

Digitális piacok szabályozásának ismerete a lakosság körében

Prezentáció
2024. november



A kutatás fő kérdései, témakörei



- **Online platformok használata:** Milyen online platformokat használnak a lakossági felhasználók és milyen felhasználói szokások kapcsolódnak ezekhez?
- **Felhasználási feltételek ismerete:** Mennyire ismerik a felhasználók az egyes platformok használatának feltételeit, az ÁSZF-et, mennyire tudatosak ezen a téren?
- **Jogellenes tevékenységek:** Milyen jogellenes tartalmakkal, tevékenységekkel találkoznak a felhasználók és mennyire vannak tisztában azzal, hogy mi számít jogellenesnek? Melyek kapcsán szenvedtek el sérelmet már ők maguk?
- **Jogvédelem, reakciók:** Hogyan próbálták meg megvédeni magukat, érvényesíteni jogaikat, amennyiben (vélt vagy valós) jogellenes sérelem érte őket? Mennyiben támogatta őket az adott oldal panaszkezelési, felhasználóvédelmi eljárása ebben a folyamatban?
- **A hatóság szerepe:** Milyen arányban fordultak már hatósági szervhez a felhasználók és milyen tapasztalatuk volt az eljárással?
- **Tájékozódás:** Milyen gyakran és milyen mélységben tájékozódnak a felhasználók az online tér biztonságos használatával kapcsolatos témákban? Milyen mértékben támogatják, edukálják kiskorú hozzátartozóikat ebben a témakörben?
- **DSA:** A jogszabállyal kapcsolatos ismeretek, a digitális szolgáltatási koordinátor ismertsége

A kutatás módszere



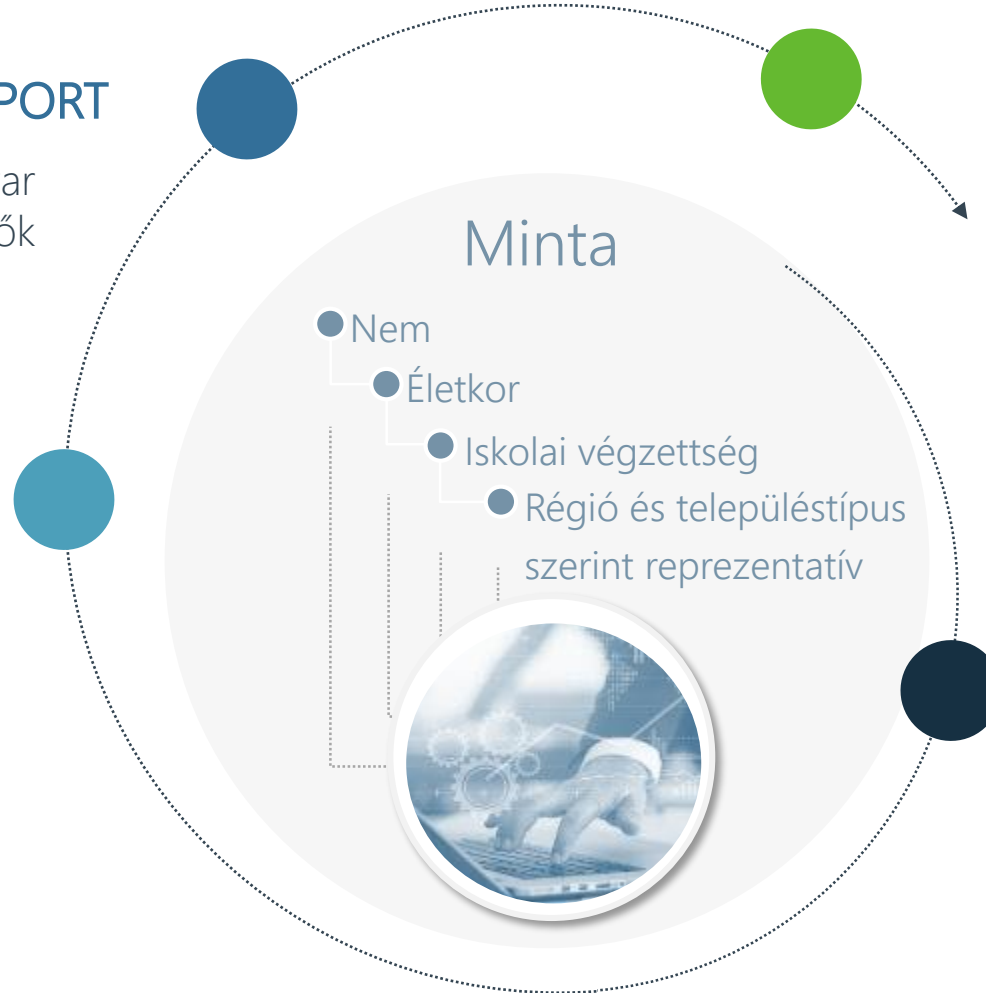
CÉLCSOPORT

18 éves vagy idősebb magyar internetezők



MÓDSZER

Online megkérdezés



Minta

- Nem
- Életkor
- Iskolai végzettség
- Régió és településtípus szerint reprezentatív



ADATFELVÉTEL IDEJE



2024. szeptember 20-26.

MINTANAGYSÁG



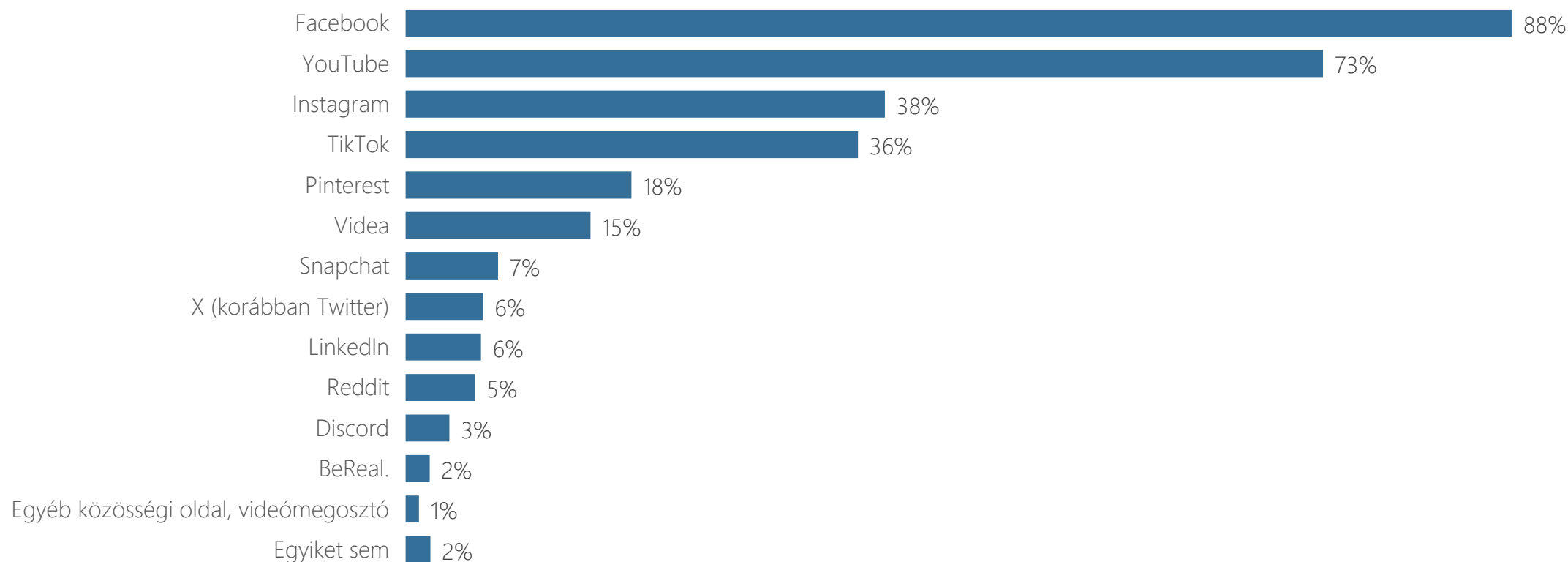
1000 fő

Részletes eredmények

Legalább hetente használt közösségi média oldalak*, videómegosztók



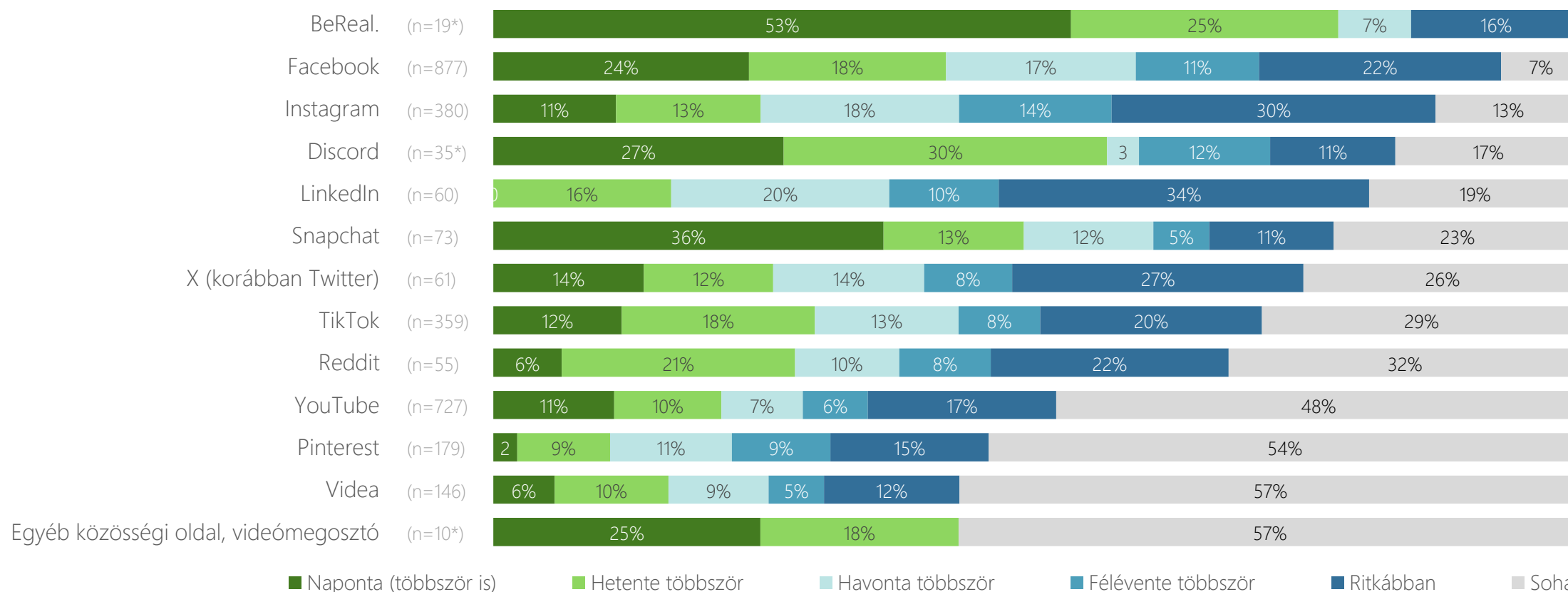
A legnépszerűbb közösségi média, illetve videómegosztó oldalak a Facebook és a YouTube, de sokan használják még az Instagramot és a TikTokot is.



*Ezen felületekre a köznyelvben az „oldal” kifejezés terjedt el. Bár sok esetben már nem hagyományos weboldalon, hanem alkalmazásokon keresztül használják a felhasználók ezeket, elemzésünkben a megszokott „oldal” kifejezést használjuk annak tágabb értelmében.

A tartalom megosztás, posztolás, kommentelés gyakorisága

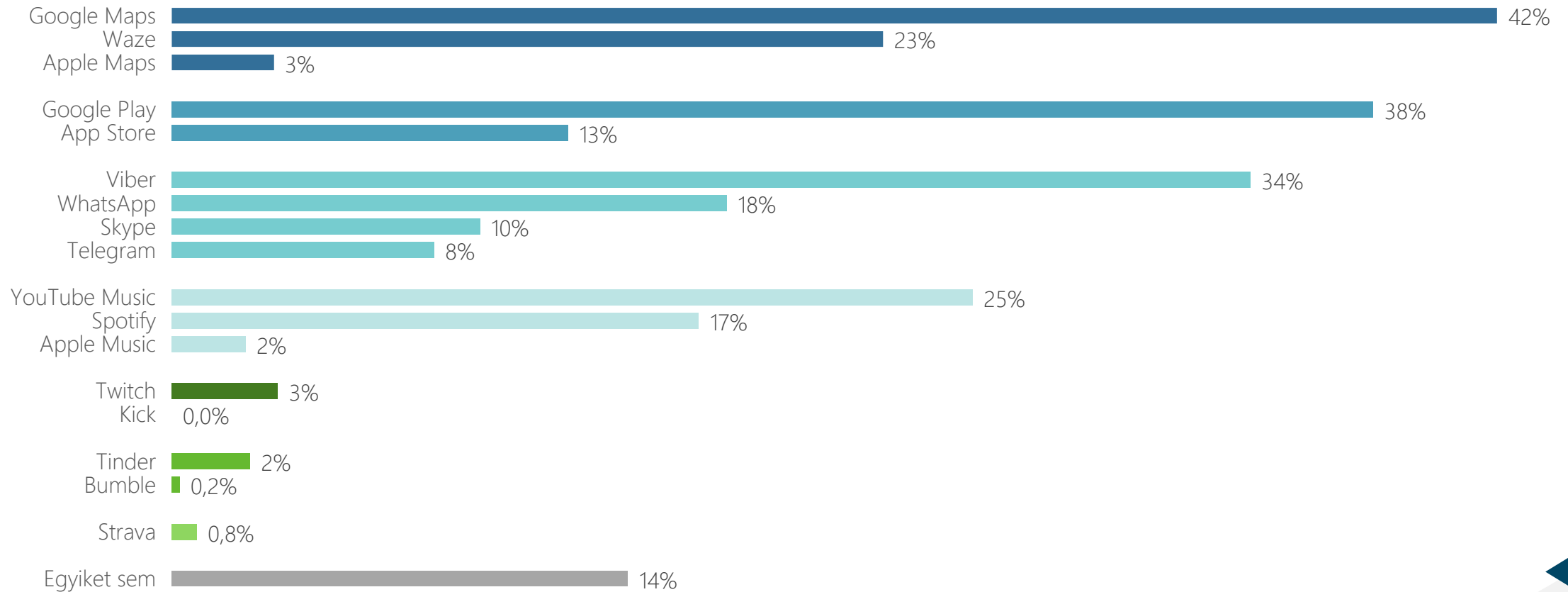
Nem a legnépszerűbb oldalakon a legaktívabbak a magyarok: legalább heti szinten a BeReal., a Discord és a Snapchat használói posztolnak leginkább.



S12. Milyen gyakran oszt meg tartalmat, posztol, kommentel ezeken az oldalakon?
 *Alacsony elemszám, az adatok tájékoztató jellegűek

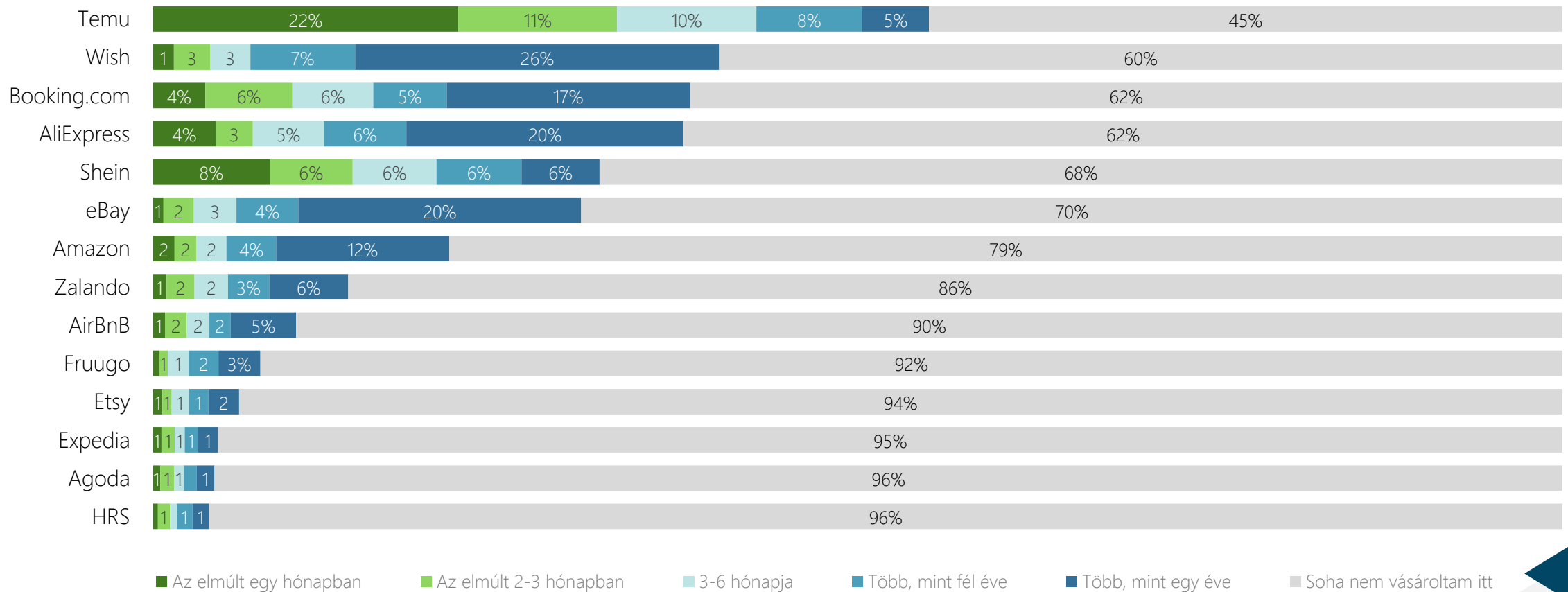
Digitális szolgáltatások használata

A Google termékei a legnépszerűbb digitális szolgáltatások: a Google Maps és a Google Play, illetve mögöttük a YouTube Music, valamint a Waze és Viber.



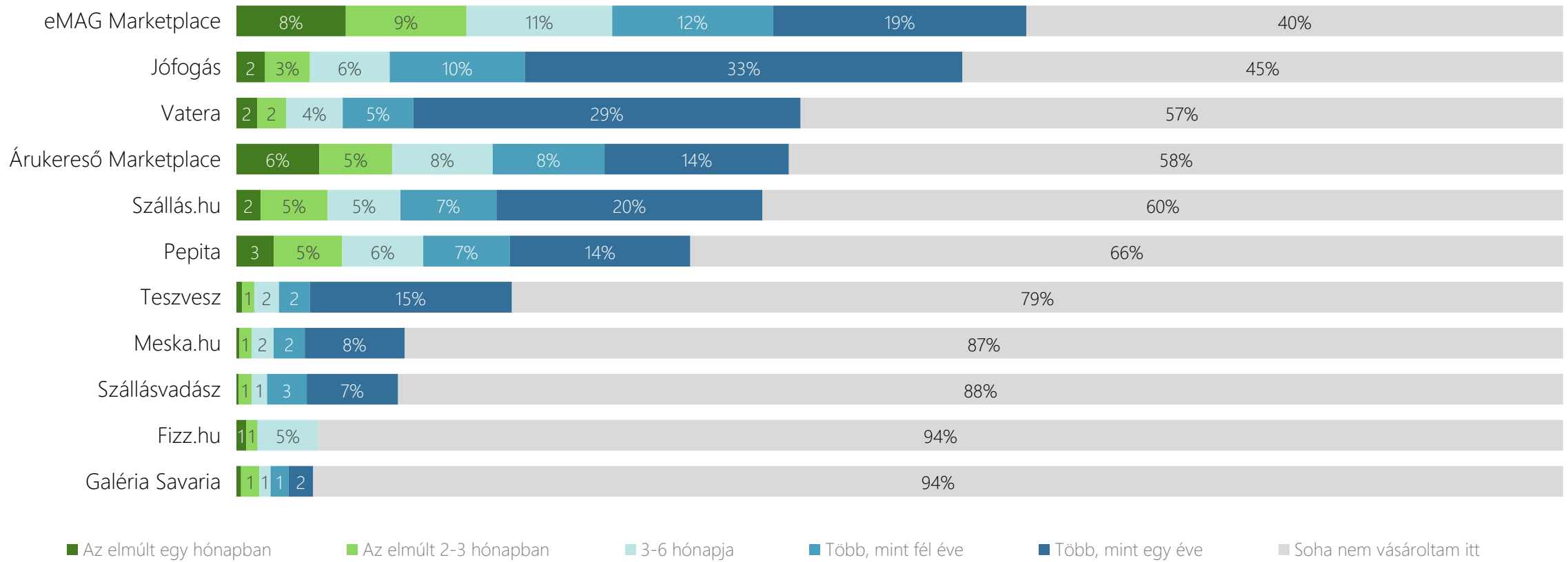
Nemzetközi piacterek használata

A felmérést megelőző hónapban a többi nemzetközi piactérhez képest a Temu vásárlóinak aránya különösen magas volt Magyarországon.



Magyar* piacterek használata

A hazai piacterek között a legutóbbi hónap vásárlásai alapján az eMAG Marketplace és az Árukereső Marketplace a legnépszerűbbek.



*Hazai vagy magyar piactér alatt a kutatás keretében azokat a piactereket értjük, amelyeket a magyar felhasználók hazainak érezhetnek, még akkor is, ha letelepedés szerinti országuk nem Magyarország.

S15. Mikor vásárolt Ön a következő magyar webáruházakban, szállásfoglaló oldalakon?

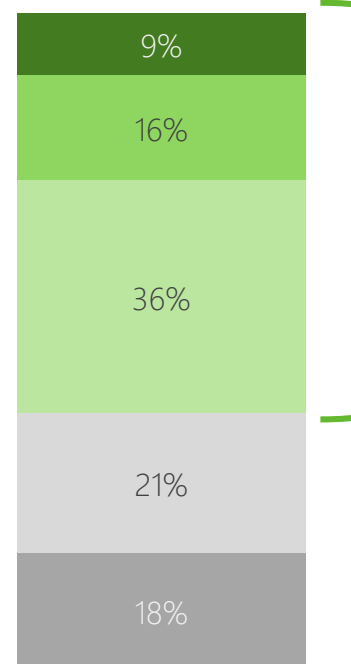
Teljes minta, n=1000

Az ÁSZF elolvasása és érthetősége

Az internet használó felnőttek közel tizede olvassa el mindig az ÁSZF-et, további hatodik a legtöbb esetben tesz így. Harmadukra inkább csak az ÁSZF-ek átfutása jellemző. Sosem olvassa nagyjából minden ötödik online használó. Azok, akik legalább átfutják az ÁSZF-eket, nagyobb arányban tartják azokat inkább érthetőnek, mint nem érthetőnek.

Az ÁSZF elolvasása

- Minden esetben elolvasom
- A legtöbb esetben elolvasom
- Inkább csak átfutom
- Megnyitom, mert csak így lehetett regisztrálni, de nem olvasom el
- Nem nyitom meg, nem olvasom el

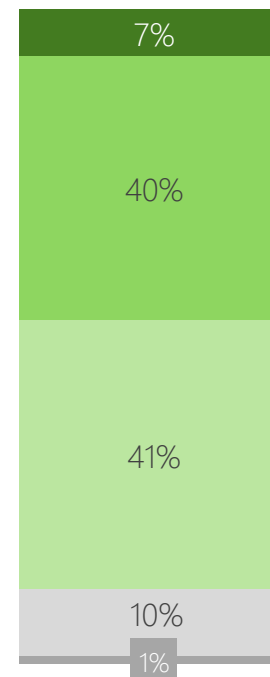


61%



Az ÁSZF érthetősége

- Mindegyik teljesen érthető
- Általában érthető
- Némelyik érthető, némelyik nem
- Általában nem érthető
- Egyáltalán nem érthető



Teljes minta, n=1000

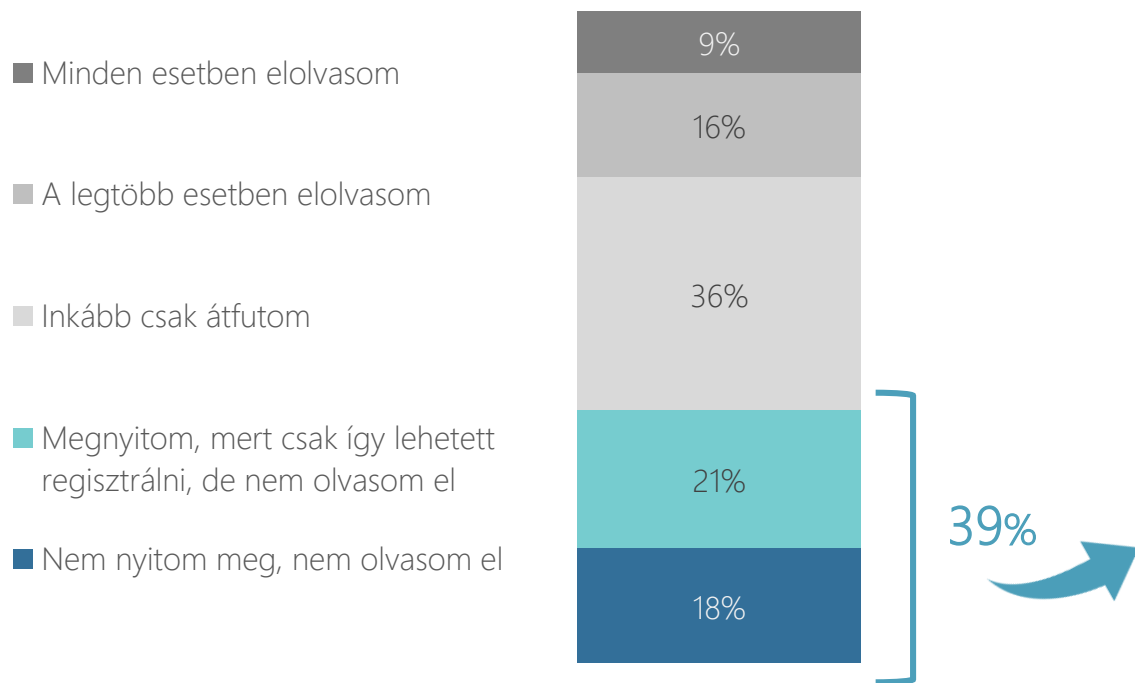
Akik legalább átfutják az ÁSZF-et, n=611

A01. Az online platformokon Ön jellemzően elolvassa a felhasználási/szerződési feltételeket (ÁSZF)?
A02. Mennyire volt(ak) érthető(ek) az Ön számára ez(ek) a szerződési feltétel(ek)?

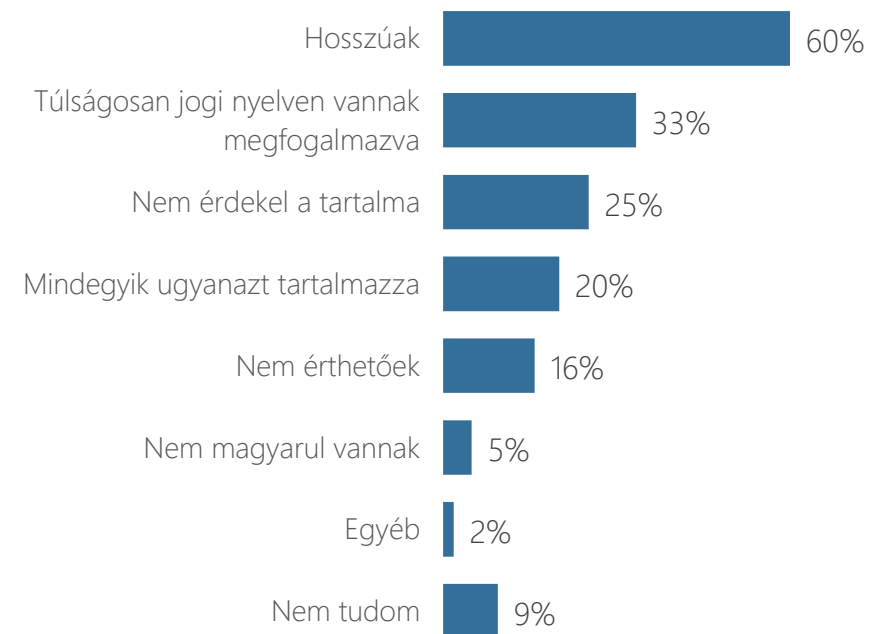
Az ÁSZF el nem olvasásának oka

Tízből négy internetező nem olvassa el az ÁSZF-eket, amelynek legfőbb oka azok hosszúsága, de sokakat zavar a túlságosan jogi nyelvezet.

Az ÁSZF elolvasása



Az ÁSZF el nem olvasásának oka

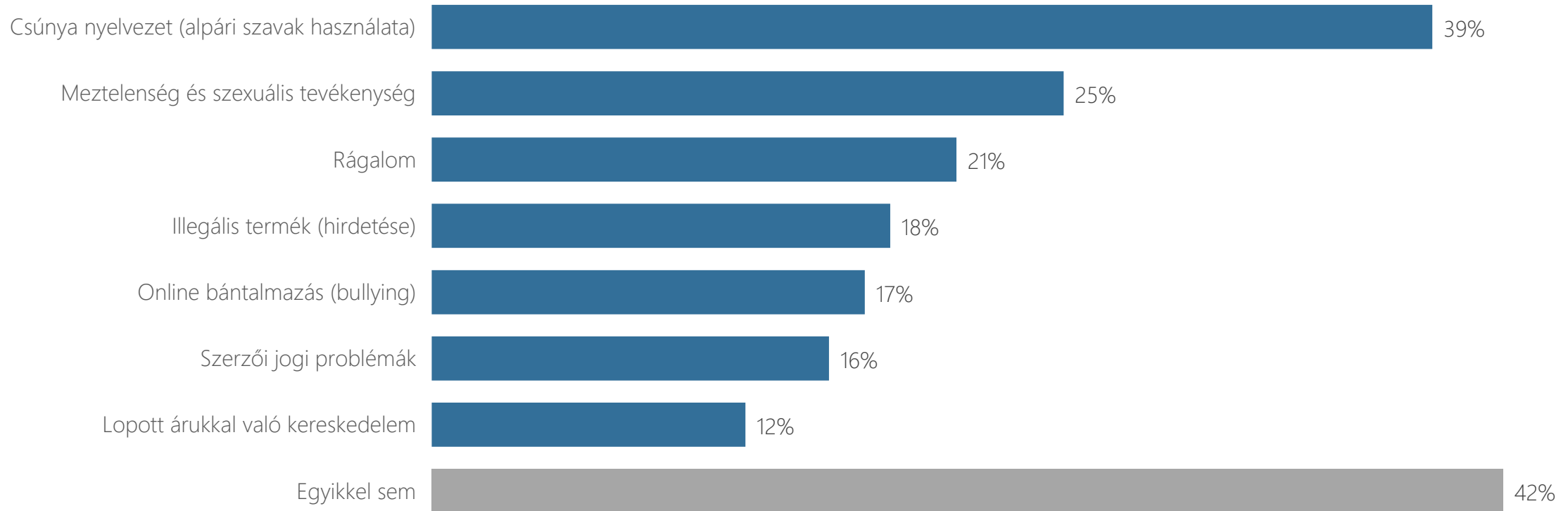


Teljes minta, n=1000

Akik nem olvassák az ÁSZF-et, n=389

Problémás tartalmak

Tízből négy internetező még nem találkozott olyan problémás tartalommal, amelyet a kérdőívben felsoroltunk. Akik igen, azok leginkább csúnya nyelvezettel (alpári szavak használatával).

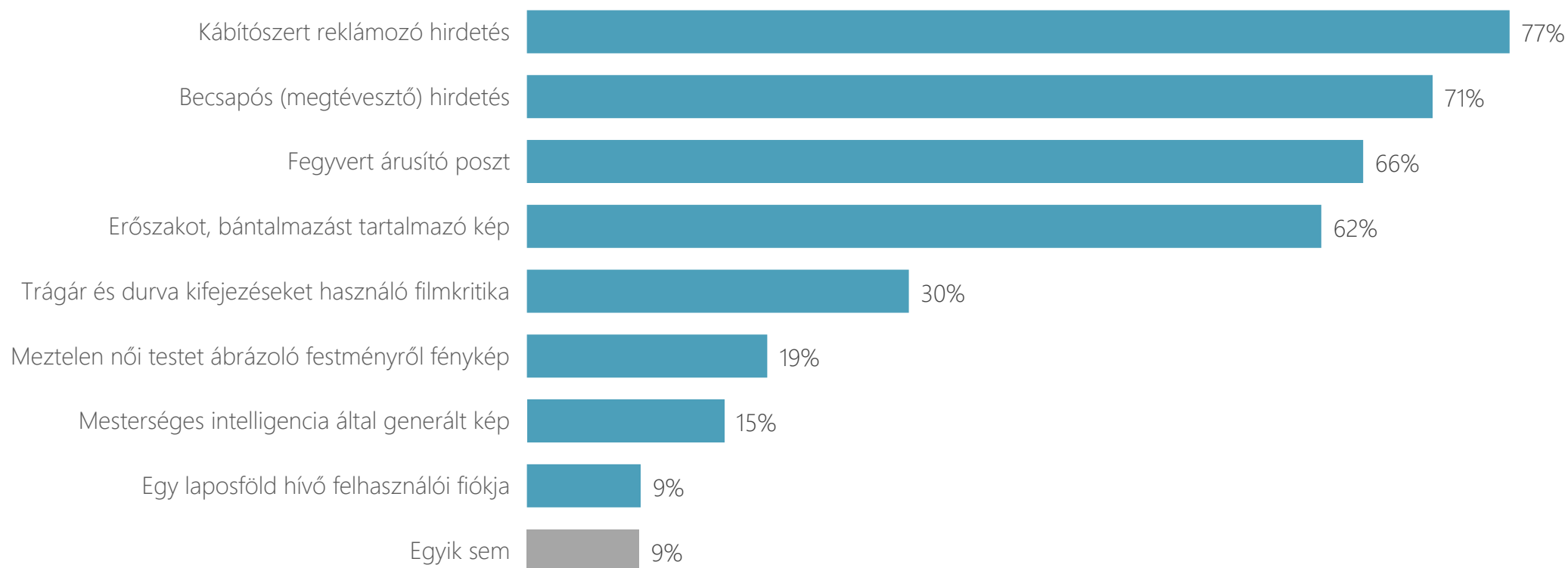


A04. A következők közül Ön személyesen melyikkel találkozott már a jelentősebb közösségi oldalak bármelyikén (akár érintett volt Ön, akár nem)? | *Több válasz lehetséges

Teljes minta, n=1000

Jogellenesnek tartott tartalmak

A megkérdezett tartalomkategóriák közül négyről gondolták leginkább az internetezők, hogy azok jogellenesek: a kábítószer reklámozó hirdetés, a becsapós (megtévesztő) hirdetés, a fegyvert árusító poszt, illetve az erőszakot, bántalmazást tartalmazó kép esetében vannak többségben az azokat jogellenesnek gondolók.



A jogellenes tartalmak online platformok általi kezelésének megítélése

A megfogalmazott állítások közül a legtöbben azzal értnek egyet, hogy helyes, ha a közösségi média oldalak odafigyelnek a jogellenes tartalmakra és a szerződési feltételeikbe ütköző posztokra/videókra, viszont több, mint minden második felhasználó felháborodna, ha emiatt törölnék a posztját.



Negatív tapasztalatok az online felületek használatakor

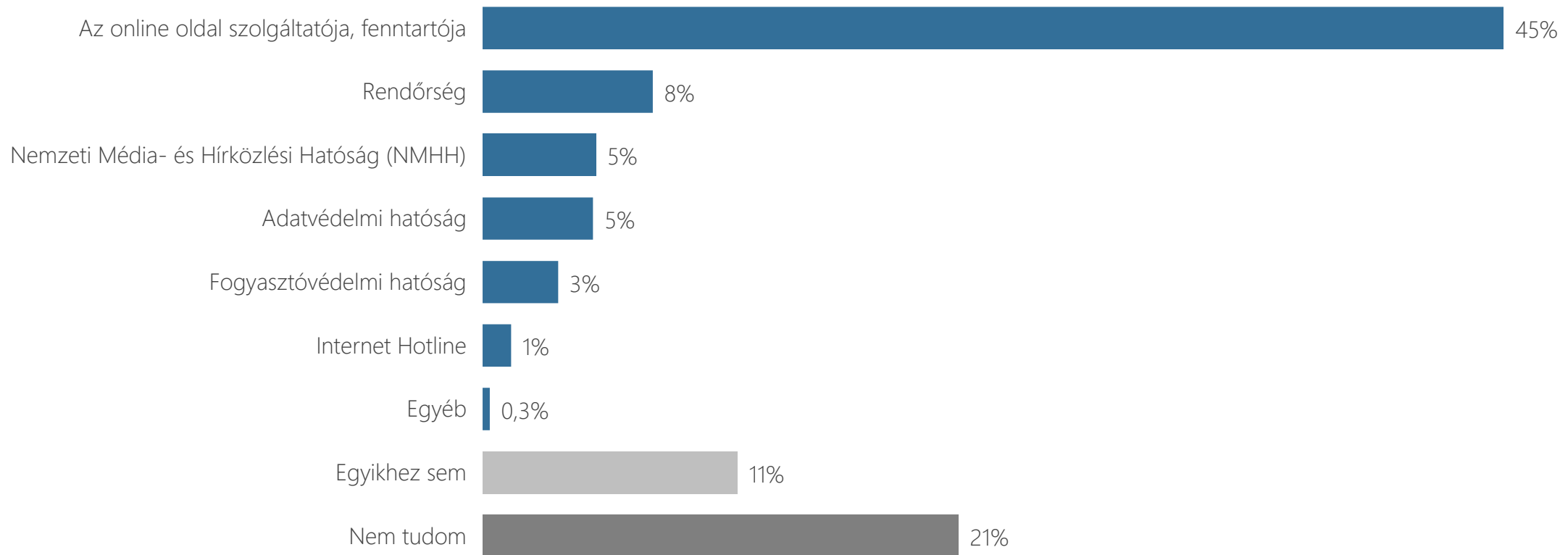


Az internetezés során tízből heten szereztek már negatív tapasztalatot, legtöbben adathalászat áldozataivá váltak.



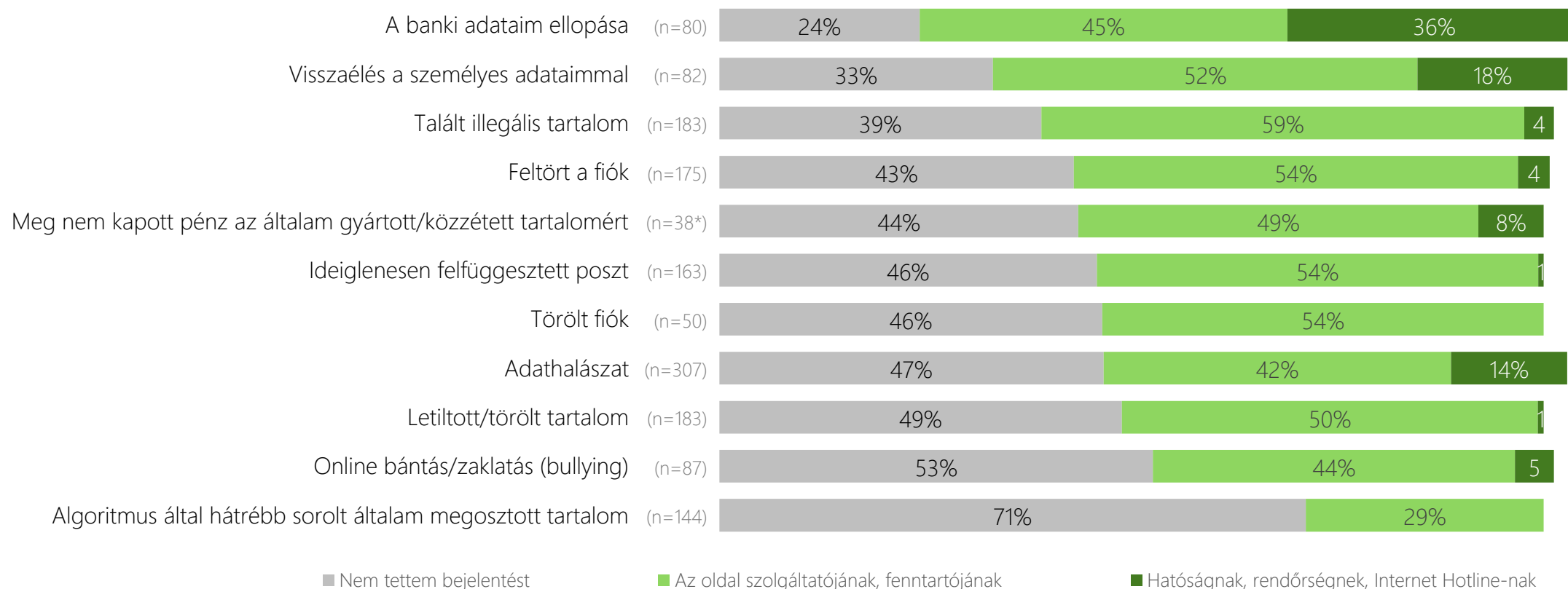
Hová fordulnának tartalommoderációs problémával a felhasználók?

Tartalommoderációs probléma esetén, ha fordulnak valahova az internetezők, akkor az az oldal szolgáltatója, fenntartója lenne. Az NMHH-t 5% keresné meg.



Bejelentés online problémával kapcsolatban

Leginkább a banki adatokkal kapcsolatos visszaélések esetén történtek bejelentések az online platformot üzemeltető szolgáltatók vagy a hatóságok felé, míg legkevésbé, ha az algoritmus hátrébb sorolta a felhasználó által megosztott tartalmat.



*Az egyes esetekben több irányba is lehetett bejelentést tenni, így az adatok összege meghaladhatja a 100%-ot.

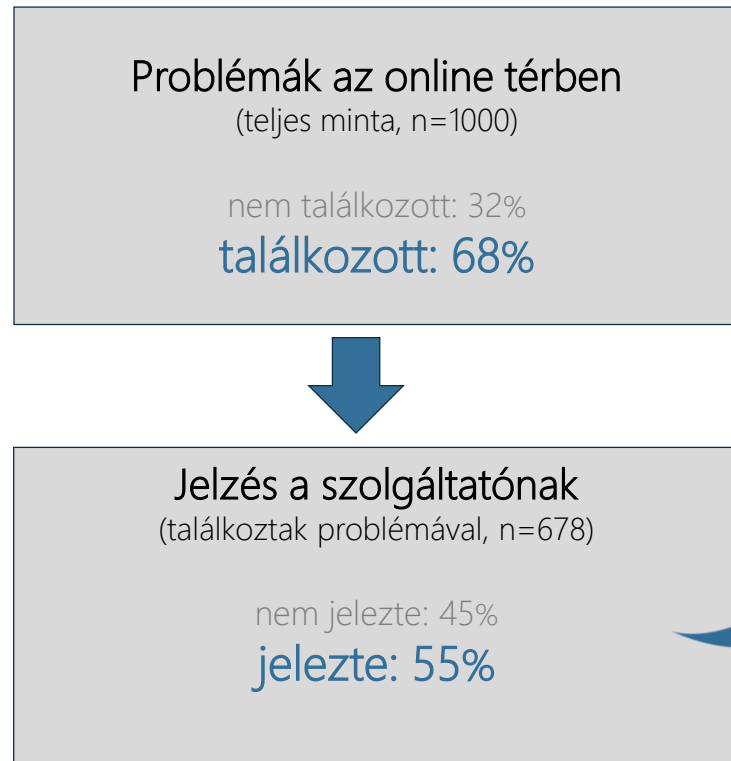
B02. Amennyiben a problémájával kapcsolatban bejelentést tett, kinek tett bejelentést? |

*Alacsony elemszám, az adatok tájékoztató jellegűek | Több válasz lehetséges

Akik találtak online problémával

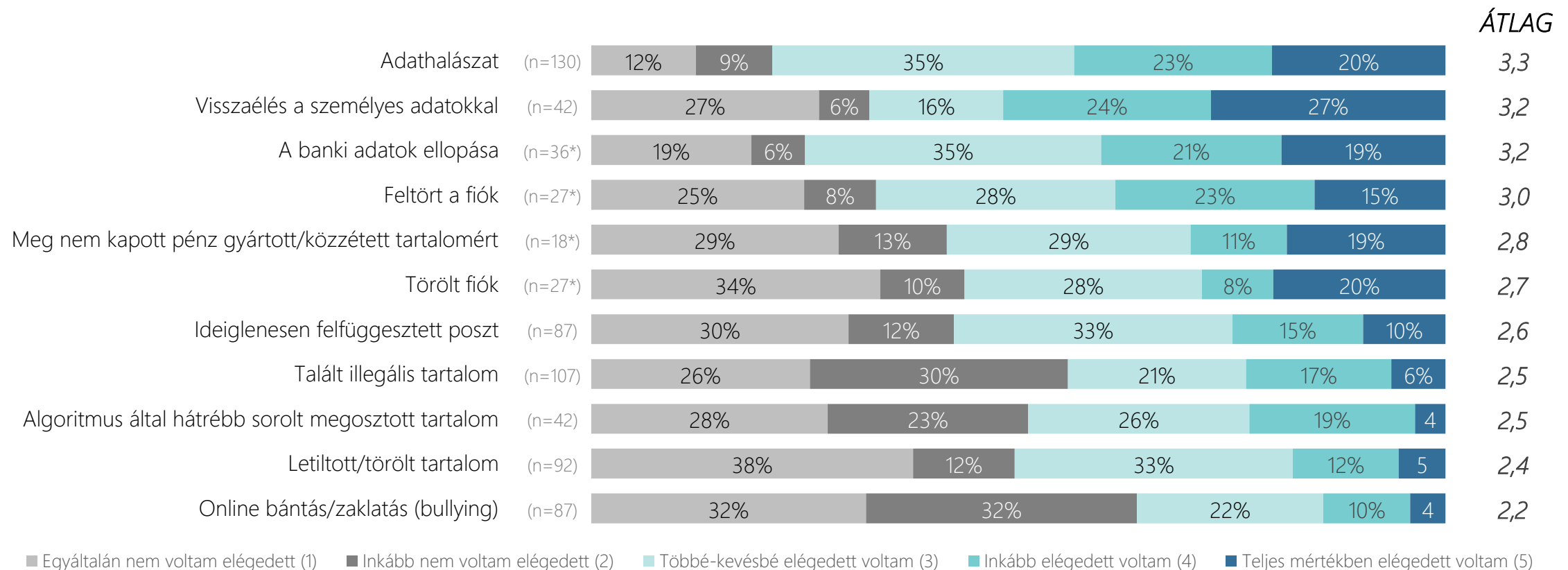
Az online szolgáltató felé tett panasz módja

Az oldal fenntartója felé panasszal élők leginkább ehhez az oldal saját panaszkezelési felületét választotta, illetve e-mailben vagy a Kapcsolati oldalon található üzenetküldőn keresztül írtak.



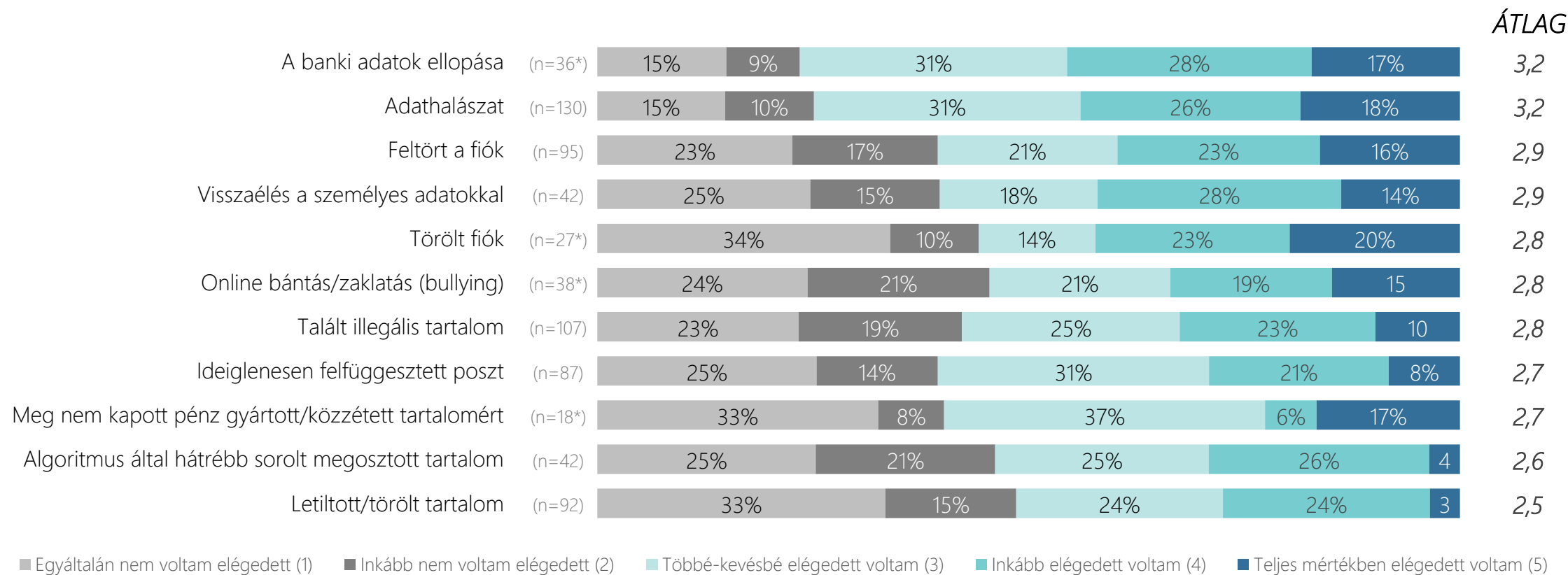
A panaszbejelentés szolgáltató általi kezelésének értékelése - MÓD

A panaszbejelentés kezelésének módjával összességében inkább elégedetlenek voltak a felhasználók.



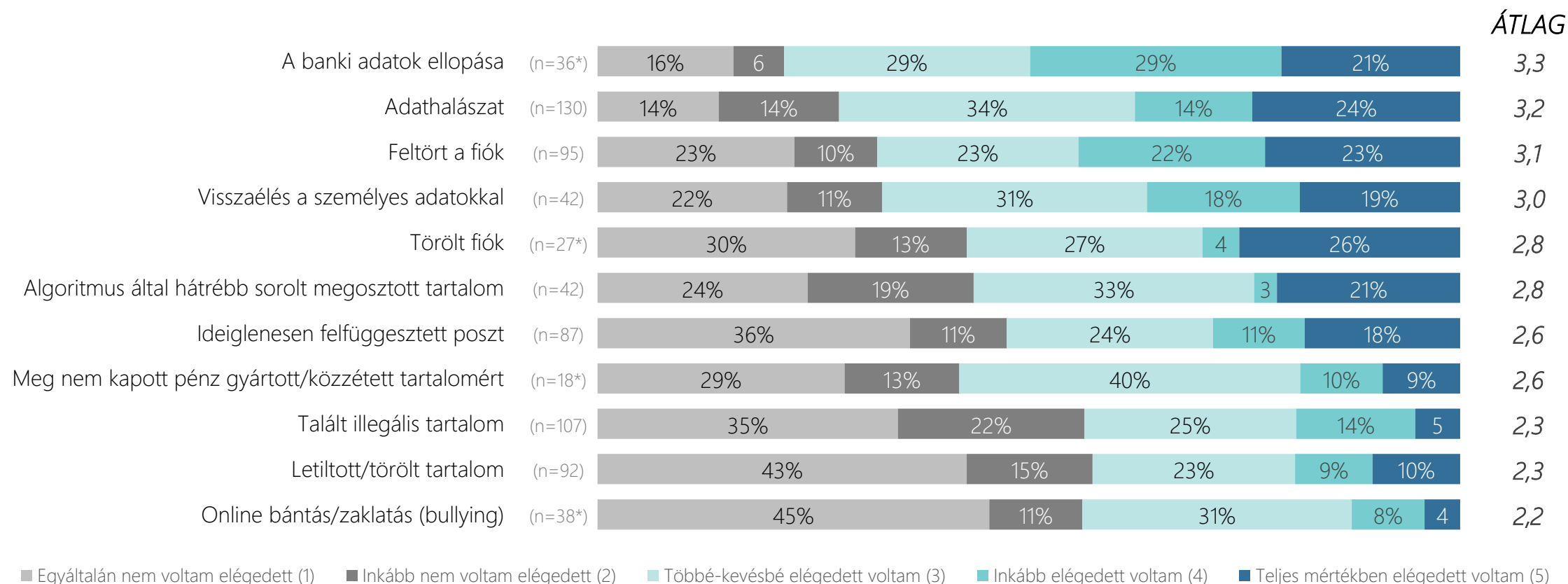
A panaszbejelentés szolgáltató általi kezelésének értékelése - GYORSASÁG

A panaszbejelentés kezelésének gyorsaságával összességében inkább elégedetlenek voltak a felhasználók.



A panaszbejelentés szolgáltató általi kezelésének értékelése - EREDMÉNY

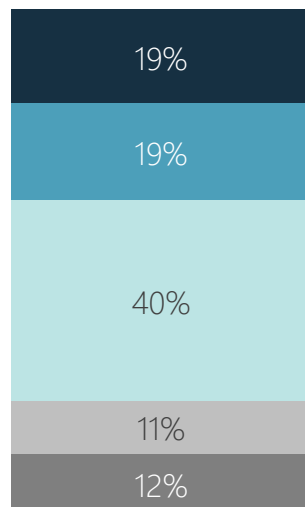
A panaszbejelentés kezelésének eredményével összességében inkább elégedetlenek voltak a felhasználók.



A panaszbejelentés hatóság általi kezelésének értékelése – MÓD, GYORSASÁG, EREDMÉNY

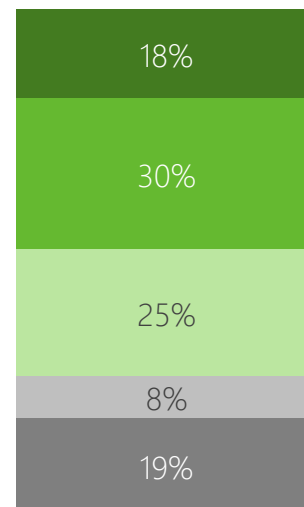
A hatóság felé kevés bejelentés érkezett, mindössze az adathalászat esetén értékelhetőek az eredmények (elegendő az elemszám). Ez esetén a gyorsasággal voltak legelégedettebbek, míg összességében az elégedetlenek aránya 30% alatti.

Adathalászat - MÓD



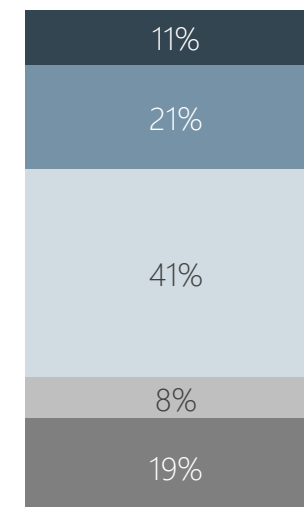
- Teljes mértékben elégedett voltam
- Inkább elégedett voltam
- Többé-kevésbé elégedett voltam
- Inkább nem voltam elégedett
- Egyáltalán nem voltam elégedett

Adathalászat - GYORSASÁG



- Teljes mértékben elégedett voltam
- Inkább elégedett voltam
- Többé-kevésbé elégedett voltam
- Inkább nem voltam elégedett
- Egyáltalán nem voltam elégedett

Adathalászat - EREDMÉNY



- Teljes mértékben elégedett voltam
- Inkább elégedett voltam
- Többé-kevésbé elégedett voltam
- Inkább nem voltam elégedett
- Egyáltalán nem voltam elégedett

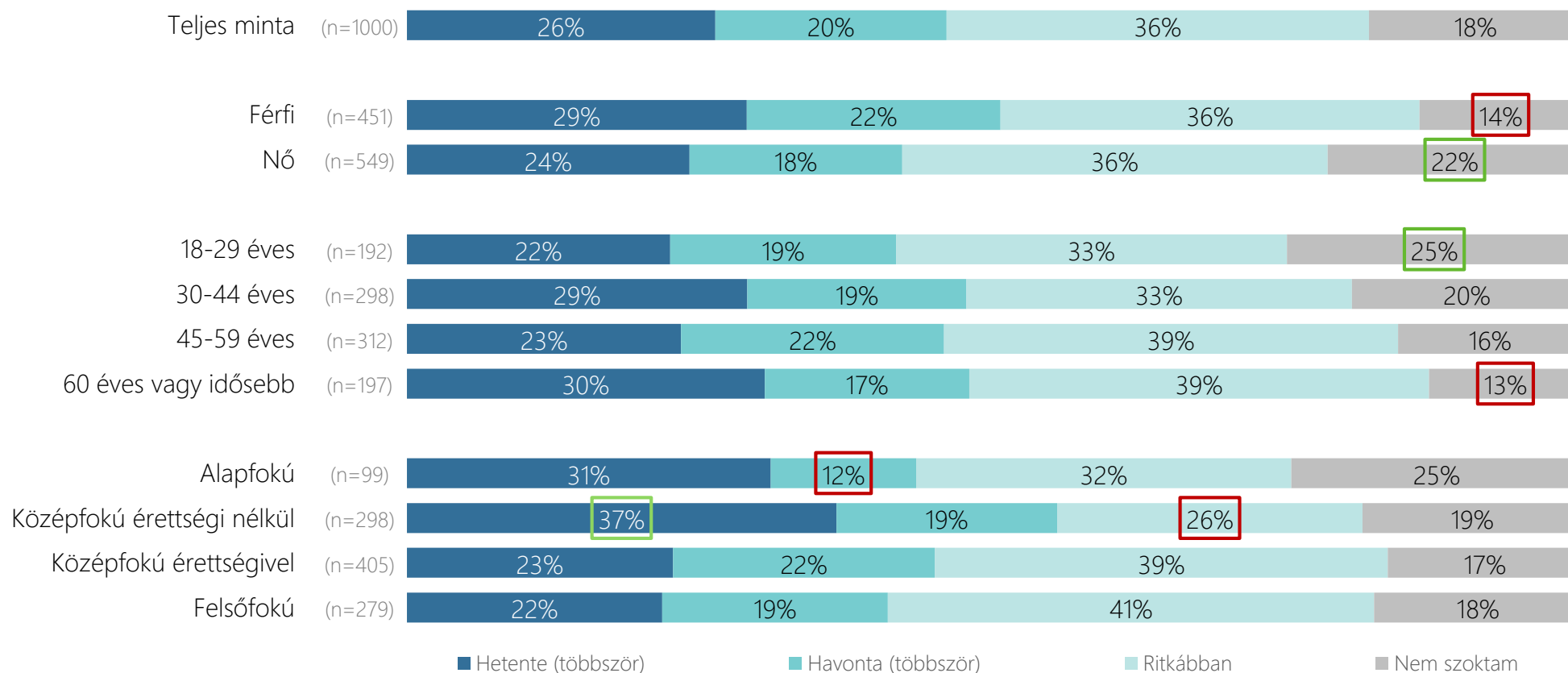
B08 Mennyire volt elégedett az online oldal HATÓSÁGNAK bejelentett panasz kezelésének MÓDJÁVAL?
B09. Mennyire volt elégedett az online oldal HATÓSÁGNAK bejelentett panasz kezelésének GYORSASÁGÁVAL?
B10. Mennyire volt elégedett az online oldal HATÓSÁGNAK bejelentett panasz kezelésének EREDMÉNYÉVEL?

Akik adathalászat esetén panaszt tettek a hatóság felé, n=43

Tájékozódás az online tér használatával kapcsolatban



Az internetezők negyede hetente (akár többször is) tájékozik az online tér biztonságos használatával kapcsolatban, míg ötöde havonta (többször), harmada ennél ritkábban, ötöde pedig sosem.



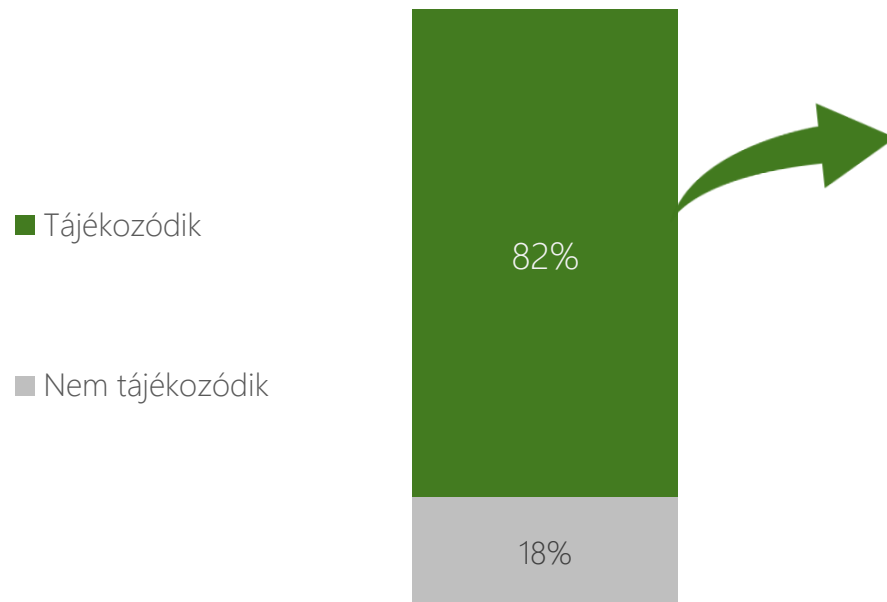
C01. Milyen gyakran szokott az online tér biztonságos használatával összefüggésben tájékozódni, híreket vagy cikkeket olvasni?
 (Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

Teljes minta

A tájékozódás helye/forrása

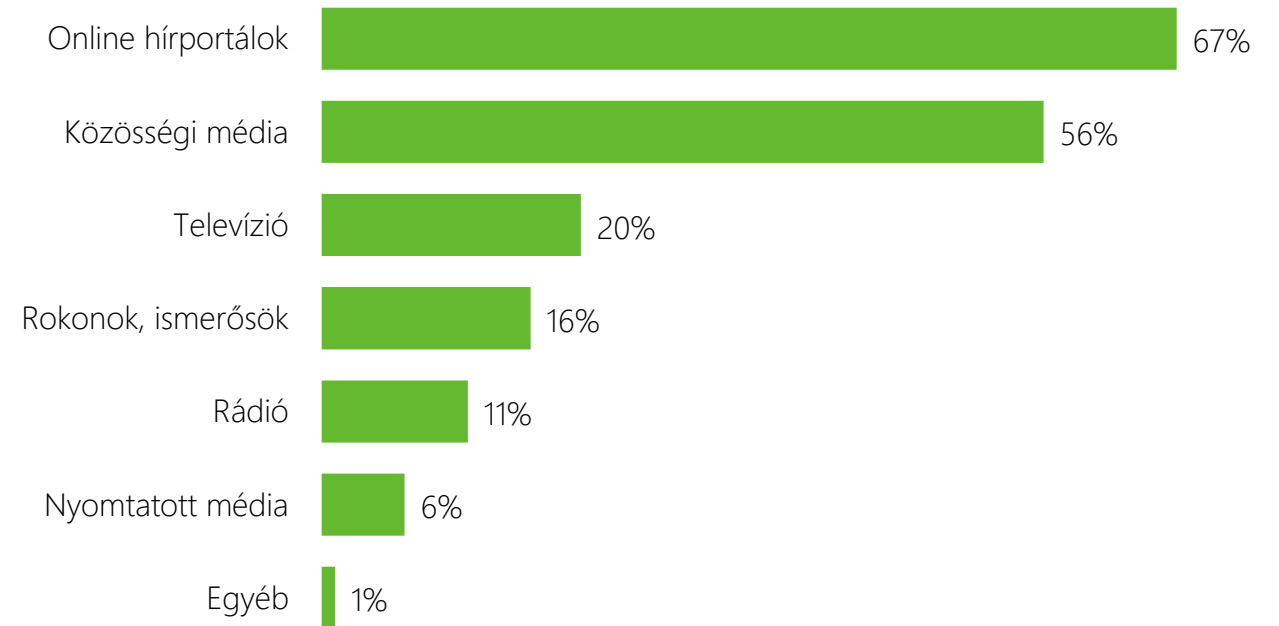
A tájékozódók (tízből nyolc internetező) leginkább online hírportálokat vagy közösségi médiát olvas (vagy néz videót).

Tájékozódás



Teljes minta, n=1000

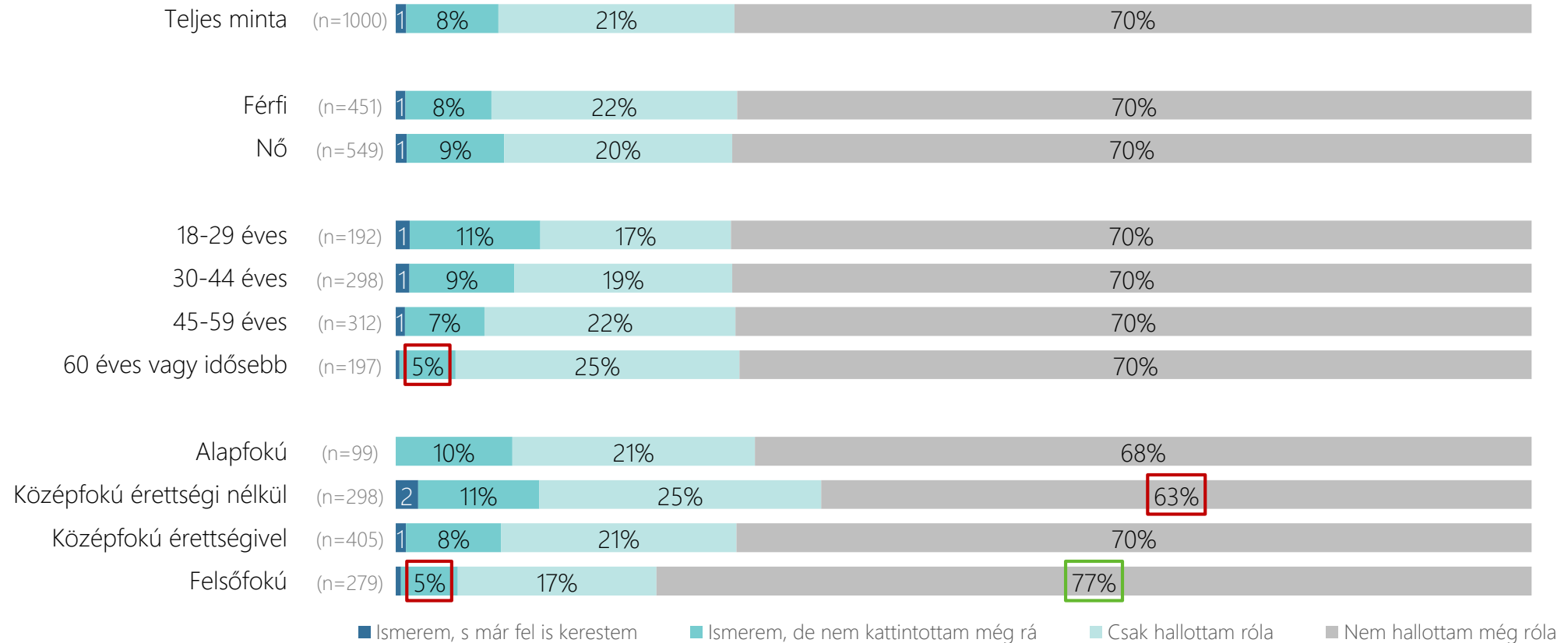
A tájékozódás helye/forrása



Akik szoktak tájékozódni az online térről, n=819

Az onlineplatformok.hu weboldal ismertsége

Az oldalról tízből három internetező hallott, de mindössze 1% kattintott már rá.



C03. Ismeri az onlineplatformok.hu weboldalt, vagy legalább hallott már róla?
 (Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

Teljes minta

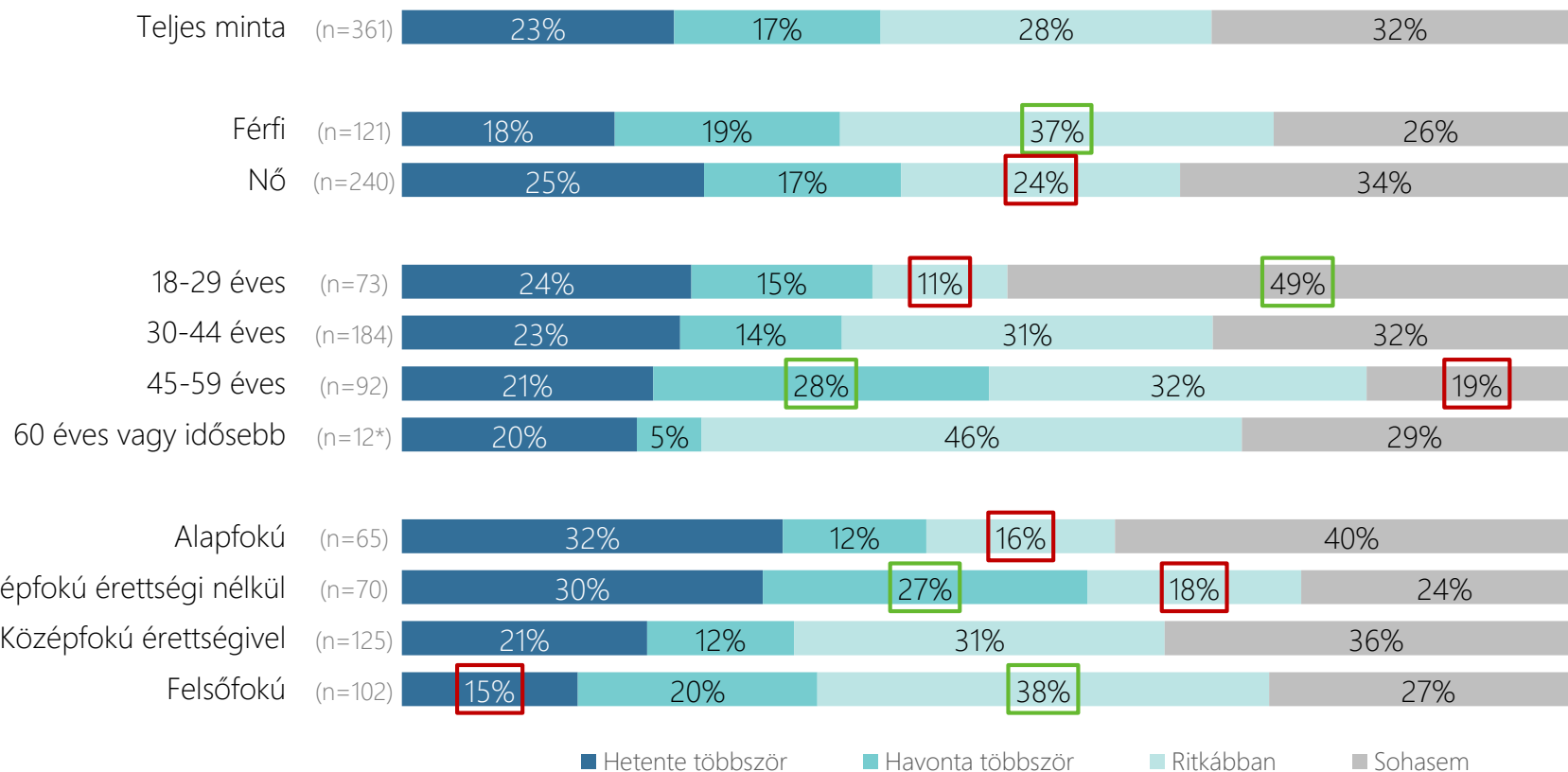
Teljes minta

Beszélgetés a gyerekekkel az online tér biztonságos használatáról

A gyermekes internetezők negyede hetente többször beszélget gyermekével az online tér biztonságos használatával kapcsolatban, hatoda havonta (többször), negyede ennél ritkábban, harmada sohasem.

Gyermek a háztartásban
(teljes minta, n=1000)

nincs gyermek: 64%
van gyermek: 36%



C05. Milyen gyakran szokott az online tér biztonságos használatával összefüggésben beszélgetni a gyermekével?

*Alacsony elemszám, az adatok tájékoztató jellegűek

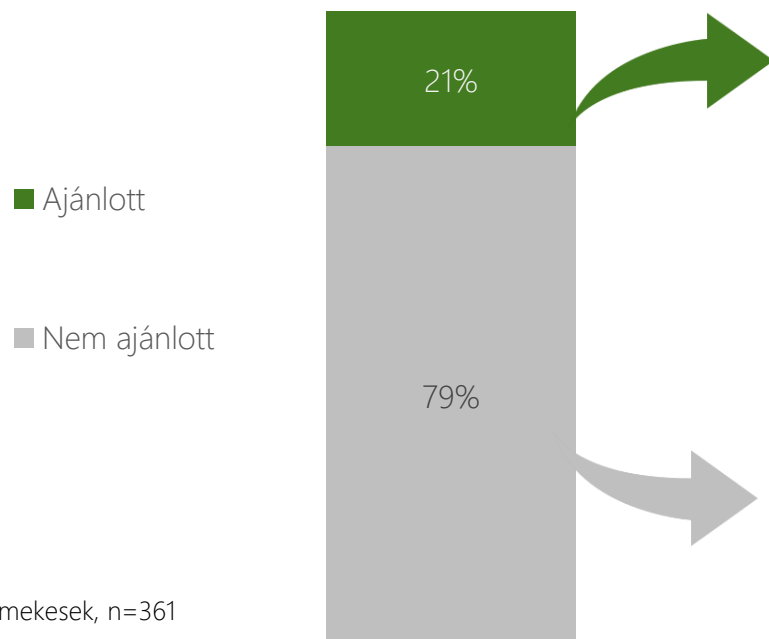
(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

Akiknek van gyermekük

Tájékozódás a gyerekekkel együtt

A gyermekes internetezők ötöde ajánlott már online oldalt vagy kiadványt gyermekének az internet biztonságos használatával kapcsolatban, de nem nagyon emlékeztek már, hogy mit ajánlottak. Aki még nem ajánlott ilyen tartalmat, az valószínűleg vagy biztosan megnézne videót vagy olvasna kiadványt közösen a gyermekével a témában.

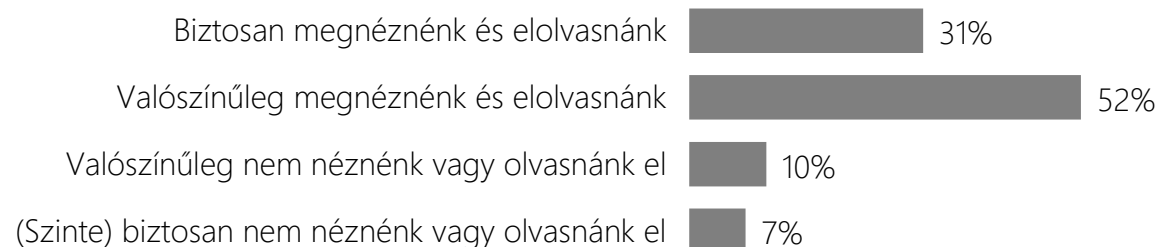
Ajánlás a tájékozódáshoz



Ajánlott felületek, információs források

Alapvetően nem emlékeztek a válaszadók (pontosan), hogy mit ajánlottak. A leggyakrabban előfordulók: YouTube, Facebook, rendőrségi kiadvány

Közös tájékozódás a gyerekekkel



Akik nem ajánlott még forrást a gyermekének, n=284

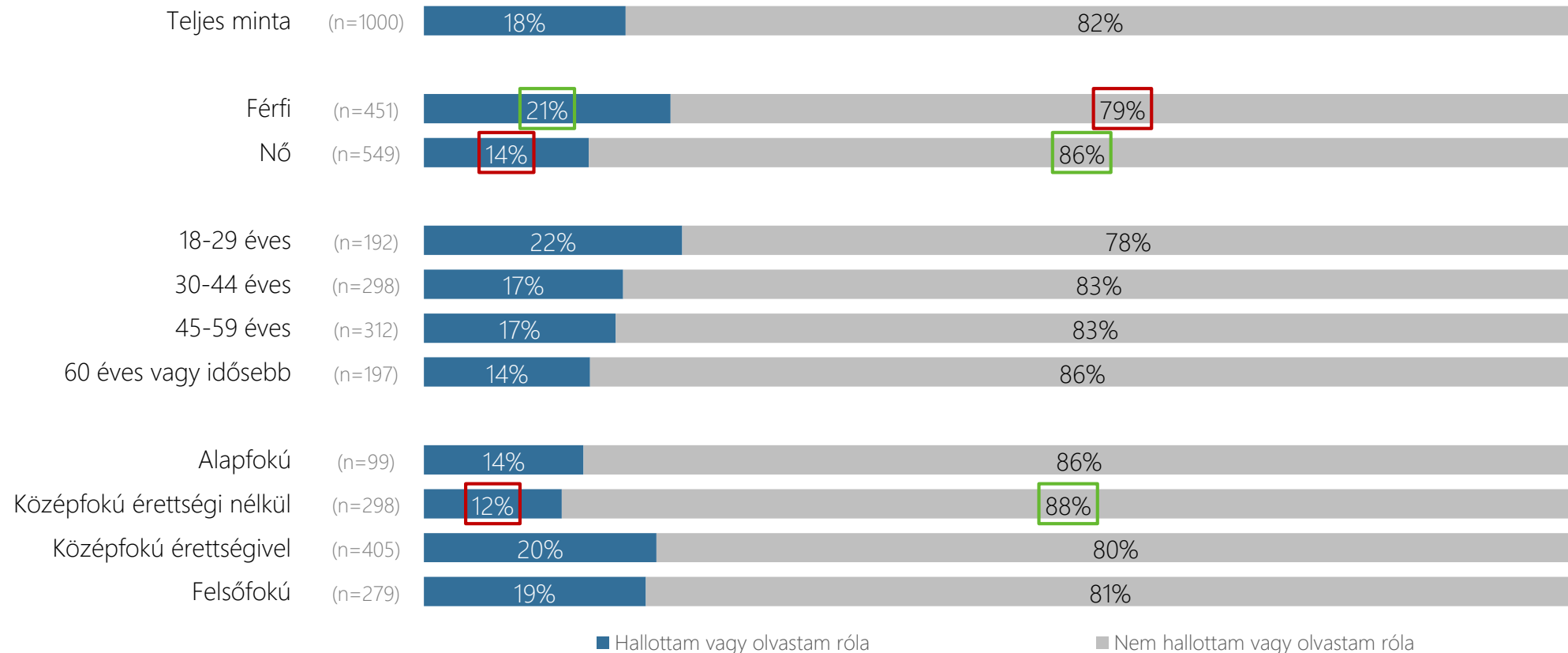
C06. Ajánlott már gyermekének vagy megnézték közösen olyan online oldalt, nyomtatott kiadványt vagy egyéb média felületet, amely segít tájékozódni az online tér biztonságos használatával kapcsolatban?

C07. Milyen online oldal(aka)t, nyomtatott kiadvány(oka)t vagy egyéb média felület(eke)t ajánlott gyermekének?

C08. Amennyiben lenne olyan online oldal, nyomtatott kiadvány vagy egyéb média felület, amely különböző életkorú gyermekeknek magyarázná el az online tér biztonságos használatát, akkor mennyire valószínű, hogy közösen megnéznék, elolvasnák azt a gyermekével?

A digitális szolgáltatásokról szóló uniós rendelet ismertsége

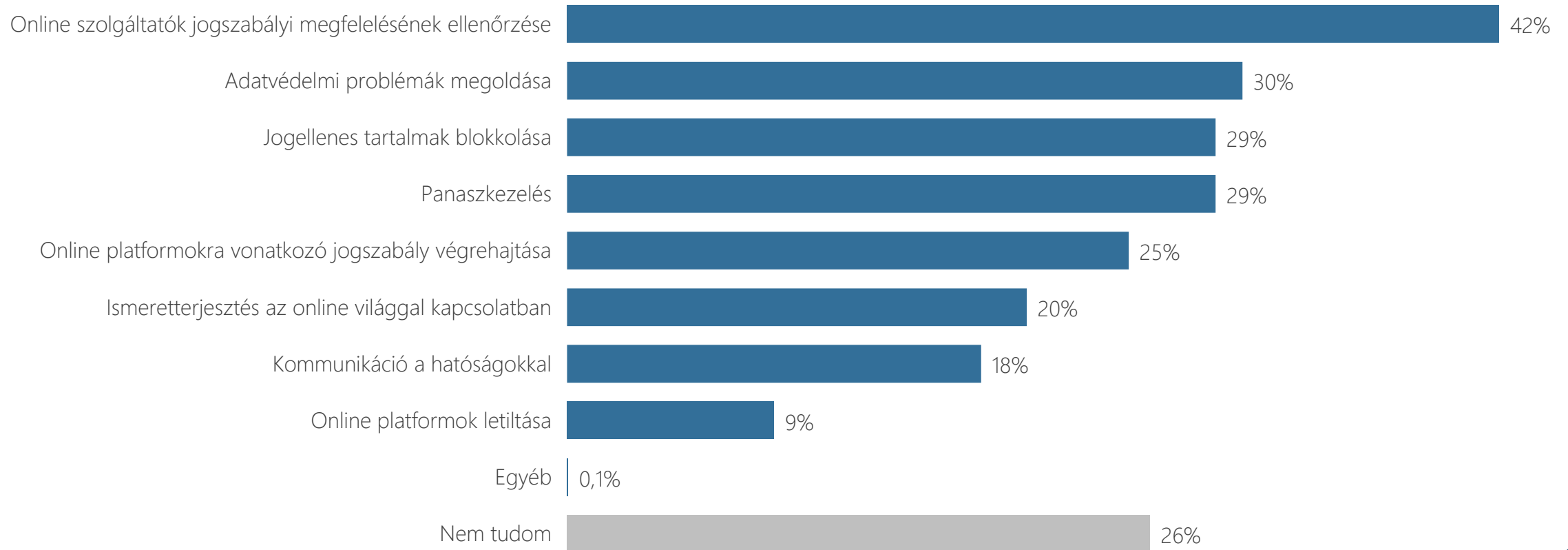
A digitális szolgáltatásokról szóló uniós rendeletről közel minden ötödik internetező hallott már. Minél fiatalabb valaki, annál magasabb arányú az informáltság. A férfiak némileg magasabb arányban hallottak a rendeletről, mint a nők.



D01. Hallott vagy olvasott már Ön a digitális szolgáltatásokról szóló uniós rendeletről (DSA, Digital Services Act)?
(Zöld jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan magasabb érték, piros jelölés: a teljes mintához képest szignifikánsan alacsonyabb érték)

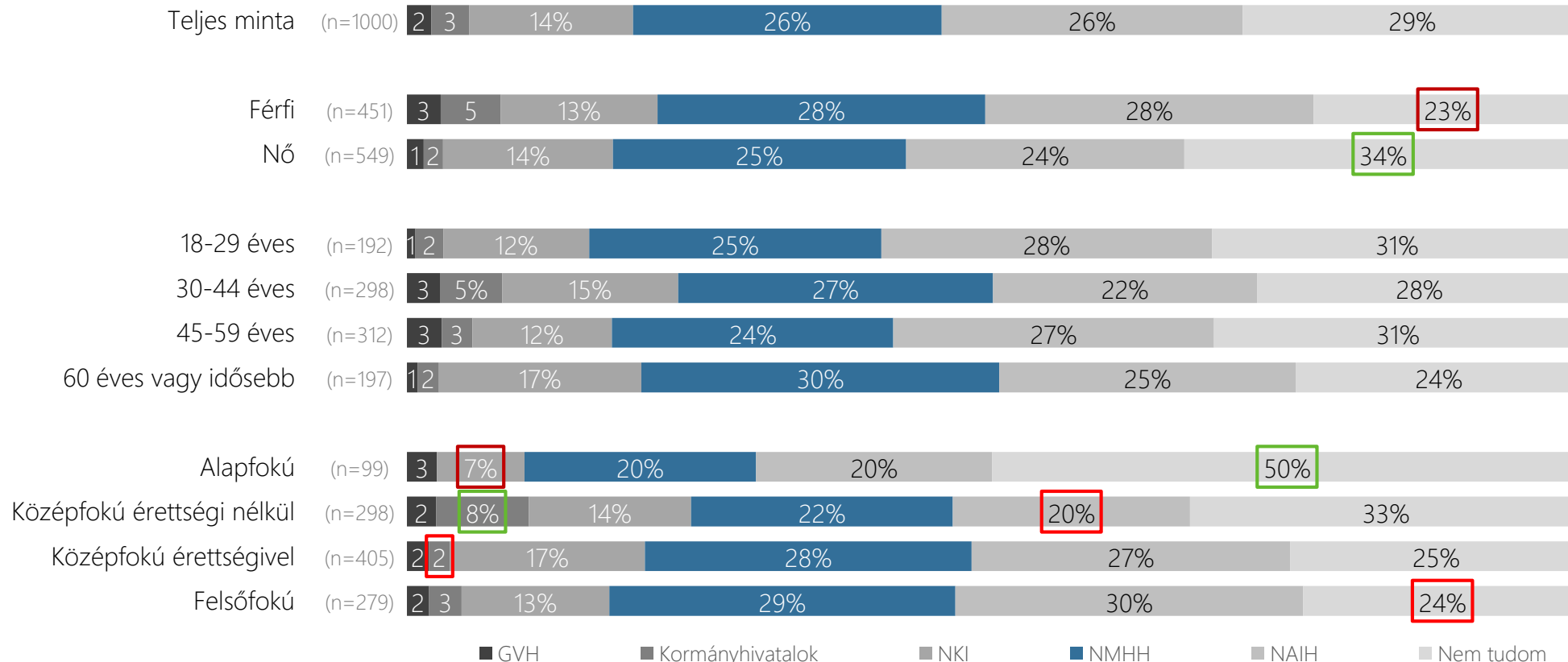
A digitális szolgáltatási koordinátor feladatai

Legtöbben az online szolgáltatók jogszabályi megfelelésének ellenőrzését tartják a digitális szolgáltatási koordinátor feladatának.



A DSA felügyeletéért és végrehajtásáért felelős szerv ismerete

Az NMHH-ről az internetezők negyede gondolja, hogy ez a szerv felelős a DSA felügyeletéért és végrehajtásáért.

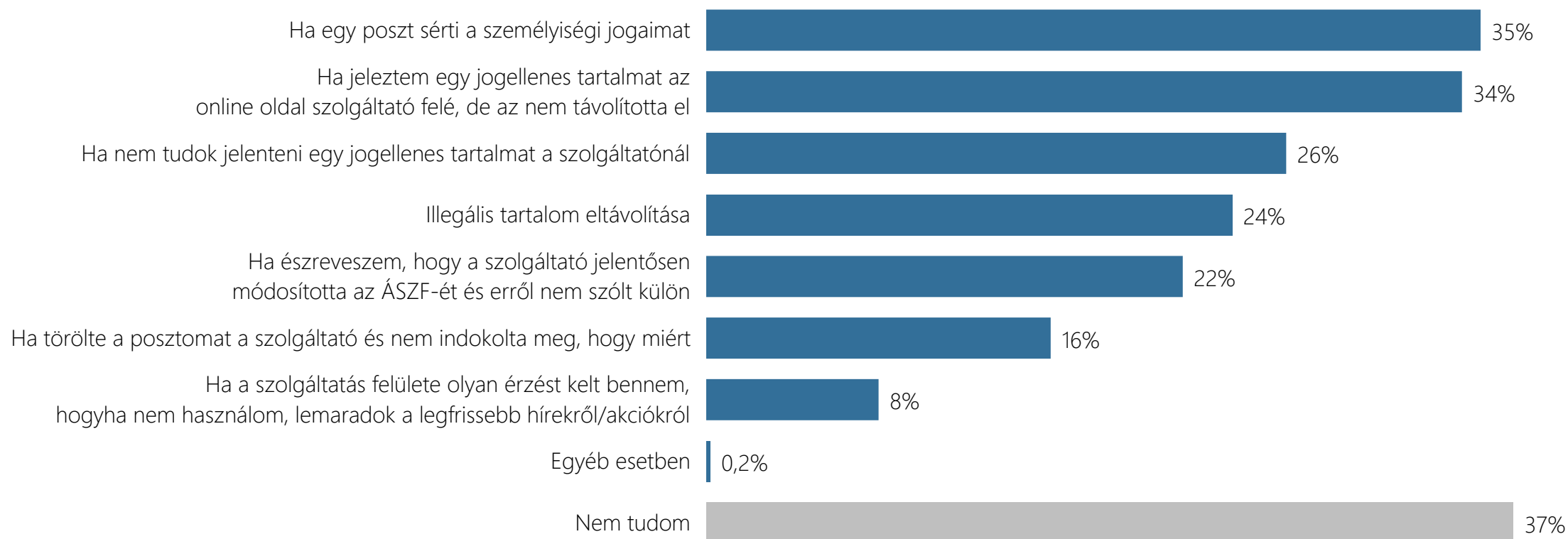


D04. Ismeretei szerint a következő szervek közül melyik felelős Magyarországon a digitális szolgáltatásokról szóló rendelet felügyeletéért és végrehajtásáért?

Teljes minta

Ügyek, amelyben a digitális szolgáltatási koordinátorhoz lehet fordulni

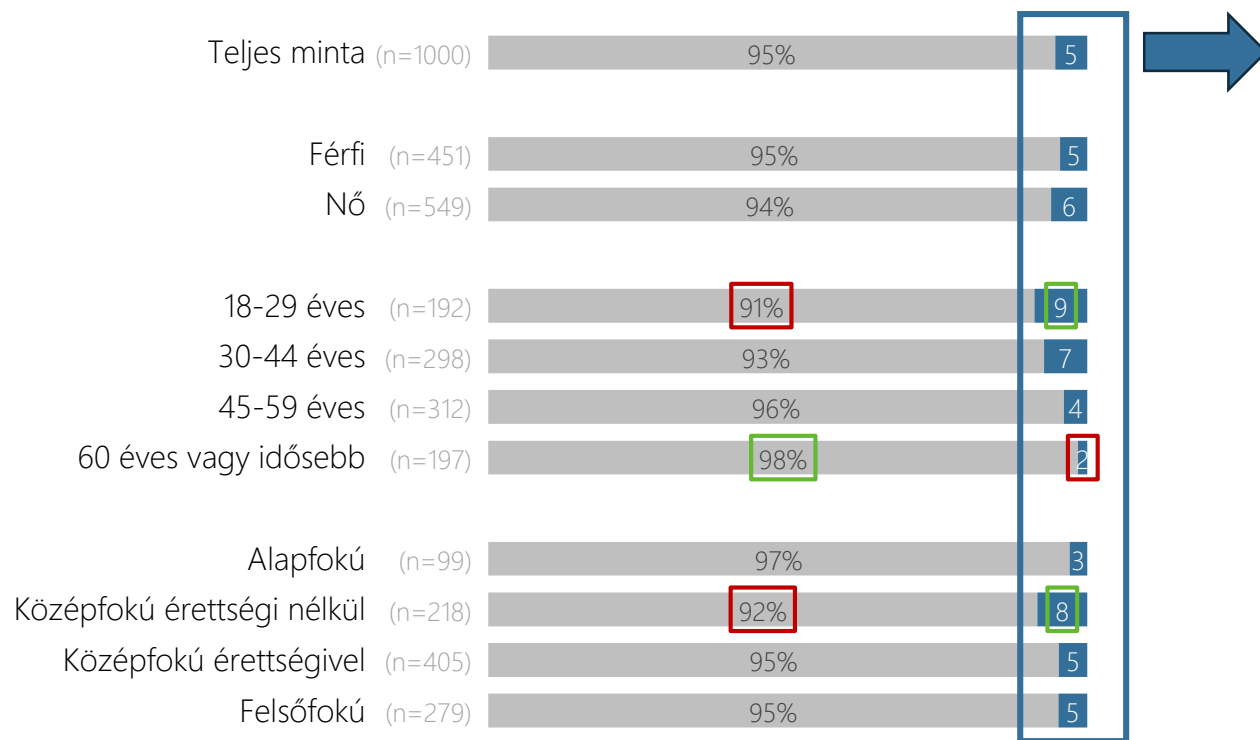
Legtöbben úgy vélik, akkor érdemes a digitális szolgáltatási koordinátorhoz fordulni, ha egy poszt sérti a személyiségi jogokat vagy ha a jogellenes tartalmat jelezték az oldal fenntartója felé, de az nem távolította el a felületéről.



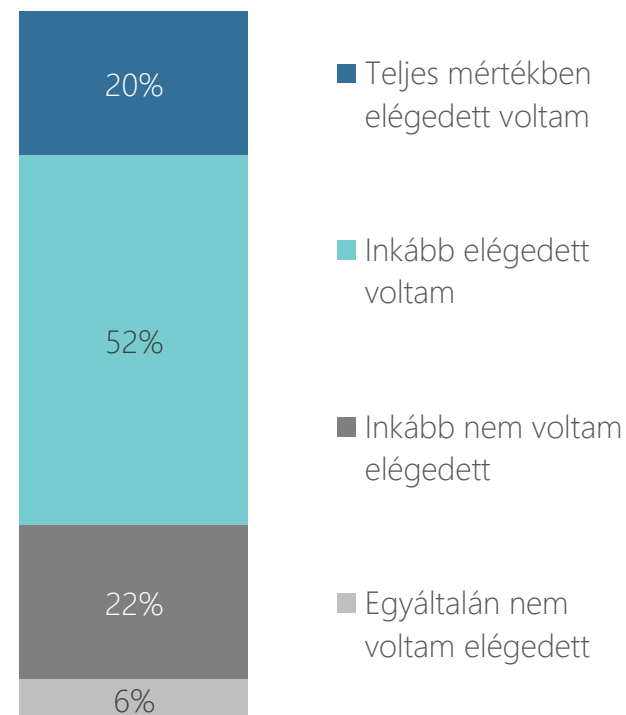
Panaszbenyújtás az NMHH-nak és az ügyintézésével való elégedettség

Az NMHH-nak a felnőtt internetezők 5%-a nyújtott már be panaszt, amely kezelésével alapvetően elégedettek voltak.

Panaszbenyújtás az NMHH-nak



Elégedettség az NMHH ügyintézésével



Teljes minta

■ Nem fordult még az NMHH-hoz ■ Fordult már az NMHH-hoz

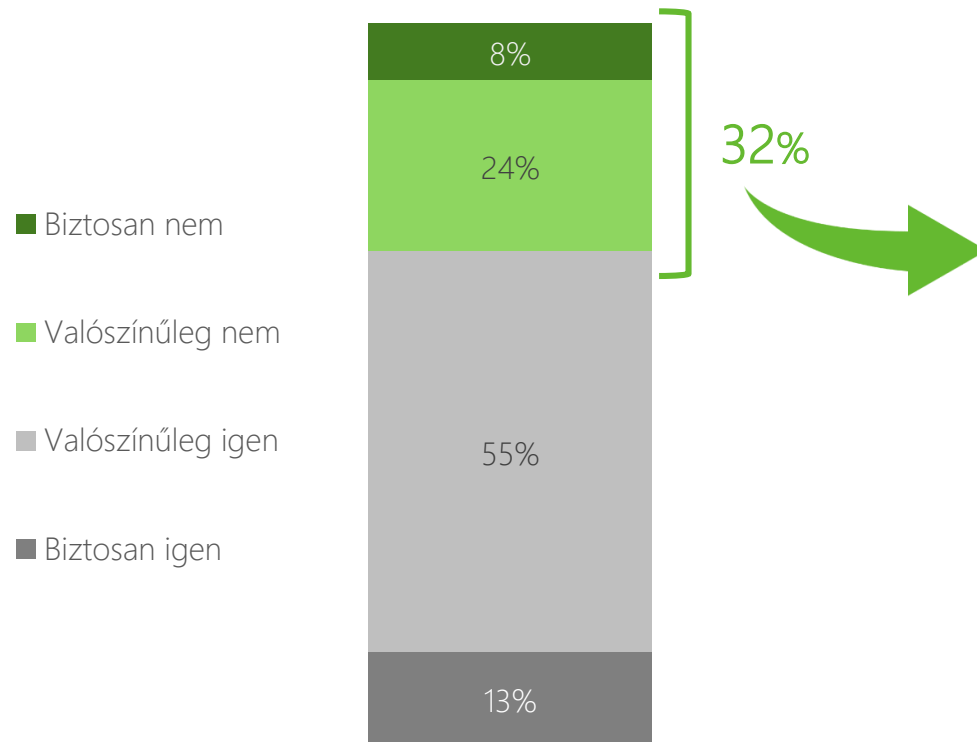
Akik fordultak már az NMHH-hoz, n=54

D08 Magyarországon a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) látja el a digitális szolgáltatási koordinátor számára meghatározott feladatokat. Fordult már Ön az imént említett ügyek bármelyikével az NMHH-hoz?

D09. Mennyire volt elégedett az NMHH (mint digitális szolgáltatási koordinátor) ügyintézésével?

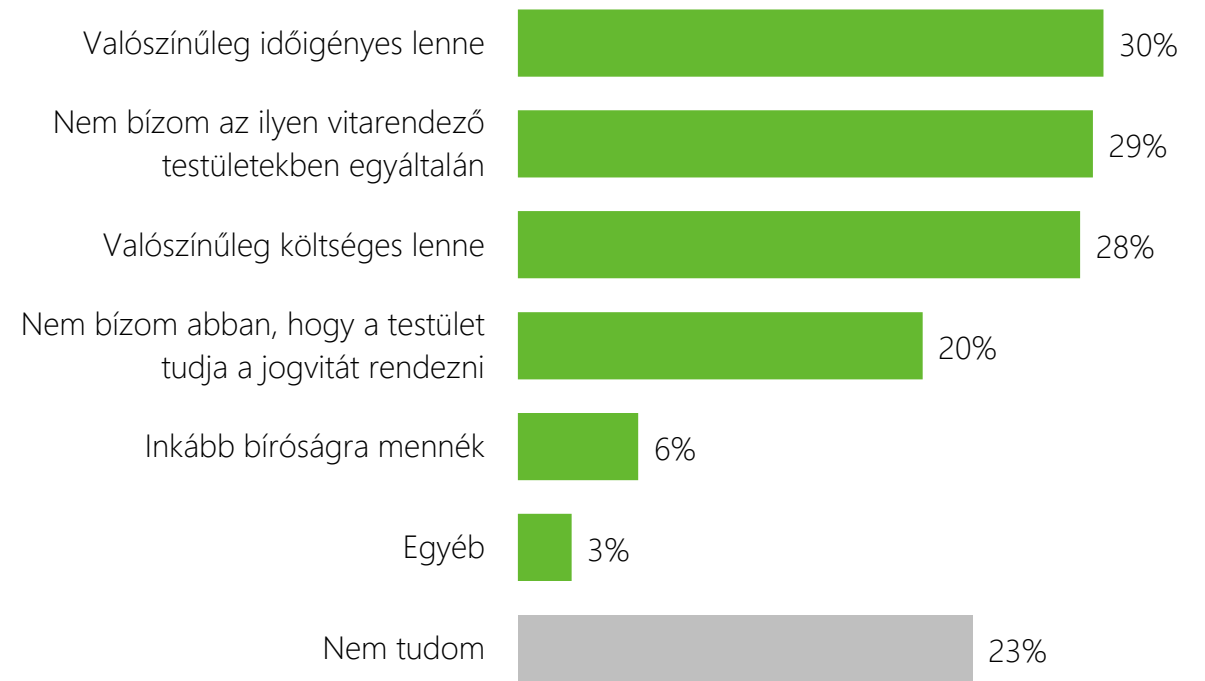
Egy online platformmal szembeni vita megoldásaként háromból kettő internetező venne igénybe vitarendező testületi segítséget. Akik nem, azok attól tartanak, hogy időigényes lenne, nem bíznak az ilyen testületekben, illetve félnek a költségektől.

Peren kívüli vitarendezés



Teljes minta, n=1000

Okok, amiért nem venne igénybe vitarendezést



Akik nem vennének igénybe vitarendezést=317

D10. Szükség esetén igénybe venné Ön online platformokkal szembeni vitáinak megoldása érdekében egy peren kívüli vitarendező testület segítségét?
 D11. Miért nem venné igénybe ezt a testületet? | Több válasz lehetséges



Kapcsolat

Bacher János

janos.bacher@impetusresearch.hu