

Médiatartalmat inkább online! – kéri a fiatalok

A fiatalok az olthatatlan információ- és ingerigényüket ma leginkább az internet nyújtotta szinte korlátlan világban tudják kiélni. Filmek, zene, ismeretterjesztés – mindez megtalálható számukra az interneten, részben a közösségi oldalak révén. A kommunikációs csatornák hangsúlyai is egyértelműen az online világ felé tolódnak el. De kétségbe esni nem érdemes: a mai fiatalok egyszerűen ugyanannyira kíváncsiak, és valószínűleg ugyanarra, mint a szüleik voltak – csak nekik már van internet-hozzáférésük. Az eNET a HTE-vel (a Hírközlési és Informatikai Tudományos Egyesülettel) közösen 2015 áprilisában készített online kérdőíves kutatást az internetező fiatalok és idősebbek médiafogyasztási, illetve egyéb szokásairól.

Kíváncsi huszonévesek, családalapító fiatalok, ínyenc érettek

Csak az érdeklődési körök alapján nem érdemes generációs szakadékokat vizionálni az internetezők között, de nehéz nem észrevenni az eltérő hangsúlyokat a vizsgált korosztályok – 18-29 évesek, 30-39 évesek és 40 évesek, illetve idősebbek – között. A kutatás során 24 különböző téma közül választhatták ki a megkérdezettek a számukra legérdekesebbeket.

A legfiatalabbak körében a kép és hang mindent visz, listájuk első két helyén a filmek, mozi, második helyén a zene szerepel. De mielőtt valaki öncélú szórakozással vádolná a 30 év alattiakat, érdemes észrevenni, hogy listájuk harmadik helyén a tudományos, ismeretterjesztő tartalmak állnak – előkelőbb helyen, mint az idősebb korosztályok körében. Fontos még az is, hogy egyedül csak az ő esetükben került fel a TOP5-ös listára a számítástechnika, internet és informatika világa.

A 30-as korosztály egyértelműen átmenetet képez érdeklődési körét tekintve is a fiatalabbak és a középkorúak, illetve idősebbek között. Miközben első helyen náluk is még a filmek állnak, a következő helyeken már az egészség, otthon és a gasztronómia áll – mintha örökifjú lelkük a folytonos keresésből a megállapodás irányába mozdult volna el.

Nem hiába, hiszen 40 év felett beköszönt az „ínyencek kora”. Ebben a korosztályban a top-témák a gasztronómia és az életmód, meg persze az otthon. Érdekes módon ekkor visszatér a toplistára a tudományos, ismeretterjesztő tartalomfogyasztás is – talán egyfajta jutalmaként a megállapodásnak.

1. Táblázat: A legfontosabb érdeklődési körök korosztályonként

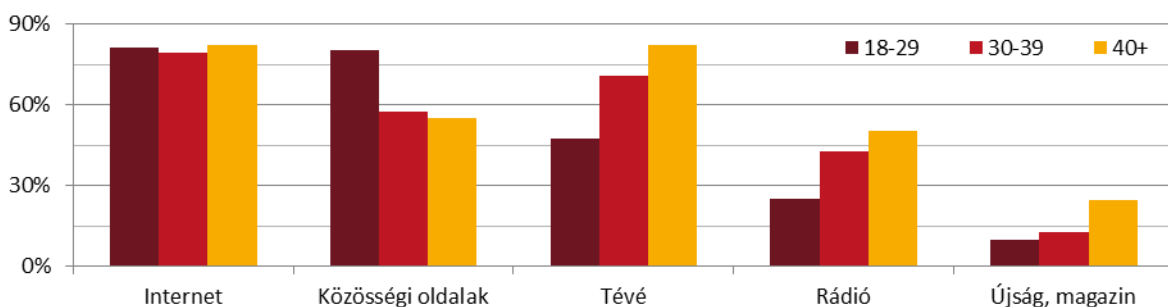
(Forrás: eNET online kutatás, 2015. április, VeVa online kutatási közösség, N=1037, 18+ internetezők)

Rangsor	18-29 évesek	30-39 évesek	40 évesek és idősebbek
1.	Filmek, mozi	Filmek, mozi	Gasztronómia
2.	Zene	Életmód, egészség	Életmód, egészség
3.	Tudományos, ismeretterjesztő	Kert, ház, otthon	Kert, ház, otthon
4.	Életmód, egészség	Gasztronómia	Tudományos, ismeretterjesztő
5.	Számítástechnika, internet, informatika	Zene	Utazások, útleírások

A tartalomfogyasztás változó asztala: online menü a terítéken

Nemcsak az érdeklődési körök, de az érdeklődés kielégítésére használt információs csatornák használatában is sajátos generációs különbségek vannak. A fiatalok már egyértelműen inkább az online világban élnek, míg a netet használó középkorosztály és az idősebbek körében még valamelyest tartják magukat az offline média klasszikus bástyái a televízió vezetésével.

A már internetezők bármely korosztályát vizsgáljuk, ötből négyen naponta olvasnak internetes oldalakat. Még a 40 év feletti internetezők körében sem néznek ennél nagyobb arányban tévét naponta. A fiatalabb generációk körében pedig a tévézés tévesztése rohamosnak mondható. A 30 év alattiaknak már kevesebb, mint fele néz tévét naponta. Minél fiatalabb korcsoportot vizsgálunk, annál kisebb a rendszeresen rádiót hallgatók és a nyomtatott sajtót olvasók aránya is. Ezzel szemben a 30 év alattiak körében lényegesen nagyobb a közösségi oldalakat rendszeresen, napi szinten látogatók aránya, mint az idősebbek körében. Nem túlzás azt állítani, hogy a közösségi oldalak átvették az első számú információforrás szerepét a legfiatalabbak körében minden más médiumtól.



eNET 1. ábra Naponta elérhető internetezők aránya különböző csatornákon, korcsoportonként
Forrás: eNET online kutatás, 2015. április, VeVa online kutatási közösség, N=1037 fő, 18+ internetezők

A 18-29 éves internetezők harmada jelölte meg három kedvenc weblapja közt az index.hu-t (33%), több mint negyedük az [origo] oldalát (27%), minden hetedik fiatal pedig a HVG weblapját (9%). A harminc felettiiek esetén a sorrend változik: az [origo] kerül az első helyre, másodikként az index.hu-t nevezik meg, míg harmadik helyen a startlap.hu és különböző aloldalai végeznek.

A közösségi oldalakat használó fiatalok közt a facebook.com dominálja a piacot, melyen gyakorlatilag mindenki regisztrált már (99%). Egyéb közösségi oldalak (korcsoporttól függetlenül) csak alacsony arányban kerülnek említésre. A közösségi médiát döntően kapcsolattartásra használják, másodsorban érdekes oldalak követésére: az internethasználók több, mint fele ilyen módon (is) tájékozik.

Az okostelefonok térhódítása megállíthatatlan

Az okostelefonok hamarosan szinte egyeduralmukká válhatnak az internetezők körében – ha tovább folytatódik a jelenlegi generációs trend, mivel minden új generáció nagyobb arányban választ okostelefont, mint az előző. Míg a 40 éves és idősebb korosztályban „csak” a netezők több, mint fele használ ilyen készüléket, addig, a harmincasoknak közel nyolctizede, a 30 év alattiaknak pedig 87%-a.

Az okostelefonok „továbbkiosztására” szolgáló applikációk használatában is hasonló trend látható. Miközben a 40 feletti okostelefonhasználóknak csupán egyharmada, a harmincasoknak pedig csak kicsit több, mint negytede, a náluk is fiatalabbaknak viszont már 56%-a tölt le legalább havonta egyszer alkalmazást.

Az életkori sajátosságokból fakadó eltérő érdeklődési körök visszaköszönnek az applikációk kiválasztásában is. A legfeljebb 29 éves, alkalmazást letöltő fiatalok leginkább játszanak telefonjukon (72%). Felük közösségi oldalakat, térkép és navigációs, zenével kapcsolatos és időjárás adatokat

szolgáltató alkalmazásokat használ. A harmincasok esetében a sorrend némileg eltér, de a top5 ugyanezen alkalmazásokat „futtatja”. 40 felett a zene veszt fontosságából, helyét a hírolvasás veszi át. Általánosságban fontos, hogy az alkalmazás ingyenes legyen, könnyen áttekinthető felülettel rendelkezzen, kialakítása esztétikusnak hasson. Az alkalmazás magyar nyelvű elérhetősége a kor emelkedésével válik egyre fontosabbá.

Oszd meg és uralkodj!

Az online világban (is) kőkemény harc zajlik a figyelemért, és az információ megosztásáért. Ennek ösztönzésére az egyik tradicionális mód az ajándékozás, például manapság online nyereményjáték formájában. Online nyereményjátékon a netezők bő kilenczede részt vett már legalább egy alkalommal. A kis- vagy nagy értékű nyeremény mellett (80%), fontos hajtóerő még a részvétel és a vélemény kifejezés élménye (49%), illetve a téma, a szolgáltatás érdekessége (39%). Tehát bár nagyobb részt a nyeremény, de jelentős mértékben az önkifejezés lehetősége, vagy éppen egy termék, szolgáltatás melletti kiállítás motiválja az embereket, hogy részt vegyenek egy nyereményjátékon.

A netezők fele osztott meg vagy lájkolt már tartalmat közösségi oldalon nyereményjáték kapcsán, ugyanez kevésbé jellemző hírlevelek kapcsán (35%). A nyereményjátékban aktívan részt vevő huszonévesek harmada számára fontos, hogy vicces, szórakoztató tartalmat oszthassanak tovább, illetve az, hogy így nyerési esélyeiket is növelni tudják. Megosztás, lájk segítségével a termékről értesítené ismerőseit a fiatalok negyede. Negyven felett ennél fontosabbá válik az a szempont, hogy a megosztott tartalommal ismerőseiket segíthetik nyereményhez (55%).

A megosztás egyik korai modern intézményesült formája a hírlevél. Hírlevelet kortól függetlenül szinte mindenki kap valamilyen témában, ha internetezik. A kérdezettek háromnegyede állítja, hogy e hírlevelek mintegy felét el is olvassa – ennek aránya a „kritikusabb” 18-29 évesek körében már alacsonyabb (60%). A már digitális bennszülötteknek számító fiatalok feltehetően hatékonyabban építették ki saját spam-szűrőjüket a felesleges információk kiszűrésére, mint azok, akik még nem teljesen érzik otthon magukat az online világban.

Fiatalok: otthon az online közösségi térben

A fiatalok egyre inkább az online világban találják meg azokat a tartalmakat, amiket szívesen fogyasztanak (olvasnak, hallgatnak, néznek). Számukra a hagyományos médiumok (tévé, rádió) leértékelődtek, feltehetően azért, mert személyre szabott és bármikor elérhető tartalmat keresnek. Nem ők akarnak alkalmazkodni a médiához, hanem a médiától várják el, hogy alkalmazkodjon hozzájuk. Változott hozzáállásuk a tartalomhoz is, nemcsak fogyasztják, de szívesen meg is osztják azt, és egyáltalán nem csak anyagi okokból, hanem sok esetben pusztán érdekesség, vagy spontán „terméktámogatás” miatt. Vagyis a fiatalok az interneten nemcsak tartalmat fogyasztanak, de kommunikálnak, megosztanak, tartalmat továbbítanak – ezáltal közösségi teret hoznak létre, amivel ma már mindenkinek számolnia kell.

eNET – Hírközlési és Informatikai Tudományos Egyesület

További információ: Pintér Róbert, eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.

Tel: +3630 999 6595, e-mail: robert.pinter@enet.hu

Röviden a felmérés háttéréről: Az eNET Internetkutató 2015. áprilisában 899 fős, a 18-60 éves magyar internetezőket reprezentáló kutatást végzett a különböző korosztályok médiafogyasztási és egyéb szokásaival kapcsolatban. A felmérés a *Véleményem Van (Veva.hu)* online kutatási közösség tagjainak

körében készült. Az adatok nem, kor és régió alapján reprezentálják a 18 évnél idősebb hazai internetezők véleményét.

eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.

Postacím: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.

www.enet.hu

Székhely: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.

Tel/fax: 373-0779, 337-0780

E-mail: info@enet.hu

Szerzők:

Schneider Géza

Hack-Handa József

Pintér Róbert

Vass Dorottya

A kiadvány főtámogatója a Hírközlési és Informatikai Tudományos Egyesület:



A kutatási összefoglaló a Creative Commons Nevezze meg! – Ne adja el! – Ne változtassa! 2.5 Hungary licenc szerint az alábbiak betartásával felhasználható, terjeszthető magán-, non-profit-, oktatási és ismeretterjesztési célra:

Meg kell jelölni a kutatás készítőjét a következő módon: „**eNET – HTE: Kutatás a fiatalokról**”.

Tilos a változtatás: idézett szöveget, vagy szövegrészletet csak eredeti formájában lehet közzétenni.

A közlétező ugyanakkor a szövegrészletekhez hozzáteheti saját írását. Tilos az értékesítés!