

inspira VISIONARY
RESEARCH

A „HAGYOMÁNYOS” TELEVÍZIÓZÁSON
TÚLMUTATÓ ESZKÖZÖK HASZNÁLATA AZ
50-75 ÉVESEK KÖRÉBEN

2022. OKTÓBER 27.



MEME





TARTALOMJEGYZÉK

- I. KUTATÁS HÁTTERE, CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA
- II. ESZKÖZELLÁTOTTSÁG
- III. ESZKÖZKEZELÉS
- IV. MÉDIAFOGYASZTÁS
- V. DIGITÁLIS SZAKADÉK
- VI. INTERNETHASZNÁLAT
- VII. NEM INTERNETEZŐK
- VIII. REKLÁMOK
- IX. HOBBIK
- X. EGÉSZSÉG





KUTATÁS HÁTTERE, CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA



KUTATÁS HÁTTERE, CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete 2022-ben az NMHH (Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság) felé társszabályozási szerződésben vállalt kötelezettségének eleget téve lehetőséget kapott **A „hagyományos” televíziózáson túlmutató eszközök/alkalmazások/stb. használata az 50-75 évesek körében** témában történő kutatásra.

A KUTATÁS HÁTTERE:

- A kutatás célja, hogy feltárja azokat az okokat/folyamatokat, ami miatt az idősebb korosztály kevésbé használja a hagyományos tévénézésen kívüli lehetőségeket a televíziós médiafogyasztásban.
- Mivel a kutatás célcsoportja nagyon heterogén (gazdasági, társadalmi aktivitás, lakóhely, családi helyzet médiafogyasztás intenzitása, eszközellátottság, anyagi helyzet, technikai ismeretek, stb. szempontjából.) szükséges a kutatás mintáját úgy kialakítani, hogy kezelni tudja ezeket a különbségeket.
- Cél, hogy a nyilvánvalónak tűnő okok (életkor/technikai képzettség/anyagi lehetőségek) fontosságának/arányának meghatározása mellett feltárja a negatív/pozitív elmozdulások okait is.

CÉLCSOPORT



50 -75 év közötti korosztály

Reprezentativitási szempontok:

- életkor
- nem
- településtípus
- régió
- iskolai végzettség
- gazdasági aktivitás

ADATFELVÉTEL TÍPUSA



- CAPI, személyes adatfelvétel, kérdezőbiztosok által – laptop vagy tableten
- Programozott kérdőív
- Képzett kérdezőbiztosok
- Folyamatos field ellenőrzés, ellenőrzési riport biztosítása
- Belső ellenőrzési munkatársak (inspira)

ELEMSZÁM, KÉRDŐÍVHOSSZ



- Kutatási minta nagysága: 2000 fő
- Rétegzett mintavétel
- Folyamatos kvótafigyelés
- Kérdőívhoossz: 50-60 perc

VÁLASZADÓK DEMOGRÁFIAI PROFILJA

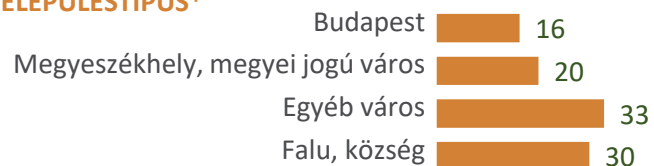
ÉLETKOR*



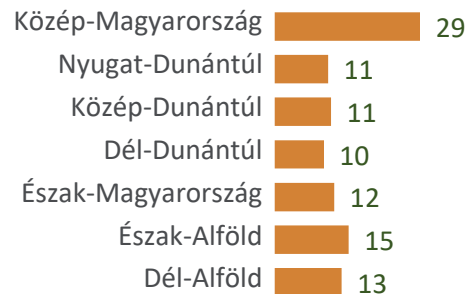
NEM*



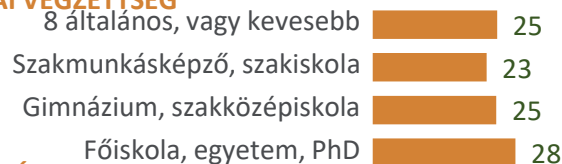
TELEPÜLÉSTÍPUS*



RÉGIÓ*



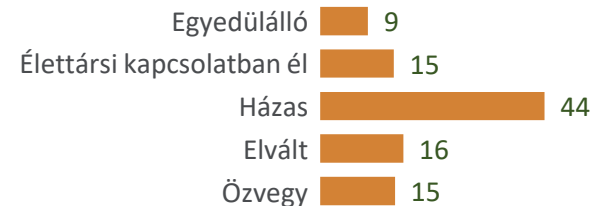
ISKOLAI VÉGZETTSÉG*



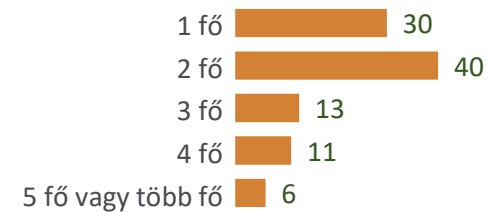
AKTIVITÁS*



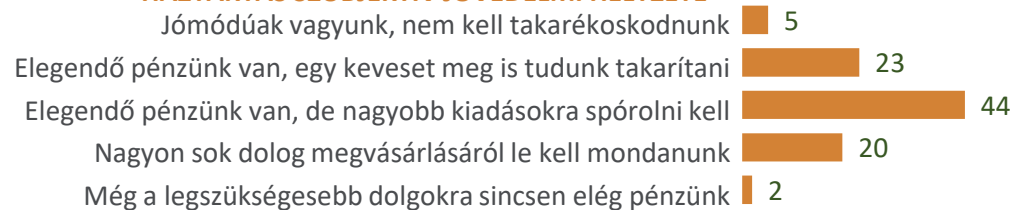
CSALÁDI ÁLLAPOT



HÁZTARTÁSNAGYSÁG



HÁZTARTÁS SZUBJEKTÍV JÖVEDELMI HELYZETE





ESZKÖZELLÁTOTTSAÉG



ÖSSZEFOGLALÓ - ESZKÖZELLÁTOTTSÁG

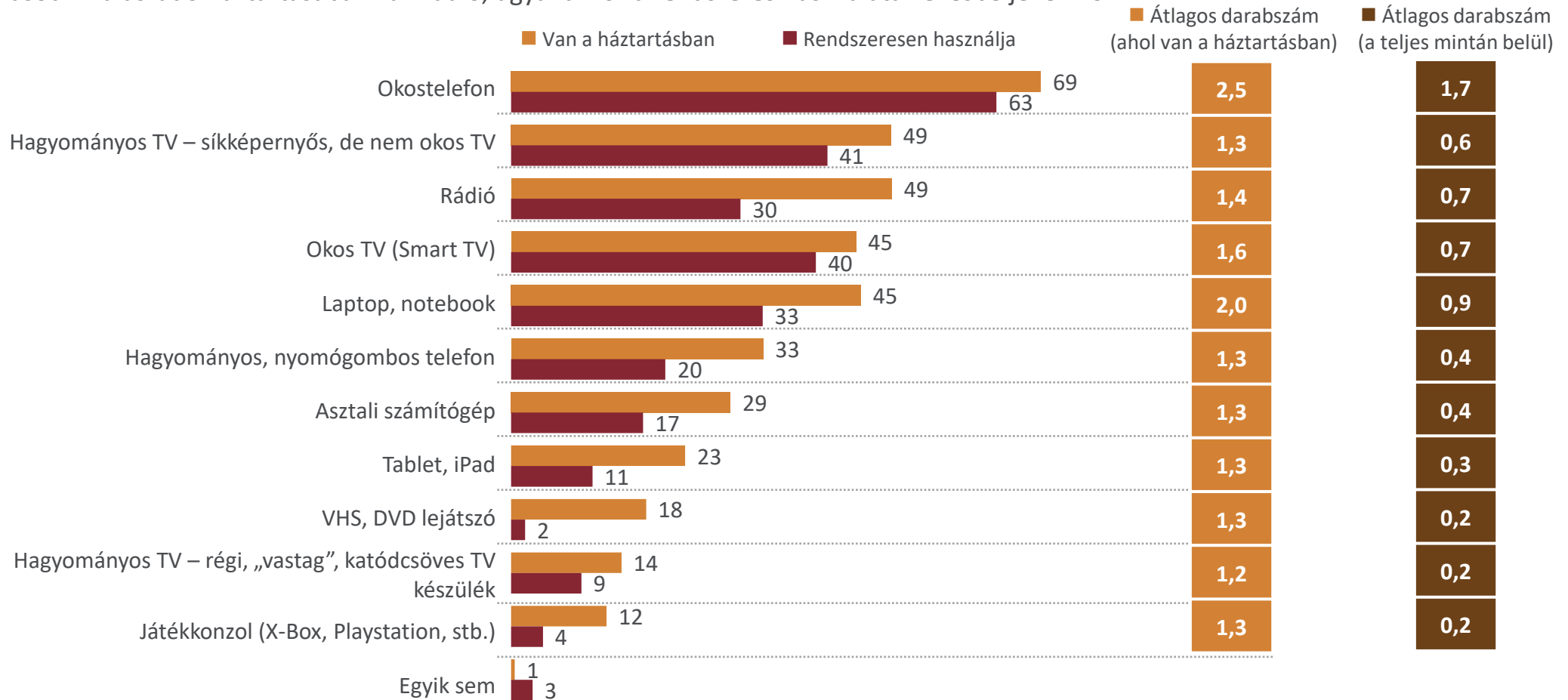
- **Az okostelefon a leggyakrabban előforduló technikai eszköz** az 50-75 éves magyar lakosok körében; 69%-uk háztartásában megtalálható, és 63% rendszeresen használja is. Egy 50-75 éves háztartására átlagosan 1,7 okostelefon jut, de ahol van, ott jellemzően 2-3 készülék is akad. Nem meglepő, hiszen az okostelefon jellemzően személyhez köthető, nem használják közösen.
Az 50-75 évesek körében több háztartásban van sík képernyős, nem okos televízió, mint smart TV.
Az életkor és a jövedelmi helyzet is nagyban befolyásolja a háztartások eszközellátottságát; az 50-59 évesek – lévén még jellemzően gazdaságilag aktívak – és a jobb anyagi helyzetben lévők természetesen több technikai eszközt engedhetnek meg maguknak.
- Az 50-75 évesek **21%-a tervez** a következő fél évben vásárolni valamilyen készüléket, **jellemzően okostelefont, okos TV-t, vagy laptopot**.
- Az elmúlt 3 év során szintén elsősorban okostelefont, okos TV-t és laptopokat szereztek be. Nekik jellemzően már korábban is volt ilyen eszközük, az okos TV esetében volt inkább jellemző az első ilyen jellegű készülék megvásárlása.
- **Okos TV-t** elsősorban azért vásároltak, vagy tervezik vásárolni, hogy kihasználhassák a speciális funkcióit, online is tudjanak rajta filmeket nézni, és hogy haladjanak a korrallal.
- Az első **asztali PC** jellemzően a kapcsolattartás miatt került a háztartásba, vagy ajándékba kapták. Aki tervez ilyen készüléket venni, az a jobb teljesítmény, vagy a jelenlegi rossz állapota, elavultsága miatt szeretne újat.
- A 50-75 évesek első **laptopja**, notebook-ja főként tanulás/munka, vagy internetezés miatt került megvásárlásra. Aki tervez másikat vásárolni a közeljövőben, az a PC-hez hasonlóan magasabb teljesítményű készülékre vágyik, vagy a jelenlegi rossz állapotú, elavult eszközét szeretné lecserélni, esetleg most veszi meg az elsőt munkához, tanuláshoz.
- A többség szintén a munka/tanulás/internetezés miatt vette meg az első **tabletjét**, esetleg ajándékba kapta. Akik szeretnék ilyen készüléket venni a közeljövőben, azoknak vagy munkához/tanuláshoz kellene, vagy a jelenlegi, nem megfelelő állapotú eszközüket cserélnék le.
- Az első **okostelefon** jellemzően ajándékként került az 50-75 évesek háztartásába, vagy a kapcsolattartás miatt, esetleg hogy haladjanak a korrallal. Aki tervez okostelefont vásárolni, az főként a már meglévő, rossz állapotú telefonját tervezi lecserélni, vagy jobb teljesítményű, modernebb készüléket szeretne.

A HÁZTARTÁSBAN ELŐFORDULÓ TECHNIKAI ESZKÖZÖK

A leggyakrabban előforduló technikai eszköz egy háztartásban az okostelefon; a válaszadók 69%-ánál van a háztartásban ilyen eszköz, és 63% rendszeresen használja is. Egy 50-75 éves háztartására átlagosan 1,7 okostelefon jut, de ahol van, ott jellemzően 2-3 készülék is akad. Nem meglepő, hiszen az okostelefon jellemzően személyhez köthető, nem használják közösen.

Az 50-75 évesek körében még több háztartásban van sík képernyős, nem okos televízió, mint smart TV.

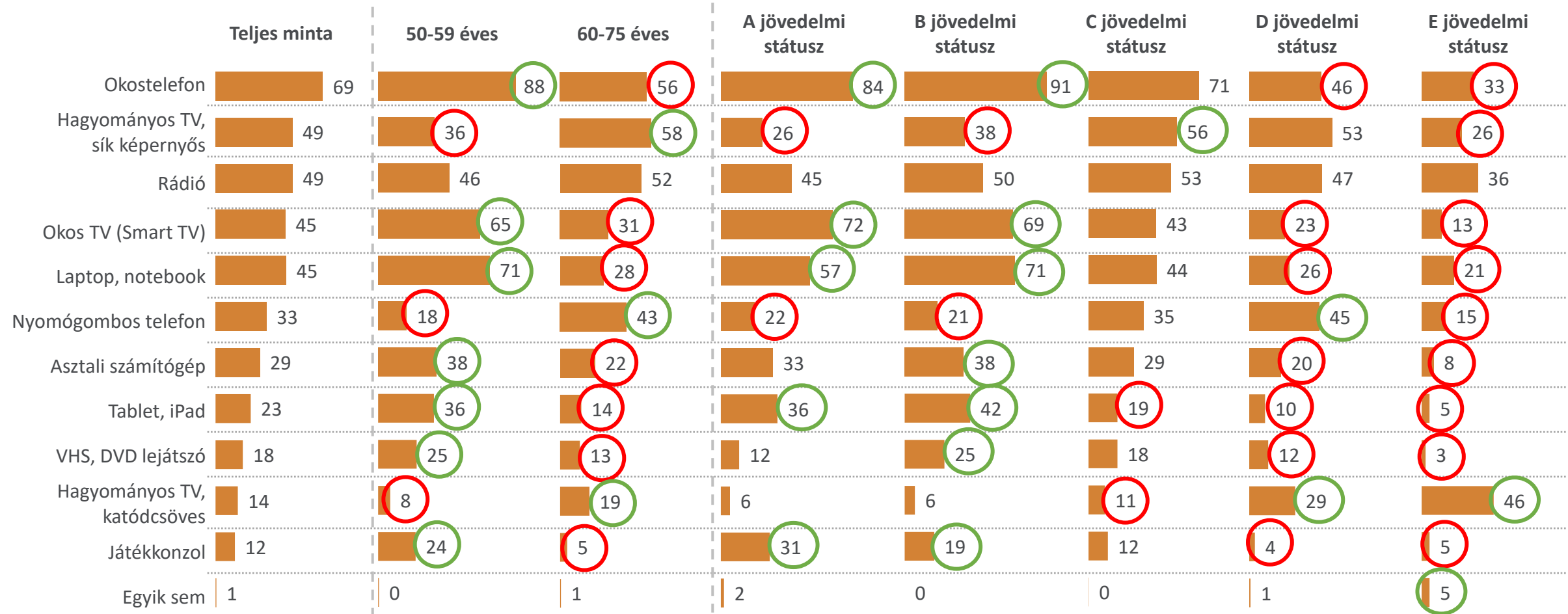
Minden második válaszadó háztartásában van rádió, ugyanakkor a rendszeres használata kevésbé jellemző.



E1a. Az alábbiak közül mely elektronikai eszközök találhatóak meg az Ön háztartásában? E1b. Kérem, mondja meg, hogy az egyes eszközökből hány található az Ön háztartásában! E1c. És ezek közül mely eszközöket szokta rendszeresen használni? | N=2000 Teljes minta

A HÁZTARTÁSBAN ELŐFORDULÓ TECHNIKAI ESZKÖZÖK

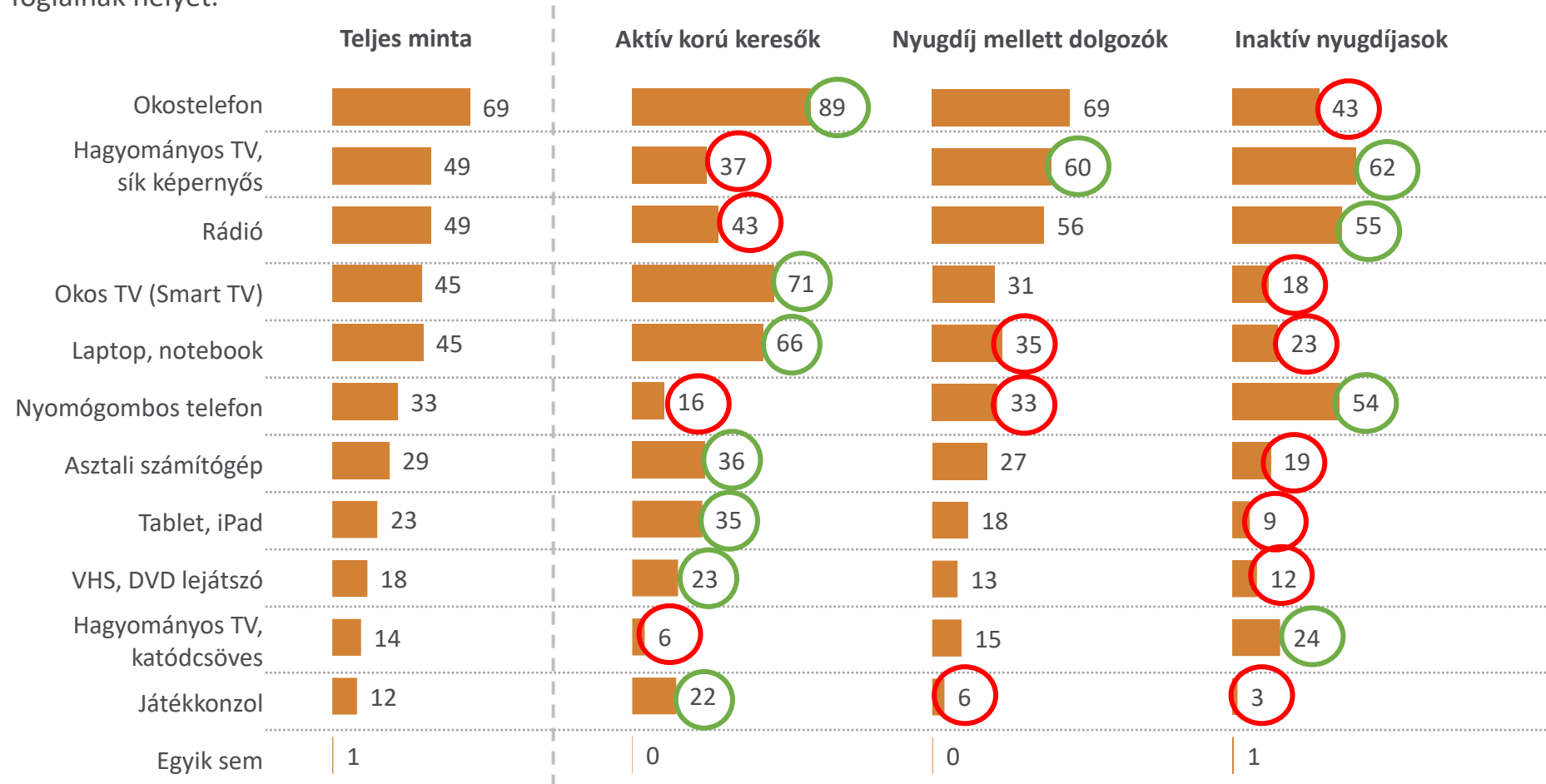
Az 50-59 éves korosztály háztartásaiban – lévén még gazdaságilag aktívabbak – jellemzőbb az okostelefonok, okos TV-k, és egyéb internetezésre alkalmas eszközök, valamint a játékkonzolok is. A korábbi generációs készülékek nagyobb arányban fordulnak elő a 60 év felettiéknél. A jövedelmi helyzet természetesen komolyan befolyásolja az eszközellátottságot; a szegényebb háztartásokat jobban jellemzik a régebbi típusú készülékek, míg a legszerényebb körülmények között élők esetében szinte minden készülék jelenléte kevésbé jellemző.



E1a. Az alábbiak közül mely elektronikai eszközök találhatóak meg az Ön háztartásában? E1b. Kérem, mondja meg, hogy az egyes eszközökből hány található az Ön háztartásában! E1c. És ezek közül mely eszközöket szokta rendszeresen használni? | N=2000 Teljes minta

A HÁZTARTÁSBAN ELŐFORDULÓ TECHNIKAI ESZKÖZÖK

Gazdasági aktivitás szerint vizsgálva az 50-75 éves magyar lakosságot az látható, hogy az eredmények korrelálnak az életkori és a jövedelmi adatokkal, hiszen az aktív korú, munkával rendelkező polgárok több modern technikai eszközt engedhetnek meg maguknak magasabb jövedelmüknek hála. Ezzel szemben azok a nyugdíjasok, akik nem dolgoznak, kevésbé rendelkeznek ilyen javakkal, viszont magasabb arányban találhatók meg háztartásaikban például a nem okos, síkképernyős tévék, a rádiók, a nyomógombos telefonok, valamint a régi, katódcsöves televíziók. A nyugdíjuk mellett dolgozók a két tábor közt foglalnak helyet.

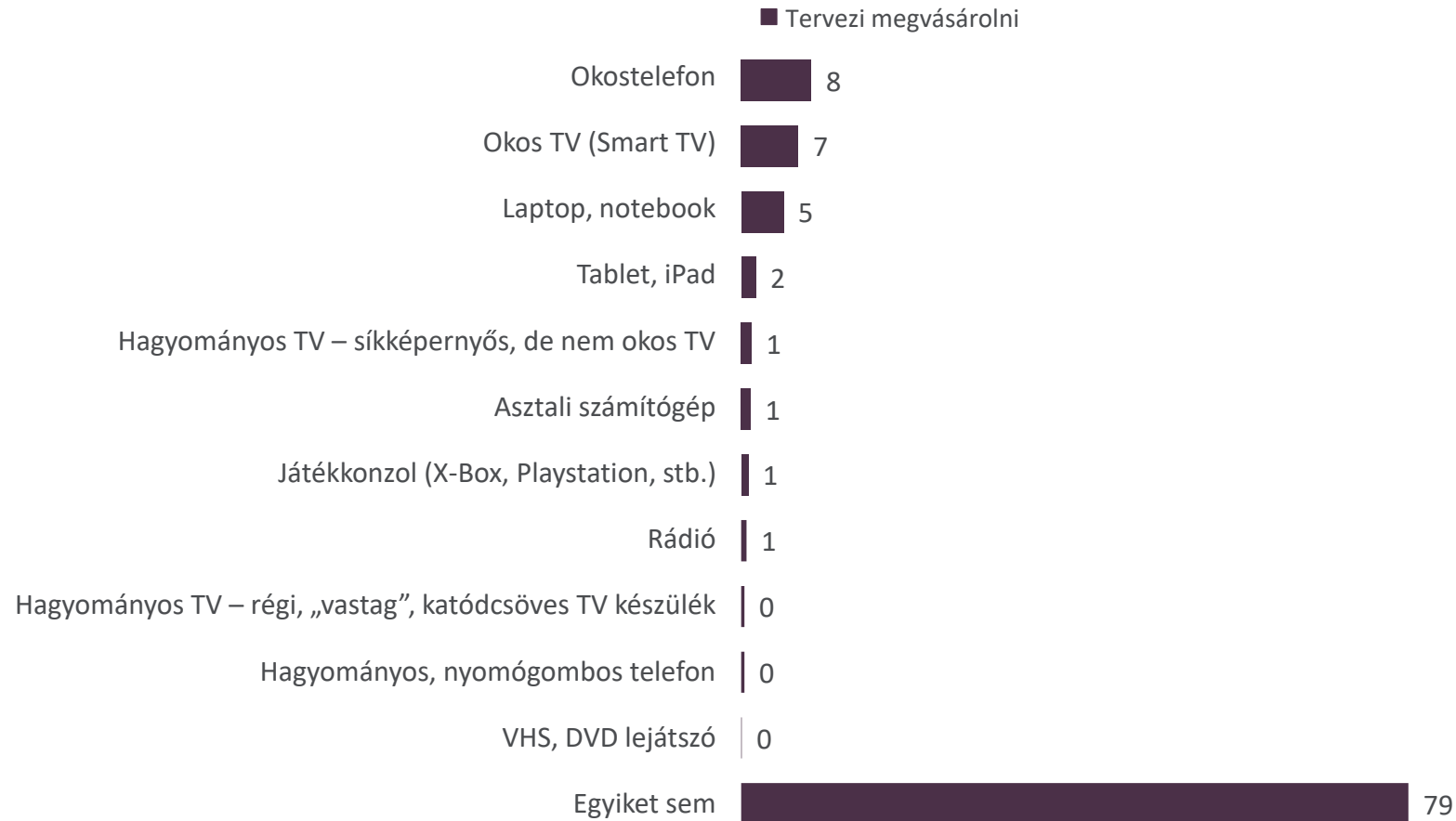


E1a. Az alábbiak közül mely elektronikai eszközök találhatók meg az Ön háztartásában? E1b. Kérem, mondja meg, hogy az egyes eszközökből hány található az Ön háztartásában! E1c. És ezek közül mely eszközöket szokta rendszeresen használni? | N=2000 Teljes minta

TECHNIKAI ESZKÖZÖK TERVEZETT VÁSÁRLÁSA

Az 50-75 évesek túlnyomó többsége nem tervez semmilyen technikai eszközt vásárolni az elkövetkezendő fél évben – ennek részben oka lehet a felmérés időszakában uralkodó bizonytalanság a rezsiköltségek emelkedésére vonatkozóan.

21% tervez ilyen eszközöket vásárolni, ők jellemzően okostelefon, okos TV, laptop / notebook beszerzésén gondolkodnak – más eszközt ezeken kívül nem is nagyon említettek.

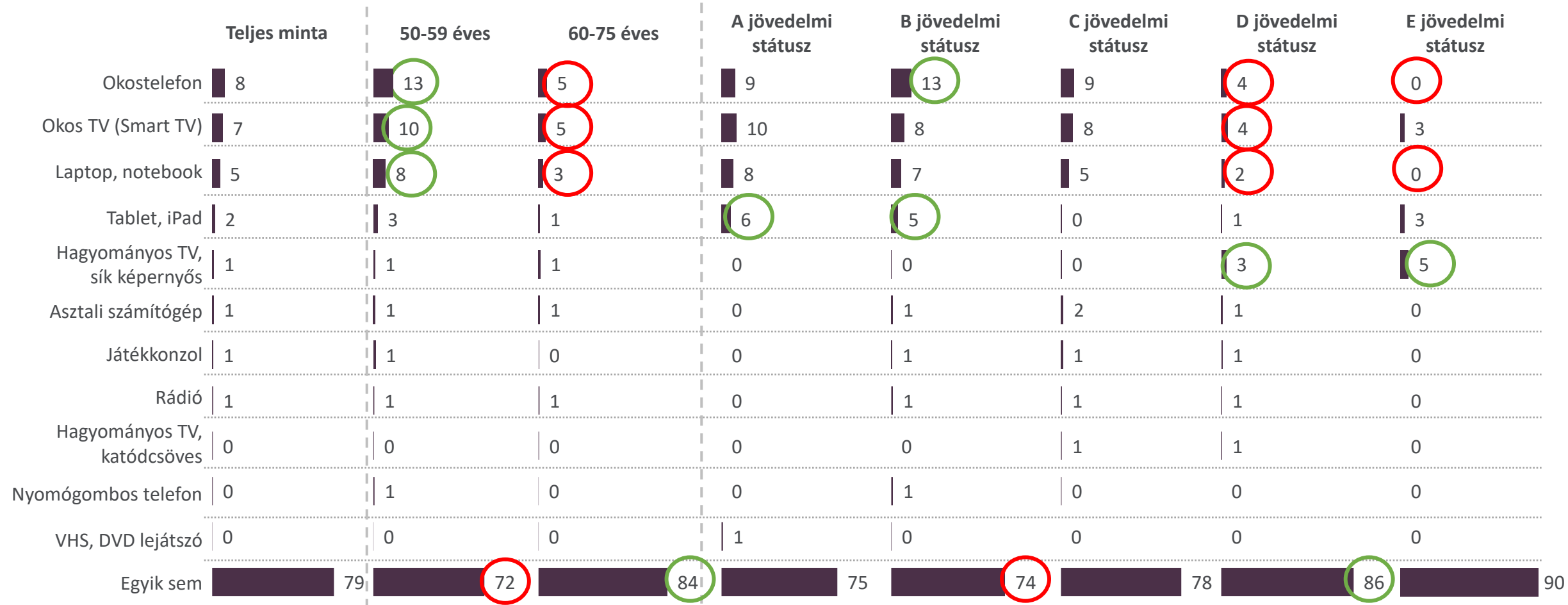


E3a. Tervezi a közeljövőben (az elkövetkező fél évben) valamely eszköz megvásárlását az alábbiak közül? | N=2000, Teljes minta

TECHNIKAI ESZKÖZÖK TERVEZETT VÁSÁRLÁSA

Az 50-59 éves korosztály szignifikánsan magasabb arányban tervez technikai eszközöket vásárolni az elkövetkezendő fél évben, elsősorban okostelefont, okos TV-t és laptopot, notebook-ot szeretnének. Az idősebbek ezzel szemben sokkal kisebb arányban terveznek ilyesmit.

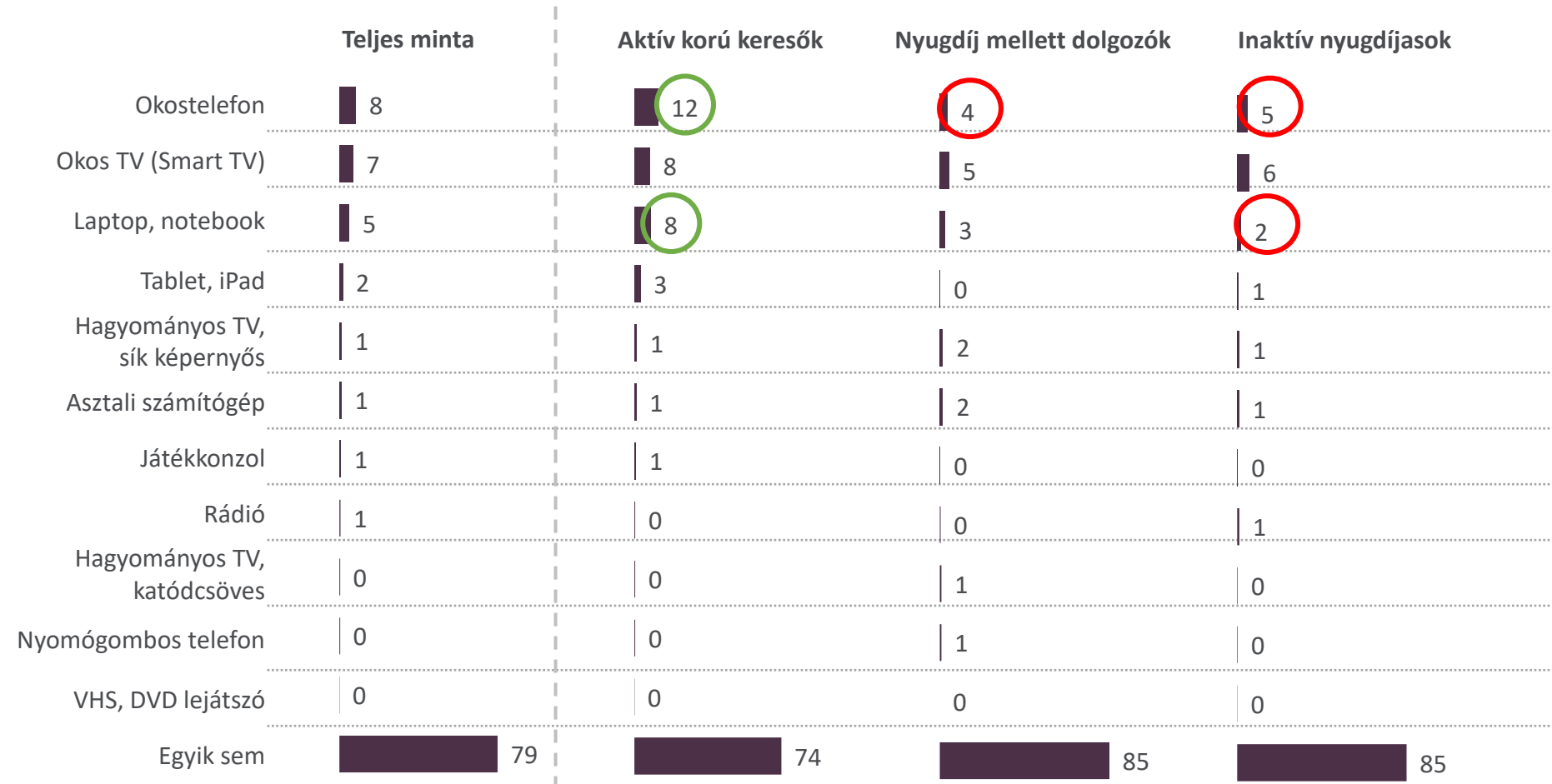
Érdekes módon a legjobb körülmények között élők nem gondolkodnak magasabb arányban azon, hogy technikai eszközöket vásároljanak, egyedül tablet, iPad beszerzésén gondolkodnak nagyobb mértékben. A legszegényebbek csak igen kis arányban terveznek vásárlást.



E3a. Tervezi a közeljövőben (az elkövetkező fél évben) valamely eszköz megvásárlását az alábbiak közül? | N=2000, Teljes minta

TECHNIKAI ESZKÖZÖK TERVEZETT VÁSÁRLÁSA

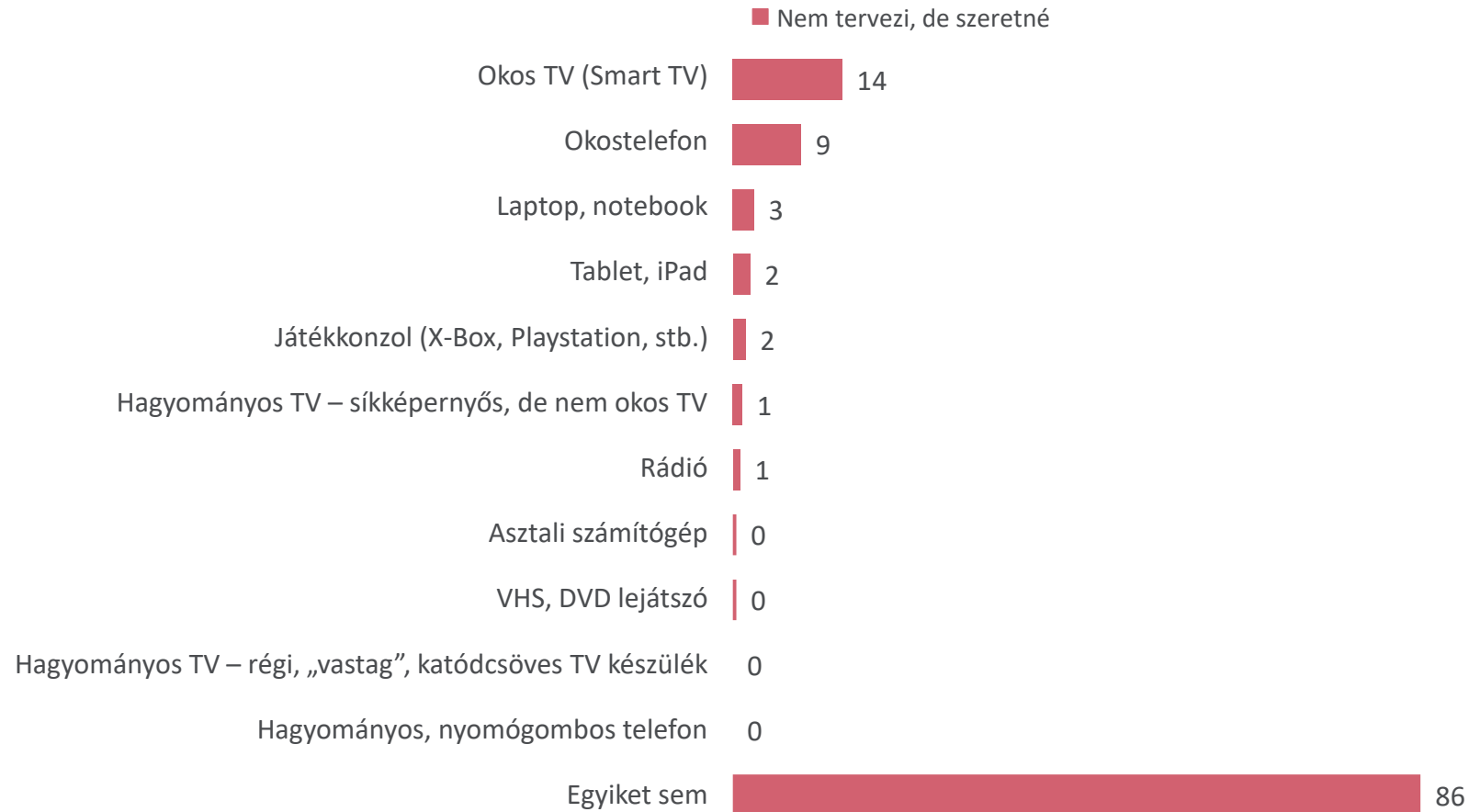
A gazdaságilag aktív, még nem nyugdíjas válaszadók magasabb arányban terveznek okostelefont és laptopot vásárolni a következő 6 hónapban, mint a nyugdíjasok. A nyugdíj mellett dolgozó és az inaktív nyugdíjasok tervei között nem mutatkozik szignifikáns eltérés, mindkét csoport csak kis arányban készül okoskészülékeket, vagy egyéb technikai eszközöket vásárolni.



E3a. Tervezi a közeljövőben (az elkövetkező fél évben) valamely eszköz megvásárlását az alábbiak közül? | N=2000, Teljes minta

VÁGYOTT TECHNIKAI ESZKÖZÖK

A megkérdezett 50-75 évesek 86%-a nem tudott olyan technikai eszközt mondani, ami nem lenne a háztartásban, nem terveznének ilyet venni a következő fél évben, de mégis vágnának ilyen eszközre. Akik említettek valamilyen készüléket, azok jellemzően okos TV-t, vagy okostelefont mondtak. Se a nemek, sem az életkorok szerinti bontásban nem mutatkoznak jelentős eltérések, ezért ezeket az adatokat nem mutatjuk.



E3b. Van esetleg az alábbiak között olyan eszköz, amit ugyan nem tervez megvásárolni, de vágyik ilyenre, szeretné, hogy legyen ilyen a háztartásban? | N=2000, Teljes minta

NEM TERVEZÉS OKAI



OKOSTV



OKOS-TELEFON



PC, LAPTOP, TABLET

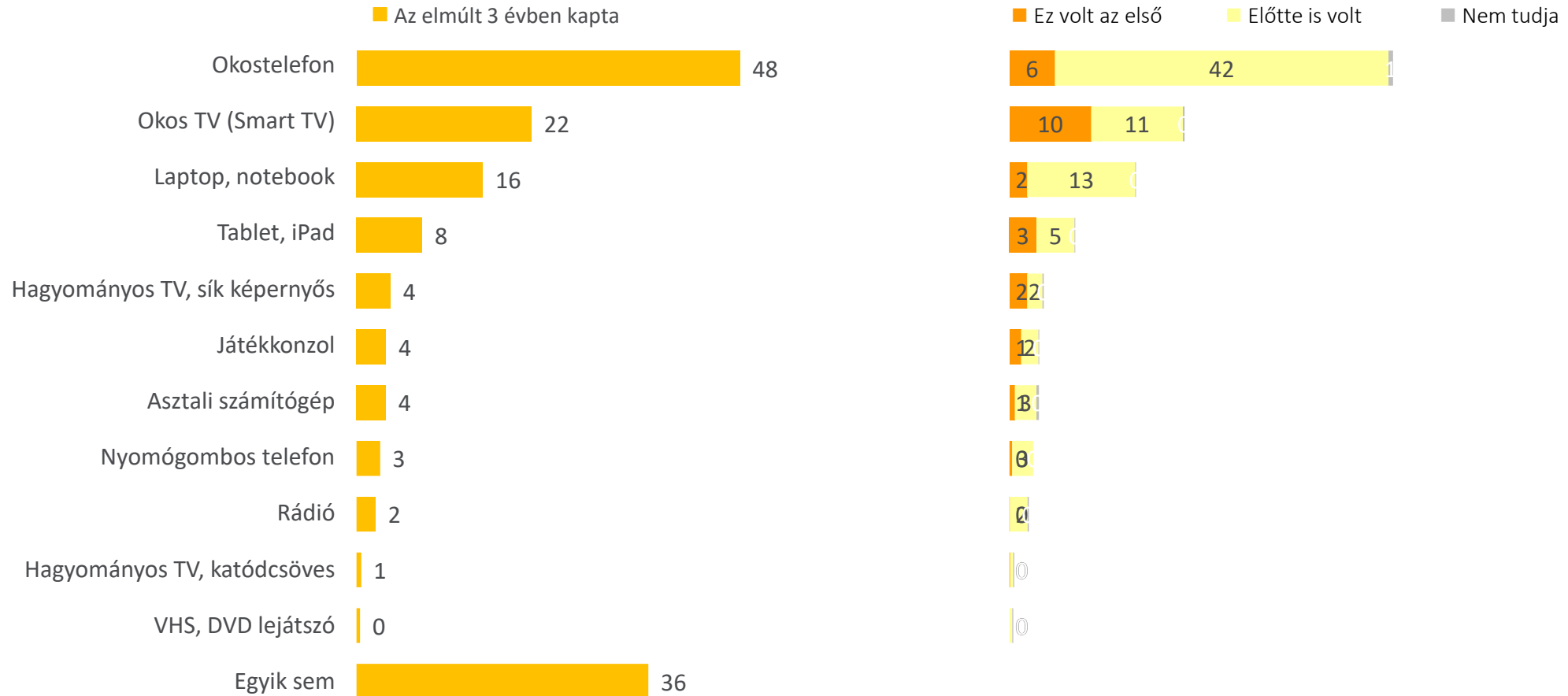
Az alacsony elemszámok miatt részletesen nem mutatjuk, de mindhárom eszköz esetében az anyagi okok, valamint a már meglévő, még működőképes eszköz volt annak a gátja, hogy tervbe vegyék az adott készülék megvásárlását.

E5. Ön azt mondta, hogy szeretne egy okos TV-t/asztali számítógépet/laptopot, notebook-ot/tabletet, iPad-et/okostelefont, de nem tervez ilyet vásárolni a közeljövőben. Mi ennek az oka? | N=2000, Teljes minta

AZ ELMÚLT 3 ÉVBEN KAPOTT TECHNIKAI ESZKÖZÖK

A vizsgált technikai eszközök közül az okostelefonok várható élettartama a legalacsonyabb. Ez lehet az oka annak, hogy a válaszadók közel fele kapott az elmúlt 3 év során ilyen készüléket, valamint hogy többségük már korábban is rendelkezett okostelefonnal.

Az okos TV szintén népszerű eszköz volt, a megkérdezett 50-75 évesek háztartásainak ötödébe került ilyen eszköz az elmúlt 3 évben, itt viszont még sokaknak ez volt az első készüléke.



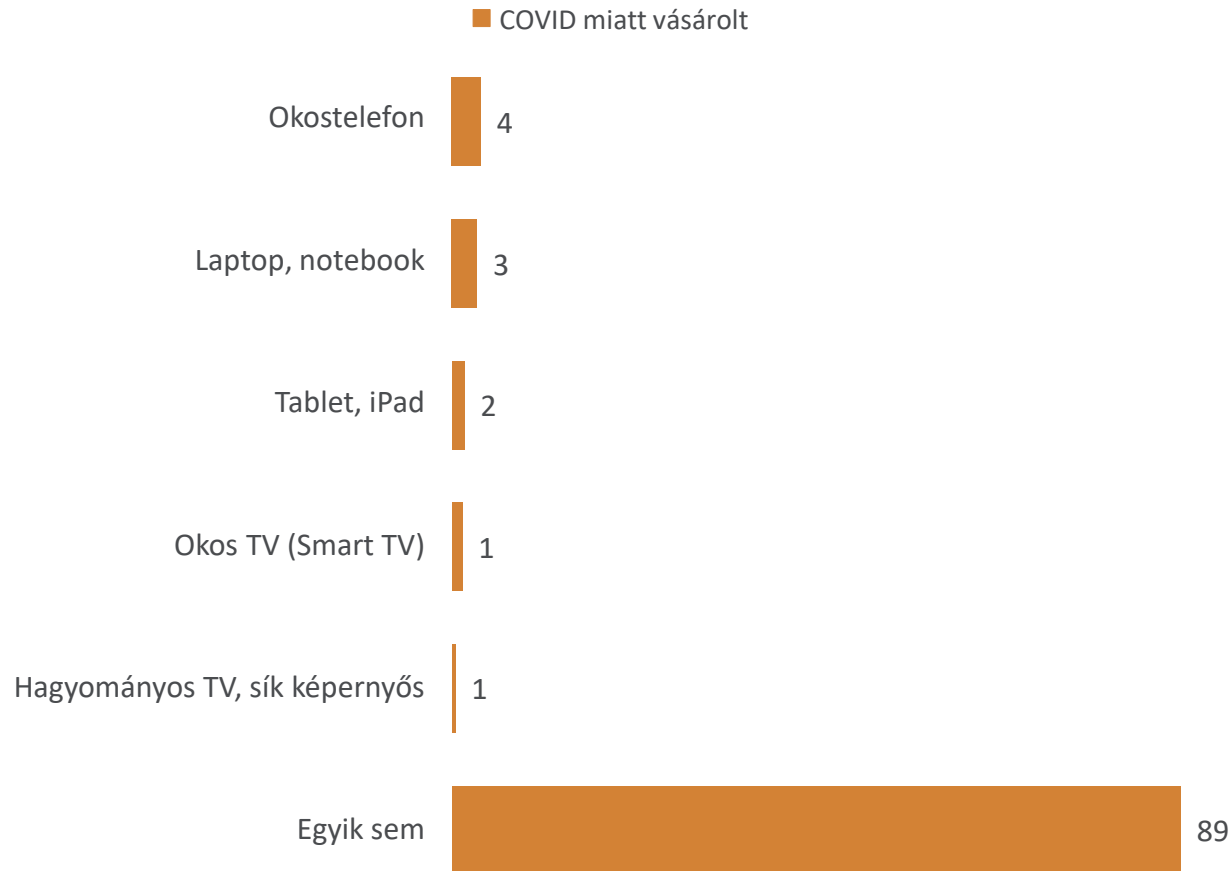
E6. Kérem, most gondoljon az elmúlt 3 évre! Meg tudná mondani, hogy milyen eszközöket vásárolt, vagy kapott az elmúlt 3 évben? | N=2000, Teljes minta

COVID HATÁSA A TECHNIKAI ESZKÖZÖK VÁSÁRLÁSÁRA

A megkérdezett 50-75 évesek 4%-a vásárolt okostelefont kifejezetten a COVID hatására, 3%-uk vett laptopot, notebook-ot, 2% iPad-et, tabletet, vagyis kifejezetten olyan eszközöket, melyek alkalmasak a rokonokkal, ismerősökkel való kapcsolattartásra a pandémia alatt.

1-1% vásárolt okos TV-t, vagy hagyományos, síkképernyős TV-t.

Minden más eszközt csak 1% alatti arányban említettek.



E10. Van esetleg az elmúlt 3 év során vásárolt eszközök között olyan, amit kifejezetten a COVID okozta megváltozott életkörülmények miatt vásárolt? | N=2000, Teljes minta

OKOS TV - MIÉRT?

Miért vette meg az első ilyen készülékét?

- 22% vett vagy kapott az elmúlt 3 évben
- 10%-nak ez volt az első ilyen eszköze



N=179, aki első alkalommal vett okos TV-t az elmúlt 3 évben, és ez volt a legutóbbi készülék, amit beszerzett.

Ki segített beüzemelni?



N=436, aki vásárolt ilyen eszközt az elmúlt 3 évben

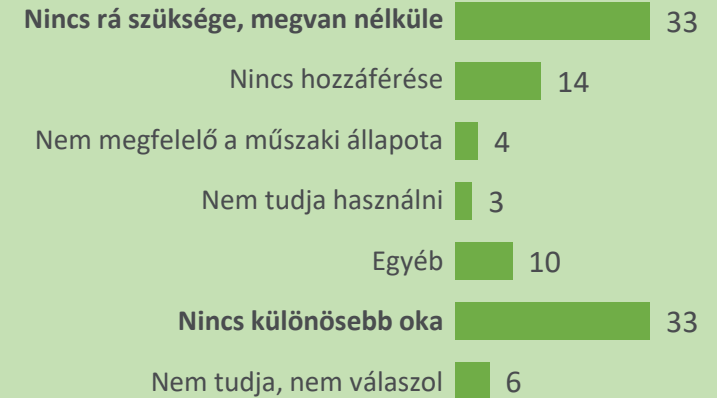


Miért tervez venni ilyen?



N=136, aki tervez ilyen vásárolni a következő fél évben

Miért nem használja, ha van otthon?

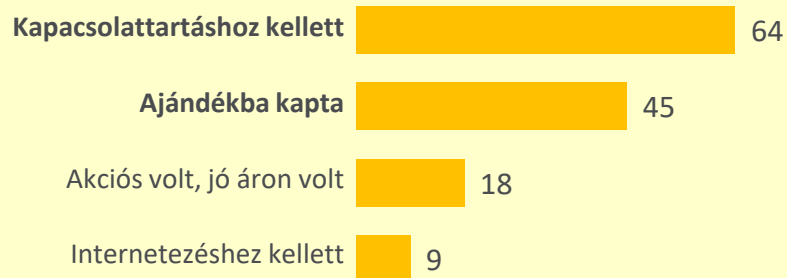


N=104, akinél van a háztartásban, de nem használja rendszeresen

ASZTALI SZÁMÍTÓGÉP - MIÉRT?

Miért vette meg az első ilyen készülékét?

- 4% vett vagy kapott az elmúlt 3 évben
- 1%-nak ez volt az első ilyen eszköze



N=11, aki első alkalommal vett PC-t az elmúlt 3 évben, és ez volt a legutóbbi készülék, amit beszerzett.

Ki segített beüzemelni?



N=73, aki vásárolt ilyen eszközt az elmúlt 3 évben

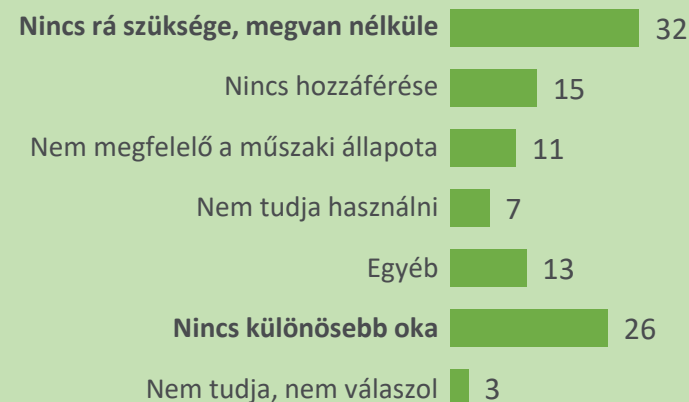


Miért tervez venni ilyet?



N=23, aki tervez ilyet vásárolni a következő fél évben

Miért nem használja, ha van otthon?

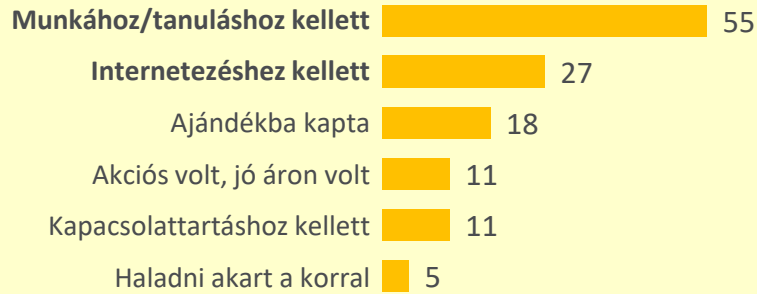


N=227, akinél van a háztartásban, de nem használja rendszeresen

LAPTOP - MIÉRT?

Miért vette meg az első ilyen készülékét?

- 16% vett vagy kapott az elmúlt 3 évben
- 2%-nak ez volt az első ilyen eszköze



N=44, aki első alkalommal vett laptop-ot az elmúlt 3 évben, és ez volt a legutóbbi készülék, amit beszerzett.

Ki segített beüzemelni?



N=315, aki vásárolt ilyen eszközt az elmúlt 3 évben

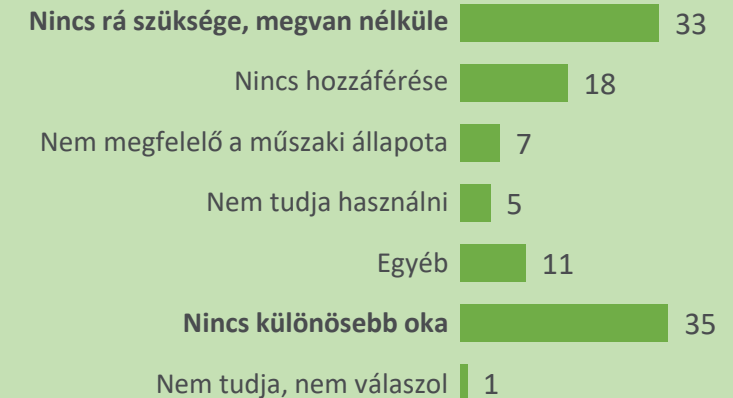


Miért tervez venni ilyen?



N=101, aki tervez ilyen vásárolni a következő fél évben

Miért nem használja, ha van otthon?



N=227, akinél van a háztartásban, de nem használja rendszeresen

TABLET - MIÉRT?

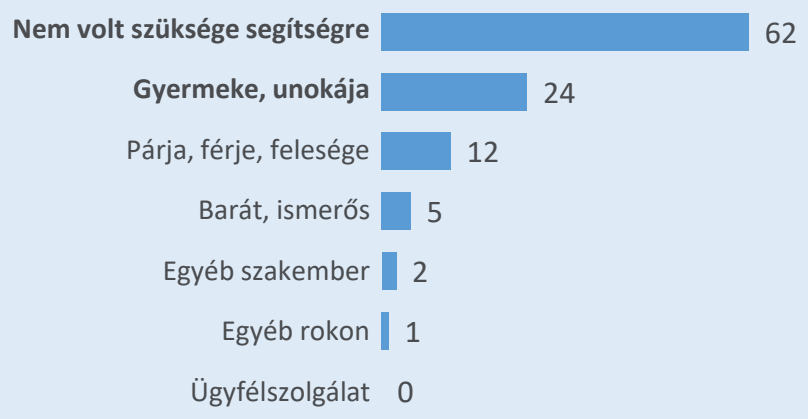
Miért vette meg az első ilyen készülékét?

- 8% vett vagy kapott az elmúlt 3 évben
- 3%-nak ez volt az első ilyen eszköze



N=58, aki első alkalommal vett tablet-et az elmúlt 3 évben, és ez volt a legutóbbi készülék, amit beszerzett.

Ki segített beüzemelni?



N=164, aki vásárolt ilyen eszközt az elmúlt 3 évben

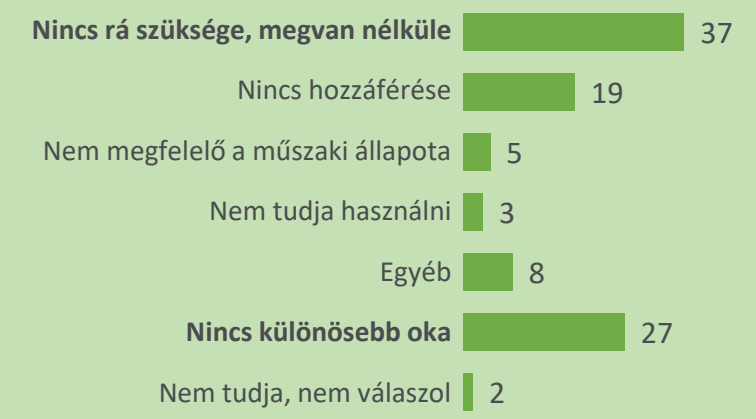


Miért tervez venni ilyen?



N=101, aki tervez ilyen vásárolni a következő fél évben

Miért nem használja, ha van otthon?



N=227, akinél van a háztartásban, de nem használja rendszeresen

OKOSTELEFON - MIÉRT?

Miért vette meg az első ilyen készülékét?

- 48% vett vagy kapott az elmúlt 3 évben
- 6%-nak ez volt az első ilyen eszköze

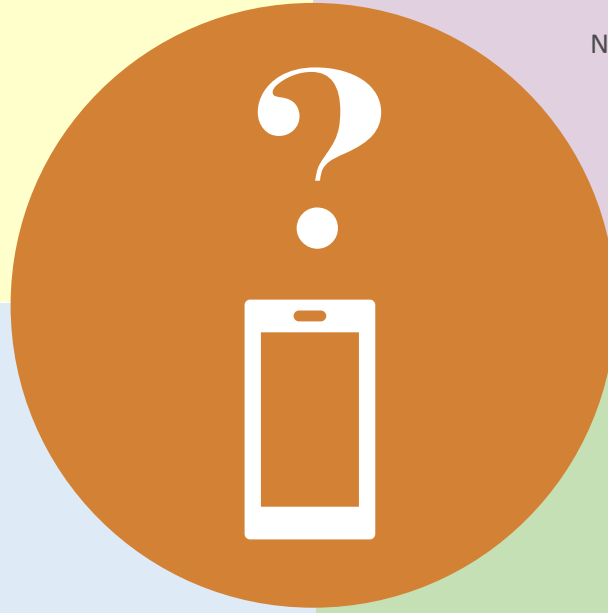


N=92, aki első alkalommal vett okostelefont az elmúlt 3 évben, és ez volt a legutóbbi készülék, amit beszerzett.

Ki segített beüzemelni?



N=315, aki vásárolt ilyen eszközt az elmúlt 3 évben

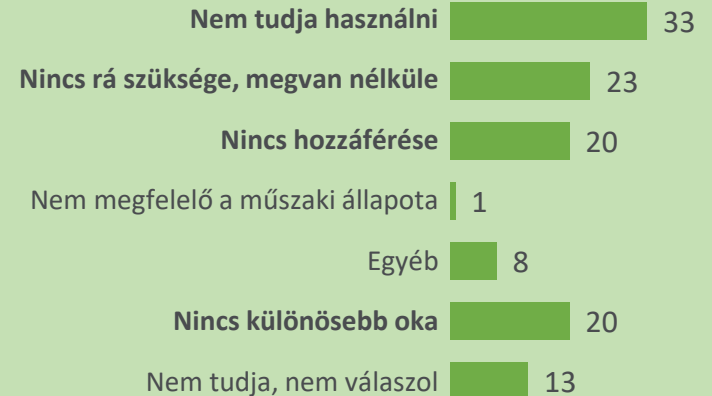


Miért tervez venni ilyen?



N=167, aki tervez ilyen vásárolni a következő fél évben

Miért nem használja, ha van otthon?



N=115, akinél van a háztartásban, de nem használja rendszeresen



ESZKÖZKEZELÉS



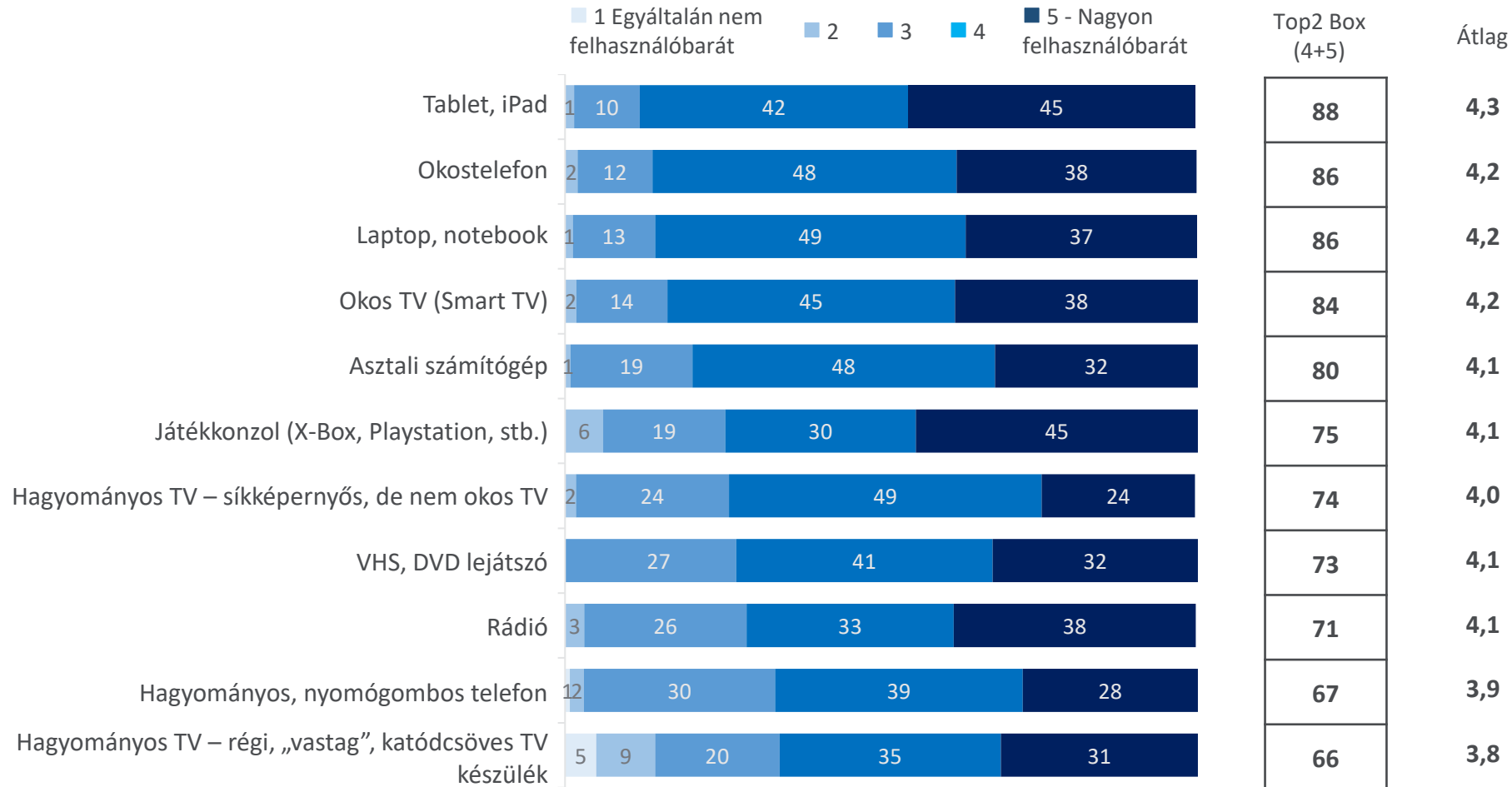
ÖSSZEFOGLALÓ - ESZKÖZKEZELÉS

- A vizsgált technikai eszközök közül a rendszeres használók **a tableteket, iPad-eket tartották a leginkább felhasználóbarátnak**. Összességében az 50-75 évesek 11%-a használ ilyen eszközt rendszeresen, körükben a túlnyomó többség, 88% felhasználóbarátnak, 45%-a pedig kifejezetten felhasználóbarátnak tartja őket. Az okostelefonok, laptopok, okos TV-k és asztali PC-k szintén az élmezőnyben végeztek (Top2≥80%). Vagyis az internetképes, sok funkcióval ellátott eszközök vezetnek a listát.
Az 50-59 évesek szignifikánsan magasabb arányban tartják felhasználóbarátnak az okostelefonokat, míg a 60-75 évesek a katódcsőes televíziót gondolják könnyebben kezelhetőnek, ami azt is mutatja, hogy a két korosztály nem feltétlenül gondolja ugyanazt felhasználóbarát alatt.
- **Az 50-75 évesek 40%-a néz rendszeresen okos TV-t, és a többségüknél, 91%-uknál a készülék csatlakozik is az internethez** – ez a teljes minta 36%-a. Hagyományos TV csatornákat szinte mindenki néz a készüléken, és a rendszeres okos TV használók 73%-a, vagyis a teljes minta 29%-a néz rajta filmeket, sorozatokat, videókat ingyenes és/vagy fizetős streaming szolgáltatáson keresztül. Vagyis az okos TV-vel rendelkezők 18%-ánál (az 50-75 évesek 7%-ánál) az eszköz hiába csatlakozik az internethez, ők maguk nem használják ki az ehhez kapcsolódó funkciókat.
- A megkérdezett 50-75 évesek 63%-a használ rendszeresen okostelefont. Az **okostelefont használók 79%-a** - vagyis a teljes minta fele - olyan előfizetéssel rendelkezik, ami **mobilinternetet** is tartalmaz. További **17%** (a teljes minta 11%-a) **wifin** keresztül szokott netezni. Mindössze 3% nyilatkozott úgy, hogy semmilyen módon nem csatlakoznak az internethez okostelefonjukkal.
Az alapvető (telefon, SMS) és a beépített alapfunkciók (óra, naptár, stb.) használata mellett a többség a neten szokott böngészni, valamint a közösségi média oldalakat látogatja telefonján. Ez kiemelten igaz a nőkre. Az 50-59 évesek az okostelefon legtöbb funkcióját magasabb arányban használják, mint a 60-75 évesek.
Jellemzően **napi 1-2 órát** töltenek telefonjuk használatával. Az 50-59 éves korosztály összességében többet telefonozik, mint a 60-75 évesek, de mindkét korcsoportban a napi 1-2 óra használat a leginkább jellemző.
- A legismertebb és egyben a legmagasabb arányban használt telefonos applikációk a **Facebook, a Messenger és a YouTube**. A nők és az 50-59 évesek a legtöbb appot magasabb arányban ismerik és használják, mint a férfiak és a 60-75 évesek.

MENNYIRE FELHASZNÁLÓBARÁT?

A válaszadók szerint a tabletek, ipad-ek a leginkább felhasználóbarát technikai eszközök; összességében a rendszeres használók 88%-a értett ezzel egyet, 45%-a pedig kifejezetten felhasználóbarátnak tartja őket. Az okostelefonok, laptopok, okos TV-k és asztali PC-k szintén az élmezőnyben végeztek (Top2≥80%).

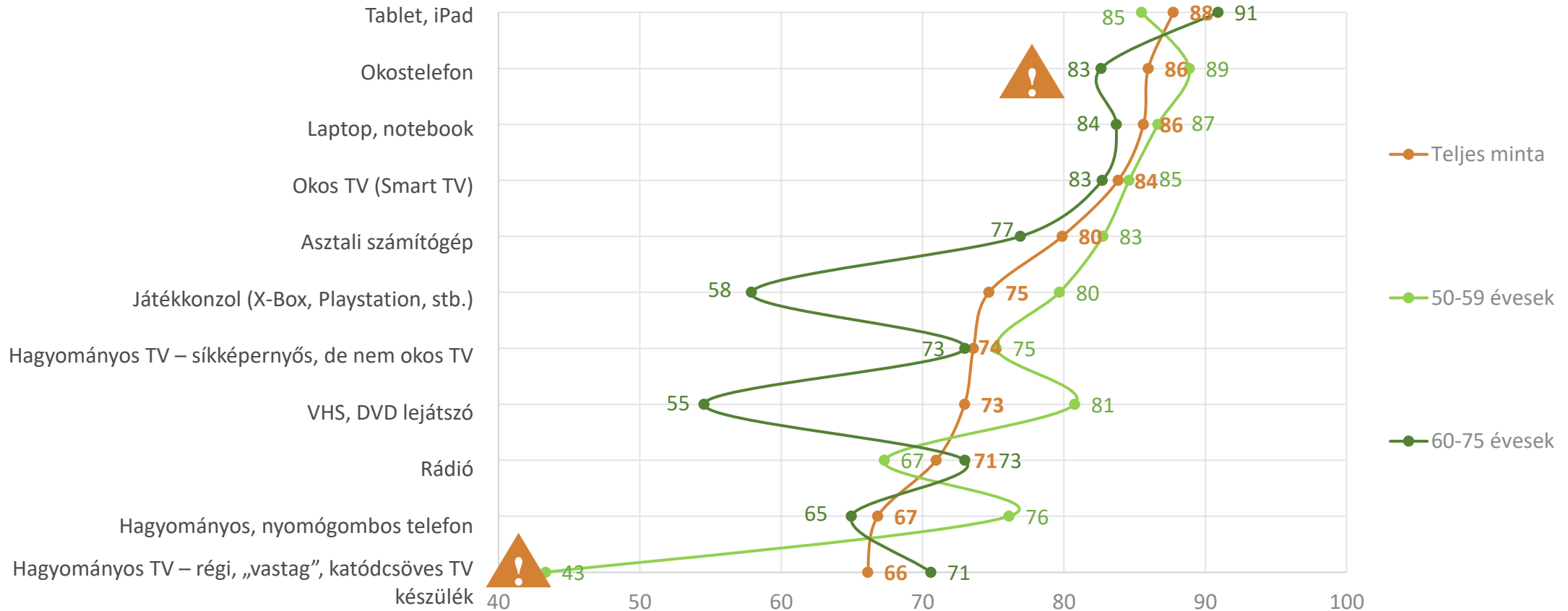
A lista végére a hagyományos, nyomógombos telefonok, valamint a régi, katódcsöves TV-k kerültek.



EK1. Mennyire tartja Ön felhasználóbarátnak az Ön által használt eszközöket? Kérem, értékelje mindegyiket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem felhasználóbarát, 5=nagyon felhasználóbarát. | N=Aki rendszeresen használja

MENNYIRE FELHASZNÁLÓBARÁT?

Az egyes készülékeket rendszeresen használók körében az 50-59 éves korosztály szignifikánsan magasabb arányban találta felhasználóbarátnak az okostelefonokat, mint a 60-75 évesek, akik ezzel szemben a hagyományos, katódcsöves TV-készülékeket tartják inkább felhasználóbarátnak. Ugyan a játékkonzolok és VHS/DVD lejátszók esetében is igen magas a különbség, ezekben az esetekben az alacsony elemszámok miatt nem mutatható ki szignifikáns eltérés.

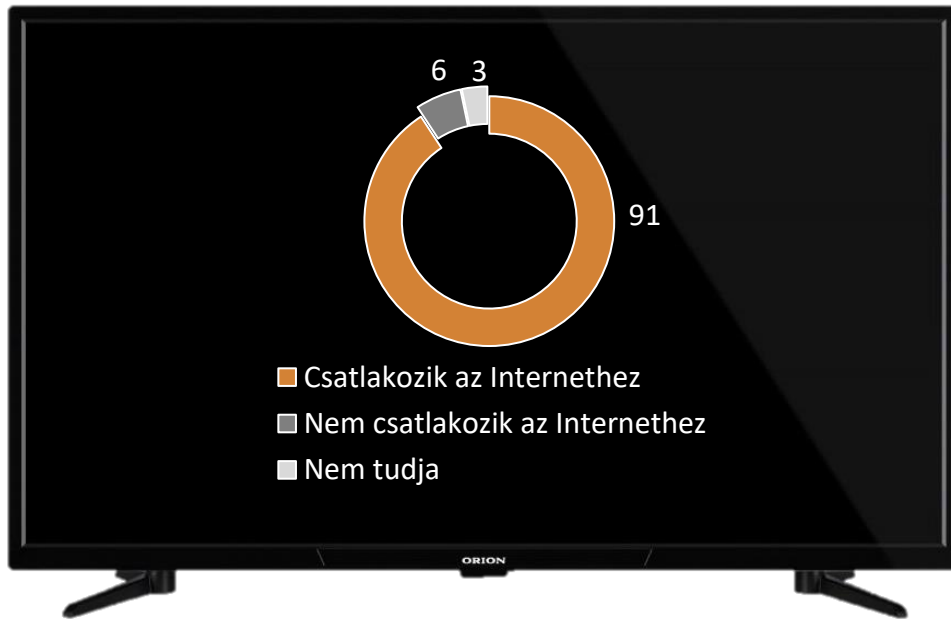


EK1. Mennyire tartja Ön felhasználóbarátnak az Ön által használt eszközöket? Kérem, értékelje mindegyiket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem felhasználóbarát, 5=nagyon felhasználóbarát. | N=Aki rendszeresen használja | Top2 adatok

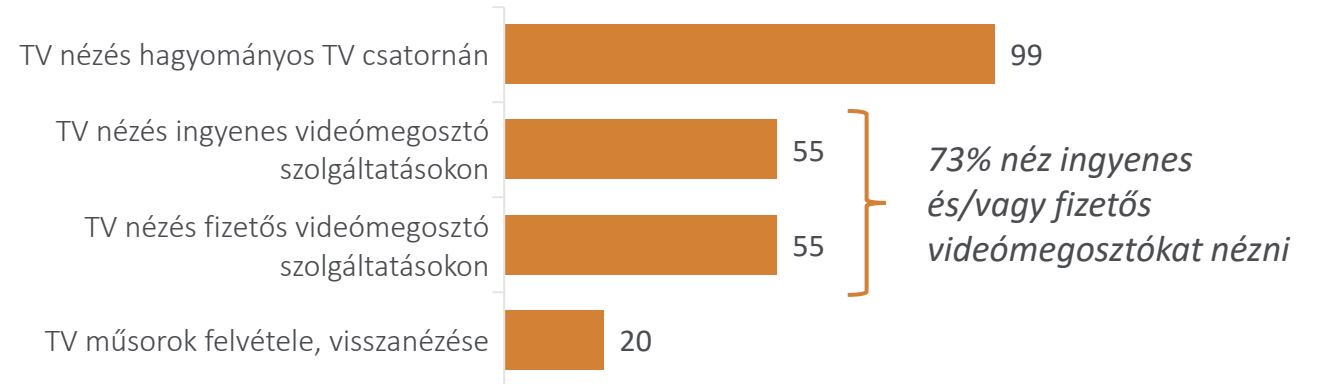
ELEKTRONIKUS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA - OKOS TV

A rendszeresen okostévét néző 50-75 évesek 91%-ánál a készülék csatlakozik is az internethez.

Szinte mindenki használja arra az okos TV-jét, hogy hagyományos TV csatornákat nézzen rajta, emellett 55-55%-uk szokott ingyenes, és/vagy fizetős videómegosztó szolgáltatásokon keresztül videós tartalmakat fogyasztani. Ezzel együtt is az okos TV-t használók 18%-a (91% - 73%) nem él a videómegosztók lehetőségével, miközben maga a készülék csatlakozik az internethez.



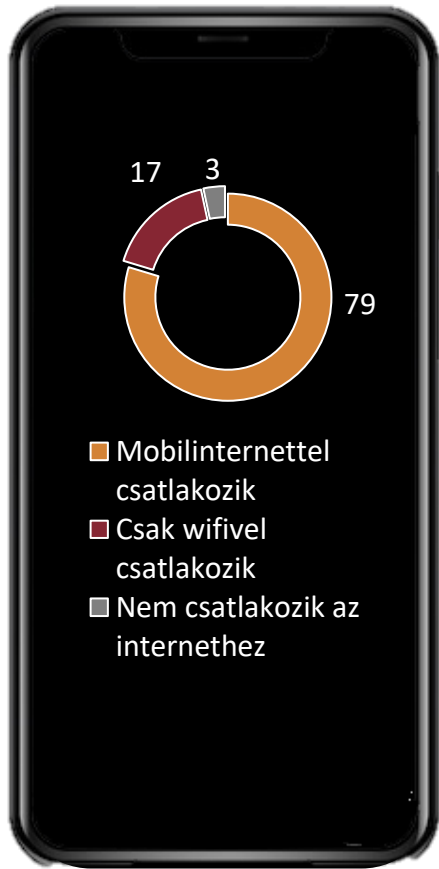
Használt funkciók



OKOSTV1. Ön azt mondta, szokott okos TV-t nézni. Csatlakozik ez az eszköz az internethez? OKOSTV2. Milyen funkciókat használ Ön az alábbiak közül az okos TV-jén?
N=792, Aki rendszeresen használ okos TV-t.

ELEKTRONIKUS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA - OKOSTELEFON

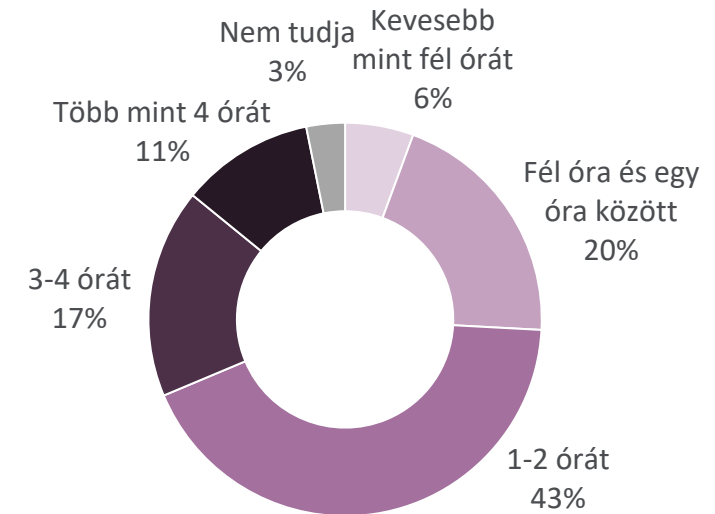
Az okostelefont rendszeresen használó 50-75 évesek túlnyomó többsége, 79%-a olyan előfizetéssel rendelkezik, ami mobilinternetet is tartalmaz. További 17% wifin keresztül szokott netezni. Mindössze 3% nyilatkozott úgy, hogy semmilyen módon nem csatlakoznak az internethez okostelefonjukkal. Az alapvető (telefon, SMS) és a beépített alapfunkciók (óra, naptár, stb.) használata mellett a többség a neten szokott böngészni, valamint a közösségi média oldalakat látogatja telefonján. Jellemzően napi 1-2 órát töltenek telefonjuk használatával.



Használt funkciók



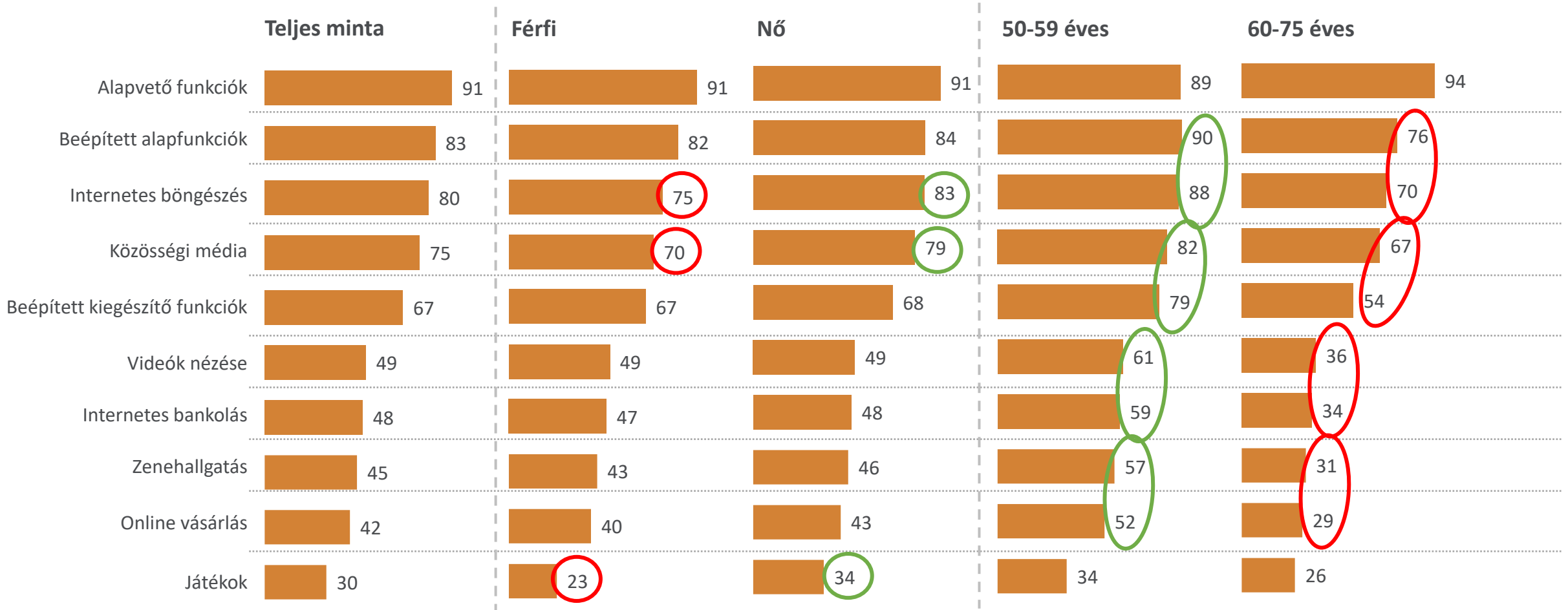
Mennyi időt tölt a használatával?



OKOSTEL1. Ön azt mondta, szokott okostelefont használni. Csatlakozik ez az eszköz az internethez? OKOSTEL2. Milyen funkciókat használ Ön az alábbiak közül az okostelefonján? OKOSTEL3. Mennyi időt tölt napi szinten az okostelefonja használatával? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont

ELEKTRONIKUS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA - OKOSTELEFON

A nőkre szignifikánsan magasabb arányban jellemző, hogy okostelefonjukon neteznek, közösségi média oldalakat látogatnak, vagy hogy játszanak. Az 50-59 éves korosztályra szinte minden tevékenység magasabb arányban illik, leszámítva az alapvető funkciókat, valamint a játékokat.

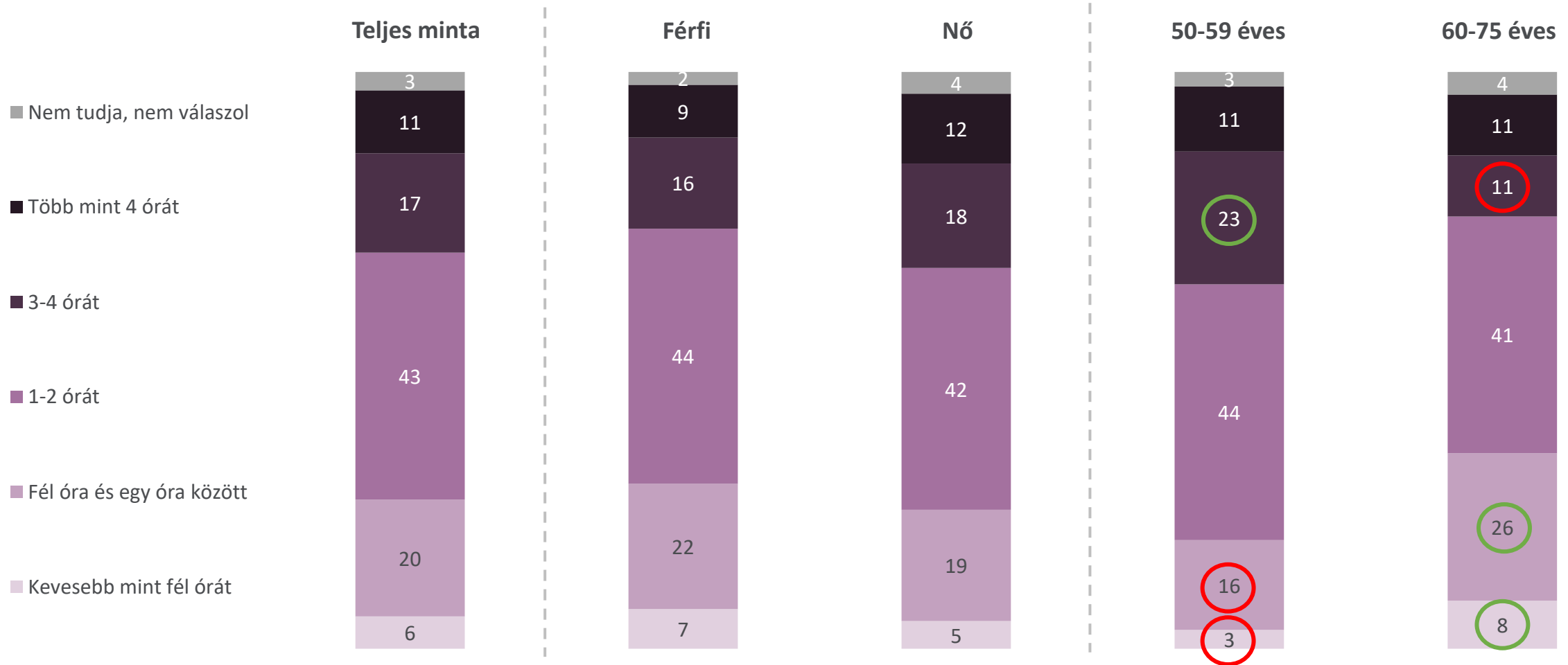


OKOSTEL2. Milyen funkciókat használ Ön az alábbiak közül az okostelefonján? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont

ELEKTRONIKUS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA - OKOSTELEFON

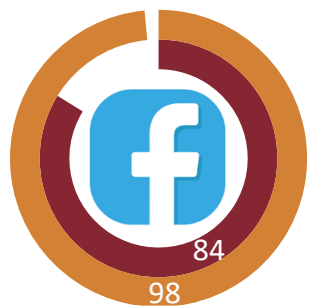
Bár az 50-75 éves nőkre több telefonos tevékenység is magasabb arányban volt jellemző, mint például az internetes böngészés, vagy a közösségi oldalak látogatása, összességében nem töltenek szignifikánsan több időt telefonjuk használatával, mint a férfiak.

Az 50-59 éves korosztály összességében többet telefonozik, mint a 60-75 évesek, de mindkét korcsoportban a napi 1-2 óra használat a leginkább jellemző.

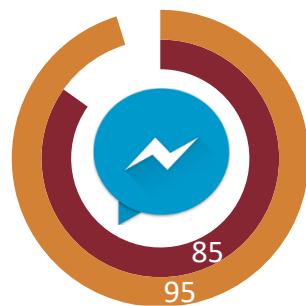


OKOSTEL3. Mennyi időt tölt napi szinten az okostelefonja használatával? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont

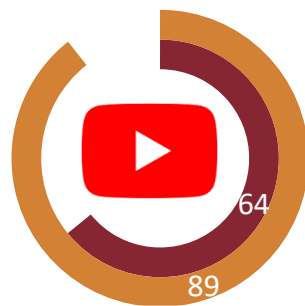
TELEFONOS APPLIKÁCIÓK ISMERTSÉGE ÉS HASZNÁLATA



Facebook



Messenger



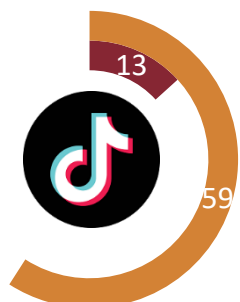
YouTube



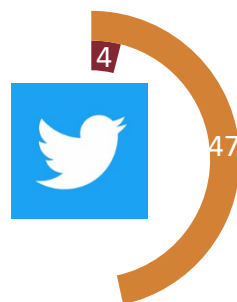
Instagram



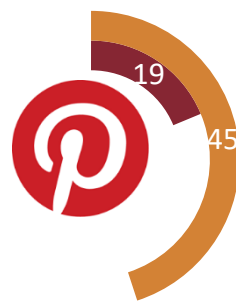
Skype



TikTok



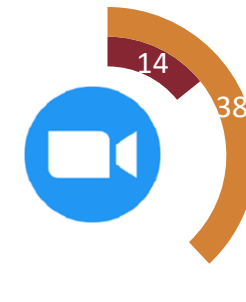
Twitter



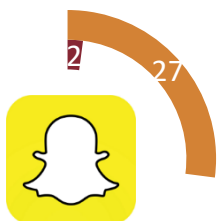
Pinterest



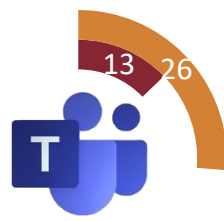
Spotify



Zoom



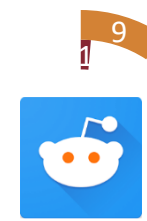
Snapchat



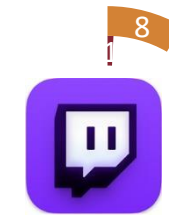
Teams



Metaverzum



Reddit



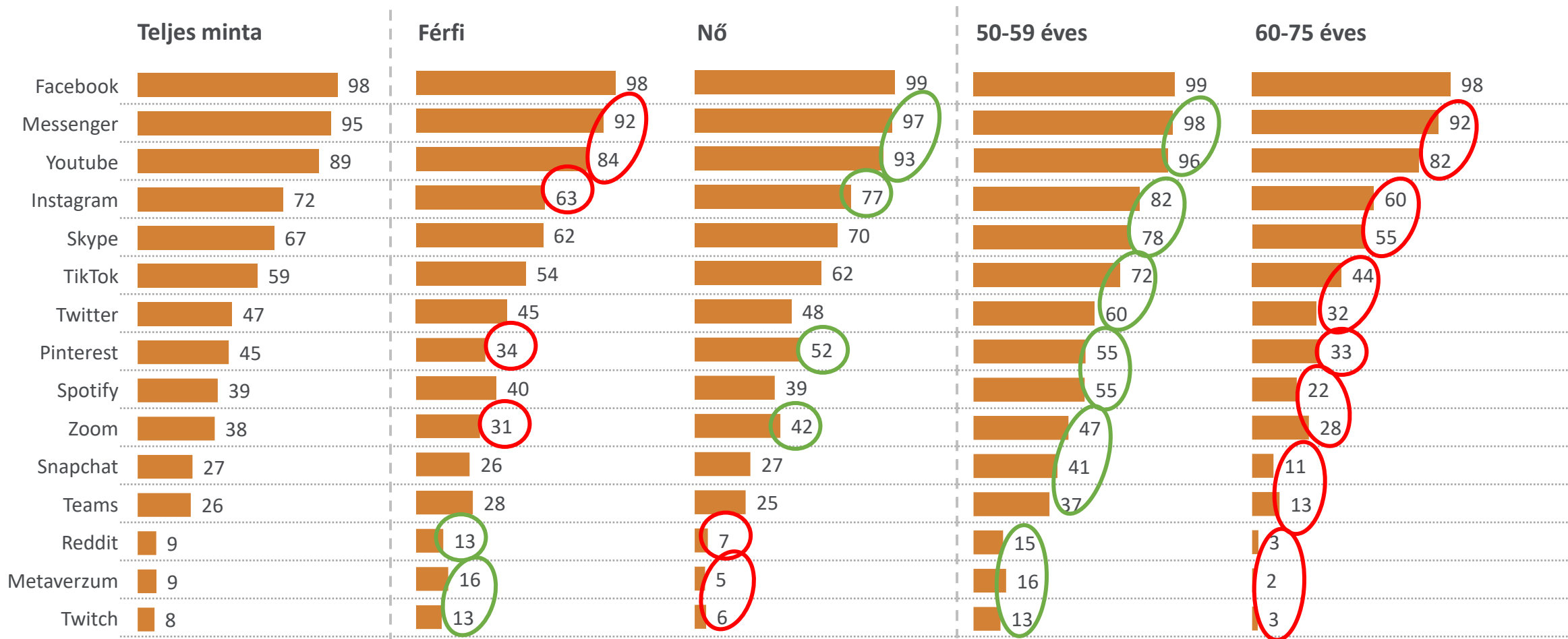
Twitch

OKOSTEL 4a. A következő telefonos applikációk közül melyekről hallott már Ön valaha? OKOSTEL 4b. És ezek közül melyeket használja legalább alkalmanként? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont.

TELEFONOS APPLIKÁCIÓK ISMERTSÉGE - DEMOGRÁFIAI BONTÁS

Az 50-75 éves, okostelfont rendszeresen használó férfiak a legtöbb telefonos applikációt alacsonyabb arányban ismerik, mint a nők, kivétel ez alól a Reddit, a Metaverzum, valamint a Twitch.

Az 50-59 éves korosztály a Facebook kivételével minden appot szignifikánsan magasabb arányban ismer.

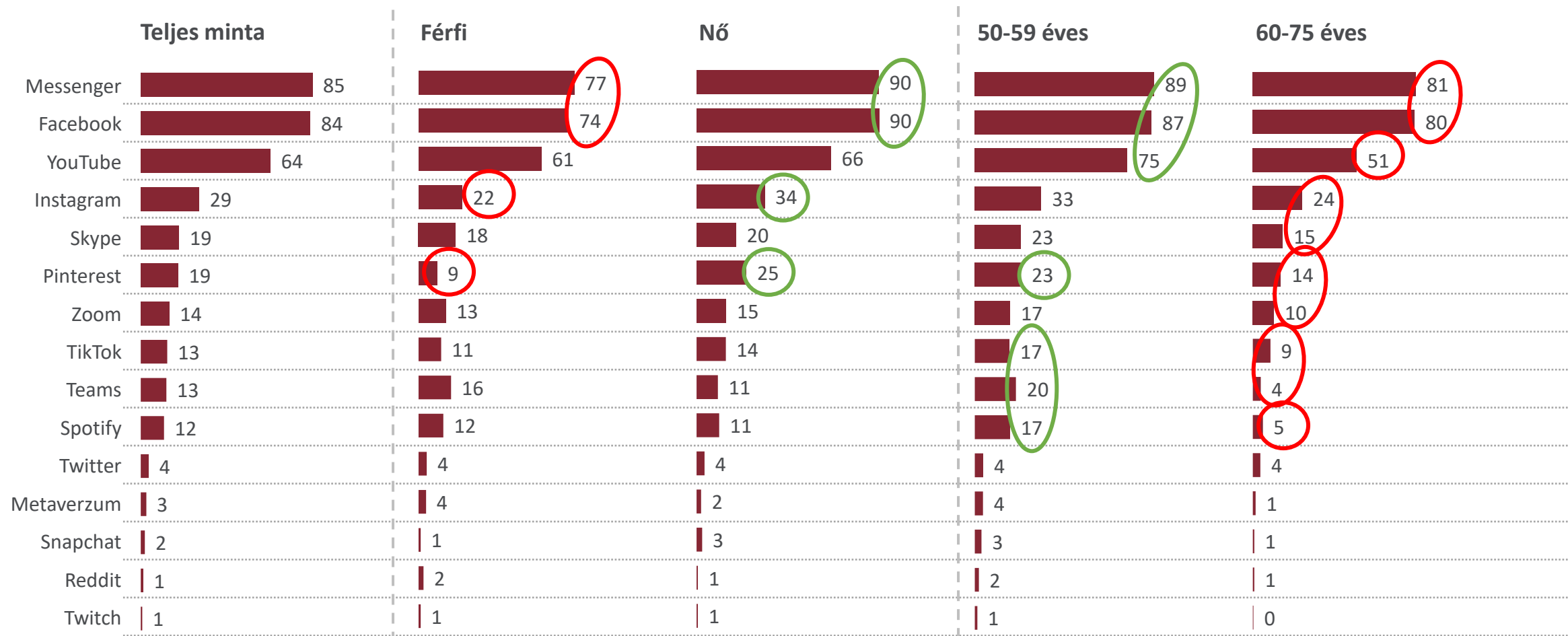


OKOSTEL 4a. A következő telefonos applikációk közül melyekről hallott már Ön valaha? OKOSTEL 4b. És ezek közül melyeket használja legalább alkalmanként? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont.

TELEFONOS APPLIKÁCIÓK HASZNÁLATA - DEMOGRÁFIAI BONTÁS

Mivel az 50-75 éves nőkre magasabb arányban jellemző a közösségi média használata, nem meglepő, hogy szignifikánsan magasabb arányban használják az ezzel kapcsolatos telefonos applikációkat, mint pl. a Messengert, a Facebook-ot, az Instagramot és a Pinterestet.

Az 50-59 évesek szinte minden appot magasabb arányban használnak, mint a 60 felettek.



OKOSTEL 4a. A következő telefonos applikációk közül melyekről hallott már Ön valaha? OKOSTEL 4b. És ezek közül melyeket használja legalább alkalmanként? | N=1261, Aki rendszeresen használ okostelefont.

MÉDIAFOGYASZTÁS



ÖSSZEFOGLALÓ - MÉDIAFOGYASZTÁS

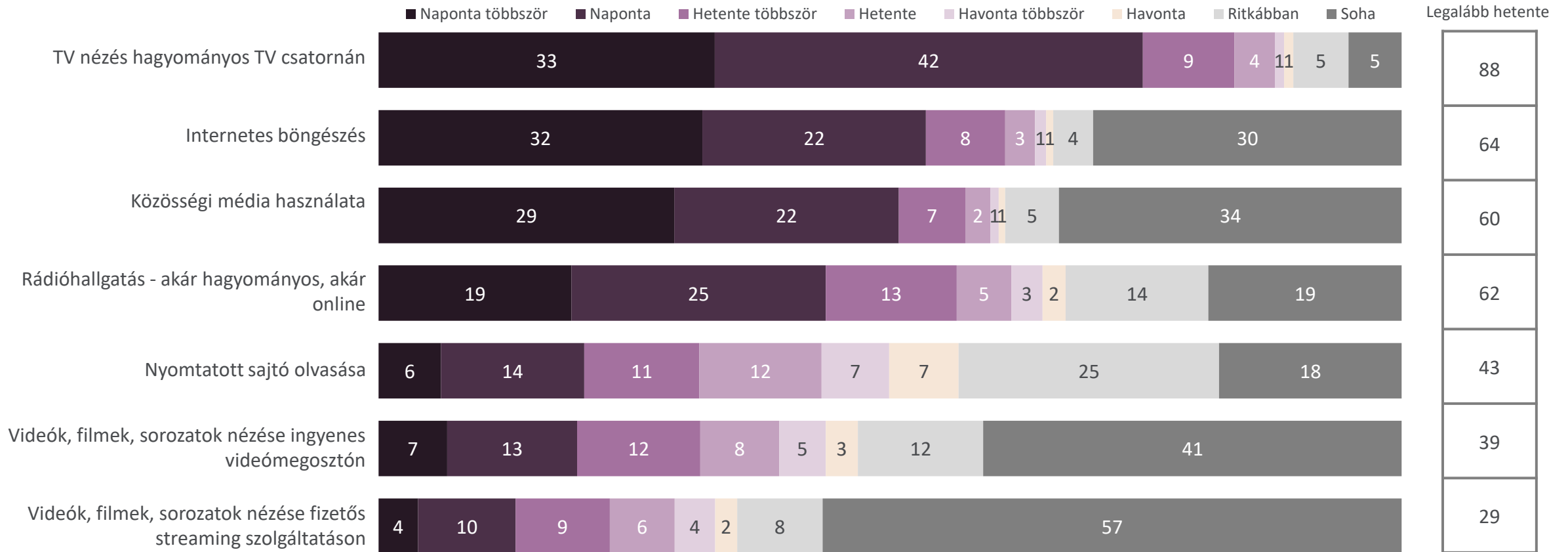
- Az 50-75 éves korosztály számára továbbra is **a hagyományos TV csatornákon keresztüli tévénézés a leggyakoribb** módja a médiafogyasztásnak; háromnegyedük naponta, 88%-uk legalább hetente néz így TV-t.
A **második helyen az internetezés áll**, amit a közösségi média használata, majd a rádióhallgatás követ.
Az ingyenes és a fizetős streaming szolgáltatásokon keresztül történő videós tartalmak megtekintése áll a lista végén.
A nők és az 50-59 évesek gyakrabban látogatják a közösségi oldalakat. Emellett az 50-59 évesek többször böngésznek a neten és használnak fizetős streaming szolgáltatást, míg a 60-75 évesek inkább hagyományos TV csatornákat néznek és nyomtatott sajtót forgatnak.
- Egy **átlagos hétköznap** a médiafogyasztásra fordított idő legnagyobb hányada **a hagyományos TV csatornák nézésével telik**; az 50-75 évesek többsége napi 2-3órát tölt a TV képernyője előtt. A rádióhallgatás áll a második helyen, amit az internetes böngészés követ. Az ingyenes és fizetős videó streaming szolgáltatások végeztek a lista végén; a többség nem is él ezekkel a lehetőségekkel.
- Az **átlagos hétvégi nap** annyiban tér el a hétköznaptól, hogy **még több idő jut a hagyományos TV csatornákra**, de emellett **az ingyenes és a fizetős streaming platformokkal is valamivel több időt töltenek** ilyenkor.
- A videós tartalmak közül a válaszadók **filmeket, híreket** néznek a legnagyobb arányban, és egyúttal a legszívesebben is, de a **hazai és külföldi sorozatok, tudományos tartalmak** is igen népszerűek.
Az 50-75 éves férfiak szignifikánsan magasabb arányban néznek sporttal és politikával kapcsolatos műsorokat, míg a nőket jobban érdeklik a kvízműsorok, a vicces videók, a tehetségkutató műsorok, a bulvárhírek, a mesék, a lakberendezéssel, kultúrával, divattal kapcsolatos tartalmak, valamint a főzőműsorok. Ezzel együtt mind a férfiak, mind a nők esetében a filmek, hírek, magyar és külföldi sorozatok a legnépszerűbb tartalmak.
- Az 50-75 évesek 88%-a néz legalább heti szinten tévét. A TV nézési attitűdjükre jellemző, hogy van pár kedvelt TV csatornájuk, amit rendszerint nézni szoktak, illetve az is, hogy elsősorban kikapcsolódás, pihenés, szórakozás céljából ülnek le a képernyő elé. A TV jellemzően nem csak háttérzajként megy, ugyanakkor a kínálatot kritizálták: csak a tévénézők 18%-a nyilatkozott úgy, hogy egyre több időt tölt a TV előtt a folyamatosan javuló kínálat miatt.
- Információszerzés szempontjából **a TV híradó és az internetes hírportálok az első számú források**, egyúttal ezeket is tartják a leginkább megbízhatónak. A nők és az 50-59 évesek magasabb arányban tájékozódnak internetes hírportálokról és közösségi oldalakról, míg a férfiak és a 60-75 évesek körében a TV híradója, a nyomtatott sajtó és a rádió szerepe a jelentősebb.

MÉDIAFOGYASZTÁS GYAKORISÁGA

Továbbra is a hagyományos TV csatornákon keresztül történő tévéznés a médiafogyasztás leggyakoribb módja; a válaszadók háromnegyede naponta néz így TV-t, és 88%-uk legalább hetente néz hagyományos TV csatornákat.

Az internetezés áll a második helyen, amit a közösségi média használata, majd a rádióhallgatás követ.

Az ingyenes és a fizetős streaming szolgáltatásokon keresztül történő videós tartalmak megtekintése áll a lista végén.

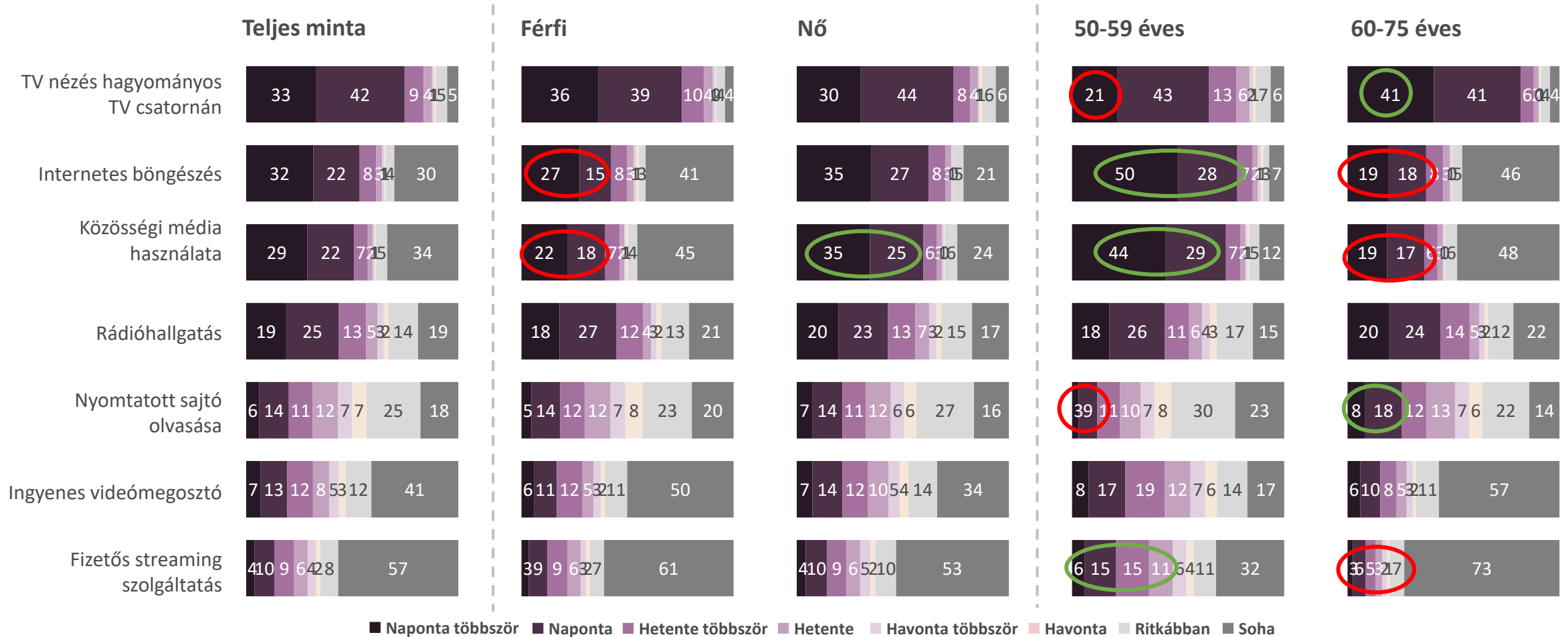


M1b. Általában mennyi időt tölt ezekkel a tevékenységekkel egy átlagos hétféle napon? | N=2000, Teljes minta

MÉDIAFOGYASZTÁS GYAKORISÁGA

Az 50-75 éves férfiak kevesebb időt töltenek internetes böngészéssel, valamint közösségi média használatával; a teljes mintához képest mindkét médiumot szignifikánsan alacsonyabb arányban használják napi szinten. Ezzel szemben a nők magasabba arányban látogatnak fel a közösségi média oldalakra naponta akár többször is.

Az 50-59 évesek kevésbé néznek hagyományos TV csatornákat, viszont nyitottabbak a fizetős streaming szolgáltatásokra. Gyakrabban neteznek és látogatják a közösségi média oldalakat, nyomtatott sajtót viszont alacsonyabb arányban forgatnak napi szinten, mint a 60-75 éves korosztály.

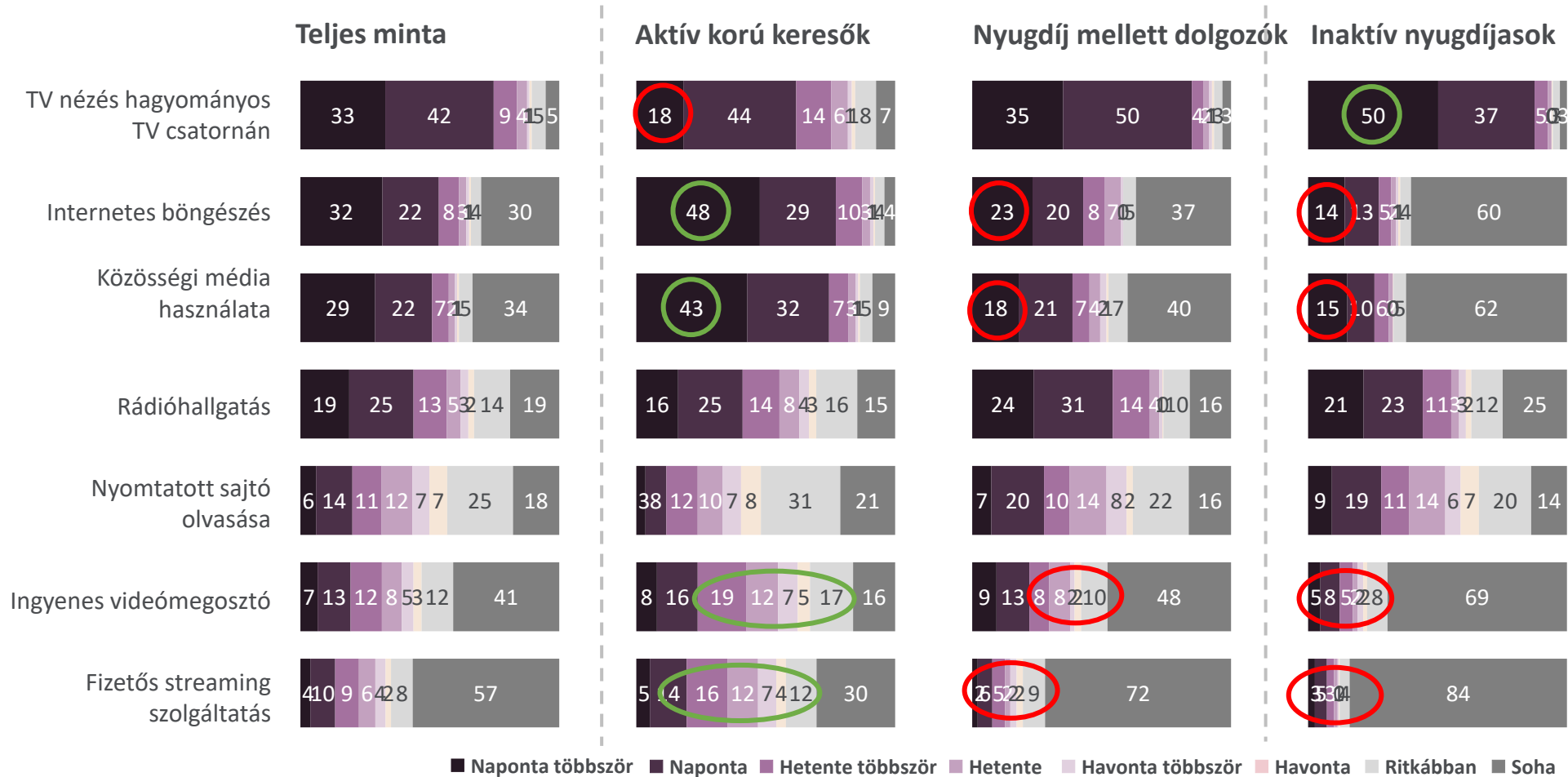


M1. Milyen gyakorisággal végzi Ön az alábbi tevékenységeket? | N=2000, Teljes minta

MÉDIAFOGYASZTÁS GYAKORISÁGA

Az aktív korú, munkával rendelkező 50 felettek ritkábban néznek tévét hagyományos TV csatornákon, legalábbis ami a napi többszöri tévézést illeti, viszont magasabb arányban böngésznek a weben és használnak közösségi médiát napi többszöri alkalommal. Összességében nagyobb mértékben néznek videókat ingyenes megosztó oldalakon és fizetős streaming szolgáltatáson keresztül is.

A nyugdíjasok – függetlenül a ttől, hogy van-e munkájuk, vagy sem – ezzel szemben kisebb mértékben használják a netet és látogatnak közösségi oldalakat, valamint az ingyenes és fizetős streaming szolgáltatásokat sem veszik igénybe olyan mértékben.

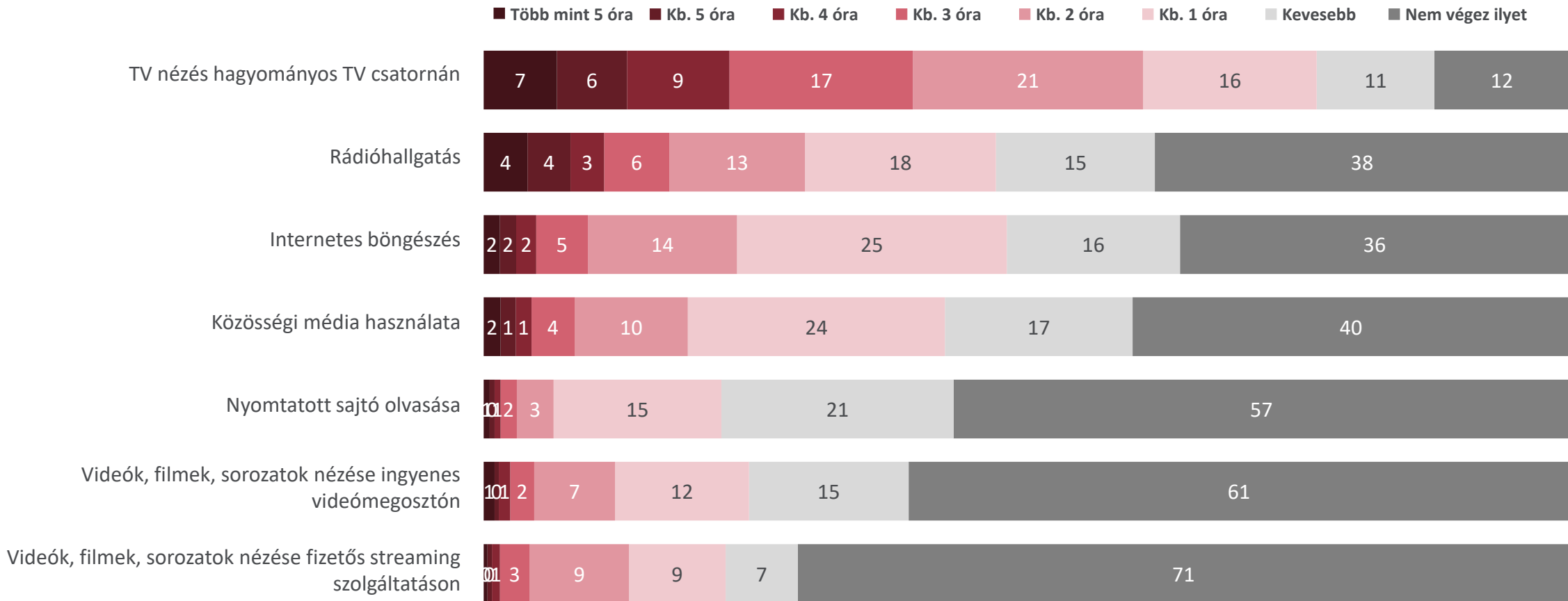


M1. Milyen gyakorisággal végzi Ön az alábbi tevékenységeket? | N=2000, Teljes minta

MÉDIAFOGYASZTÁSSAL TÖLTÖTT IDŐ HÉTKÖZNAP

A válaszadók egy átlagos hétköznapon a hagyományos TV csatornák nézésére fordítják a legtöbb időt; a többség napi 2-3órát tölt a TV képernyője előtt. A rádióhallgatás áll a második helyen, amit az internetes böngészés követ.

Az ingyenes és fizetős videó streaming szolgáltatások végeztek a lista végén; a többség nem is él ezekkel a lehetőségekkel.



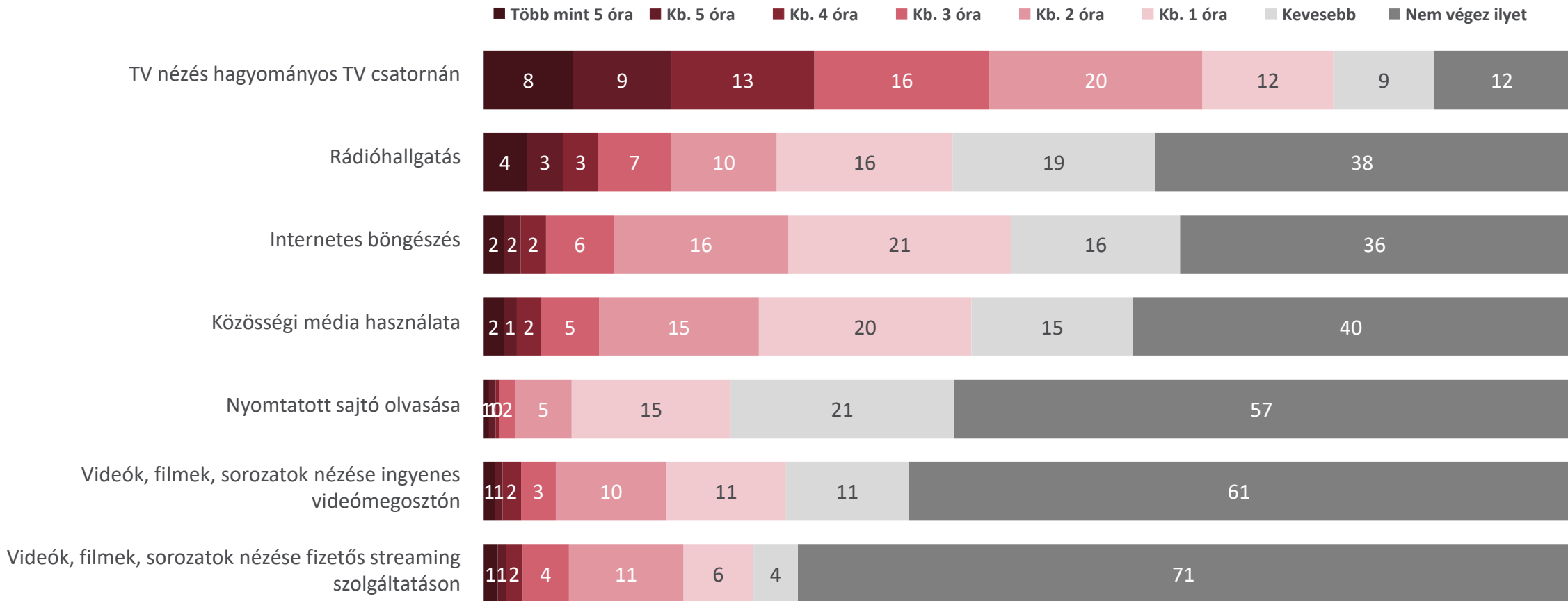
M1b. Általában mennyi időt tölt ezekkel a tevékenységekkel egy átlagos hétféle napon? | N=2000, Teljes minta

MÉDIAFOGYASZTÁSSAL TÖLTÖTT IDŐ HÉTVÉGÉN

Az 50-75 évesek hétfégi médiafogyasztása összességében annyiban tér el a hétköznapitól, hogy a válaszadók több időt töltenek hagyományos TV csatornák nézésével; magasabb azok aránya, akik 4 órát, vagy még többet nézik a képernyőt.

Az ingyenes és a fizetős streaming platformokat is valamivel többet nézik ilyenkor, itt elsősorban az 1-2 órát eltöltők aránya a magasabb – vagyis a hétvégén többeknek jut idejük megnézni egy-egy filmet, vagy pár sorozatrészt.

A többi médium esetében nincs jelentős eltérés.

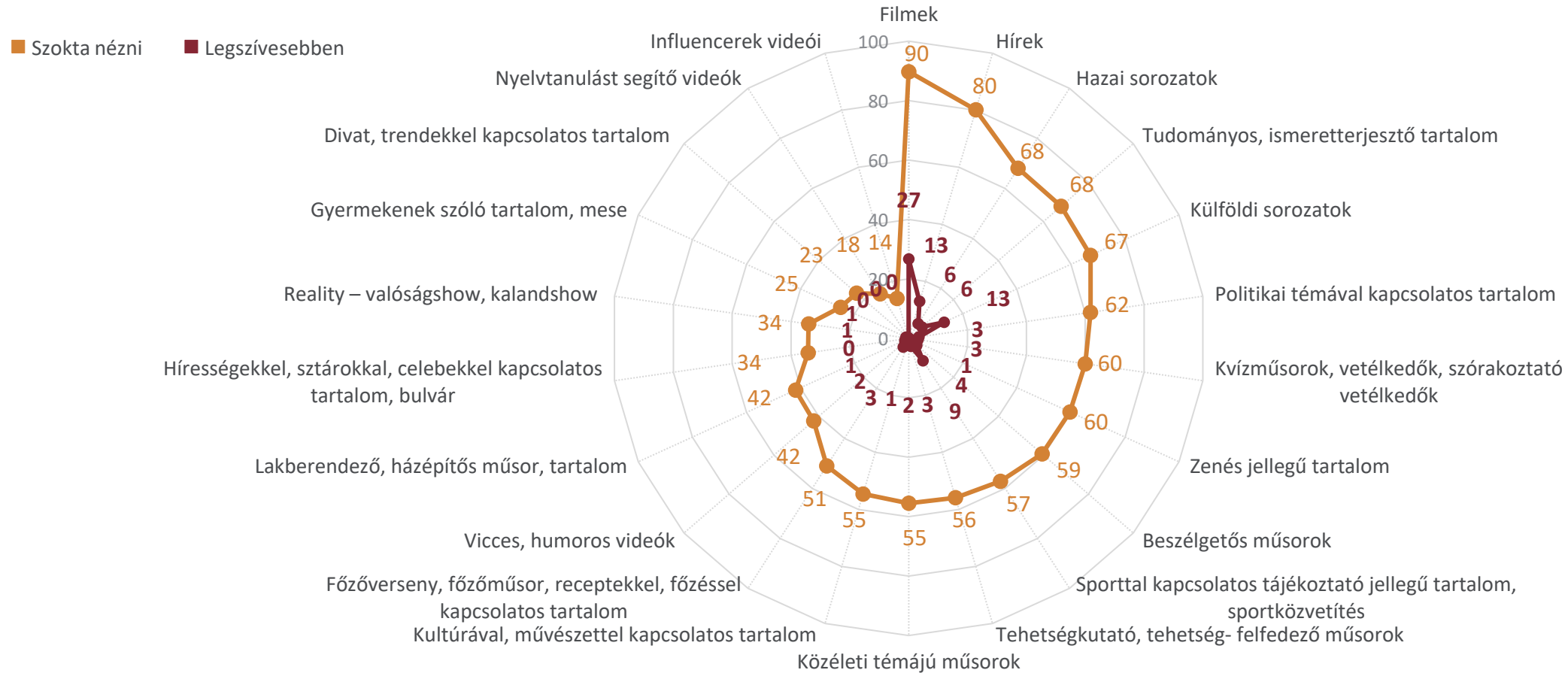


M1b. Általában mennyi időt tölt ezekkel a tevékenységekkel egy átlagos hétfégi napon? | N=2000, Teljes minta

MILYEN VIDEÓS TARTALMAKAT NÉZNEK?

A megkérdezett 50 év felettiiek filmeket, híreket néznek a legnagyobb arányban, és egyúttal a legszívesebben is, de a hazai és külföldi sorozatok, tudományos tartalmak is igen népszerűek.

A nyelvtanulást segítő videókat, valamint a különböző influenszerek videóit nézik a legkisebb arányban.



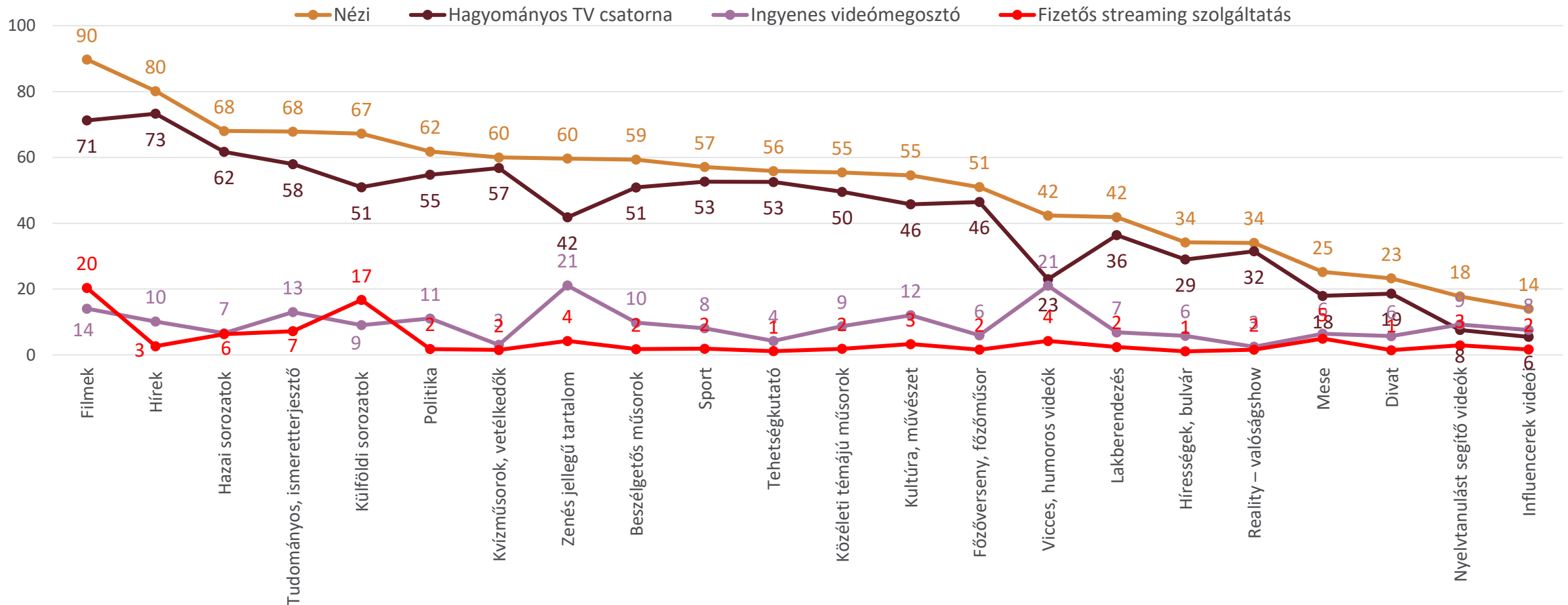
M2. Kérem mondja meg, hogy az alábbi tartalmakat Ön jellemzően milyen platformokon nézi. M3. És milyen típusú tartalmat szeret nézni a legszívesebben? | N=2000, Teljes minta

MILYEN PLATFORMOKON NÉZIK?

A nyelvtanulást segítő videók és az influenszerek videóit leszámítva minden videós tartalmat hagyományos TV csatornákon keresztül néznek leginkább a válaszadók. Főként híreket, filmeket, hazai sorozatokat néznek a hagyományos módon.

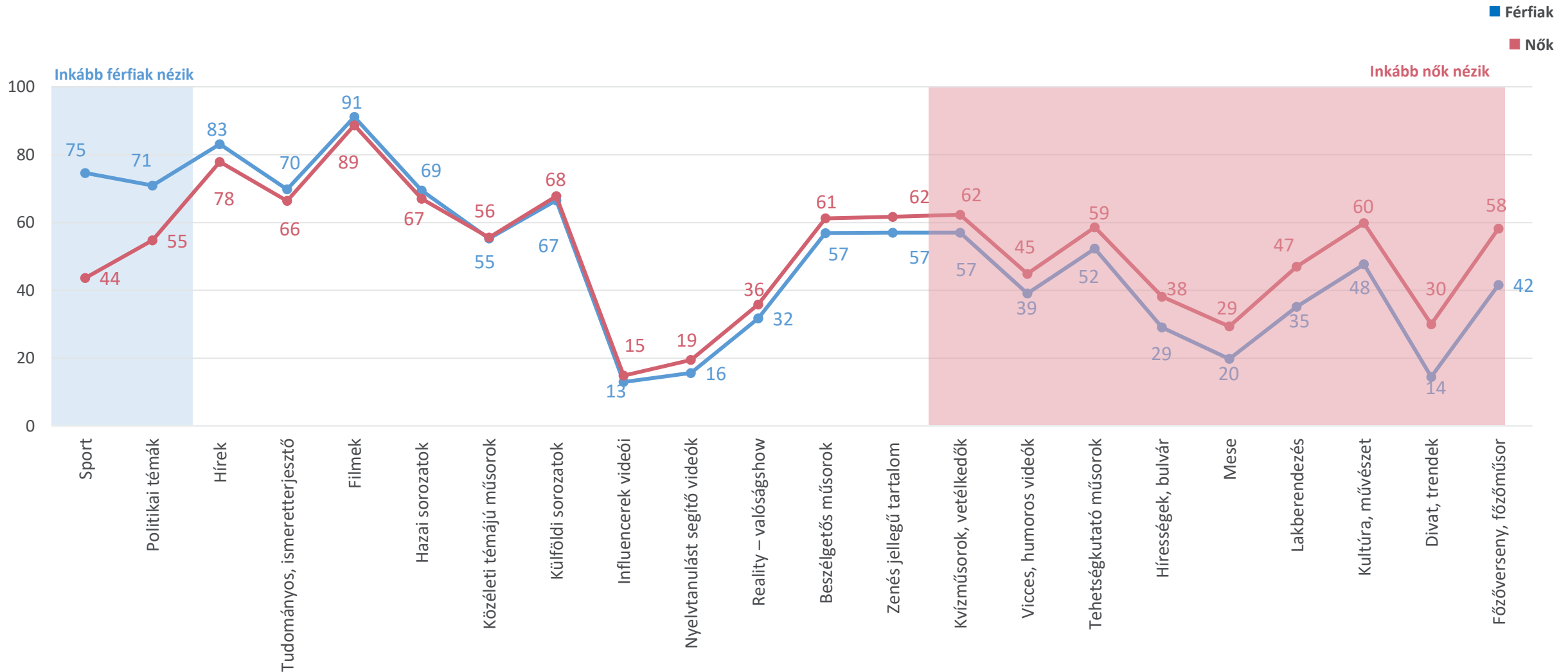
Az ingyenes videómegosztókon leginkább zenei tartalmakat, vicces videókat, és filmeket néznek.

A fizetős streaming szolgáltatók platformjain szintén a filmek, valamint a külföldi sorozatok a húzóanyagok.



VIDEÓS TARTALMAK - NEMEK SZERINTI MEGOSZTLÁS

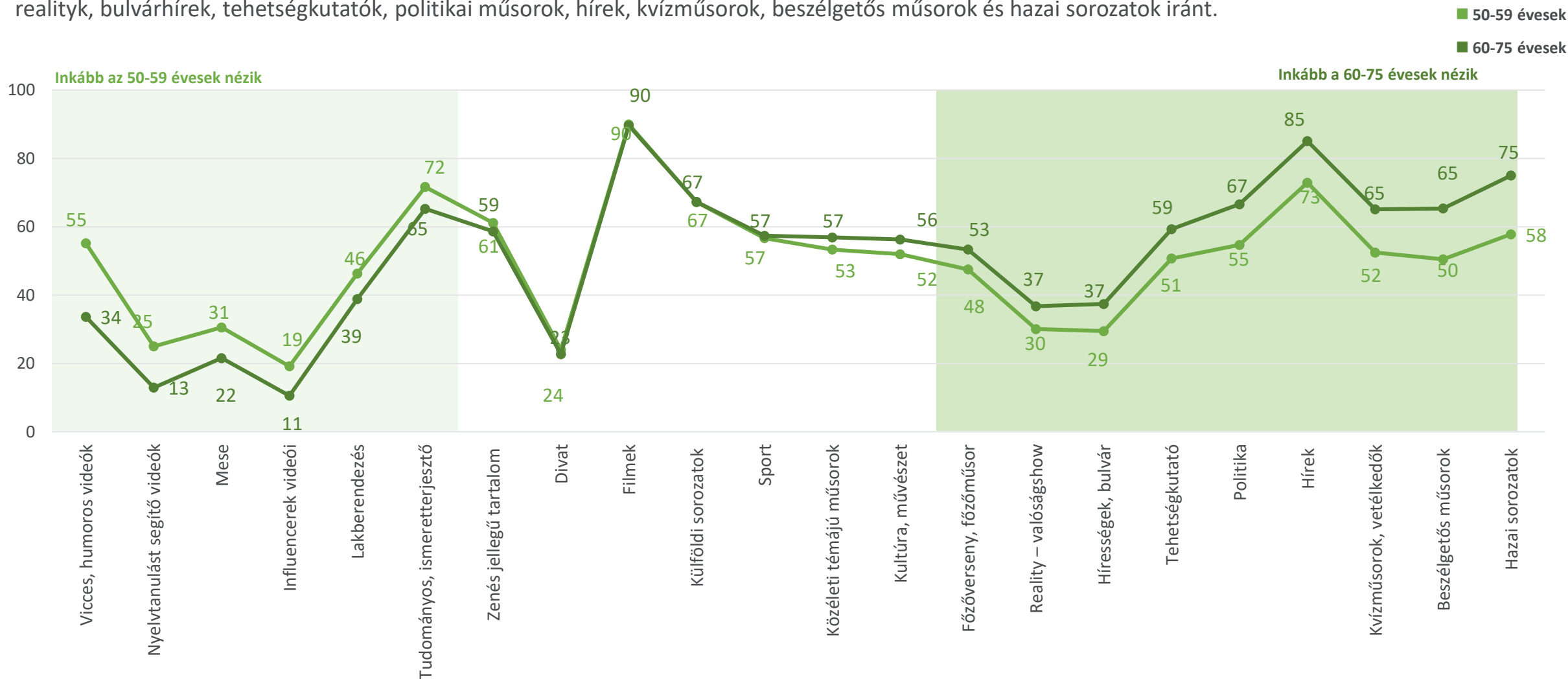
Az 50-75 éves korosztályon belül mind a férfiak, mind a nők esetében a filmek, hírek, magyar és külföldi sorozatok a legnépszerűbb tartalmak. A férfiak szignifikánsan magasabb arányban néznek sporttal és politikával kapcsolatos műsorokat, míg a nőket jobban érdeklik a kvízműsorok, a vicces videók, a tehetségkutató műsorok, a bulvárhírek, a mesék, a lakberendezéssel, kultúrával, divattal kapcsolatos tartalmak, valamint a főzőműsorok.



VIDEÓS TARTALMAK - ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁS

Életkortól függetlenül a filmek, hírek, tudományos-ismeretterjesztő tartalmak és a külföldi sorozatok a legnépszerűbb videós tartalmak a válaszadók körében.

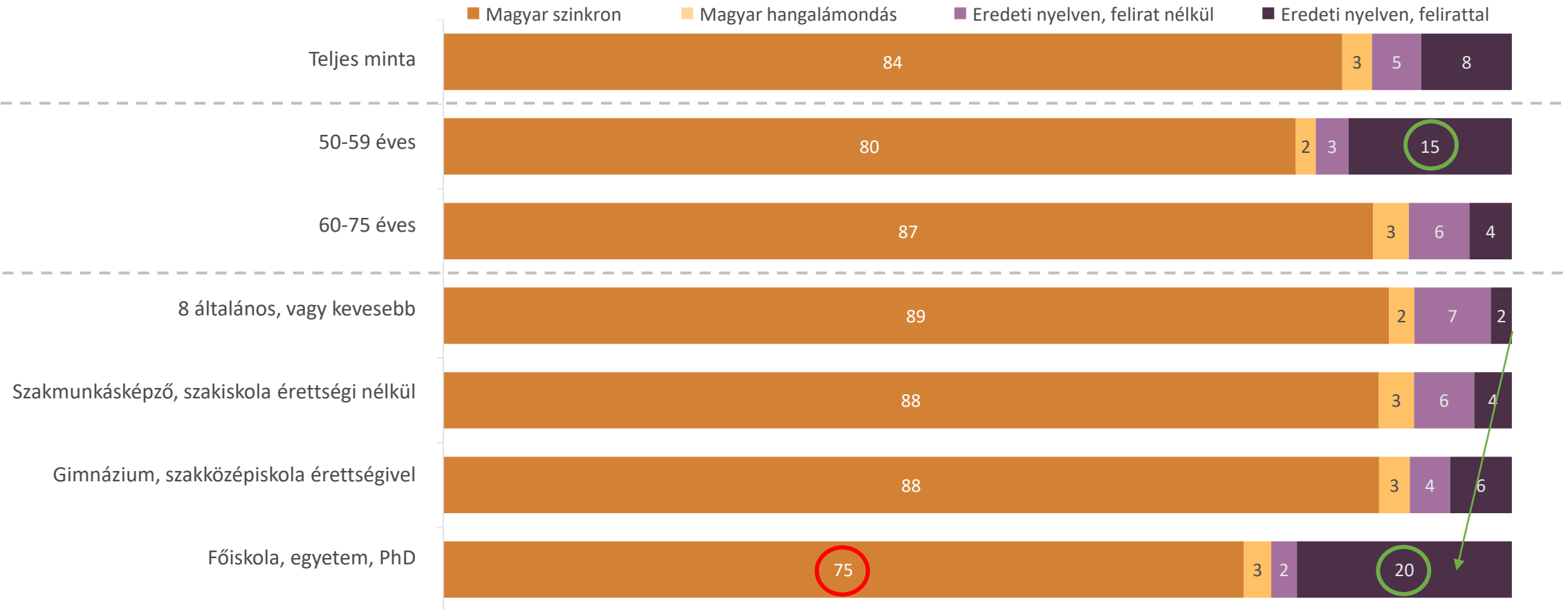
Az 50-59 évesek szignifikánsan magasabb arányban néznek vicces, humoros videókat, nyelvtanulással kapcsolatos tartalmakat, meséket, influenszerek videóit, lakberendezéssel kapcsolatos, valamint tudományos tartalmakat. A 60-75 évesek ezzel szemben nagyobb érdeklődést mutatnak a főzőműsorok, realityk, bulvárhírek, tehetségkutatók, politikai műsorok, hírek, kvízműsorok, beszélgetős műsorok és hazai sorozatok iránt.



VIDEÓS TARTALMAK PREFERÁLT NYELVE

Külföldi videós tartalmak (filmek, sorozatok) esetében a magyar szinkront preferálja a túlnyomó többség minden demográfiai bontásban. A magyar szinkront az eredeti nyelv, és a magyar felirat követi.

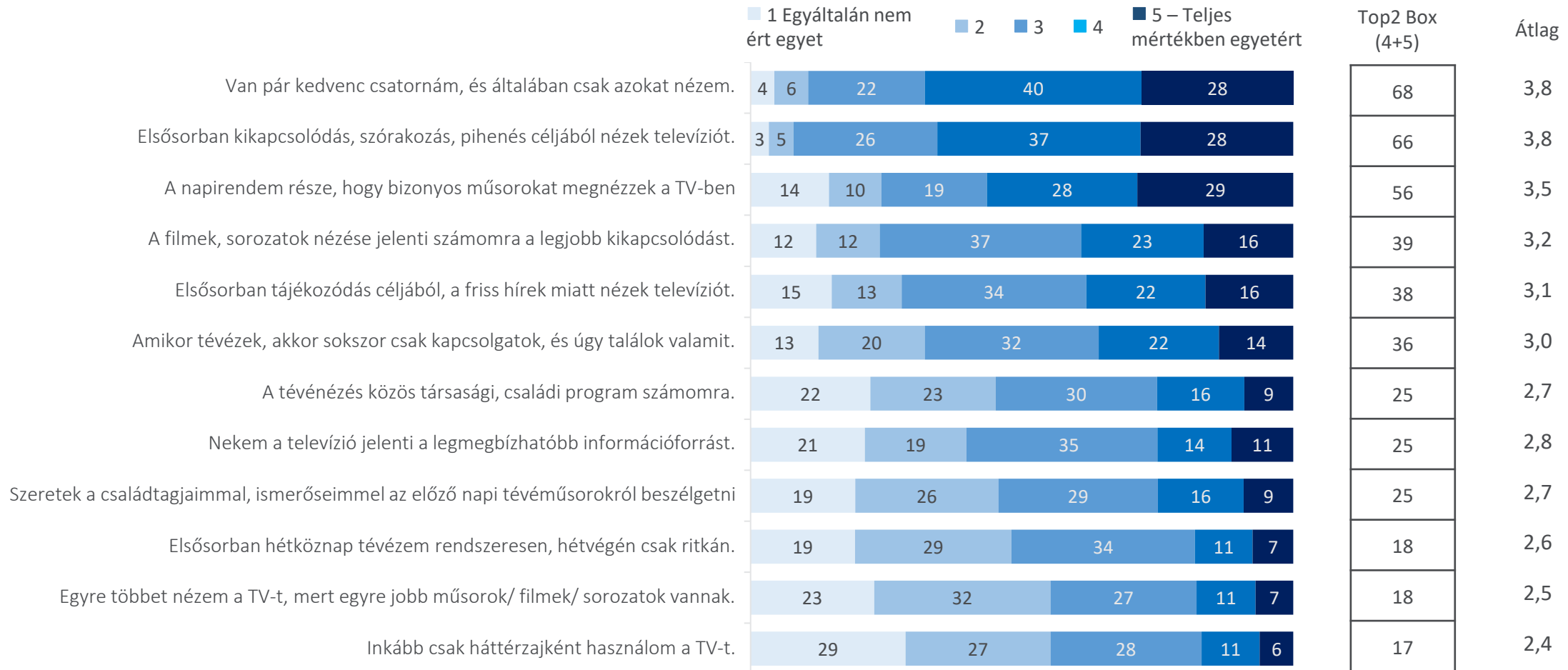
Az 50-59 évesek és a felsőfokú végzettségűek szignifikánsan magasabb arányban szeretik magyar felirattal nézni ezeket a típusú műsorokat.



M3b. Ha általánosságban a különböző külföldi videós tartalmakra, pl. filmekre, sorozatokra gondol, milyen nyelven szereti ezeket leginkább nézni? | N=1880, Aki néz videós tartalmat

TV-NÉZŐK ATTITÚDJEI

A megkérdezett rendszeres TV-nézők leginkább azzal értettek egyet, hogy van pár kedvenc csatornájuk, amit rendszerint nézni szoktak, valamint hogy elsősorban kikapcsolódás, szórakozás céljából néznek TV-t. 56% úgy nyilatkozott, hogy a napirendje részét képezi, hogy bizonyos műsorokat megnéz a TV-ben. A többi állítás sokkal inkább megosztotta a válaszadókat, az egyet nem értők aránya gyakran meghaladta az egyetértőkéét. A legkevésbé azt találták jellemzőnek, hogy egyre többet néznének TV-t a javuló kínálat miatt, valamint hogy csak háttérzajként használják a TV-t.



M4. Most állításokat fogok felolvasni, kérem, mondja meg, hogy mennyire igazak kifejezetten Önre, az Ön szokásaira, gondolkodására. Kérem, értékelje őket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem ért egyet 5=teljes mértékben egyetért! | N=1752, Aki legalább heti rendszerességgel néz TV-t

TV-NÉZŐK ATTITŰDJEI - NEMEK SZERINTI MEGOSZLÁS

A rendszeresen tévéző 50-75 éves férfiak szignifikánsan magasabb arányban nyilatkoztak úgy, hogy napirendjük része, hogy bizonyos műsorokat megnéznék a TV-ben.

Ezzel szemben a nők magasabb arányban értettek egyet azzal, hogy gyakran csak kapcsolgatnak tévzés közben. Egyéb tekintetben nem mutatkozott jelentős eltérés a férfiak és a nők véleményében ebben a korosztályban.

Van pár kedvenc csatornám, és általában csak azokat nézem.

Elsősorban kikapcsolódás, szórakozás, céljából nézek televíziót.

A napirendem része, hogy bizonyos műsorokat megnézzek

A filmek, sorozatok nézése jelenti számomra a legjobb kikapcsolódást.

Elsősorban tájékozódás céljából, a friss hírek miatt nézek televíziót.

Amikor tévézek, akkor sokszor csak kapcsolgatok, és úgy találok valamit.

A tévénézés közös társasági, családi program számomra.

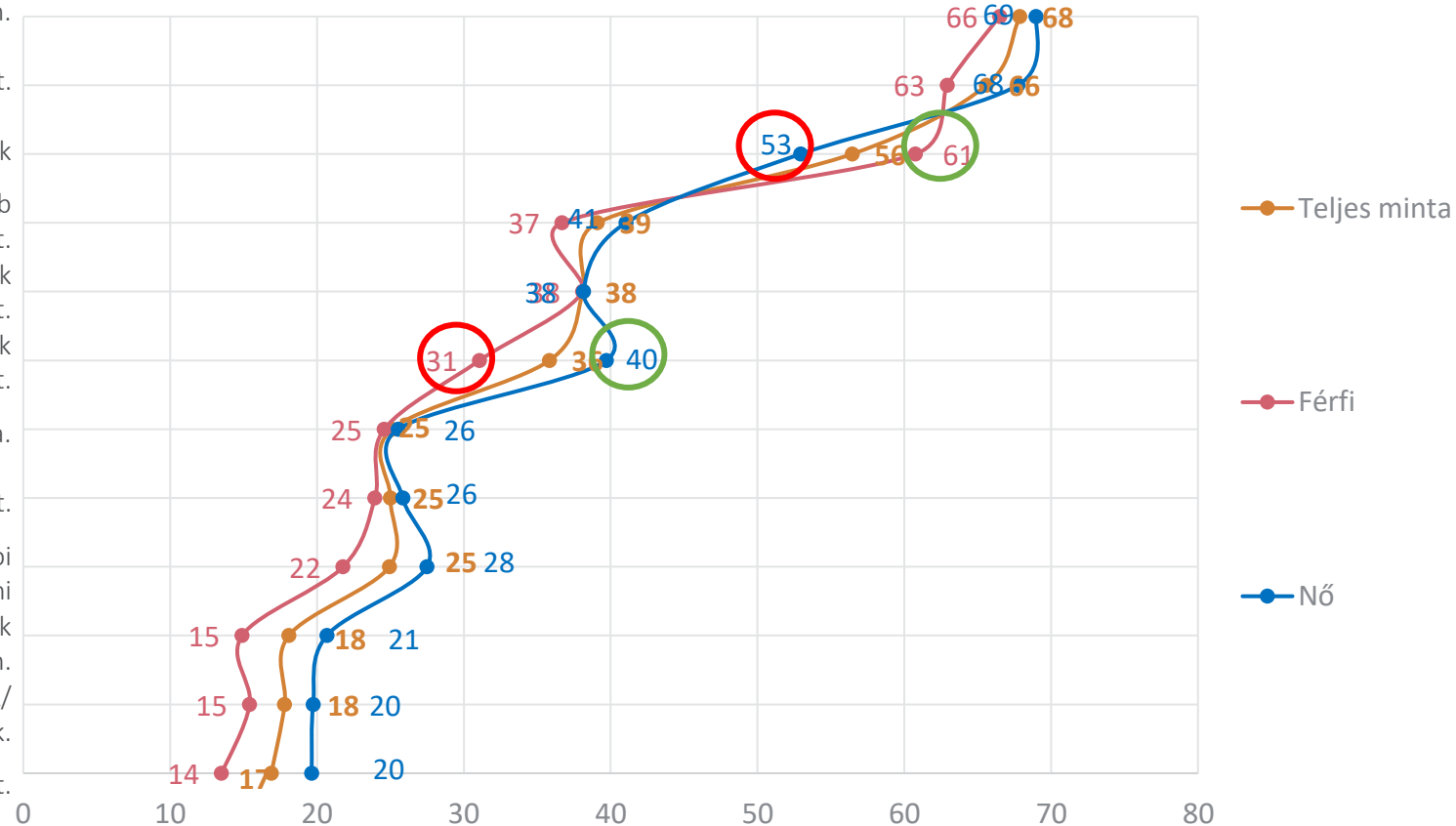
Nekem a televízió jelenti a legmegbízhatóbb információforrást.

Szeretek a családtagjaimmal, ismerőseimmel az előző napi tévéműsorokról beszélgetni

Elsősorban hétköznap tévézem rendszeresen, hétvégén csak ritkán.

Egyre többet nézem a TV-t, mert egyre jobb műsorok/ filmek/ sorozatok vannak.

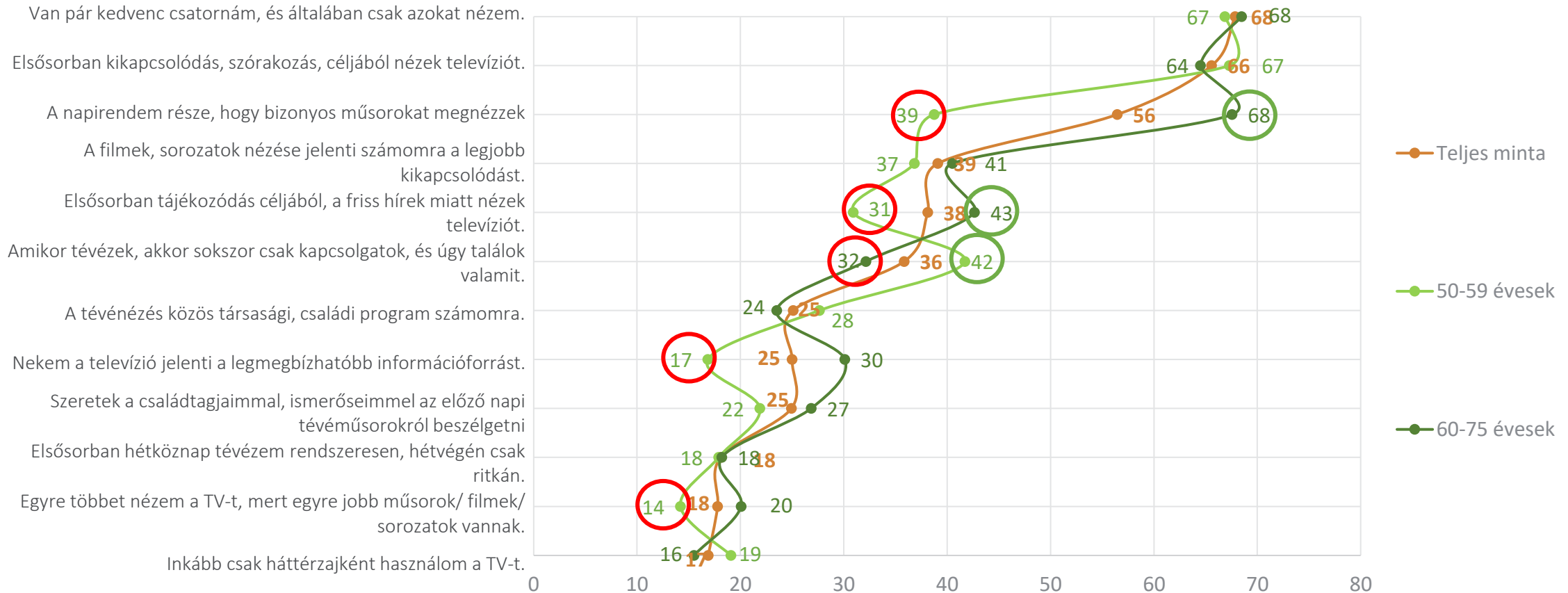
Inkább csak háttérzajként használom a TV-t.



M4. Most állításokat fogok felolvasni, kérem, mondja meg, hogy mennyire igazak kifejezetten Önre, az Ön szokásaira, gondolkodására. Kérem, értékelje őket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem ért egyet 5=teljes mértékben egyetért! | N=1752, Aki legalább heti rendszerességgel néz TV-t

TV-NÉZŐK ATTITŰDJEI - ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁS

Az 50-59 évesek szignifikánsan magasabb arányban értettek egyet abban, hogy TV nézés közben gyakran csak kapcsolgatnak, ugyanakkor a teljes mintához képest kevésbé jellemzi őket, hogy televízió jelentené a legmegbízhatóbb információforrást és hogy egyre többet tévéznének a javuló kínálat miatt. A 60-75 évesekre szignifikánsan magasabb mértékben jellemző, hogy a napirendjük részét képezi egy-egy műsor megtekintése, és hogy elsősorban a hírek miatt néznek TV-t.

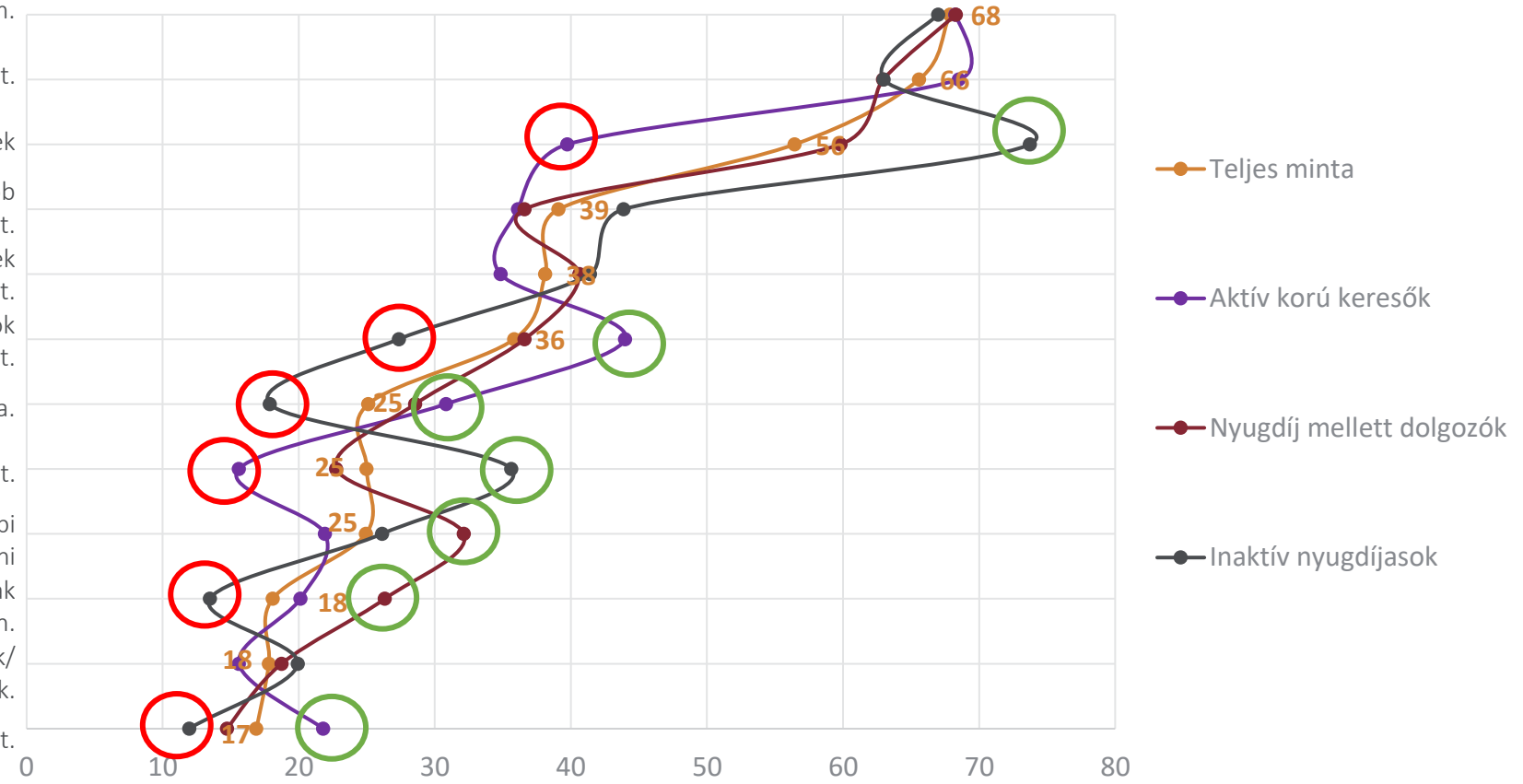


M4. Most állításokat fogok felolvasni, kérem, mondja meg, hogy mennyire igazak kifejezetten Önre, az Ön szokásaira, gondolkodására. Kérem, értékelje őket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem ért egyet 5=teljes mértékben egyetért! | N=1752, Aki legalább heti rendszerességgel néz TV-t

TV-NÉZŐK ATTITŰDJEI - GAZDASÁGI AKTIVITÁS SZERINT

Az aktív korú, dolgozó 50 felettiekre nagyobb mértékben jellemző, hogy tévénézéskor sokszor csak váltogatják a csatornákat, hogy a tévénézés közös családi program számukra, ugyanakkor az is, hogy a készülék gyakran csak háttérzajként megy. Kevésbé igaz rájuk, hogy a napirendjük részét képezné egy-egy műsor megtekintése, illetve hogy a TV-t tartanák a legmegbízhatóbb információforrásnak. Az inaktív nyugdíjasokra épp hogy a fenti megállapítások ellenkezője igaz.

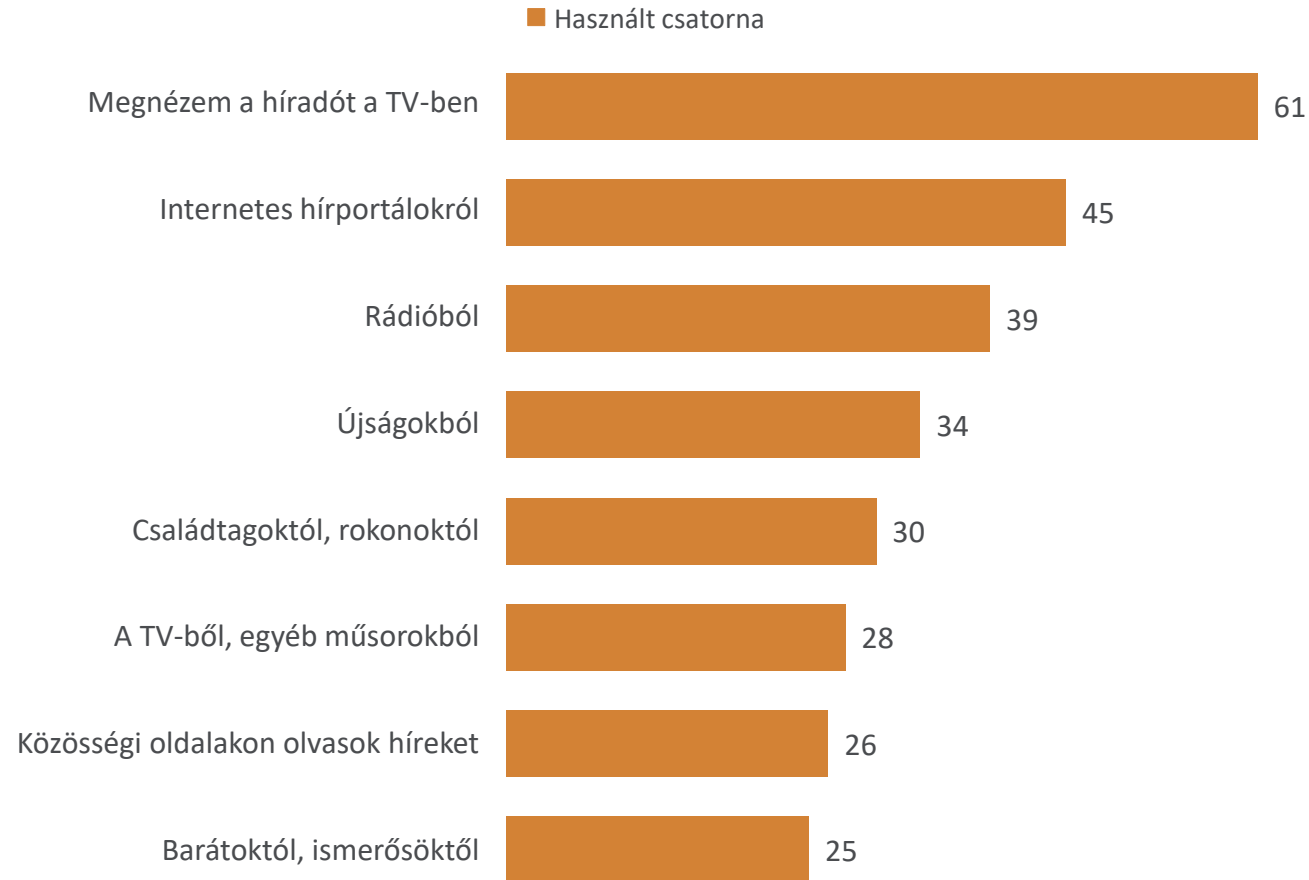
- Van pár kedvenc csatornám, és általában csak azokat nézem.
- Elsősorban kikapcsolódás, szórakozás, céljából nézek televíziót.
- A napirendem része, hogy bizonyos műsorokat megnézzek
- A filmek, sorozatok nézése jelenti számomra a legjobb kikapcsolódást.
- Elsősorban tájékozódás céljából, a friss hírek miatt nézek televíziót.
- Amikor tévézek, akkor sokszor csak kapcsolgatok, és úgy találok valamit.
- A tévénézés közös társasági, családi program számomra.
- Nekem a televízió jelenti a legmegbízhatóbb információforrást.
- Szeretek a családtagjaimmal, ismerőseimmel az előző napi tévéműsorokról beszélgetni
- Elsősorban hétköznap tévézem rendszeresen, hétvégén csak ritkán.
- Egyre többet nézem a TV-t, mert egyre jobb műsorok/ filmek/ sorozatok vannak.
- Inkább csak háttérzajként használom a TV-t.



M4. Most állításokat fogok felolvasni, kérem, mondja meg, hogy mennyire igazak kifejezetten Önre, az Ön szokásaira, gondolkodására. Kérem, értékelje őket egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem ért egyet 5=teljes mértékben egyetért! | N=1752, Aki legalább heti rendszerességgel néz TV-t

HONNAN INFORMÁLÓDNAK?

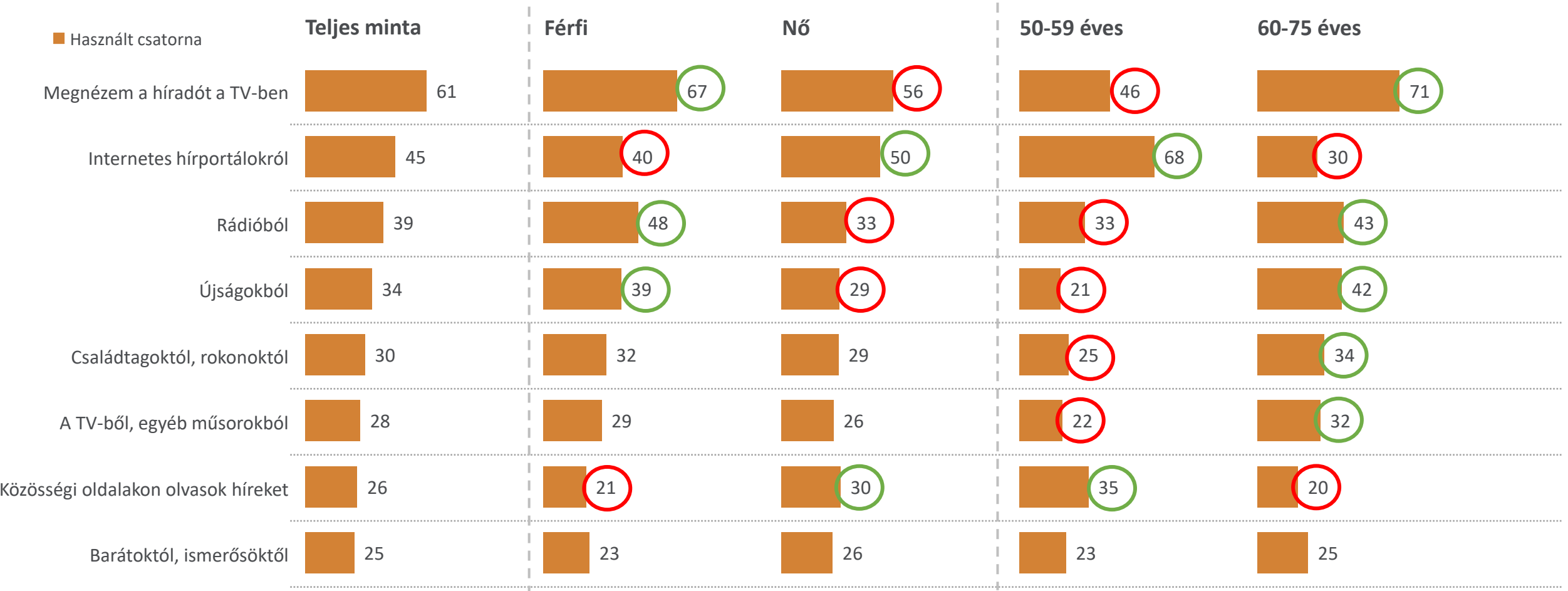
Az információk legjellemzőbb forrása a TV híradó; a válaszadók 61%-a tájékozódik innen a hétköznapi eseményekről, gazdasági-politikai-közéleti hírekről. A TV szerepe azonban nem merül ki a híradóban, 28% egyéb TV műsorokból is szokott informálódni. A második helyen az internetes portálok állnak, amiket a rádió és az újság követ.



M5a. Honnan szokott Ön jellemzően informálódni a hétköznapi eseményekről, gazdasági-politikai-közéleti hírekről? | N=2000, Teljes minta

HONNAN INFORMÁLÓDNAK? - NEM ÉS ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZTLÁS

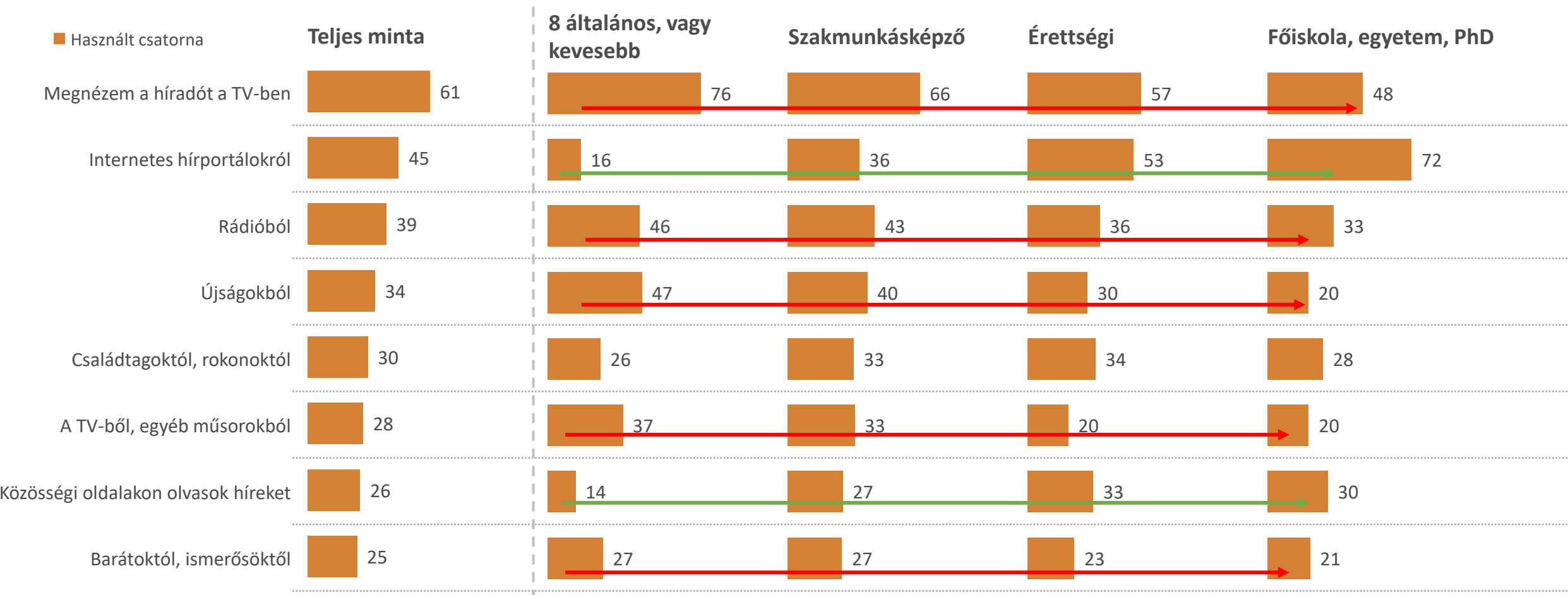
Az 50-75 éves férfiak még a teljes mintánál is magasabb arányban tájékozódnak a TV híradókból, emellett a rádió és a nyomtatott sajtó szerepe is nagyobb. Ugyanakkor az internetes hírportálokról és a közösségi oldalokról kevésbé informálódnak. A nők esetében pont ellentétes tendencia figyelhető meg. Az 50-59 évesek első számú információforrása a különböző internetes hírportálok, emellett nagyobb arányban gyűjteneik információt a közösségi oldalakról is. A 60-75 évesek ezzel szemben sokkal inkább informálódnak a TV híradókból, rádióból, újságokból, egyéb TV műsorokból és családtagoktól.



M5a. Honnan szokott Ön jellemzően informálódni a hétköznapi eseményekről, gazdasági-politikai-közéleti hírekről? | N=2000, Teljes minta

HONNAN INFORMÁLÓDNAK? - ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINTI MEGOSZLÁS

Az iskolai végzettség szerinti csoportoknál erőteljes eltérések tapasztalhatóak. A válaszadók iskolai végzettségének növekedésével együtt nő azok aránya, akik internetes hírportálokról, közösségi oldalakon megjelent hírekből tájékoznak, ugyanakkor ezzel együtt csökken a TV híradó, a rádió, a nyomtatott sajtó, az egyéb TV műsorok, valamint a barátok, ismerősök szerepe.



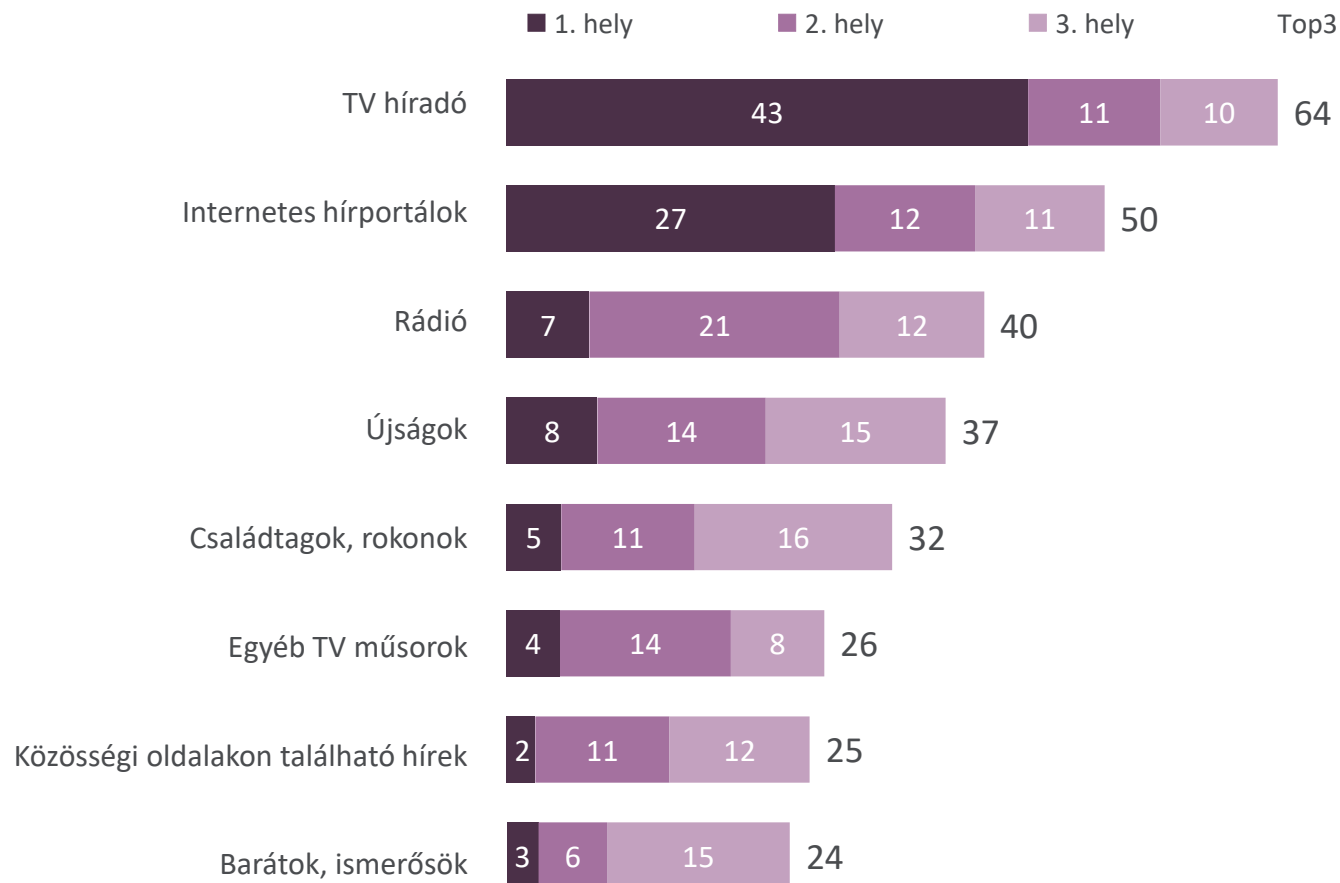
M5a. Honnan szokott Ön jellemzően informálódni a hétköznapi eseményekről, gazdasági-politikai-közéleti hírekről? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS CSATORNÁK RANGSOROLÁSA

A vizsgált információs csatornák közül a TV híradót tartották a leginkább megbízhatónak; 43% a legmegbízhatóbb forrásnak tartja, és összességében 64% sorolta a három leginkább megbízható csatorna közé.

A második helyen az internetes hírportálok állnak, 27% tette őket az első helyre, és összességében 50% szerint tartozik a megbízhatóbb forrásokhoz.

Az egyéb TV műsorokból, közösségi oldalakon megjelenő hírekből és barátoktól, ismerősöktől származó információkat tartják a legkevésbé hitelesnek.

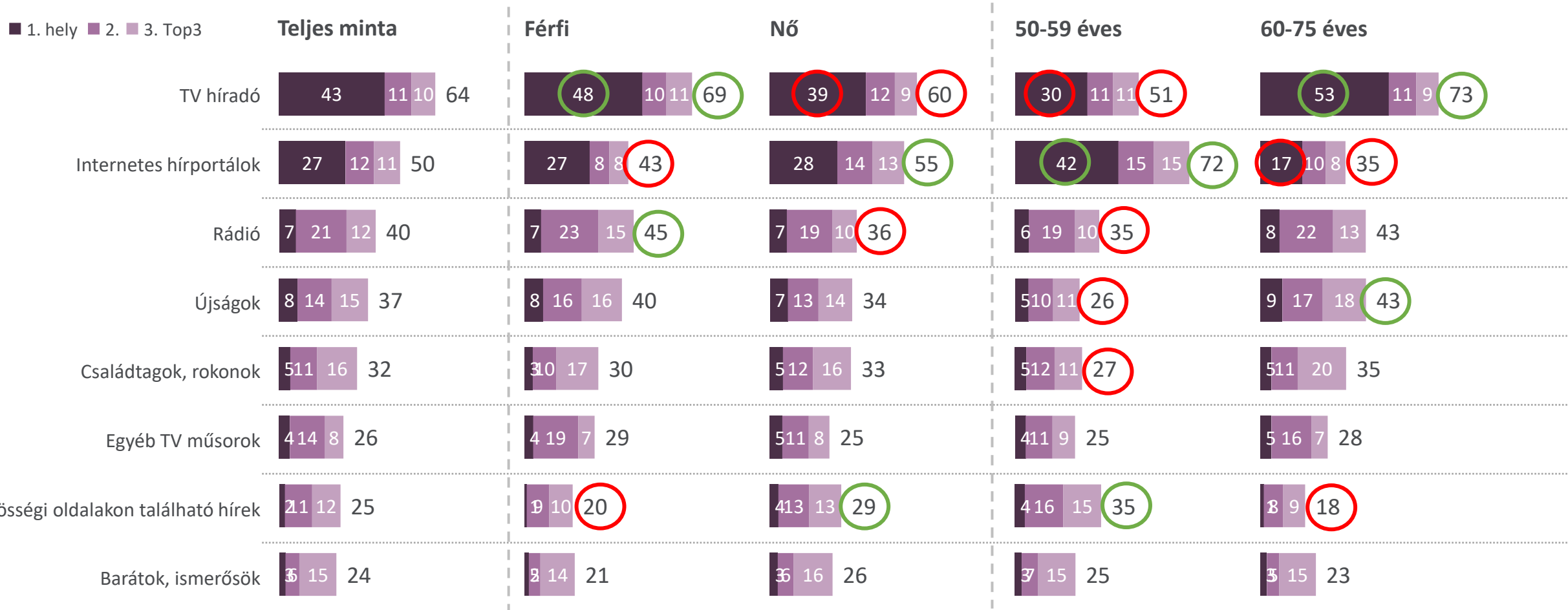


M5b. És mely forrásokat tartja a leginkább megbízhatónak? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS CSATORNÁK RANGSOROLÁSA - NEM ÉS ÉLETKOR SZERINT

A nemek és életkor szerinti bontásban az informálódásnál látott mintázat rajzolódik ki, vagyis az 50-75 éves férfiak magasabb arányban tartják megbízhatónak a híradót és a rádiót. A nők és az 50-59 évesek az internetes portálokat és a közösségi médiában megjelenő híreket sorolták magasabb mértékben a legmegbízhatóbb források közé.

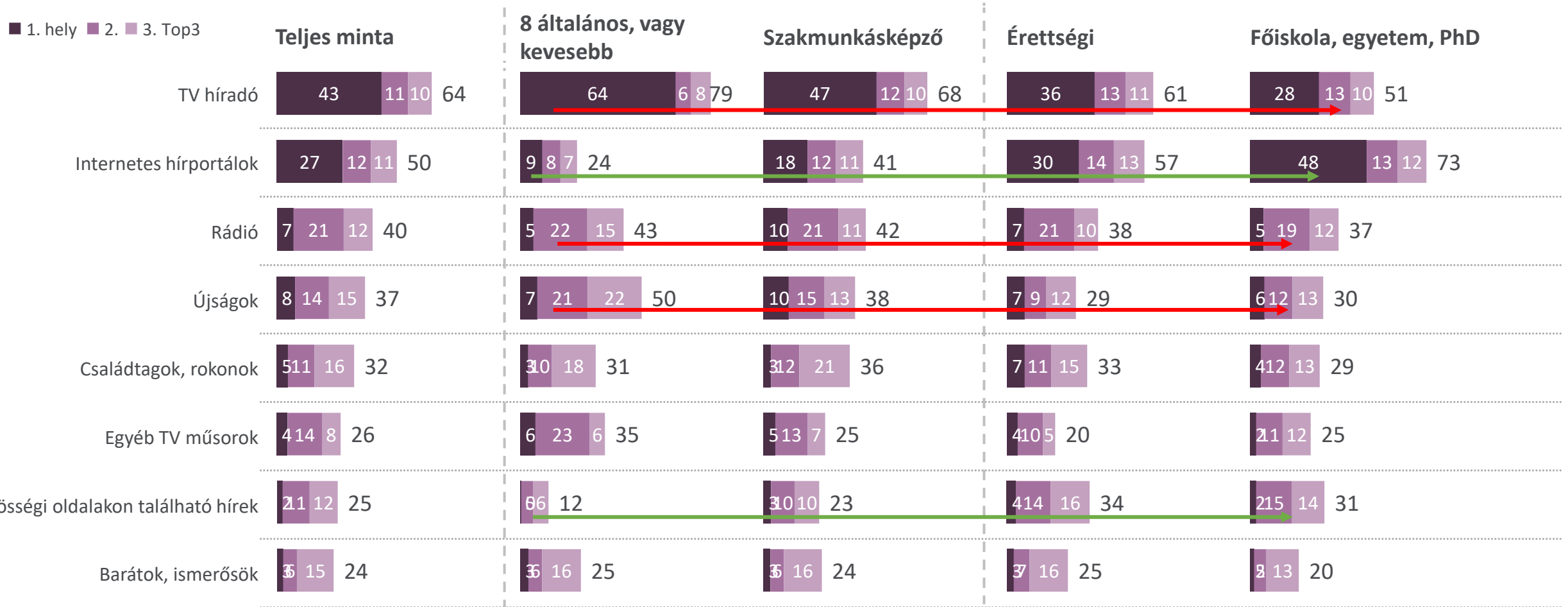
A 60-75 évesek körében kiugróan magas a TV híradó hitelessége, és az újságokat is magasabb arányban tették a megbízhatóbb csatornák közé.



M5b. És mely forrásokat tartja a leginkább megbízhatónak? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS CSATORNÁK RANGSOROLÁSA - ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT

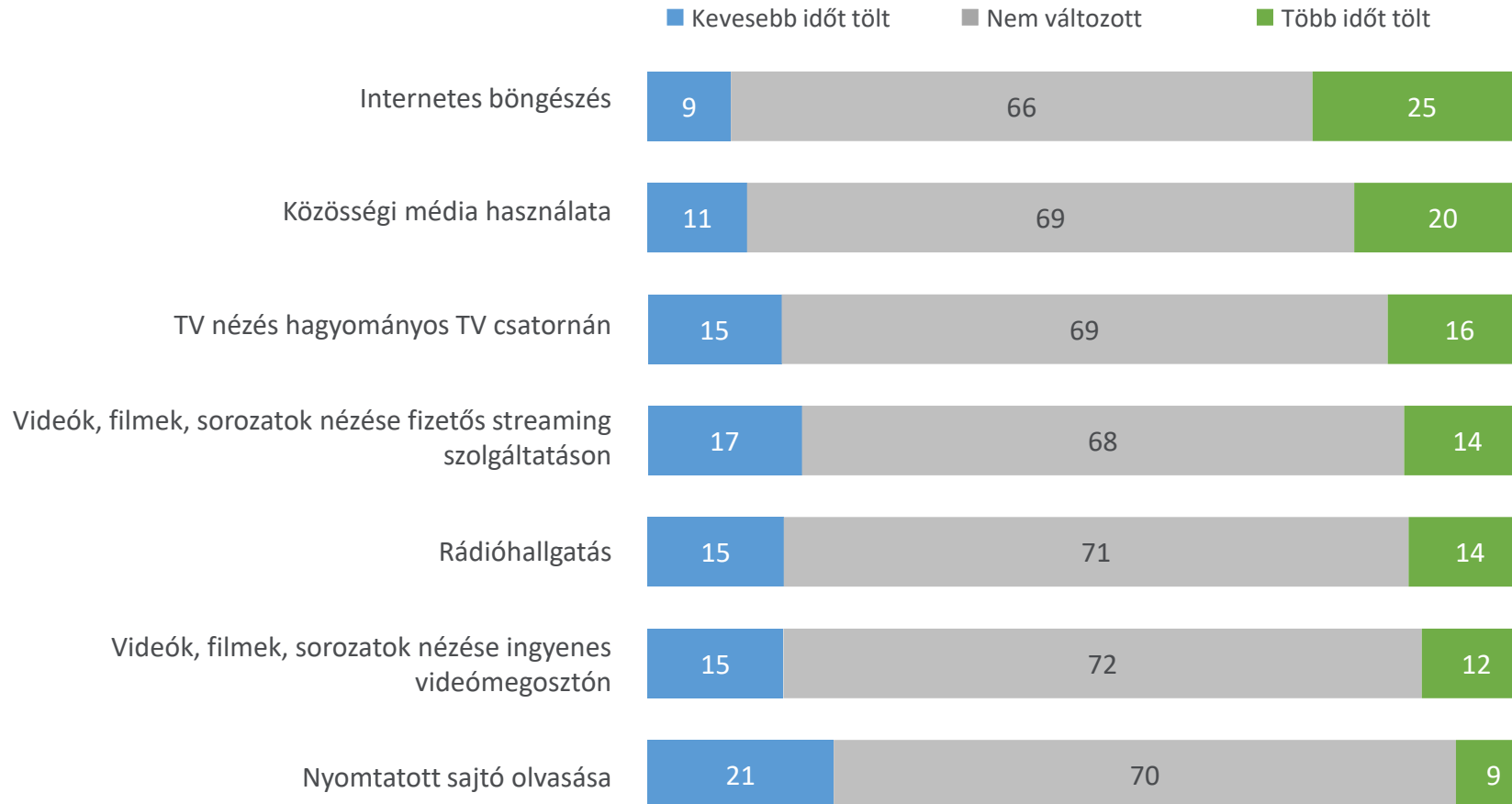
Az iskolai végzettség szerinti rangsorolás eredménye is összевág az egyes csatornák használatánál látottakkal, vagyis az 50-75 évesek körében az iskolai végzettséggel együtt nő az internetes hírportálok és a közösségi oldalakon megjelenő hírek megbízhatóságába vetett hit, míg a TV híradókhöz, rádióhoz, újságokhoz kötött hitelesség ezzel együtt csökken.



M5b. És mely forrásokat tartja a leginkább megbízhatónak? | N=2000, Teljes minta

COVID HATÁSA A MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRA

A válaszadók többsége úgy nyilatkozott, hogy nem változtak a médiafogyasztási szokásai a COVID-időszak alatt. Összességében az internetezésre és a közösségi média használatára fordítottak több időt a válaszadók; magasabb arányban voltak azok, akik többet foglalkoztak ezen tevékenységekkel, mint azok, akik kevesebbet. A hagyományos TV csatornák, valamint ingyenes és fizetős streaming szolgáltatások nézésére, rádióhallgatásra nagyjából ugyanannyian fordítottak több időt, mint kevesebbet. Nyomtatott sajtót kevésbé forgattak összességében a COVID alatt.



COV1. Mit gondol, hogyan hatott a koronavírus az Ön médiafogyasztási szokásaira? | N=2000, Teljes minta

COVID HATÁSA A MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRA

A válaszadók többsége mind a négy vizsgált médium esetében úgy nyilatkozott, hogy nem változtak számottevően a médiafogyasztási szokásai a COVID-időszak alatt.

A nyomtatott sajtó esetében nagyjából ugyanakkora arányban fizettek elő új sajtótermékre, mint amennyiben lemondták az előfizetésüket.

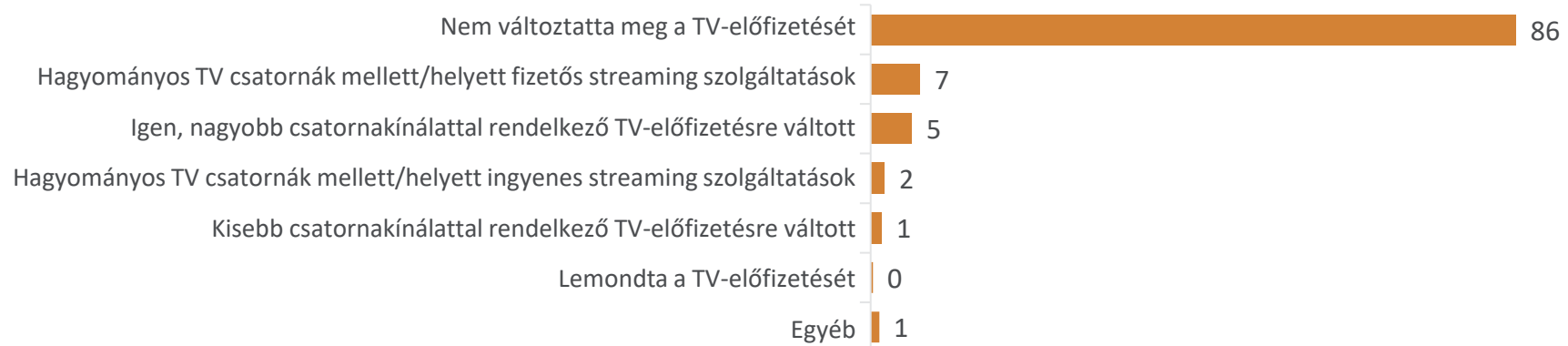
A megkérdezettek körben ugyanakkora volt azok aránya, akik több időt töltöttek tévézéssel, mint amennyien kevesebbet, mégis úgy tűnik, hogy akinek változott a TV-előfizetése, az nagyobb kínálatra rendezkedett be; nagyobb előfizetésre váltott, vagy fizetős/ingyenes streaming szolgáltatáson keresztül kezdett el videókat nézni a hagyományos csatornák mellett.



ÚJSÁG, MAGAZIN



TV- ELŐFIZETÉS



COV_3. Történt valamilyen változás a TV-előfizetésével / a rádiózási, zenehallgatási szokásaiban / az újság, magazin olvasási szokásaiban / az internet-előfizetésével kapcsolatosan a COVID időszak alatt? | N=2000, Teljes minta

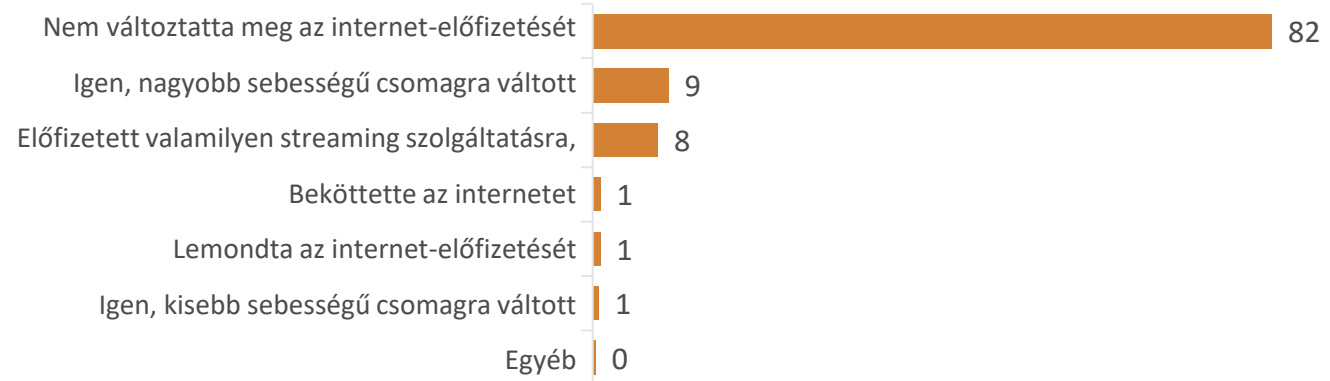
COVID HATÁSA A MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRA

Akinek történt valamilyen változás az internet-előfizetésében, az jellemzően nagyobb sebességű csomagra váltott, vagy előfizetett streaming szolgáltatásra. Csupán 1% köttette be a netet kifejezetten a COVID miatt – igaz, 1% le is mondta internet-előfizetését ebben az időszakban.

A rádióhallgatási szokások változtak a leginkább; a többség úgy nyilatkozott, hogy többet hallgatta a rádiót – a hírek miatt, vagy a megnövekedett szabadidő miatt.



INTERNET-ELŐFIZETÉS



RÁDIÓ



COV_3. Történt valamilyen változás a TV-előfizetésével / a rádiózási, zenehallgatási szokásaiban / az újság, magazin olvasási szokásaiban / az internet-előfizetésével kapcsolatosan a COVID időszak alatt? | N=2000, Teljes minta



VIDEÓS TARTALOM- FOGYASZTÁS



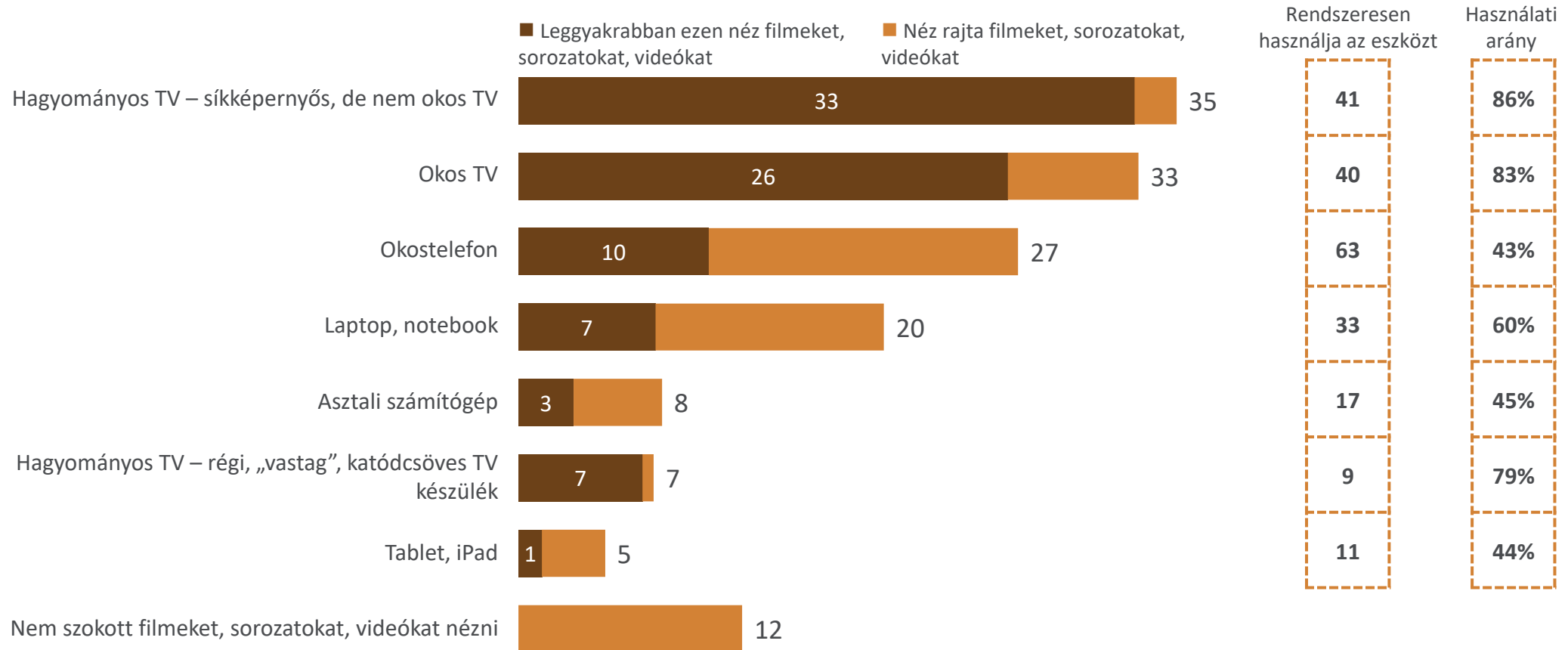
ÖSSZEFOGLALÓ - VIDEÓS TARTALOMFOGYASZTÁS

- **Az 50-75 éves korosztály hagyományosan TV-n néz videós tartalmakat** – legyen az hagyományos síkképernyős (35%), vagy okos TV (33%), a harmadik helyen azonban már ott van az okostelefon (27%), megelőzve az asztali számítógépet és a laptopot is. Ezzel együtt az okostelefon használóknak még mindig kevesebb mint a fele néz filmeket, sorozatokat, videókat a telefonján.
- **A TV-k legfontosabb előnye** a többi videóképes készülékkel szemben **a nagyobb képernyő, szebb kép, jobb hangzás**, illetve hogy jellemzően olyan helyen vannak, ahol **kényelmesen el lehet helyezkedni** a film/sorozatnézéshez. Viszonylag kevesen voltak azok, akik ugyan rendelkeztek okos TV-vel, de nem néznek rajta videós tartalmakat. Ők elsősorban azt sérelmezték, hogy a TV nincs kényelmes helyen, és hogy problémás rajta elérni a kívánt tartalmakat.
- **Az okostelefon** kézenfekvő megoldás filmek, sorozatok nézésére, mert általában a tulajdonosa keze ügyében van. Ennél fogva **ideális lenne például nem otthoni filmezéshez**, videózáshoz. Emellett az okostelefonok **könnyen hozzáférhetnek videós tartalmakhoz**, akár online videókhöz is. Sokan mégsem szeretnek ezen az eszközön filmezni, mert **túl kicsi a kijelzője, és kényelmetlen** folyamatosan tartani.
- **A laptop** az okostelefonhoz hasonlóan szintén viszonylag mobil, így könnyebben lehet olyan helyre tenni, ahol **kényelmes** a videózás. Aki viszont nem szeret ezen az eszközön filmezni, az jellemzően a **kicsi képernyőt** emelte ki negatívumként.

MILYEN ESZKÖZÖKÖN NÉZNEK VIDEÓS TARTALMAKAT?

A videós tartalmak fogyasztása elsősorban TV-n történik; a válaszadók harmada szokott hagyományos, síkképernyős TV-n, illetve szintén harmada okos TV-n filmeket, sorozatokat nézni. További 7% még régi típusú, katódcsöves TV-n néz ilyen tartalmakat. A leggyakrabban használatnak jelölt eszközök szintén a síkképernyős TV és az okos TV.

Negyedük szokott okostelefon képernyőjén filmeket, sorozatokat nézni, ezzel az okostelefon megelőzi a laptopokat, asztali PC-ket, de elmondható, hogy az okostelefon használóknak még mindig csak kevesebb mint fele néz készülékén ilyen tartalmakat. Csak 10% jelölte, hogy a leggyakrabban okostelefonon néz videókat, ami azt mutatja, hogy a válaszadók számára kényelmetlen ezen az eszközön filmezni. Ugyanez igaz a laptopokra és az asztali PC-kre is.



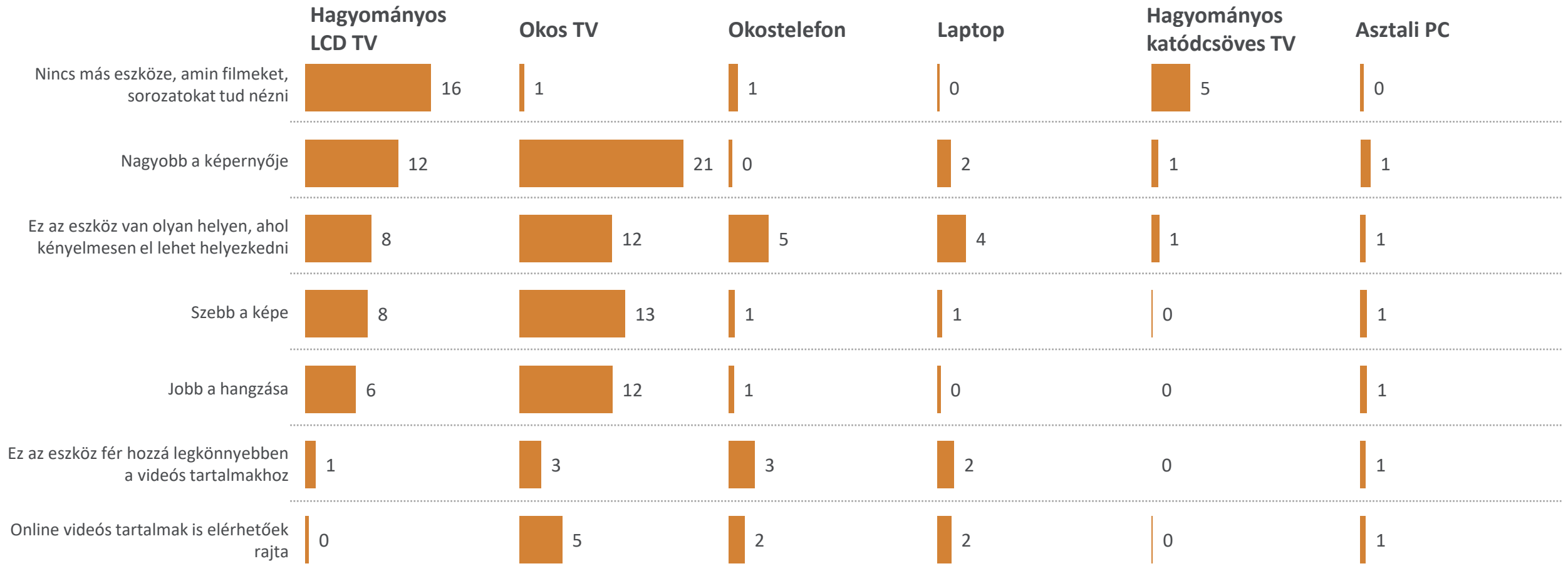
V4. És milyen eszközökön szokott Ön filmeket, sorozatokat, videókat nézni legalább alkalmanként? V5. És ezek közül milyen eszközökön szokott Ön leggyakrabban filmeket, sorozatokat, videókat nézni?
N=2000, Teljes minta

MIÉRT EZEN AZ ESZKÖZÖN NÉZNEK LEGGYAKRABBAN VIDEÓKAT?

A hagyományos LCD TV esetében a legjelentősebb indok, hogy nincs helyette más, amin filmeket, videókat tudnának nézni. Ahol lenne alternatíva, ott jellemzően az szól mégis mellette, hogy nagyobb a képernyője, kényelmes helyen van, szebb a képe és a hangzása.

Az okos TV mellett leginkább a nagyobb képernyő szól, de a szebb képet, jobb hangzást és kényelmesebb elhelyezkedést is többen kiemelték.

Az okostelefon és a laptop előnye a mobilitás, vagyis hogy nem egy fix helyen vannak, így akár utazás közben, vagy otthonról távol is lehet rajtuk filmeket, sorozatokat nézni.

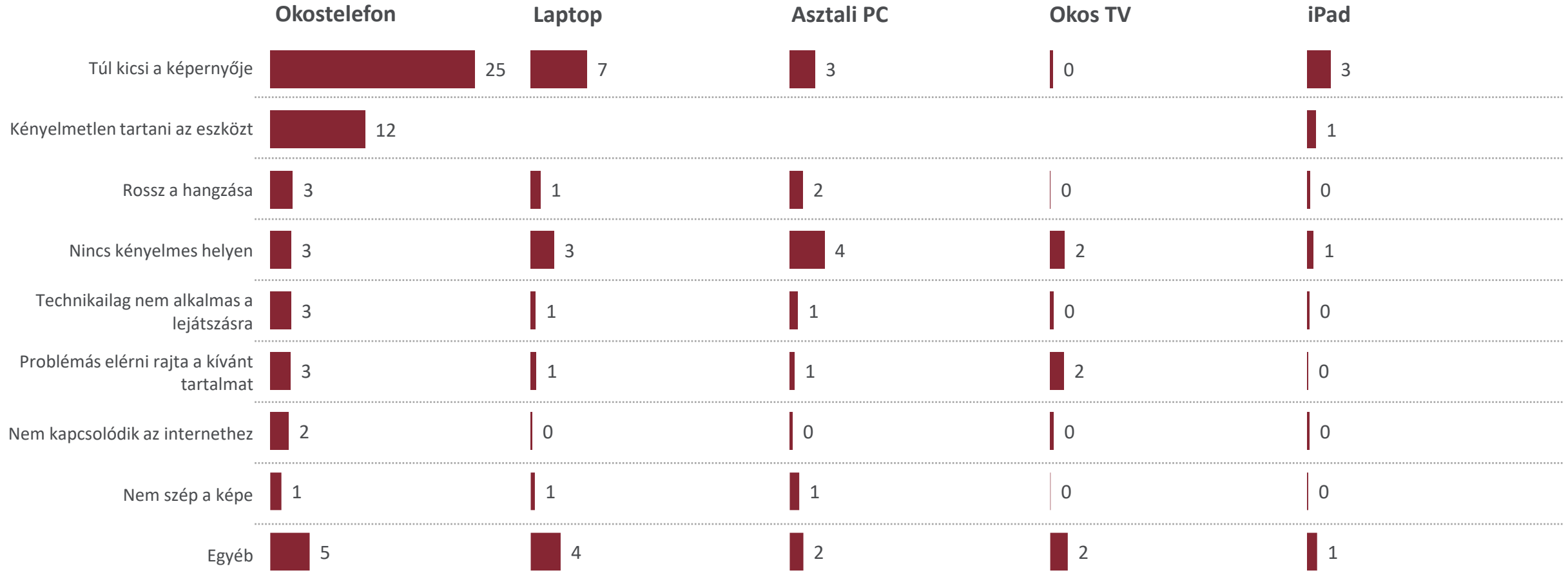


V6. Miért ezen az eszközön néz a leggyakrabban filmeket, sorozatokat, videókat? | N=2000, Teljes minta

MIÉRT NEM NÉZNEK EZEN AZ ESZKÖZÖN VIDEÓKAT?

A megkérdezettek 36%-ának ugyan van okostelefonja, de nem szokott rajta filmeket, videókat nézni. Ennek elsődleges oka az, hogy túl kicsinek találják a készülék kijelzőjét, de emellett többen azt is említették, hogy kényelmetlen tartani a telefont.

A laptop esetében szintén a képernyő mérete a legnagyobb gát, míg az asztali PC-nél a fix hely a problémás, ami nem elég kényelmes. Igen alacsony azok aránya, akiknek van okos TV-jük, de nem néznek rajta videókat. Ők elsősorban azt hozták fel indokként, hogy a készülék nincs kényelmes helyen, illetve hogy problémás rajta elérni a kívánt tartalmakat.



V7. Ön azt mondta, hogy nem szokott ezen az eszközön filmeket, sorozatokat, videókat nézni. Mi ennek az oka? | N=2000, Teljes minta



DIGITÁLIS SZAKADÉK



ÖSSZEFOGLALÓ - DIGITÁLIS SZAKADÉK

- Az 50-75 éves korosztályon belül az **internet-penetráció 73%**, ez az érték azonban nagyban változik a nemeken és a korcsoportokon belül. **Az 50-59 évesek körében a penetráció 94%**, és egyaránt magas a férfiak (92%) és a nők (95%) esetében. **A 60-75 éves korosztálynak már csak 58%-a rendelkezik internettel**, és itt komoly eltérés tapasztalható a nemek szerinti bontásban: a nőknél 77%, a férfiaknál azonban csak 33%.
- Ráadásul a penetráció csak azt jelenti, hogy a háztartásban van internet, **sokan azonban egyáltalán nem, vagy csak ritkábban élnek a világháló nyújtotta lehetőségekkel**. A legalább heti szinten internetezők aránya az 50-75 éves korosztályon belül 67%, és az internet-penetrációnál tapasztalt tendencia figyelhető meg itt is, vagyis az 50-59 évesek és a 60-75 éves nők körében az arány magasabb, a 60-75 éves férfiak esetében lényegesen alacsonyabb.
Az aktív korú keresők körében az internet-penetráció igen magas, 96%, és emellett rendkívül magas azok aránya is, akik ténylegesen, aktívan használják az internetet – 92%.
Mindkét nyugdíjas szegmensnél jelentősen alacsonyabb mind a penetráció, mind a rendszeres használók aránya, de a nyugdíjuk mellett munkát vállalók esetében mind a két mutató jobban alakul, mint az inaktív nyugdíjasok körében.
- Digitális jártassággal rendelkezőnek az tekinthető a modellben, aki a négy nagy vizsgált terület (keresés, kommunikáció, szoftverkezelés, ügyintézés) közül legalább kettőben rendelkezik jártassággal – azaz aki legalább két részterületen legalább két szempontnál a két legmagasabb osztályzat valamelyikével értékelte saját képességeit.
Azok, akik nem interneteznek (34%), automatikusan kiesnek, és nem tekinthetőek digitális jártassággal rendelkezőnek.
Mindezeket figyelembe véve a teljes mintán, vagyis az **50-75 évesek körében 44% a digitális jártassággal rendelkezők aránya**, ami a nem internetezők magas arányát tekintve jó eredménynek tekinthető.
Az 50-75 évesek kommunikációban teljesítettek a legjobban (46%), és szoftverkezelésben (28%) a leggyengébbek.
- A **digitális szakadék** nem más, mint a különbség két célcsoport digitális jártassága között. Az 50-75 éves nők 49%-a rendelkezik digitális jártassággal, míg a férfiak körében ugyanez az arány 38%. **A férfiak és a nők közötti digitális szakadék** ennek megfelelően **11%**. Ez a szakadék rendkívül nagy az **50-59 évesek és a 60-75 évesek között: 40%**.
A gazdasági aktivitás szerinti megoszlás is nagy különbségeket hoz: Az aktív korú, dolgozó 50 felettiiek körében lényegesen magasabb azok aránya, akik rendelkeznek digitális jártassággal (68%), mint a két nyugdíjas szegmens esetében (nyugdíj mellett dolgozók: 33%, inaktív nyugdíjasok: 18%). **Az aktív korú keresők és az inaktív nyugdíjasok közötti digitális szakadék 50%**.

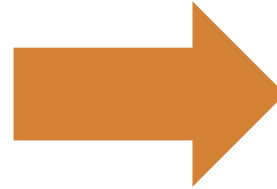
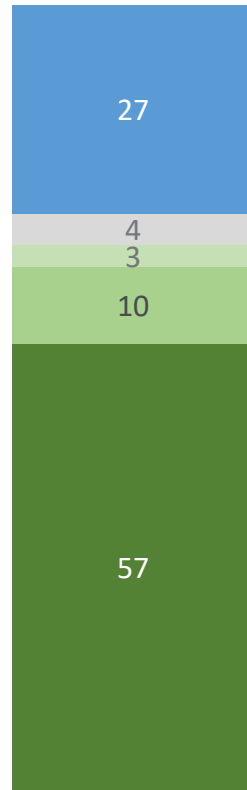
INTERNETKAPCSOLAT

A megkérdezett 50-75 évesek 73%-a nyilatkozott úgy, hogy a háztartásának van internet-hozzáférése. Ez a kapcsolat saját megítélésük szerint jellemzően jó minőségű, élő videónézésre, streamelésre is alkalmas.

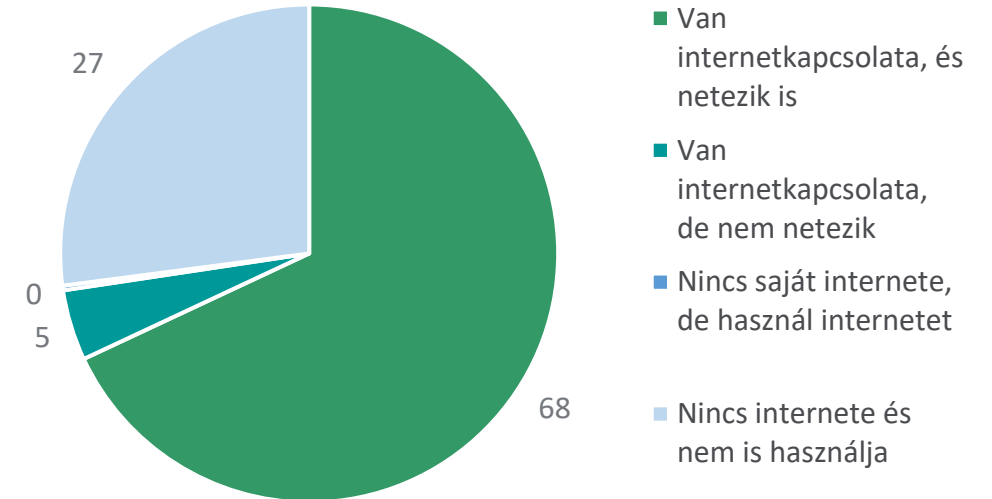
Akinek nincs internet-kapcsolata, az jellemzően nem is használja az internetet; kevesebb mint fél százalék azok aránya, akik bár nem rendelkeznek saját kapcsolattal, más forrásokból (nyilvános wifi, munkahely, stb.) fel szoktak csatlakozni a világhálóra.

Internetkapcsolat minősége

- Nincs internetkapcsolata
- Nem tudja, nem válaszol
- Túl lassú, egyáltalán nem lehet vele élő videót, online filmeket nézni
- Akadozva lehet csak vele élő videót, online filmet nézni
- Élő videónézésre, online filmnézésre is tökéletesen alkalmas



Internet-használat



INTERNET-PENETRÁCIÓ

Ugyan a megkérdezett 50-75 évesek háztartásainak 73%-ának van internet-hozzáférése, ezt nem mindenki használja ki; a rendszeres internet-használók aránya ugyanis csak 67%.

Mind a penetráció, mind az internet-használat nagyban függ a válaszadók életkorától és nemétől is; az 50-59 évesek, valamint a nők körében szignifikánsan magasabb mindkét arány. A 60-75 éves nők esetében nincs jelentős eltérés a teljes mintához képest. Internet-használat szempontjából a 60-75 éves férfiak a leginkább elmaradott réteg; mindössze harmaduk háztartásában van internet, és csupán 28%-uk használja a rendszeresen a világhálót.

	Teljes minta	50-59 éves	60-75 éves	50-59 éves férfi	60-75 éves férfi	50-59 éves nő	60-75 éves nő
Internet-penetráció (van a háztartásnak internet-hozzáférése)	73	94	58	92	33	95	77
Rendszeres internet-használó (legalább heti szinten böngész a neten és/vagy látogat közösségi oldalakat)	67	89	51	87	28	92	69

INT1. Rendelkezik az Ön háztartása internet hozzáféréssel? INT2. Milyennek értékelné az internet kapcsolata minőségét? | N=2000 Teljes minta

INTERNET-PENETRÁCIÓ

Az aktív korú keresők körében az internet-penetráció igen magas, 96%, és emellett rendkívül magas azok aránya is, akik ténylegesen, aktívan használják az internetet – 92%.

Mindkét nyugdíjas szegmensnél jelentősen alacsonyabb mind a penetráció, mind a rendszeres használók aránya, de a nyugdíjuk mellett munkát vállalók esetében mind a két mutató jobban alakul, mint az inaktív nyugdíjasok körében.

	Teljes minta	Aktív korú keresők	Nyugdíj mellett dolgozók	Inaktív nyugdíjasok
Internet-penetráció (van a háztartásnak internet-hozzáférése)	73	96	68	45
Rendszeres internet-használó (legalább heti szinten böngész a neten és/vagy látogat közösségi oldalakat)	67	92	58	38

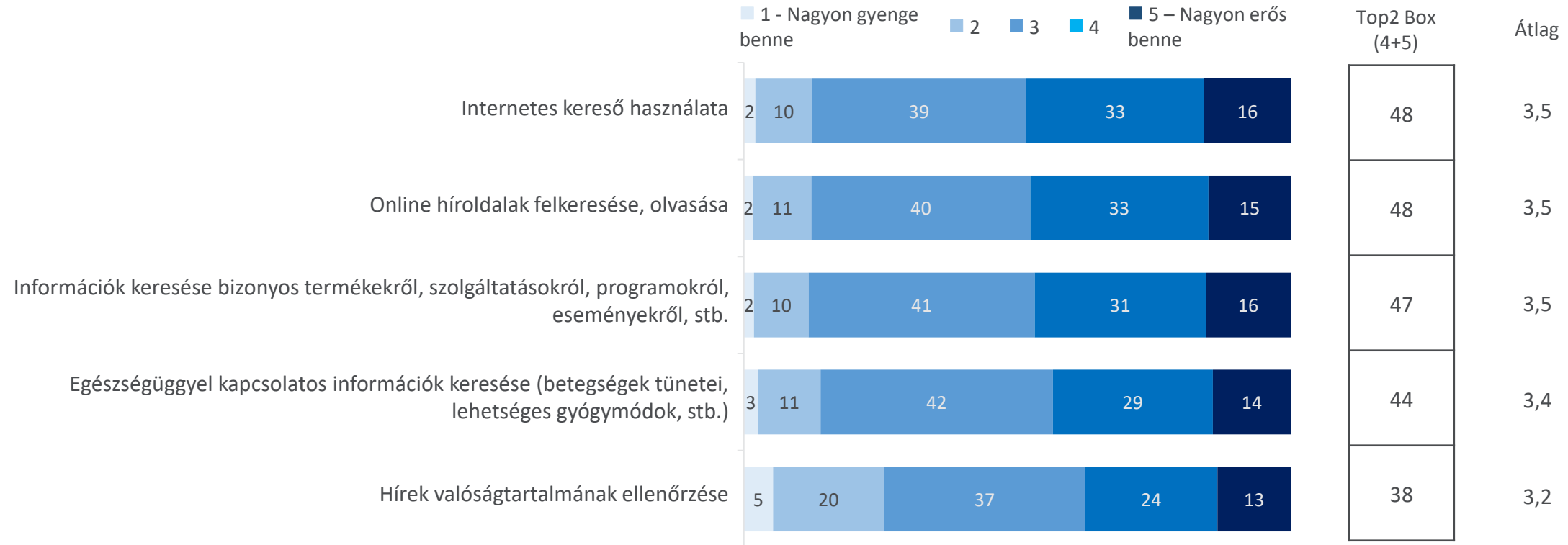
INT1. Rendelkezik az Ön háztartása internet hozzáféréssel? INT2. Milyennek értékelné az internet kapcsolata minőségét? | N=2000 Teljes minta

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - KERESÉS

Az 50-75 éves internetezőknél mindössze a fele gondolja úgy, hogy jól tudja kezelni az internetes keresőket, vagy hogy jó képességei lennének híroldalak felkeresésében, információk keresésében. 12-13% kifejezetten gyengének érzi magát ezeken a területeken.

A leggyengébbnek abban érzik magukat, hogy az egyes hírek valóságtartalmát ellenőrizni tudják.

Figyelembe véve, hogy a válaszadók 34%-a nem internetezik, a teljes mintára vetítve 42% azok aránya, akik legalább két területen erősnek, vagy nagyon erősnek érzik a képességeiket, és így keresésben jártasnak tekinthetők.



*Keresésben jártasok aránya**

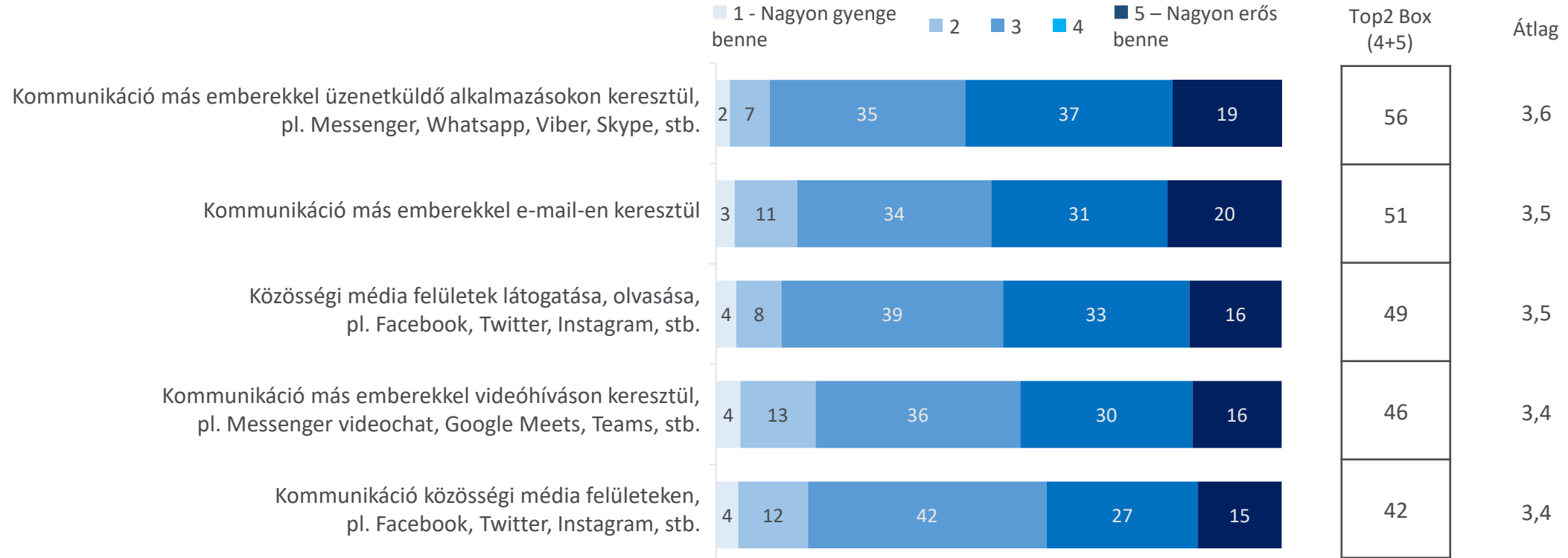


ED1. Hogyan értékelné az Ön saját képességeit az alábbi tevékenységek terén? | N=Aki internetezik, és végez ilyen tevékenységeket | * A teljes mintán belül, figyelembe véve, hogy 34%-a nem internetezik.

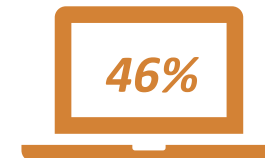
DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - KOMMUNIKÁCIÓ

A válaszadók több mint fele úgy érzi, hogy kellően gyakorlott a különböző üzenetküldő alkalmazásokon keresztül történő kommunikációban, és az e-mail-ezés, a közösségi média oldalakon való navigálás is jól megy nagyjából a netezők felének. A videóhívásokban már egy fokkal gyengébbnek értékelik képességeiket, és a közösségi média felületeken való kommunikációban tartják magukat jónak a legkisebb arányban.

A teljes mintára vetítve 46% azok aránya, akik legalább két területen erősnek, vagy nagyon erősnek érzik a képességeiket, és így kommunikációban jártasnak tekinthetők.



*Kommunikációban jártasok aránya**

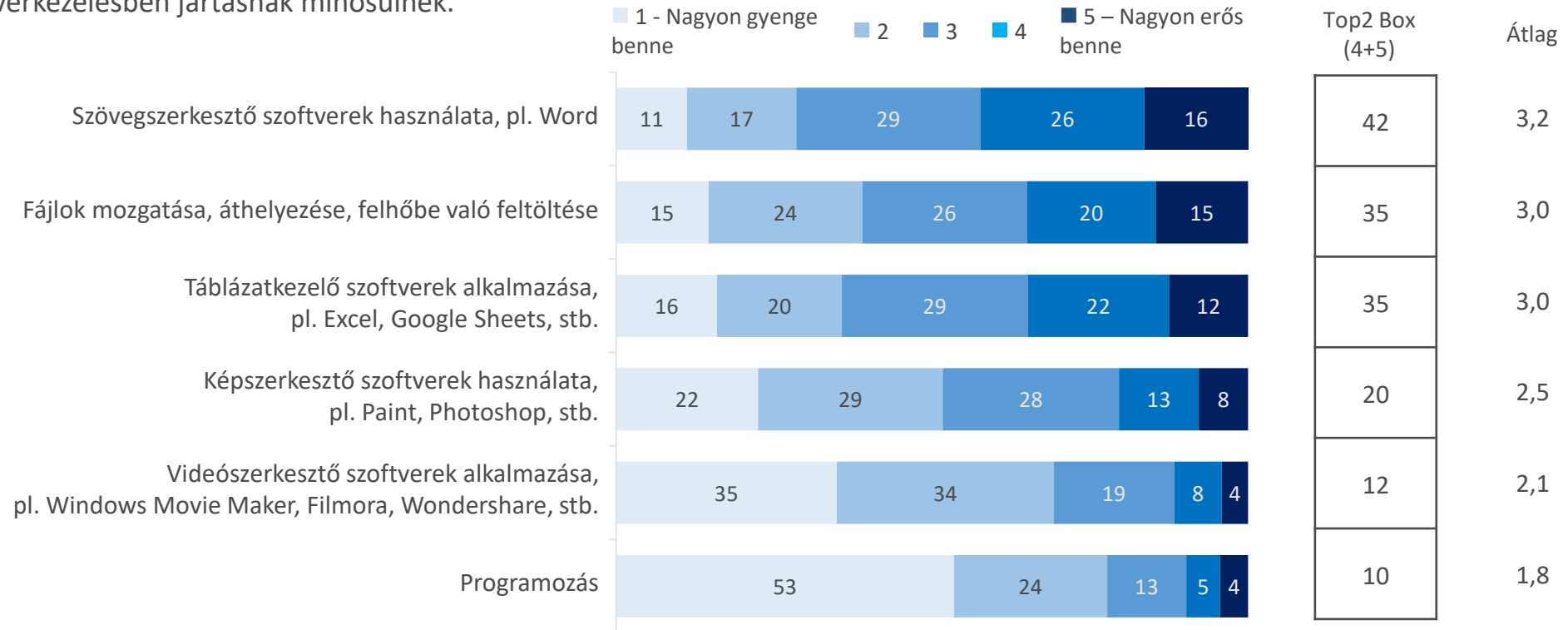


ED1. Hogyan értékelné az Ön saját képességeit az alábbi tevékenységek terén? | N=Aki internetezik, és végez ilyen tevékenységeket | * A teljes mintán belül, figyelembe véve, hogy 34%-a nem internetezik.

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - SZOFTVERKEZELÉS

A szoftverkezelés a legkritikusabb pontja a digitális jártasságnak. Szövegszerkesztő programokban az 50-75 éves internetezők 42%-a tartja magát erősnek, de a fájlok kezelésében, vagy táblázatkezelő szoftverek használatában már csak harmaduk jártas. Képszerkesztő programokat ötödük kezel jól, a videószerkesztők használatában pedig 12% tartja magát erősnek. A programozás, mint speciális terület került a lista végére, de 10% ebben is jónak tartja a képességeit.

Összességében 28% azok aránya, akik legalább két területen a két legmagasabb osztályzat valamelyikével értékelték saját képességeiket, és ennek megfelelően szoftverkezelésben jártasnak minősülnek.



Szoftverkezelésben jártasok aránya*

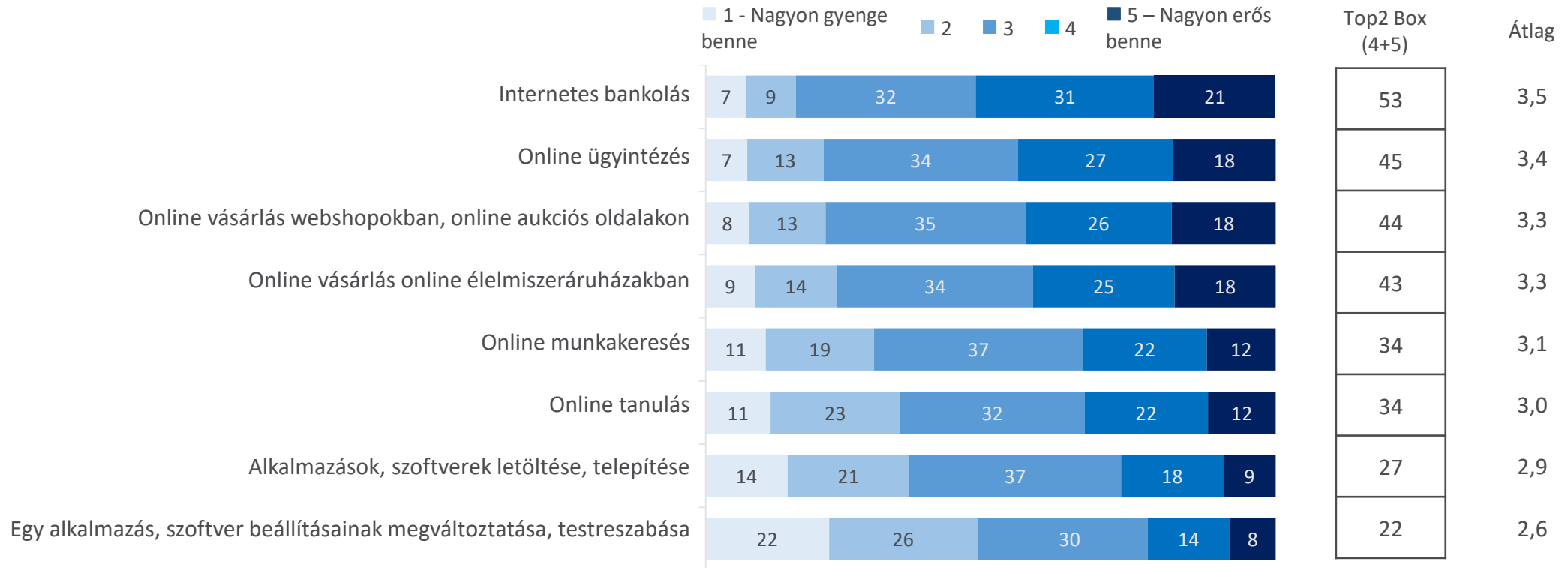


ED1. Hogyan értékelné az Ön saját képességeit az alábbi tevékenységek terén? | N=Aki internetezik, és végez ilyen tevékenységeket | * A teljes mintán belül, figyelembe véve, hogy 34%-a nem internetezik.

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - ÜGYINTÉZÉS

Az 50-75 éves internetezők valamivel több mint fele érzi jónak a képességeit internetes bankolás, és valamivel kevesebb mint fele online ügyintézés terén. Az online vásárlásban 44-43%-uk jártas legyen szó akár webshopokról, akár online élelmiszer vásárlásról. A különböző szoftverek telepítése, valamint azok beállításainak menedzselése az, amiben a legkevésbé tartják magukat jónak.

Összességében 36% azok aránya, akik legalább két területen erősnek, vagy nagyon erősnek tartják magukat, és így az ügyintézésben jártasok közé sorolhatóak.

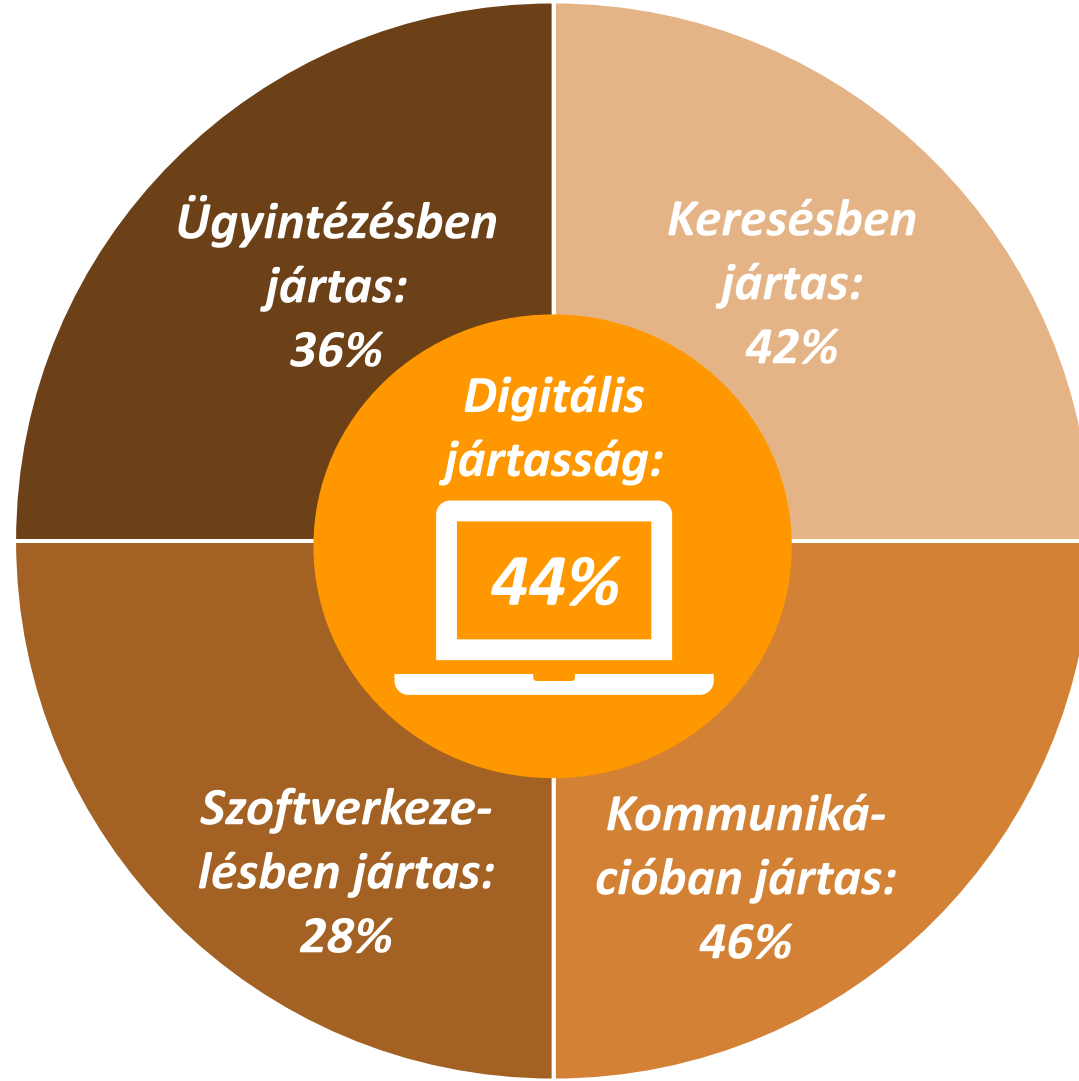


Ügyintézésben jártasok aránya*



ED1. Hogyan értékelné az Ön saját képességeit az alábbi tevékenységek terén? | N=Aki internetezik, és végez ilyen tevékenységeket | * A teljes mintán belül, figyelembe véve, hogy 34%-a nem internetezik.

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - ÖSSZESÍTÉS



Digitális jártassággal rendelkezőnek az tekinthető a modellben, aki a négy nagy vizsgált terület (keresés, kommunikáció, szoftverkezelés, ügyintézés) közül legalább kettőben rendelkezik jártassággal – azaz aki legalább két részterületen legalább két szempontnál a két legmagasabb osztályzat valamelyikével értékelte saját képességeit.

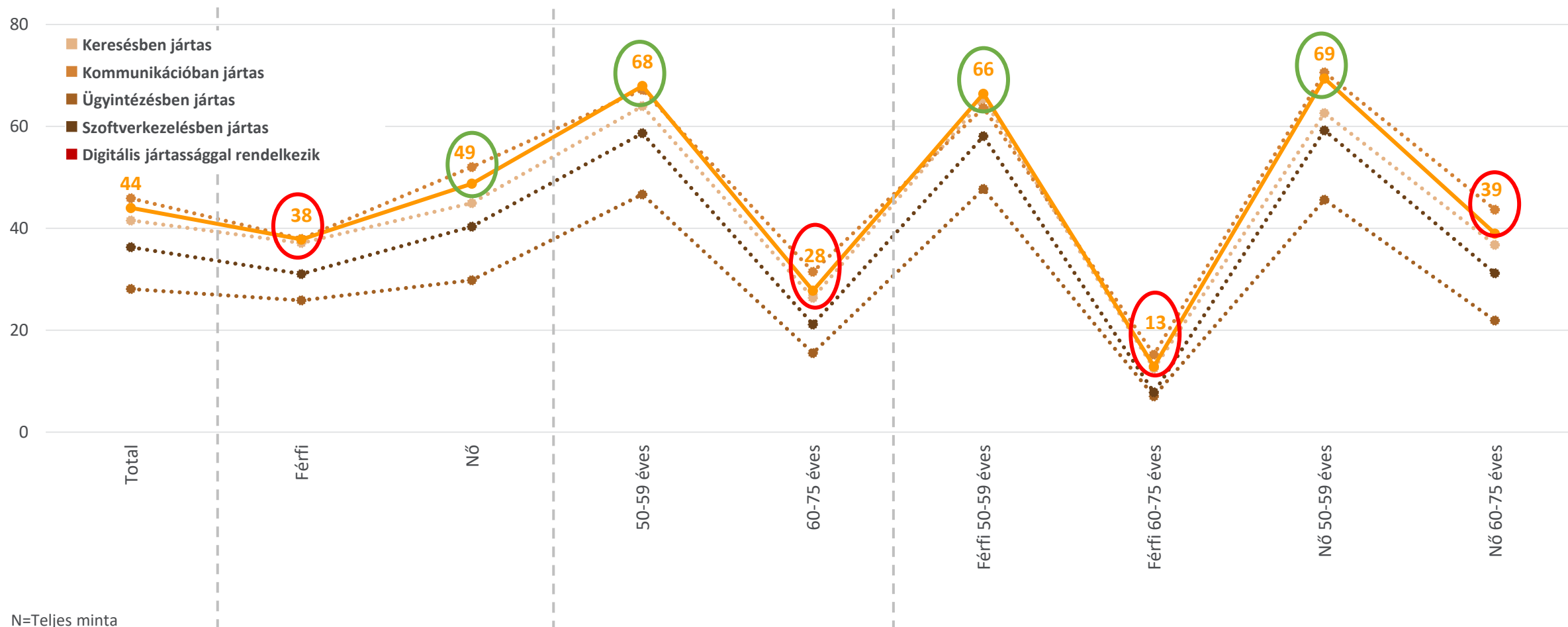
Azok, akik nem interneteznek (34%), automatikusan kiesnek, és nem kapják meg a digitális jártasságot.

Mindezeket figyelembe véve a teljes mintán, vagyis az 50-75 évesek körében **44% a digitális jártassággal rendelkezők aránya**, ami a nem internetezők magas arányát tekintve jó eredménynek tekinthető.

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - DEMOGRÁFIAI BONTÁSBAN

A digitális jártassággal rendelkezők aránya rendkívül eltérő az egyes demográfiai bontásokban; a nők és az 50-59 évesek körében jelentősen magasabb a digitális jártassággal rendelkezők aránya, mint a férfiak és a 60-75 évesek esetében.

Mélyebbre ásva az látható, hogy az 50-59 éves korosztályon belül nincs jelentős eltérés a férfiak és a nők között, a 60-75 évesek körében viszont a férfiaknál lényegesen alacsonyabb a digitális jártassággal rendelkezők aránya.



N=Teljes minta

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - RÉGIÓK ÉS TELEPÜLÉSTÍPUS SZERINTI BONTÁSBAN

A digitális jártasságot tekintve Észak-Magyarország és Dél-Dunántúl tekinthetőek elmaradottabb régióknak, ahol a megkérdezetteknek csak 37-35%-a tekinthető digitális jártassággal rendelkezőnek. Közép-Magyarország ezzel szemben kiemelkedően magas eredményt ért el.

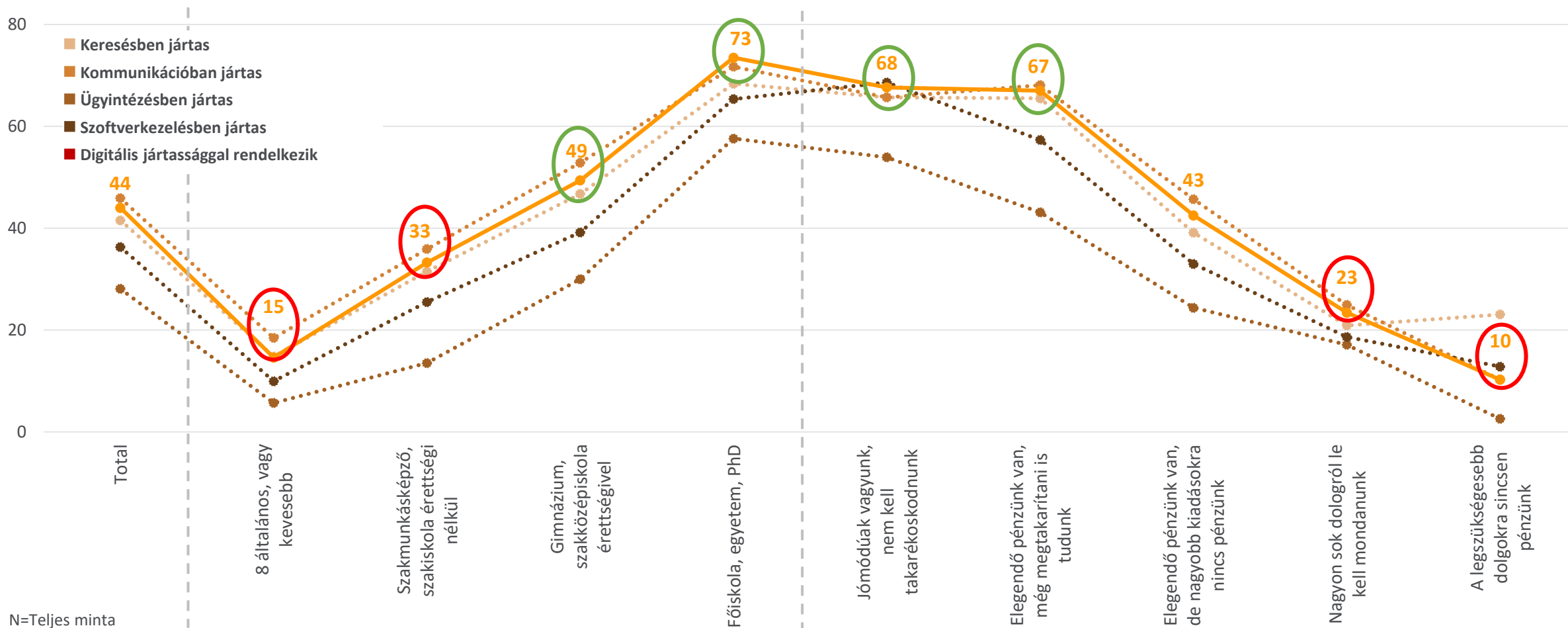
A régiós adatokkal összhangban Budapesten lényegesen magasabb a digitális jártassággal rendelkezők aránya, a megyeszékhelyeken, megyei jogú városokban is szignifikánsan magasabb a teljes mintához képest. A községekben, falvakban lényegesen rosszabb a helyzet, a megkérdezettek negyede tekinthető csak digitális jártassággal rendelkezőnek.



DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - ISKOLAI VÉGZETTSÉG ÉS JÖVEDELEM SZERINT

Az iskolai végzettség és a jövedelem egyaránt nagy hatással van a digitális jártasság alakulására.

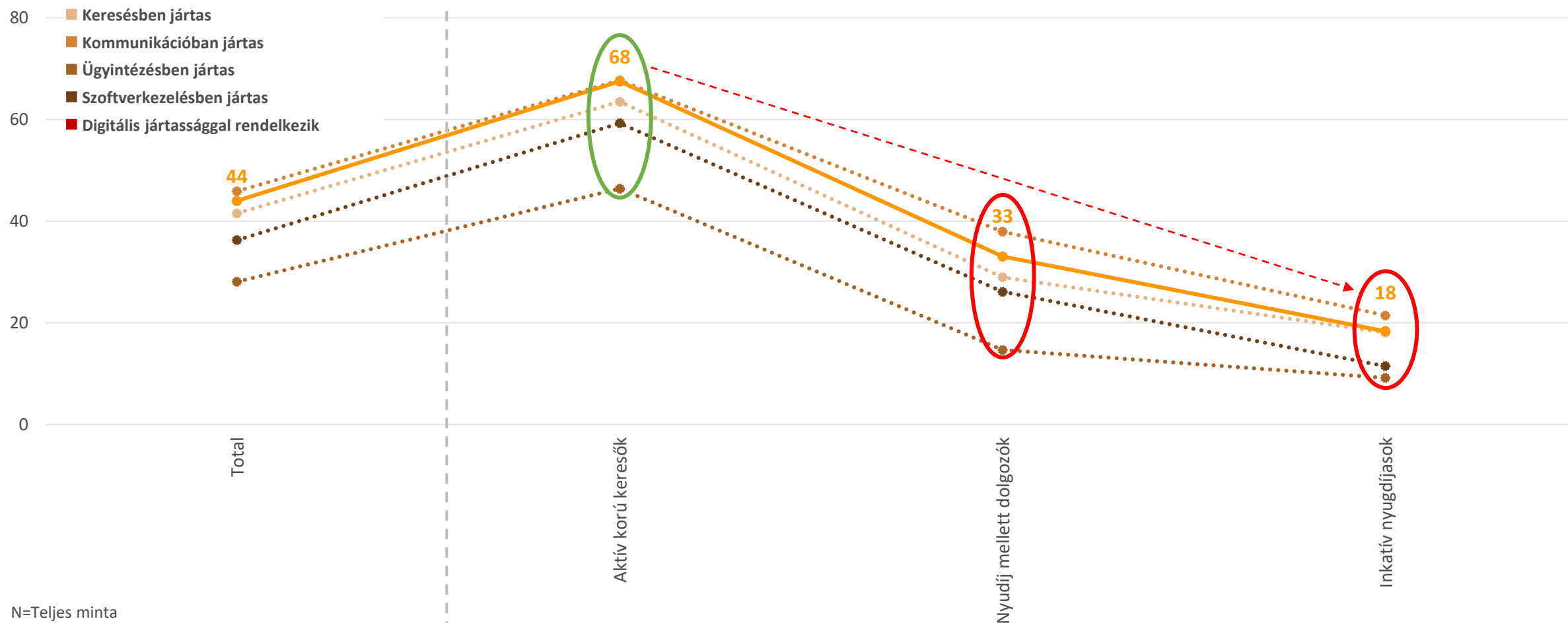
Az 50-75 éves korosztályon belül az érettségivel nem rendelkezők, ezen belül is azok, akik csak 8 általánossal rendelkeznek, jelentősen el vannak maradva digitális jártasság terén, akár csak azok, akik szerényebb anyagi körülmények között élnek. Ezzel szemben az érettségizettek, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, valamint a jobb anyagi helyzetben lévők körében szignifikánsan magasabb azok aránya, akik képzetebbek az internet használatában, és rendelkeznek digitális jártassággal.



N=Teljes minta

DIGITÁLIS JÁRTASSÁG - DEMOGRÁFIAI BONTÁSBAN

Az aktív korú, dolgozó 50 felettiiek körében lényegesen magasabb azok aránya, akik rendelkeznek digitális jártassággal. Ezzel szemben mindkét nyugdíjas szegmensnél jelentősen alacsonyabb ugyanez az arány - viszont a nyugdíjuk mellett dolgozók esetében még mindig magasabb, mint az inaktívknál.



N=Teljes minta



INTERNETHASZNÁLAT



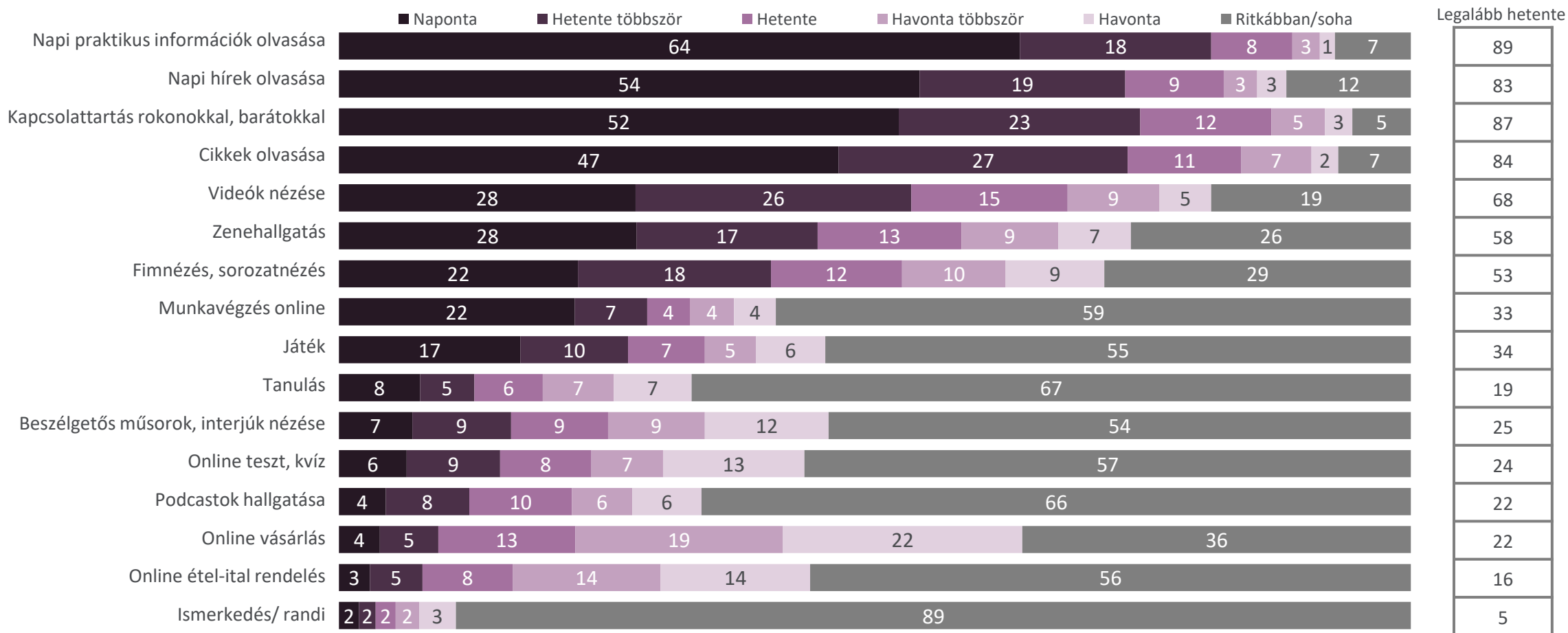
ÖSSZEFOGLALÓ - INTERNETHASZNÁLAT

- Az 50-75 évesek 64%-a böngészik legalább heti szinten az interneten, ők **elsősorban napi praktikus információk, hírek olvasására, illetve rokonokkal, barátokkal való kapcsolattartásra** használják a világhálót.
Az internetezők 28%-a néz videókat naponta a neten, és összességében 68%-a legalább hetente, míg filmeket, sorozatokat 22% tekint meg naponta és 53% heti szinten.
A rendszeresen internetező 50-75 évesek kétharmada (a teljes minta 28%-a) szokott online vásárolni, ezt azonban jellemzően inkább csak heti, vagy havi gyakorisággal végzik.
- A rendszeresen internetező 50-75 évesek körében **a legismertebb közösségi oldalak a Facebook, a Messenger és a YouTube;** mindhárom oldalt több mint 90%-uk ismerte. Az Instagram és a TikTok is igen magas ismertségnek örvend körükben, nagyjából háromnegyedük hallott már róla.
Egy átlagos 50-75 éves internetező **3-4 közösségi oldalra van beregisztrálva.** A többségnek csak 2-3 oldalon van profilja, viszont 12%-uk több mint 5 helyre is regisztrált.
- A legáltalánosabban használt internetes szolgáltatás az **online bankolás.** Emellett **menetrendeket** néznek még gyakran magasabb arányban, de többen szoktak legalább alkalmanként online vásárolni, ügyeket intézni és szállást foglalni.
- **Az internet biztonságossága alaposan megosztja az 50-75 éveseket;** a világháló 34% szerint biztonságos, de a teljes mértékben biztonságosnak tartók aránya mindössze 3%. Ezzel szemben 38% szerint veszélyes az internet világa, és ebből 17% azok aránya, akik egyáltalán nem tartják biztonságosnak a világhálót.
Az életkor fontos szerepet játszik az internet biztonságának megítélésében; az 50-59 évesek sokkal magasabb arányban vélik veszélytelennek a világhálót. Az internetet nem használók véleménye sokkal negatívabb, ami nagyban hozzájárulhat elutasító attitűdjükhöz is.

INTERNETES TEVÉKENYSÉGEK VÉGZÉSÉNEK GYAKORISÁGA

Az 50-75 évesek körében a leggyakrabban végzett internetes tevékenységek a napi praktikus információk és hírek olvasása, valamint a rokonokkal, barátokkal való kapcsolattartás – az internetezők több mint fele naponta végzi ezeket. Videókat a netezők 28%-a néz napi szinten, és összességében 68% legalább hetente, míg konkrétan filmeket, sorozatokat 22% néz napi szinten, és 53%-uk legalább hetente.

Az online vásárlás kiemelkedő még; a netezők kétharmada szokott ilyen formában vásárolni, de jellemzően inkább heti, vagy havi szinten végzik.

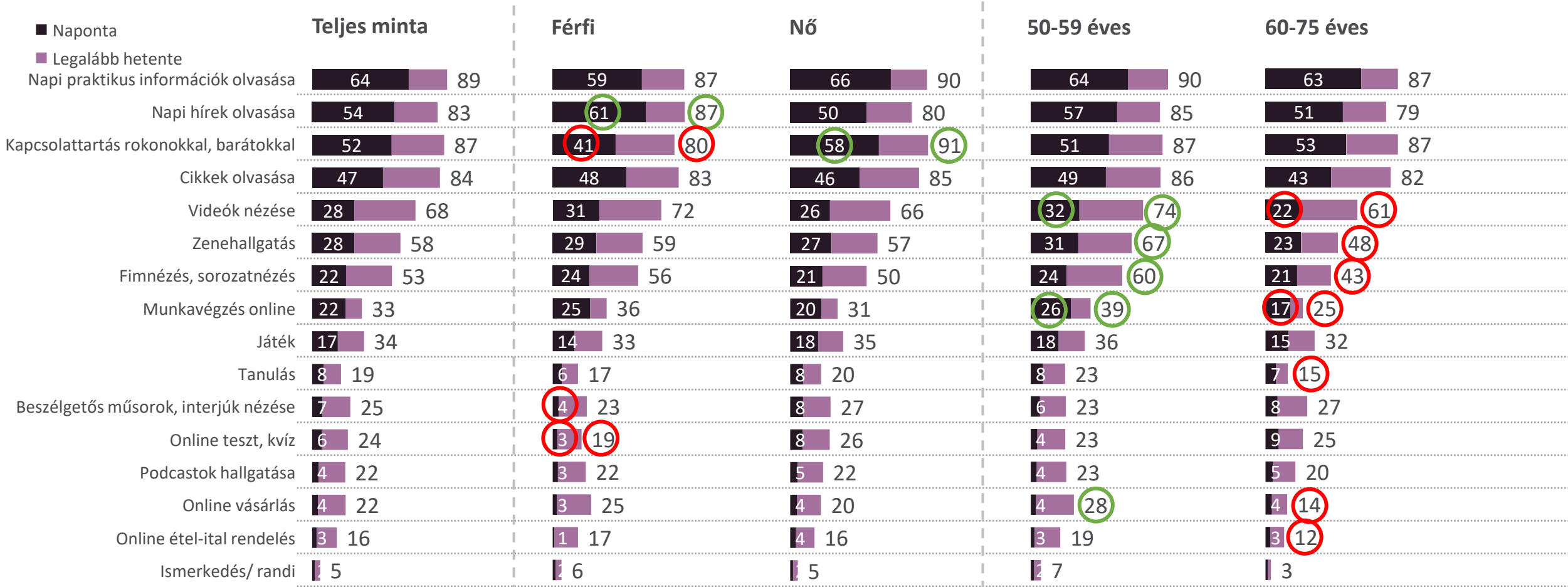


I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N=1283, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

INTERNETES TEVÉKENYSÉGEK VÉGZÉSÉNEK GYAKORISÁGA - KOR ÉS NEM SZERINT

Az 50-75 éves internetező férfiak nagyobb gyakorisággal olvasnak híreket, ugyanakkor ritkábban tartják a kapcsolatot barátokkal, rokonokkal, és online tesztek is szignifikánsan alacsonyabb gyakorisággal töltnek ki. A nők ezzel szemben nagyobb hangsúlyt fektetnek a kapcsolattartásra.

Az 50-59 évesek gyakrabban néznek videókat, filmeket, sorozatokat, gyakrabban hallgatnak zenét, dolgoznak, vagy vásárolnak online. A 60-75 évesek ritkábban végzik ezeket a tevékenységeket, és emellett az online tanulás és étel-ital rendelés is kevésbé jellemző rájuk.

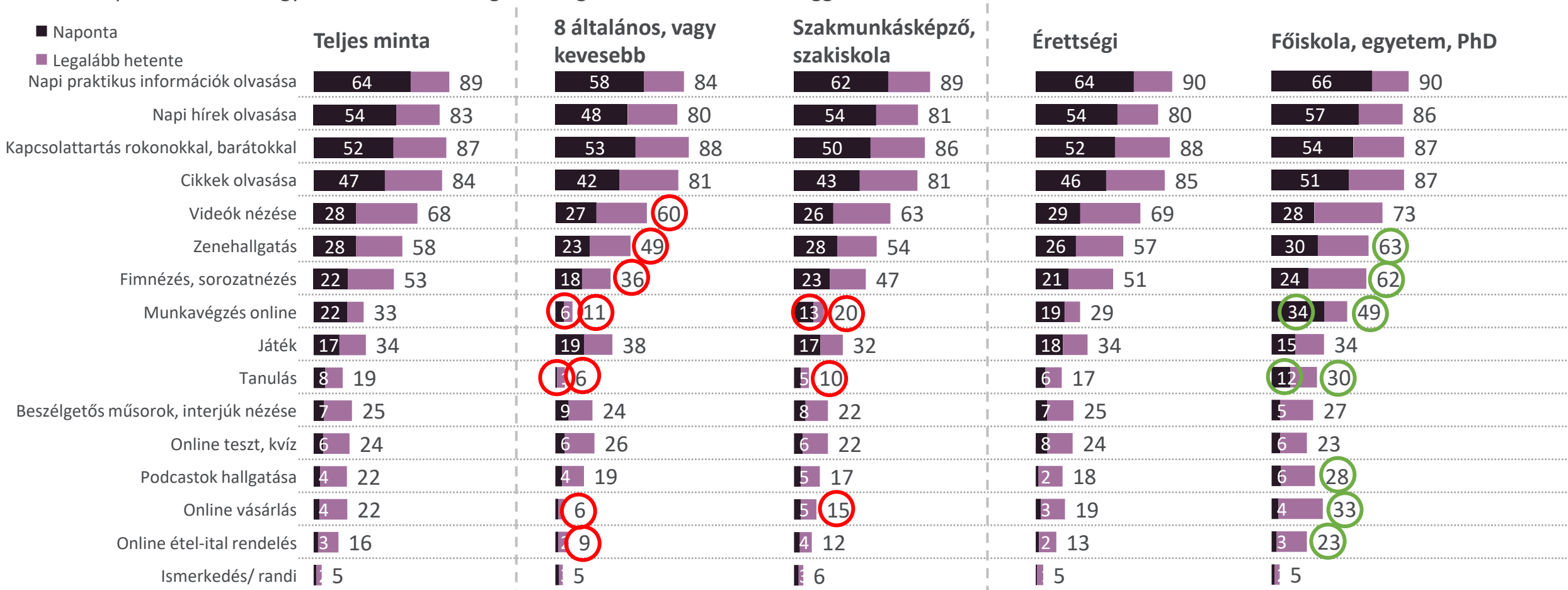


I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

INTERNETES TEVÉKENYSÉGEK VÉGZÉSÉNEK GYAKORISÁGA - ISKOLAI VÉGZETTSÉG

Szinte minden internetes tevékenység végzésének gyakorisága az iskolai végzettség szintjével együtt növekszik az 50-75 éves internetezők körében. Egyedül a játék az egyetlen olyan tevékenység, amit a legalacsonyabb végzettséggel rendelkezők végeznek a legnagyobb arányban.

A 8 általánossal rendelkezők szignifikánsan alacsonyabb mértékben néznek videókat, filmeket, hallgatnak zenét, dolgoznak, tanulnak, vagy vásárolnak online legalább heti szinten. A szakmunkásképzőt, szakiskolát végzettek szintén alacsonyabb arányban dolgoznak, tanulnak, vagy vásárolnak online. A felsőfokú végzettségűek ezzel szemben épp hogy magasabb arányban néznek videókat, filmeket, hallgatnak zenét, dolgoznak, tanulnak, vagy vásárolnak online, és emellett podcasteket is nagyobb mértékben hallgatnak legalább heti rendszerességgel.

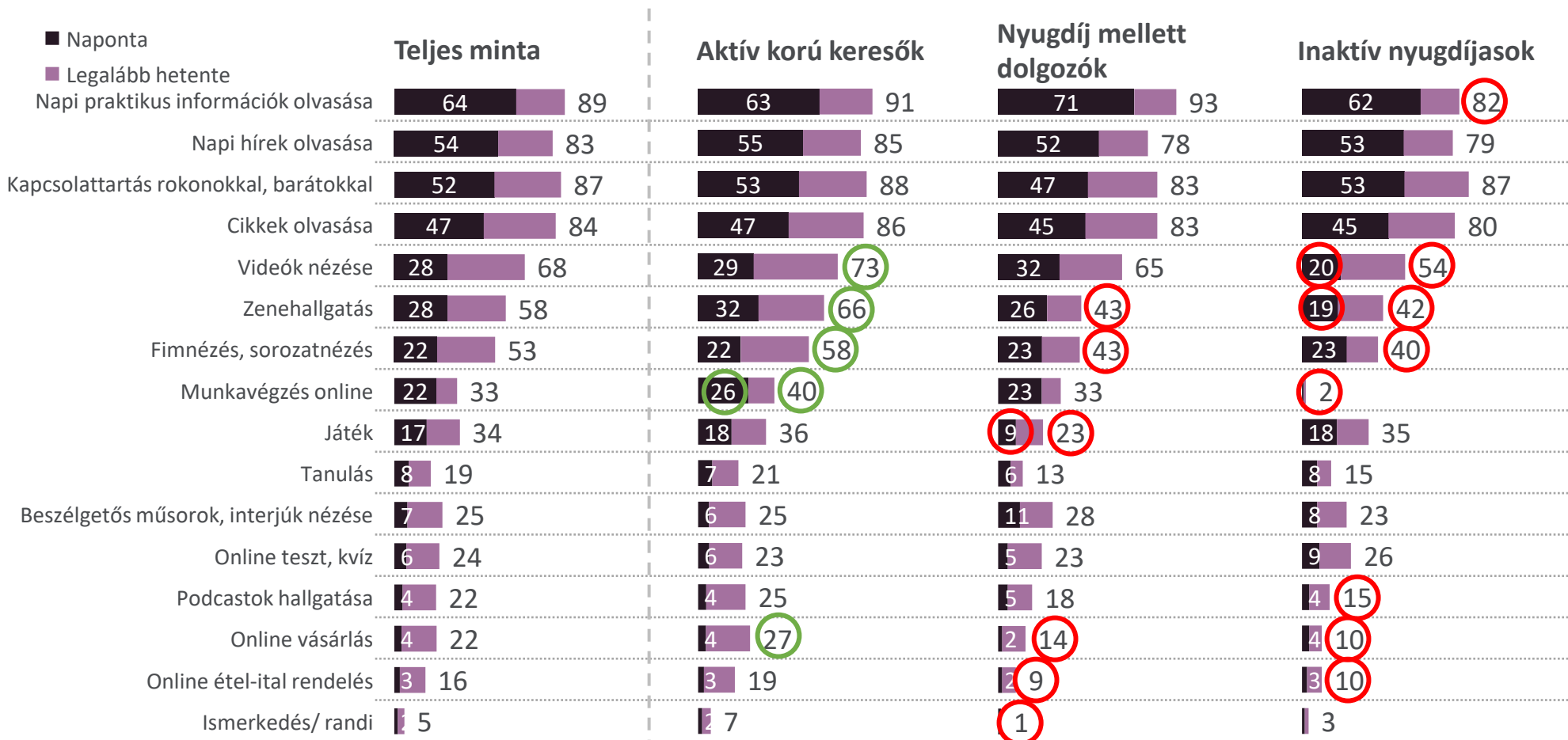


I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

INTERNETES TEVÉKENYSÉGEK VÉGZÉSÉNEK GYAKORISÁGA - AKTIVITÁS

Az aktív korú keresők – lévén jellemzően 50-59 évesek – a legtöbb internetes tevékenységet nagyobb arányban végzik, mint a nyugdíjasok. Különösen igaz ez a videók, filmek, sorozatok nézésére, a zenehallgatásra, az online munkavégzésre és az online vásárlásra. Az inaktív nyugdíjasok esetében épp fordítva igaz; ők a legtöbb tevékenységet alacsonyabb arányban végzik, nem csak napi, de heti szinten is.

A nyugdíj mellett dolgozóakra szintén kevésbé jellemzőek a felsorolt aktivitások, különösen az online zenehallgatás, filmnézés, játék, valamint az online vásárlás és ismerkedés is.

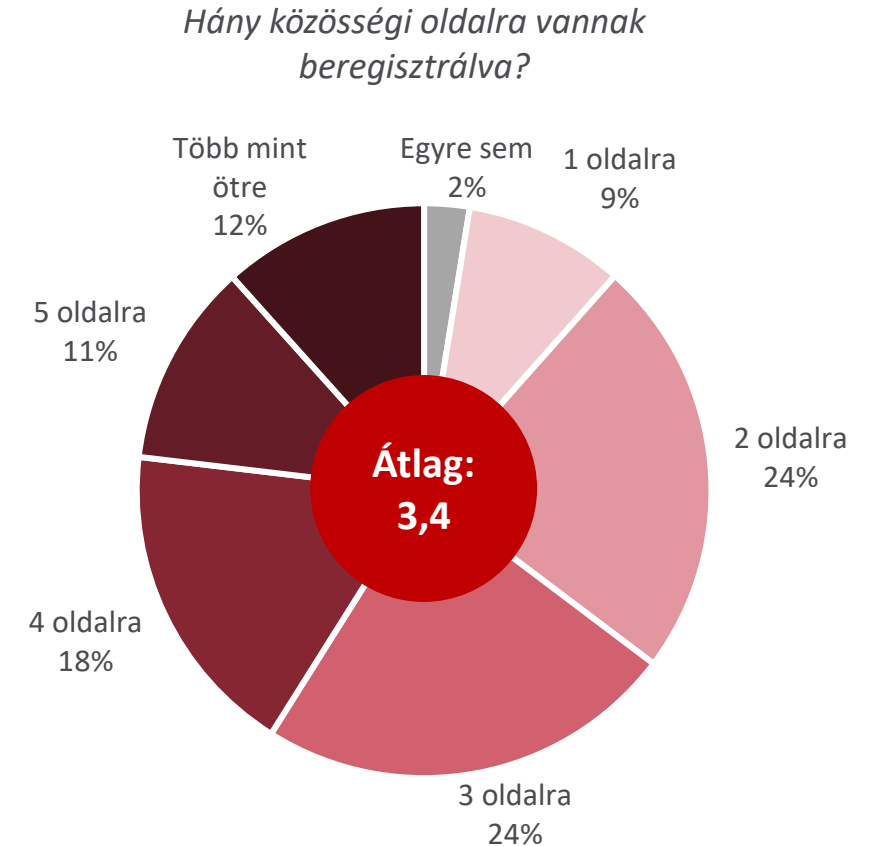
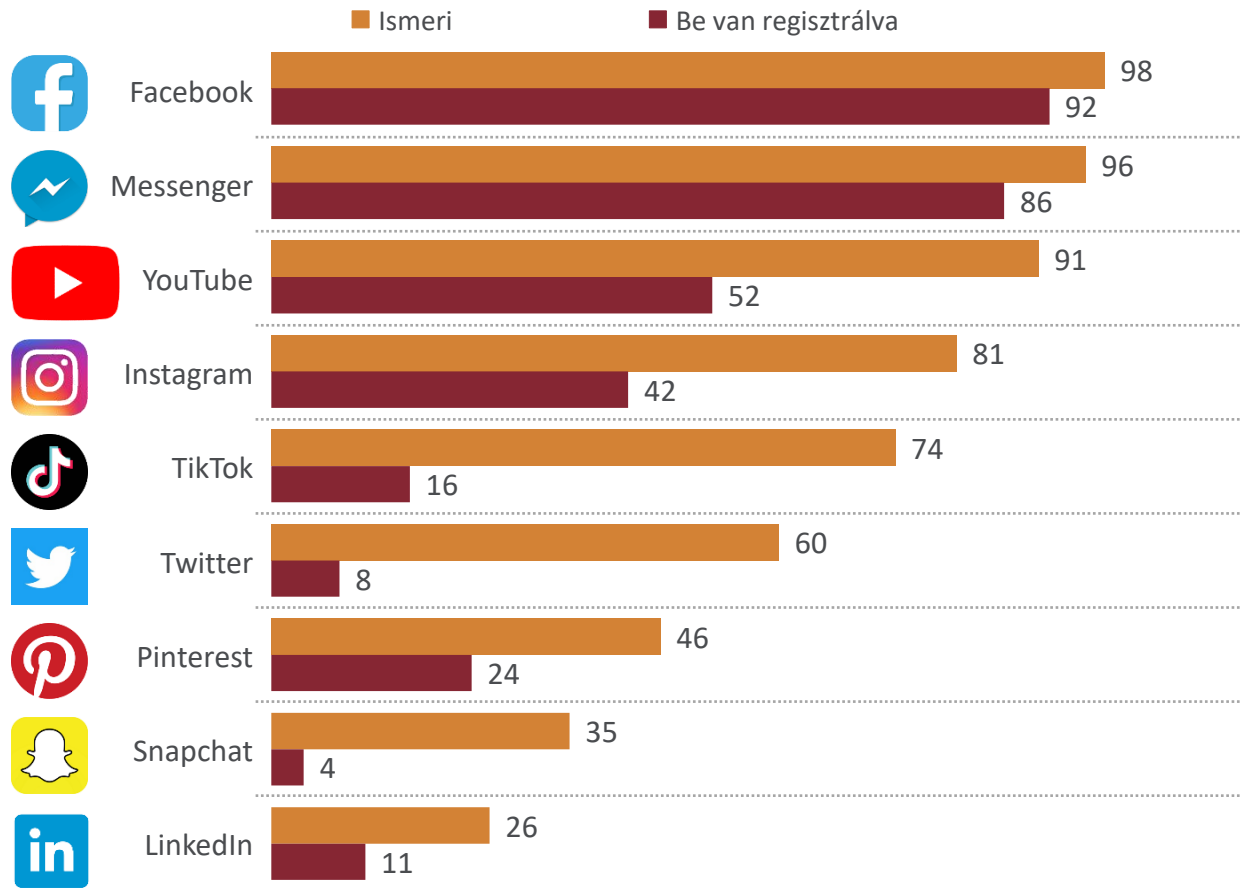


I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

KÖZÖSSÉGI OLDALAK ISMERTSÉGE ÉS HASZNÁLATA

A rendszeresen internetező 50-75 évesek körében a legismertebb közösségi oldalak a Facebook, a Messenger és a YouTube; mindhárom oldalt több mint 90%-uk ismerte. Az Instagram és a TikTok is igen magas ismertségnek örvend körükben, nagyjából háromnegyedük hallott már róla. A Snapchat és a LinkedIn végzett a lista végén, de még ezeket is a válaszadók harmada-negyede ismerte.

Egy átlagos 50-75 éves internetező 3-4 közösségi oldalra van beregisztrálva. A többségnek csak 2-3 oldalon van profilja, viszont 12%-uk több mint 5 helyre is regisztrált.



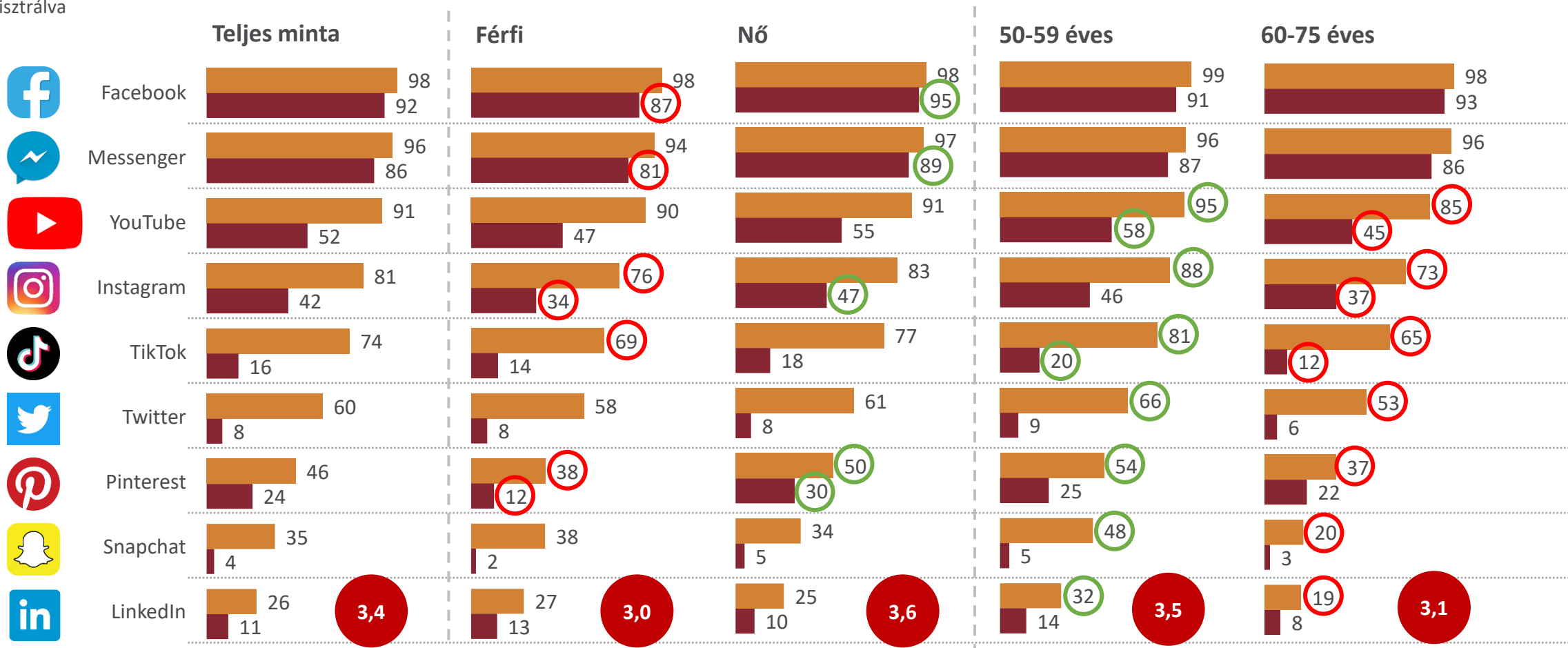
I2a. Mely közösségi oldalakról hallott Ön már valaha? I3. Mely közösségi oldalakra van beregisztrálva? | N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

KÖZÖSSÉGI OLDALAK ISMERTSÉGE ÉS HASZNÁLATA - KOR ÉS NEM SZERINT

Összhangban a korábbi eredményekkel, a férfiak kevésbé aktívak a közösségi oldalakon, mint a nők; a nők szignifikánsan magasabb arányban vannak jelen a Facebook-on, a Messenger-en, az Instagram-on, valamint a Pinterest-en is. Utóbbi oldalt magasabb arányban is ismerik.

Szintén a korábban látottaknak megfelelően az 50-59 évesek a legtöbb közösségi oldalt magasabb arányban ismerik, mint az idősek, emellett szignifikánsan nagyobb mértékben regisztráltak az Instagram-ra és a TikTok-ra.

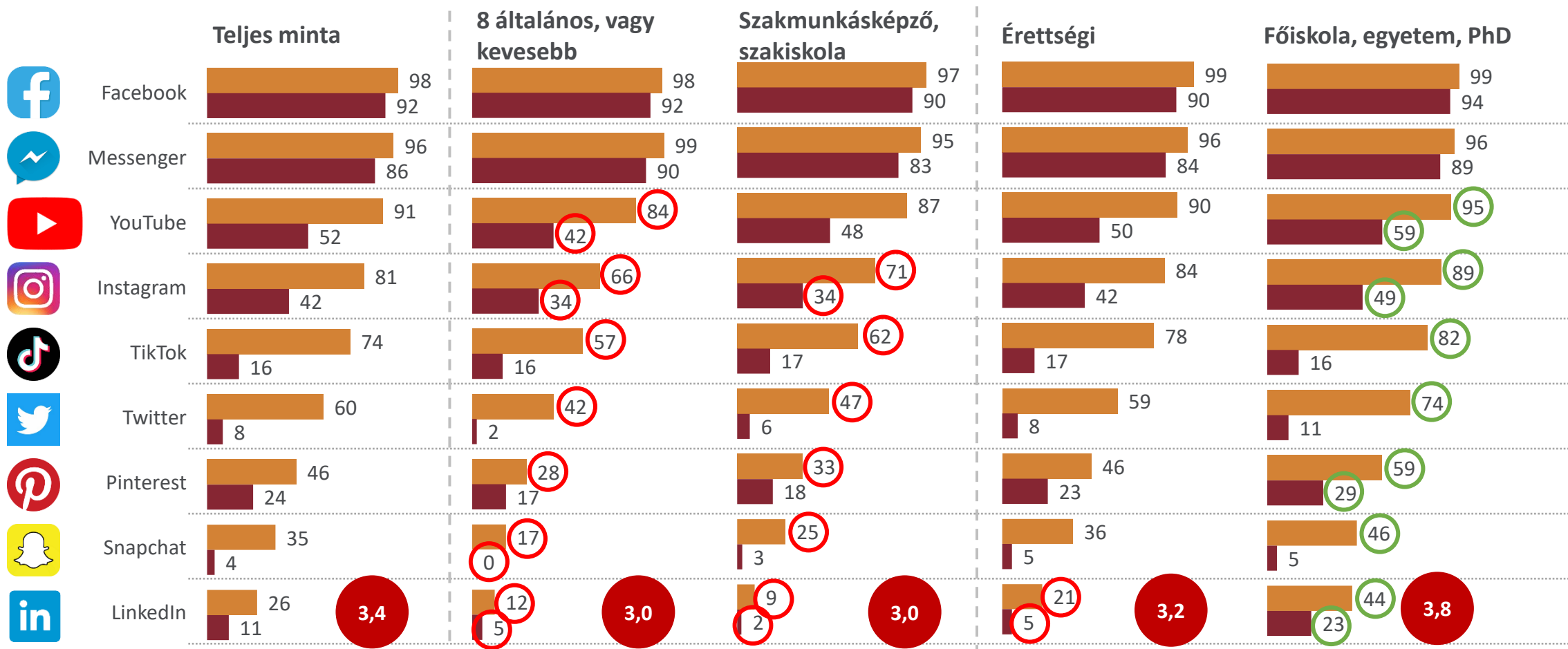
■ Ismeri
■ Be van regisztrálva
■ Átlag



I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

KÖZÖSSÉGI OLDALAK ISMERTSÉGE ÉS HASZNÁLATA - KOR ÉS NEM SZERINT

Az interneten böngésző nyolc általánossal rendelkező 50-75 évesek, valamint a szakmunkásképzőt, szakiskolát végzettek leszámítva kevésbé tájékozottak a közösségi oldalakat illetően; a Facebook-ot, a Messenger-t és a szakmunkásképzőt végzettek esetében a YouTube-ot leszámítva minden közösségi oldalt alacsonyabb arányban ismernek, és ennek megfelelően több oldalon is kevesebb a regisztráltak aránya. A felsőfokú végzettségűek esetében épp fordított a helyzet.

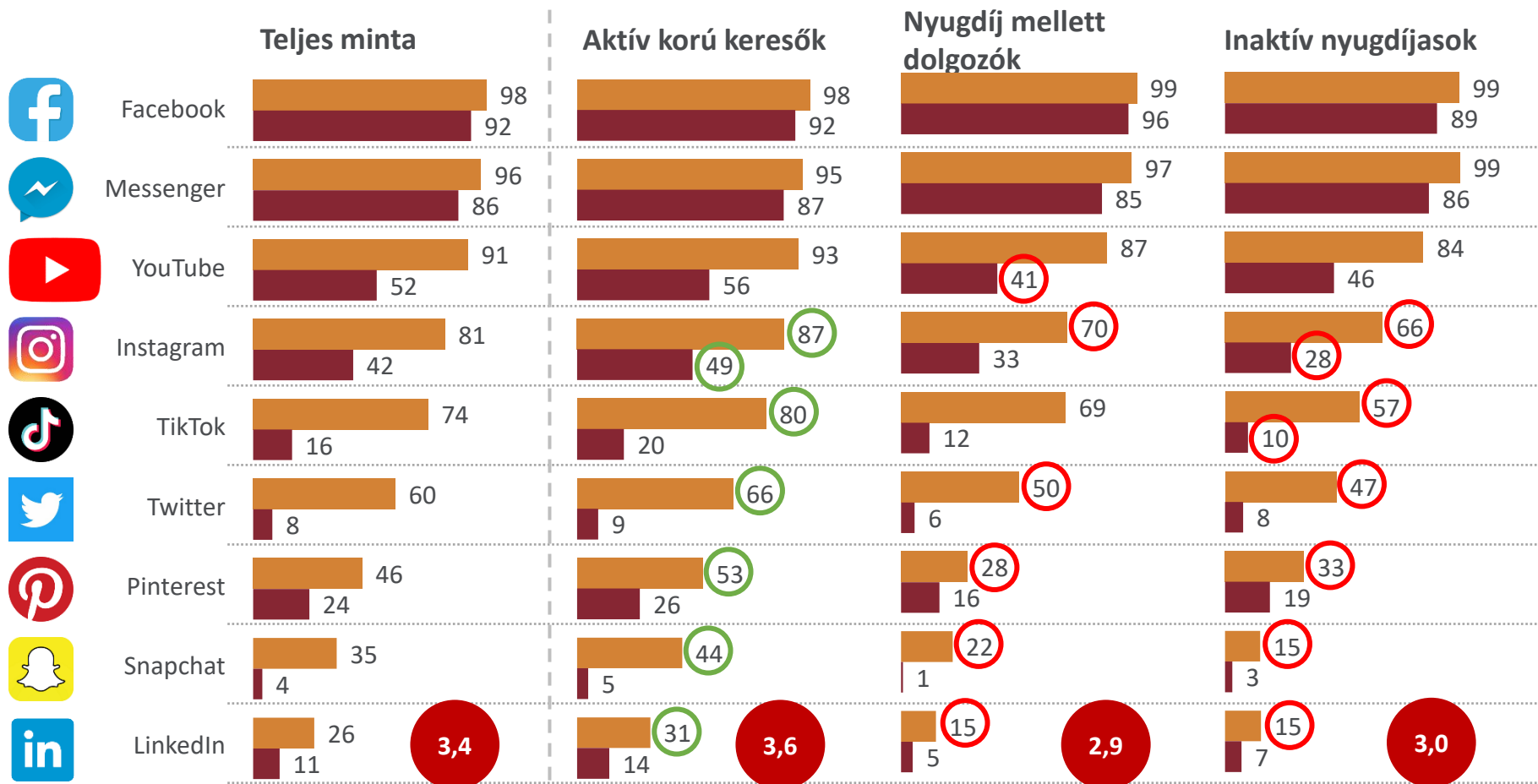


I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

KÖZÖSSÉGI OLDALAK ISMERTSÉGE ÉS HASZNÁLATA - AKTIVITÁS SZERINT

Azok a rendszeresen internetező 50 felettiek, akik még aktív korúak, és dolgoznak, a teljes mintához képest magasabb arányban ismerik az Instagram-ot, a TikTok-ot, a Twitter-t, a Pinterestet, a Snapchat-et és a LinkedIn-t, de beregisztrálva csak az Instagram-on vannak nagyobb mértékben.

Az internetező nyugdíjasok a Facebook és a Messenger kivételével minden közösségi oldalt kisebb mértékben ismernek, és az inaktívak alacsonyabb arányban vannak jelen az Instagram-on és a TikTok-on.



I1. Milyen gyakran szokta Ön a neten az alábbi tevékenységeket végezni? | N= Aki legalább hetente szokott böngészni a neten

A FACEBOOK HASZNÁLATA

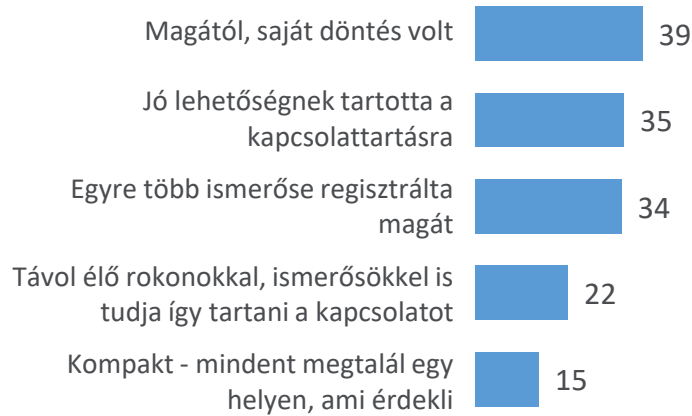
A legalább heti szinten internetező 50-75 évesek 92%-a regisztrálta magát a Facebook-ra. 39% egyszerűen csak saját elhatározásból készített profilt, de erős motiváló tényező volt a kapcsolattartás lehetősége is, valamint hogy egyre több ismerős regisztrált már be a közösségi oldalra.

Elsődlegesen azért látogatják az oldalt, hogy ismerőseikkel beszélgessenek, valamint hogy az ismerősök bejegyzéseit olvassák, de a Hírfolyamon megjelenő cikkek is sokak számára vonzóak. Saját tartalmakat jellemzően csak 31% oszt meg.

Az 50-75 éves Facebook-ozók 38%-a tartja magát képzett felhasználónak, közel felük inkább csak közepes ismeretekkel rendelkezik saját megítélése szerint.



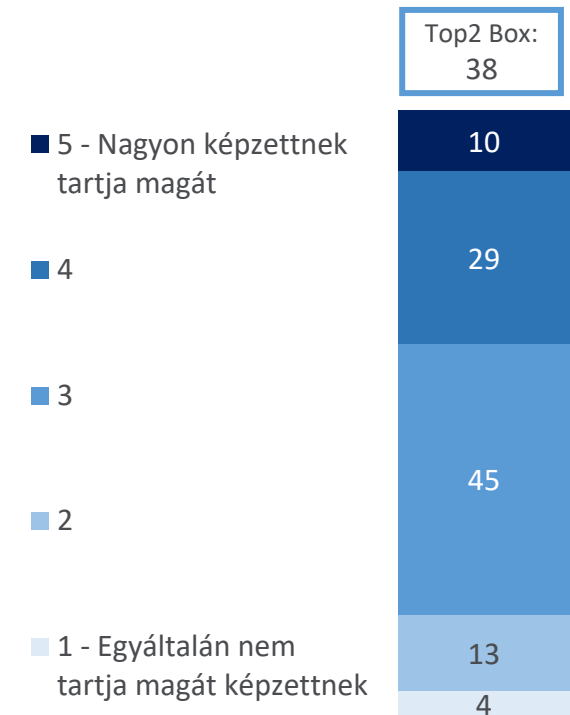
Minek a hatására regisztrált?



Miért látogatja?



Mennyire tartja magát képzettnek?



I4a. Milyen céllal látogatja ezt a közösségi oldalt? I4b. Saját megítélése szerint mennyire ismeri jól a Facebook-ot? I4c. Minek a hatására kezdett el Facebook-ozni? | N=1223, Aki Facebook felhasználó

A YOUTUBE HASZNÁLATA

A legalább heti szinten internetező 50-75 évesek 52%-a regisztrált a YouTube-ra.

Elsősorban zenei videók megtekintésére, zenehallgatásra használják, a közösségi oldal jellege nem igazán kerül kiaknázásra. A zene mellett a humoros videók és a receptek is igen népszerűek.

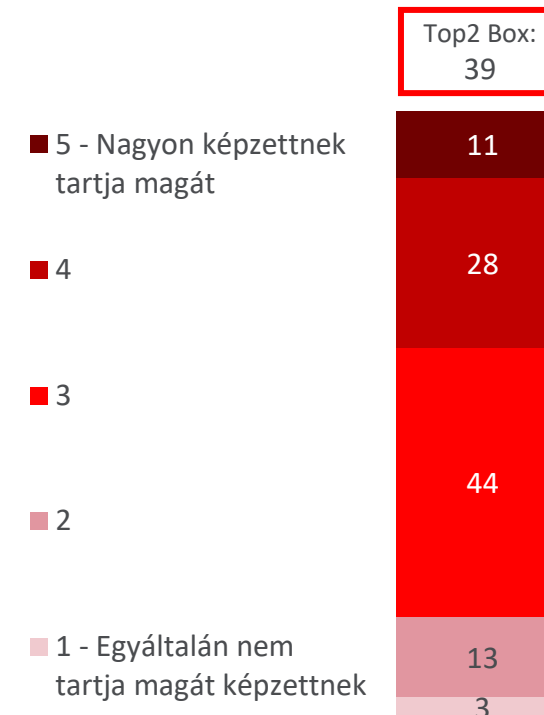
39% tartja magát képzett YouTube felhasználónak, jellemzően inkább csak közepesre értékelik saját ismereteiket.



Miért látogatja?



Mennyire tartja magát képzettnek?



I6a. Milyen céllal látogatja ezt a közösségi oldalt? I6b. Saját megítélése szerint mennyire ismeri jól a YouTube-ot? | N=693, Aki YouTube felhasználó

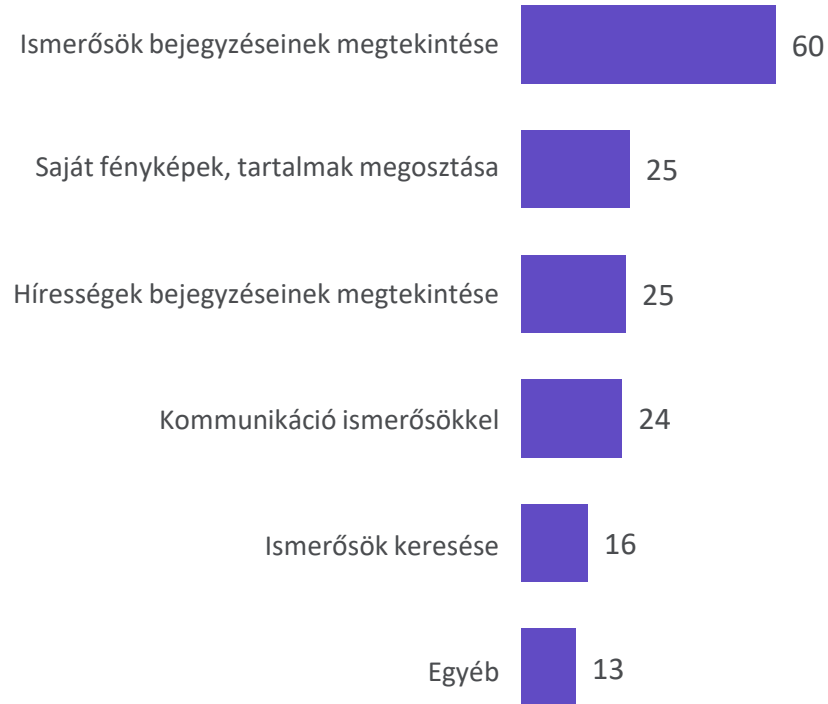
AZ INSTAGRAM HASZNÁLATA

A heti szinten internetező 50-75 éves korosztály 42%-ának van Instagram profilja. A felhasználókat a passzív használat jellemzi; elsősorban ismerősök, hírességek bejegyzéseit nézegetik rajta, csak negyedük oszt meg saját tartalmat, és ugyanekkora azok aránya, akik kapcsolattartásra használják a közösségi oldalt.

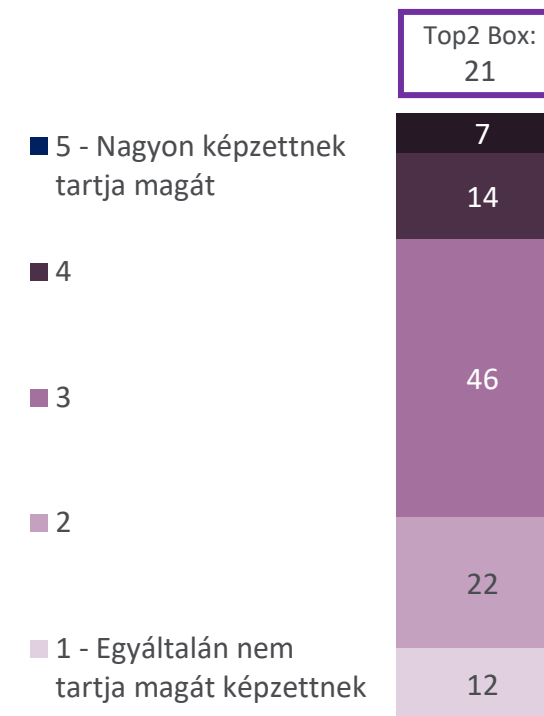
21% gondolja úgy, hogy képzett, vagy nagyon képzett az Instagram használatában, a többség itt is inkább csak közepesre értékelte az ismereteit.



Miért látogatja?



Mennyire tartja magát képzettnek?

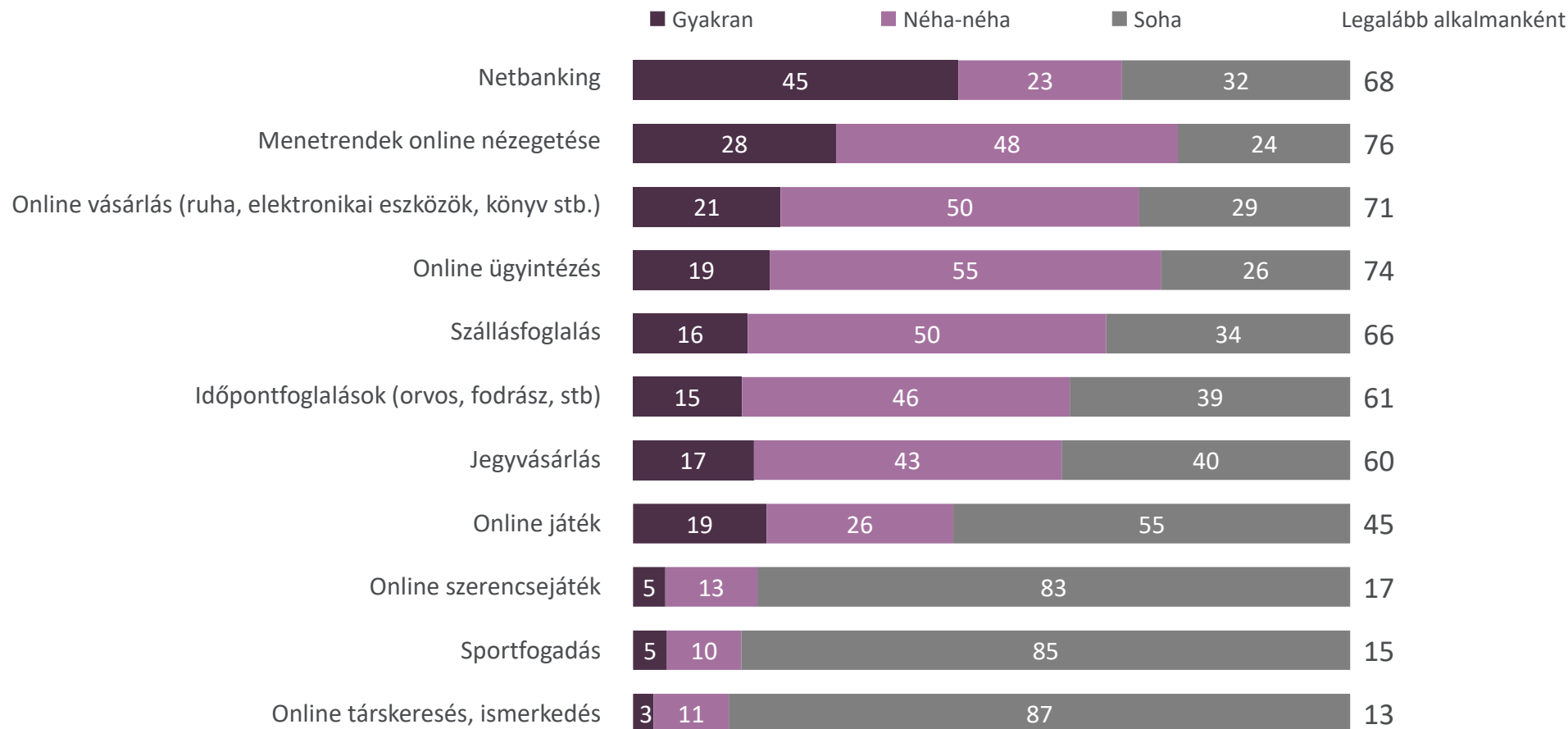


I5a. Milyen céllal látogatja ezt a közösségi oldalt? I5b. Saját megítélése szerint mennyire ismeri jól az Instagram-ot? | N=561, Aki Instagram felhasználó

ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK IGÉNYBEVÉTELE

Az 50-75 évesek körében a legáltalánosabban használt internetes szolgáltatás az online bankolás; a rendszeresen netezők 45%-a gyakran, további 23-a% olykor-olykor használja ezt a lehetőséget. Emellett menetrendeket néznek még gyakran magasabb arányban, de többen szoktak legalább alkalmanként online vásárolni, ügyeket intézni és szállást foglalni.

Az internetes bankolást leszámítva azonban minden szolgáltatás esetében elmondható, hogy viszonylag alacsony a gyakori használók aránya.

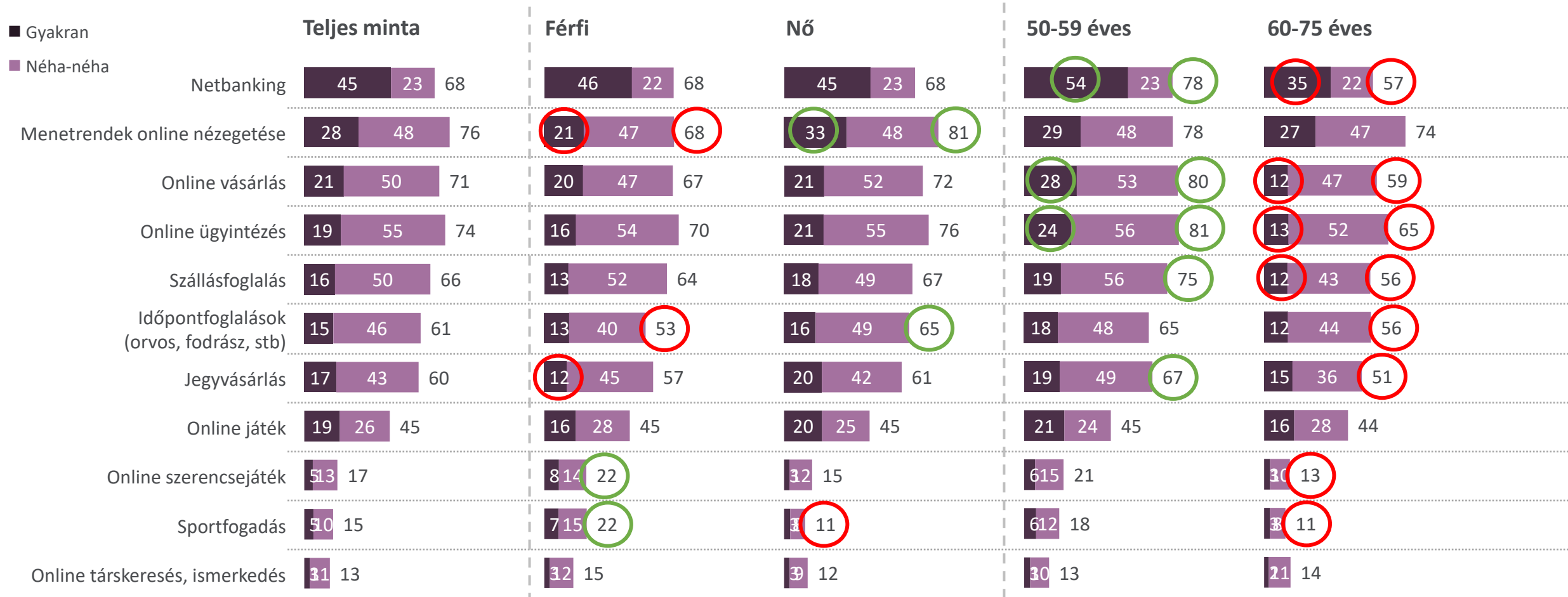


17. Milyen rendszerességgel használja Ön az alábbi online szolgáltatásokat? | N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK IGÉNYBEVÉTELE - NEM ÉS ÉLETKOR SZERINT

Az 50-75 éves nők magasabb arányban nézik meg a menetrendet és foglalnak időpontokat online mint a férfiak, akik ezzel szemben nagyobb mértékben űznek online szerencsejátékot, vagy fogadnak sporteseményekre.

Az életkor most is komoly szerepet játszik a szolgáltatások igénybevételében; az 50-59 éves internetezők nagyobb arányban bankolnak, vásárolnak, intéznek ügyeket, foglalnak szállást és vásárolnak jegyeket online, mint a 60-75 évesek.



17. Milyen rendszerességgel használja Ön az alábbi online szolgáltatásokat? | N=Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK IGÉNYBEVÉTELE - ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT

Az iskolai végzettséggel együtt nő az online szolgáltatások igénybevétele, és az igénybevétel gyakorisága is az 50-75 évesek körében.

A korábbi eredményeknél látottakhoz hasonló mintázat rajzolódik ki, azaz az alacsony végzettséggel rendelkezők szinte minden szolgáltatást szignifikánsan alacsonyabb arányban vesznek igénybe, az érettségizettek viselkedése a teljes mintához hasonló, míg a felsőfokú végzettséget megszerzők szinte minden szolgáltatást magasabb arányban használnak, és az igénybe vétel gyakorisága is magasabb.



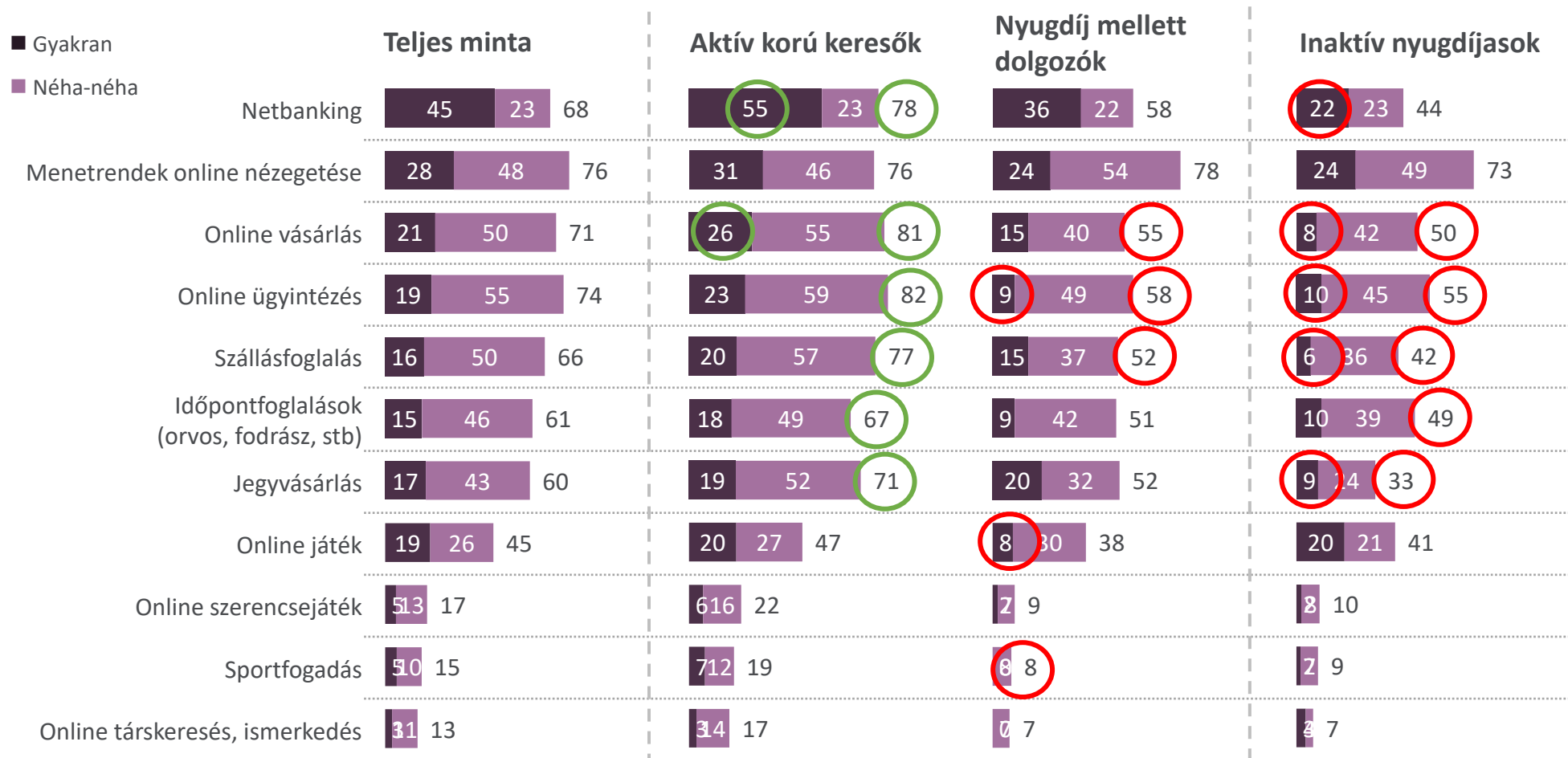
17. Milyen rendszerességgel használja Ön az alábbi online szolgáltatásokat? | N=Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK IGÉNYBEVÉTELE - AKTIVITÁS SZERINT

Az aktív korú, gazdaságilag is aktív, rendszeresen internetező 50 felettiiek minden internetes szolgáltatás magasabb arányban vesznek igénybe legalább alkalmanként; különösen igaz ez a netes bankolásra, valamint az online vásárlásra.

A nyugdíj mellett dolgozók alacsonyabb mértékben szoktak online vásárolni, ügyeket intézni, szállást foglalni, valamint sportfogadásokat kötni.

Az inaktív nyugdíjasok a legtöbb szolgáltatást csak kisebb arányban veszik igénybe.



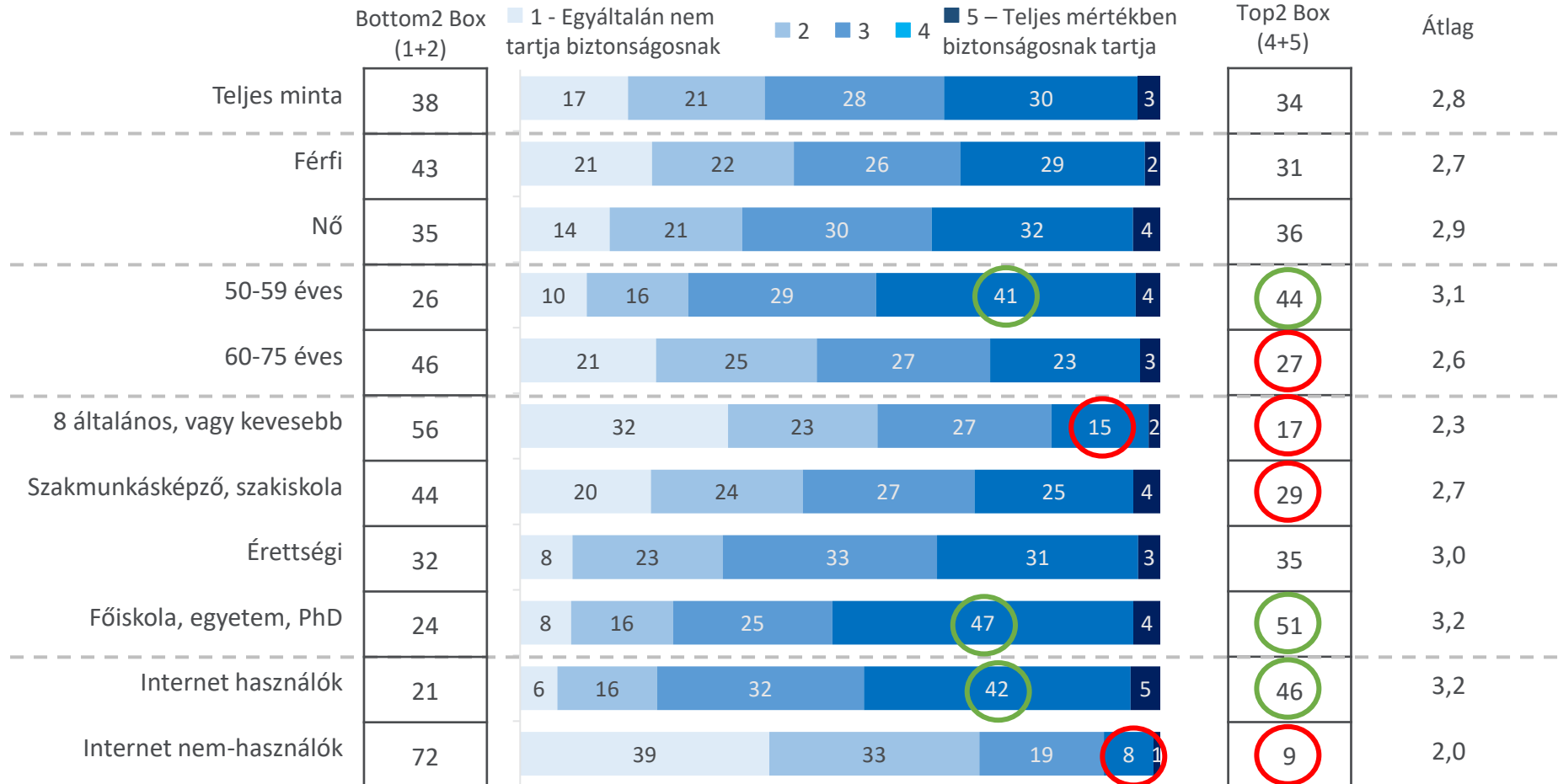
17. Milyen rendszerességgel használja Ön az alábbi online szolgáltatásokat? | N=Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

INTERNETES BIZTONSÁG

Az internet biztonságossága alaposan megosztja az 50-75 éveseket; 34% szerint biztonságos, de a teljes mértékben biztonságosnak tartók aránya mindössze 3%. Ezzel szemben 38% szerint veszélyes az internet világa, és ebből 17% azok aránya, akik egyáltalán nem tartják biztonságosnak a világhálót.

A férfiak és a nők véleményében csak árnyalatnyi eltérések vannak, az életkor azonban fontos szerepet játszik az internet biztonságának megítélésében; az 50-59 évesek sokkal magasabb arányban vélik veszélytelennek a világhálót – de még körükben is csak 4% tartja teljes mértékben biztonságosnak.

Az internetet nem használók véleménye sokkal negatívabb, ami nagyban hozzájárulhat elutasító attitűdjükhöz is.

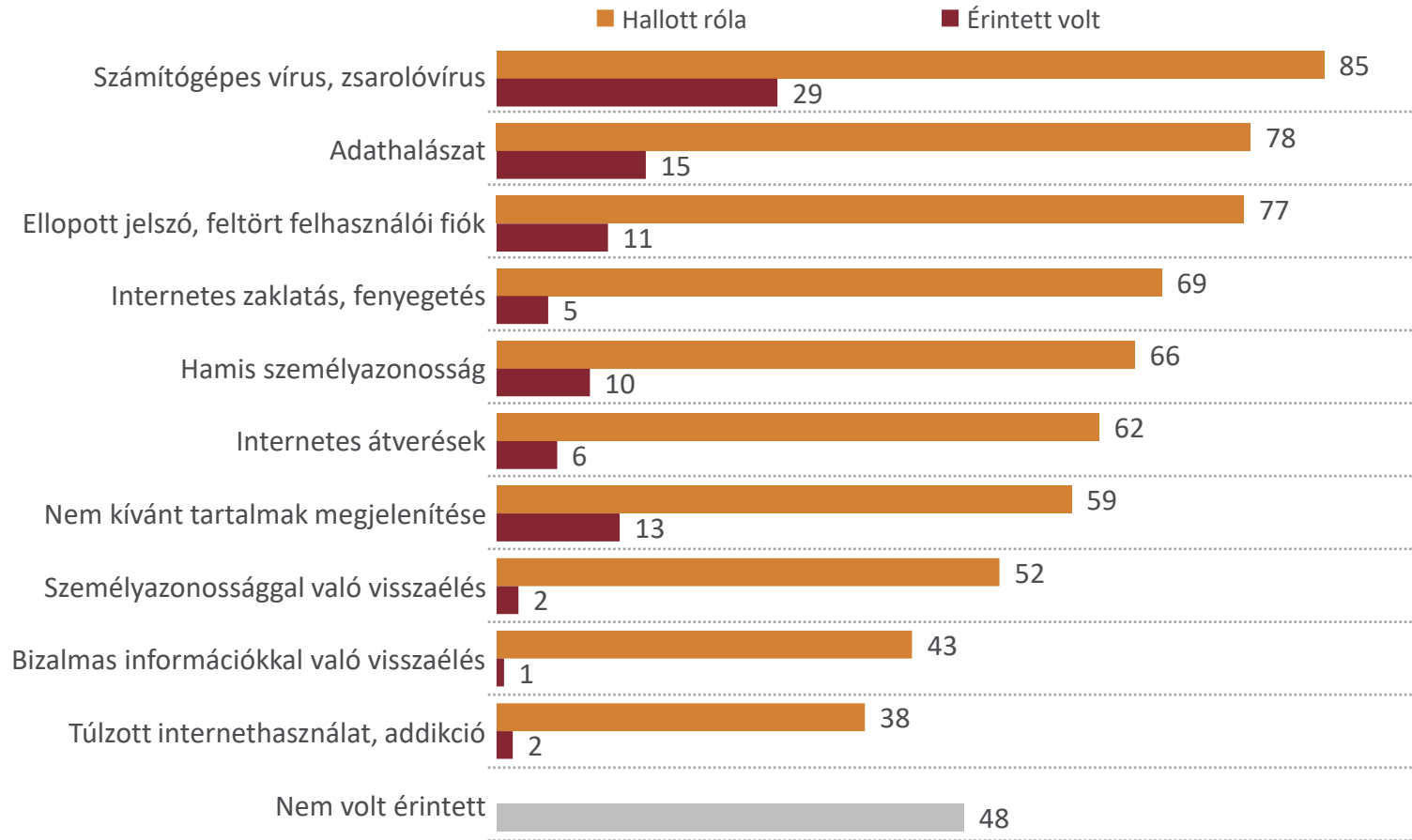


IB1. Mennyire tartja Ön biztonságosnak az Internetet? | N=2000, Teljes minta

INTERNETES FENYEGETETTSÉGEK

A rendszeresen internetező 50-75 évesek 85%-a hallott számítógépes vírusokról, zsarolóvírusokról – ezzel ez lett a legnagyobb mértékben ismert internetes fenyegetés. Ezt szorosan követi az adathalászat és az elloptott jelszavak, amikről 77-78% hallott már.

A legalább heti szinten internetezők kicsivel több mint fele találkozott bármiféle internetes veszéllyel; ez elsősorban vírus volt, de többen voltak érintettek adathalászatban, nem kívánt tartalmakkal való találkozásban és elloptott jelszavakban.

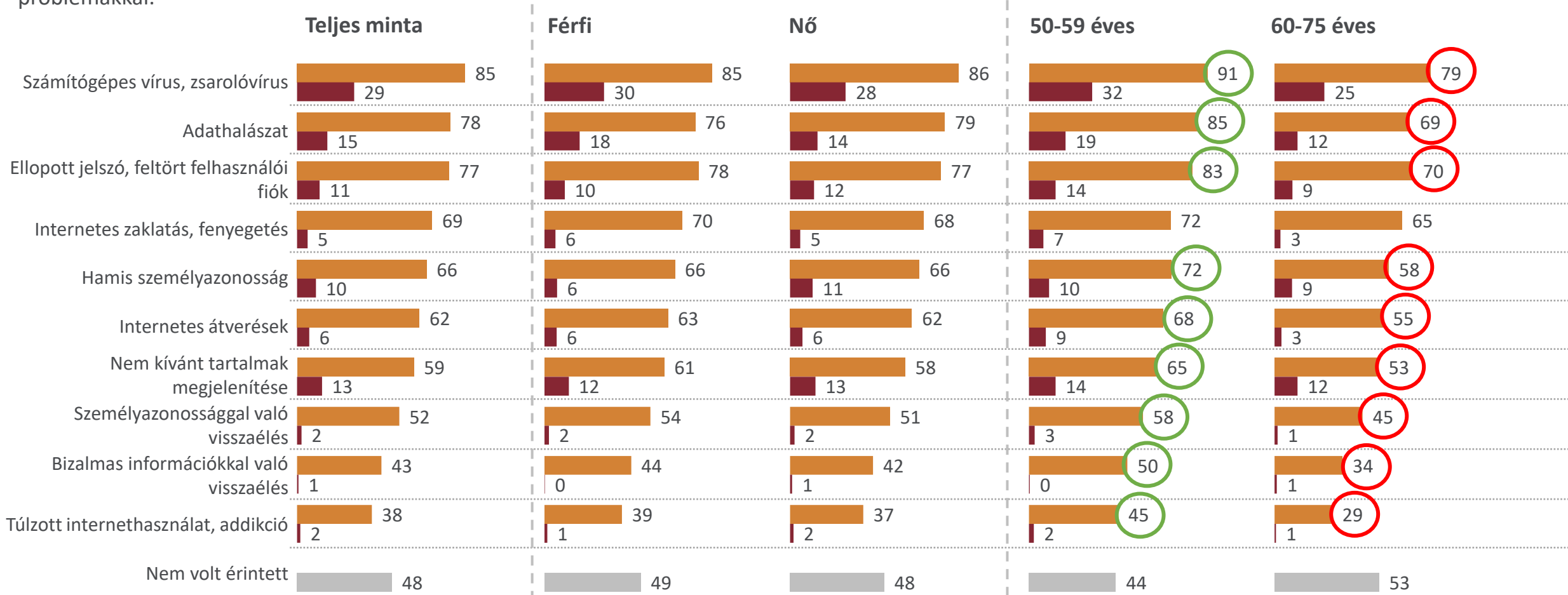


IB2. Az alábbi internetes fenyegetések közül melyekről hallott már valaha? IB3. Az alábbi internetes fenyegetések közül melyekben volt már Ön érintett személy szerint?
N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

INTERNETES FENYEGETETTSÉGEK

Az internetet rendszeresen használó 50-75 éves férfiak és a nők azonos arányban hallottak és találtak a különböző internetes fenyegetésekkel, vagyis a válaszadók nemének nincs fontos szerepe ebből a szempontból.

Az 50-59 évesek tájékozottabbak a netes veszélyekkel kapcsolatban; szinte minden fenyegetést szignifikánsan magasabb arányban ismertek. Az érintettséget tekintve statisztikailag nem szignifikáns az eltérés a két korcsoport között, de az 50-59 évesek tendenciózusan kissé magasabb arányban találtak az egyes problémákkal.



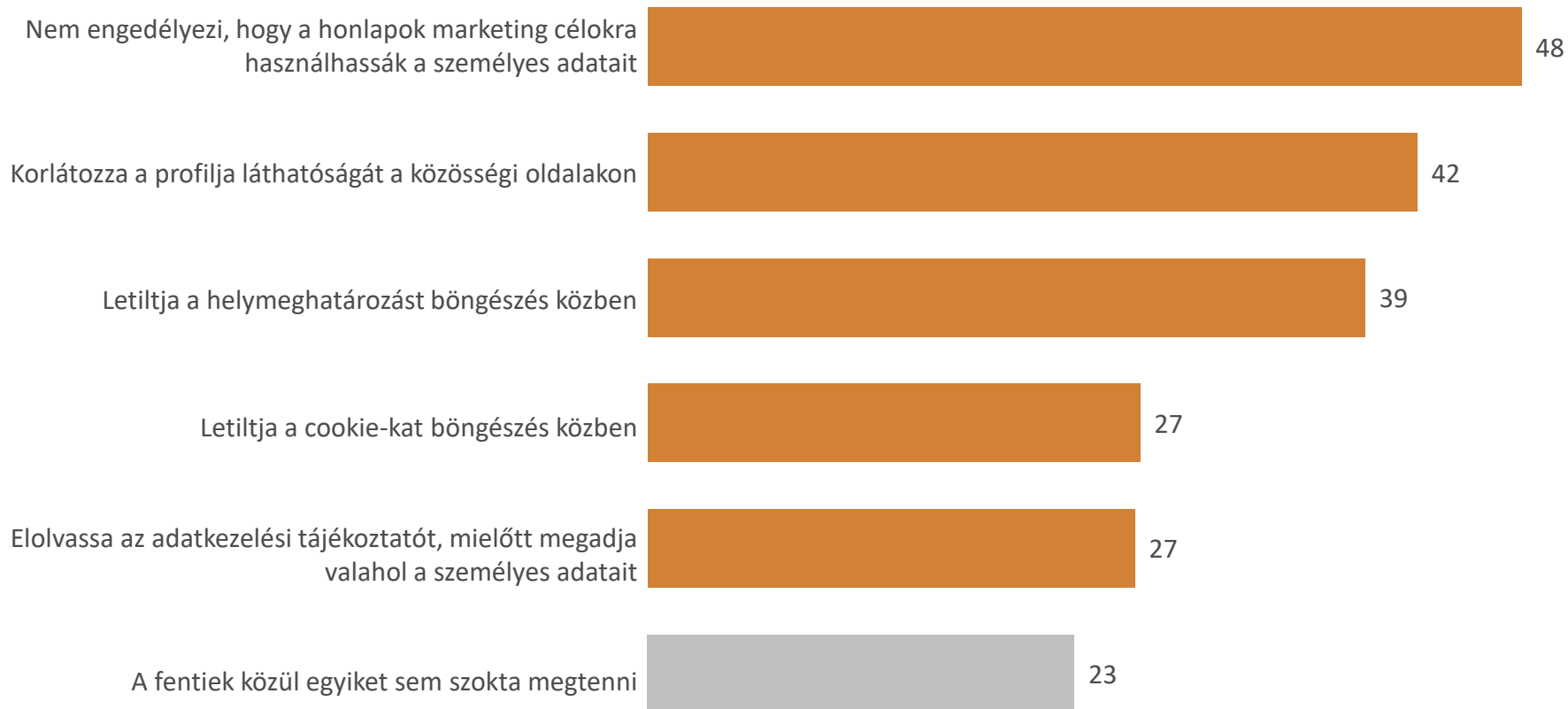
IB2. Az alábbi internetes fenyegetések közül melyekről hallott már valaha? IB3. Az alábbi internetes fenyegetések közül melyekben volt már Ön érintett személy szerint?

N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

VÉDEKEZÉS AZ INTERNETES FENYEGETÉSEKKEL SZEMBEN

Dacára annak, hogy a túlnyomó többség kellő mértékben tisztában van az internetes veszélyekkel, a rendszeres internethasználók negyede egyik vizsgált intézkedést sem hajtja végre netezés közben.

Nagyjából felük szokta letiltani, hogy a honlapok marketing célra is használhassák az adatait, 42% korlátozza a profilja láthatóságát a közösségi oldalakon, 39% pedig letiltja a helymeghatározást böngészés közben – ez volt a 3 leggyakrabban használt védekezési lehetőség.

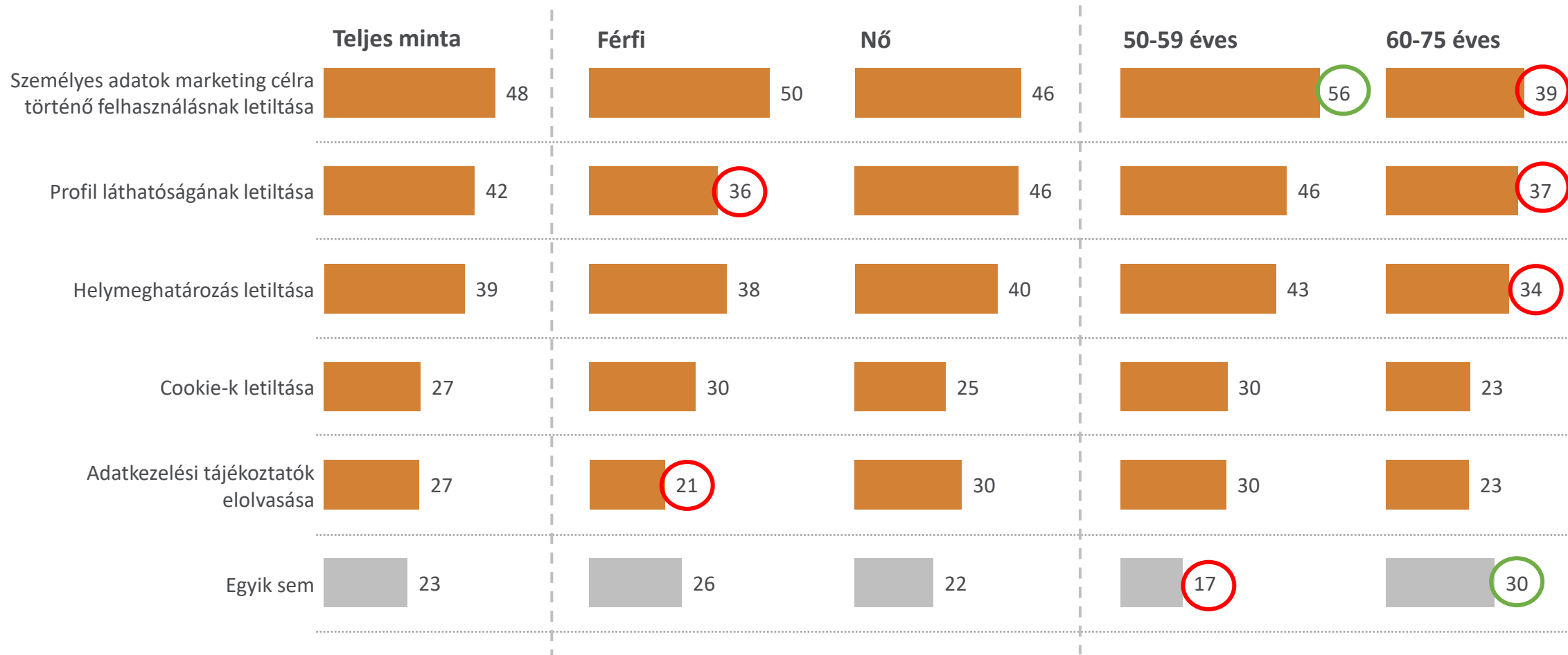


IB4. Az alábbiak közül miket szokott megtenni rendszerint, amikor internetezik? | N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

VÉDEKEZÉS AZ INTERNETES FENYEGETÉSEKKEL SZEMBEN

Az 50-75 éves férfiak kevésbé foglalkoznak azzal, hogy korlátozzák profiljuk láthatóságát a közösségi oldalakon, és hogy elolvassák az adatkezelési tájékoztatókat.

Az 50-59 évesek jobban odafigyelnek a különböző netes fenyegetésekkel szembeni védekezésre, és szignifikánsan magasabb arányban tiltják le, hogy az egyes oldalak marketingcélokra is használhassák. Az idősek ezzel szemben jobban ki vannak téve a netes veszélyeknek; közel egyharmaduk egyik felsorolt védekezési lehetőséggel sem él, és kisebb figyelmet fordítanak arra, hogy személyes adataikat megvédjék böngészés közben.



IB4. Az alábbiak közül miket szokott megtenni rendszerint, amikor internetezik? | N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

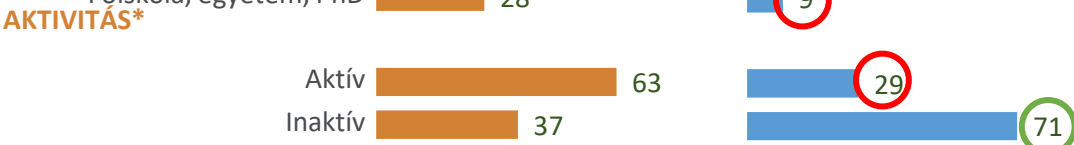
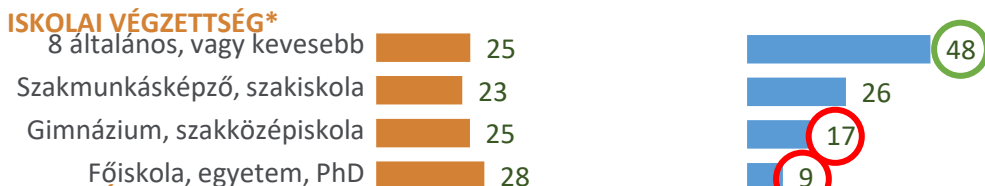
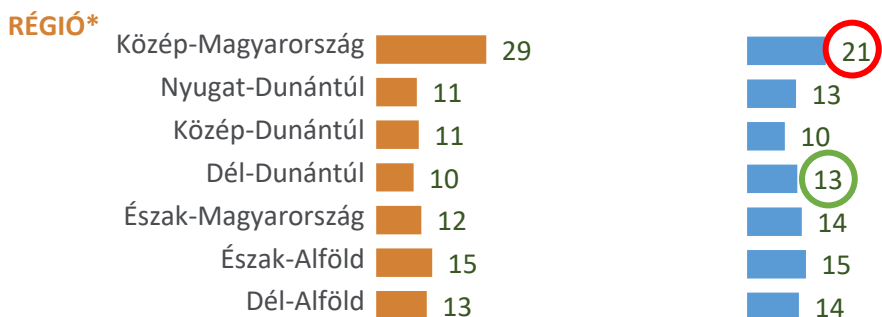
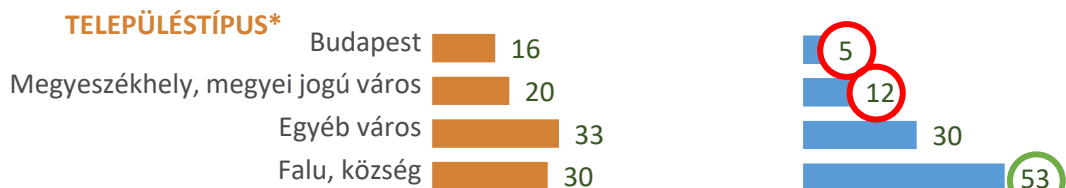
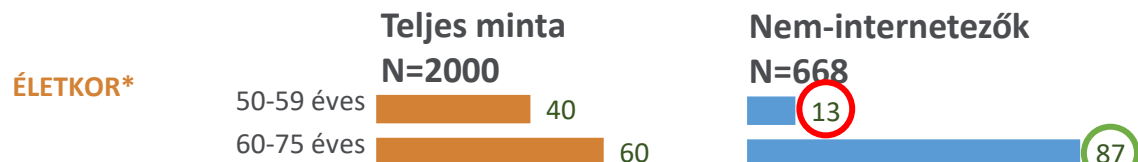
NEM INTERNETEZŐK



ÖSSZEFOGLALÓ - NEM INTERNETEZŐK

- **A megkérdezett 50-75 évesek 33%-a egyáltalán nem használja az internetet, vagy csak ritkán megy fel a világhálóra.**
Ők jellemzően 60-75 évesek, magasabb körökben a férfiak, a falvakban, községekben élők, a dél-dunántúliak, az alapfokú iskolai végzettséggel rendelkezők, a gazdaságilag inaktívak, az özvegyek, de mégis több fős háztartásban, valamint a szerényebb anyagi körülmények közt élők aránya.
- A nem netezők 53%-a, vagyis a teljes minta 18%-a gondolja úgy, hogy **nincs szüksége internetre**, és ezért nem használja, további **29%-ot pedig nem érdekli** – ez a minta 10%-a. Harmaduk, vagyis az 50-75 évesek 11%-a viszont elismeri, hogy **nem tudná használni**, elveszne a világhálón.
Az internetképes eszközök hiánya, illetve az előfizetés anyagi vonzata kevésbé jelent akadályt; negyedüknek nincs olyan eszköze, amin tudna internetezni (ez a minta 9%-a), és 16% számára túl drága az előfizetés – ami az 50-75 évesek 5%-a.
- A nem netezők 78%-a (a minta 26%-a) tökéletesen megvan internet nélkül, vagy legalábbis boldogul nélküle, és további 15% - vagyis az 50-75 évesek 5%-a - is csak néha érzi úgy, hogy hasznát tudná venni.
A felsőfokú végzettségűek többsége szintén megvan internet nélkül, de a teljes mintához képest magasabb arányban sajnálják, hogy nem tudják igénybe venni.
- Az 50-75 éves nem internetező **fele megfontolná a bekötést, ha egy közeli rokon, vagy barát messzebbre, esetleg külföldre költözne**, de a jobb anyagi helyzet, vagy egy mozgásukban korlátot jelentő tartós betegség is komoly motivációt jelentene. Mivel csak harmaduk számára jelent korlátot a számítógépes ismeretek hiánya, egy ingyenes tanfolyam csak keveseket mozgat meg.
- A nem internetezők harmadának vannak távol, esetleg külföldön élő rokonai, ismerősei. Velük elsősorban telefonon tartják a kapcsolatot, de többen utaznak, és/vagy levelet írnak.
Azoknak a 43%-a, akiknek vannak távol élő rokonaik, ismerőseik, gondolt már rá, hogy az internet segítségével is tudná tartani velük a kapcsolatot – de ezidáig még nem köttették be a netet emiatt.

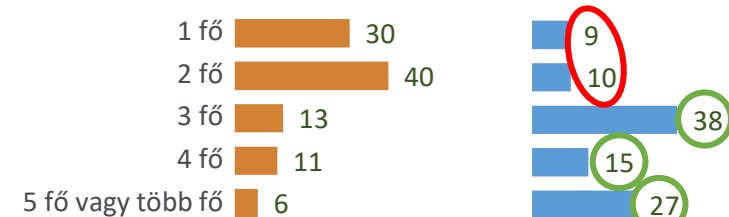
NEM-INTERNETEZŐK DEMOGRÁFIAI PROFILJA



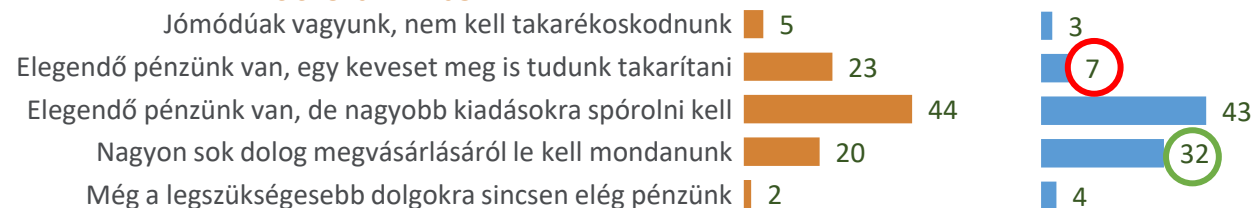
CSALÁDI ÁLLAPOT



HÁZTARTÁS NAGYSÁG

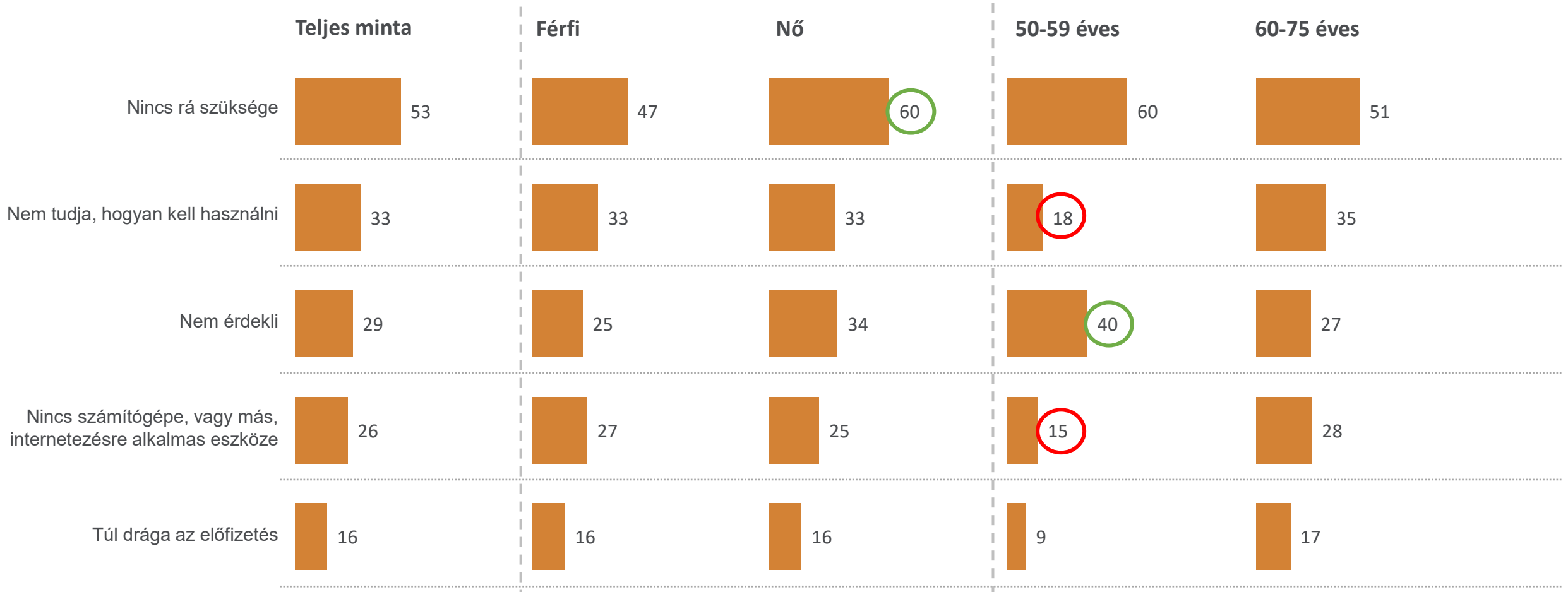


HÁZTARTÁS SZUBJEKTÍV JÖVEDELMI HELYZETE



MIÉRT NEM HASZNÁLNAK INTERNETET?

A leggyakoribb indok arra, hogy az 50-75 évesek miért nem használnak internetet, az az, hogy nincs rá szükségük; a nem-netezők valamivel több mint fele ezért nem netezik, de 29% azt is kiemelte, hogy egyszerűen nem érdekli az internet világa. Harmaduk számára az jelenti az akadályt, hogy nem tudják használni a netet, negyedüknél a megfelelő eszköz hiányzik, ami csatlakozni tudna a világhálóra. Az előfizetés anyagi vonzata 16% számára jelent problémát. A női nem-használók körében magasabb azok aránya, akik úgy érzik, megvannak internet nélkül. Az 50-59 éves nem-netezők esetében nagyobb azok aránya, akik nem mutatnak érdeklődést az internet iránt.



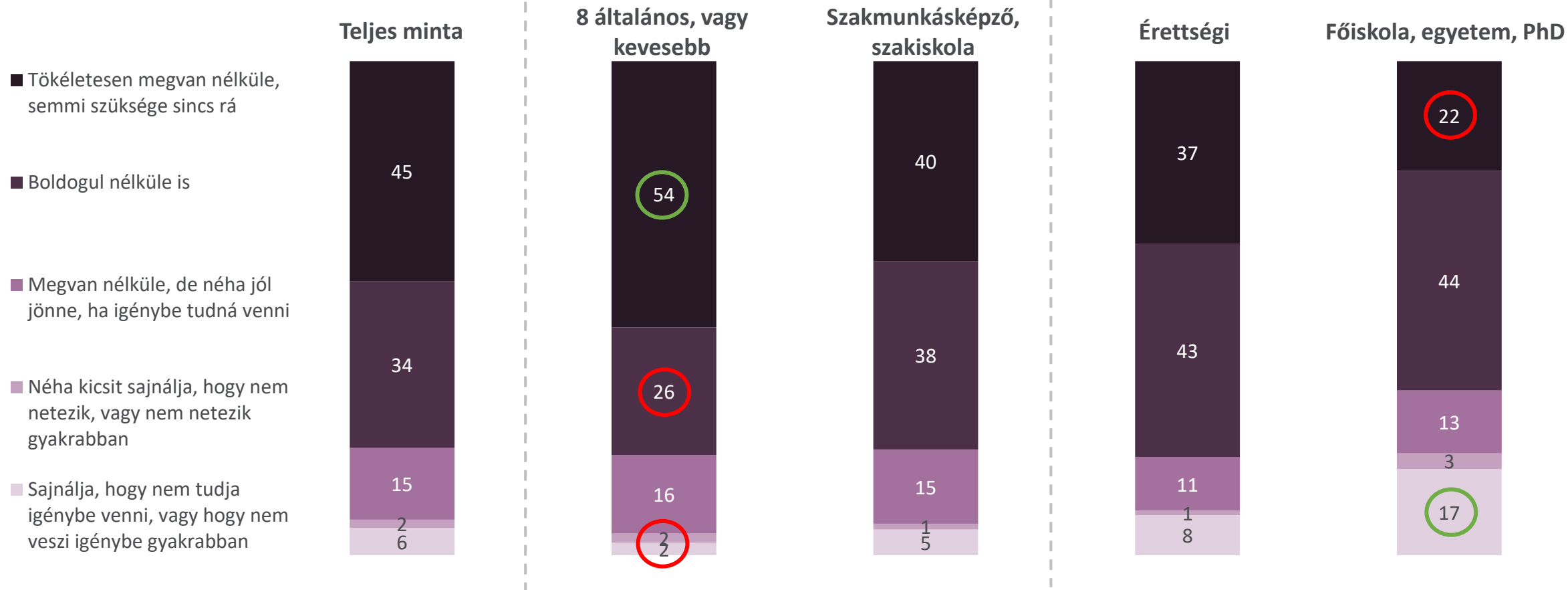
D1. Miért nem szokta Ön használni az internetet? | N=668, Aki nem internetezik

MIT GONDOLNAK AZ INTERNETRŐL?

A válaszadók 78%-a tökéletesen megvan internet nélkül, vagy legalábbis boldogul nélküle, és további 15% is csak néha érzi úgy, hogy hasznát tudná venni az internetnek.

A 8 általánossal rendelkezők még kevésbé sajnálják, hogy nem használják a világhálót. A felsőfokú végzettségűek többsége szintén megvan internet nélkül, de a teljes mintához képest magasabb arányban sajnálják, hogy nem tudják igénybe venni.

Nemek és életkor szerint nem mutatkozott szignifikáns eltérés, ezért ezeket az adatokat nem mutatjuk.

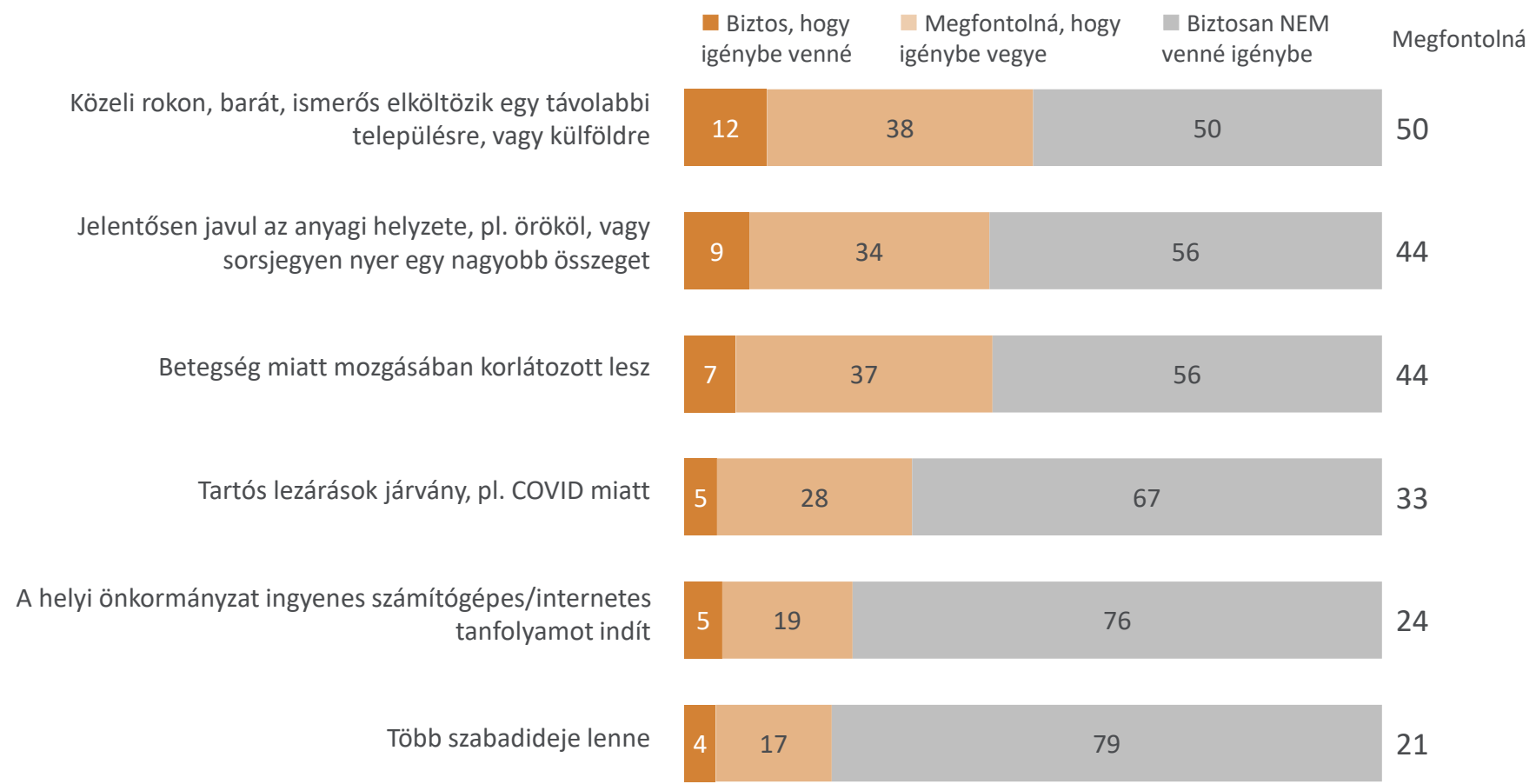


D3. Mit gondol Ön az internetről, az internetezésről? | N=668, Aki nem internetezik

MIKOR HASZNÁLNÁ AZ INTERNETET?

Egy közeli rokon, vagy barát elköltözése lenne a leginkább motiváló élethelyzet arra, hogy egy 50-75 éves internet nem-használó bekötesse a netet, vagy gyakrabban használja azt; a megkérdezettek fele nyilatkozott úgy, hogy a kapcsolattartás miatt legalább megfontolná az internet bekötését.

Az anyagi helyzet jelentős javulása szintén erős motiváció lenne, bár korábban csak 16% nyilatkozott úgy, hogy a használat korlátja lenne a magas előfizetési díj. De egy komolyabb betegség, ami mozgásában korlátozná a válaszadókat, szintén elgondolkodtatná a válaszadók majdnem felét.



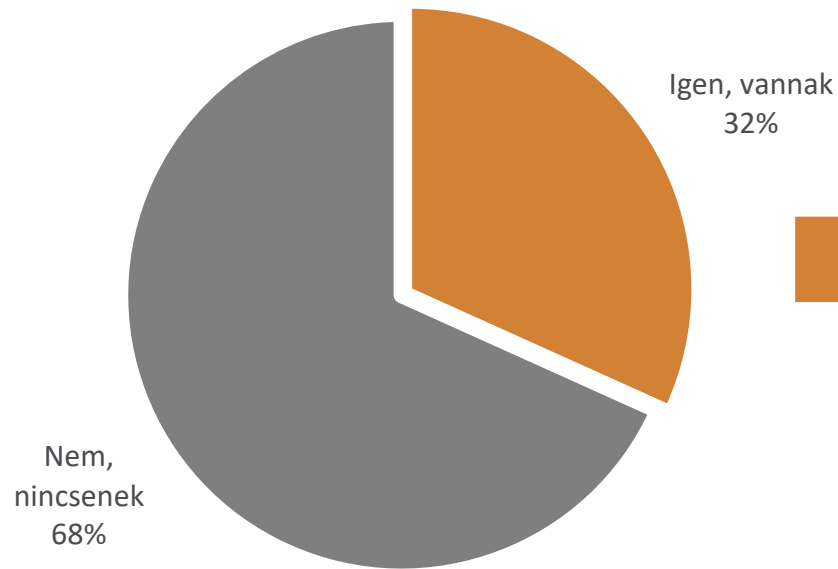
D2. Most arra lennének kíváncsiak, hogy van-e olyan élethelyzet, amiben bekötné, vagy gyakrabban igénybe venné az internetet? | N=668, Aki nem internetezik

KAPCSOLATTARTÁS TÁVOL ÉLŐ ROKONOKKAL, ISMERŐSÖKKEL

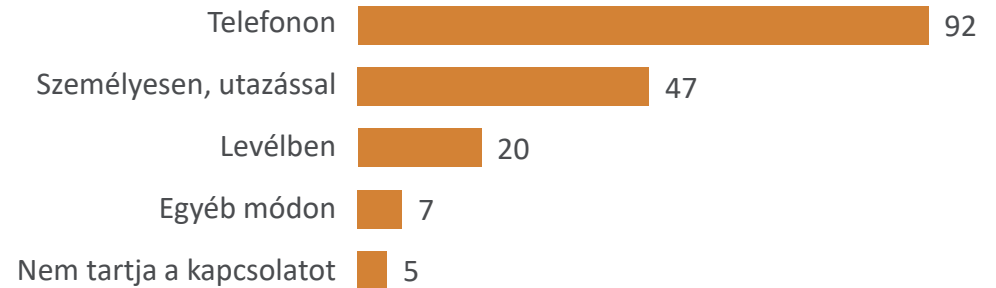
Az internet nem-használók harmadának vannak távol, esetleg külföldön élő rokonai, ismerősei. Velük elsősorban telefonon tartják a kapcsolatot – a túlnyomó többség ezt az opciót választja. Emellett a távoli rokonokkal rendelkezők fele az utazást is vállalja a személyes kapcsolattartás érdekében, ötödük pedig levelet ír.

Azoknak a 43%-a, akiknek vannak távol élő rokonaik, ismerőseik, gondolt már rá, hogy az internet segítségével is tudná tartani velük a kapcsolatot – de ezidáig még nem köttették be a netet emiatt.

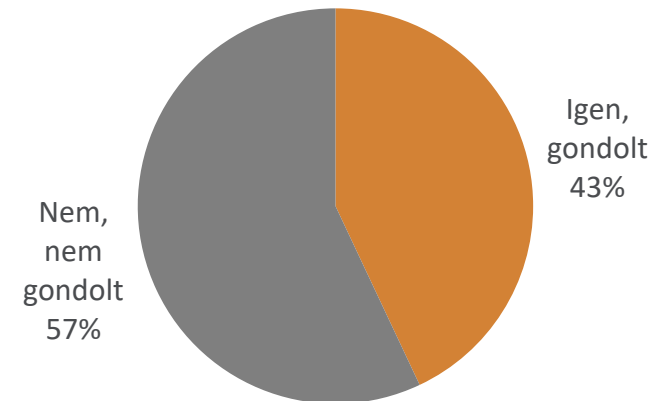
Vannak távol, esetleg külföldön élő rokonai, ismerősei?



Hogyan tartja velük a kapcsolatot?

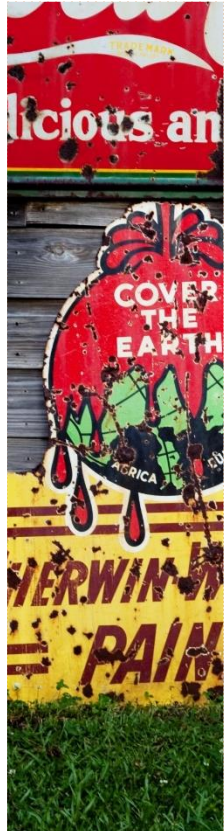


Gondolt már rá, hogy interneten is tudna velük beszélgetni?



D4a. Vannak Önnek távol, esetleg külföldön élő rokonai, ismerősei, akikkel szívesen tartaná a kapcsolatot? D4b. És hogyan tartja velük a kapcsolatot?

D4c. Nem gondolt rá esetleg, hogy az internet segítségével is tudna velük beszélgetni? | N=668, Aki nem internetezik



REKLÁMOK



ÖSSZEFOGLALÓ - REKLÁMOK

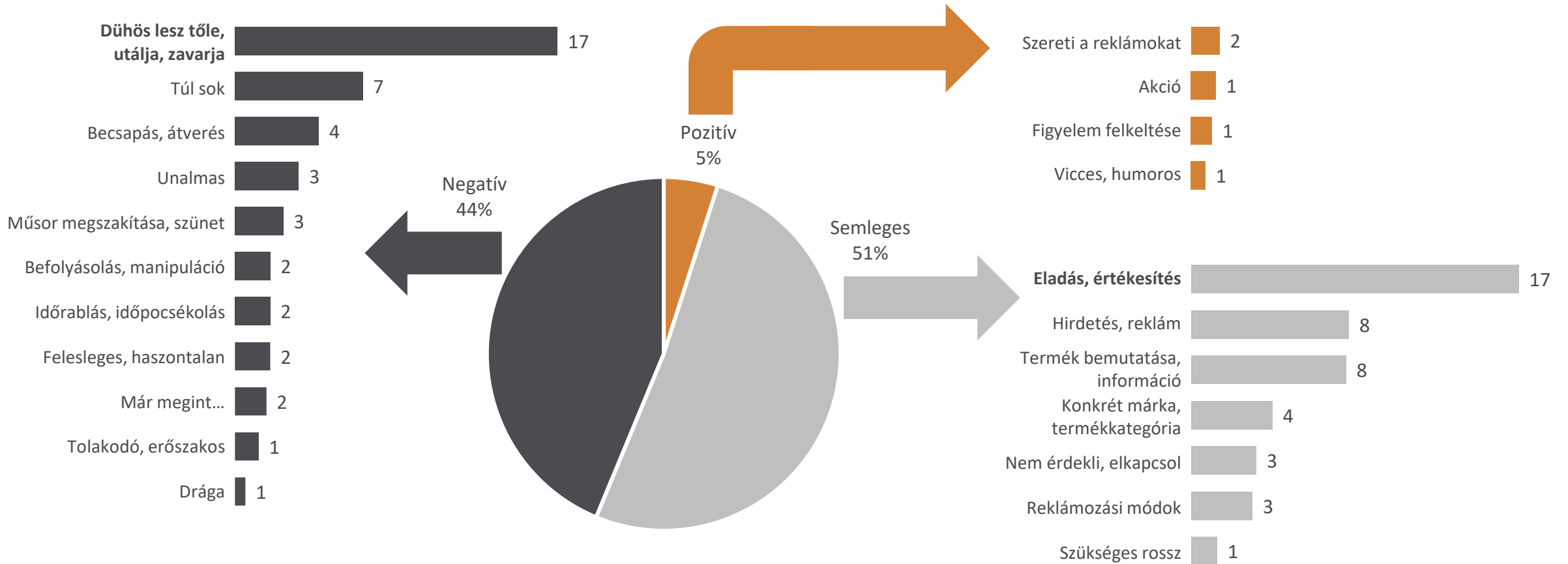
- A reklám kifejezés spontán módon **jellemzően semleges, vagy negatív** érzelmeket vált ki az 50-75 éves korosztályból, mindössze a 5%-uk asszociált valamilyen pozitív dologra spontán módon. A semleges reakciók közül az **eladás, értékesítés** merült fel a leggyakrabban, míg a legjellemzőbb negatív reakció a reklámok által **kiváltott düh** volt.
- Ez a semleges/negatív hozzáállás jól érződik a reklámmattitűdön is; az 50-75 évesek azzal értettek egyet a legnagyobb mértékben, hogy **a reklámok irritálóak, nem érzik, hogy nekik szólnának**, illetve **azonnal elkapcsolnak**, ha elkezdődik a reklám. Ezzel együtt az 50-75 éveseknek csak 18% gondolja úgy, hogy a reklámok hazudnak, a legkevésbé viszont azzal értettek egyet, hogy a reklámok szórakoztatóak lennének.
- A válaszok alapján három szegmens rajzolódik ki:
A **reklámellenesekre** leginkább az jellemző, hogy kivétel nélkül irritálónak találják a reklámokat, úgy érzik, nem nekik szólnak, és többségük azonnal elkapcsol, ha elindul a reklámblokk. Emellett nem szoktak reklám hatására vásárolni, nem tartják fontosnak a reklámokat, és nem is tartják érdekesnek őket.
A **reklámtűzők** felismerik, hogy szükség van a reklámokra, hiszen a médiumok ebből teremtik elő a működéshez szükséges költségeket, szoktak reklám hatására vásárolni, és fontosnak tartják azokat – ezzel együtt sokuk ugyanúgy irritálónak tartja a spotokat, és sokuk érzi úgy, hogy nem hozzájuk szólnak. A **semlegesek** leginkább érdektelenek, nem foglalkoznak a reklámokkal, a legtöbb állítással csak kis arányban értenek egyet.
- Minél könnyebb figyelmen kívül hagyni a reklámokat egy adott felületen, annál inkább elfogadható a jelenlétük. A válaszadók szerint a nyomtatott sajtóban a leginkább elfogadható a reklámok felbukkanása, míg a legkevésbé a fizetős streaming szolgáltatásokon tolerálnák őket.
- A reklámokkal szembeni semleges-negatív attitűd ellenére az 50-75 évesek **háromnegyede nem fizetne a reklámmentességért**.
- A megkérdezettek kétharmada szerint az elmúlt 3 év során **jelentősen nőtt a reklámok mennyisége** a televízióban – ez az arány szignifikánsan magasabb a reklámellenesek körében. További 18% szerint a reklámok mennyisége ugyan nem változott, de gyakoribbak a reklámszünetek, többször szakítják meg a műsorokat. Mindössze 1% szerint csökkent a reklámok mennyisége.
- A megkérdezett 50-75 évesek **elsősorban barátaik, családtagjaik véleményére kíváncsiak**, mielőtt megvásárolnának egy nagyobb értékű műszaki cikket, vagy szolgáltatást, és a többség ezt az információs forrást is tartja a legmegbízhatóbbnak. A **második helyen az internetes vélemények állnak**, mind igénybevétel, mind hitelesség szerint.

REKLÁM - SPONTÁN ASSZOCIÁCIÓK

A megkérdezettek reakciója a „reklám” kifejezésre jellemzően semleges, vagy negatív; mindössze a 5%-uk asszociált valamilyen pozitív dologra spontán módon.

A legjellemzőbb semleges reakció az eladás, értékesítés volt, emellett többen gondoltak általánosságban a hirdetésekre, reklámokra, valamint hogy a reklám egy terméket mutat be, arról ad át információkat.

A negatív reakciók közül a reklámok által kiváltott düh volt a leggyakoribb.

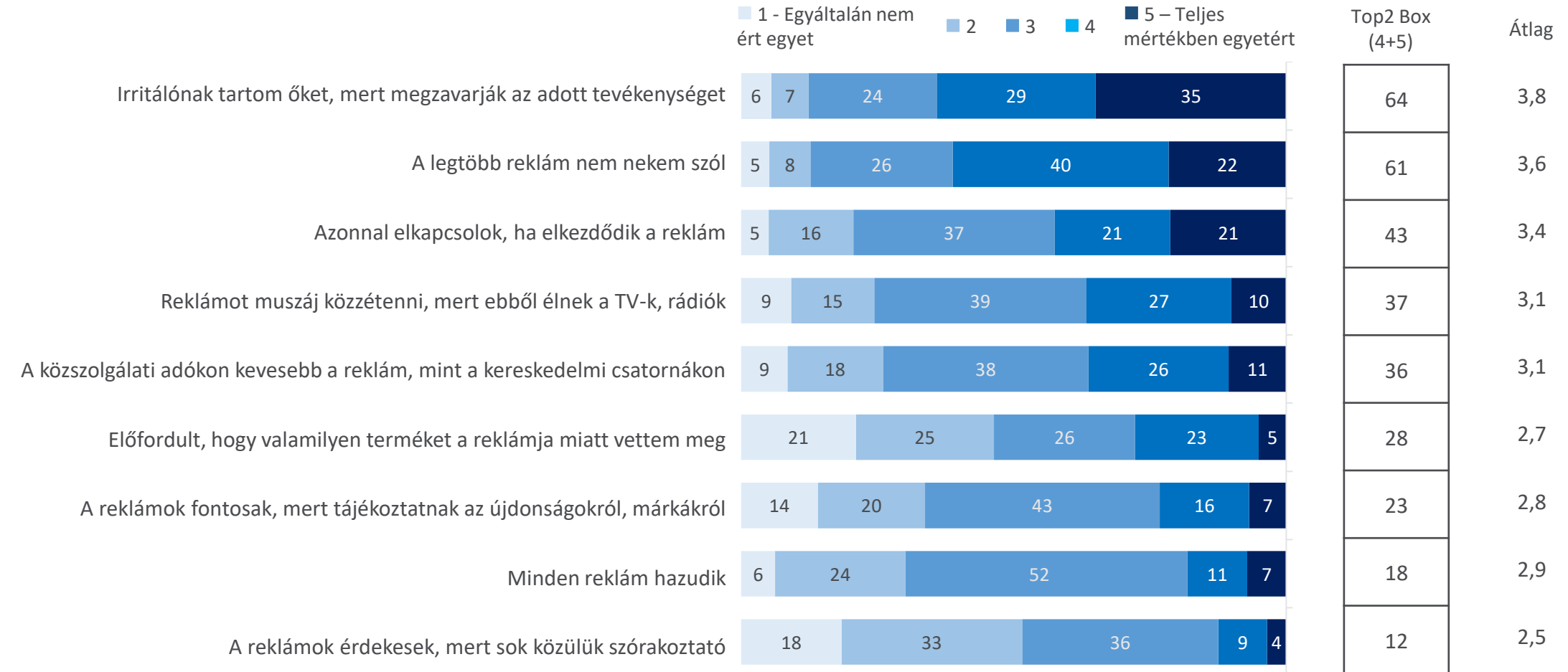


R1. Mi az a szó, ami elsőként eszébe jut, ha meghallja azt a kifejezést, hogy reklám? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMATTITŰD

A semleges / negatív attitűd a reklámokkal szemben a vizsgált állításokon is jól érződik; a többség azzal értett egyet leginkább, hogy irritálónak tartja a reklámokat, nem érzi, hogy neki szólnának, illetve azonnal elkapcsol, ha elkezdődik a reklám.

Ezzel együtt az 50-75 éveseknek csak 18% gondolja úgy, hogy a reklámok hazudnak, a legkevésbé viszont azzal értettek egyet, hogy a reklámok szórakoztatóak lennének.



R2. Mennyire ért egyet az adott állítással? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMATTITÚD - SZEGMENTÁCIÓ

	Reklámellenes	Reklámtűrő	Semleges
Irritálónak tartom őket, mert megzavarják az adott tevékenységet	+++	+	+
A legtöbb reklám nem nekem szól	+++	+	+
Azonnal elkapcsolok, ha elkezdődik a reklám	+++	-	+
Reklámot muszáj közzétenni, mert ebből élnek a TV-k, rádiók	+	+	-
A közszolgálati adókon kevesebb a reklám, mint a kereskedelmi csatornákon	+	+	-
Minden reklám hazudik	+	-	-
A reklámok fontosak, mert tájékoztatnak az újdonságokról, márkákról	---	+	---
A reklámok érdekesek, mert sok közülük szórakoztató	---	-	---
Előfordult, hogy valamilyen terméket a reklámja miatt vettem meg	---	+	---
	36%	47%	17%

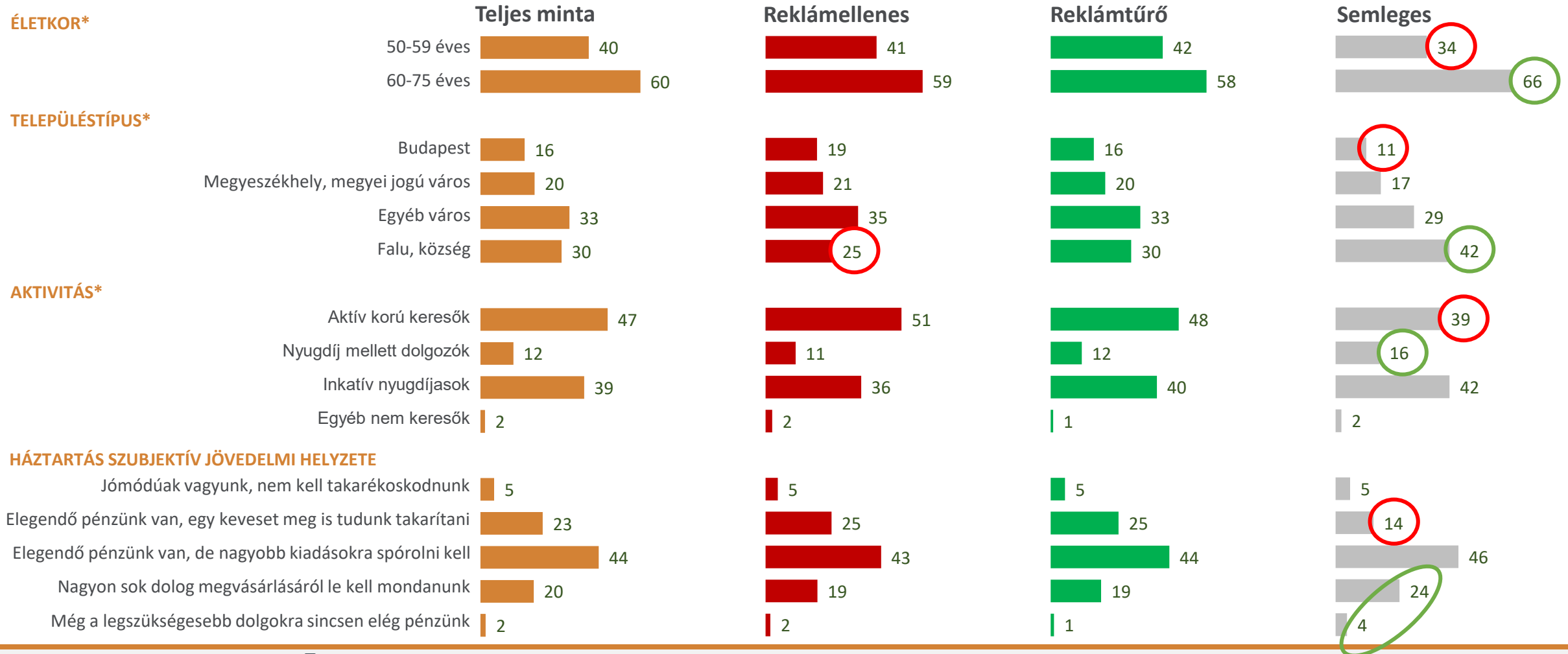
R2. Mennyire ért egyet az adott állítással? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMATTITŰD - SZEGMENTÁCIÓ

A reklámatitűd alapú szegmentáció során elkülönített 3 csoport nem sokban különbözik egymástól demográfiájukat tekintve. Nem, régió, iskolai végzettség, háztartásnagyság alapján nincs köztük szignifikáns eltérés.

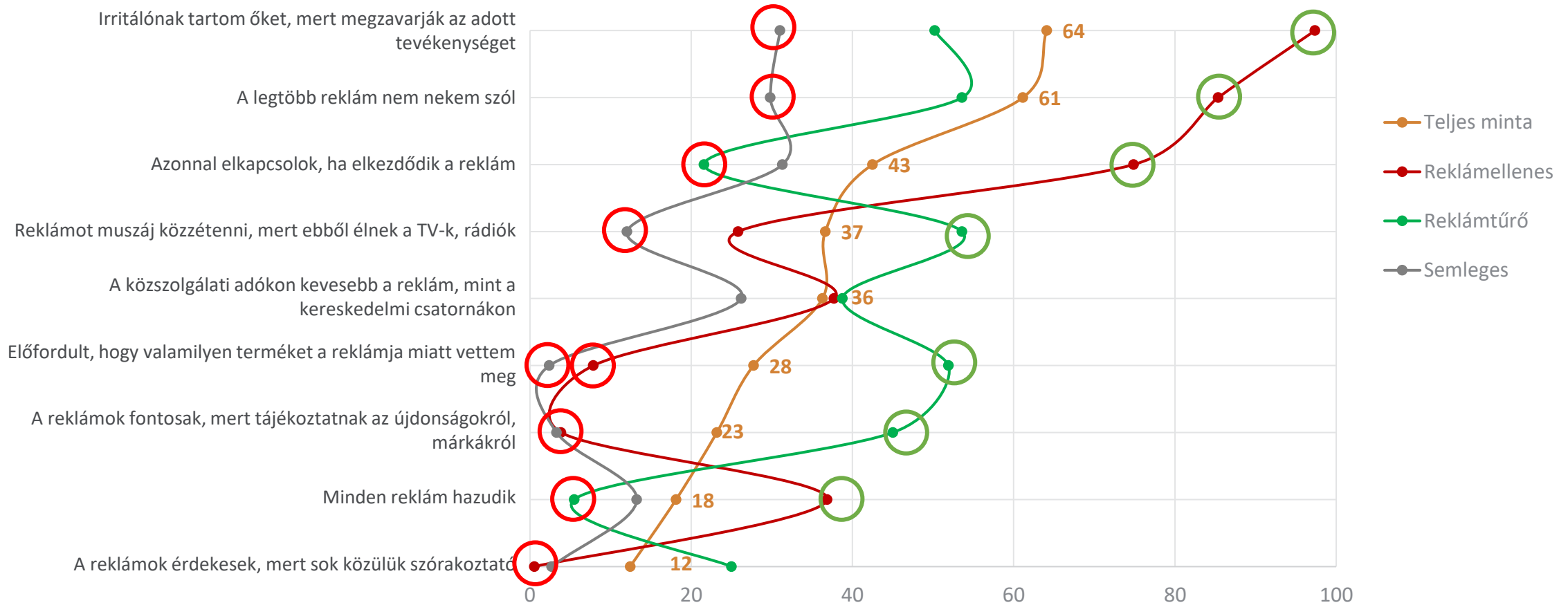
A reklámellenesek a teljes mintához képest alacsonyabb arányban laknak falvakban.

A semlegesek inkább 60 feletti, magasabb arányban laknak falvakban, kevésbé Budapesten, magasabb körökben a nyugdíjasok és a kevésbé jómódúak aránya.



REKLÁMATTITŰD - SZEGMENSEK SZERINT

A reklámellenesekre leginkább az jellemző, hogy kivétel nélkül irritálónak találják a reklámokat, úgy érzik, nem nekik szólnak, és többségük azonnal elkapcsol, ha elindul a reklámblokk. Emellett nem szoktak reklám hatására vásárolni, nem tartják fontosnak a reklámokat, és nem is tartják érdekesnek őket. A reklámtűrők felismerik, hogy szükség van a reklámokra, hiszen a médiumok ebből teremtik elő a működéshez szükséges költségeket, szoktak reklám hatására vásárolni, és fontosnak tartják azokat – ezzel együtt sokuk ugyanúgy irritálónak tartja a spotokat, és sokuk érzi úgy, hogy nem hozzájuk szólnak. A semlegesek leginkább érdektelenek, nem foglalkoznak a reklámokkal, a legtöbb állítással csak kis arányban értenek egyet.



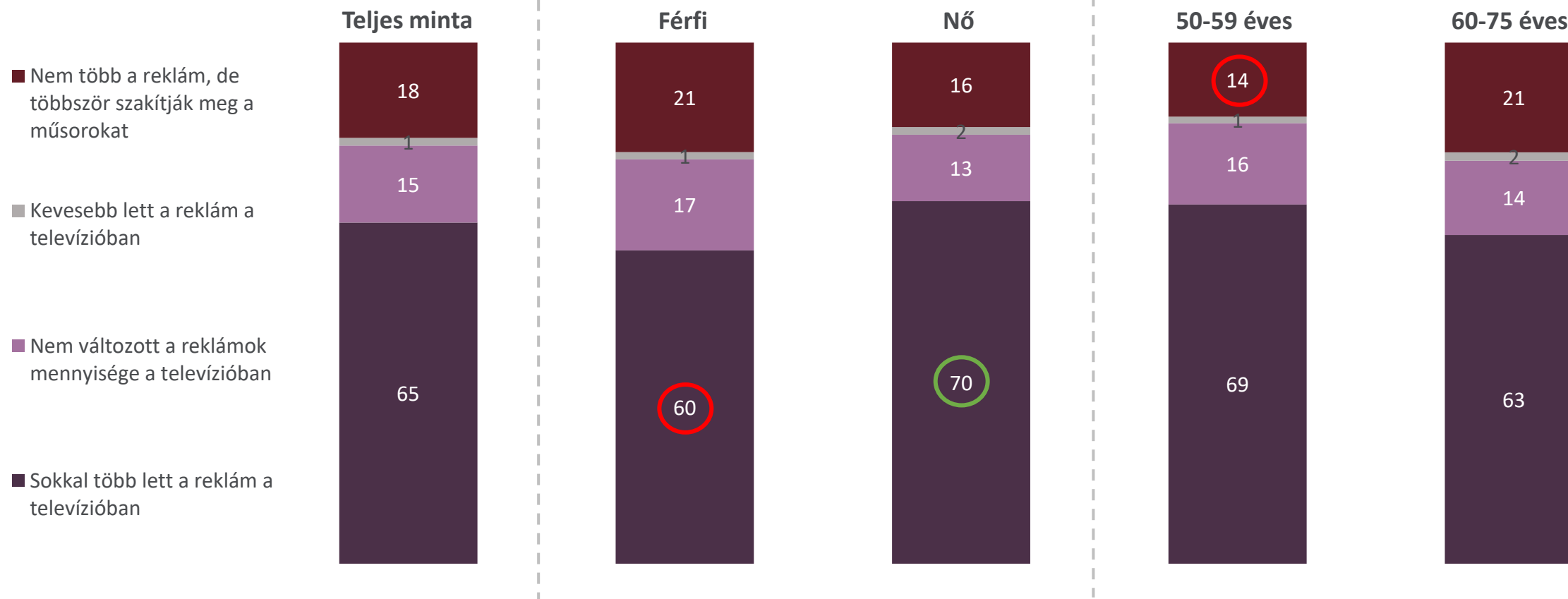
R2. Mennyire ért egyet az adott állítással?, N=Teljes minta

REKLÁMOK MENNYISÉGÉNEK PERCEPCIÓJA - NEMEK ÉS ÉLETKOR SZERINT

A megkérdezettek kétharmada úgy érzékeli, hogy az elmúlt 3 év során jelentősen nőtt a reklámok mennyisége a televízióban. További 18% szerint a reklámok mennyisége ugyan nem változott, de gyakoribbak a reklámszünetek, többször szakítják meg a műsorokat. Mindössze 1% szerint csökkent a reklámok mennyisége.

Az 50-75 éves nők magasabb arányban gondolják úgy, hogy nőtt a reklámok mennyisége, mint a férfiak.

Az 50-59 évesek kevésbé érzik úgy, hogy nőtt volna a reklámszünetek száma.



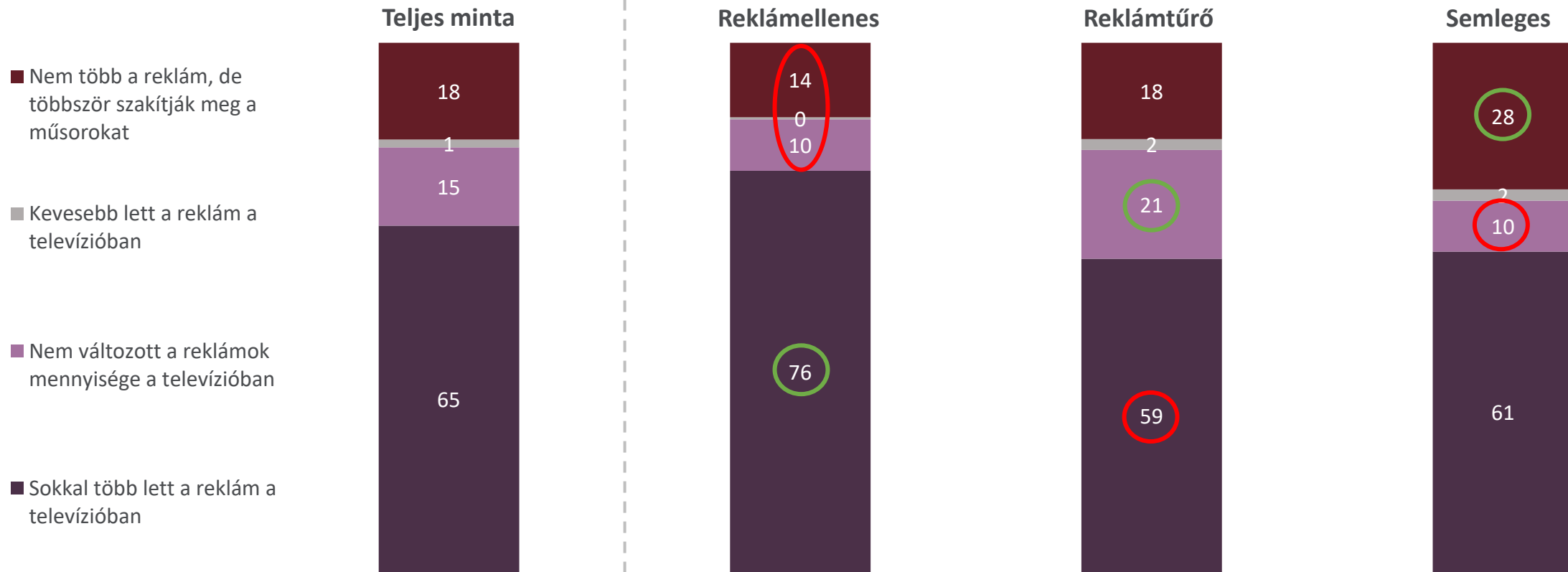
R3. Ön szerint az elmúlt 3 évben változott a reklámok mennyisége a televízióban? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMOK MENNYISÉGÉNEK PERCEPCIÓJA - ATTITŰD SZERINT

Az 50-75 éves reklámellenesek szignifikánsan magasabb arányban gondolják úgy, hogy az elmúlt 3 évben sokkal több lett a reklám a TV-ben.

A reklámtűrők ezzel szemben a teljes mintához képest kisebb, de még így is 58%-os arányban vélekednek így, körükben azok mértéke magasabb, akik szerint a reklámok mennyisége nem változott.

A semlegesek többsége szerint szintén több lett a reklám, de körükben többen gondolják úgy, hogy nem a reklámok mennyisége nőtt, hanem a reklámblokkok szakítják meg gyakrabban a műsorokat.

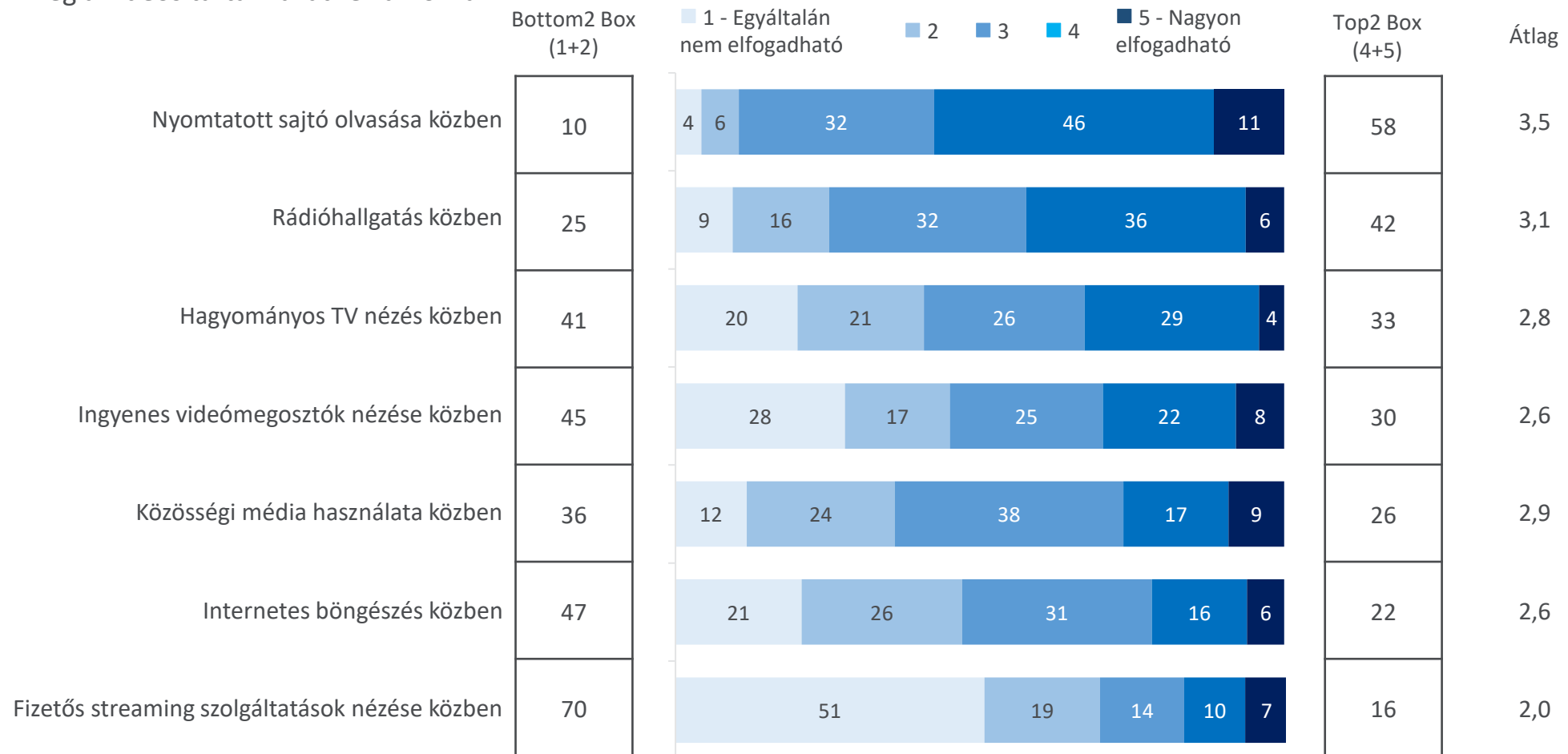


R3. Ön szerint az elmúlt 3 évben változott a reklámok mennyisége a televízióban? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMOK ELFOGADHATÓSÁGA AZ EGYES PLATFORMOKON

Nyomtatott sajtó olvasása közben tartja leginkább elfogadhatónak a reklámok jelenlétét az 50-75 éves korosztály; 58% szerint vállalható, hogy olvasás közben reklámokkal találkozik egyújságban, magazinban, és csak 10% szerint nem. Nem meglepő, hogy ez a médium végzett az élen, hiszen itt a legkönnyebb átugrani a nem kívánt tartalmat – egyszerűen csak lapozni kell.

A legkevésbé a fizetős streaming szolgáltatások esetén fogadják el a reklámok jelenlétét, hiszen itt jellemzően az a szolgáltatás egyik nagy húzóereje, hogy nem szakítják meg a videós tartalmakat reklámokkal.

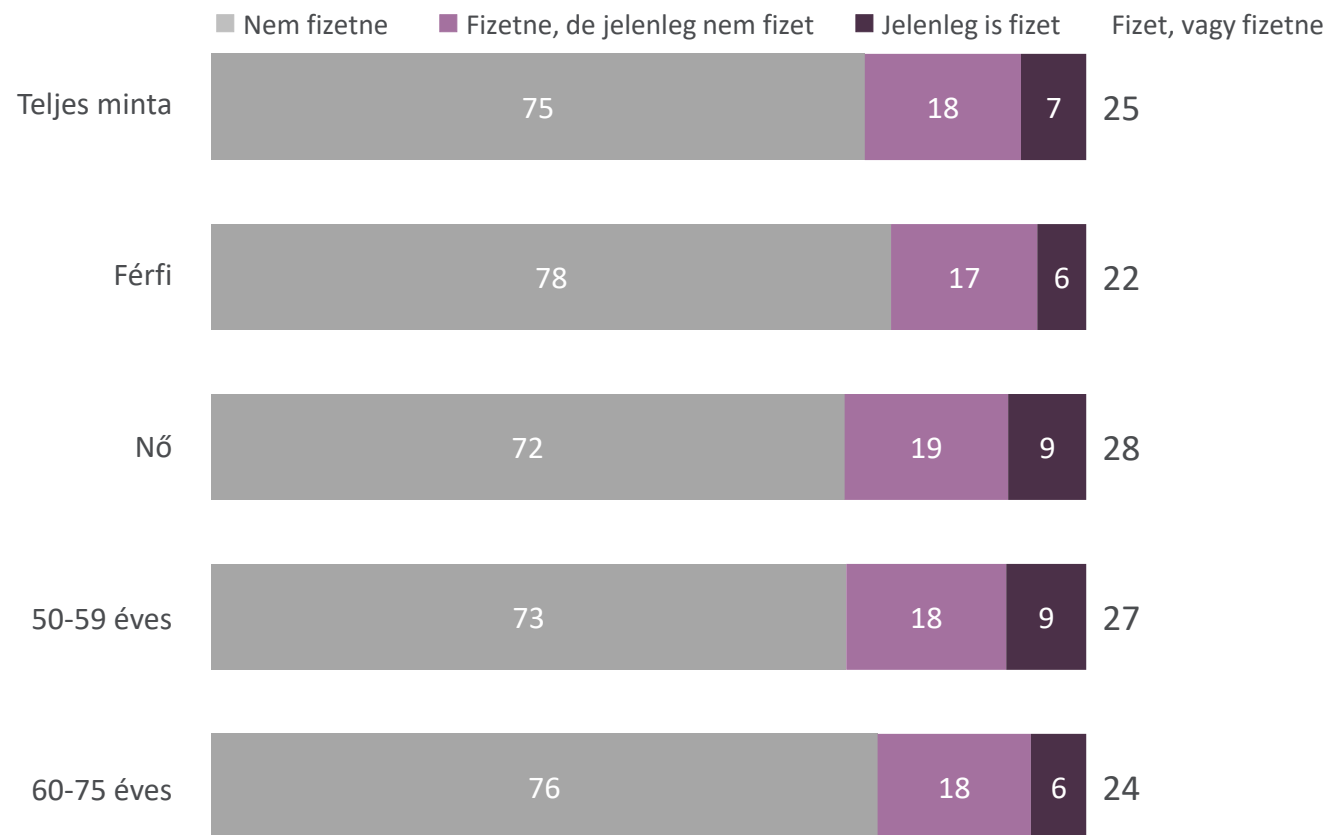


R4. Mennyire tartja elfogadhatónak a reklámok, hirdetések jelenlétét az alábbi platformokon? | N=Aki legalább heti szinten használja az adott platformot.

REKLÁMMENTESSÉGÉRT VALÓ FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG

A reklámokkal szembeni semleges-negatív attitűd ellenére az 50-75 éves magyar lakosság háromnegyede nem fizetne külön azért egy szolgáltatónak sem, hogy reklámmentesen élvezhesse a szolgáltató által nyújtott tartalmakat. 18% ugyan úgy gondolja, hogy fizetne ezért, de jelenleg egyik szolgáltatónál sem él ezzel a lehetőséggel. 7% azok aránya, akik jelenleg is extra díjat fizetnek a reklámmentességért valamelyik általuk használt platformon.

A mintába bekerült nők és az 50-59 évesek valamivel magasabb arányban nyitottak arra, hogy fizessenek a reklámmentességért, de az eltérés nem szignifikáns.



R5. Fizetne Ön azért valamely csatornának, szolgáltatónak, médiumnak, hogy reklámmentesen élvezhesse az általa nyújtott tartalmakat? | N= Aki legalább heti szinten használ valamilyen platformot.

INFORMÁCIÓS FORRÁSOK

A megkérdezett 50-75 évesek elsősorban barátaik, családtagjaik véleményére kíváncsiak, mielőtt megvásárolnának egy nagyobb értékű műszaki cikket, vagy szolgáltatást; 56% kér tanácsot barátaitól, családtagjaitól.

A második leggyakrabban használt információforrás az internet; 44% véleményeket, értékeléseket keres a neten, 40% pedig a gyártó honlapján néz utána jobban a kiszemelt árunak.

41% fordul szakemberhez tanácsért. A reklámok, hirdetések csak 8% számára bizonyultak megfelelő információs forrásnak.

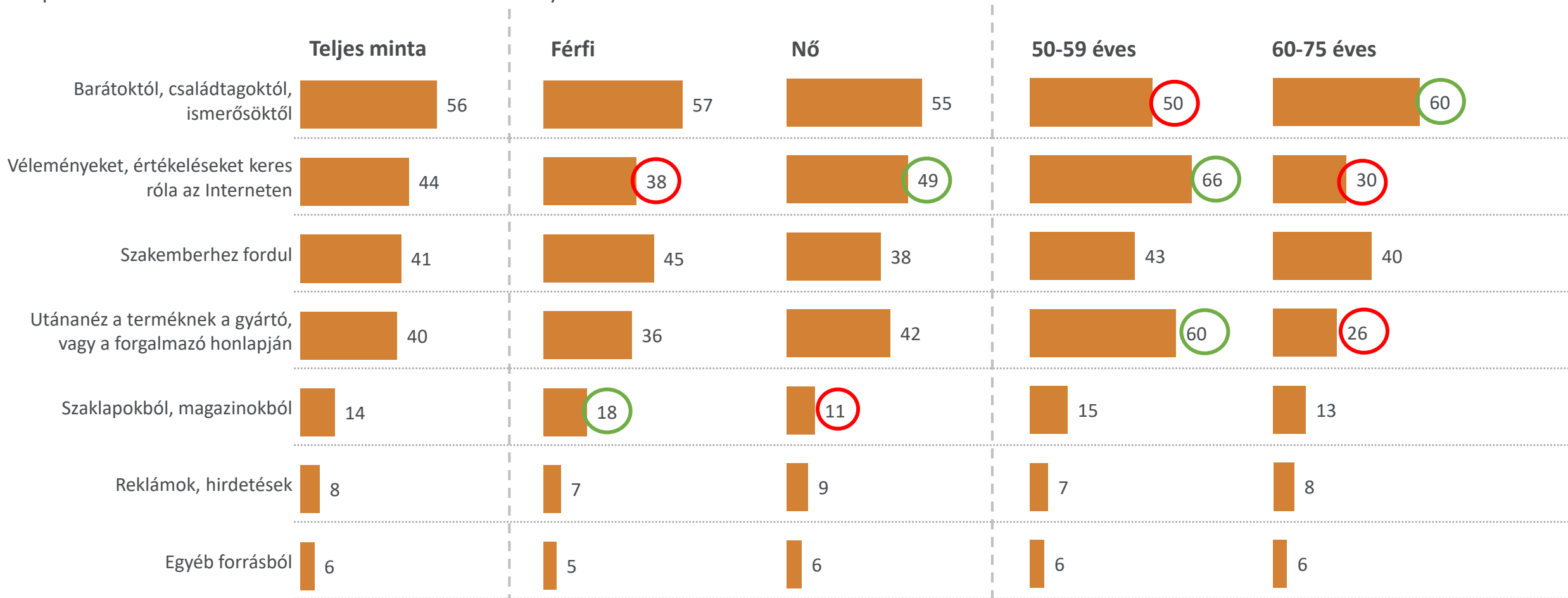


RI1. Mielőtt megvásárol egy nagyobb értékű terméket, műszaki cikket, vagy szolgáltatást, honnan, milyen forrásokból gyűjt róla információt? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS FORRÁSOK - NEMEK ÉS KORCSOPORT SZERINT

Az 50-75 éves férfiakat kevésbé érdeklik más vásárlók véleményei, viszont magasabb arányban próbálnak magazinokból, szaklapokból tájékozódni, míg a nők esetében épp fordított a helyzet.

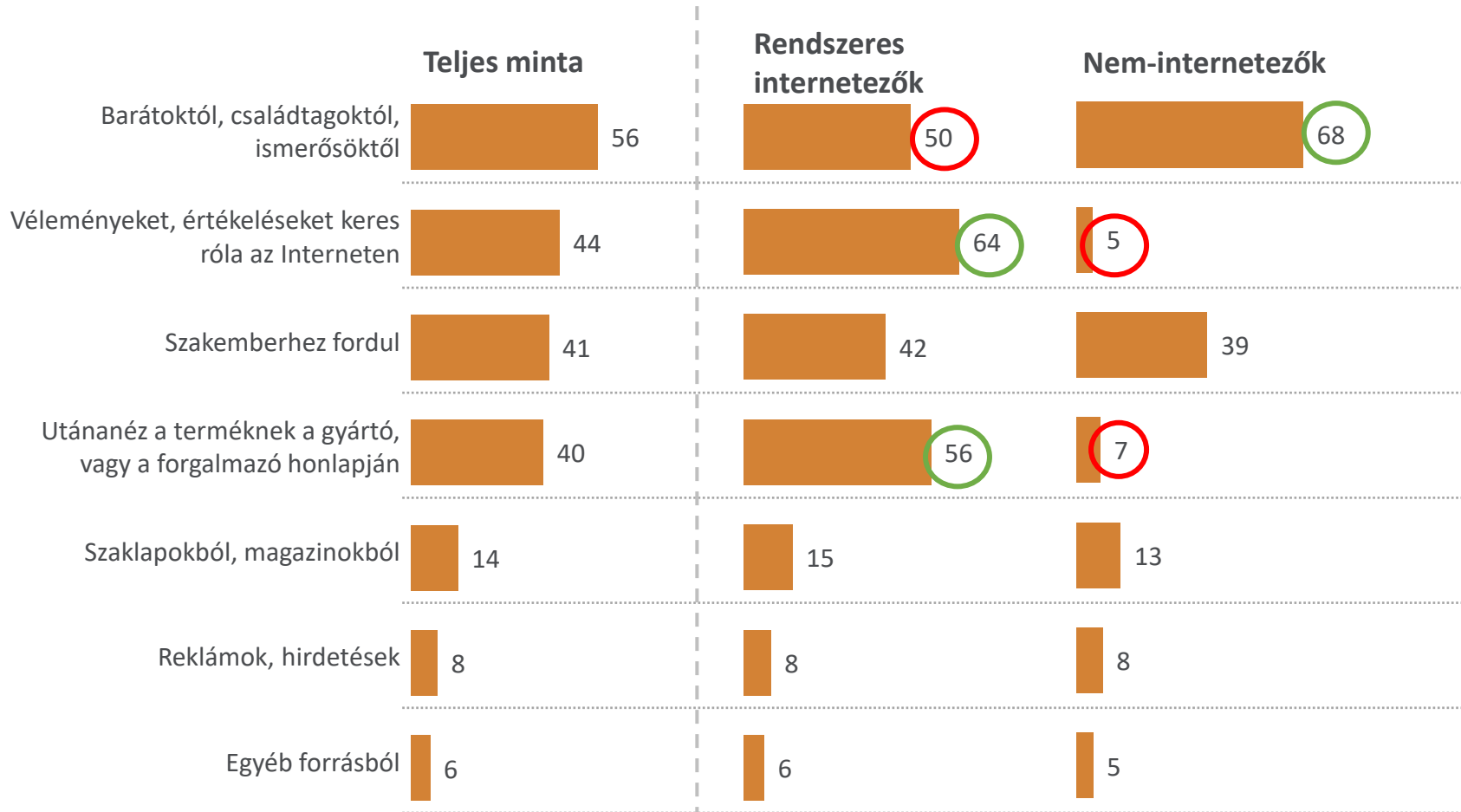
Az 50-59 éves korosztály kevésbé hagyatkozik a barátok, családtagok véleményére, őket jobban érdeklik más vásárlók értékelései, véleményei, valamint a gyártó honlapján is magasabb arányban néznek utána a terméknek, szolgáltatásnak. A 60 felettek számára ezzel szemben épp hogy a családtagok, barátok tapasztalatai a mérvadóbbak az internetes források helyett.



RI1. Mielőtt megvásárol egy nagyobb értékű terméket, műszaki cikket, vagy szolgáltatást, honnan, milyen forrásokból gyűjt róla információt? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS FORRÁSOK - INTERNET-HASZNÁLAT SZERINT

Az 50-75 éves rendszeres internethasználók számára kézenfekvőbb megoldásnak tűnik véleményt olvasni a világhálón, illetve meglátogatni a gyártó honlapját, mielőtt megvásárolnának valami drága árut, szolgáltatást. Ugyanakkor a barátok, családtagok véleményét kisebb arányban kéri ki. A nem-internetezők ezzel szemben sokkal inkább fordulnak közvetlen környezetükhöz tanácsért, hiszen értelemszerűen a netes forrásokat nem igazán tudják használni. Érdekes, hogy az internet nyújtotta lehetőségek hiányában mégsem fordulnak nagyobb arányban szakemberekhez, vagy szaklapokhoz segítségért.

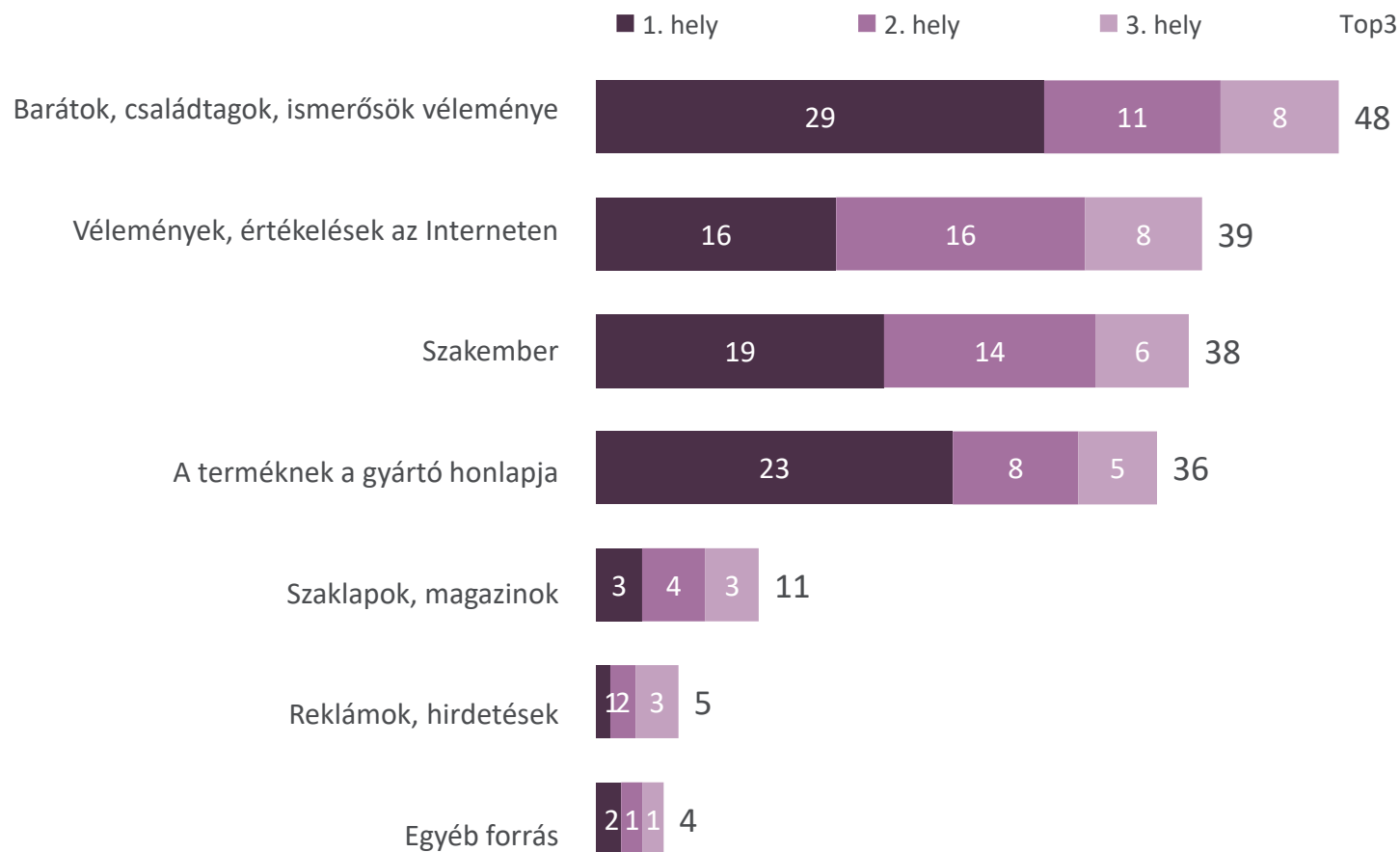


RI1. Mielőtt megvásárol egy nagyobb értékű terméket, műszaki cikket, vagy szolgáltatást, honnan, milyen forrásokból gyűjt róla információt? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS FORRÁSOK RANGSOROLÁSA

A legmegbízhatóbb információforrás a válaszadók szerint a barátok, családtagok véleménye – hiszen őket ismerik, közel állnak hozzájuk, jól tudják, kinek mennyire lehet adni a szavára. Ezt a forrást nevezték a legtöbben a legmegbízhatóbbnak, és a három leginkább releváns közé is ezt tették a legnagyobb arányban. Többen megbízhatónak tartják még az internetes véleményeket, a szakembereket, valamint a gyártó honlapját; mindhárom forrás nagyjából azonos arányban került a három leginkább megbízható közé, azonban a gyártó honlapját magasabb arányban tették az első helyre.

A reklámokat mindössze 5% tartja megbízható információforrásnak.

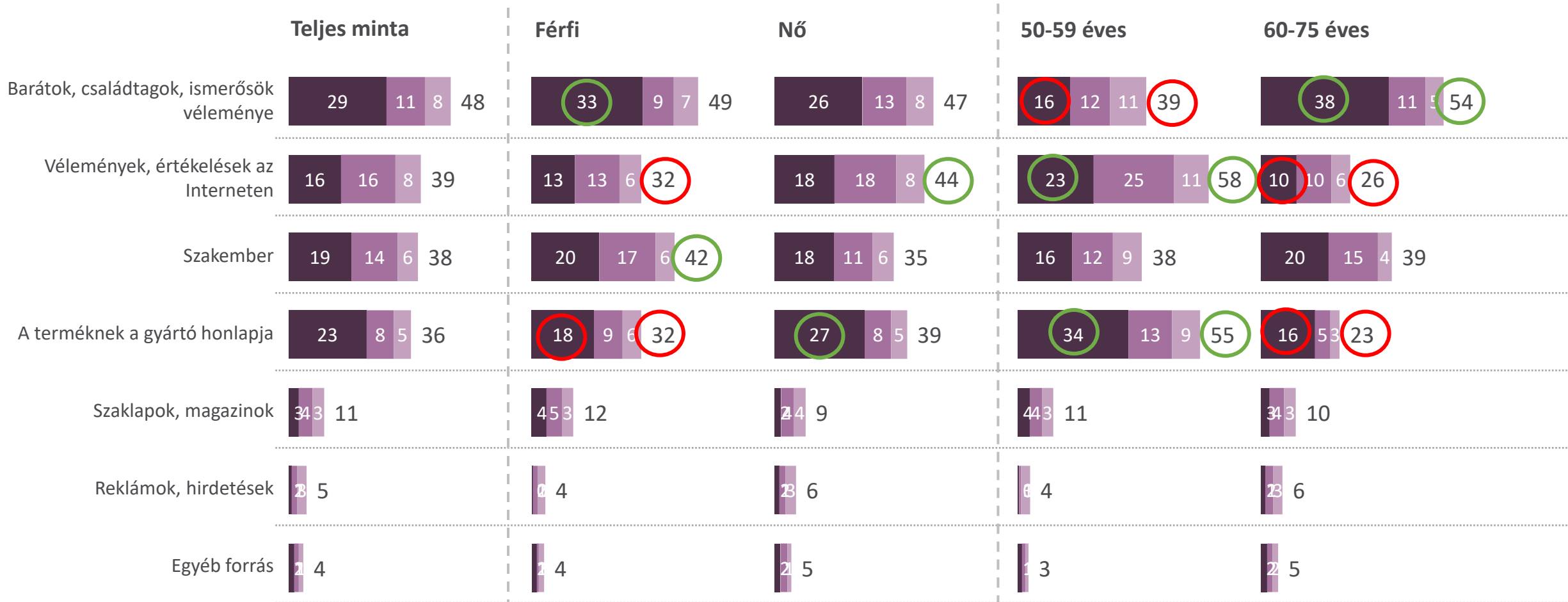


RI2. És melyik forrásokat tartja a leginkább hitelesnek? | N=2000, Teljes minta

INFORMÁCIÓS FORRÁSOK RANGSOROLÁSA - NEM ÉS ÉLETKOR SZERINT

Az 50-75 éves férfiak megbízhatóbbnak tartják családtagjaik, rokonaik, valamint a szakemberek véleményét, ugyanakkor az internetes vélemények és a gyártó honlapján fellelhető információk kevésbé hitelesek a számukra. A nők ezzel szemben mind a korábbi vásárlók értékeléseit, mind a gyártó weboldalát megbízhatóbbnak tartják.

A nőkhöz hasonlóan az 50-59 évesek is az internetes forrásokat tartják hitelesebbnek, míg a 60-75 évesek szintén inkább a barátok, rokonok véleményére ad inkább.



RI2. És melyik forrásokat tartja a leginkább hitelesnek? | N=2000, Teljes minta



HOBBIK



ÖSSZEFOGLALÓ - HOBBIK

- A megkérdezett 50-75 évesek **89%-ának van hobbija**.
66%-uk végez valamilyen fizikai tevékenységet kedvetelésként, jellemzően sétál, utazik, kirándul, vagy egyéni sportot űz.
Emellett 60% foglalkozik valamilyen művészeti ággal, vagy szórakoztató időtöltéssel, ők elsősorban olvasnak, de többen színházba, moziba, étterembe járnak, esetleg maguk foglalkoznak gasztronómiával.
A tudományos hobbik kevésbé jellemzőek, mindössze 6% foglalkozik ilyesmivel.
58% pedig egyéb hobbikat jelölt meg, ők főként kertészkednek, barkácsolnak, kártyáznak.
- Az 50-75 évesek többsége **legfeljebb 3-4 órát tölt egy héten a hobbijaival**. 8%-uknak kevesebb mint egy órája van ilyen tevékenységekre, 6% viszont még 10 óránál is többet foglalkozik a hobbijaival.
- A megkérdezettek átlagosan nagyjából **havi 10 000 Ft-ot költenek hobbijaikra**. 13% egyáltalán nem áldoz ilyen tevékenységekre, további 11%-nak pedig nincs hobbija, ezért nem költ rá.
Az 50-75 éves férfiak körében magasabb azok aránya, akiknek nincs hobbija, akinek viszont van, jellemzően több időt és pénzt is fordít rá heti szinten. A nők ezzel szemben kevesebbet költenek kedvtelésekre.
- Az internet gyakran kapcsolódik a megkérdezettek hobbijaihoz; 28%-uk esetében gyakori, hogy valamely hobbival összefüggésben használja az internetet és további 25% tesz így legalább alkalmanként.

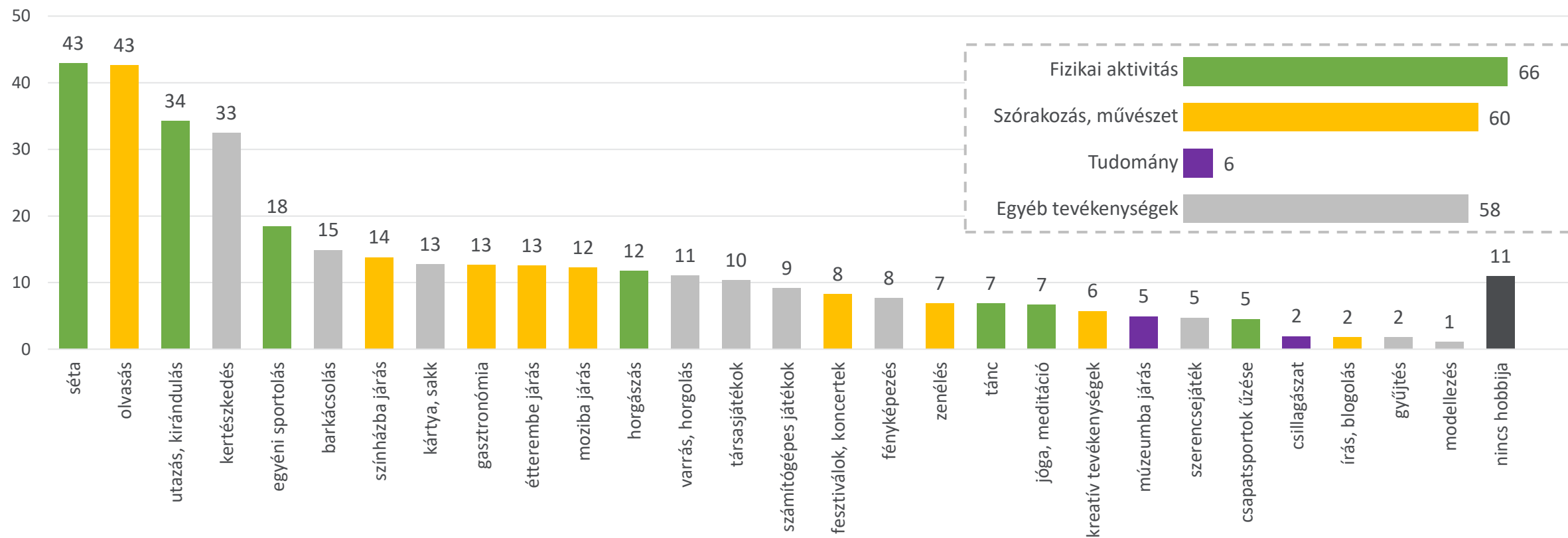
HOBBIK, SZABADIDŐ

A válaszadók kétharmada végez valamilyen fizikai tevékenységet hobbiként; elsősorban sétálnak, kirándulnak, egyéni sportokat űznek.

Emellett tízből hatan foglalkoznak valamilyen művészeti ággal, vagy szórakoztató időtöltéssel, ők elsősorban olvasnak, de többen színházba, moziba, étterembe járnak, esetleg maguk foglalkoznak gasztronómiával.

A tudományos hobbik kevésbé jellemzőek, mindössze 6% foglalkozik ilyesmivel.

58% pedig egyéb hobbikat jelölt meg, ők főként kertészkednek, barkácsolnak, kártyáznak.



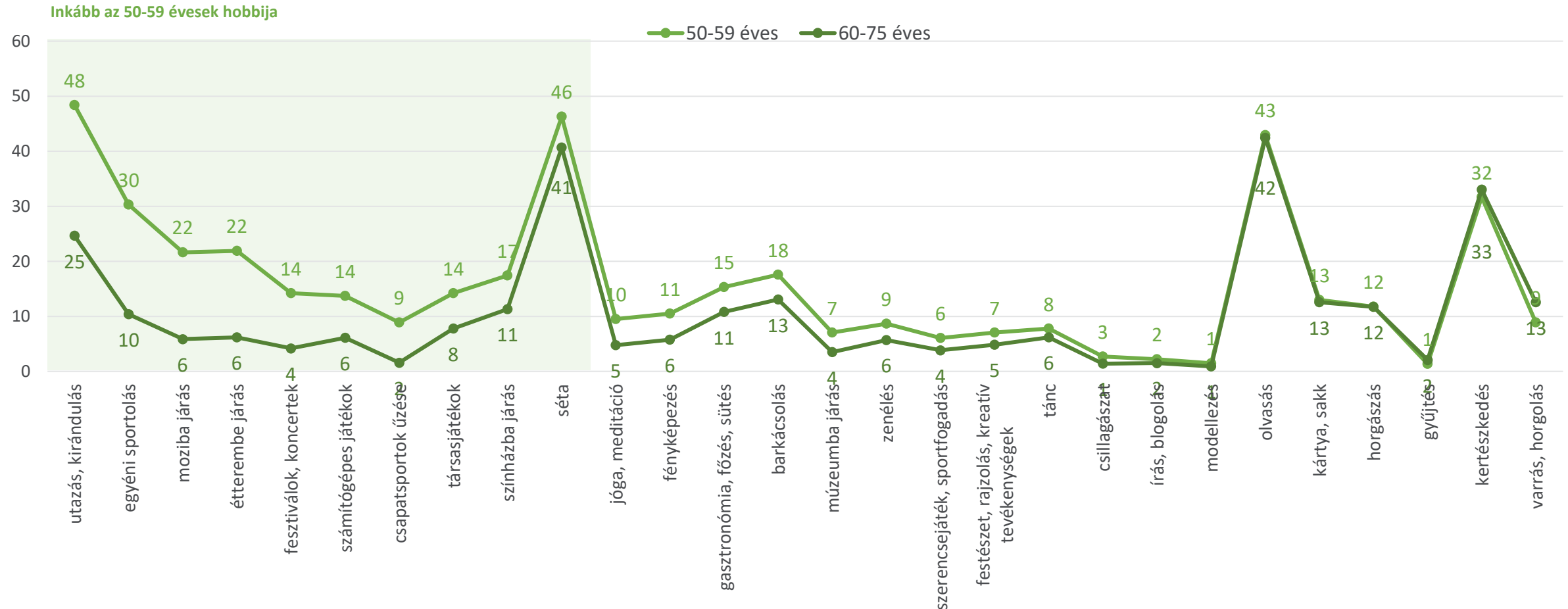
H1. Milyen hobbijai vannak? Mit szokott csinálni a szabadidejében? | N=2000, Teljes minta

HOBBIK, SZABADIDŐ - NEMEK SZERINTI BONTÁSBAN

Az 50-59 évesek jellemzően több tevékenységet is megjelöltek hobbiként, mint a 60 év felettek.

Az 50-59 éves korosztályra magasabb arányban jellemző az utazgatás, az egyéni és csapatsportok, a moziba, étterembe, fesztiválokra, koncertekre, színházba járás, számítógépes játékokkal és társasjátékokkal való játék, valamint a séta.

Nem volt olyan tevékenység, amit szignifikánsan magasabb arányban jelöltek volna a 60-75 évesek.



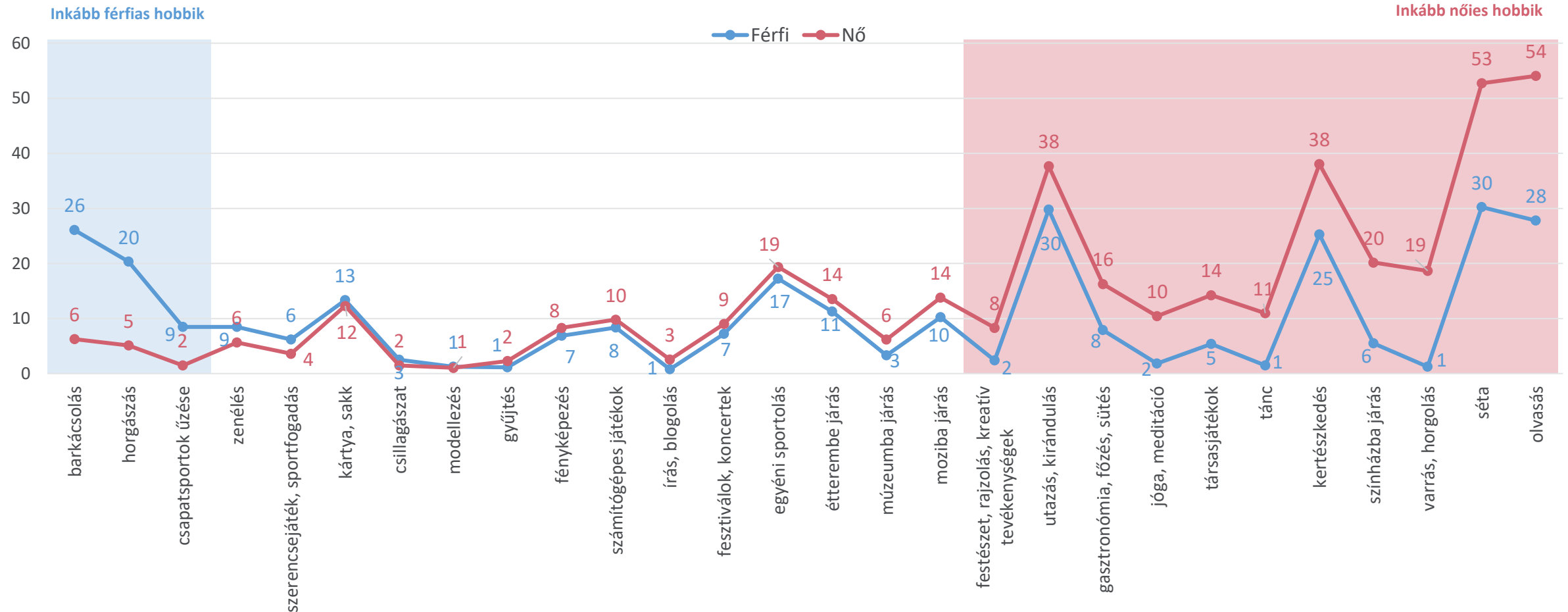
H1. Milyen hobbijai vannak? Mit szokott csinálni a szabadidejében? | N=2000, Teljes minta

HOBBIK, SZABADIDŐ - NEMEK SZERINTI BONTÁSBAN

Az 50-75 éves korosztályon belül mind a férfiak, mind a nők körében népszerű a séta, az olvasás, az utazás és a kertészkedés. Összességében a nők többféle tevékenységet jelöltek meg hobbiként, mint a férfiak, vagyis jellemzően több hobbijuk van.

A férfiak szignifikánsan magasabb arányban foglalkoznak barkácsolással, horgászással és különböző csapatsportokkal, mint a nők.

Ezzel szemben a nők magasabb arányban választottak maguknak hobbiként különböző kreatív tevékenységeket, utazást, kirándulást, gasztronómiát, jógázást, társasjátékokat, táncolást, kertészkedést, színházba járást, varrást, sétálást vagy olvasást.



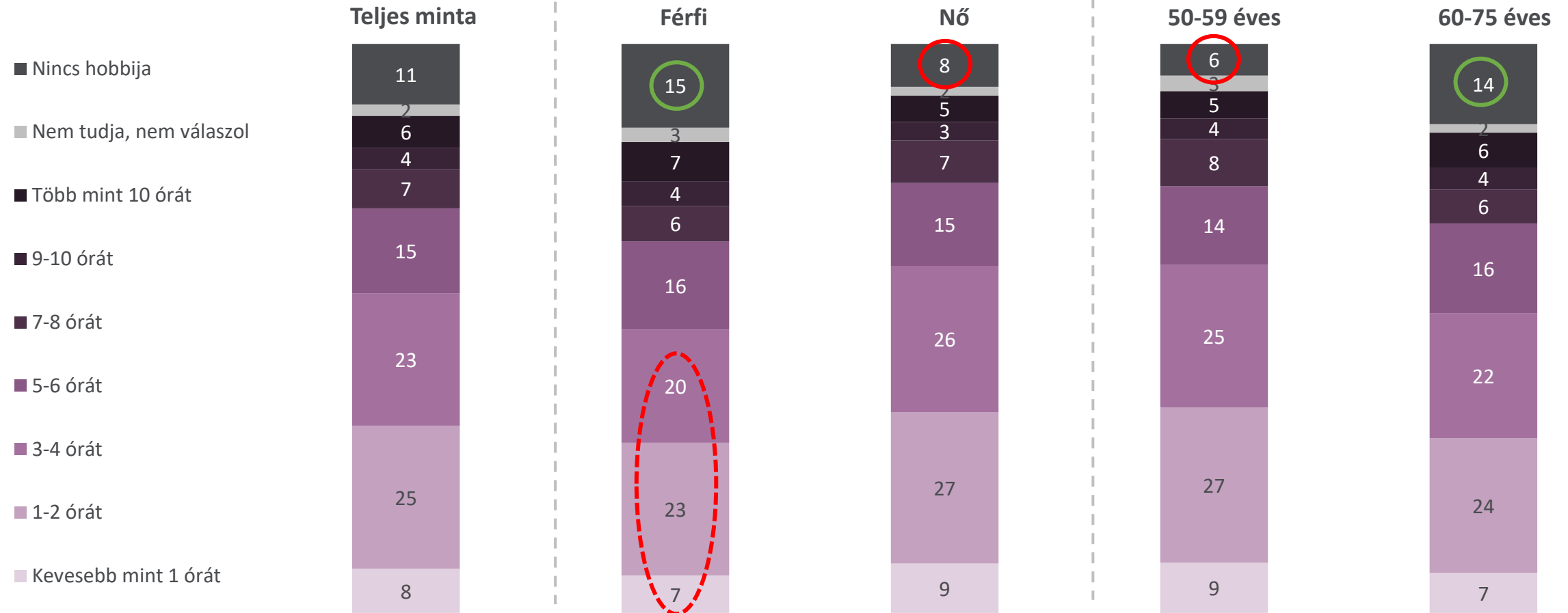
H1. Milyen hobbijai vannak? Mit szokott csinálni a szabadidejében? | N=2000, Teljes minta

MENNYI IDŐT SZÁNNAK A HOBBIAIKRA? - NEMEK ÉS ÉLETKOR SZERINT

Az 50-75 évesek többsége legfeljebb 3-4 órát tölt egy héten a hobbijaival. 8%-uknak kevesebb mint egy órája van ilyen tevékenységekre, 6% viszont még 10 óránál is többet foglalkozik a hobbijaival.

Az 50-75 éves férfiak körében összességében alacsonyabb azok aránya, akik 3-4 óránál kevesebb időt fordítanak kedvteléseikre, vagyis akinek van hobbija, az heti szinten átlagosan több időt tölt el vele.

Sem településtípus, sem gazdasági aktivitás szempontjából nem mutatkoztak jelentős eltérések.



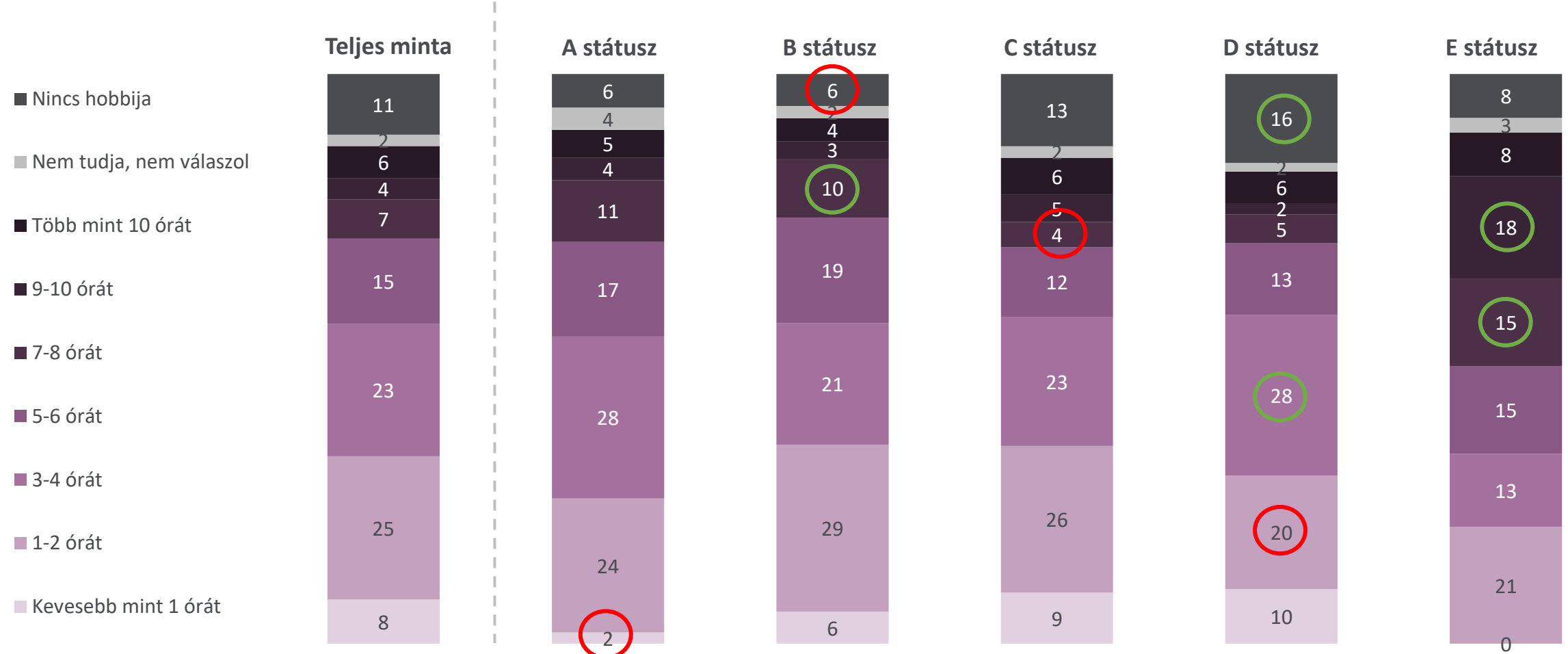
H2. Heti szinten mennyi időt tud szánni ezekre a tevékenységekre? | N=2000, Teljes minta

MENNYI IDŐT SZÁNNAK A HOBBIJAIKRA? - JÖVEDELMI STÁTUSZ SZERINT

Az 50-75 éves korosztályon belül mind az A, mind a B státuszúak nagyobb arányban engedhetnek meg maguknak hobbit, és kicsivel magasabb körökben azok aránya, akik 7-8 órát is tudnak foglalkozni kedvteléseikkel egy átlagos héten.

A D státuszúak esetében a legmagasabb azok aránya, akik nem rendelkeznek hobbival, akiknek viszont van, azokra jellemzőbb, hogy heti 3-4 órát foglalkoznak ezzel.

Az E státuszúak átlagosan jóval több időt töltenek hobbiikkal, mint mások.



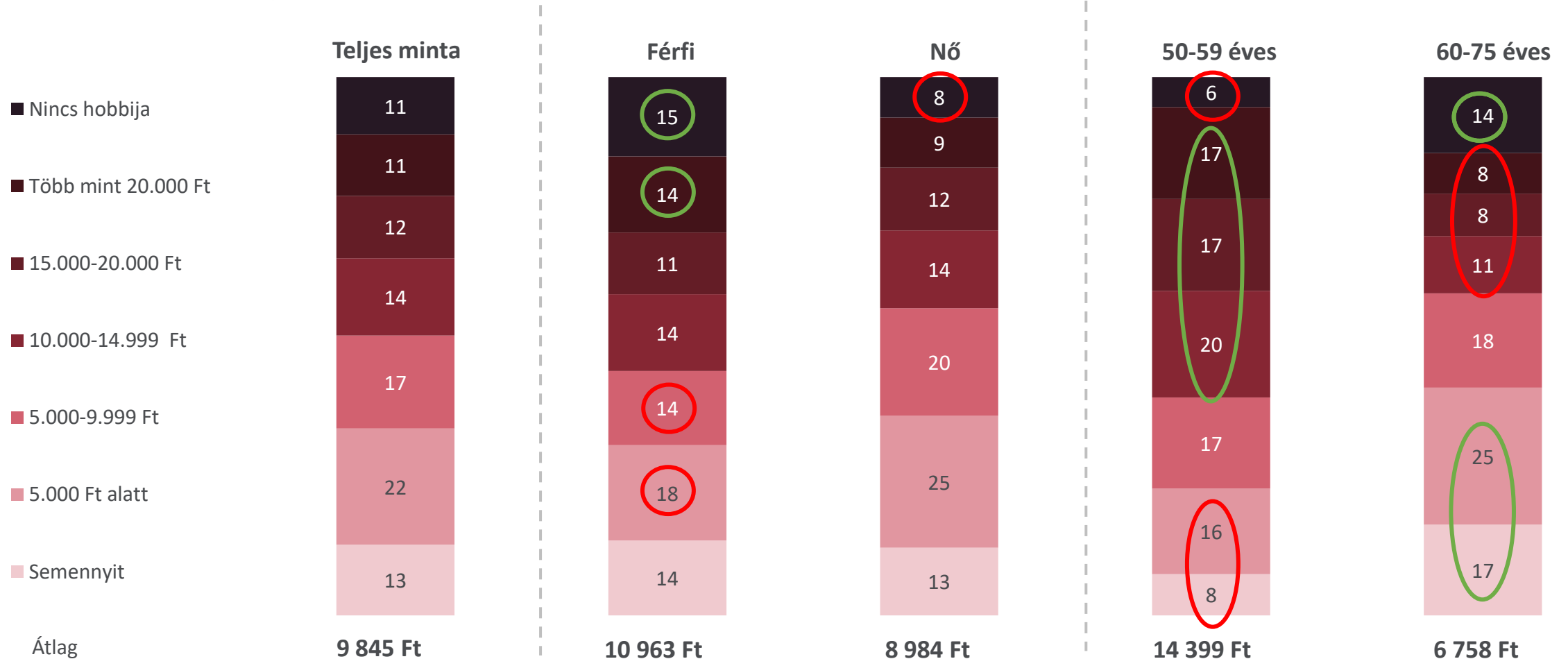
H2. Heti szinten mennyi időt tud szánni ezekre a tevékenységekre? | N=2000, Teljes minta

MENNYI PÉNZT SZÁNNAK A HOBBIJAIKRA? - NEMEK ÉS ÉLETKOR SZERINT

A megkérdezett 50-75 évesek átlagosan nagyjából havi 10 000 Ft-ot költenek hobbijaikra. 13% egyáltalán nem áldoz ilyen tevékenységekre, további 11%-nak pedig nincs hobbija, ezért nem költ rá.

Azok a férfiak, akiknek van hobbijuk, nem csak több időt, de több pénzt is fordítanak rá. A nők ezzel szemben kevesebbet költenek kedvtelésekre.

Az 50-59 éves korosztály, ahol jelentősen magasabb az aktív keresők aránya, lényegesen többet engedhet meg magának, míg a 60-75 évesek sokkal kevesebbet áldoznak hobbijaikra.

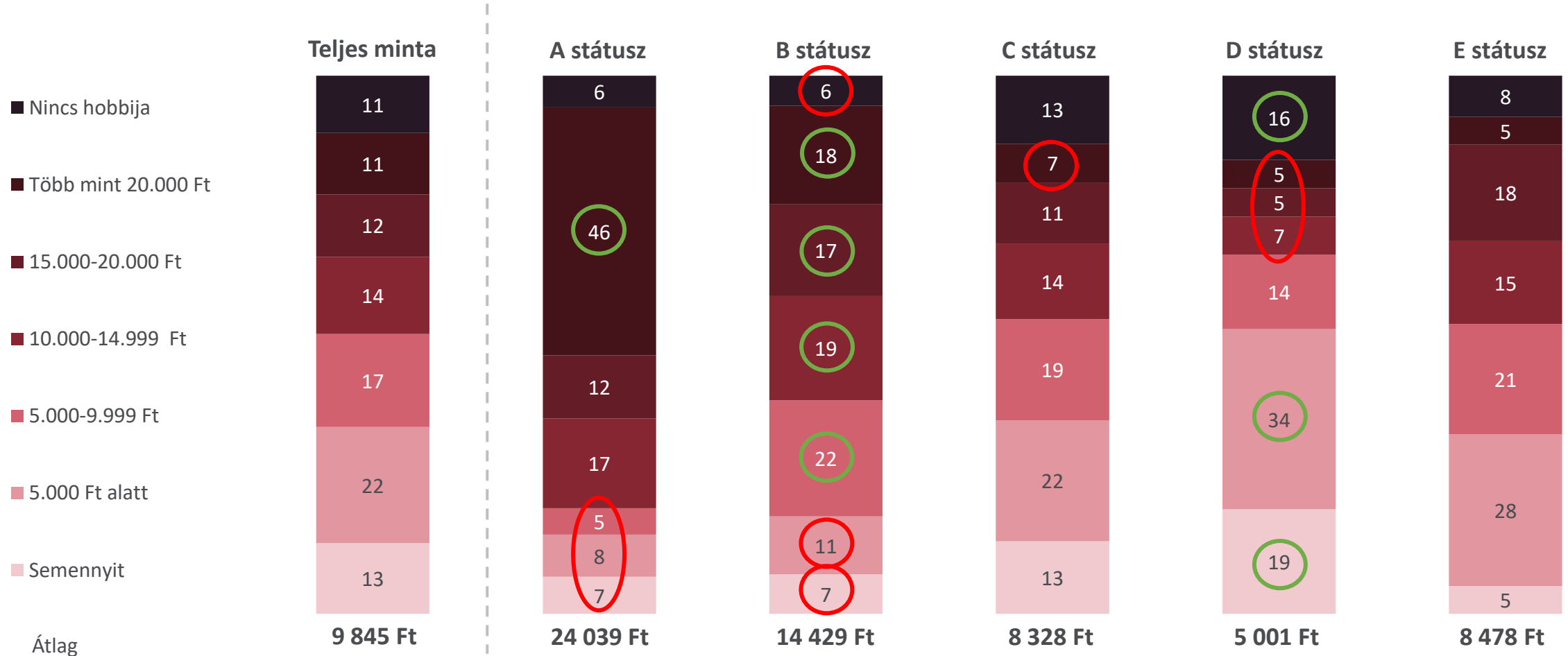


H3. Meg tudná mondani, hogy havi szinten mennyit költ a hobbijaira? | N=2000, Teljes minta

MENNYI PÉNZT SZÁNNAK A HOBBIJAIKRA? - JÖVEDELMI STÁTUSZ SZERINT

A jövedelmi helyzet természetesen nagyban befolyásolja, hogy valaki mennyi pénzt tud a hobbjaira fordítani, azonban korántsem a legrosszabb helyzetben lévők költik a legkevesebbet havi szinten.

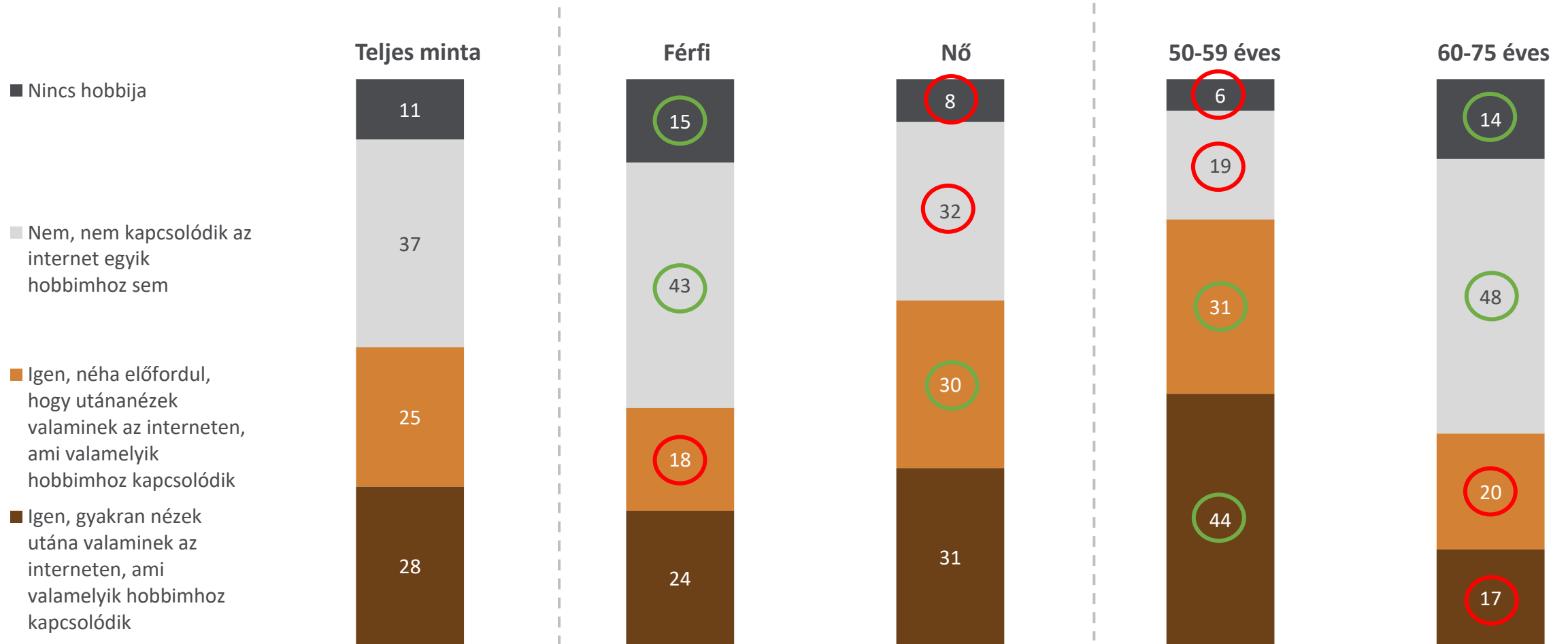
Az 50-75 éves A státuszúak közel fele több mint 20 000 Ft-ot áldoz ilyen célokra, az átlag messze az ő esetükben a legmagasabb. A B státuszúak már lényegesen kevesebbet költenek erre havi szinten, de még így is az átlag másfélszeresét fordítják hobbjaira. Érdekes módon a D státuszúak költik a legkevesebbet kedvtelésekre, nem pedig a legszerényebb anyagi helyzetben lévők.



H3. Meg tudná mondani, hogy havi szinten mennyit költ a hobbjaira? | N=2000, Teljes minta

AZ INTERNET ÉS A HOBBIK - NEMEK ÉS ÉLETKOR SZERINT

A válaszadók több mint felénél kapcsolódik valamilyen formában az internet a hobbikhoz; 28% esetében gyakori, hogy valamely hobbiival összefüggésben használja az internetet - pl. receptet, vagy a kedvtelésével összefüggő programokat keres – és további 25% tesz így legalább alkalmanként. Ez az arány a nők és az 50-59 évesek körében még magasabb, míg a férfiak és a 60-75 évesek kevésbé használják az internetet a hobbijukkal összefüggésben.



H4. Kapcsolódik az internet bármilyen formában az Ön által említett hobbikhoz? | N=2000, Teljes minta



EGÉSZSÉG



ÖSSZEFOGLALÓ - EGÉSZSÉG

- Az 50-75 éves korosztály háromnegyede tartja fontosnak az egészséges életmódot.
A nem, az életkor, a lakóhely típusa, az iskolai végzettség, a gazdasági aktivitás, de még az internethasználat is komolyan befolyásolja, hogy a megkérdezett 50-75 évesek mekkora fontosságot tulajdonítanak az egészséges életvitelnek: a nők, az 50-59 évesek, az internet-használók, a Budapesten élők, az aktív korú keresők és a felsőfokú végzettségűek számára nagyobb fontossággal bír az egészséges életmód.
- A magyar 50-75 évesek nem élnek annyira egészségesen, mint amennyire fontosnak tartják az egészséges életmódot.
 - **48% tekinthető egészségtudatosnak**, akik fontosnak tartják az egészséges életmódot, és ennek megfelelően is élnek.
 - **26% próbálkozó**, ugyan nagy jelentőséget tulajdonít a megfelelő életmódnak, viszont nem tartja azt be.
 - **1% nem tudatos**, vagyis nem tartja fontosnak az egészséges életmódot, ettől függetlenül úgy gondolja, egészségesen él.
 - **25% pedig érdektelen**, nem tartja fontosnak ezt a témát, és nem is él egészséges életmódot.
- Az 50-75 éves egészségtudatosak körében magasabb a nők, a felsőfokú végzettségűek és a jobb anyagi körülmények között élők aránya.
A próbálkozók csupán annyiban térnek el a teljes mintától, hogy nagyobb körökben a gazdaságilag aktívak aránya.
Az érdektelenek jellemzően inkább 60-75 éves férfiak, akik községekben, falvakban laknak, gazdaságilag inaktívak, egyedül élnek, szerényebb anyagi körülmények között.
- Az 50 és 75 év közötti magyar lakosok összességében **pozitívan állnak az élethez**. Háromnegyedüket ugyan **aggasztják a közelmúlt eseményei, de emellett – vagy éppen ezért – igyekeznek élvezni az élet apró örömeit**. Kétharmaduk **úgy gondolja, bármit is hoz a jövő, fel fog tudni állni belőle**. Ezzel együtt csak 39% van megelégedve jelenlegi életkörülményeivel.
- Az 50-75 éves magyar lakosság **22%-a gyakran érzi magát magányosnak**.
A magány azonban nem érint azonos mértékben mindenkit ezen a korosztályon belül sem; a 60-75 évesek szignifikánsan magasabb arányban érintettek, mint az 50-59 évesek.
Az életkoron kívül az internet használata is fontos szempont; a nem internetezők körében szignifikánsan magasabb a magukat egyedül érzők aránya.
Különösen veszélyeztetett réteg az 50-59 éves, nem internetező nők csoportja, ahol 45% nyilatkozott úgy, hogy gyakran érzik magukat magányosnak.

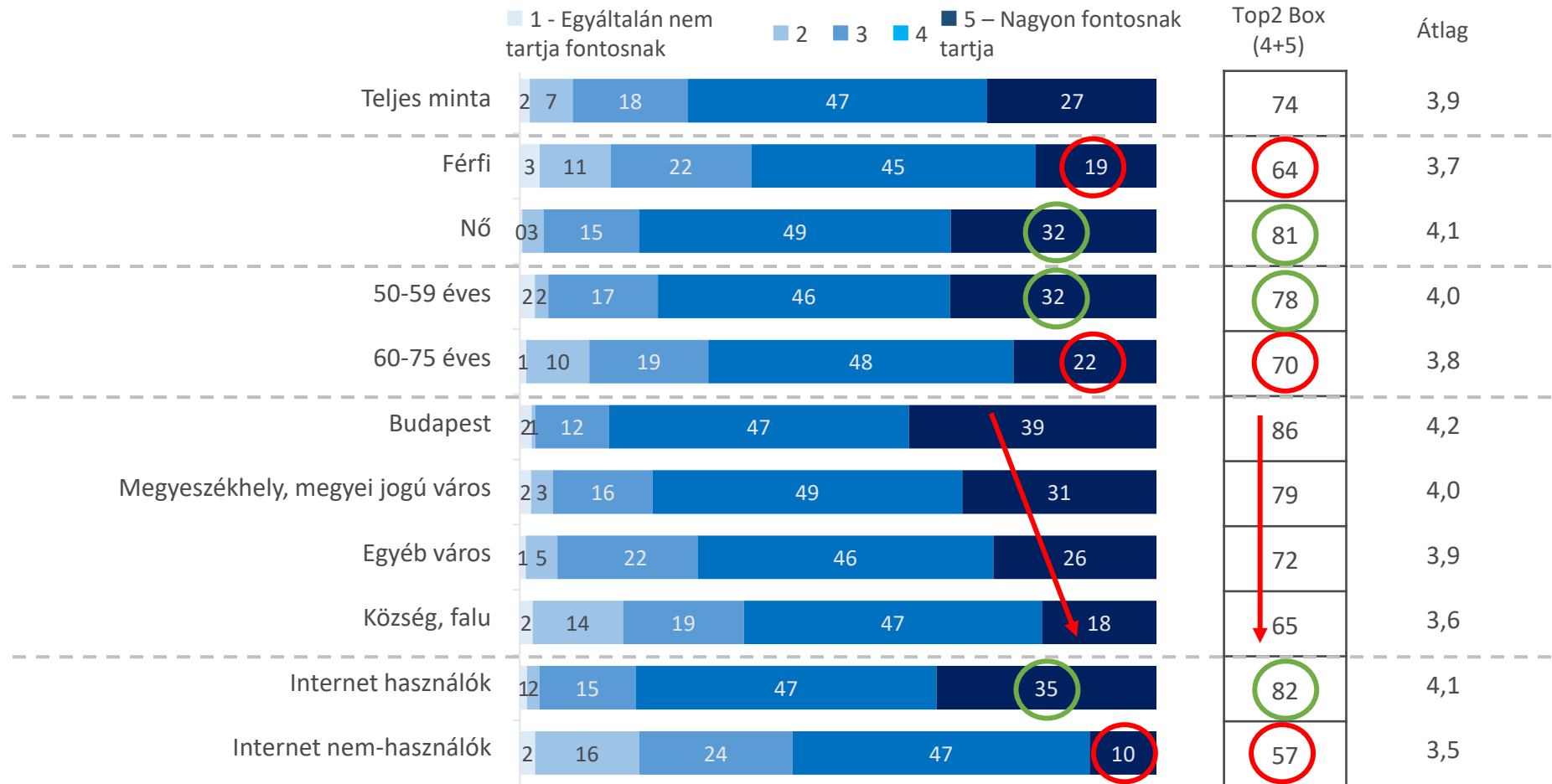
EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD FONTOSSÁGA - 1

Az 50-75 éves magyar lakosság háromnegyede tartja fontosnak az egészséges életmódot; 27%-uk rendkívül fontosnak gondolja. 9%-uk azonban nem tulajdonít különösebb jelentőséget az egészséges életvitelnek.

A nők és az 50-59 évesek nagyobb fontosságot tulajdonítanak az egészségességnek, míg a férfiak és a 60-75 évesek számára kevésbé fontos.

A Budapesten élők igen magas arányban tartják fontosnak az egészséges életmódot, ez az arány azonban a falvak felé haladva jelentősen csökken.

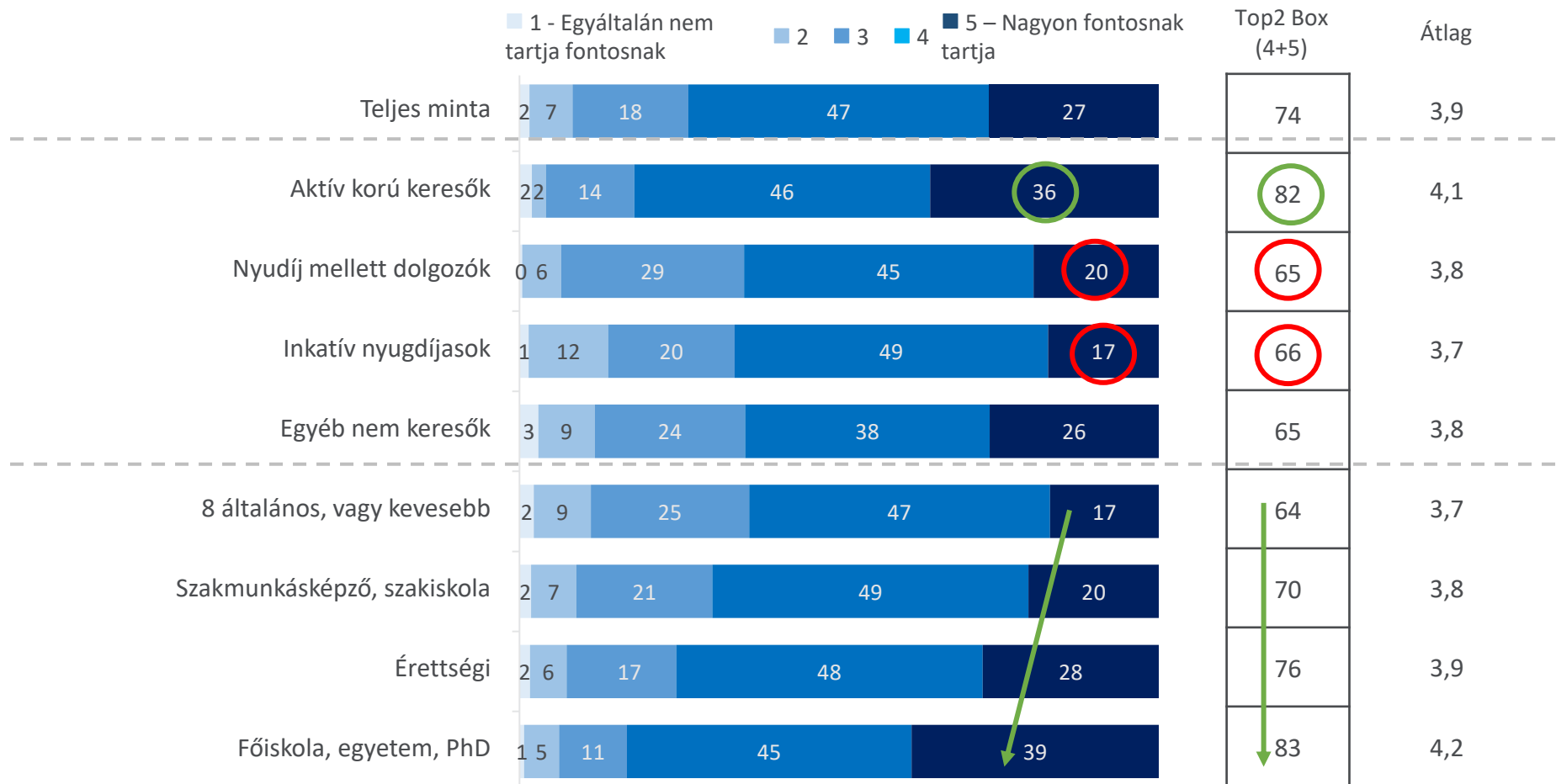
Az internetet rendszeresen, legalább hetente használók szintén nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az egészségességnek, mint a nem internetezők.



EG1. Mennyire tartja Ön fontosnak az egészséges életmódot? | N=2000, Teljes minta

EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD FONTOSSÁGA - 2

Gazdasági aktivitás szerint bontva az 50-75 éves aktív korú keresők szignifikánsan magasabb arányban tartják fontosnak az egészséges életmódot, míg a nyugdíj mellett dolgozók és az inaktív nyugdíjasok kisebb hangsúlyt fektetnek erre. Ez azért is érdekes, mert a nyugdíj mellett dolgozók számára ugyanúgy fontos lenne az egészségük megőrzése annak érdekében, hogy keresőképeseek maradjanak, gondolkodásuk mégis inkább az inaktív nyugdíjasokéval egyezik. Az iskolai végzettséggel együtt nő a tudatosság is; a felsőfokú végzettségűek szignifikánsan magasabb arányban tartják fontosnak a megfelelő életvitelt, mint azok, akik nem rendelkeznek érettséggel.



EG1. Mennyire tartja Ön fontosnak az egészséges életmódot? | N=2000, Teljes minta

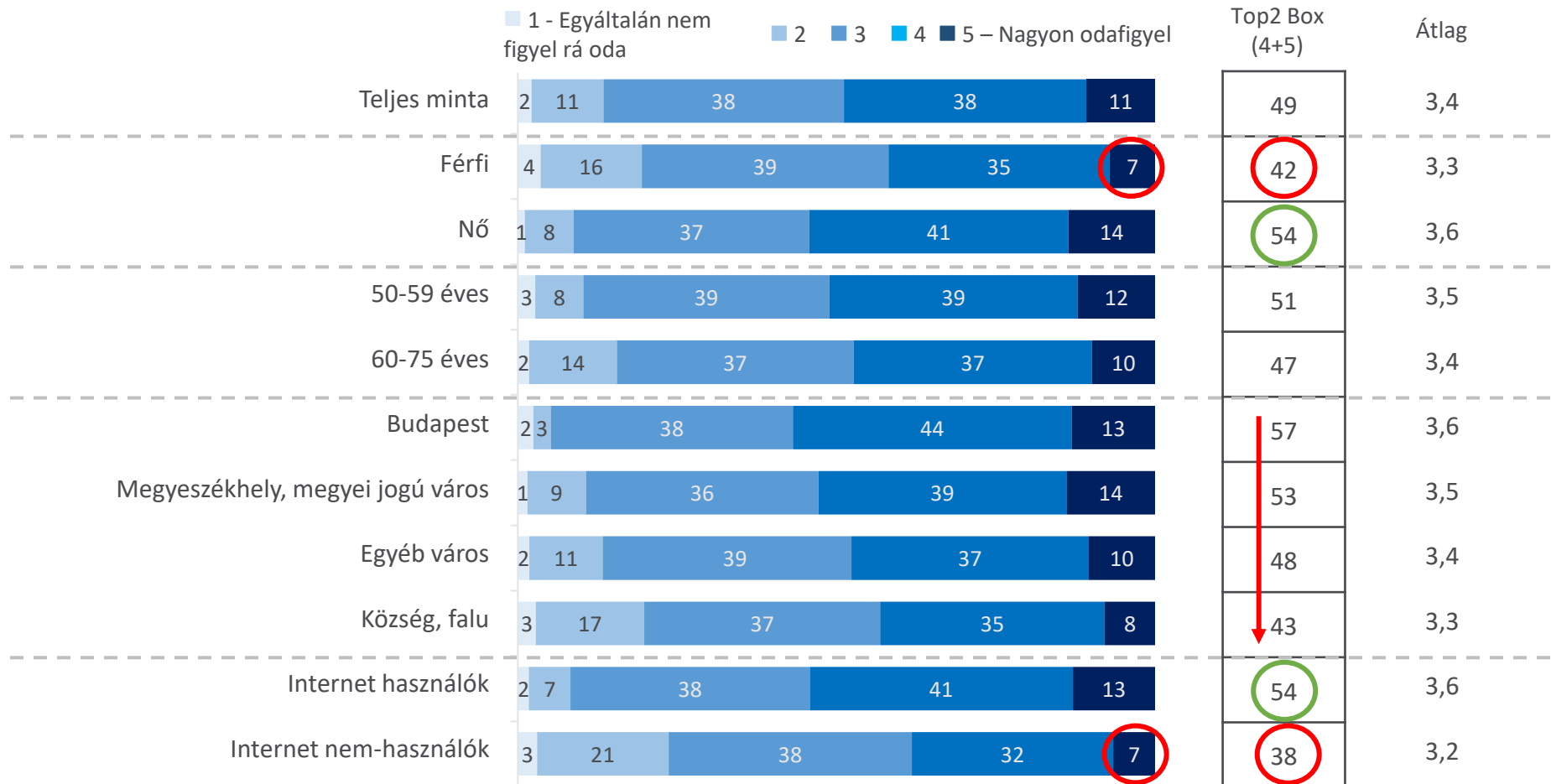
MENNYIRE ÉLNEK EGÉSZSÉGESEN? - 1

A megkérdezettek fele véli úgy, hogy egészséges módon él, de mindössze 11% figyel erre oda kiemelten.

A nők valamivel tudatosabbak, mint a férfiak, de körükben is csak 54% az egészséges életmódot folytatók aránya.

A Budapesten élők szintén nagyobb hangsúlyt fektetnek arra, hogy egészségesen éljenek, szemben azokkal, akik falvakban, községekben élnek.

Az internetet használók is magasabb arányban követnek egészséges életmódot saját bevallásuk szerint, mint a nem-internetezők.

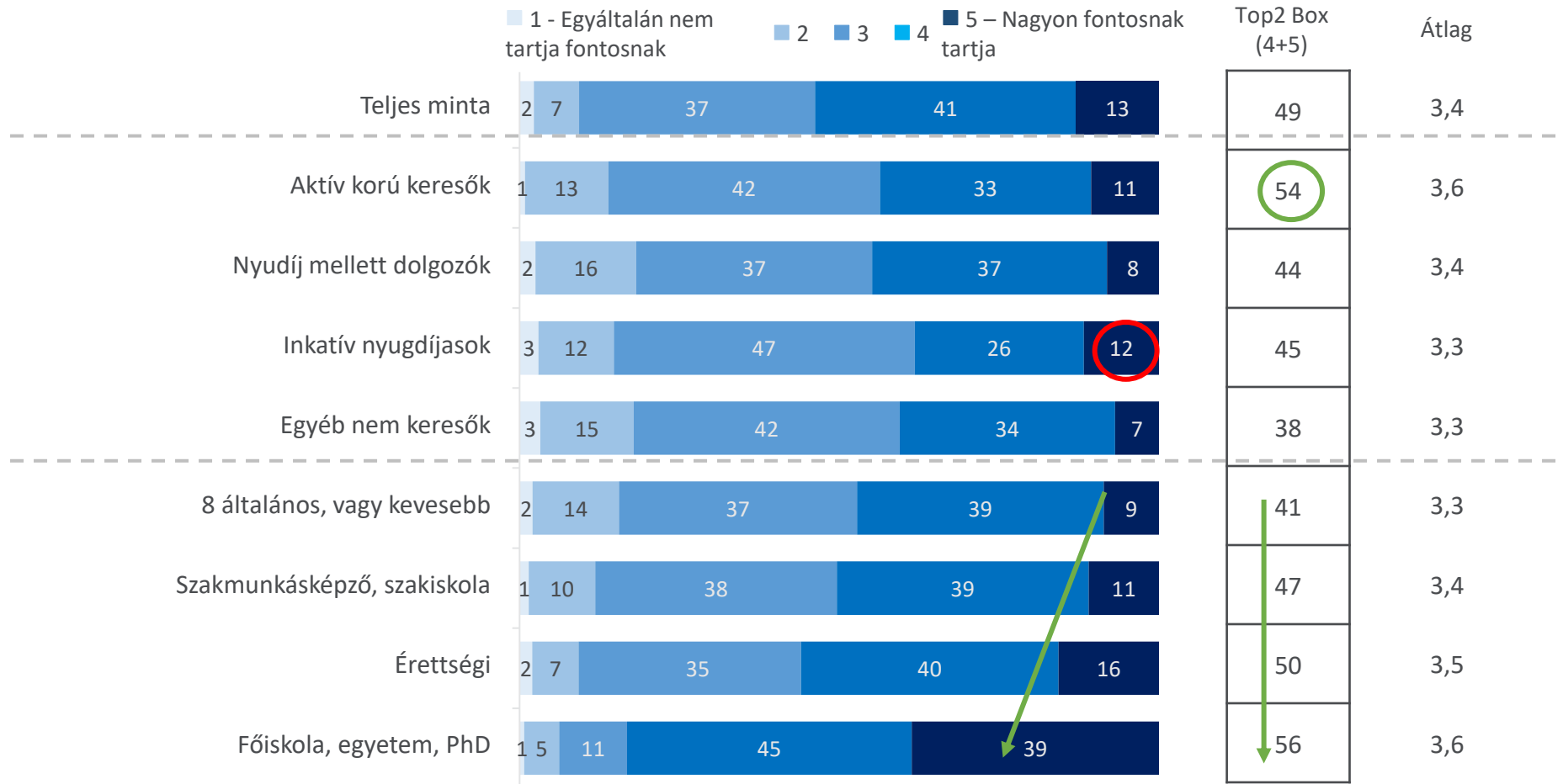


EG2. A saját megítélése szerint Ön mennyire figyel oda arra, hogy egészségesen éljen? | N=2000, Teljes minta

MENNYIRE ÉLNEK EGÉSZSÉGESEN? - 2

Az 50-75 éves aktív korú keresők nem csak hogy nagyobb arányban tartják fontosnak az egészséges életmódot, de magasabb arányban élnek is ennek megfelelően.

Szintén összhangban a korábbi eredményekkel az egészségtudatosság az iskolai végzettséggel párhuzamosan nő.

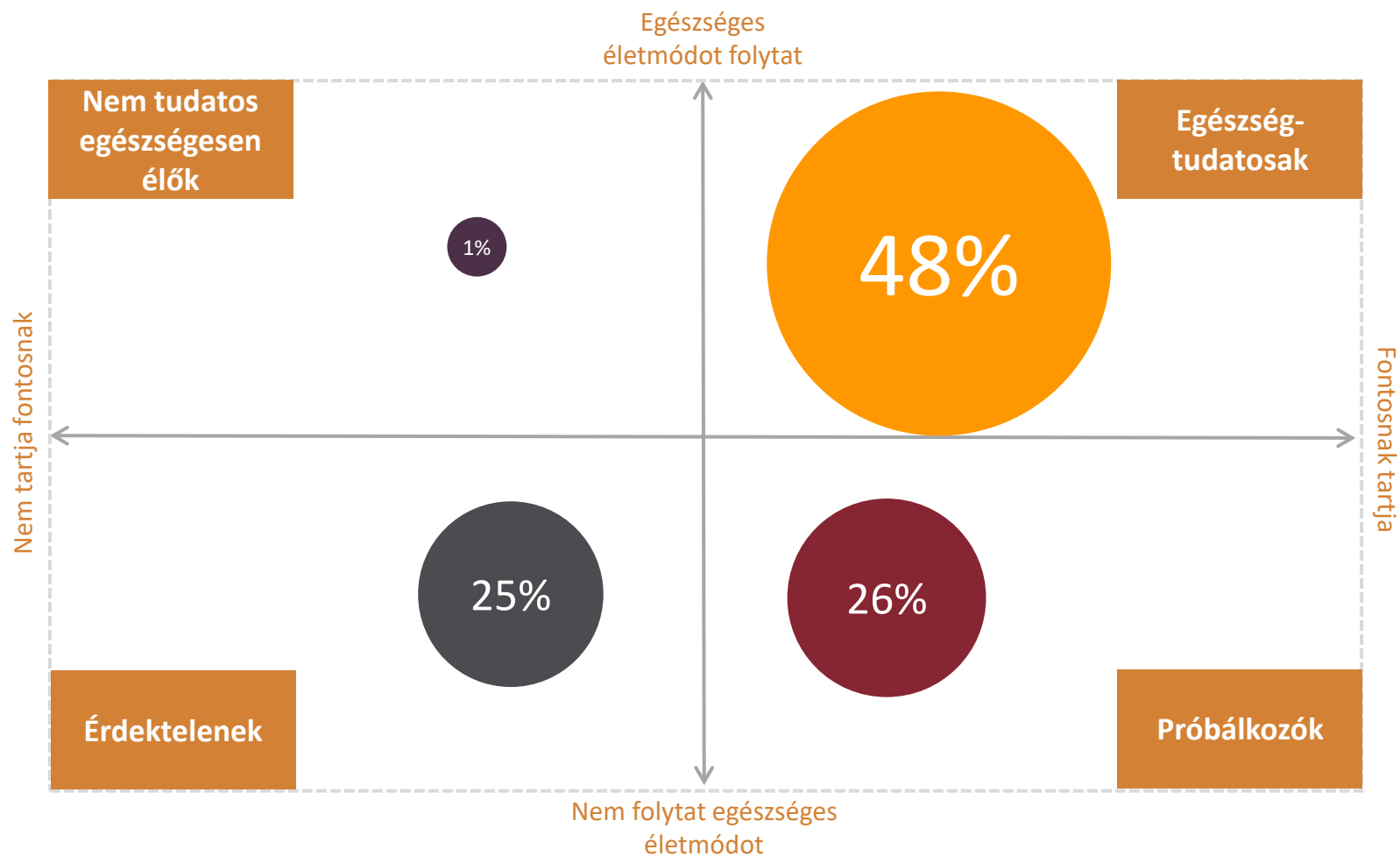


EG2. A saját megítélése szerint Ön mennyire figyel oda arra, hogy egészségesen éljen? | N=2000, Teljes minta

EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD MÁTRIX

Az 50-75 éves magyar lakosság 48%-a egészségtudatosnak nevezhető; ők azok, akik nem csak fontosnak tartják az egészséges életmódot, de igyekeznek is ennek megfelelő életvitelt folytatni.

26% bár tisztában az egészséges életmód fontosságának, jelenleg nem felelnek meg ennek. Mindössze 1% azok aránya, akik annak dacára folytatnak egészséges életmódot, hogy azt nem is tartják fontosnak. 25% pedig nem tulajdonít különösebb jelentőséget az egészséges életmódnak, és így nem is él ennek megfelelően.



EG1. Mennyire tartja Ön fontosnak az egészséges életmódot? EG2. A saját megítélése szerint Ön mennyire figyel oda arra, hogy egészségesen éljen? | N=2000, Teljes minta

REKLÁMATTITŰD - SZEGMENTÁCIÓ

Az 50-75 éves egészségtudatosak körében magasabb a nők, a felsőfokú végzettségűek és a jobb anyagi körülmények között élők aránya.

A próbálkozók, vagyis akik tisztában vannak ugyan az egészséges életmód fontosságával, de nem ennek megfelelően élnek, csupán annyiban térnek el a teljes mintától, hogy nagyobb körökben a gazdaságilag aktívak aránya.

Az érdektelenek jellemzően inkább 60-75 éves férfiak, akik községekben, falvakban laknak, gazdaságilag inaktívak, egyedül élnek, szerényebb anyagi körülmények között.

ÉLETKOR*

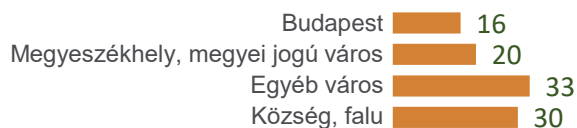
Teljes minta



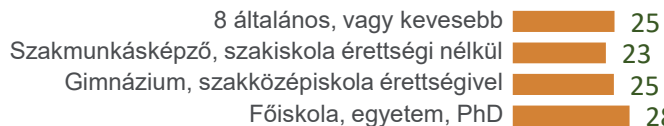
KORCSOPORT*



TELEPÜLÉSTÍPUS*



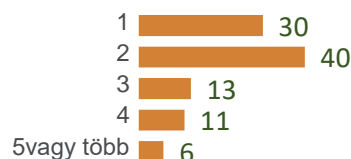
ISKOLAI VÉGZETTSÉG*



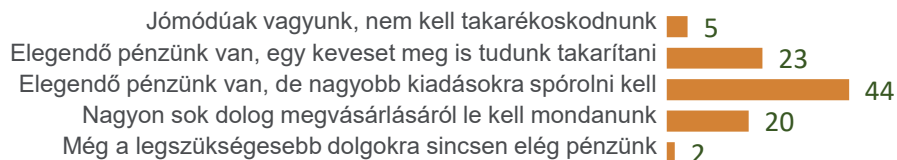
AKTIVITÁS*



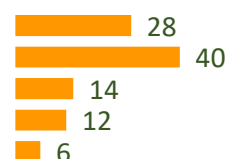
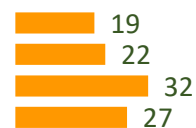
HÁZTARTÁSNAGYSÁG



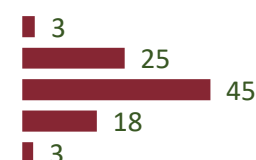
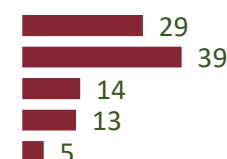
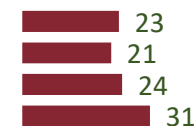
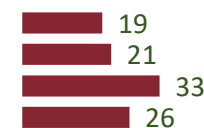
HÁZTARTÁS SZUBJEKTÍV JÖVEDELMI HELYZETE



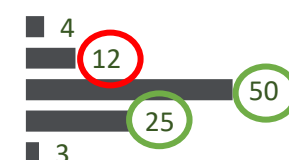
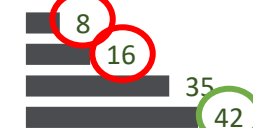
Egészségtudatos



Próbálkozó



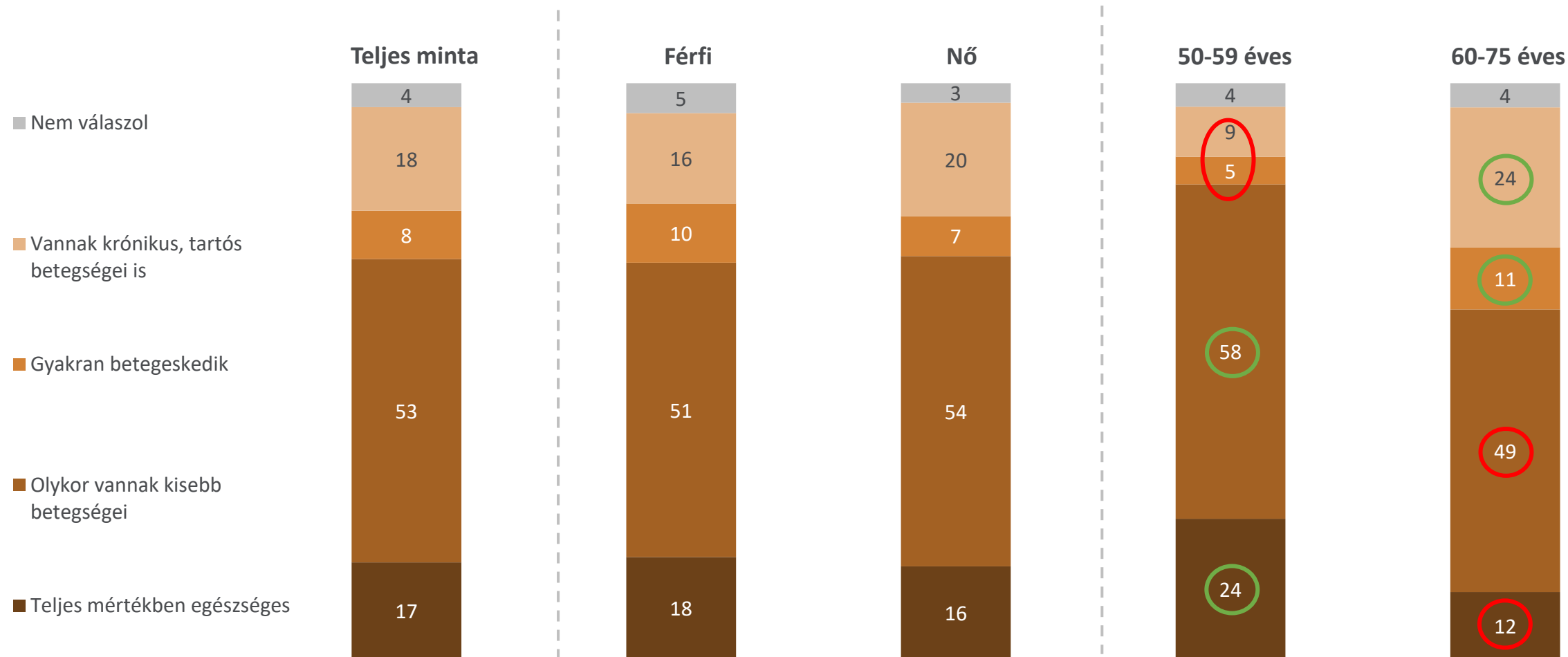
Érdektelen



EGÉSZSÉGI ÁLLAPOT - NEMEK ÉS ÉLETKOR SZERINT

Az 50 és 75 év közötti magyarok 17%-a tartja magát teljes mértékben egészségesnek, további 53% nyilatkozott úgy, hogy olykor-olykor vannak kisebb betegségei. 8%-uk ugyanakkor gyakran beteges, 18%-uk pedig krónikus betegségekről számolt be.

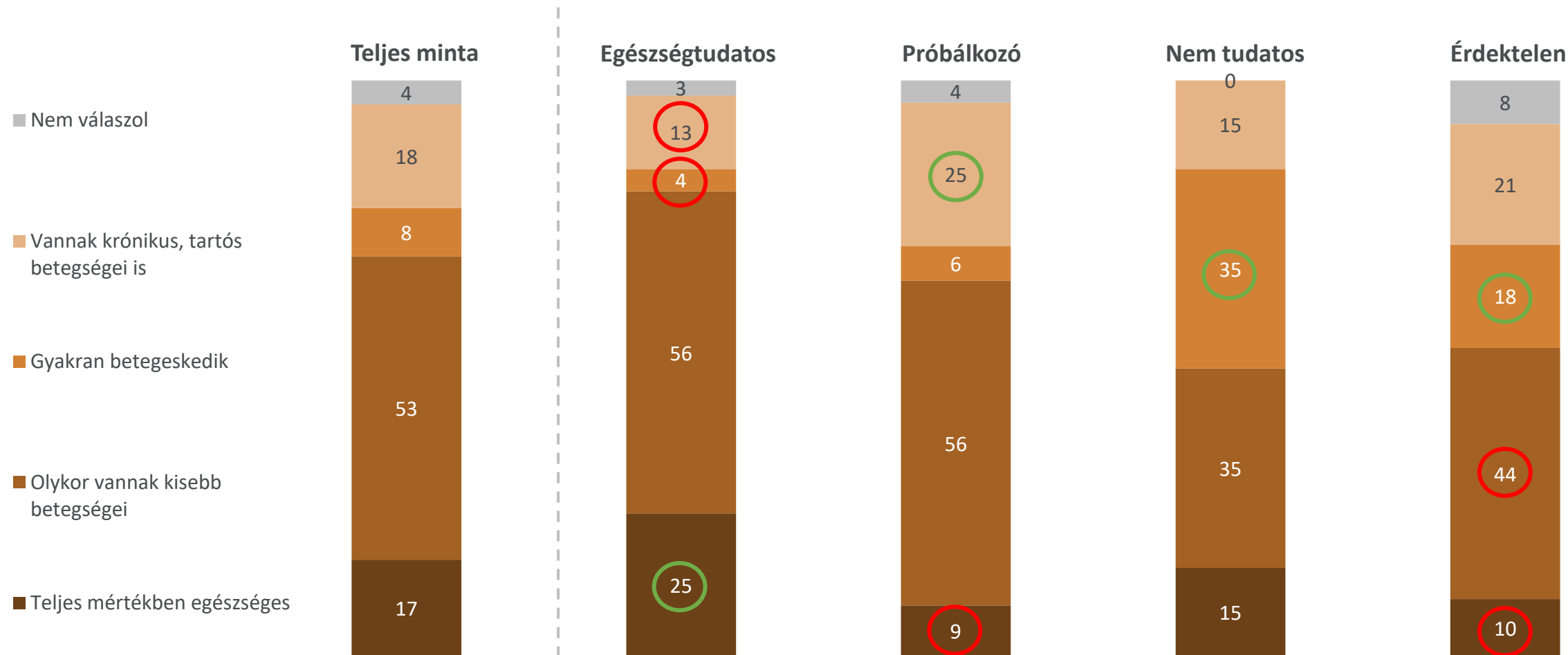
Nem mutatkozott szignifikáns eltérés a férfiak és a nők között, az 50-59 éves korosztály azonban jelentősen jobb egészségügyi állapotban van saját meglátása szerint, mint a 60 év felettek, ahol különösen a krónikus betegségekkel küzdők aránya magasabb.



EG7. Mennyire érzi magát egészségesnek? | N=2000, Teljes minta

EGÉSZSÉGI ÁLLAPOT - EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG SZERINT

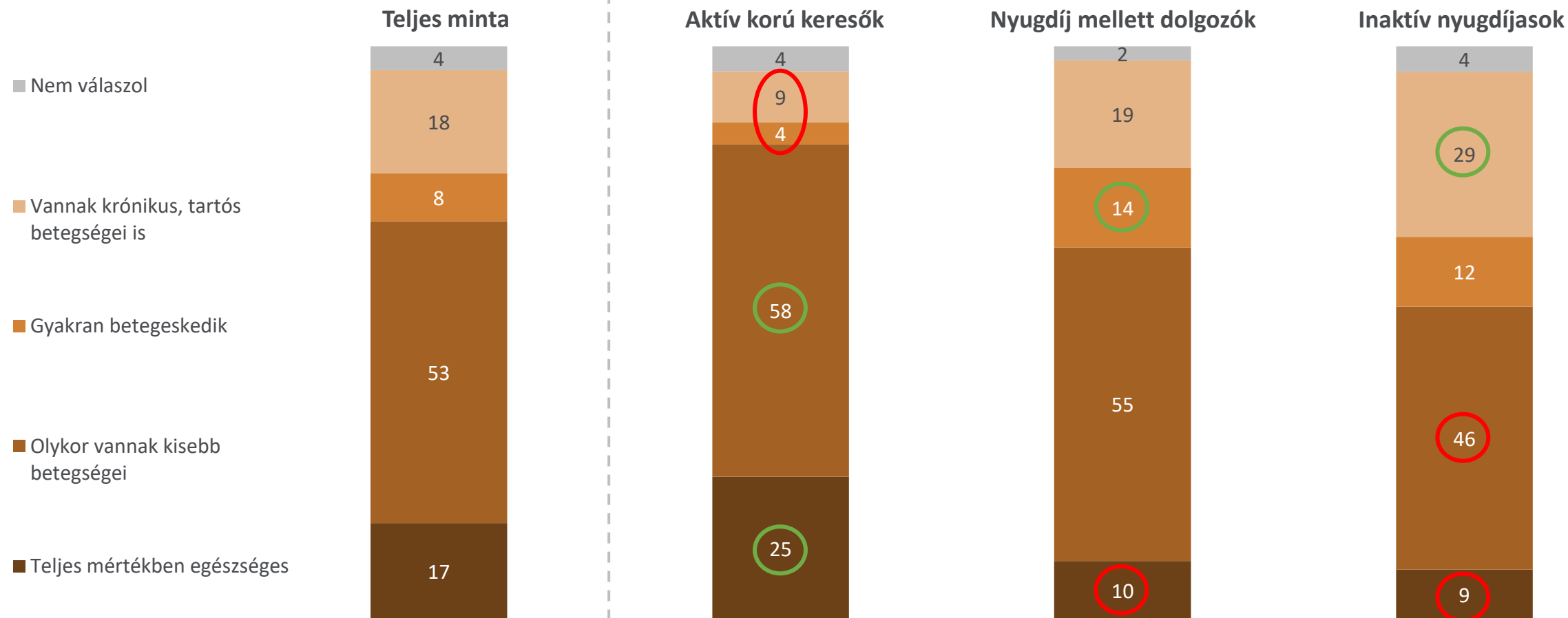
Azok az 50-75 év közöttiek, akik fontosnak tartják az egészséges életmódot és eszerint is élnek, lényegesen jobb egészségnek örvendenek. Azok körében, akik fontosnak tartják az egészséges életvitelt, de nem ennek megfelelően élnek, szignifikánsan magasabb a krónikus betegségekben szenvedők aránya. A nem tudatos egészségesen élők nagyobb mértékben érzik úgy, hogy gyakran betegeskednek. Az érdektelenek körében a legalacsonyabb a teljes mértékben egészségesek és csak néha betegeskedők aránya.



EG7. Mennyire érzi magát egészségesnek? | N=2000, Teljes minta

EGÉSZSÉGI ÁLLAPOT - GAZDASÁGI AKTIVITÁS SZERINT

Az 50 feletti aktív korú, gazdaságilag is aktív válaszadók egészségi állapota lényegesen jobb, mint a nyugdíjasoké; szignifikánsan magasabb körökben a teljes mértékben egészségesek, és a csak olykor-olykor betegeskedők aránya – összesen 83%. Azok, akik a nyugdíj mellett végeznek kereső tevékenységet, alacsonyabb arányban vallották azt, hogy teljesen egészségesek lennének, viszont nagyobb mértékben jelezték, hogy gyakran betegeskednek. Az inaktív nyugdíjasoknál előtérbe kerülnek a krónikus betegségekkel küzdők, és már csak valamivel több mint felük tartja magát egészségesnek, vagy legfeljebb néha betegeskedőnek.

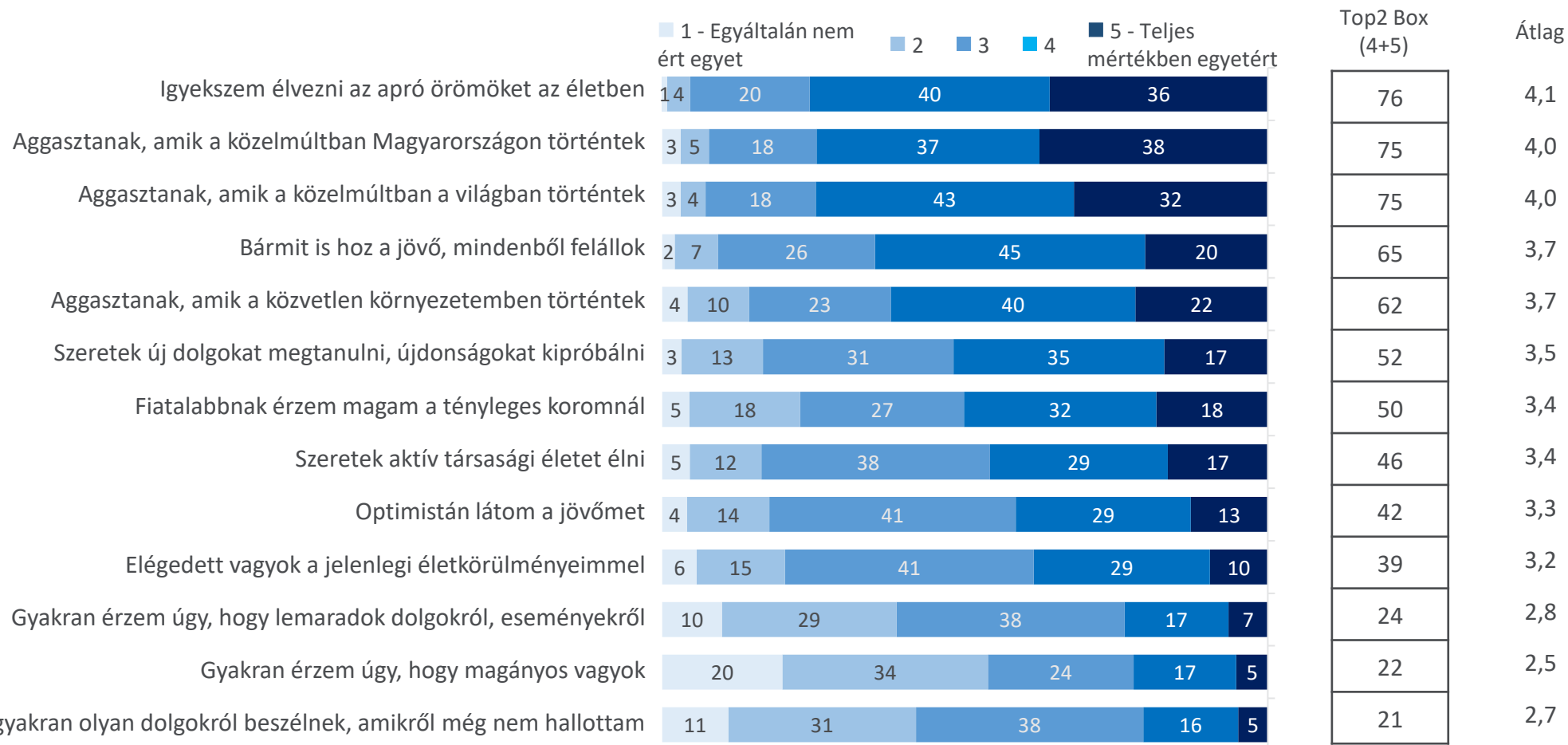


EG7. Mennyire érzi magát egészségesnek? | N=2000, Teljes minta

ÉLETSZEMLÉLET

Az 50 és 75 év közötti magyar lakosok összességében pozitívan állnak az élethez. Háromnegyedüket ugyan aggasztják a közelmúlt eseményei, melyek nem csak Magyarországon, hanem az egész világon zajlottak, de emellett – vagy éppen ezért – igyekeznek élvezni az élet apró örömeit. Kétharmaduk úgy gondolja, bármit is hoz a jövő, fel fog tudni állni belőle.

Ezzel együtt csak 39% van megelégedve jelenlegi életkörülményeivel, és negyedük-ötödük érzi úgy, hogy lemarad dolgokról, eseményekről, hogy magányos, vagy hogy az emberek körülöttük olyan dolgokról beszélnek, amikről még nem hallottak.

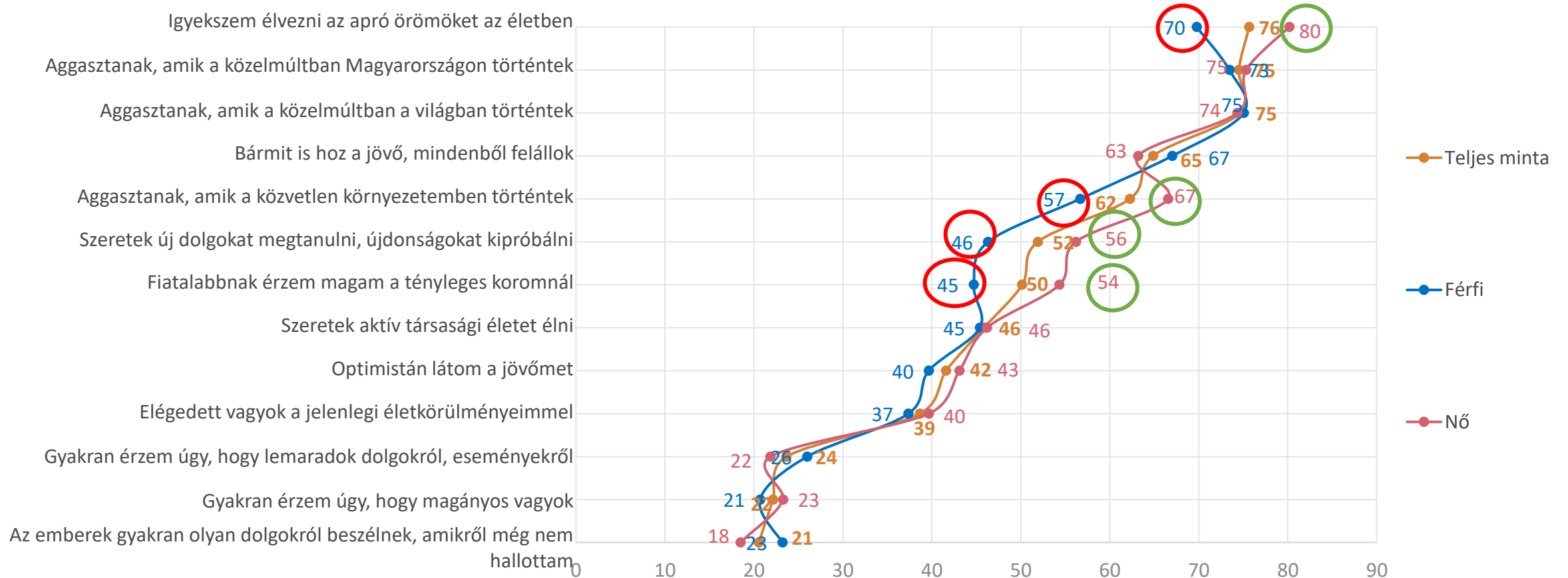


EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

ÉLETSZEMLÉLET - NEMEK SZERINTI MEGOSZLÁS

Az 50-75 éves nők magasabb arányban nyilatkoztak úgy, hogy igyekeznek élvezni az élet apró örömeit. Jobban szeretnek új dolgokat kipróbálni, mint a férfiak, és nagyobb arányban érzik magukat fiatalabbnak a valós koruknál.

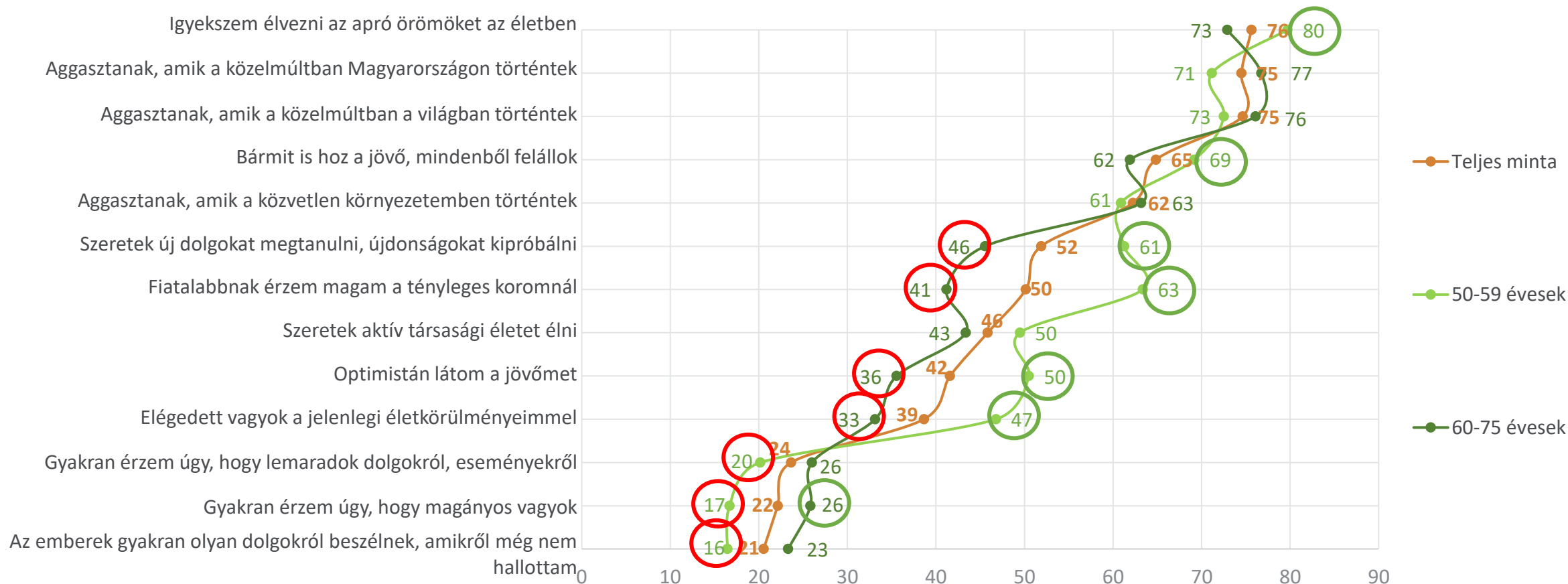
Ugyanakkor magasabb mértékben aggasztják őket a közvetlen környezetükben történt események.



EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

ÉLETSZEMLÉLET - ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁS

Igen nagy a szakadék az életszemléletben a két korcsoport között. Az 50-59 évesek lényegesen pozitívabban viszonyulnak saját helyzetükhöz; magasabb körökben azok aránya, akik igyekeznek élvezni az apró örömeket, akik úgy gondolják, bármiből felállnak, akik szeretnek új dolgokat kipróbálni, akik fiatalabbnak érzik magukat a tényleges koruknál, akik optimistán látják a jövőjüket, és akik elégedettek saját életkörülményeikkel – ez utóbbi még így is csak 49%. A 60-75 évesek ezzel szemben magasabb mértékben érzik magukat magányosnak – minden negyedik 60 év feletti így nyilatkozott.

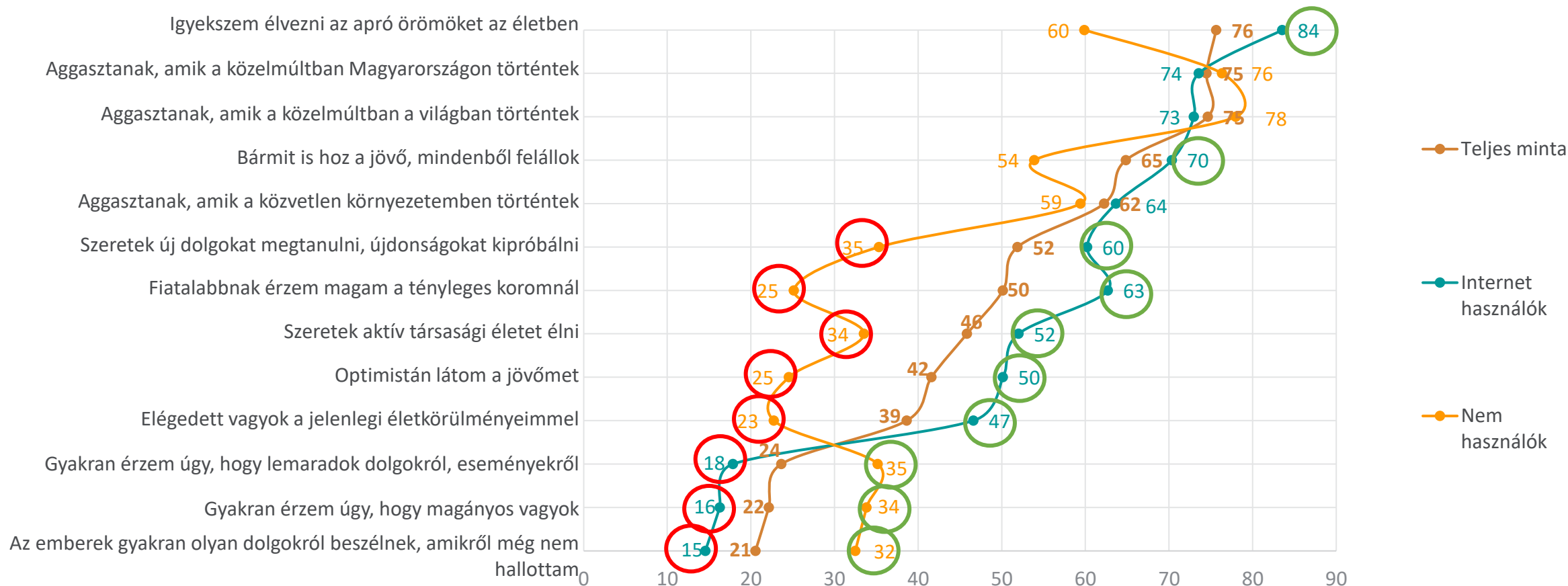


EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

ÉLETSZEMLÉLET - INTERNETHASZNÁLAT SZERINTI MEGOSZTLÁS

Nem csak az életkor, az internethasználat is komoly mértékben befolyásolja az életszemléletet; azok az 50-75 évesek, akik legalább hetente böngésznek a neten és/vagy látogatnak közösségi oldalakat, sokkal pozitívabban szemlélik az életüket, és minden pozitív töltetű állítással szignifikánsan magasabb mértékben értnek egyet.

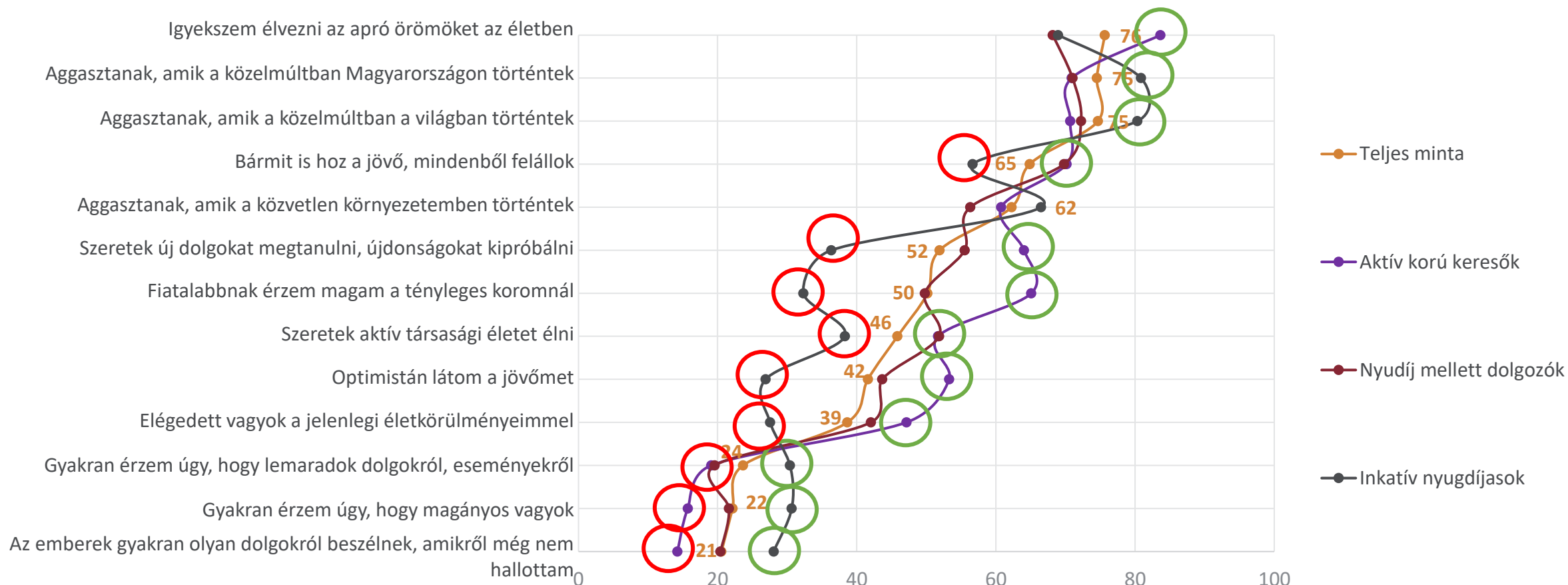
Ezzel szemben azok, akik nem használják a netet, magasabb arányban érzik úgy, hogy gyakran lemaradnak dolgokról, magányosak, vagy hogy nem értik, miről beszélnek az emberek körülöttük.



EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

ÉLETSZEMLÉLET - GAZDASÁGI AKTIVITÁS SZERINT

Azok, akik még gazdaságilag aktívak, és nem nyugdíjas korúak, lényegesen pozitívabban szemlélik a világot; minden pozitív töltetű állítással magasabb arányban értenek egyet, kevésbé aggasztják őket a jelenkor eseményei, kevésbé érzik magukat magányosnak, vagy úgy, hogy lemaradnak dolgokról, eseményekről. Ezzel szemben az inaktív nyugdíjasokra épp az ellenkezője az igaz. A nyugdíjuk mellett dolgozó 50-75 évesek a teljes mintához hasonlóan vélekedtek, nincs szignifikáns eltérés.

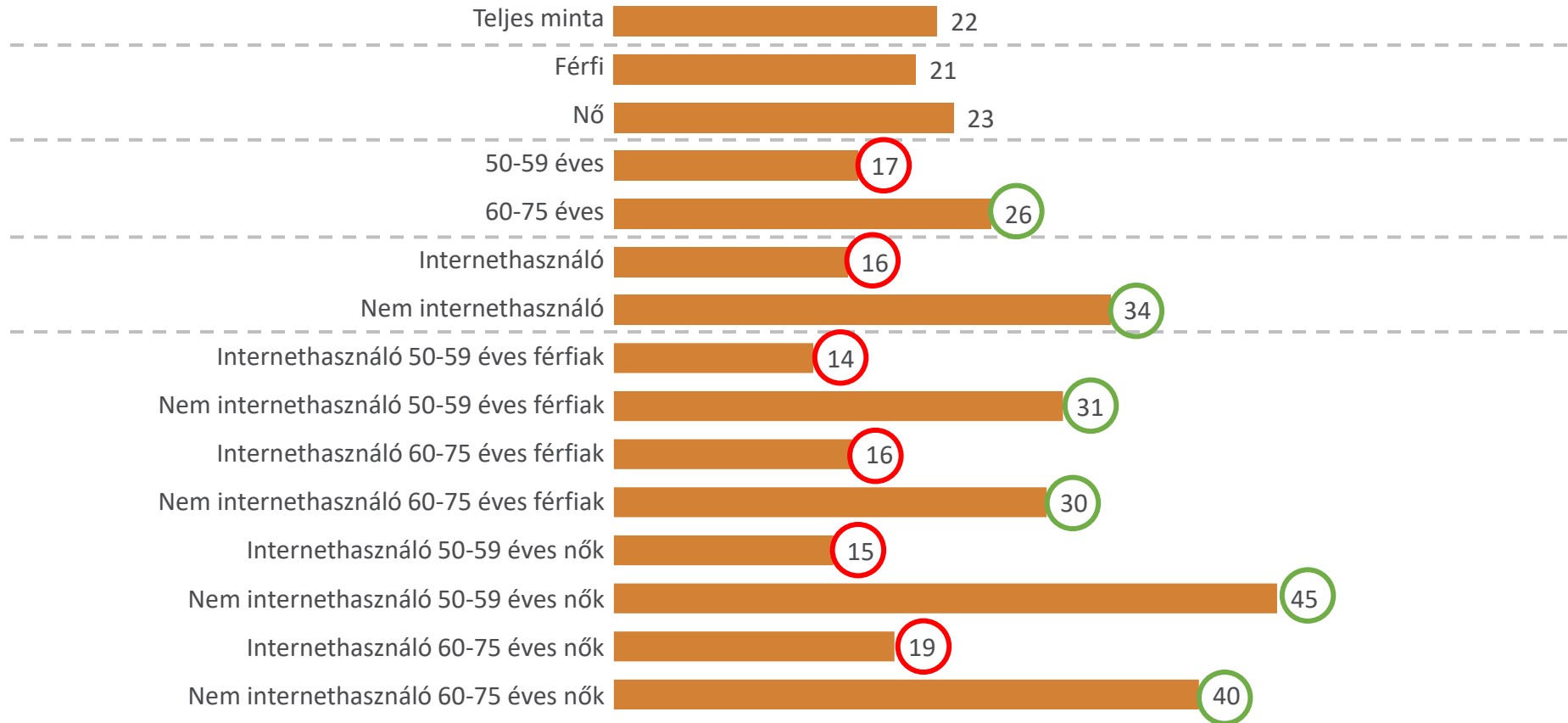


EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

MAGÁNY - NEM, ÉLETKOR ÉS INTERNETHASZNÁLAT SZERINT

A magány nem érint azonos mértékben mindenkit az 50-75 éves korosztályon belül sem; a 60-75 évesek szignifikánsan magasabb arányban érintettek, mint az 50-59 évesek.

Az életkoron kívül a nem és az internet használata is fontos szempont; a nem internetezők körében szignifikánsan magasabb a magukat egyedül érzők aránya. Különösen veszélyeztetett réteg az 50-59 éves, nem internetező nők csoportja, ahol 45% nyilatkozott úgy, hogy gyakran érzi magát magányosnak.

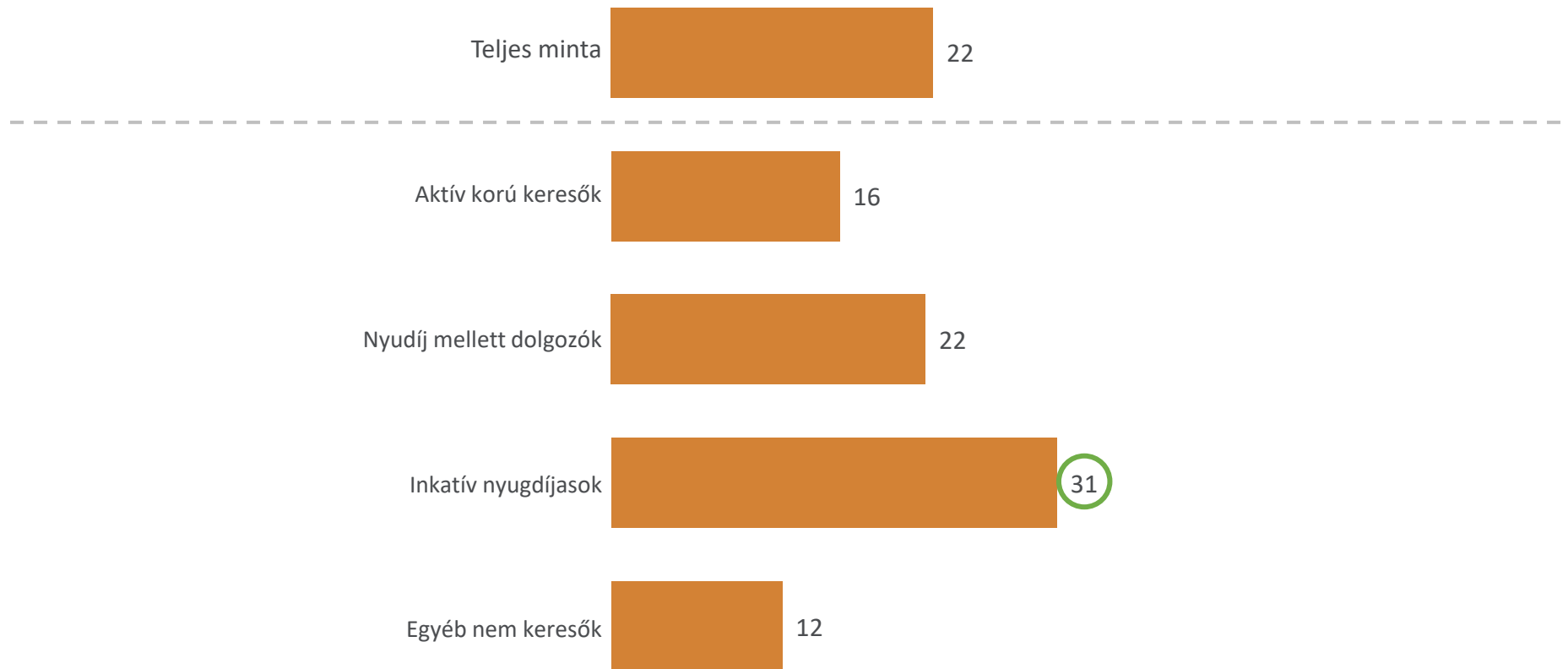


EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

MAGÁNY - GAZDASÁGI AKTIVITÁS SZERINT

A magány jobban érinti azokat az 50-75 éves magyar lakosokat, akik már nyugdíjasok, és a nyugdíj mellett nem végeznek kereső tevékenységet; körükben majdnem minden harmadik válaszadó nyilatkozott úgy, hogy gyakran szokta magányosnak érezni magát.

Azok, akik a nyugdíj mellett még dolgoznak – és ebből fakadóan jellemzően kimozdulnak otthonról, hogy a munkahelyükre járjanak – kevésbé veszélyeztetettek, akár csak az aktív korú keresők – de még így is 22 illetve 16%-uk gyakran érzi magát egyedül. Az egyéb inaktívak esetében az alacsony elemszám miatt az eredmény inkább csak tájékoztató jellegű, hosszútávú következtetések levonására nem alkalmas.

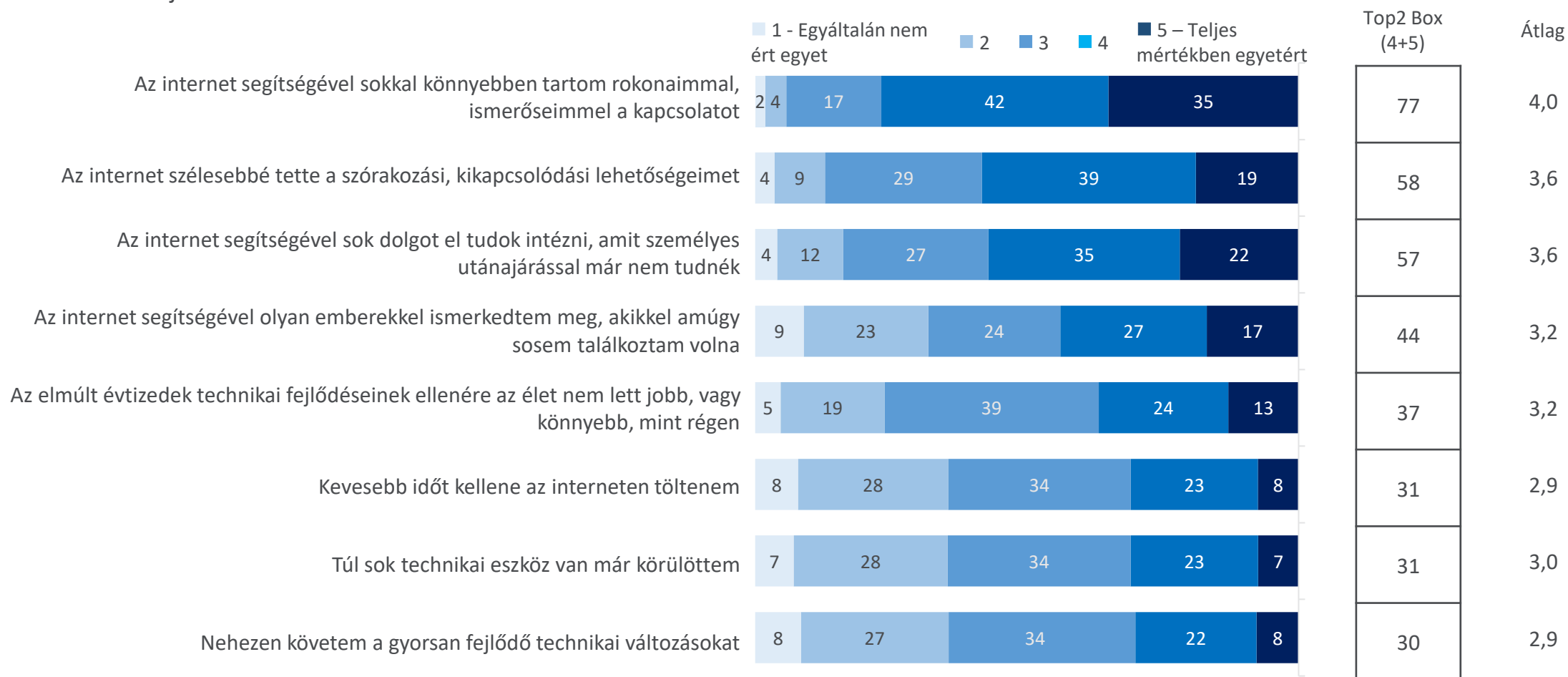


EG8. Most különböző állításokat fogok felolvasni. Kérem, mindegyik esetében mondja meg, hogy mennyire ért egyet vele! | N=2000, Teljes minta

INTERNETES ATTITŰD

A legalább heti szinten internetező 50-75 évesek háromnegyede egyetértett abban, hogy az internet megkönnyíti a kapcsolattartást a rokonokkal, ismerősökkel – messze ezt az állítást találták igaznak a legnagyobb mértékben. Több mint felük gondolta úgy, hogy az internet kiszélesítette a szórakozási lehetőségeiket, illetve hogy segít bizonyos ügyek elintézésében.

Ugyanakkor harmaduk úgy véli, hogy kevesebb időt kellene az interneten töltenie, hogy túl sok technikai eszköz veszi körbe, illetve hogy nehezen tart lépést a technikai fejlődéssel.

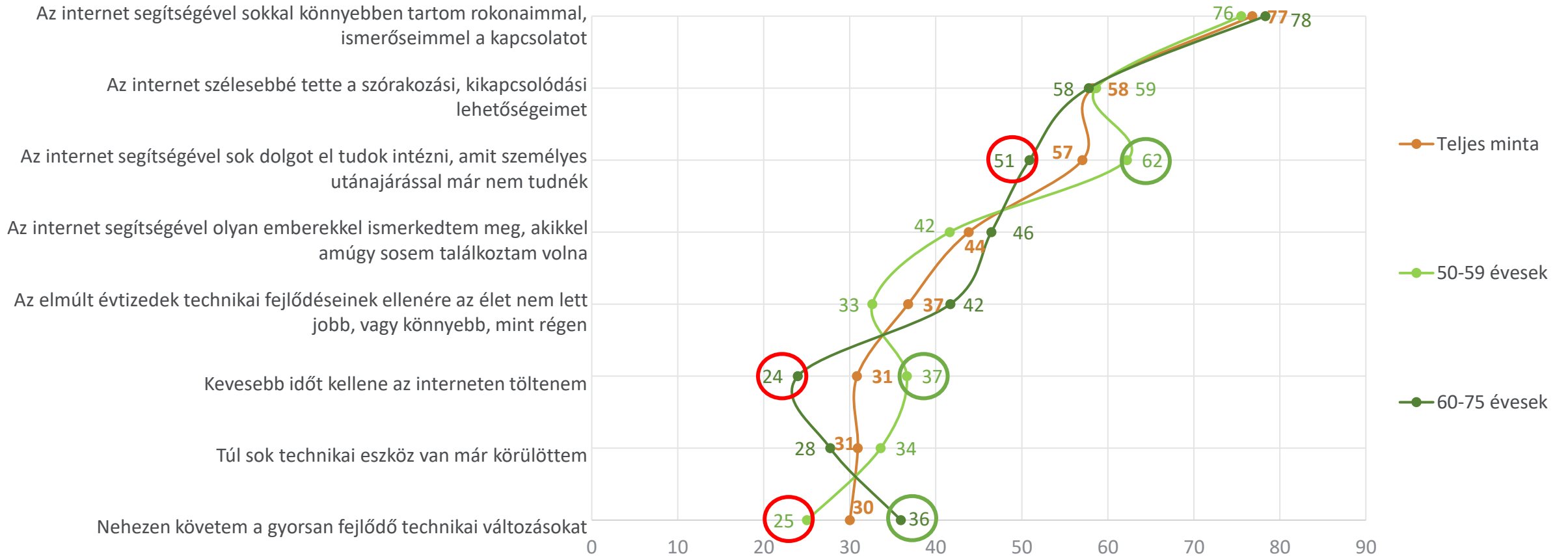


EG9. Kérem, most is értékelje őket aszerint, hogy mennyire ért egyet az adott állítással. | N=1332, Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat

INTERNETES ATTITŰD - ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁS

Az 50-59 éves rendszeres internethasználók szignifikánsan magasabb arányban gondolják úgy, hogy az internet segítségével olyan dolgokat is el tudnak intézni, amiket személyesen már nem lenne lehetőségük. Ugyanakkor azt is magasabb arányban gondolják, hogy kevesebb időt kellene a világhálón tölteniük. A 60-75 évesek számára nagyobb mértékben jelent problémát a technikai fejlődés nyomán követése.

A férfiak és a nők véleményében nem mutatkozott érdemi eltérés, ezért ezeket az adatokat nem mutatjuk.



EG9. Kérem, most is értékelje őket aszerint, hogy mennyire ért egyet az adott állítással. | N=Aki legalább hetente szokott böngészni a neten, vagy látogat közösségi média oldalakat



MELLES KATALIN

RESEARCH DIRECTOR

KATALIN.MELLES@INSPIRA.HU

+36 30 691 6002

HOROG CSABA

SZENIOR PIACKUTATÓ

CSABA.HOROG@INSPIRA.HU

+36 30 495 9824

inspira VISIONARY
RESEARCH

1132 Budapest
Váci út 18.
www.inspira.hu