

Tisková zpráva

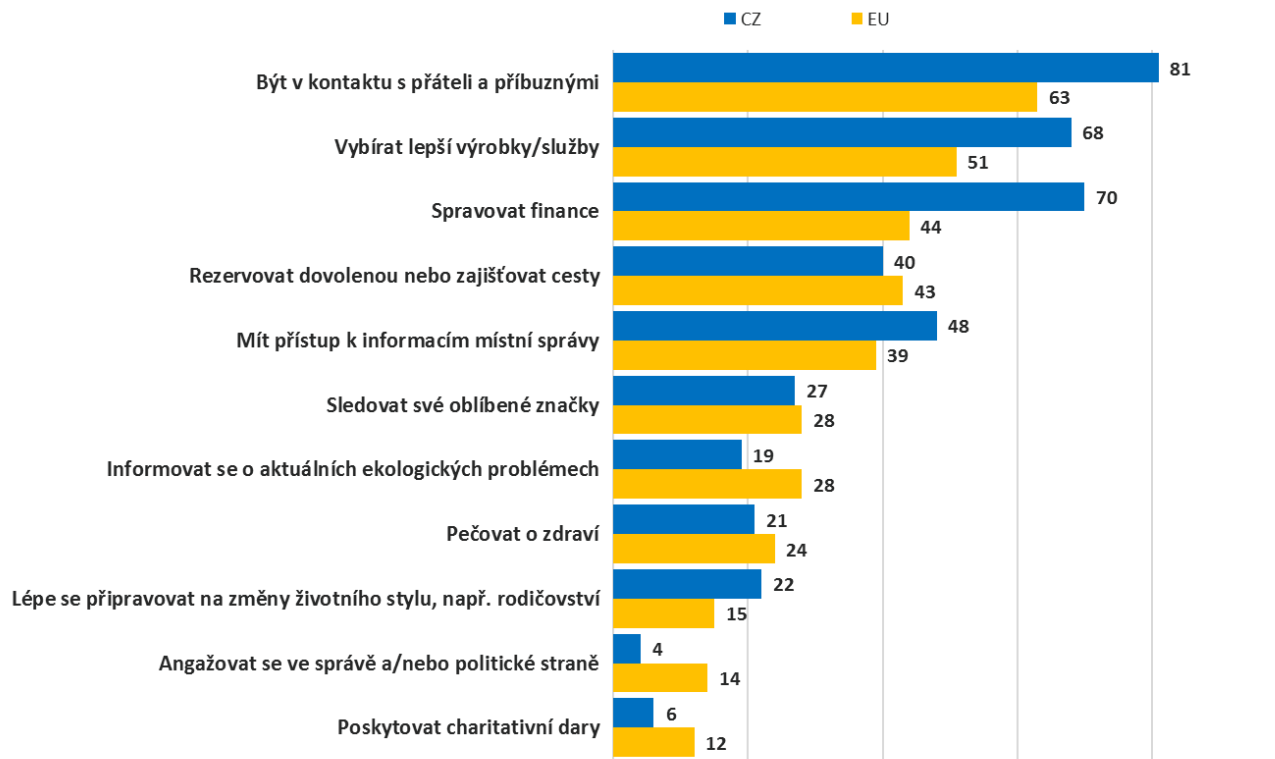
PRAHA, 12/3/2013 – **Internet je využíván jako komunikační nástroj, zdroj informací a zábavy.**

Lidé používají internet nejčastěji ke komunikaci a vyhledávání informací. Oceňují, že jim zjednodušuje možnosti kontaktu s blízkými, orientaci ve zboží nebo správu osobních financí. Běžnou činností se stává sledování videí a online přenosů. Ukazují to další publikované výsledky mezinárodního průzkumu mediálního chování internetových uživatelů Mediascope o činnostech lidí na síti a hlavních výhodách online prostředí.

Nejčastěji oceňovaným benefitem přístupu k internetu je možnost být více v kontaktu s přáteli a příbuznými, a to napříč věkovými skupinami. Lidé si také cení toho, že mohou lépe vybírat zboží a služby a spravovat finance. Zejména online bankovníctví vnímají Češi velmi pozitivně, zatímco u nás finanční operace přes internet oceňuje 70 % lidí, v Evropě jako celku to není ani polovina populace (44 %). Srovnání vybraných oblastí ukazuje graf č.1:

Graf č.1: Výhody internetu

znění otázky: *Co z následujícího můžete podle vás dělat více díky tomu, že jste on-line?*



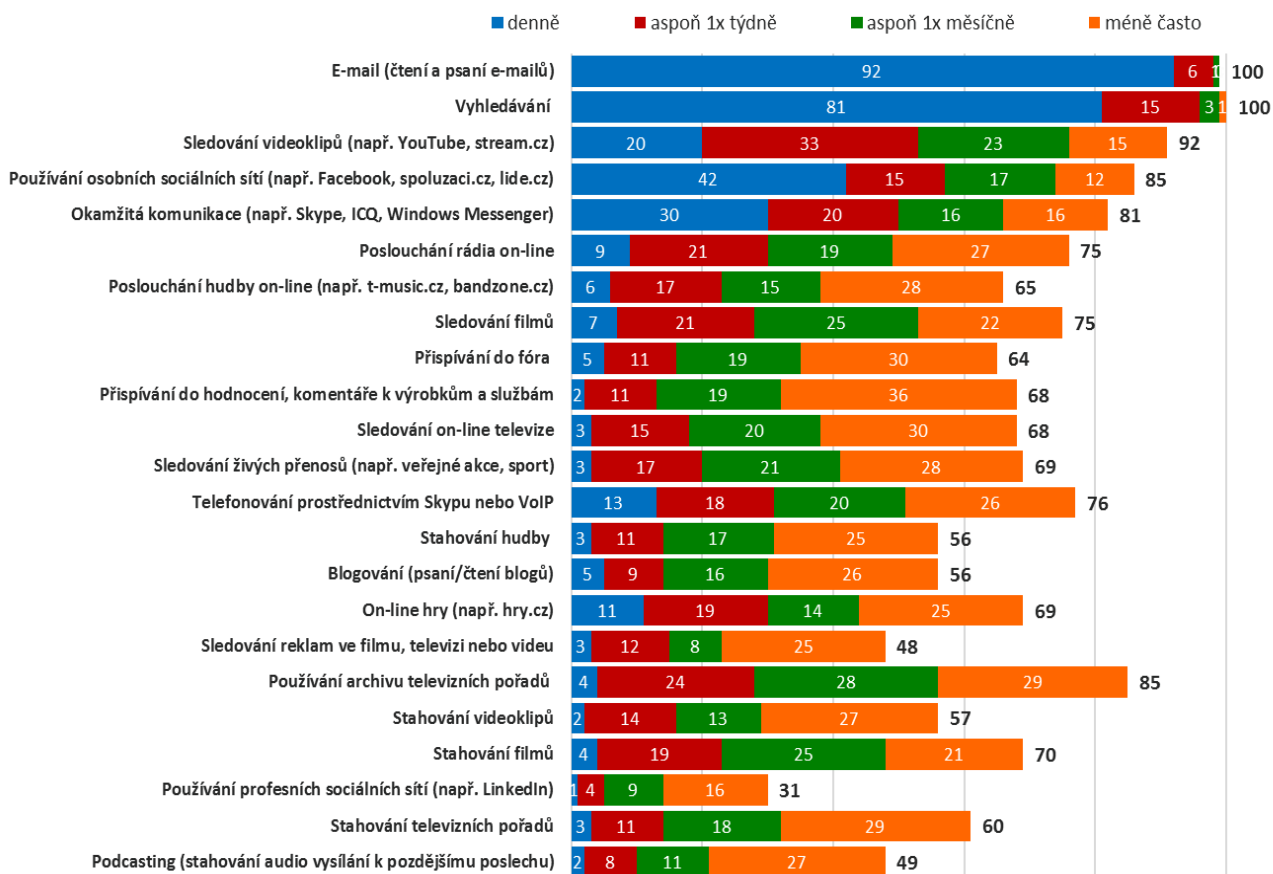
Mezi nejčastější činnosti na webu patří e-mailová komunikace a vyhledávání. Tyto aktivity jsou pro velkou většinu internetových uživatelů každodenní a aspoň jednou týdně se jim věnuje téměř každý. Význam komunikace na internetu ukazuje i velká obliba sociálních sítí a nástrojů instant messagingu, které používá každý týden přibližně polovina populace.

E-mail a vyhledávání používají mladší i starší generace přibližně ve stejné míře, výrazné rozdíly mezi věkovými skupinami jsou u používání sociálních sítí. Na denní bázi je navštěvují tři čtvrtiny mladých od 18 do 24 let a 59 % lidí do 34 let, ale jen třetina internetových uživatelů ve věku 35-44, čtvrtina lidí do 55 let a v generaci 55+ to je 9 %. Doménou mladých je do značné míry také video na internetu, zejména pokud jde o sledování nebo stahování videoklipů a filmů.

Přehled dotazovaných oblastí je v grafu č. 2:

Graf č.2: Aktivity na internetu

Znění otázky: Jak často vykonáváte následující činnosti na internetu



sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

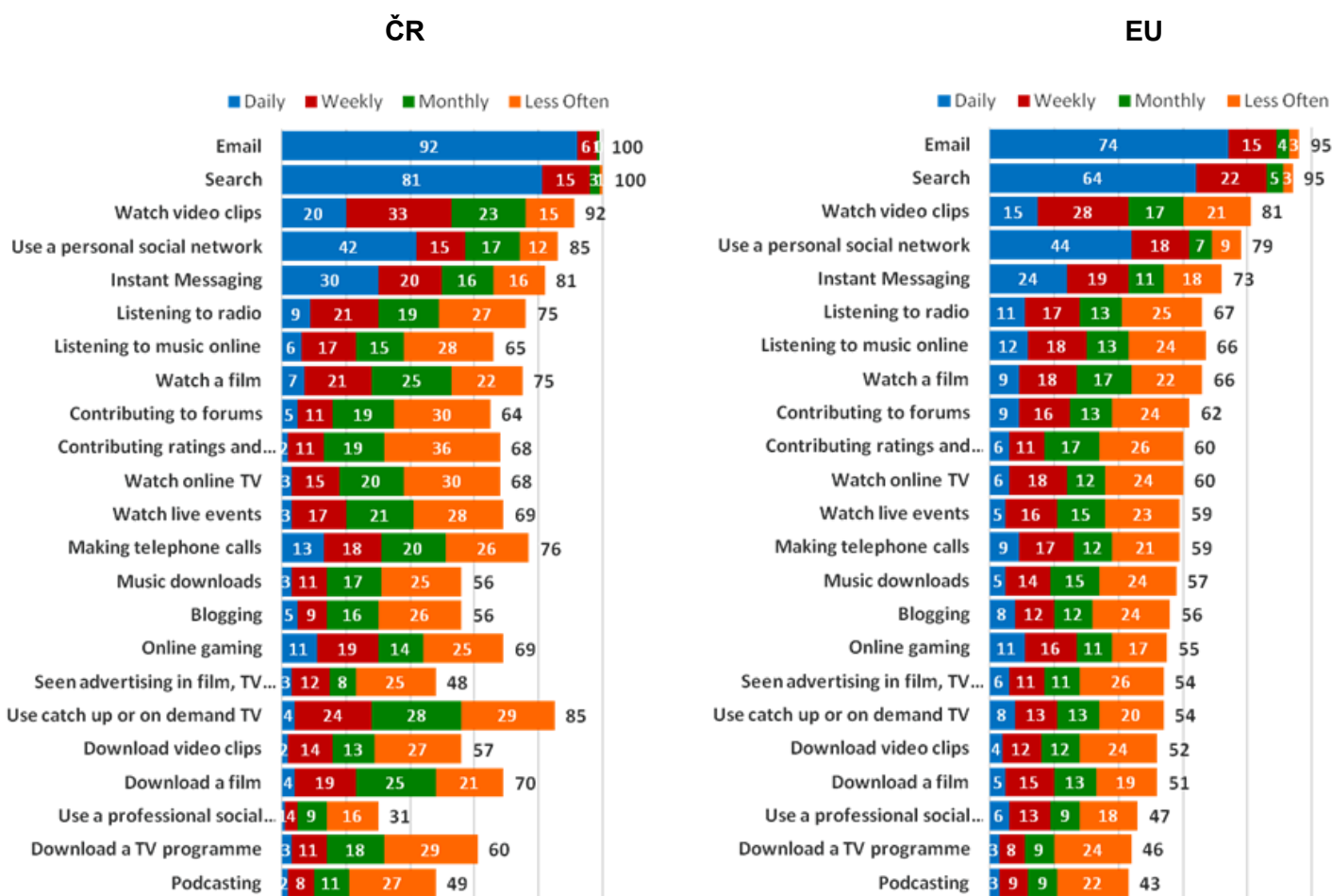
telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

„Výsledky tohoto průzkumu víceméně potvrdily informace z kontinuálního šetření české on-line populace využívaného pro potřeby NetMonitoru. Dodává k výsledkům Pavel Ševera, koordinátor výzkumných projektů SPIR. „Nejvyužívanější jsou stále tradiční internetové služby, vyhledávání a e-mailová komunikace. Běžným se stalo on-line nakupování, využívání bankovních služeb i navštěvování sociálních sítí, na významu nabývají videoformáty. Trochu opomenuta je v této otázce konzumace zpravodajství na internetu, což je pravidelná činnost pro tři čtvrtiny internetových uživatelů. Z mezinárodního srovnání výsledků je také vidět, že internet je lidmi používán ve všech evropských zemích v podstatě stejně. Situaci dokládá následující graf:

Graf č.3: Aktivity na internetu: srovnání ČR a evropských zemí.

Znění otázky: Jak často vykonáváte následující činnosti na internetu



Pozn. Nižší hodnoty u evropského průměru jsou způsobeny vyšší mírou odpovědi „nevím/netýká se“.

sidlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

Poznámka k metodice:

Výzkum je realizován reprezentativním telefonickým a on-line dotazováním ve 28 evropských zemích. V menší míře probíhal od roku 2003, Česká republika se do něj zařadila loni poprvé spolu se 14 dalšími zeměmi převážně ze střední a východní Evropy. Velikost dotazovaného vzorku v ČR byla 500 v CATI a 1000 v on-line části, celkem bylo dotázáno 51.700 lidí napříč Evropou.

Mediascope je celoevropský průzkum mediálního chování s důrazem na on-line aktivity. Jeho cílem je zmapovat měnící se způsoby využívání médií a popsat trendy v internetovém chování. Průzkum koordinuje digitální asociace IAB Europe, v ČR ho realizuje Sdružení pro internetovou reklamu.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 60 členů. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor, realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, analýzy internetových reklamních kampaní AdAudit, odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC, poskytuje expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás a je samoregulátorem audiovizuálního obsahu. Nejnovějším projektem SPIR je AdAudit, nástroj na analýzu zásahu on-line reklamních kampaní, který startuje v září.

Pro další informace kontaktujte:

Pavel Ševera

Koordinátor výzkumných projektů SPIR

Tel: 224 251 250

e-mail: pavel.severa@spir.cz