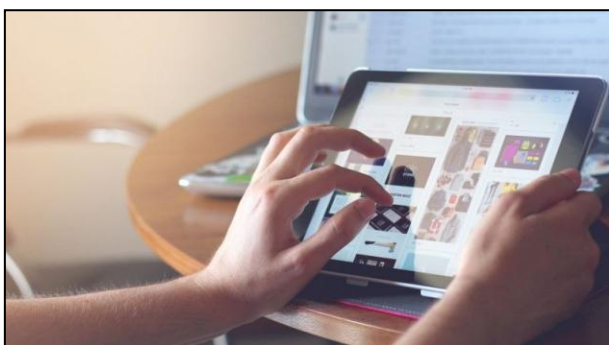


Itthon is hódítanak az okostévék

A Gemius hét éve vizsgálja a hazai netezők okoseszköz-ellátottságát és internetezési szokásaikat. Az idei számokból például kiderül, hogy itthon is egyre inkább az idősebbek ját-szóterévé válik a Facebook.



A gemius MobileTracking kutatás keretében a piackutató többek között a hazai internetezők okoseszközökkel való ellátottságát és tartalomfogyasztási szokásait vizsgálja immár hét éve. A

magyarországi demográfiai arányokat visszatükröző, 1400 fős felmérés idei eredményeiből sok nemzetközi trend köszön vissza.

Majdnem mindenkinek van már és nem félnek használni

2019-re eljutottunk például oda, ahol a legtöbb fejlett piac tart a világban: az internetezők túlnyomó többsége, közel háromnegyede rendelkezik okostelefonnal. Utóbbiak táborában pedig alig akad olyan, aki ne használná a világhálót a mobilján keresztül. A csak számítógépről netező okostelefonosok aránya ugyanis mindössze 5 százalékra tehető. A telefonról netezők ráadásul meglehetősen sokat, heti átlag 13 és fél órát töltenek ezzel.

A Gemius azonban nem csak az okostelefonok penetrációjára, de más mobil- és okoseszközös ellátottságra is kíváncsi az éves kutatásoknál. Ezekből az adatokból mostanra érdekesen változó oszlopok jöttek létre.



Az utóbbi években globálisan és a közvetlen környezetünknek tekinthető európai régióban is alábbhagyott a lelkesedés a táblagépek iránt. Ez szépen megmutatkozik a hazai eredményekben is, hiszen a tabletpenetráció 2016. óta csak enyhe hullámmásra képes a 23–25 százalékos sávban.

Nagyot ugrott viszont az okostévés honfitársak száma, hiszen a kutatásba bevont emberek 37 százaléka mondta azt, hogy rendelkezik ilyen eszközzel. Ennek ellenére az ilyen tévékben rejlő potenciált még messze nem vagyunk képesek kihasználni, hiszen majdnem egynegyedük csak hagyományos televízió funkciójában használja a készülékét. A másik szélsőséget 12 százaléknál választó képviseli: ők ugyanis mindenre (például streamelt mozizásra, YouTube-nézésre, játékokra, internetezésre) használják az okostévét, csak éppen normál tévénézésre nem.

Fokozatos emelkedés eredményeképpen lassan az okosórával rendelkezők aránya is eléri a 10 százalékot az internetező populációban. Az okosóra főként a legfiatalabb, 15–20 év közötti korosztály (16%) és a felsőfokú végzettségűek (13%) között népszerű.

A Facebook beszippantotta az idősebbeket

A tartalomfogyasztási szokásokat vizsgálva kiderült, hogy a telefonos netezés tetemes részét a különböző közösségi oldalak böngészése és az

online kapcsolattartás, csetelés teszi ki. A nők internetezéssel töltött idejének sokkal nagyobb részét teszi ki a közösségi oldalak böngészése és/vagy az online beszélgetés (47%), míg a férfiak esetében ez csak az idő nagyjából harmadát rabolja el. Mivel a nők emellett eleve többet neteznek, a közösségi oldalakon átlagosan hetente több mint másfél órával többet vannak jelen. A férfiak ehelyett nagyobb arányban kutatnak fel információkat, intézik ügyeiket (30%). A 15-20 éves korosztály átlagosan hetente közel 12 órát mulatja idejét közösségi oldalakon. Az átlagnál kevesebb időt szánnak információgyűjtésre (17%), sokkal többet szórakozásra, például játékokra (30%).

Ami a világ legnagyobb közösségi hálózatát illeti: a Facebook nálunk is kimagaslik a mezőnyből. A Gemiusnál a fenti ábrákban össze is foglalták, hányadán állnak a magyar okostelefonosok a Zuckerberg-birodalommal. A számokban visszatükröződik az a fejlettebb régiókban, különösen az USA-ban jelen lévő trend, hogy a legfiatalabbak számára egyre kevesebb vonzerővel bír a Facebook, ahol már nem csak a szüleik, de a nagyszüleik is jelen vannak. Sőt nemhogy jelen vannak, de kifejezetten aktívak is. Hazai viszonylatban ez azt jelenti, hogy míg a tizenévesek a közösségi oldalakon való kommunikációjuknak csak bő harmadát adja a facebookozás és a messengeres üzengetés, az 50–59 éves korosztálynál ugyanez az arány 75 százalékon áll.



Forrás: <https://bitport.hu/itthon-is-hoditanak-az-okostevok>

Válogatta: Fonyó Istvánné