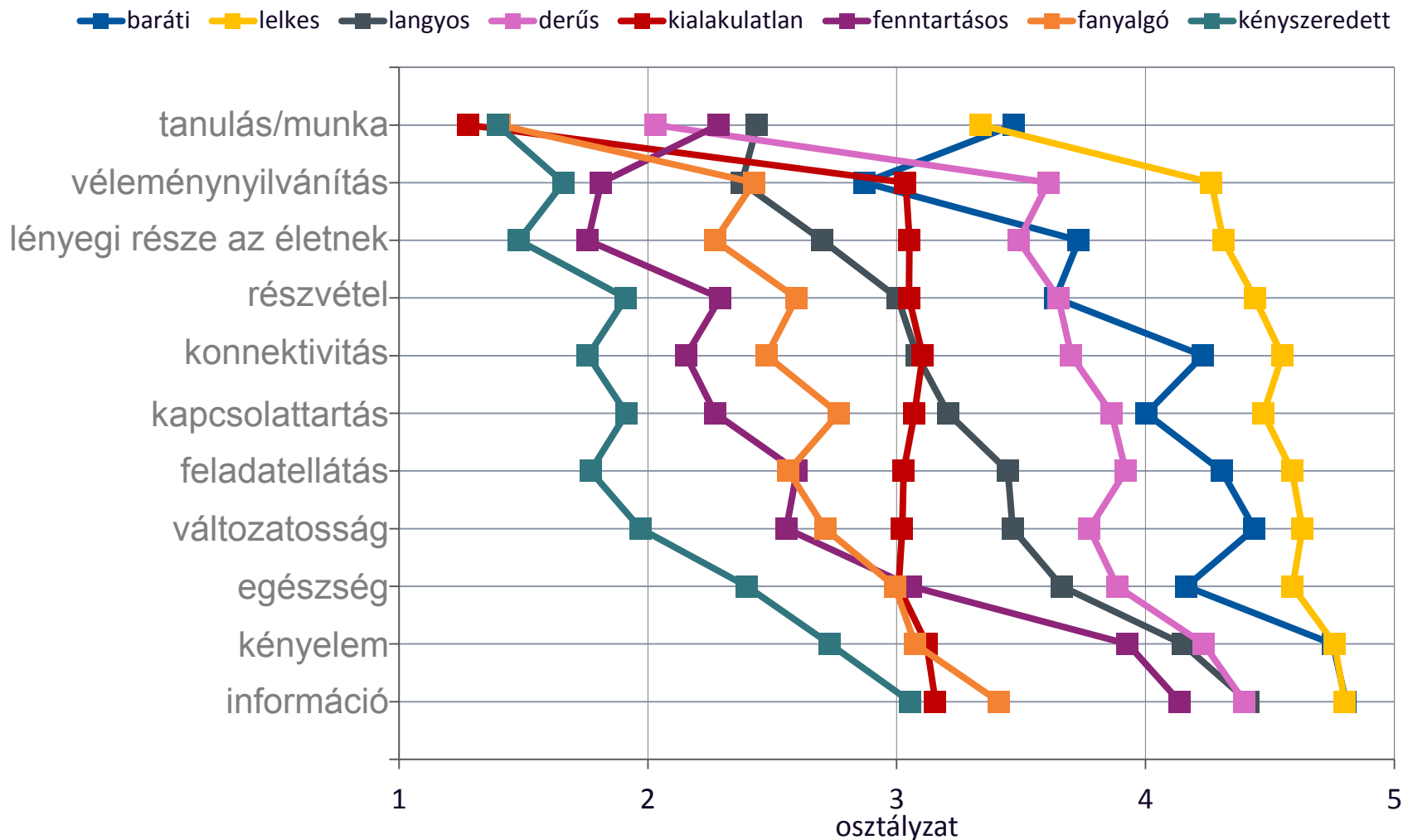
66% ↑
34% ↓

A következő dián mutatjuk be a véleménycsoportok profilját a 11 vélemény tárgyra adott osztályzataik átlaga szerint. (A munkáról és a tanulásról szóló két ítemet összevontuk, mivel bázisaik kizárólagos részhalmazok.)

Az ábrázolhatóság érdekében a vélemény tárgyak szövegét az alábbi módon rövidítettük.

Az internetnek köszönhetően gyorsabban és több információhoz jutok	információ
Az internet nagy segítségemre van a tanulásban/a munkámban	tanulás/munka
Az internet kényelmesebbé teszi az életem	kényelem
Az interneten utánanézek az egészségemmel, gyógy módokkal kapcsolatos tudnivalóknak	egészség
Az internet nélkül bizonyos feladataimat nem is tudnám vagy nehezebben, lassabban tudnám elvégezni	feladatvégzés
Az internet gazdagabbá, változatosabbá teszi az életem	változatosság
Az internet miatt szorosabb, gyakoribb a kapcsolattartás köztem és a családtagjaim, barátaim között	kapcsolattartás
Igényem van rá, hogy állandóan internetközelben legyek	konnektivitás
Részt veszek olyan eseményeken, amelyekről az interneten értesültem	részvétel
Az internet az életem egyik leglényegesebb része	lényegi része az életnek
Az interneten véleményt nyilvánítok fontos kérdésekben	véleménynyilvánítás

1-5 osztályzatok átlaga

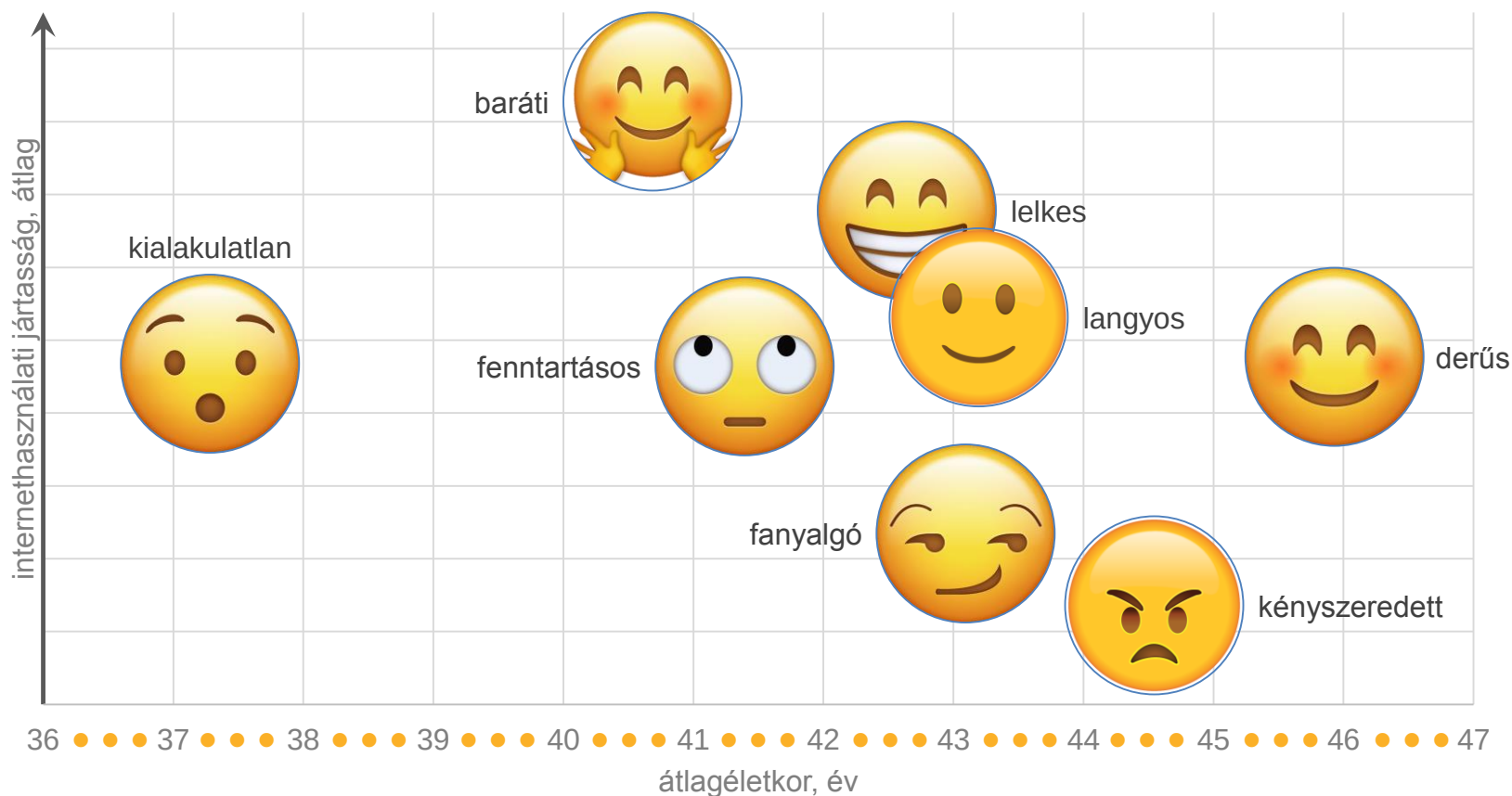


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

VISZONY AZ INTERNETHEZ

internethasználati jártasság és életkor

A véleménycsoportok átlagéletkora és ezzel összefüggésben a jártassága az internetezésben jelentősen eltér. Nem álítható, hogy a fiatalok vagy az idősök bármely csoportban tömörülnek, de az igen, hogy az átlagosnál járatosabb internetezők felülreprezentáltak az internetről egyértelműen vagy döntően pozitív véleményt formáló csoportokban.

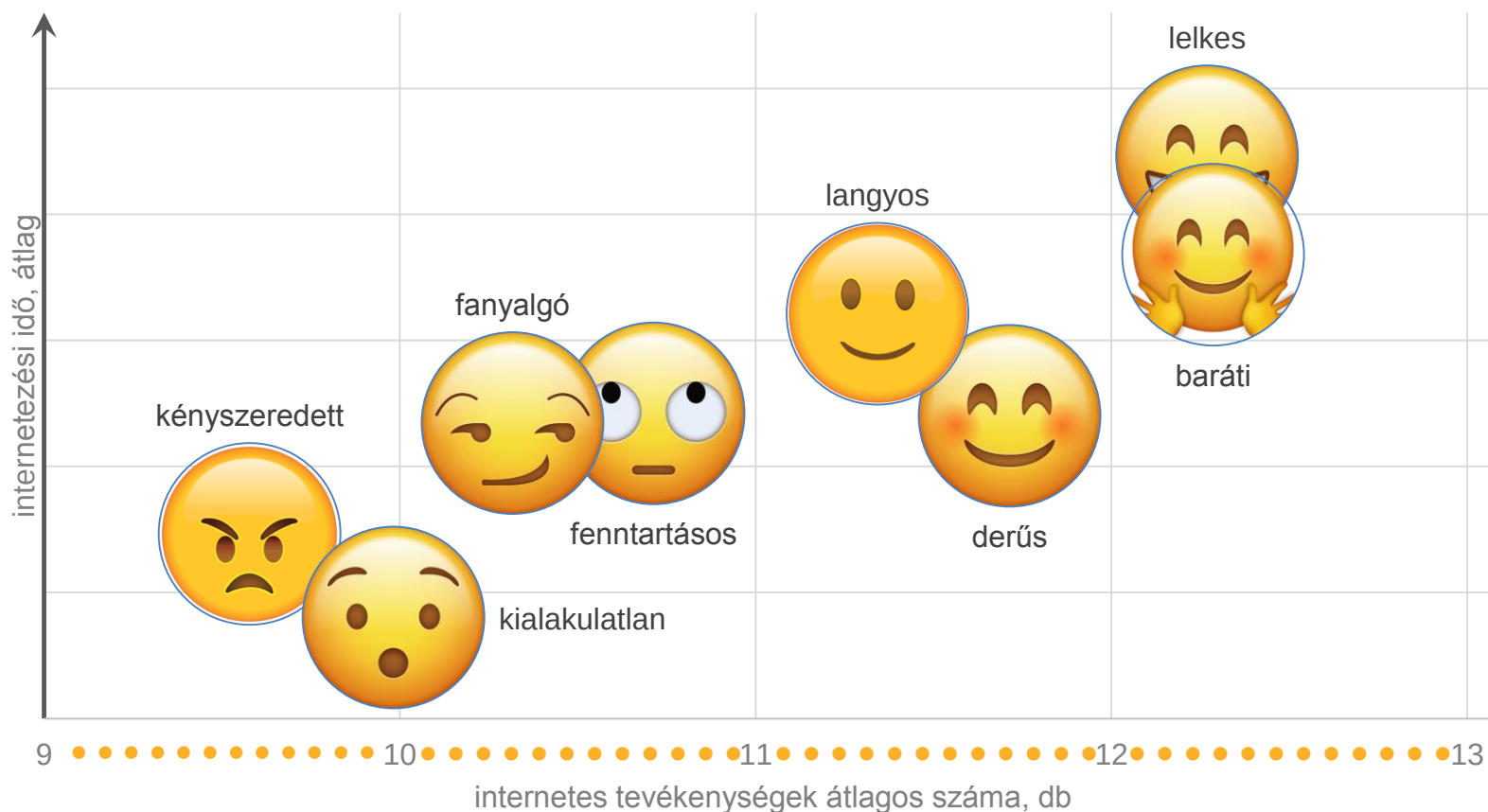


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

VISZONY AZ INTERNETHEZ

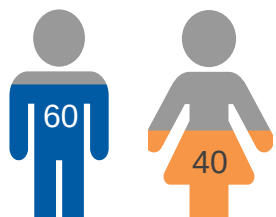
internetezési idő és internetes tevékenységek száma

Az aktív internetezéssel töltött napi átlagidő és a végzett internetes tevékenységek változatossága szerint is különböznek a véleménycsoportok. Az egyre hosszabb idő és az egyre gazdagabb tevékenységszerkezet egyre pozitívabb véleményekkel jár együtt.



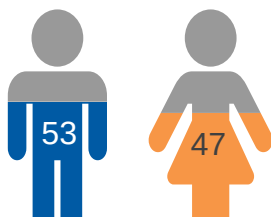
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

%



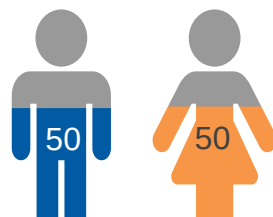
kialakulatlan

langyos



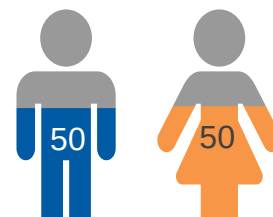
fenntartásos

derűs



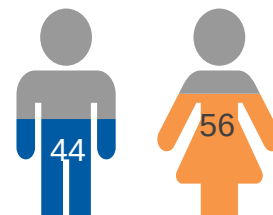
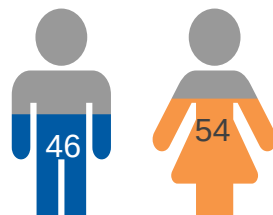
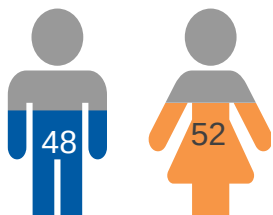
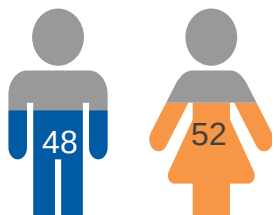
kényszeredett

lelkes



fanyalgó

baráti



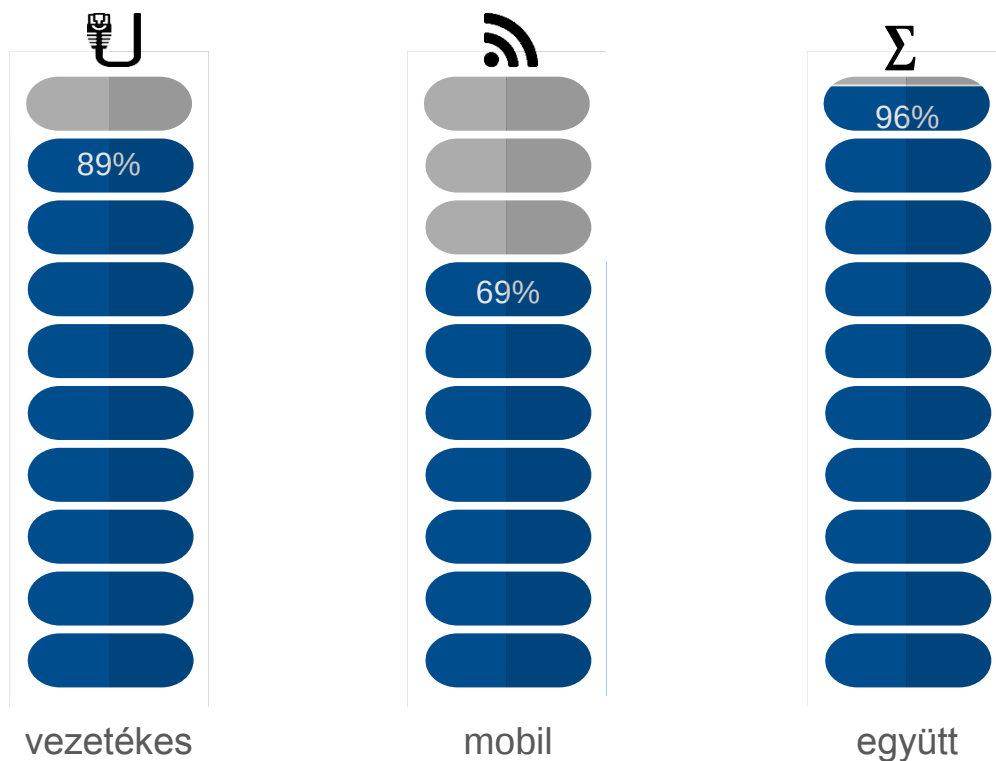
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Designed by Showeet.com

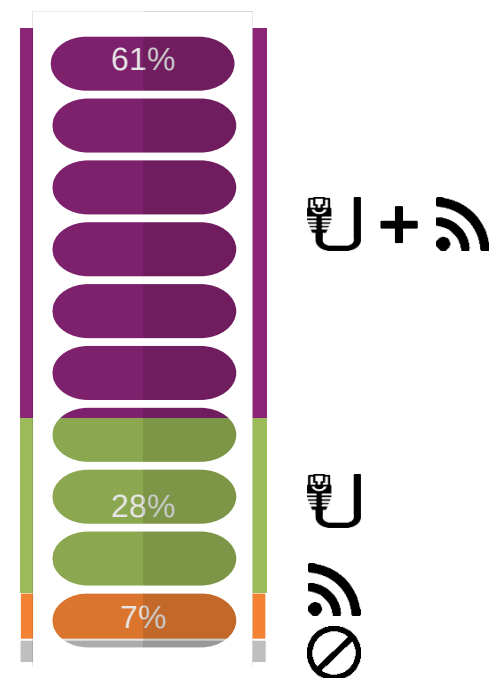
INTERNET-ELŐFIZETÉS



Lakossági előfizetők aránya



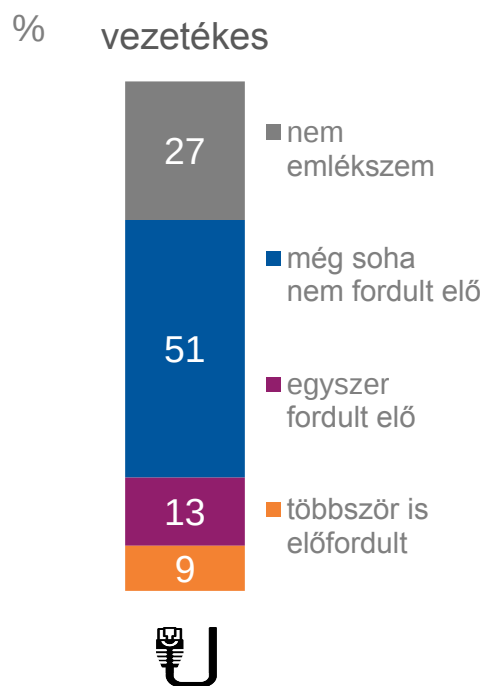
Internetezőők összetétele



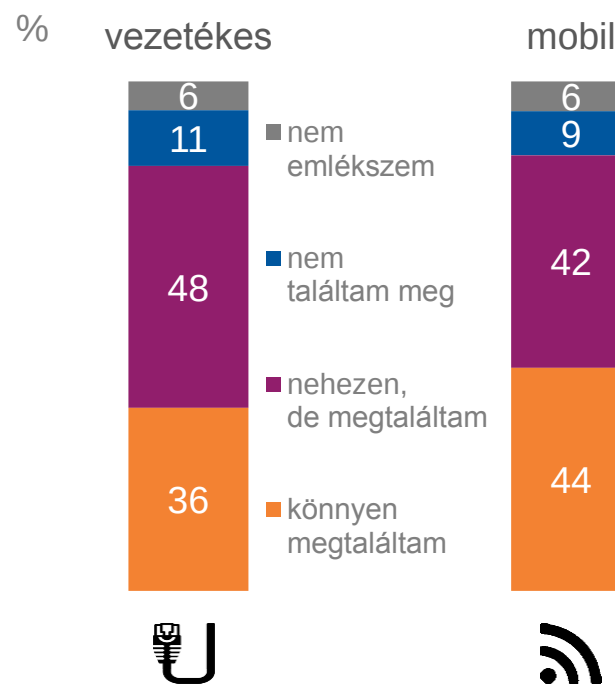
Csaknem minden 16+ éves internetezőnek van lakossági internetelőfizetése (melyet otthonában használhat).

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Előfordult-e, hogy megpróbált
valaminek utánanézni az ászf-ben



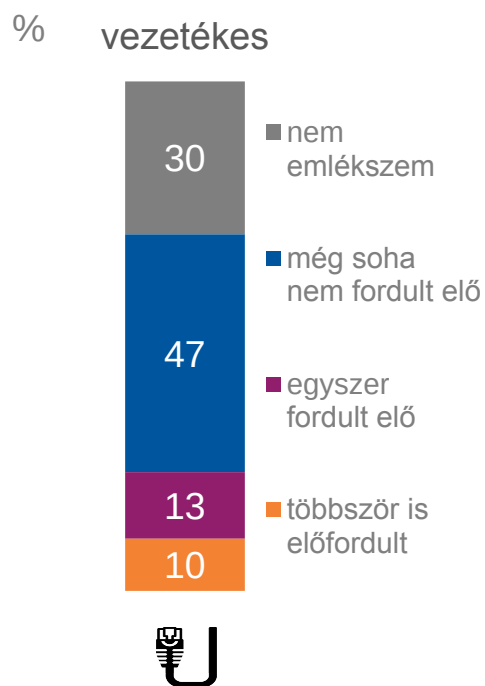
Megtalálta-e a keresett
információt az ászf-ben



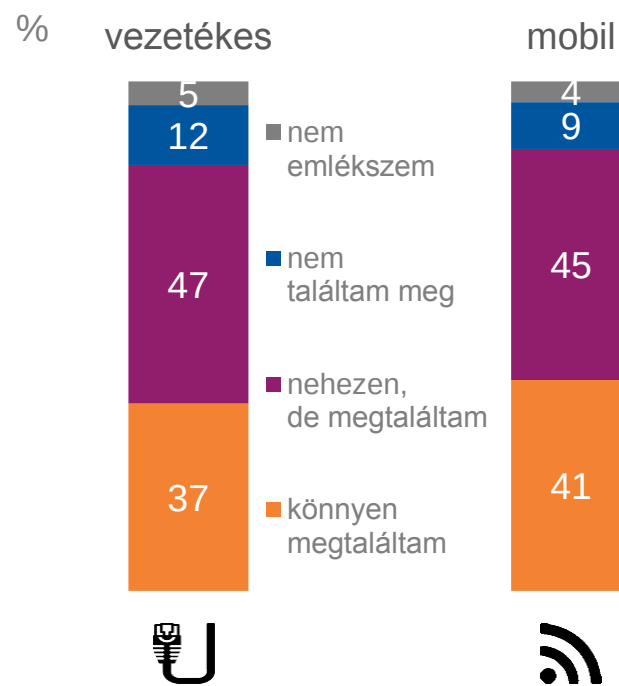
Az internetelőfizetők egynegyede próbált már valamely őt érdeklő információt megkeresni az ászf-ben, s többnyire meg is találták azt, habár sokszor nehezen.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes: n=2675, N=5,7 m, mobil: n=2069, N=4,4 m, illetve akik kerestek valamely információt az ászf-ben

Előfordult-e, hogy megpróbált
valaminek utánanézni az esz-ben

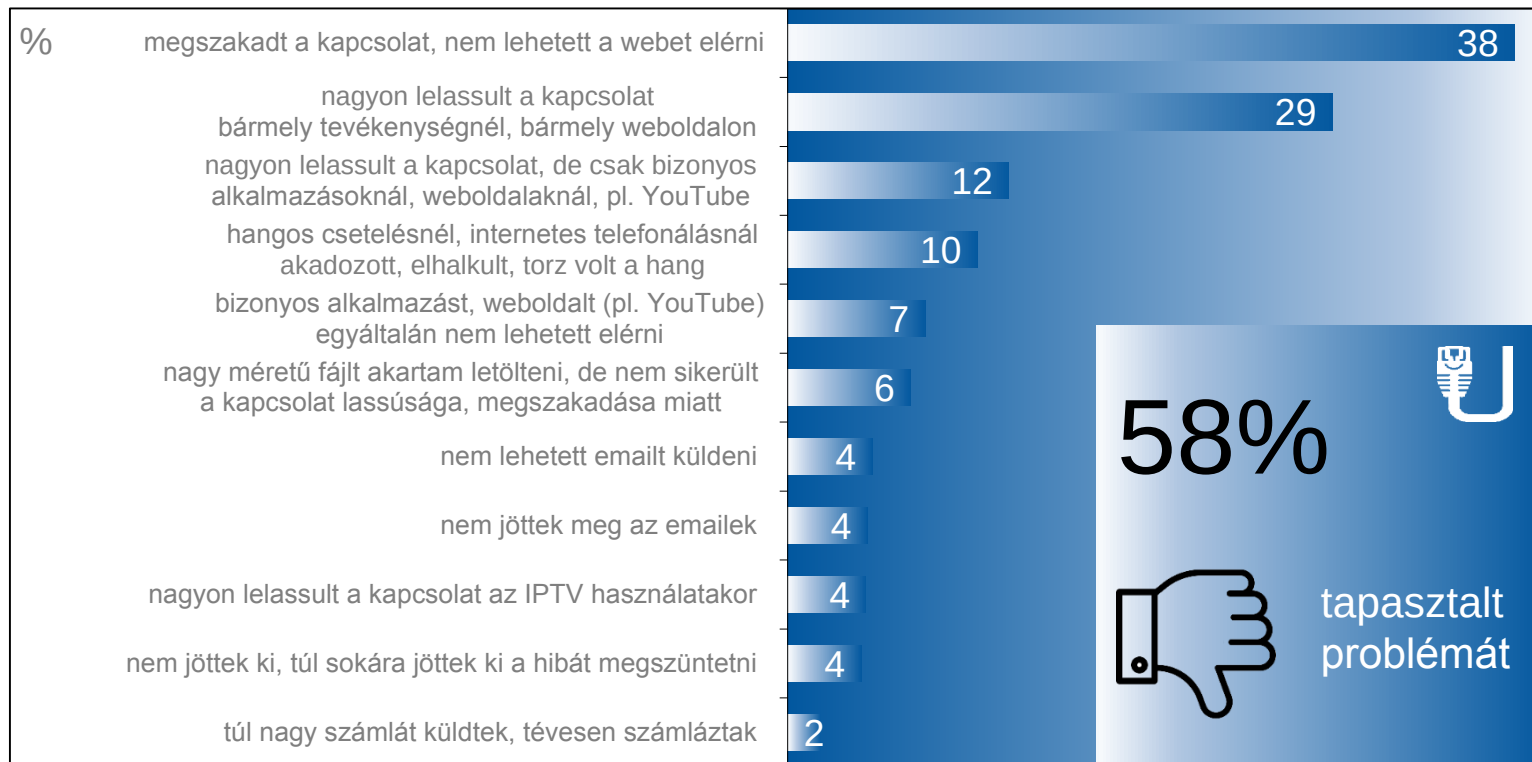


Megtalálta-e a keresett
információt az esz-ben



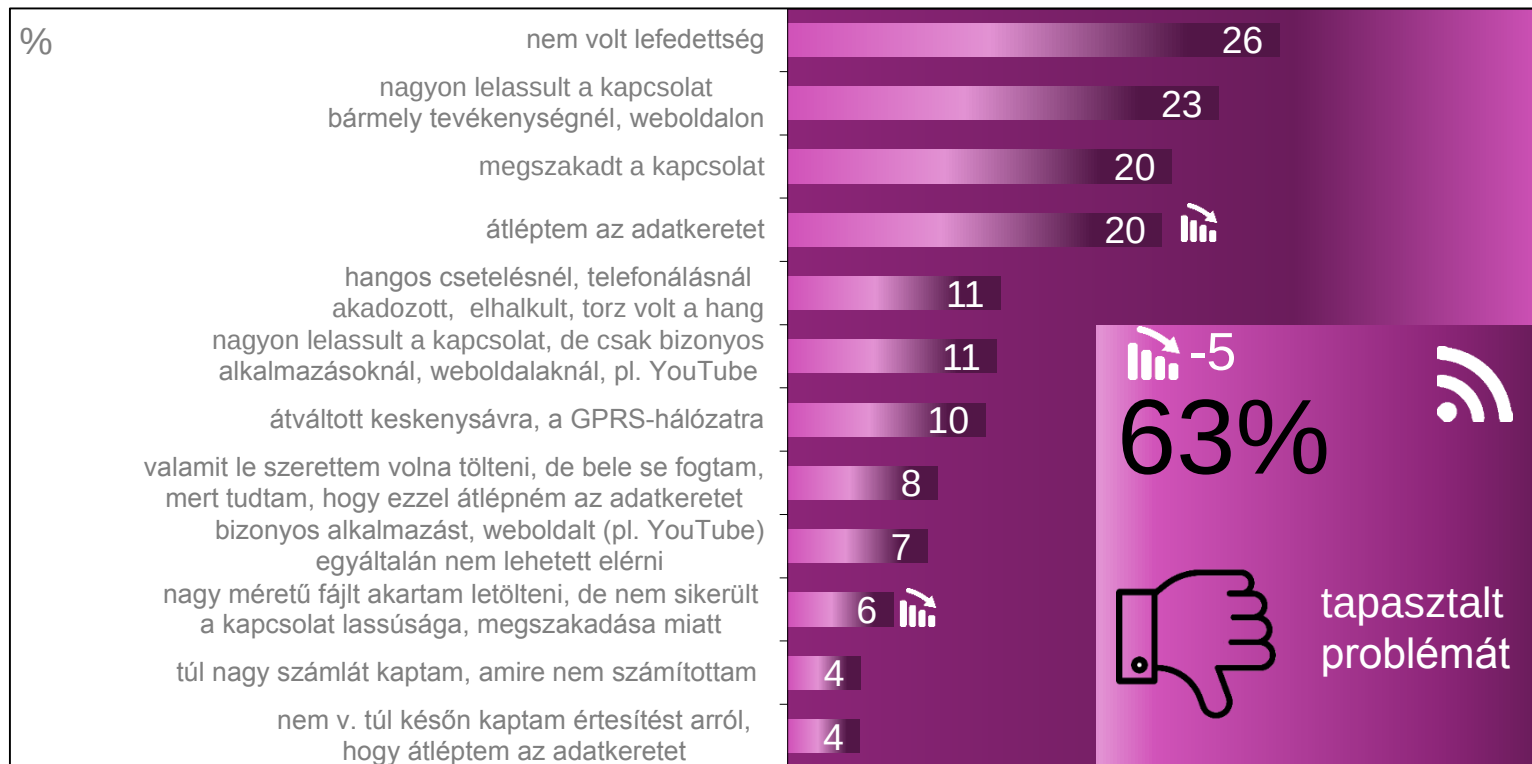
Az információkeresés az egyedi szerződésben szintén az előfizetők negyedénél fordult elő, és ugyancsak a keresők 50-60%-ánál bizonyult problémásnak.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes: n=2675, N=5,7 m, mobil: n=2069, N=4,4 m, illetve akik kerestek valamely információt az esz-ben



Nem változott 2017 óta a vezetékes előfizetésnél tapasztalt problémák száma, fajtája. Mint a korábbi években is, a Digi előfizetői kevesebb problémát jeleztek, mint más szolgáltatók ügyfelei.

Bázis: 16+ éves vezetékesinternet-előfizetők; n=2675, N=5,7 m



2017 óta 5 százalékponttal csökkent a mobilinternet-előfizetésnél problémát tapasztalók aránya. Mint a korábbi években is, a nagy szolgáltatók ügyfelei azonos arányban jeleztek problémát.

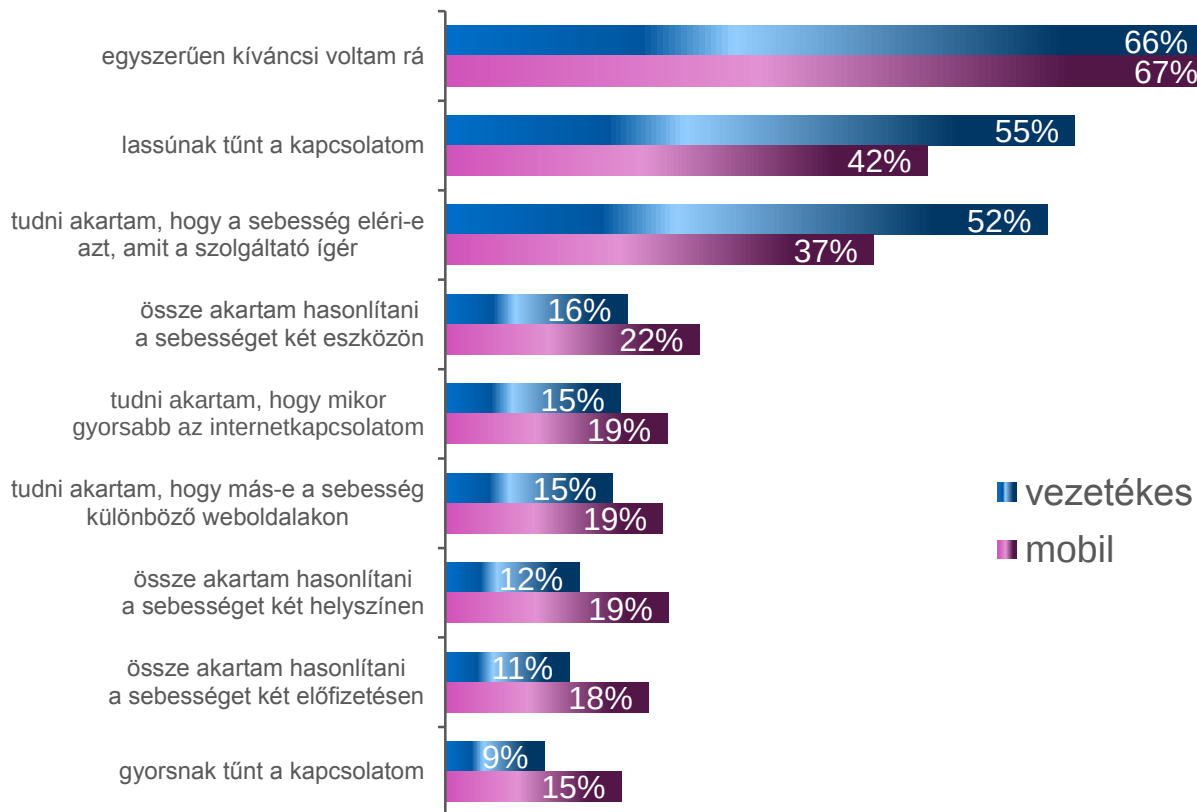
Bázis: 16+ éves mobilinternet-előfizetők; n=2069, N=4,4 m

*A kérdést a kérdőívben az otthonon kívüli internethasználatra vonatkoztatva tettük fel, mivel otthon kézi eszközön sokan a vezetékes hálózatra csatlakoznak.

52%
mérte
vezetékes
kapcsolat
sebességét



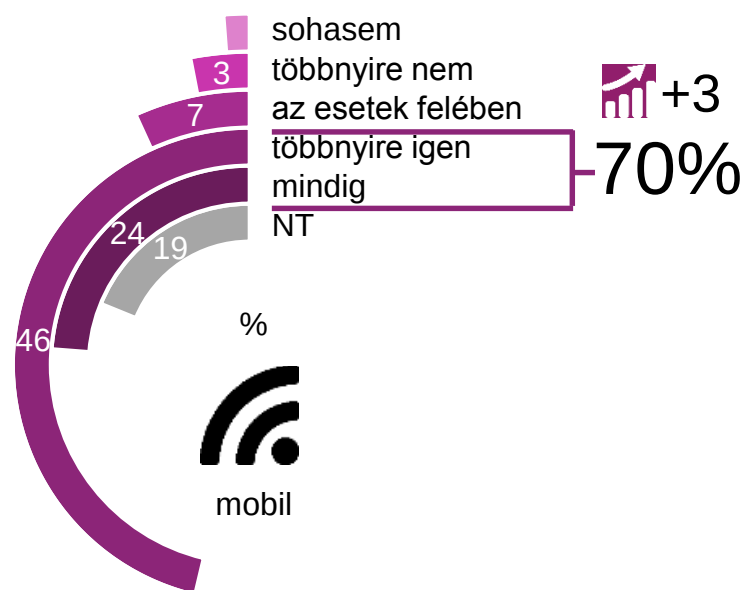
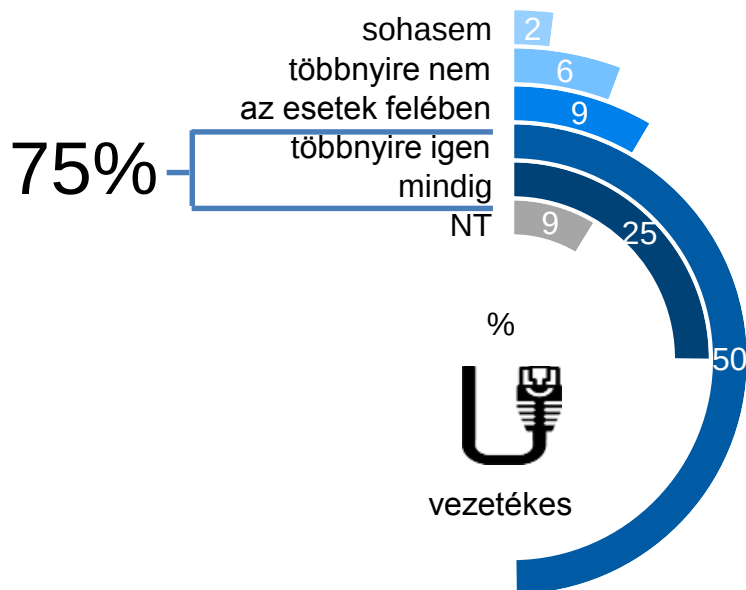
38%
mérte
mobil-
kapcsolat
sebességét



2017 óta nem változott azok aránya, akik megmérték a sebességüket valamely e célt szolgáló weboldalon. A konkrét okból mérők fő motívuma, hogy lassúnak érzik az internetkapcsolatuk sebességét.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes: n=2675, N=5,7 m, mobil: n=2069, N=4,4 m, illetve közülük a sebességmérést végzők

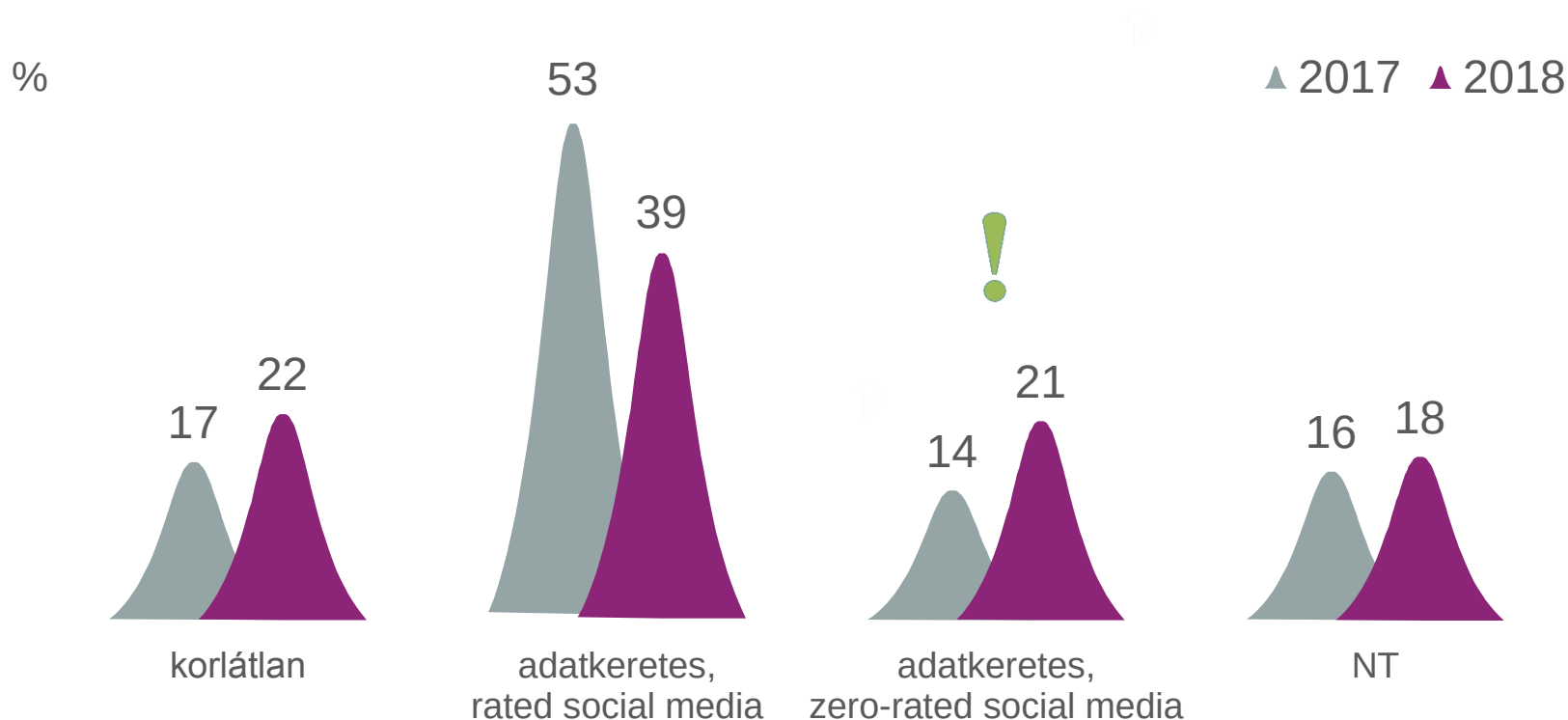
Biztosítja-e a szolgáltató az előfizetett letöltési sebességet



Több év alatt lassan beéri a szolgáltatójukkal a letöltési sebesség szempontjából elégedett mobilinternet-ügyfelek aránya a vezetékes szolgáltatóval ugyanezen a téren elégedett ügyfelek arányát.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes: n=2675, N=5,7 m, mobil: n=2069, N=4,4 m

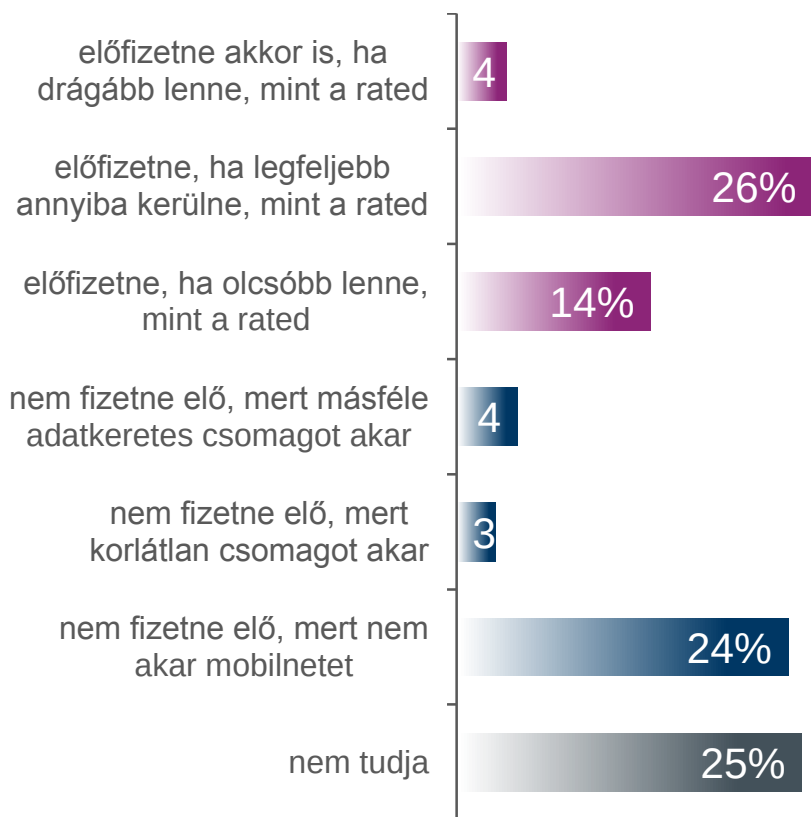
2018-ban számottevően nőtt az olyan (ún. zero-rated) adatkeretes mobilinternet-csomagra előfizetők aránya, melyeknél a közösségi média (és a csetprogramok) bizonyos szereplőinek szolgáltatása nem számít bele az adatkeretbe.



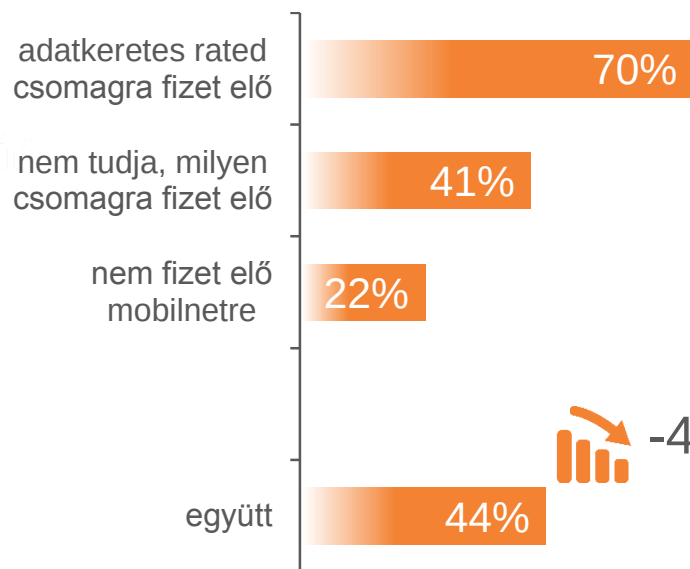
Bázis: 16+ éves mobilinternet-előfizetők; n=2069, N=4,4 m

A jövőbeli előfizetési terveket firtató kérdésnél a zero-rated applikációs mobilcsomaggal (még) nem rendelkező internetezőkre valamivel kisebb vonzerőt gyakorolt 2018-ban ez a díjcsomag, mint 2017-ben.

A zero-rated csomag elsősorban a fiatalok számára vonzó.



Jövőbeli igény zero-rated csomagra a jelenlegi előfizetés szerint



Bázis: 16+ éves internetezők közül azok, akik nem fizetnek elő mobilinternetre vagy nem zero-rated csomagra fizetnek elő, n=2109, N=4,5 m

AZ NMHH REKLÁMKAMPÁNYA



**Bevásárlólista? Nem para.
A fotód alatt egy idegentől? Para.**

Ha úgy érzed, hogy zaklatnak online,
számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



**Meccs közben nem para.
A családi fotótok alatt para.**

Ha úgy érzed, hogy a származásod miatt
bántanak online, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



**Edzőtárstól nem para.
A volt csajod új pasijától para.**

Ha úgy érzed, hogy fenyegetnek
online, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



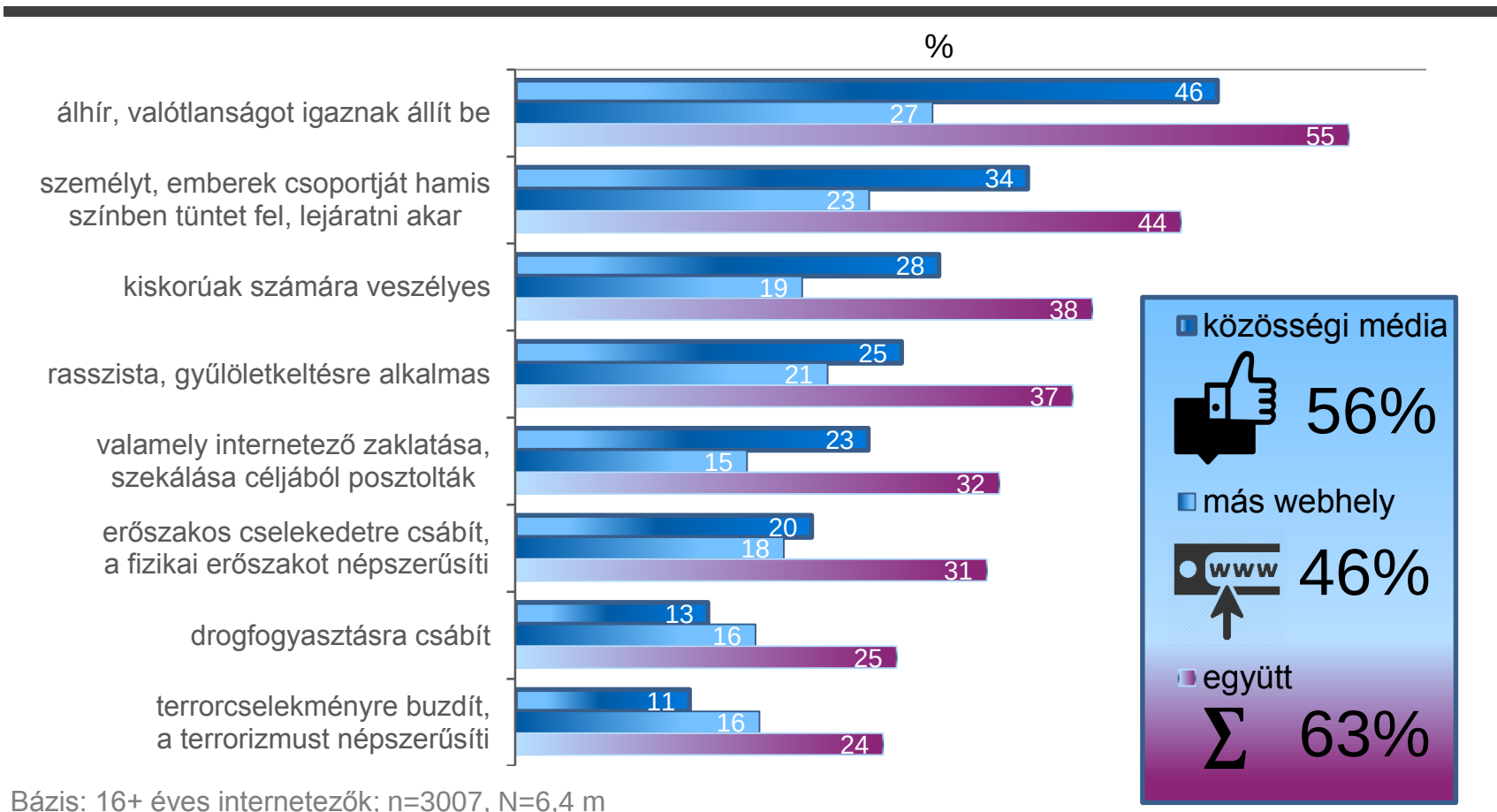
**Ha te küldöd, nem para.
Ha más küldi a nevedben, para.**

Ha úgy látod, hogy visszaélnék a fiókkal,
adataiddal az interneten, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!

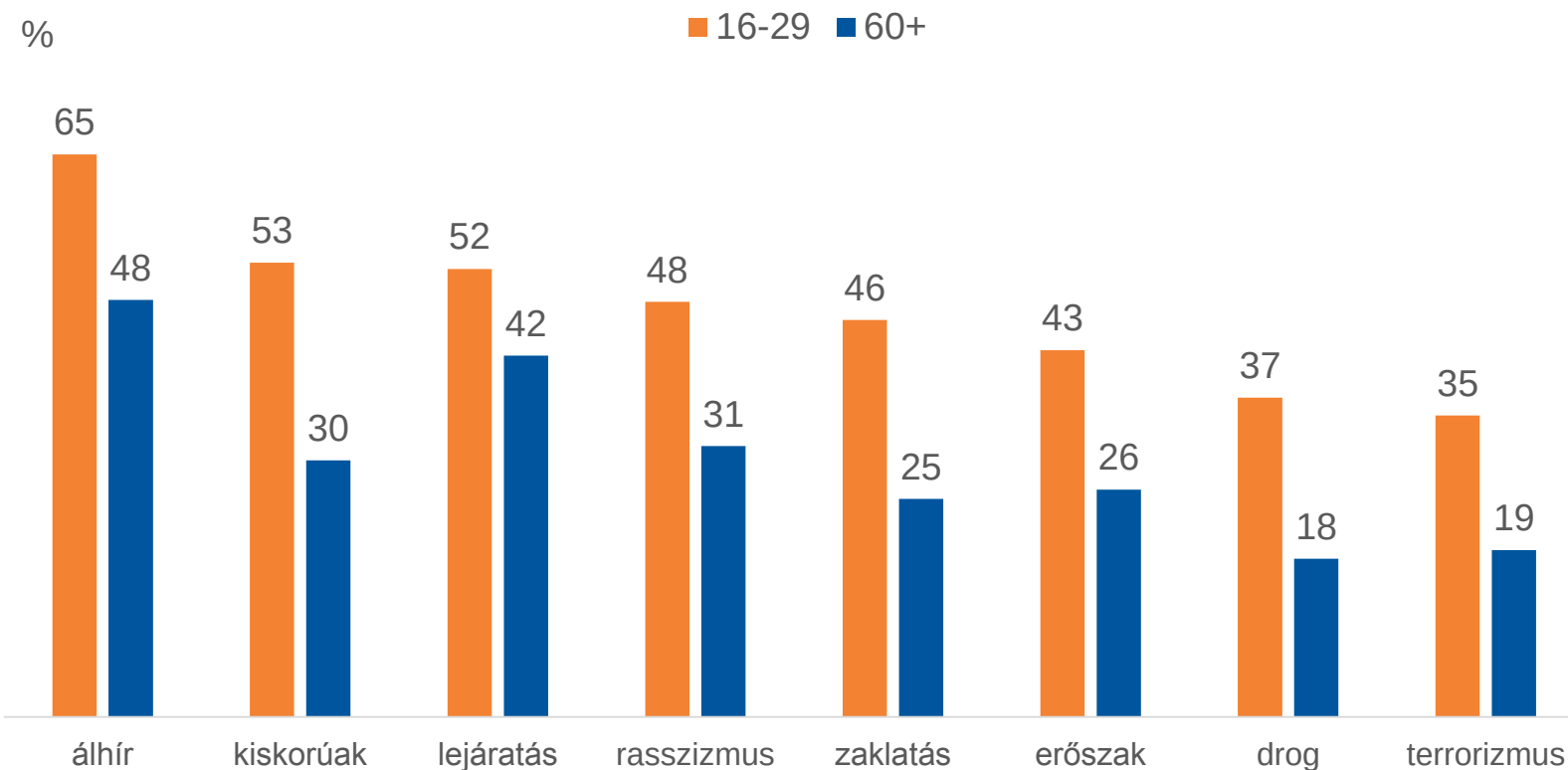
TALÁLKOZÁS KIFOGÁSOLHATÓ WEBTARTALOMMAL

A 16+ éves internerezők 63%-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.



TALÁLKOZÁS KIFOGÁSOLHATÓ WEBTARTALOMMAL életkor

A fiatalok közül jóval többen találkoztak mostanában kifogásolhatónak érzett webtartalommal, mint az idősebbek közül. Ezt részint a huzamosabb és szélesebb spektrumú internetezés magyarázza, részint pedig kutatásunkban nem vizsgált tényezők állhatnak a háttérben. Ilyen lehet például a látogatott webhelyek különböző összetétele, a korukhoz igazodó kapcsolati háló a közösségi médián vagy az eltérő érzékenységük az efféle webtartalmakra.

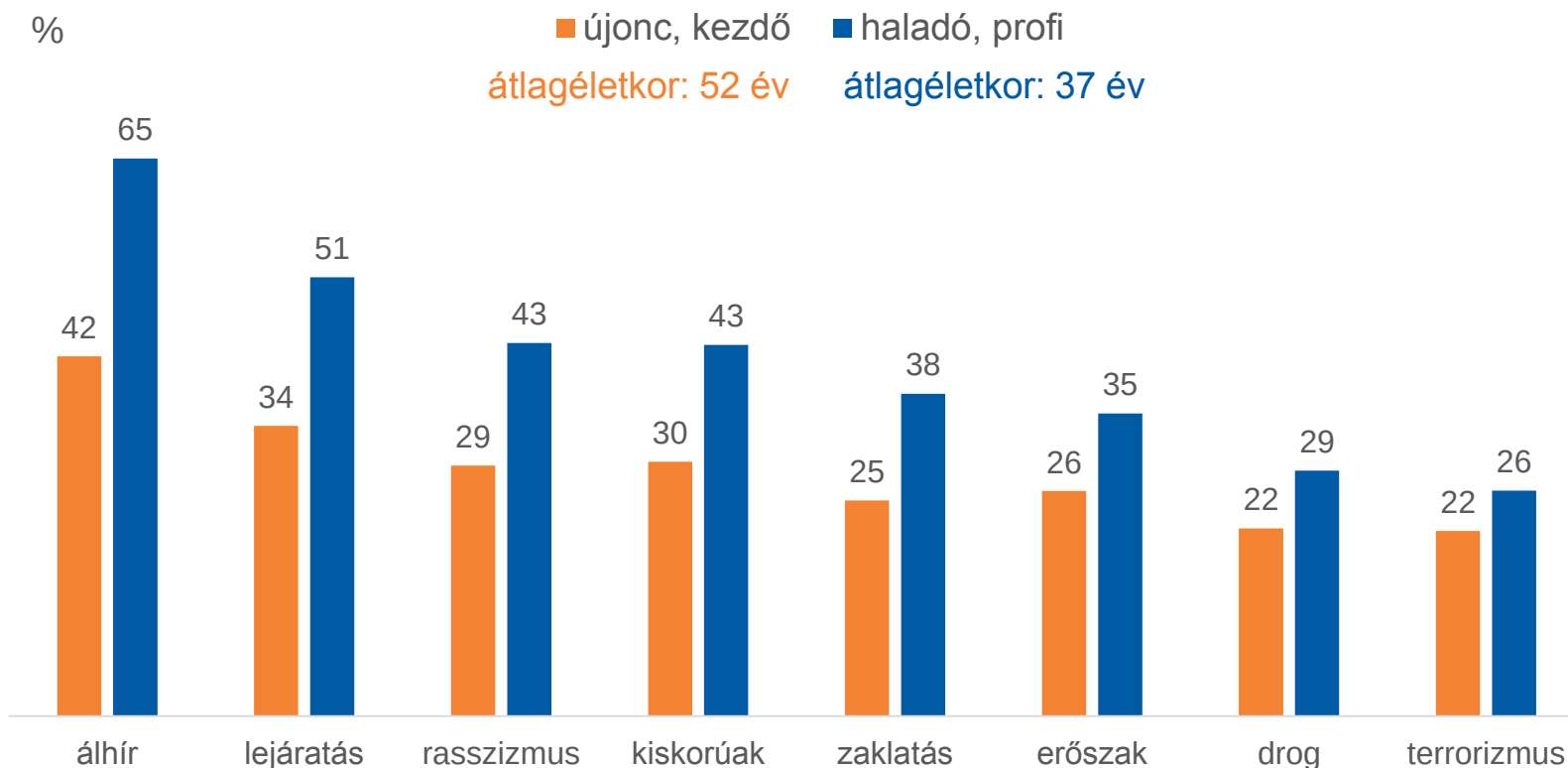


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

TALÁLKOZÁS KIFOGÁSOLHATÓ WEBTARTALOMMAL

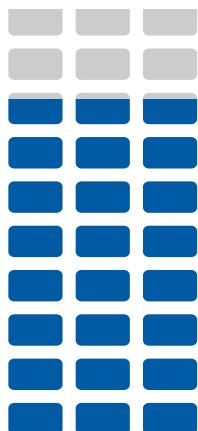
internethasználati jártasság

Az internethasználatban az átlagosnál járatosabbak közül többen találkoztak mostanában kifogásolhatónak érzett webtartalommal, mint azok közül, akik még nem érték el az átlagos jártassági szintet.



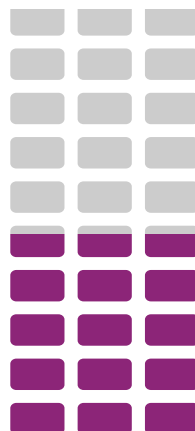
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

79%



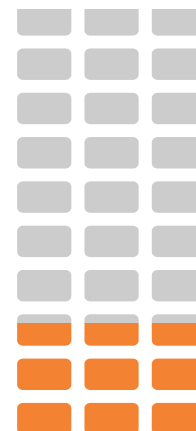
tud róla, hogy bizonyos webhelyeken be lehet jelenteni, ha azon a webhelyen kifogásolható tartalmat talál

47%



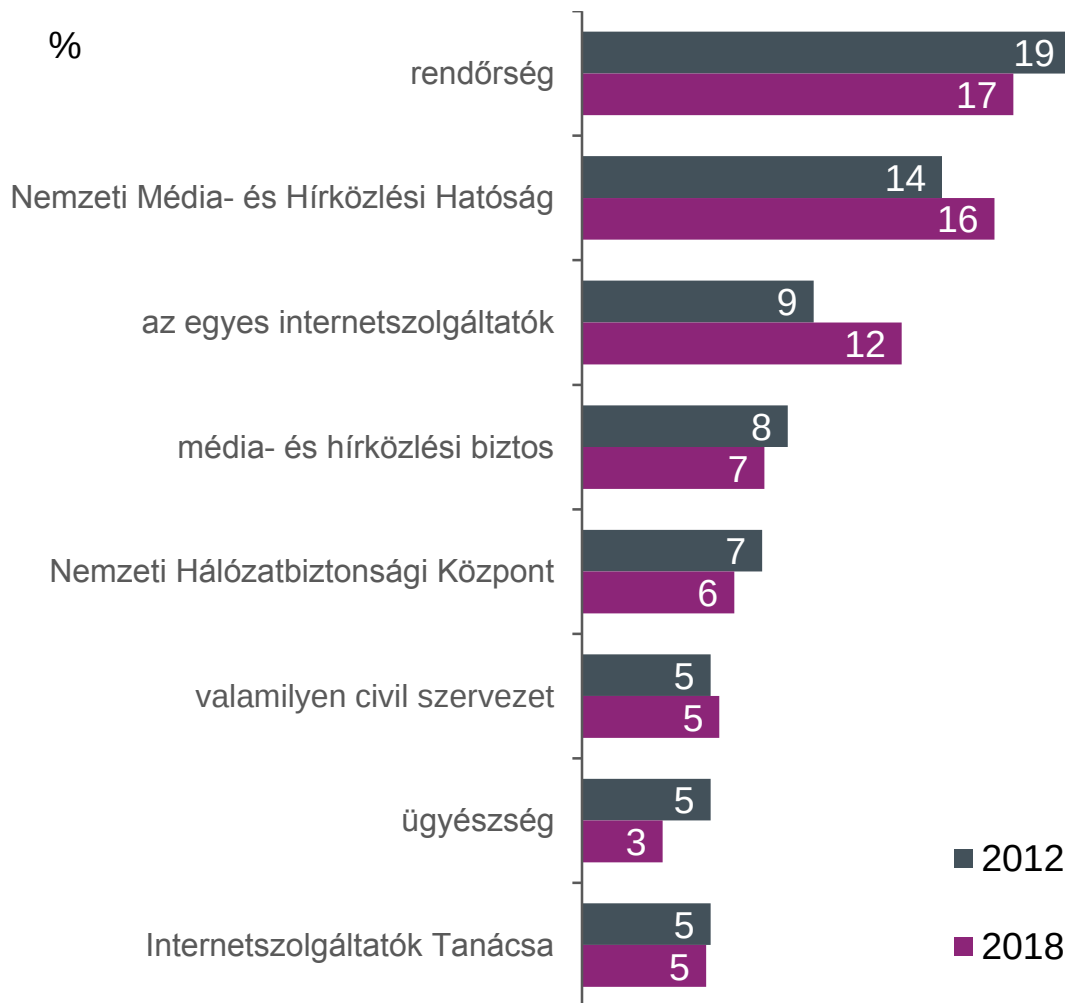
tud róla, hogy léteznek speciális magyar weboldalak, ahol bejelentheti, ha bárhol a világhálón kifogásolható tartalmat talál

26%



tud róla, hogy az Internet Hotline (nmhh.hu/internethotline) weboldalon bejelentheti a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóságnak, ha a világhálón kifogásolható tartalmat talál

A 16+ éves 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.



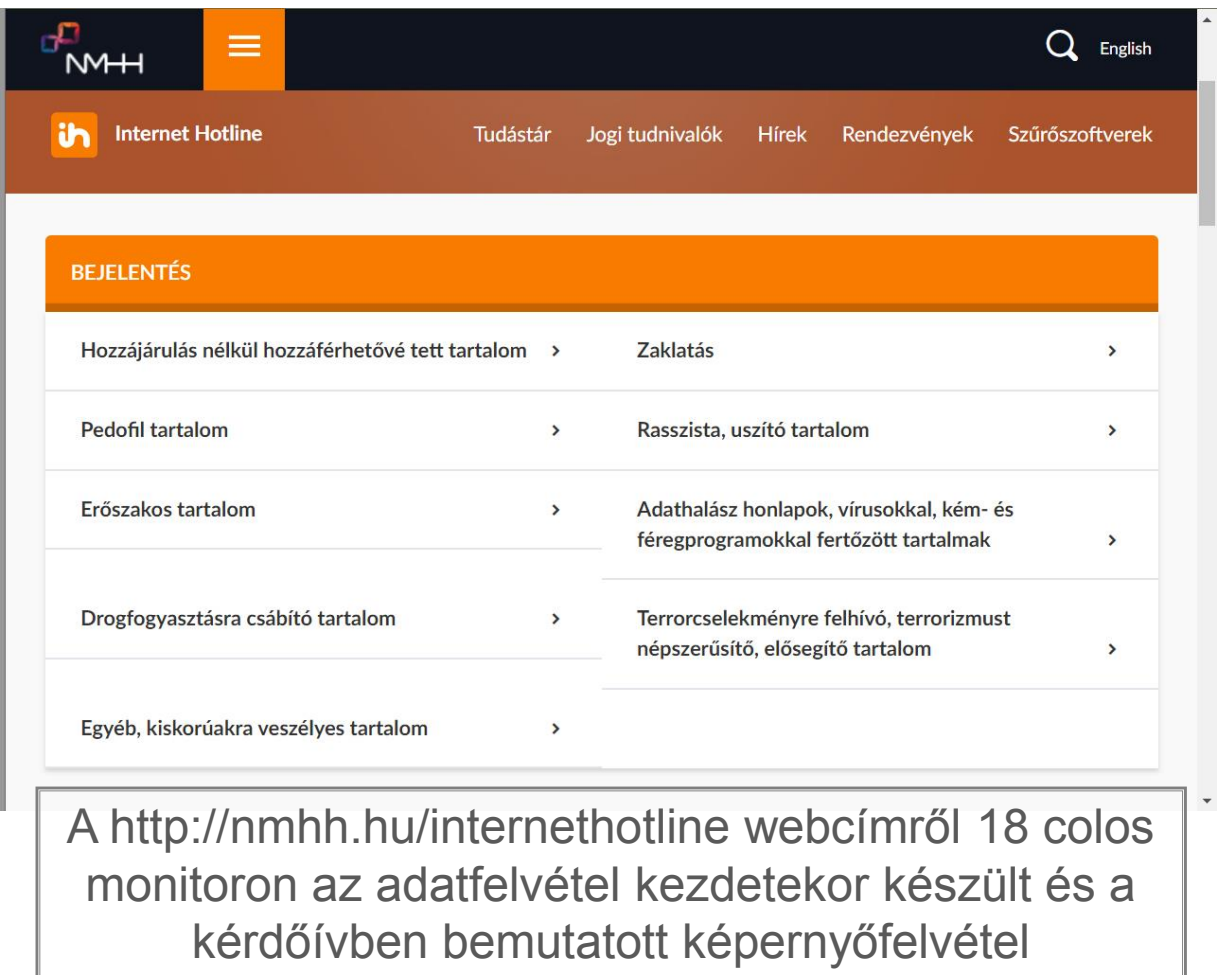
A kifogásolható tartalom bejelentésének témakörét 2012-ben is vizsgáltuk, és idén ugyanazt állapíthatjuk meg, amit akkor: a magyar internetezők meglehetősen bizonytalanok abban, hogy hova fordulhatnak, ha a weben jogellenes vagy más (de nem szerzői jogi) szempontból kifogásolható tartalmat találnak, amely véleményük szerint intézkedést kíván.

Van tudomása az NMHH jogsegélyszolgálatáról

	2012	2018
szervezetek listájából választva	14%	16%
direkt rákérdezésre	22%	26%



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m



The screenshot shows the Internet Hotline website interface. At the top, there is a navigation bar with the NMHH logo, a menu icon, a search icon, and the word "English". Below this is a secondary navigation bar with the "Internet Hotline" logo and several menu items: "Tudástár", "Jogi tudnivalók", "Hírek", "Rendezvények", and "Szűrőszoftverek". The main content area features a section titled "BEJELENTÉS" (Report) with a list of reportable content categories, each with a right-pointing arrow indicating further details.

BEJELENTÉS	
Hozzájárulás nélkül hozzáférhetővé tett tartalom	Zaklatás
Pedofil tartalom	Rasszista, uszító tartalom
Erőszakos tartalom	Adathalász honlapok, vírusokkal, kém- és féregprogramokkal fertőzött tartalmak
Drogfogyasztásra csábító tartalom	Terrorcselekményre felhívó, terrorizmust népszerűsítő, elősegítő tartalom
Egyéb, kiskorúakra veszélyes tartalom	

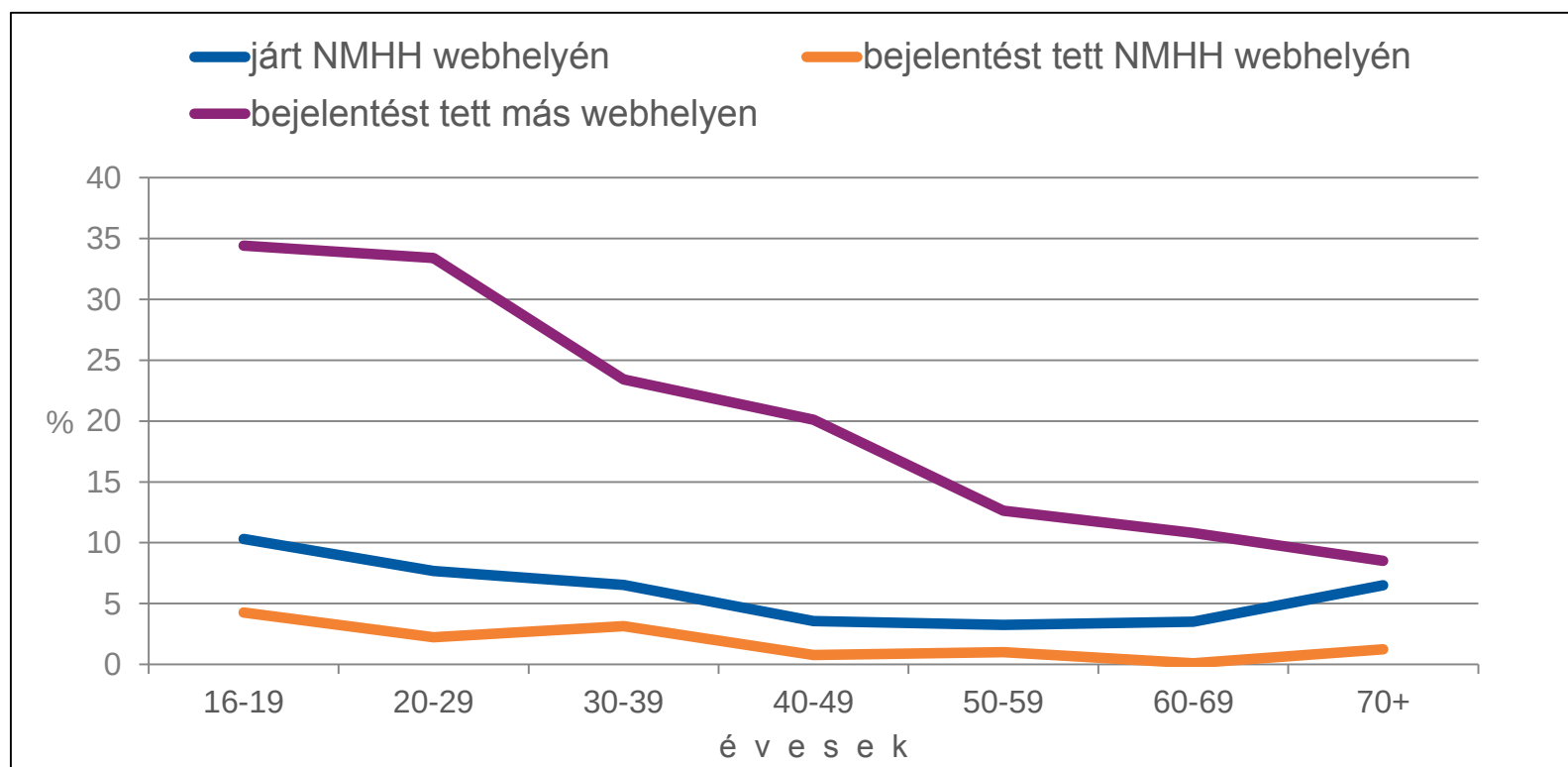
A <http://nmhh.hu/internethotline> webcímről 18 colos monitoron az adatfelvétel kezdetekor készült és a kérdőívben bemutatott képernyőfelvétel

A kérdőívben bemutatott képernyőfelvétel láttán a megkérdezettek 5%-a jelentette ki, hogy járt már az Internet Hotline weboldalon. A látogatók körében a férfiak és a tizenévesek felülreprezentáltak.

Tett bejelentést
kifogásolható
webtartalomról

a webhelyen, ahol az előfordult	21%
az NMHH webhelyén	2%

A tizenévesek körében az átlagosnál jóval magasabb azok aránya, akik jártak már az NMHH weboldalán. A bejelentéstétel is ebben a korcsoportban a leggyakoribb.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

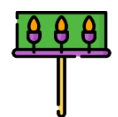
Az NMHH 2018 nyarán és őszén reklámkampányt folytatott annak érdekében, hogy népszerűsítse az **Internet Hotline** elnevezésű jogsegélyszolgálatát. A kampány elsődleges célközönsége a 11-16 éves korcsoport volt.

A kampányhirdetések az alábbi négyféle **reklámhordozón** jelentek meg.



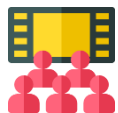
nyomtatott sajtó

öt képes magazin, 1-1 alkalommal augusztusban



utcai plakát

budapesti metró és egy villamosvonal, augusztusban 2 hétig
citylight és plakát Budapesten és a megyeszékhelyeken,
augusztusban 2 hétig



mozi

4 budapesti, 8 vidéki moziban 2 film vetítése előtt, szeptemberben 2 hétig



web

NMHH honlapjának kezdőoldala július végétől október végéig
Youtube, Facebook, Instagram július végétől augusztus végéig
33 webcím júliusban és augusztusban különféle időtartamban

A kampányban szereplő négy hirdetés az internetes kommunikációban előforduló egyes problematikus magatartásformák felismerésében és kezelésében kívánt segíteni a fiataloknak.



**Bevásárlólista? Nem para.
A fotód alatt egy idegentől? Para.**

Ha úgy érzed, hogy zaklatnak online,
számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



szexuális
zaklatás



**Meccs közben nem para.
A családi fotótok alatt para.**

Ha úgy érzed, hogy a származásod miatt
bántanak online, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



rasszista
diszkrimináció



**Edzőtárstól nem para.
A volt csajod új pasijától para.**

Ha úgy érzed, hogy fenyegetnek
online, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



fenyegetés
fizikai erőszakkal



**Ha te küldöd, nem para.
Ha más küldi a nevedben, para.**

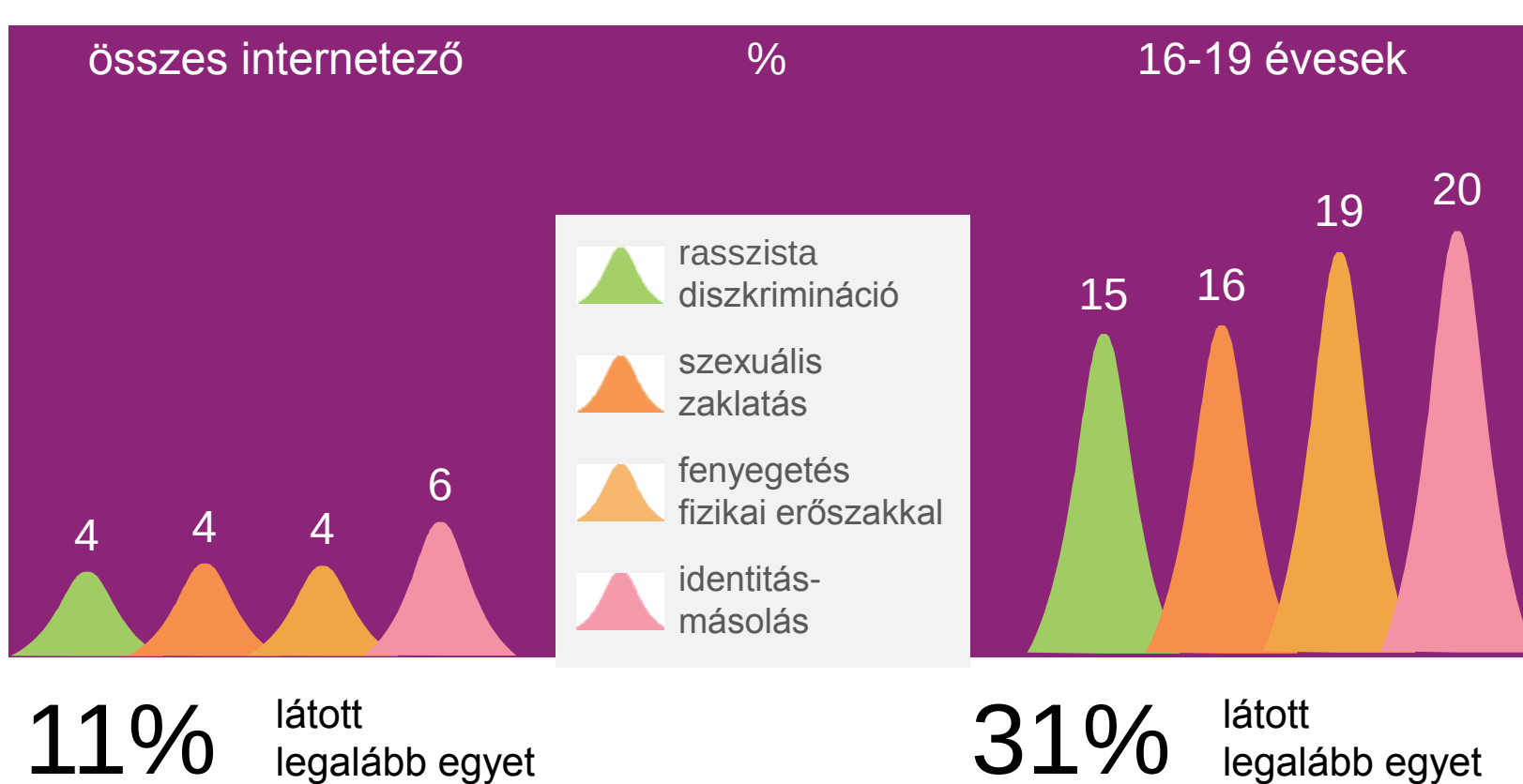
Ha úgy látod, hogy visszaélnék a fiókoddal,
adataiddal az interneten, számíthatsz ránk.

Tudj meg többet!



identitás-
másolás

A 16+ éves internetezők 4-6%-a, a 16-19 éves internetezők 15-20%-a nyilatkozott kutatásunkban úgy egy-egy hirdetésről, hogy látta azt.

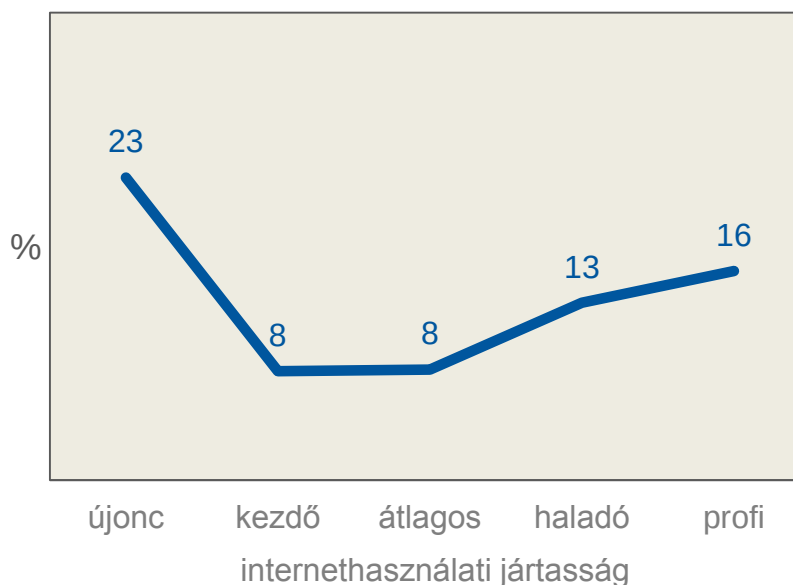
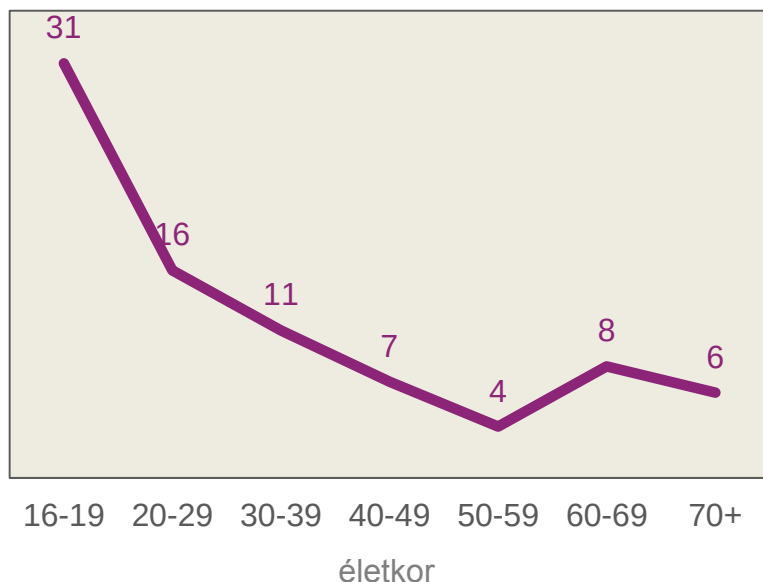


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m, illetve közülük a 16-19 évesek, n=181, N=0,385 m

A kampány elsősorban a tizenévesek és az újonc internetezők körében keltett figyelmet, illetve vált emlékezetessé.

Látta valamelyik hirdetést

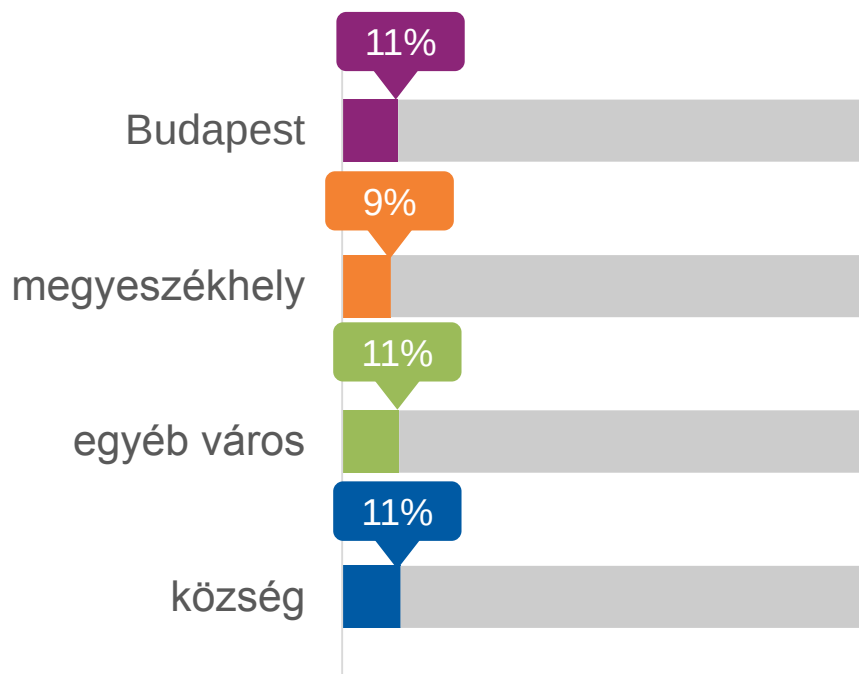
%



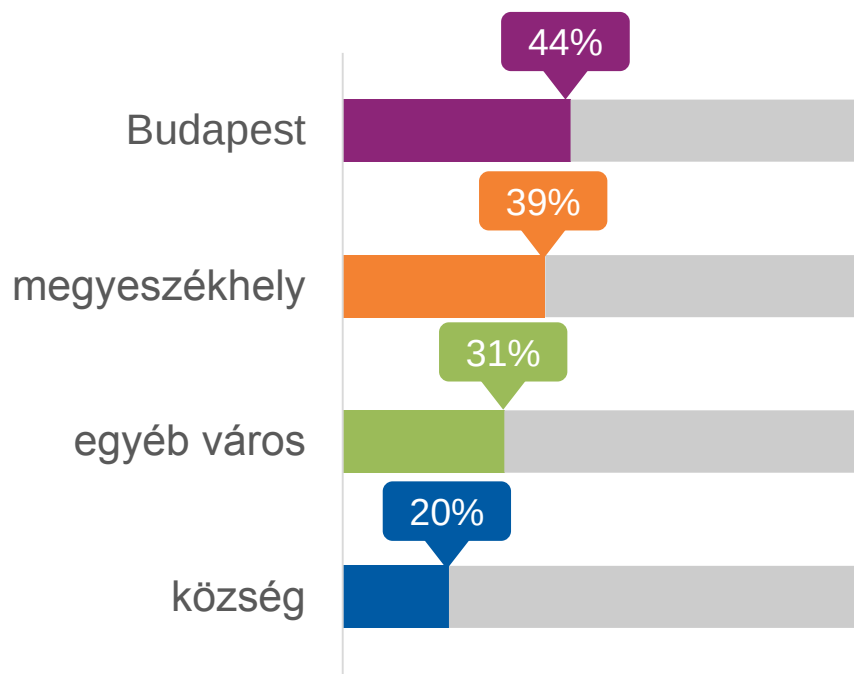
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m

Látta valamelyik hirdetést

összes internetező



16-19 évesek

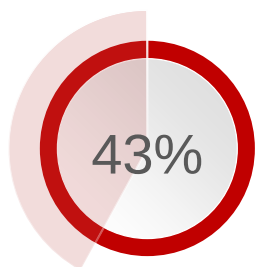


A kampány döntően az interneten zajlott. A budapestieknek és a nagyvárosok lakóinak több esélyük volt a kampánnyal találkozni az utcai hirdetések jóvoltából.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m, illetve közülük a 16-19 évesek, n=181, N=0,385 m

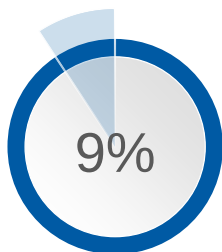
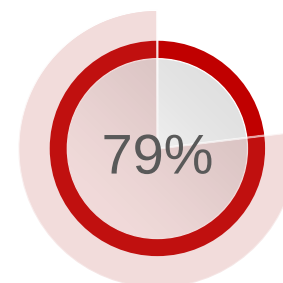
Látta valamelyik hirdetést

összes internetező

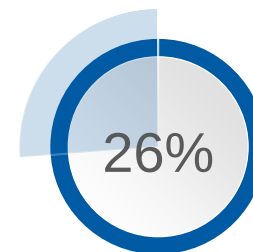


akik jártak
az NMHH weboldalán

16-19 évesek



akik nem jártak
az NMHH weboldalán



Akik 2-5 hónap múltán emlékeztek a kampányra, azok erősen felülreprezentáltak az NMHH weboldalának látogatói körében.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3007, N=6,4 m, illetve közülük a 16-19 évesek, n=181, N=0,385 m

