

The background of the slide features a silhouette of a person's head and hand holding a smartphone, set against a solid blue background. The Facebook logo is prominently displayed in white at the top left.

facebook

Facebook használati szokások

Kutatási jelentés az MTE számára – 2015. november

Search



Vezetői összefoglaló

Összefoglaló

Ha már Facebook, akkor minden napi használat: az aktív felhasználók négyötöde egy napot sem hagy ki az oldal nézegetése nélkül, további 8% maximum heti 1 napot tölt el a közösségi oldal használatával nélkül.

A szokásokat, a felhasználói intenzitást, a funkciók kihasználásának volumenét és a fogyasztott tartalmak típus- és témakörbeli széleskörűségét jól predesztinálja az oldalon eltöltött idő alapján való heavy-medium-light besorolás.

A heavy, tehát intenzív felhasználók körében felülreprezentáltak a nők, az alacsonyabb iskolai végzettségűek és a 30 év alattiak, míg a light, tehát kevésbé intenzív felhasználóknál a férfiak, a felsőfokú végzettségűek, illetve a harmincasok felé billen a mérleg nyelve.

Az oldalon
eltöltött idő
átlagosan napi
86 perc!

Az aktív böngészéssel töltött idő egyébként naponta átlagosan 86 perc – hétköznap pár perccel kevesebb, hétvégi napokon pedig picit több.

A csúcsidőszak tekintetében sincs nagy differencia a munkanapok és szünnapok között: az esti órákban ülnek neki a felhasználók legnagyobb arányban az oldal böngészésének.

A kutatás célja

A legnépszerűbb közösségi oldallal kapcsolatos általános használati szokások, vélekedések feltérképezése mellett a kutatás elsődleges célja a tartalomfogyasztás módjainak felmérése, a fogyasztott tartalmak típusainak a hírfolyamban megjelenő tartalmak olvasásának platformjainak (Facebook vagy továbbkattintással az eredeti oldal), illetve az azok által kiváltott reakciók vizsgálata.

Módszertan

Online kérdőíves adatfelvétel az NRC NetPanel rendszerén keresztül
Kérdőív hossz: 15 perc
Adatfelvétel ideje: 2015. november

Minta

Célcsoport: 18-49 éves Facebook tagok
A minta nagysága: n= 500 fő
A minta reprezentatív nem, kor, lakóhely típusa és végzettség szerint a célcsoportra.

TOP10 LÁJKOLT PORTÁL

index 23%

NŐK LAPJA
café 19%

hvg.hu 18%

ORIGO 16%

24 **HU** 15%

life 15%

FEMINA 14%

!!!444!!! 12%

Blikk.hu 10%

**nemzeti
sport** 9%

nrc

Természetesen minél több időt tölt valaki az oldalon átlagosan, annál valószínűbb, hogy okostelefonját is használja. A mobileszközökön való facebookozás egyébként elsősorban időtöltésként, unaloműzésként kap hangsúlyt a felhasználók életében: utazáskor, várakozáskor minden második, de még elalvás előtt is minden harmadik felhasználó nyomkodja e célból készülékét. Érdekesség, hogy mára a mobileszközök használtának skillje már elérte azt a szintet, hogy az aktív tevékenységek (lájkolás, kommentelés, megosztás) ugyanannyira jellemzők okostelefonról vagy tabletről, mint laptopról, vagy asztali számítógépről. A passzív (nézelődés, hírfolyam görgetése, stb.) facebookozás viszont valamivel jellemzőbb a PC-ről történő használat alkalmával, tehát a felhasználói aktivitást – interaktivitást –

Kétharmaduk követ valamilyen internetes portált, blogot.

elsősorban már nem a használt eszköz, hanem az éppen facebookozásra fordított idő és a multitasking tevékenység másik komponense befolyásolhatja. További meglepő eredmény, hogy – bár a Facebookozási „csúcsidő” munkaidő után, az esti órákra tehető, mégsem veszik át ilyenkor a PC-ktől a stafétát a mobileszközök.

www.nrc.hu

A Facebook tagok nem csak ismerőseik, vagy egyéb, kifejezetten az oldalra szerkesztett tartalmakat fogyasztanak a hírfolyam görgetésekor: kétharmaduk „lájkolt be”, vagyis követ valamilyen internetes portált, blogot. A portálok Facebook jelenléte egyébként annál is inkább indokoltnak, sőt javasoltnak tűnik, hogy 46% bevallása szerint van olyan oldal, amit csak Facebookon keresztül követ, 58%-nak pedig olyan, amit többnyire a közösségi oldalon néz, s csak ritkán látogatja magát a portált vagy blogot. Tízből kilenc felhasználó vallja, hogy továbbkattint ha egy hírfolyamban megjelenő cikk felkelti az érdeklődését, s a hírportálok, blogok tartalmi meglehetősen nagy aktivitást is generálnak, hiszen a lájkolás, és a tovább osztás igen széles körben jellemző az ilyen tartalmak esetében

– akárcsak a kommentek elolvasása mind a portálon, mind a közösségi oldalon megjelenő ajánlónál.

A Facebook használat a felhasználók életének számos területén tölt be meglehetősen fontos szerepet: mind kommunikációjukhoz (49%), mind informálódásukhoz (40%), mind pedig szórakozásukhoz (43%) használják az oldalt. A kommunikáció szerepét egyébként a „közvetlen” kommunikáció erősíti elsősorban, a kommentelés jóval kevésbé jellemző, s ha a csevegést nem tekintjük információszerző tevékenységnek, már ezen a ponton kimondhatjuk: az oldal funkciója elsősorban a szórakoztatás, s az informálódás csak ez után következik. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint hogy a szívesen látott tartalmas sorában első

helyen a vicces tartalmak szerepelnek (66%), melyet a zene (55%) követ, s a „tudomány, technika” kategória (45%) csak a harmadik helyre került. A felhasználók 70%-a egyébként egyetért az állítással, hogy facebookozni jó szórakozás, igaz, direkt módon csak 56% állítja, hogy az információszerzéssel szemben a kapcsolódás a fontosabb.

A facebookozók nehezebben szólalnak meg, inkább a „puhább” megnyilvánulásokat preferálják: tetsző tartalmak esetén leginkább jellemző reakció a lájkolás (86%), melyet a megosztás (61%) követ, s csak 55%-kal fordul elő, hogy kommentel is. Nem tetsző tartalomnál inkább a kevésbé drasztikus megoldások: az ismerősök, oldalak tartalmainak elrejtése inkább jellemző, mint a tiltás vagy törlés.

The image features the silhouettes of a man and a woman in profile, facing each other and looking at a smartphone held between them. They are set against a clear blue sky, with several out-of-focus city lights visible in the background. A horizontal green bar with a gradient from dark green to light green is positioned across the middle of the image, containing the text 'Kik?'.

Kik?

A FACEBOOK TAGOK DEMOGRÁFIÁJA

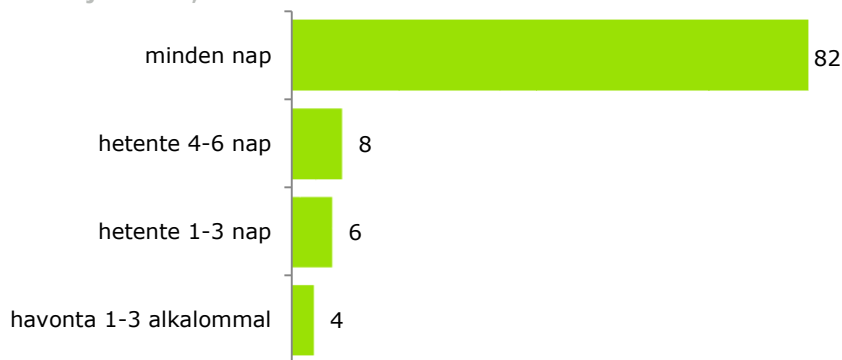
FB1. Regisztrált-e Ön a Facebookra?

Bázis: teljes bázis, n=500

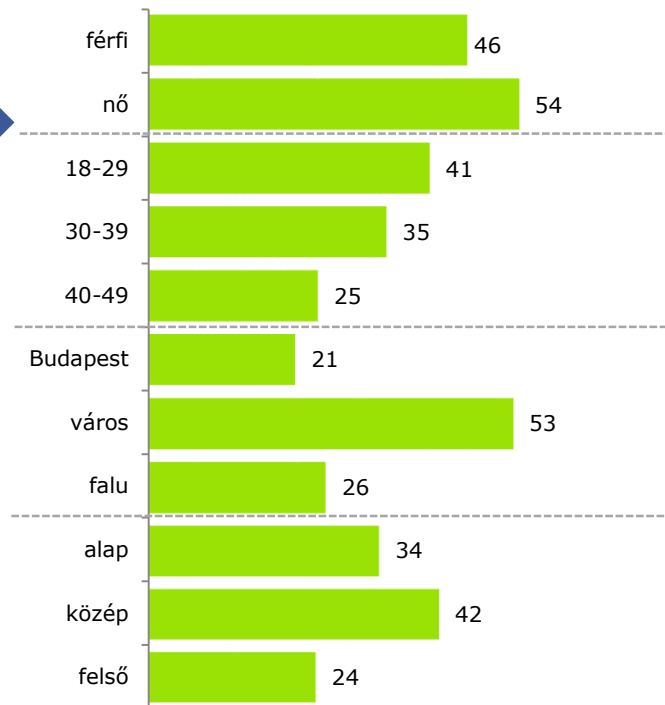


FB2. Milyen gyakran látogatja/használja Ön a Facebookot (akár számítógépről, akár valamilyen mobil eszközről)?

Bázis: teljes bázis, n=500



JELENLEG REGISZTRÁLT FELHASZNÁLÓ A FACEBOOKON



A jelenleg aktív 18-49 éves magyar Facebook használók 82%-a napi szinten látogatja az oldalt.

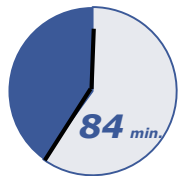
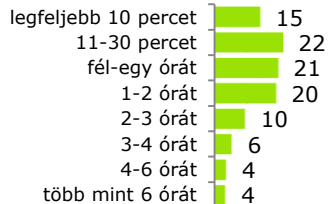


Mikor és mennyit?

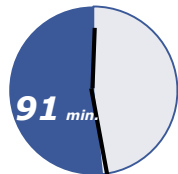
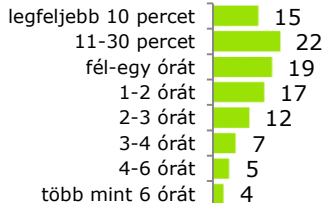
FB3. Mennyi időt tölt Ön aktívan (tehát valóban az oldalt böngészve) a Facebookon egy átlagos...

Bázis: teljes bázis, n=500

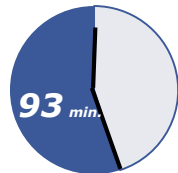
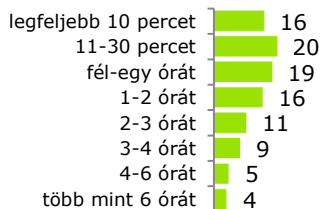
HÉTKÖZNAPOK



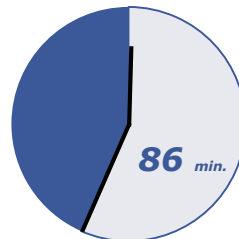
SZOMBATON



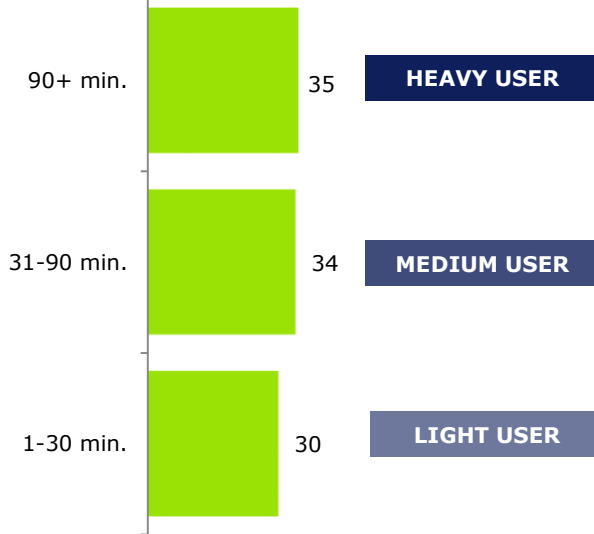
VASÁRNAPOK



**AKTÍV
BÖNGÉSZÉS
IDŐTARTAMA**



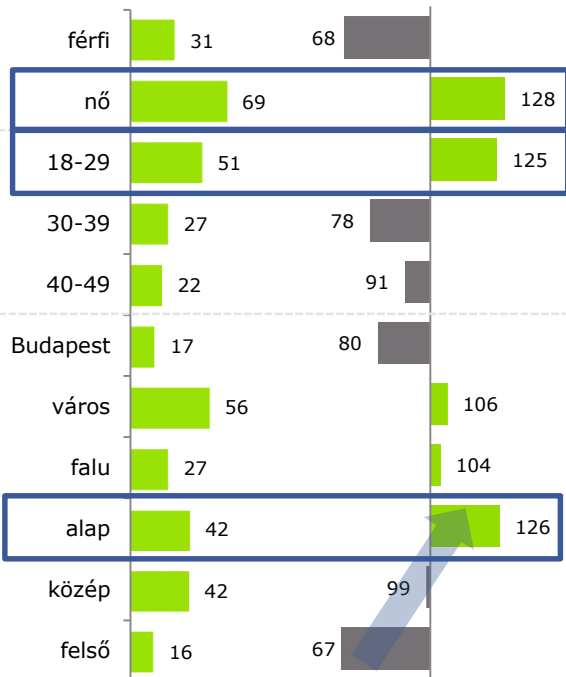
**FACEBOOK FELHASZNÁLÓI CSOPORTOK A HASZNÁLAT
IDŐTARTAMA SZERINT
(HML felhasználók)**



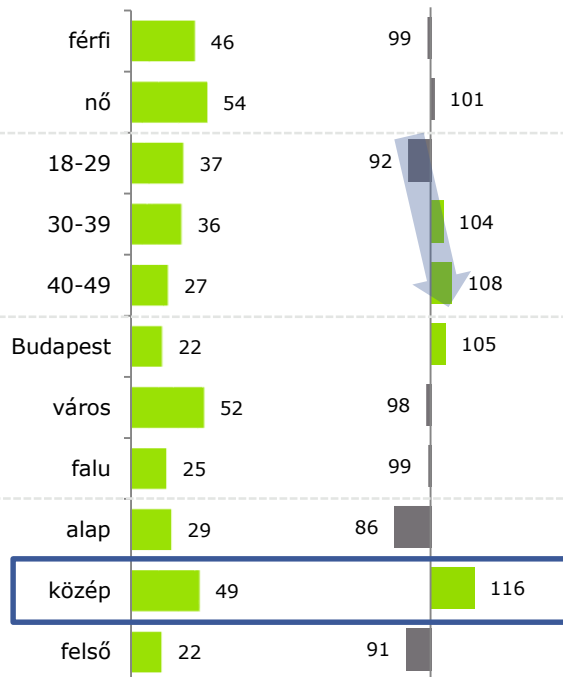
Egy magyar felhasználó naponta átlagosan 86 percet tölt az oldalon aktív böngészéssel. A hétvégék és a hétköznapok között nincs jelentős különbség.

HML USEREK DEMOGRÁFIAI PROFILJA

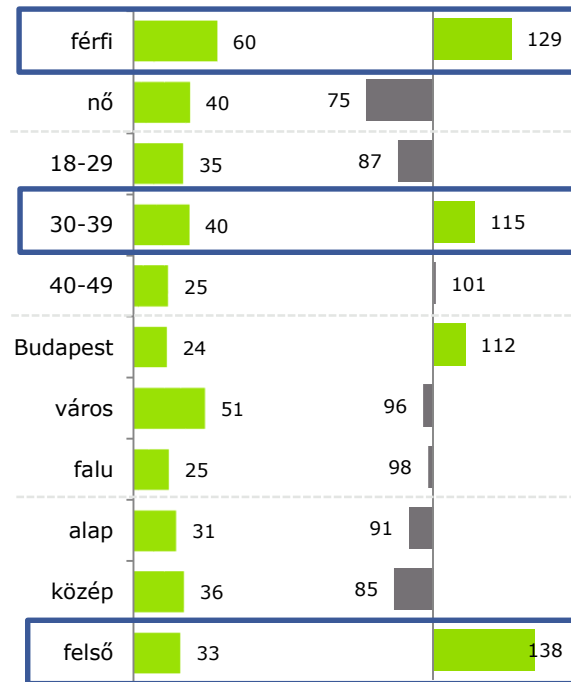
HEAVY USER



MEDIUM USER



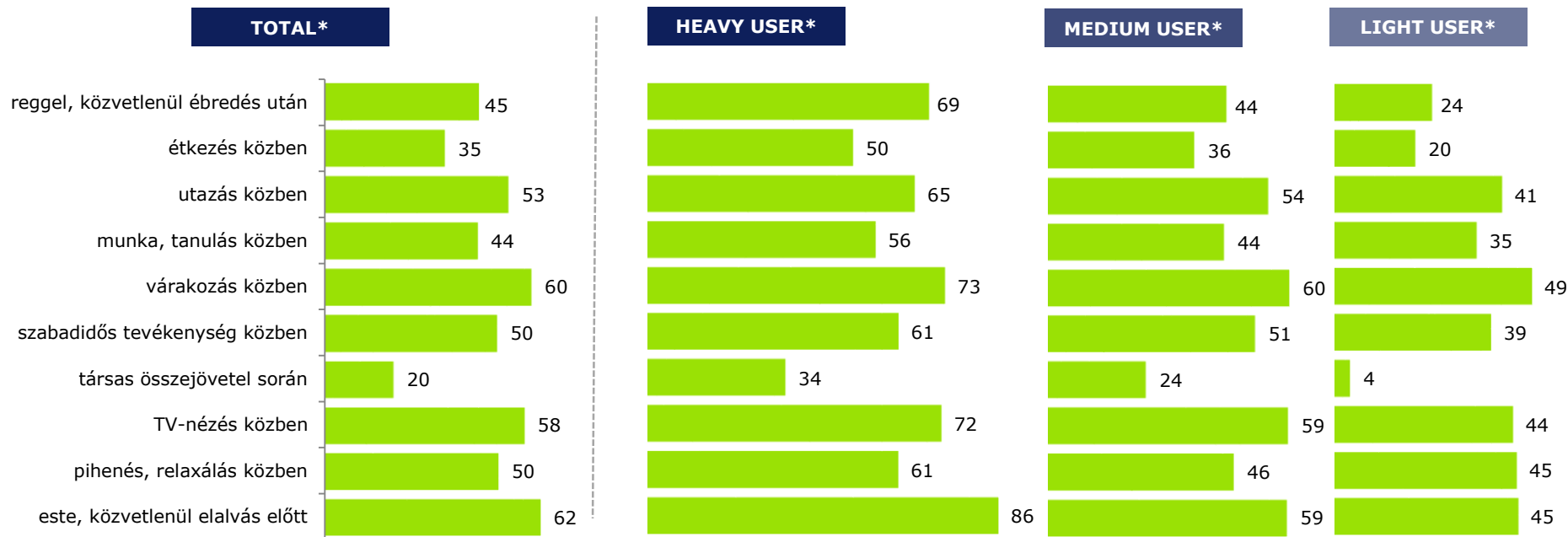
LIGHT USER



A közösségi oldalt legintenzívebben használók körében felülreprezentáltak a 30 év alattiak és a nők, továbbá az alacsonyabb iskola végzettségűek.

FB6. Szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi élethelyzetekben (az adott eszközökről)?

Bázis: teljes bázis, n=500



*Használja valamilyen eszközről

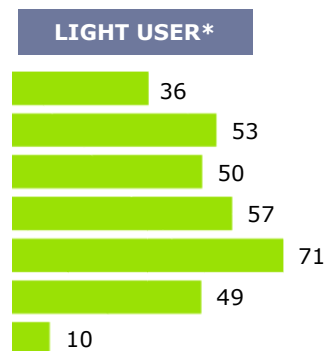
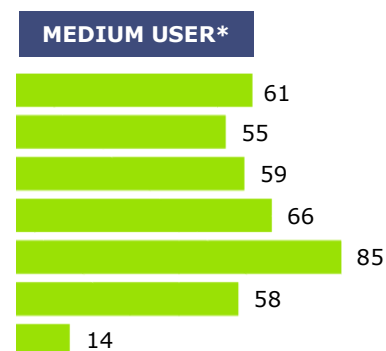
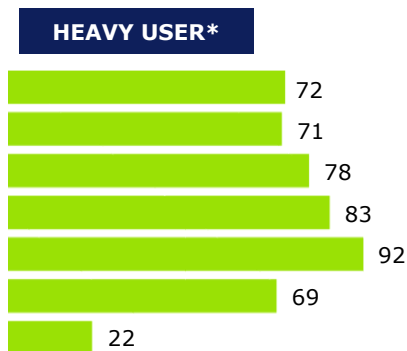
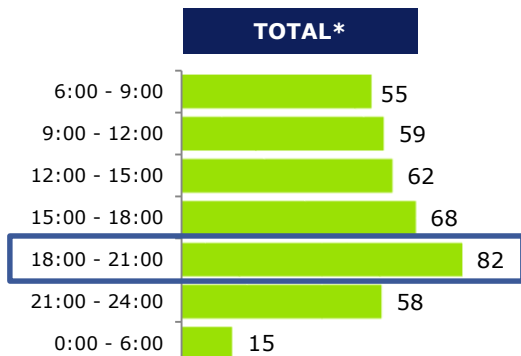
Minden harmadik heavy user használja az oldalt társas összefüggések alkalmával.

FB7. Egy átlagos hétköznapon szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi időszakokban (az adott eszközökről)?

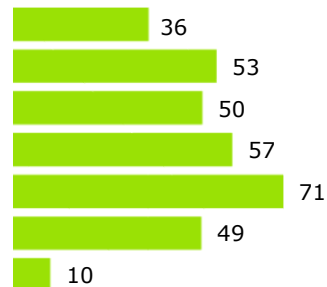
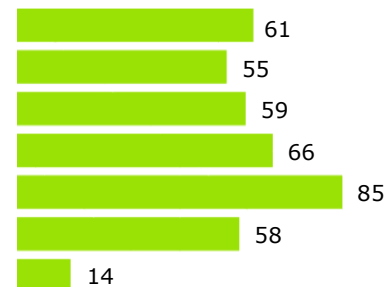
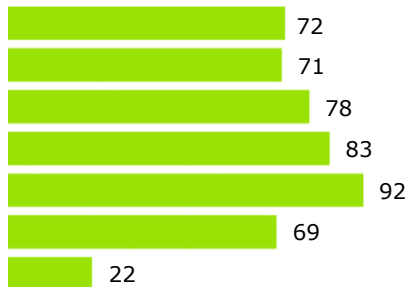
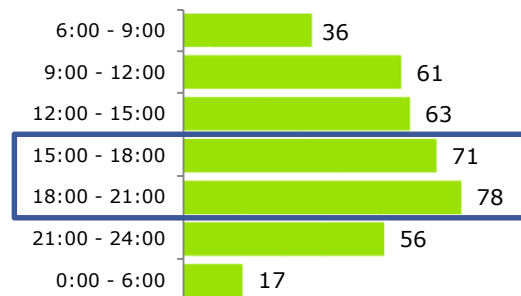
FB8. Egy átlagos hétvégi napon szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi időszakokban (az adott eszközökről)?

Bázis: teljes bázis, n=500

HÉTKÖZNAP



HÉTVEGÉN



*Használja valamilyen eszközről

A csúcsidőszak - hétköznap és hétvégén is – az esti órákra tehető!

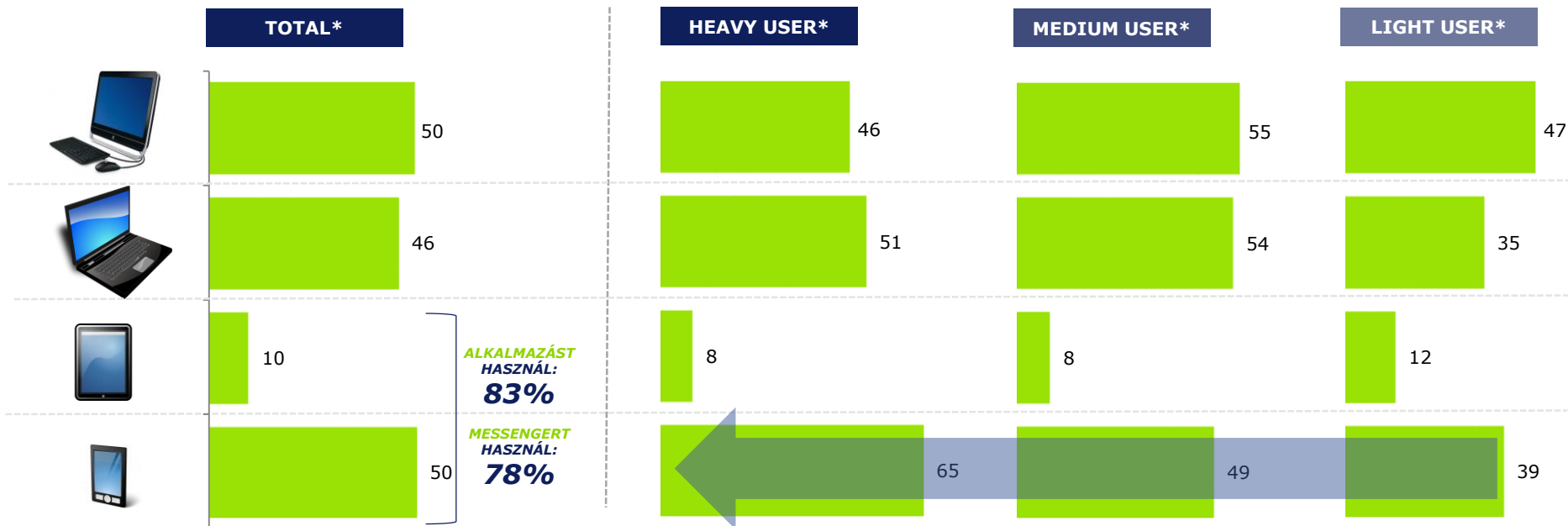


Milyen platformról?

FB4. Használja-e Ön a Facebookot az alábbi eszközökről?

FB5. Szokta-e Ön okostelefonon vagy táblagépen használni... / a Facebook alkalmazást/ a Facebook üzenetküldő alkalmazást (Messenger)

Bázis: teljes bázis, n=500

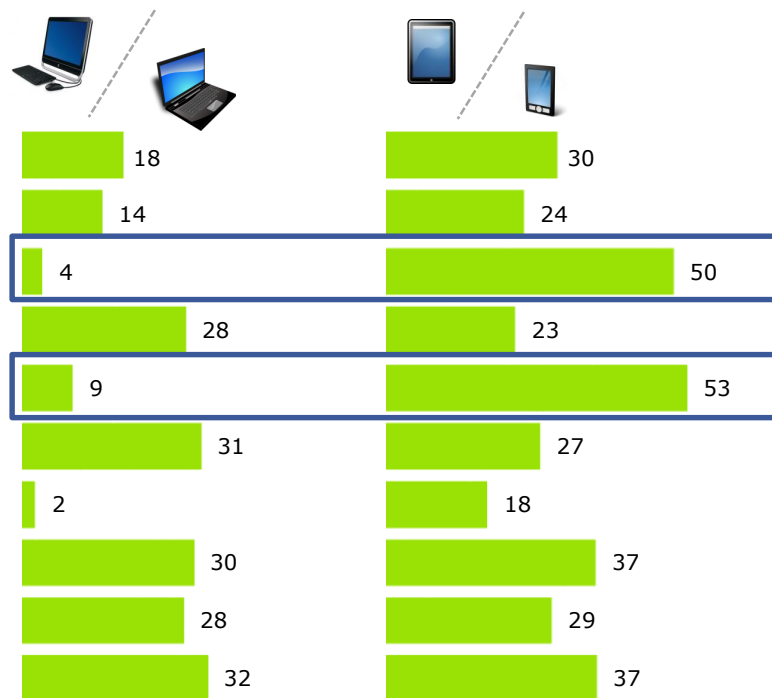


Minél több időt tölt valaki a Facebookon, annál inkább jellemző, hogy okostelefonról teszi ezt!

FB6. Szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi élethelyzetekben (az adott eszközökről)?

Bázis: teljes bázis, n=500

HASZNÁLJA A FACEBOOKOT



Időkitöltésnek - várakozás és utazás közben – a telefonon való facebookozás meglehetősen elterjedt.

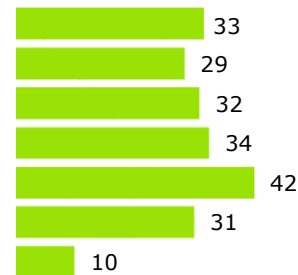
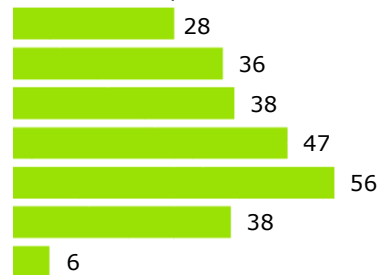
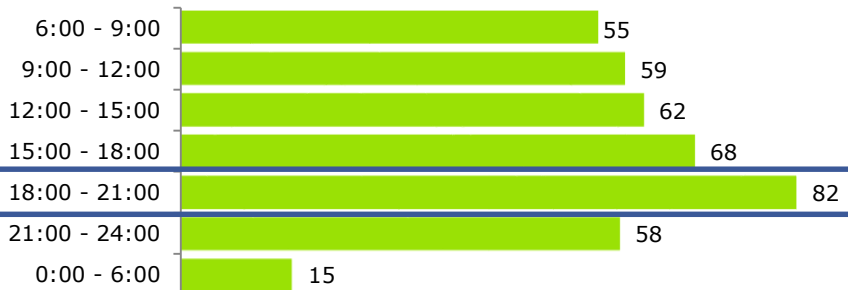
FB7. Egy átlagos hétköznapon szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi időszakokban (az adott eszközökről)?

FB8. Egy átlagos hétvégi napon szokta-e Ön használni a Facebookot az alábbi időszakokban (az adott eszközökről)?

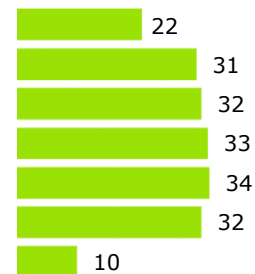
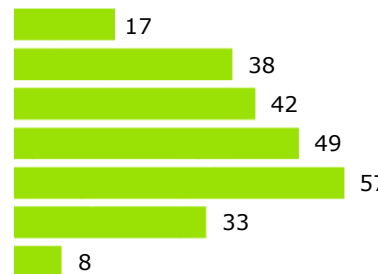
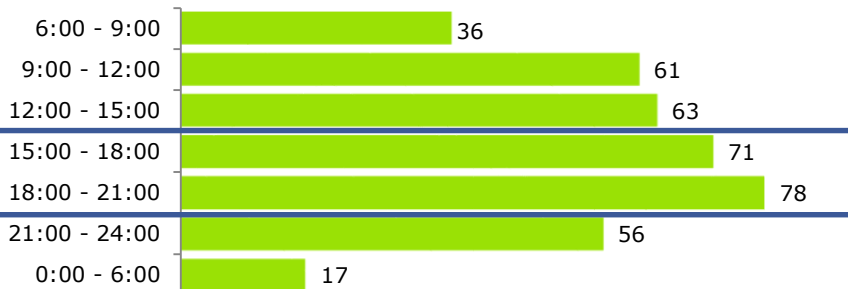
Bázis: teljes bázis, n=500

HASZNÁLJA A FACEBOOKOT

HÉTKÖZNAP



HÉTVEGÉN



A csúcside az általános munkaidőn kívül van, de még ilyenkor sem veszik át a stafétát a mobileszközök.

ESZKÖZÖK ÉS TEVÉKENYSÉGEK*

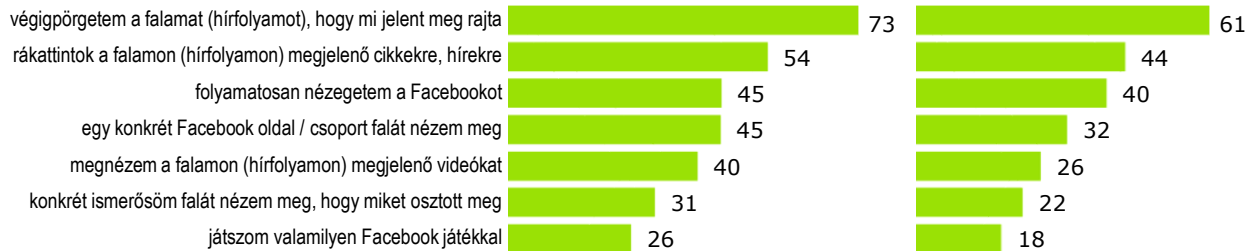
FB10. Most gondoljon azokra az esetekre, amikor Ön számítógépről/laptopról használja a Facebookot. Milyen gyakran végzi Ön az alábbiakat?

FB11. Most gondoljon azokra az esetekre, amikor Ön okostelefonról/táblagépről használja a Facebookot. Milyen gyakran végzi Ön az alábbiakat?

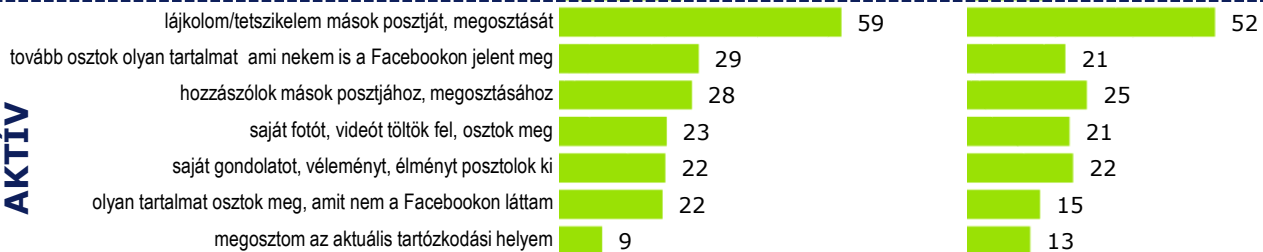
Bázis: az adott eszközt használók



PASSZÍV



AKTÍV



	TOTAL**	HEAVY USER	MEDIUM USER	LIGHT USER
PASSZÍV	45%	59%	46%	31%
AKTÍV	27%	41%	28%	15%
PASSZÍV	35%	50%	32%	23%
AKTÍV	27%	39%	22%	12%

*A feltüntetett értékek a legalább „gyakran jellemző” arányok
 ** A kategóriába tartozó tevékenységek arányainak átlaga

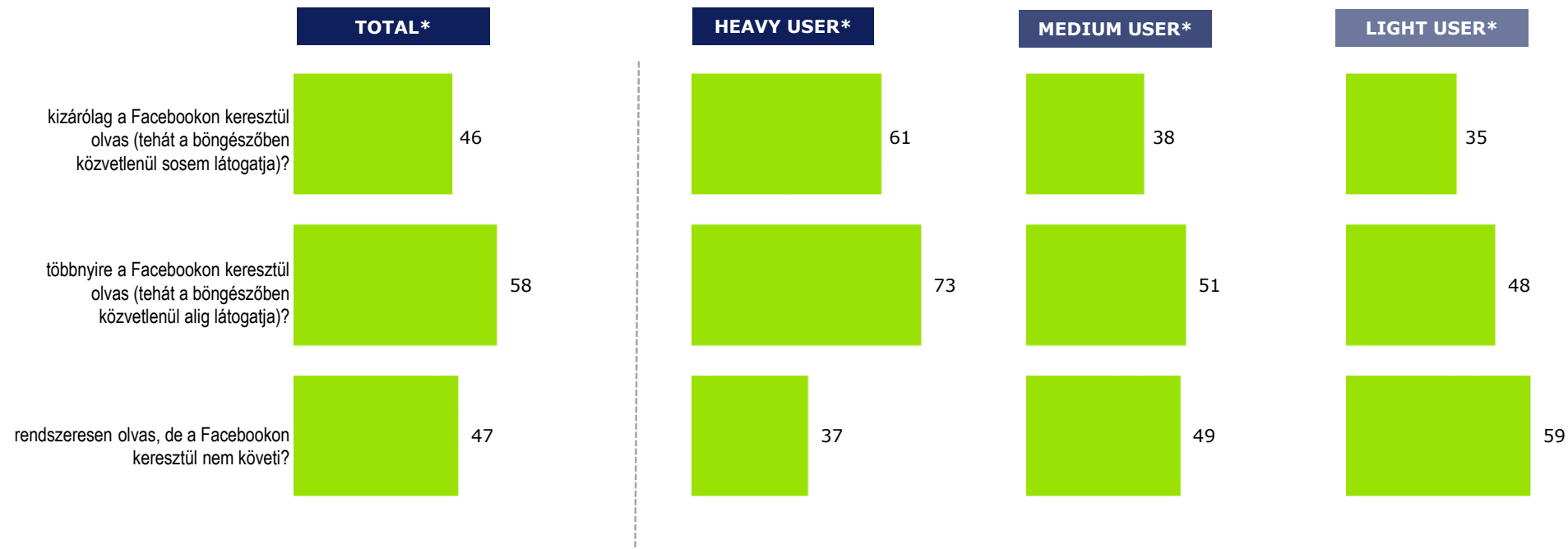
Az aktív tevékenységek szinte egyformán gyakoriak laptopon és mobil eszközökön való facebookozáskor.

The image shows two smartphones. The top phone displays a news article from The New York Times about a Brazilian gymnast, with a photo of a woman. The bottom phone displays another article from The New York Times titled 'A Life in Motion' with a photo of a person. A green banner with the text 'Ho!' is overlaid across the middle of the image.

Ho!

FB18. Van olyan internetes oldal (hírportál, magazin, blog), amelyet Ön...

Bázis: akik követnek portálokat vagy blogokat, n=259

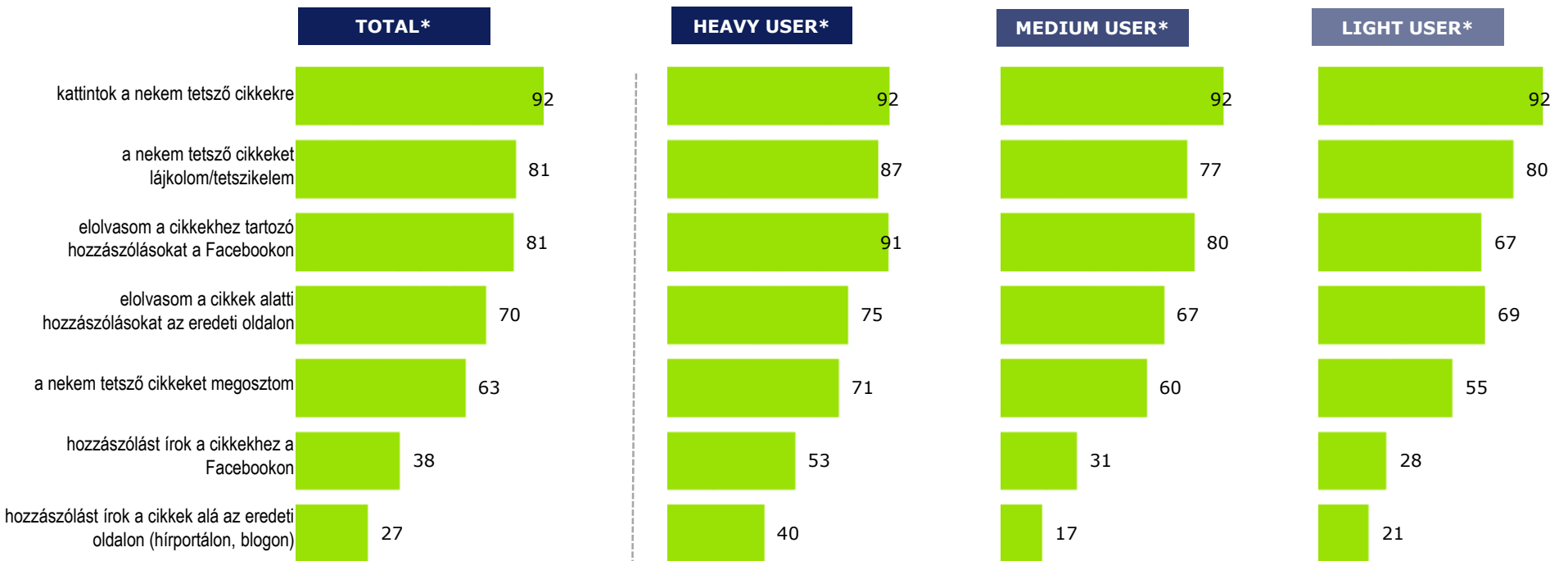


*jellemző – valamennyire és nagyon jellemző átlagértékek összegei

Nincs egyértelmű tendencia - leginkább a Facebookon és portálon olvasás mixe jellemző, de a kizárólagosság sem ritka.

FB19. Mennyire jellemzőek Önre az alábbiak a Facebook hírfolyamban megjelenő cikkekkel kapcsolatban?

Bázis: akik követnek portálokat vagy blogokat, n=259

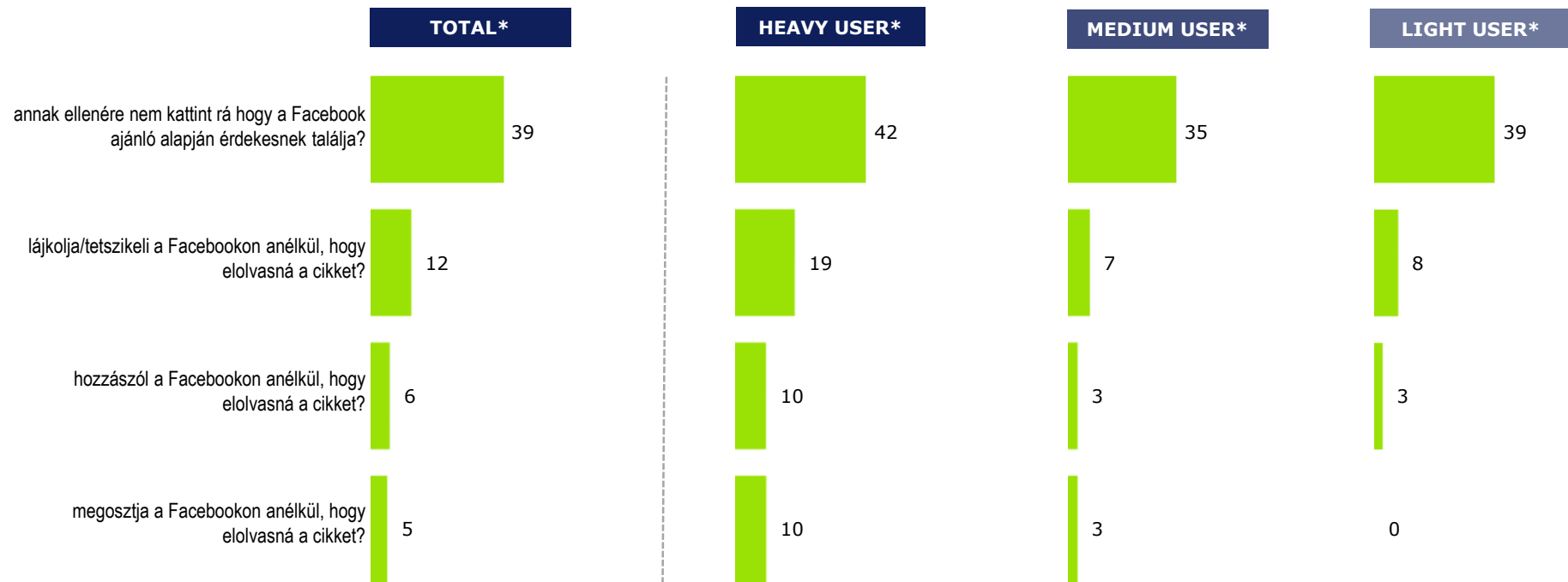


*jellemző – valamennyire és nagyon jellemző átlagértékek összegei

A továbbkattintás nagyon is jellemző, ahogy a lájkolás és a kommentek olvasása – nem úgy, mint a komment írás.

FB20. Elő szokott-e Önnel fordulni az, hogy a Facebook hírfolyamban meglát egy cikket, és...

Bázis: akik követnek portálokat vagy blogokat, n=259



*jellemző – valamennyire és nagyon jellemző átlagértékek összegei

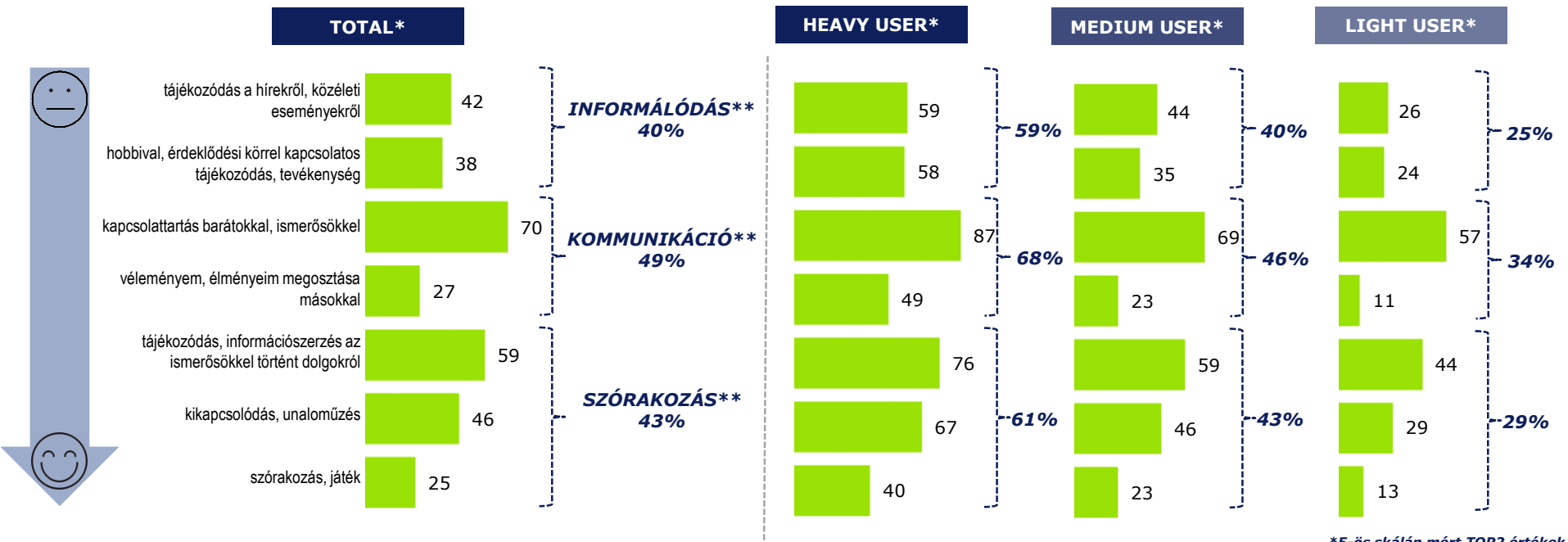
A tudatos reakciók jellemzők: végigolvasás nélkül nincs lájk, komment, vagy share.



Milyen célból?

FB9. Az Ön esetében mekkora szerepet játszik a Facebook az alábbi dolgokban?

Bázis: teljes bázis, n=500



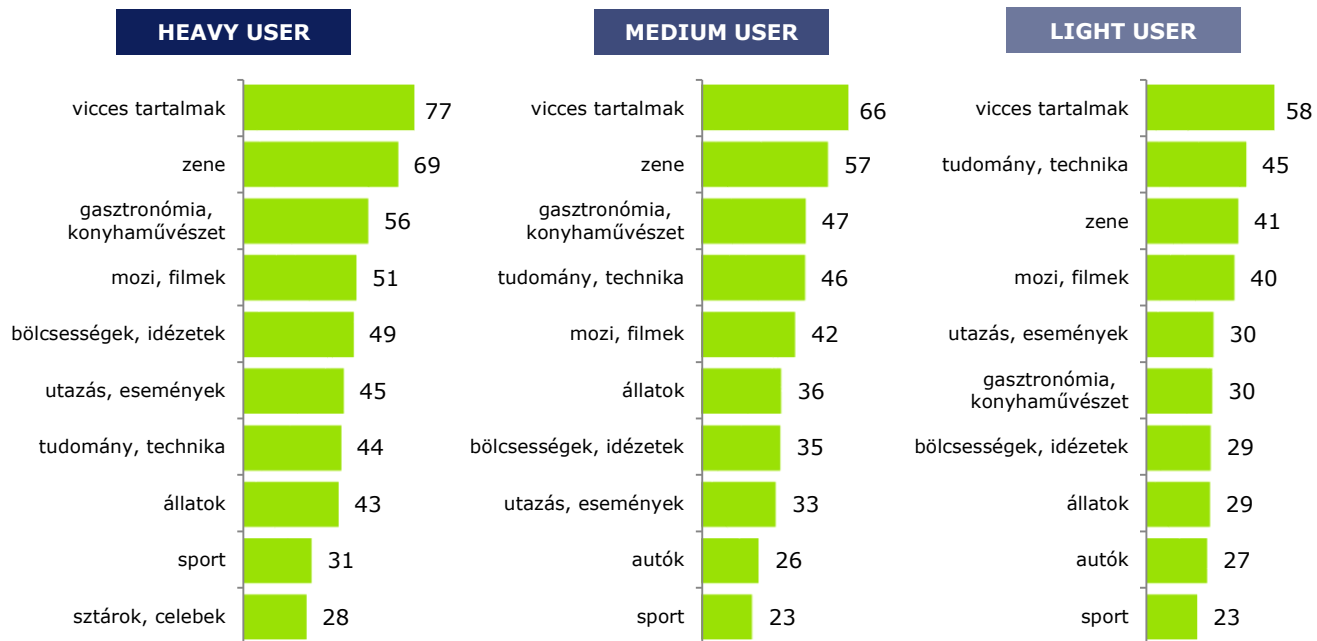
A Facebook a legnagyobb szerepet az ismerősökkel való kapcsolattartásban játsza a felhasználók életében!

FB12. Kérem, jelölje meg azokat a tartalmakat, amelyeket Ön szívesen néz, olvas a Facebookon?

Bázis: teljes bázis, n=500



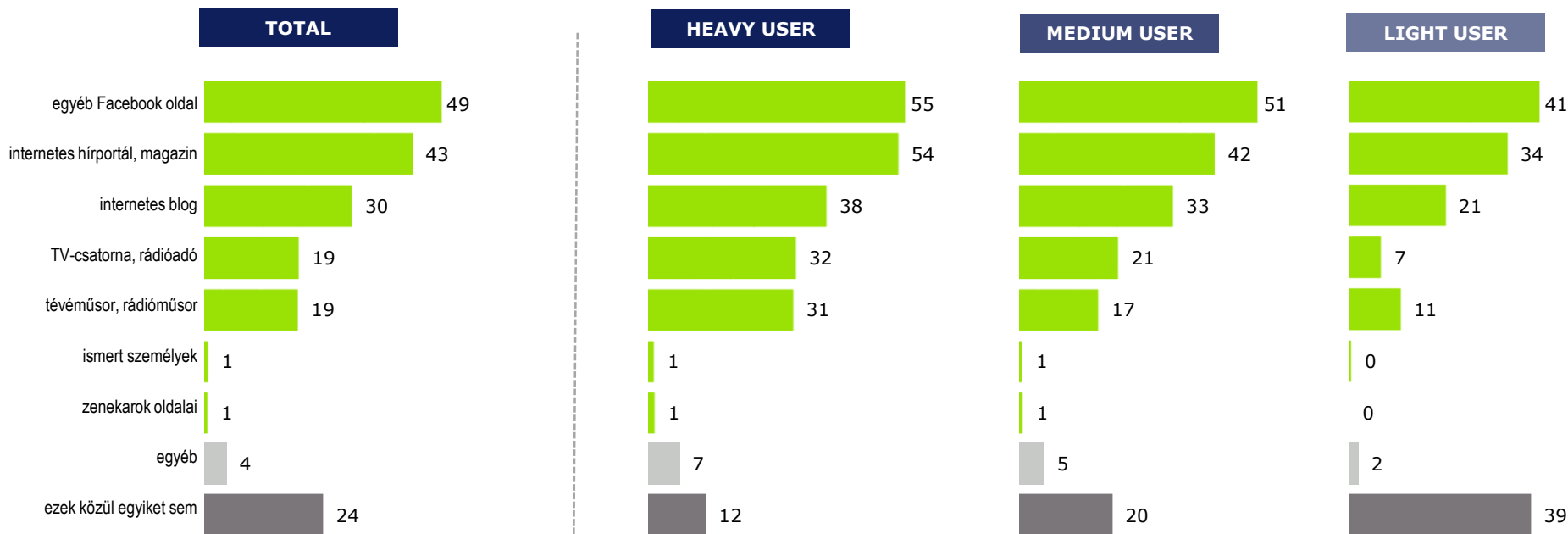
TOP10 TÉMAKÖR



A szórakozás fontosabb: a vicces és zenei tartalmak a legnépszerűbbek.

FB15. Az alábbiak közül mi az, amit Ön követ (kedvel, lájkolt) a Facebookon (és így a hírfolyamában megjelennek a posztjai)?

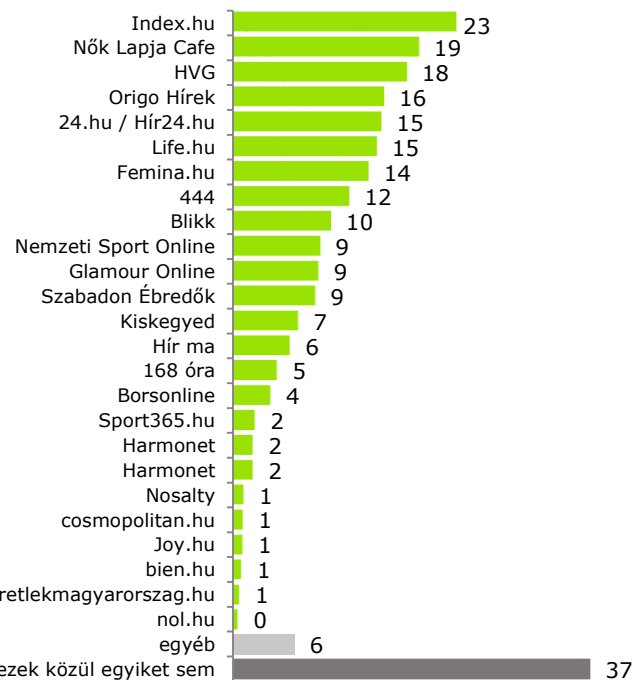
Bázis: teljes bázis, n=500



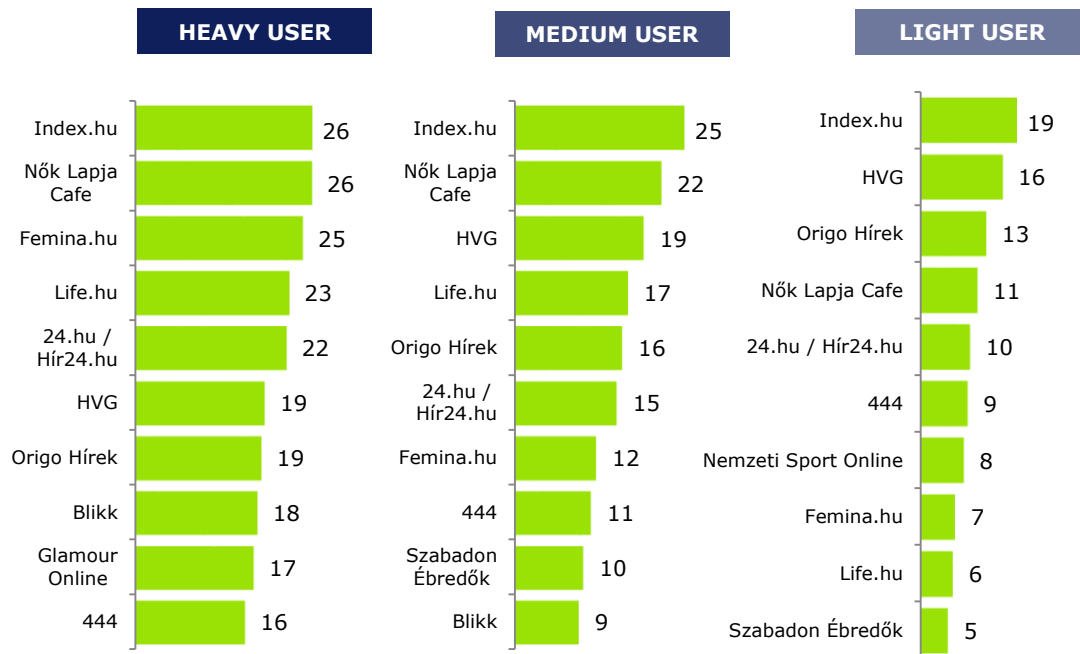
A kifejezetten Facebookra előállított tartalmak oldalai csak kevéssel népszerűbbek a hírportálok oldalainál.

FB17. Az alábbi internetes portálok, oldalak közül melyeket követi (kedveli, lájkolta) Ön a Facebookon?

Bázis: teljes bázis, n=500



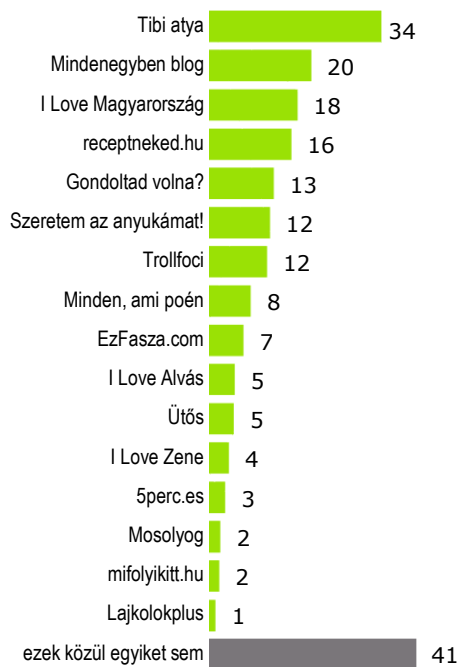
TOP10 KÖVETETT OLDAL



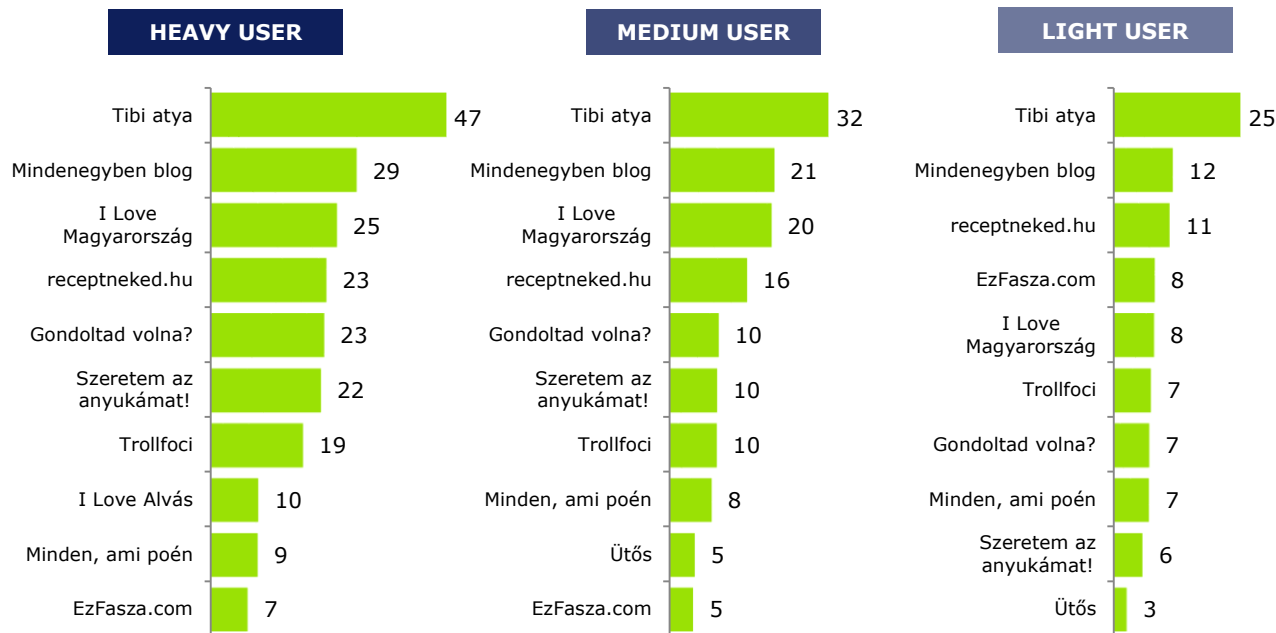
A HML alcsoportok kedvenc Facebookon követett hírportáljainak listái között nincs jelentős különbség! Abszolút kedvenc az index.hu.

FB21. Az alábbi Facebook oldalak közül melyeket követi (kedveli, lájkolta) Ön?

Bázis: teljes bázis, n=500



TOP10 LÁJKOLT OLDAL



A Facebookozók háromötöde követ valamilyen Facebookra specializálódott oldalt.

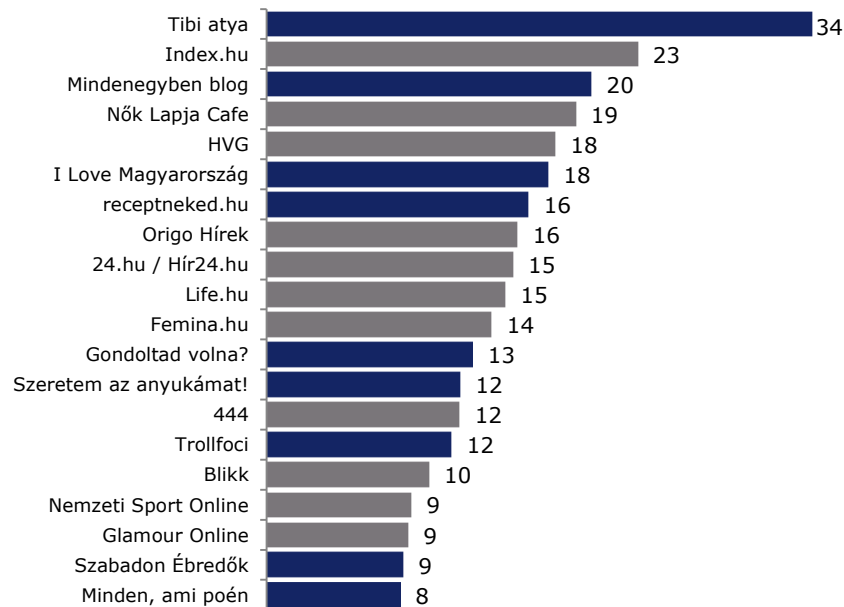
KÖVETETT TARTALMAK – PORTÁLOK ÉS OLDALAK

FB17. Az alábbi internetes portálok, oldalak közül melyeket követi (kedveli, lájkolta) Ön a Facebookon?

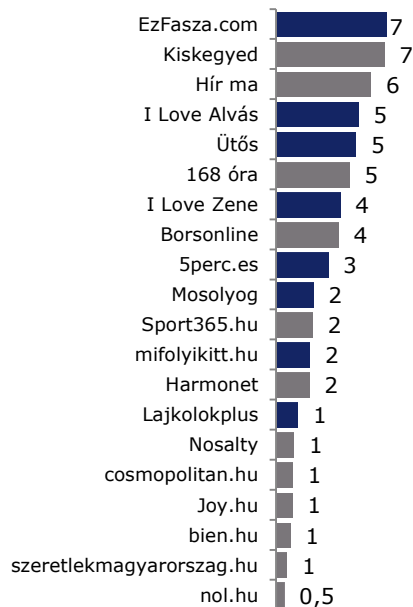
FB21. Az alábbi Facebook oldalak közül melyeket követi (kedveli, lájkolta) Ön?

Bázis: teljes bázis, n=500

TOP20



LOW20



Facebook oldal

Portál

Tibiatya a legnépszerűbb oldal a Facebookon, a felhasználók harmada követi.

HITELES ÉS SZÓRAKOZTATÓ OLDALAK

FB23. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább hitelesnek tart?

FB24. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább szórakoztatónak tart?

Bázis: teljes bázis, n=500

Facebook oldal a hiteles kategóriában

Portál a szórakoztató kategóriában

TOP10 OLDAL

TOTAL

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	18%	Tibi atya	39%
Nők Lapja Cafe	15%	Trollfoci	12%
HVG	14%	Gondoltad volna?	10%
receptneked.hu	12%	Mindenegyben blog	10%
Origo Hírek	12%	Nők Lapja Cafe	9%
24.hu / Hír24.hu	11%	I Love Magyarország	8%
Tibi atya	10%	Minden, ami poén	7%
Femina.hu	9%	Life.hu	7%
Life.hu	8%	Index.hu	6%
I Love Magyarország	7%	receptneked.hu	6%

HEAVY USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
receptneked.hu	17%	Tibi atya	48%
Nők Lapja Cafe	16%	Gondoltad volna?	16%
Index.hu	15%	Trollfoci	16%
Femina.hu	14%	Mindenegyben blog	11%
Origo Hírek	13%	Blikk	10%
Tibi atya	13%	Life.hu	8%
24.hu / Hír24.hu	11%	receptneked.hu	7%
HVG	11%	Nők Lapja Cafe	7%
Gondoltad volna?	11%	Minden, ami poén	7%
I Love Magyarország	10%	Femina.hu	7%

MEDIUM USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	19%	Tibi atya	31%
Nők Lapja Cafe	18%	Nők Lapja Cafe	15%
HVG	16%	I Love Magyarország	11%
24.hu / Hír24.hu	12%	HVG	9%
Origo Hírek	10%	Life.hu	9%
Szabados Ébredők	9%	Trollfoci	8%
receptneked.hu	8%	Gondoltad volna?	7%
Nemzeti Sport Online	8%	Mindenegyben blog	7%
I Love Magyarország	8%	receptneked.hu	7%
Tibi atya	7%	Index.hu	7%

LIGHT USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	21%	Tibi atya	36%
HVG	17%	Index.hu	12%
Origo Hírek	12%	Trollfoci	11%
receptneked.hu	11%	Mindenegyben blog	10%
24.hu / Hír24.hu	10%	Minden, ami poén	9%
444	10%	Nemzeti Sport Online	7%
Nők Lapja Cafe	9%	EzFasza.com	6%
Tibi atya	9%	I Love Magyarország	6%
Nemzeti Sport Online	8%	Gondoltad volna?	5%
Life.hu	8%	Femina.hu	5%

Az intenzívebb Facebookozás látszólag az oldalak funkcióinak összemosódását hozza magával...

HITELES ÉS SZÓRAKOZTATÓ OLDALAK – férfiak

FB23. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább hitelesnek tart?

FB24. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább szórakoztatónak tart?

Bázis: férfiak

Facebook oldal a hiteles kategóriában

Portál a szórakoztató kategóriában

TOP10 OLDAL

TOTAL

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	18%	Tibi atya	39%
Nők Lapja Cafe	15%	Trollfoci	12%
HVG	14%	Gondoltad volna?	10%
receptneked.hu	12%	Mindenegyben blog	10%
Origo Hírek	12%	Nők Lapja Cafe	9%
24.hu / Hir24.hu	11%	I Love Magyarország	8%
Tibi atya	10%	Minden, ami poén	7%
Femina.hu	9%	Life.hu	7%
Life.hu	8%	Index.hu	6%
I Love Magyarország	7%	receptneked.hu	6%

HEAVY USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	26%	Tibi atya	55%
HVG	21%	Trollfoci	19%
Origo Hírek	18%	Gondoltad volna?	12%
444	17%	Blikk	11%
24.hu / Hir24.hu	17%	Nemzeti Sport Online	8%
Nemzeti Sport Online	16%	24.hu / Hir24.hu	8%
Tibi atya	13%	Minden, ami poén	8%
I Love Magyarország	12%	444	6%
Trollfoci	9%	Index.hu	5%
Szabadon Ébredők	8%	I Love Magyarország	5%

MEDIUM USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	22%	Tibi atya	38%
HVG	21%	Trollfoci	18%
Nemzeti Sport Online	18%	HVG	17%
24.hu / Hir24.hu	14%	Index.hu	10%
Tibi atya	9%	Minden, ami poén	10%
Origo Hírek	8%	Nemzeti Sport Online	10%
Szabadon Ébredők	7%	Life.hu	9%
I Love Magyarország	6%	I Love Magyarország	5%
Trollfoci	5%	Mindenegyben blog	4%
Life.hu	4%	24.hu / Hir24.hu	4%

LIGHT USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	30%	Tibi atya	45%
HVG	22%	Trollfoci	19%
444	15%	Index.hu	18%
Origo Hírek	14%	Minden, ami poén	13%
24.hu / Hir24.hu	13%	Mindenegyben blog	11%
Nemzeti Sport Online	13%	Nemzeti Sport Online	9%
Tibi atya	13%	EzFasza.com	8%
Trollfoci	10%	HVG	6%
Nők Lapja Cafe	6%	Blikk	6%
Szabadon Ébredők	4%	Gondoltad volna?	6%

a nemi jelleg miatt térnek el a HML csoportok. A Heavy userek éppúgy választják szét a hiteles és szórakoztató tartalmakat, mint a Light-ok.

HITELES ÉS SZÓRAKOZTATÓ OLDALAK – nők

FB23. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább hitelesnek tart?

FB24. Melyik az a három Facebook oldal, amiket Ön a leginkább szórakoztatónak tart?

Bázis: nők

Facebook oldal a hiteles kategóriában

Portál a szórakoztató kategóriában

TOP10 OLDAL

TOTAL

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Index.hu	18%	Tibi atya	39%
Nők Lapja Cafe	15%	Trollfoci	12%
HVG	14%	Gondoltad volna?	10%
receptneked.hu	12%	Mindenegyben blog	10%
Origo Hírek	12%	Nők Lapja Cafe	9%
24.hu / Hír24.hu	11%	I Love Magyarország	8%
Tibi atya	10%	Minden, ami poén	7%
Femina.hu	9%	Life.hu	7%
Life.hu	8%	Index.hu	6%
I Love Magyarország	7%	receptneked.hu	6%

HEAVY USER

HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Nők Lapja Cafe	23%	Tibi atya	45%
receptneked.hu	22%	Gondoltad volna?	18%
Femina.hu	17%	Mindenegyben blog	16%
Gondoltad volna?	14%	Trollfoci	14%
Tibi atya	13%	Nők Lapja Cafe	10%
Life.hu	13%	Life.hu	10%
Origo Hírek	12%	Blikk	9%
Index.hu	10%	Femina.hu	9%
Kisgyegyed	9%	receptneked.hu	8%
I Love Magyarország	9%	Szeretem az anyukámat!	8%

MEDIUM USER

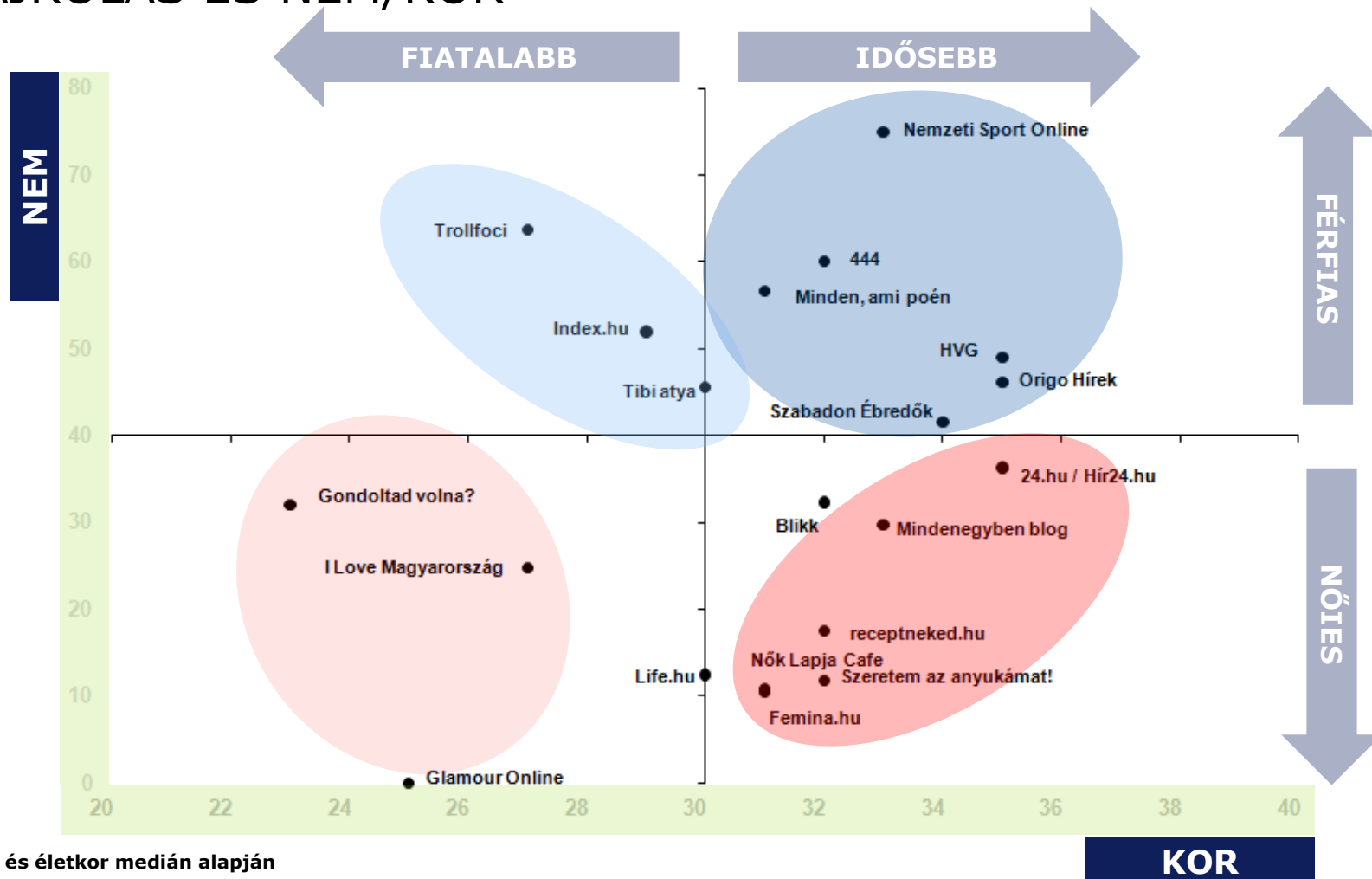
HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
Nők Lapja Cafe	27%	Tibi atya	27%
Index.hu	17%	Nők Lapja Cafe	22%
HVG	13%	I Love Magyarország	15%
receptneked.hu	12%	receptneked.hu	12%
Origo Hírek	12%	Gondoltad volna?	11%
Femina.hu	11%	Mindenegyben blog	9%
24.hu / Hír24.hu	10%	Life.hu	9%
Szabados Ébredők	9%	Glamour Online	6%
I Love Magyarország	9%	Femina.hu	6%
Szeretem az anyukámat!	8%	Index.hu	4%

LIGHT USER

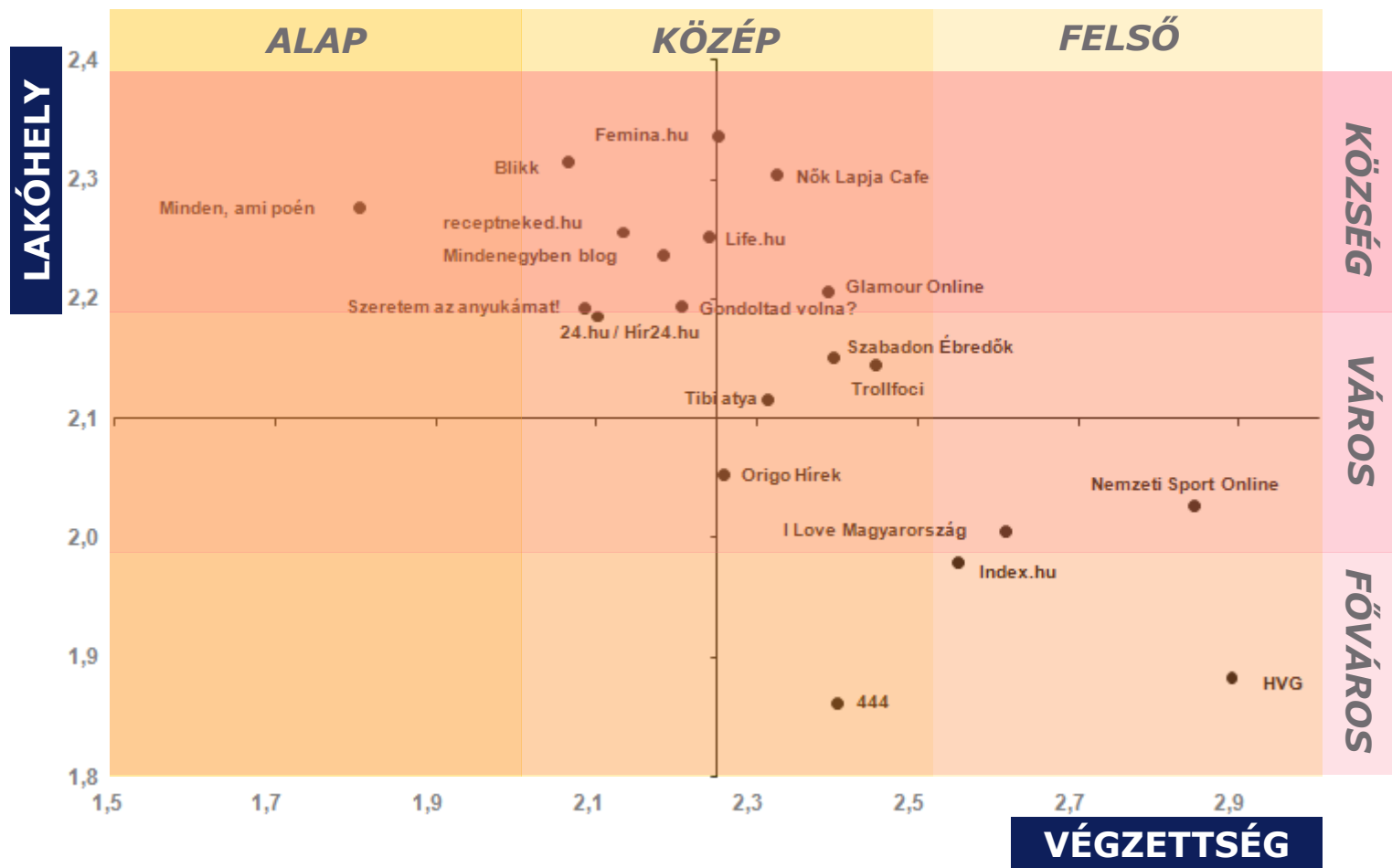
HITELES		SZÓRAKOZTATÓ	
receptneked.hu	20%	Tibi atya	25%
Life.hu	15%	Femina.hu	12%
Nők Lapja Cafe	14%	Life.hu	10%
Femina.hu	12%	Nők Lapja Cafe	10%
Index.hu	11%	Mindenegyben blog	10%
Origo Hírek	11%	Szeretem az anyukámat!	9%
HVG	9%	I Love Magyarország	6%
Szeretem az anyukámat!	8%	Gondoltad volna?	5%
24.hu / Hír24.hu	7%	receptneked.hu	5%
Gondoltad volna?	5%	Minden, ami poén	5%

A nőknél más az összetétele a hiteles oldalaknak, mint a férfiak esetében – a HML szegmensek között itt sincs érdemi különbség.

LÁJKOLÁS ÉS NEM/KOR

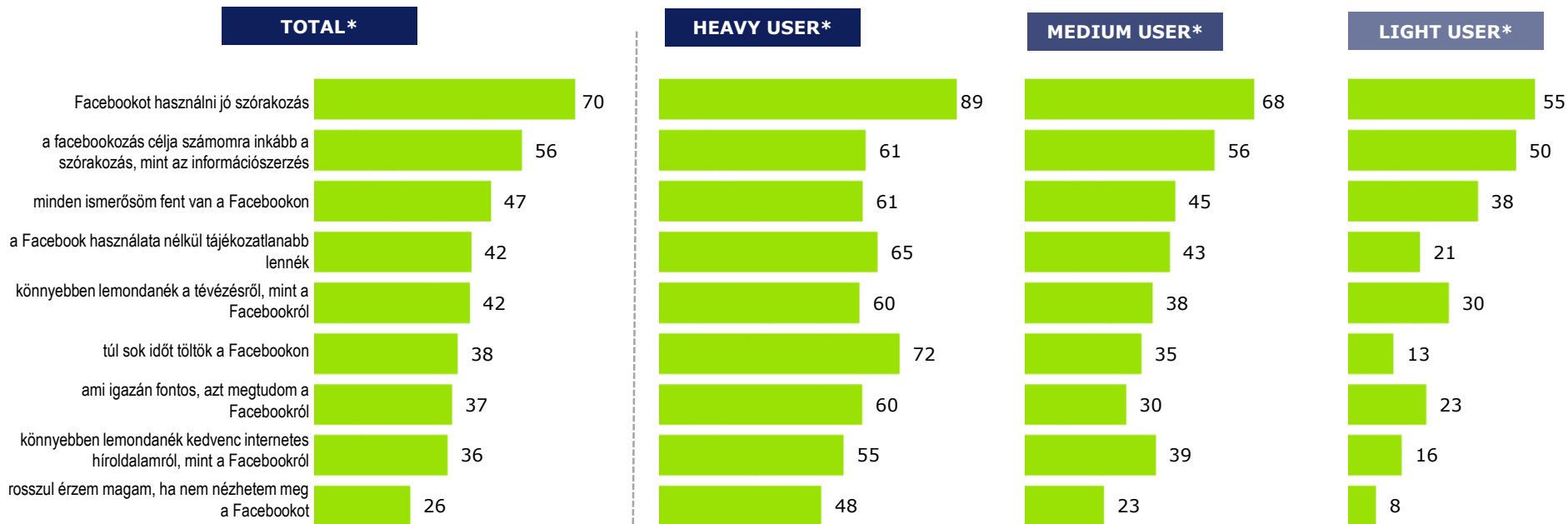


LÁJKOLÁS ÉS LAKÓHELY/VÉGZETTSÉG



FB22. Egyetért-e Ön az alábbi állításokkal?

Bázis: teljes bázis, n=500



*4-es skálán mért TOP2értékek

A Facebook szórakoztató szerepe vitathatatlan, az informálódás csak ez után következik.

The image shows the silhouettes of a man and a woman standing side-by-side, looking at a smartphone held by the man. They are positioned against a bright blue twilight sky. In the background, several out-of-focus city lights are visible. A horizontal green bar with a gradient is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Milyen reakcióval?'.

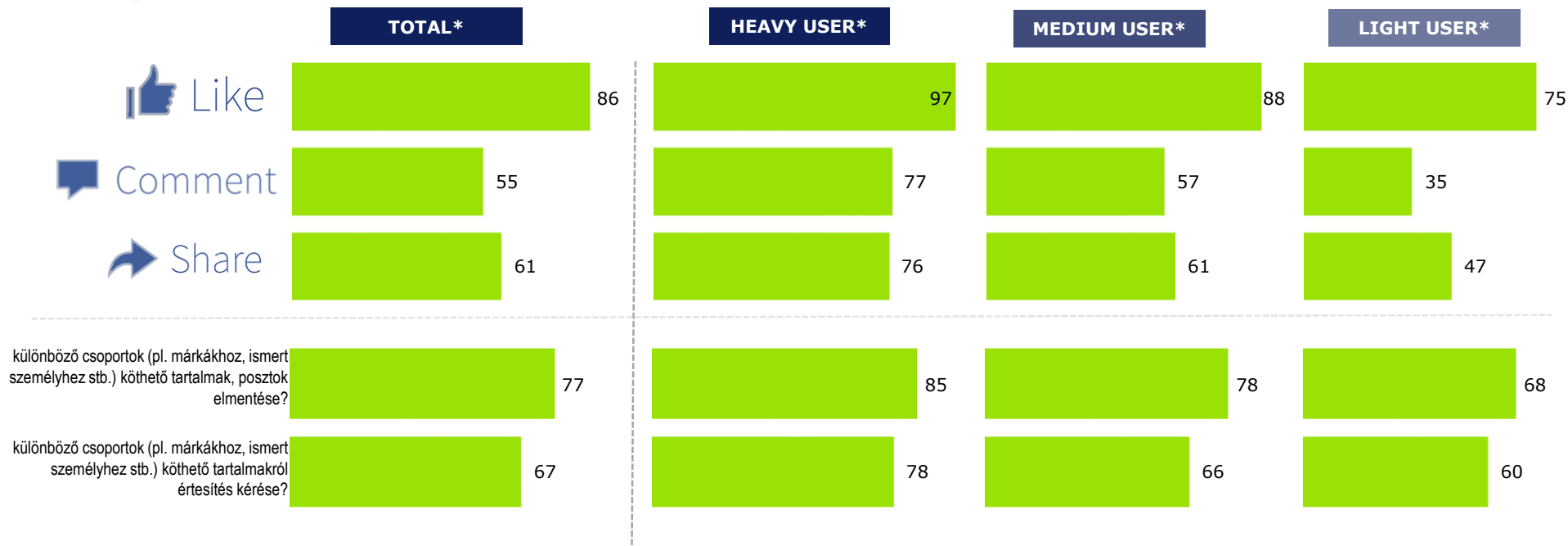
Milyen reakcióval?

TETSZŐ TARTALMAK

FB13. Ha Önnek tetsző tartalmat talál a Facebookon, mennyire jellemző, hogy...

FB14b. Előfordultak-e már Önnek az alábbiak?

Bázis: teljes bázis, n=500



*jellemző – valamennyire és nagyon jellemző átlagértékek összegei

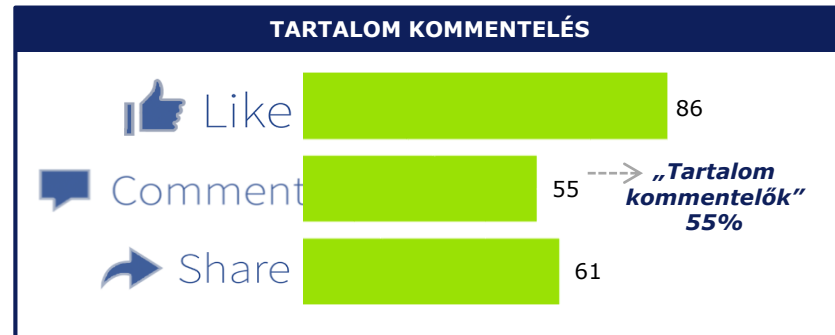
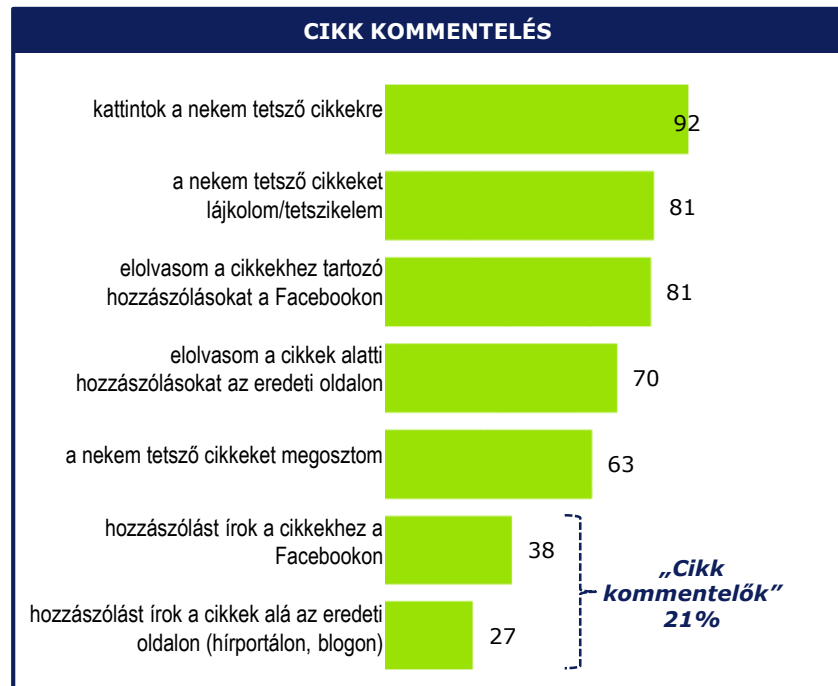
Minél intenzívebb felhasználó valaki, annál kevésbé igaz, hogy a megosztás dominál tetsző tartalom esetén, mint a kommentelés.

KOMMENTELÉS – TARTALMAK, CIKKEK

FB13. Ha Önnek tetsző tartalmat talál a Facebookon, mennyire jellemző, hogy hozzászólást ír, kommenteli?

FB19. Mennyire jellemzőek Önre az alábbiak a Facebook hírfolyamban megjelenő cikkekkel kapcsolatban?

Bázis: teljes bázis, n=500



		CIKK KOMMENTELŐK	
		IGEN	NEM
TARTALOM KOMMENTELŐK	IGEN	91%	46%
	NEM	9%	54%

*jellemző – valamennyire és nagyon jellemző átlagértékek összegei

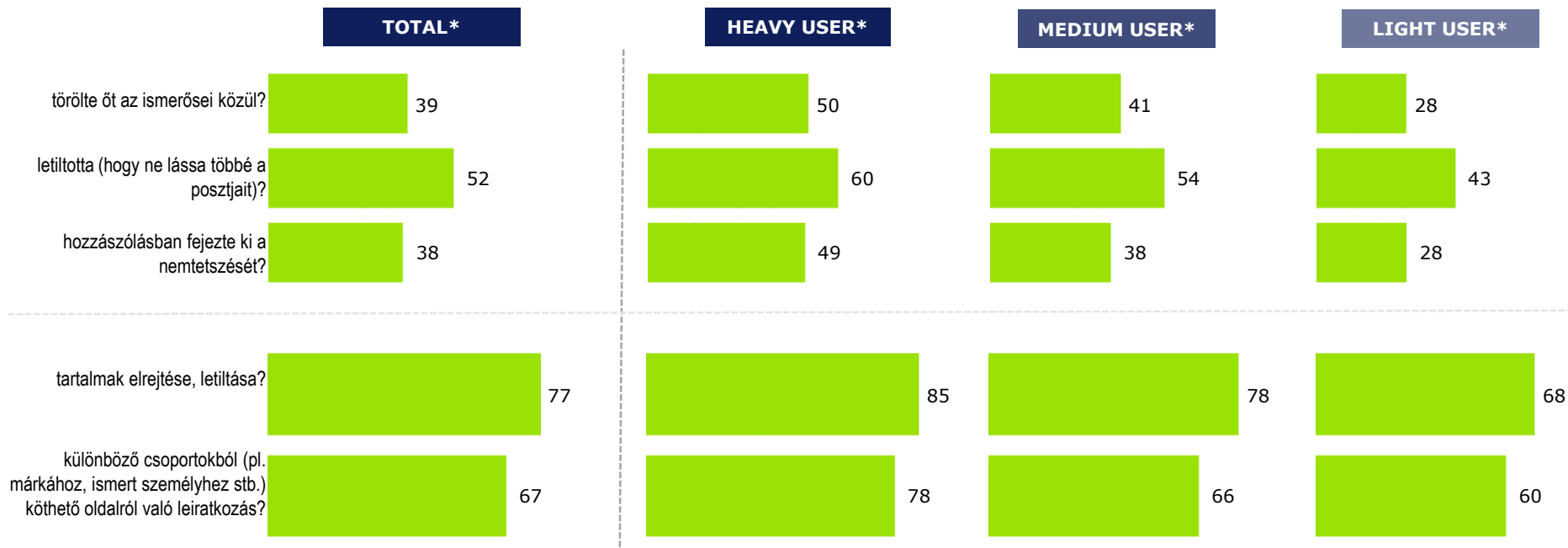
Aki egy cikknél „megszólal”, az egyéb jellegű tartalmaknál is nagyobb valószínűséggel nyilvánít véleményt néhány szóban.

NEM TETSZŐ TARTALMAK

FB14a. Előfordult-e már olyan, hogy egy ismerőse az Ön számára nem tetsző tartalmat posztolt vagy osztott meg a Facebookon, és emiatt Ön...

FB14b. Előfordultak-e már Önnel az alábbiak?

Bázis: teljes bázis, n=500



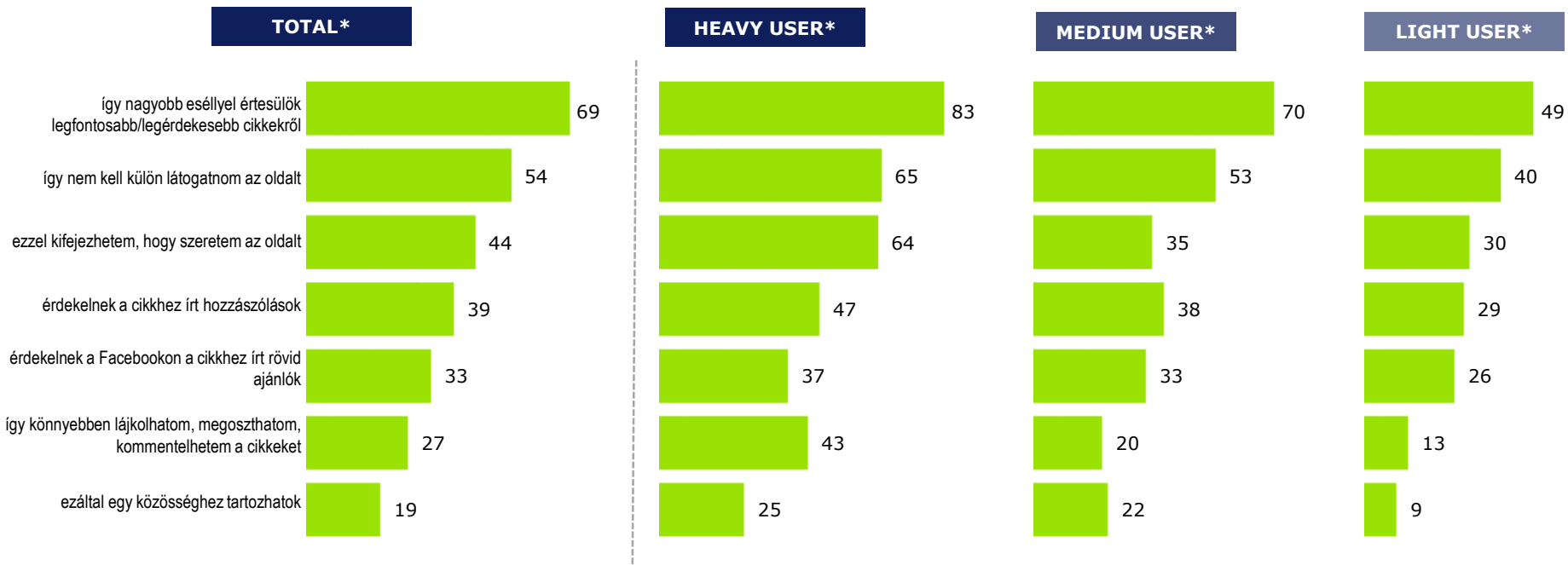
*előfordult

Inkább a kevésbé drasztikus megoldások: az ismerősök, oldalak tartalmainak elrejtése inkább jellemző, mint a tiltás vagy törlés.

KÖVETÉS – „BELÁJKOLÁS” - OKAI

FB16. Mekkora szerepe van az alábbiaknak abban, hogy Ön kedvel, lájkol, követni kezd egy internetes hírportált, magazint vagy blogot a Facebookon?

Bázis: teljes bázis, n=500



*az adott tényező szerepének 5-ös skálán mért top2 értékei

Az oldalak lájkolásának elsődleges oka, hogy nem akarunk lemaradni semmiről.

A black and white photograph showing a hand-drawn 'Thank you' message. The words 'Thank you' are written in a cursive, handwritten style on a white background. A black marker is visible in the upper right corner, with its tip touching the end of the word 'you'.

Thank you

Köszönjük a figyelmet!