

# A felnőtt lakosság jogtudatossága az internet világában

Kérdőíves kutatás a felnőtt internetező lakosság körében, 2024.

## Összefoglaló

### A kutatás célja és módszertana

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) felkérte az Impetus Research piackutatót, hogy készítsen el egy kérdőíves kutatást a hazai lakosság körében az online platformok és egyéb online felületek használatáról és az ehhez kapcsolódó jogtudatosságról. A kutatás vizsgálta, hogy milyen felhasználói szokásokkal rendelkezik a célcsoport az online térben, milyen rendszerességgel találkozik jogsértő tartalmakkal, mennyire tudatos a viselkedése során és mennyire képes alkalmazni azokat a jogi csatornákat, lehetőségeket, melyek biztosítják számára a biztonságos internethasználatot. Vizsgáltuk az idén élesedő DSA rendelkezés (az Európai Parlament és a Tanács 2022. október 19-i (EU) 2022/2065 rendelete a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet, a továbbiakban: DSA)) ismeretét, valamint az NMHH digitális szolgáltatási koordinátor szerepének ismertségét is.

Az online kutatás során 1000 fő 18 éves és idősebb magyarországi internethasználót kérdeztünk meg online kérdőíves felmérés során. A mintába került válaszadók demográfiai összetétele megegyezik a 18 évesnél idősebb lakosság hasonló jellemzőivel.

### Közösségi média oldalak<sup>1</sup>, videómegosztók használata

A vizsgált célcsoport rendkívül széles körben használja a különböző közösségi média és videómegosztó oldalakat. Mindössze 2%-uk nem használja legalább heti rendszerességgel a vizsgált oldalak egyikét sem. Egy felnőtt átlagosan 3 ebbe a kategóriába tartozó oldalt látogat legalább heti rendszerességgel. A Facebook heti használói aránya kiemelkedő, 88%-os, de nem marad el nagyon a YouTube sem 73%-os heti eléréssel. A dobogó harmadik fokáért az Instagram és TikTok van versenyben, 38 és 36%-os legalább heti használói aránnyal. Ezek korlátozottabb elérésének oka, hogy inkább a 18-29 éves korosztályban népszerűek.

Az egyszerű látogatás mellett a felnőtt internetezők 45%-a meglehetősen aktív is ezeken az oldalakon, hiszen hetente többször is oszt meg saját tartalmat, vagy kommenteli más tartalmát valamelyik felületen. A férfiak némileg aktívabbak, mint a nők, de érdekes, hogy életkor tekintetében nem nagyon találtunk különbségeket.

---

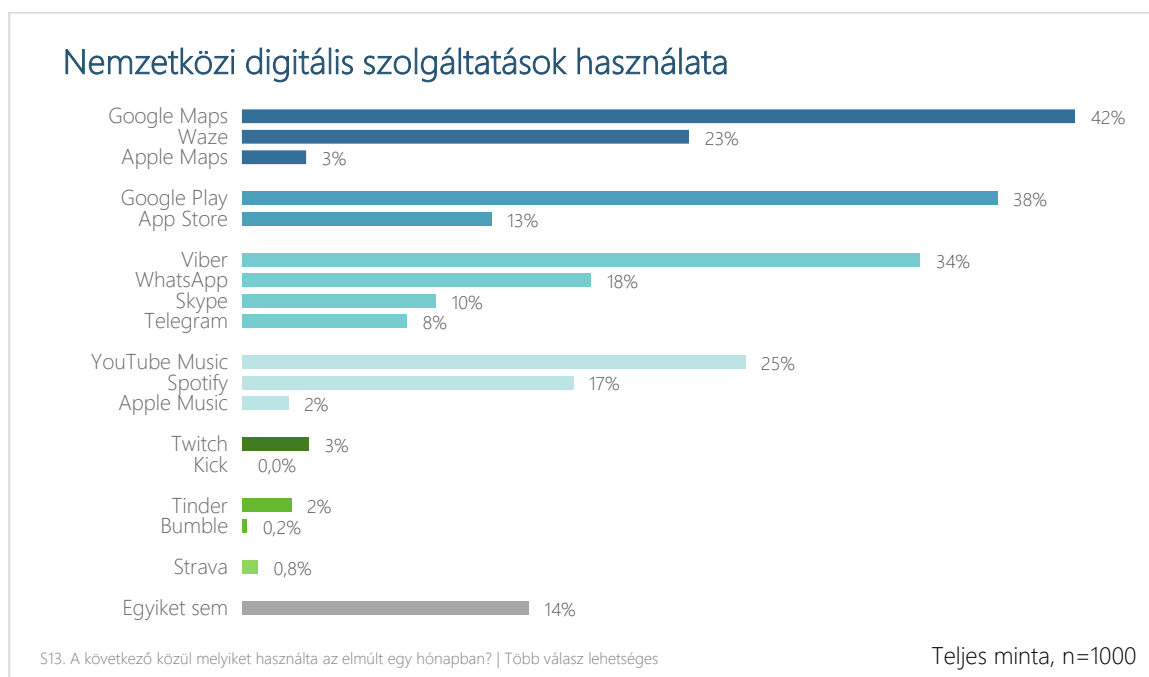
<sup>1</sup> Ezen felületekre a köznyelvben az „oldal” kifejezés terjedt el. Bár sok esetben már nem hagyományos weboldalon, hanem alkalmazásokon keresztül használják a felhasználók ezeket, elemzésünkben a megszokott „oldal” kifejezést használjuk annak tágabb értelmében.



1. ábra: Legalább hetente használt közösségi média oldalak, videómegosztók

### Egyéb nemzetközi digitális szolgáltatások használata

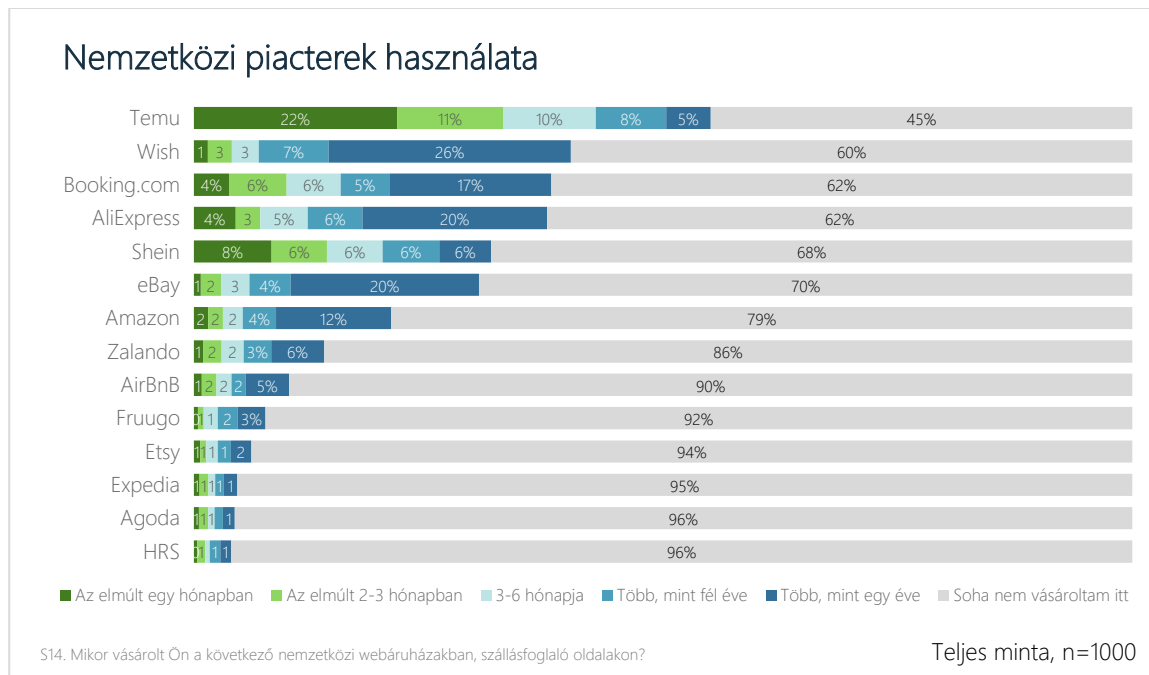
A vezető közösségi média oldalak használatához képest alacsonyabb, de több egyéb profilú digitális szolgáltatás esetében jelentős a használat a magyar internetezők körében. A vizsgált 17 oldal közül (melyek között navigációs alkalmazások, üzenetküldők, alkalmazásboltok, zenei streaming oldalak és egyéb tematikájú felületek is voltak) a Google Maps bizonyult a legnépszerűbbnek, a megkérdezettek 42%-a használta az elmúlt 1 hónapban. Nem sokkal maradt el tőle a Google Play (38%) és a Viber (34%). Hatból öt felhasználó (86%) legalább 1 ilyen alkalmazást használt a vizsgáltak közül az elmúlt 30 napban.



2. ábra: Nemzetközi platformok használata

### Online piacterek használata

A célcsoport közel fele (49%) vette igénybe valamelyik nemzetközi online piactér szolgáltatásait az elmúlt 3 hónapban. A Temu kiemelkedik a versenytársai közül, minden harmadik (33%) felnőtt magyar internetező vásárolt már itt valamit. A második helyen is távol-keleti piactér végzett, a Shein 14%-os vásárlói arányt ért el az utóbbi negyedévben. Minden tizedik felhasználó a Booking.com-on foglalt szállást.



3. ábra: Nemzetközi piacterek használata

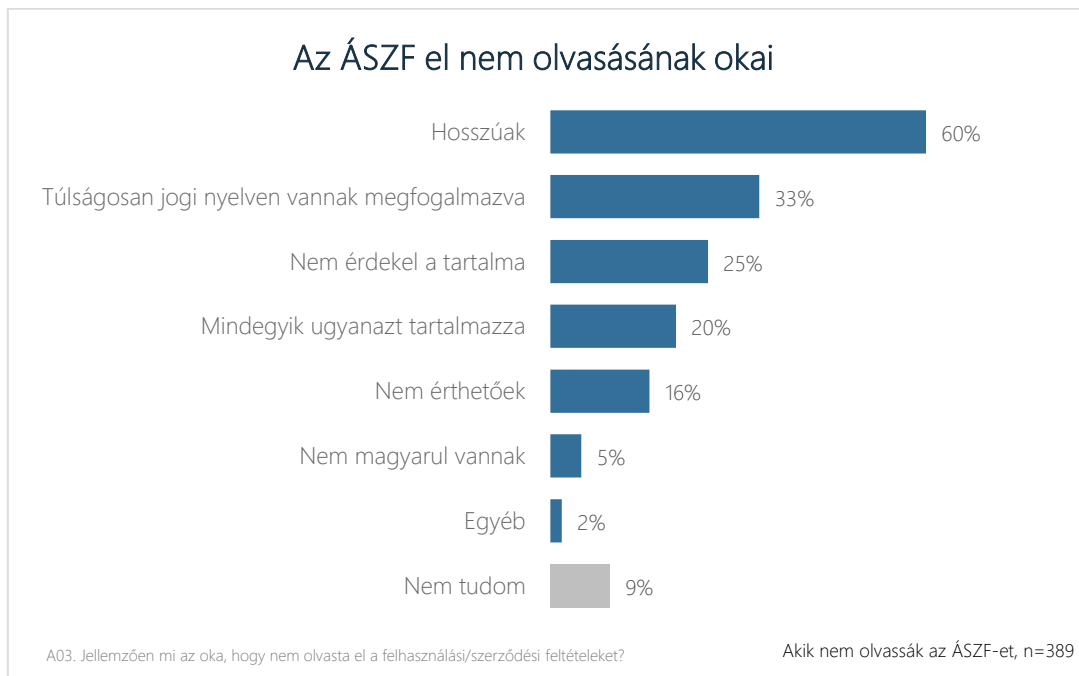
A magyar piactereken<sup>2</sup> a célcsoport 32%-a vásárolt az elmúlt 3 hónapban, azaz kisebb az elérésük, mint a nemzetközi piactereknek. Legnépszerűbb hazai piactérnek az eMAG Marketplace oldala számít, ahol tízből hat (60%) magyar internetező vásárolt már, közülük minden ötödik (17%) a felmérést megelőző 2-3 hónapon belül. Használati gyakoriság tekintetében a Jófogás és a Vatera követi az éllovast.

### Oldalak felhasználási feltételeinek megismerése

A felnőtt internetezők 61%-a úgy véli, hogy valamilyen szinten beleássza magát egy-egy internetes oldal általános szerződési feltételeinek részleteibe. Ugyanakkor csak 9% nyilatkozott úgy, hogy minden esetben elolvassa és további 16%, hogy a legtöbb esetben elolvassa a jogi dokumentumot, a többiek inkább csak egy gyors átlapozást végeznek. A felhasználók közel 40%-a azonban fittyet hány ezekre a dokumentumokra. Azok, akik legalább némi figyelmet szentelnek ezeknek a feltételeknek nagyjából fele arányban (47%-uk) tartják ezeket érthetőnek, a többiek legalább alkalmanként, de sokszor rendszeresen nehezen érthető dokumentumokba futnak bele.

<sup>2</sup> Hazai vagy magyar piactér alatt a kutatás keretében azokat a piactereket értjük, amelyeket a magyar felhasználók hazainak érzékelhetnek. Ez nem feltétlenül tükrözi a DSA szerinti letelepedési helyet.

Az ilyen jogi szövegeket el nem olvasók kritikáinak fő oka (60%-os említési aránnyal) az, hogy ezek a leírások túlságosan hosszúak. További harmaduk a jogi nyelvezettel nincsen kibékülve.



4. ábra: Az ÁSZF el nem olvasásának oka

### Problémás tartalmak a közösségi média oldalakon

A megkérdezettek 58%-a említette, hogy találkozott már valamilyen problémás tartalommal a közösségi média oldalakon. Legtöbbsen (az összes felhasználó 39%-a) a csúnya nyelvezetet említették, melyet meztelenség/szexuális tartalom, majd a rágalmazások követtek.

### Jogellenes tartalmak azonosítása

Összesen 8 „gyanús” tartalomból, amelyből valójában 3 jogellenes, 1 potenciálisan jogellenes és 4 nem jogellenes volt, aránylag jónak mondható arányban sikerült besorolniuk a válaszadóknak a megfelelő csoportba az egyes tartalmakat. A valóban vagy potenciálisan jogellenes tartalmakat (kábitószer hirdetése, megtévesztő hirdetés, fegyver hirdetése, erőszak/bántalmazás megjelenítése) 62-77% sorolta jogellenesnek, míg a „kontroll-csoportba” tartozó tartalmakat csak 9-30%. Ugyanakkor látszik, hogy – bár a többség általában helyes döntést hozott – azért bőven van még tere edukációnak.

A válaszadók döntő többsége (92%) fontosnak tartja, hogy a közösségi média oldalak figyeljenek oda a jogellenes tartalmakra. Szintén rendkívül nagy arányban (88%) vélik úgy a felhasználók, hogy fontos lenne részletes tájékoztatást adni a médiában arról, hogy mi a teendő jogellenes tartalommal való találkozás esetén. Azért is érdekes ez a magas arány, mert a válaszadók 69%-a egyébként úgy véli, hogy pontosan tudja, mit kellene tennie, ha jogellenes tartalommal találkozna valahol az interneten.

## Negatív tapasztalatok

A kérdőívben felsorolt 11 lehetséges, az online felületek használata során szerezhető negatív tapasztalat közül legalább egy a felhasználók több, mint kétharmadával (68%) megtörtént. Legtöbben adathalászati kísérletet említettek (31%). Ez az egyetlen olyan tapasztalat, ami a célcsoport legalább ötödére jellemző. Egymáshoz nagyon hasonló 14-18%-os arányban 5 negatív tapasztalatot is említettek a megkérdezettek. Ilyen arányban találtak (1) illegális tartalommal, (2) szenvedtek el fiókfeltörést vagy (3) tartalmuk tiltását/törlését esetleg csak (4) ideiglenes felfüggesztését, valamint (5) vélelmezték tartalmuk indokolatlan hátra sorolását. Ennél súlyosabb, de szerencsére kevesebbeket (bár a tett súlyához képest sokakat) érintő negatív tevékenység volt a bántás, zaklatás, illetve a személyes adatokkal, vagy banki adatokkal való visszaélés. Ezekről egyenként a megkérdezettek 8-9%-a számolt be.

Az ilyen eseteket tapasztalók 40%-a nem fordult sem az oldal üzemeltetőjéhez, sem hivatalos szervhez, vagy jogsegélyszolgálathoz a problémájával. Aki próbált tenni valamit, legnagyobb arányban magának az oldalnak az üzemeltetőjéhez fordult. A problémák 12%-a esetében fordult elő, hogy az online platformot üzemeltető szolgáltatón túl valamilyen más szervezethez vagy lehetőséghez fordult az érintett. Ez lehetett valamilyen hatóság, rendőrség, vagy az Internet Hotline jogsegélyszolgáltatás is. Ami a leginkább a konkrét lépések megtételére sarkallja a sértetteket, az a banki adatok ellopása. Az ilyet elszenvedettek háromnegyede (76%) tett valamilyen konkrét lépést.

Ami igazán elgondolkodtató, hogy online bántás/zaklatás esetében a második legmagasabb azoknak az aránya, akik nem tettek semmit, hogy sérelmükre megoldást keressenek.

## A panaszkezelési, jogorvoslati folyamatok értékelése

### *Oldalak üzemeltetői felé tett panaszok*

Az összes felhasználó bő harmada (37%) tett már panaszt valamely oldal üzemeltetője felé az őt ért negatív történések miatt.

Az oldal üzemeltetőjének panaszkezelési módjával a felhasználók nem igazán elégedettek. Egy 5-fokú skálán – az adott ügy típusától függően – közepesre vagy még rosszabbra értékelték. Az átlagértékek 2,2 és 3,3 között szóródtak. A legrosszabb értéket az online bántás/zaklatás kapcsán kapták a szolgáltatók. Talán nem csoda, hogy azért is alacsony az ezzel kapcsolatos bejelentések aránya, mert nem igazán bíznak a felhasználók az érdemi és eredményes eljárásban.

Nem jobb a megítélése a panaszkezelés sebességének sem. Az átlagértékek itt 2,5 és 3,2 között szóródtak.

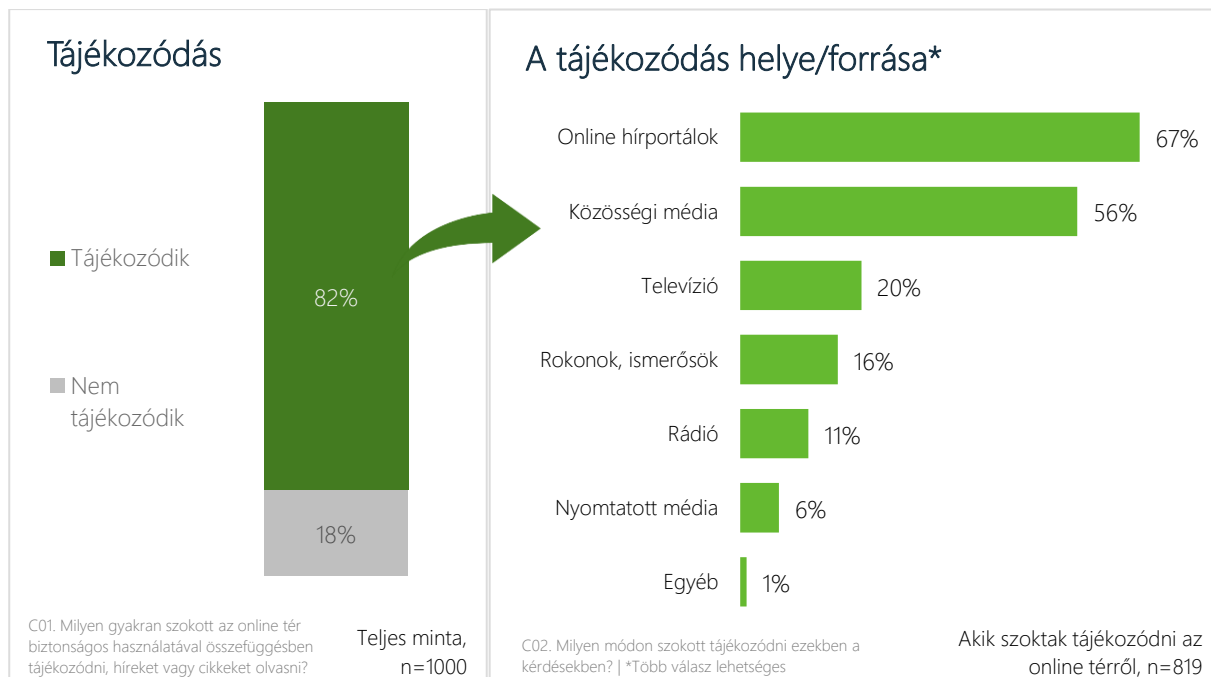
Talán nem meglepő, hogy az eljárások eredményességét is hasonló értékekkel minősítették az érintettek. A 2,2 és 3,3 közötti átlagértékek nagy elégedettséget semmiképpen sem fejeznek ki. E tekintetben is az online bántás/zaklatás sértettjei értékelték legalacsonyabbra az eljárás eredményét.

### *Hatósági bejelentések*

Mivel a hatóság, a rendőrség, vagy az Internet Hotline irányába lényegesen kevesebb válaszadó tett bejelentést, ezért a válaszok kevésbé részletes elemzést tesznek lehetővé az elégedettség tekintetében. Összességében (az összes ügytípust egyben vizsgálva), a hatósági vizsgálatokkal kapcsolatos elégedettség 3,1-3,2-es átlagértéket kapott, ami némileg magasabb, mint az oldalak fenntartóinak eljárásaival kapcsolatos értékek, de magasnak nem igazán mondható.

## Tájékozódás

A válaszadók közel fele (46%) szokott aránylag rendszeresen, legalább havonta olvasni, tájékozódni az online tér biztonságos használatával kapcsolatban. Összességében 82%-nyian pedig legalább valamilyen rendszerességgel tesznek így. Ezeknek az információknak a legfontosabb forrásai az online hírportálok (67% számára). Ezt némi lemaradással a közösségi média követi (56%-os aránnyal), a harmadik televízió szerepe már lényegesen alacsonyabb (20%).



5. ábra: A tájékozódás helye/forrása

Az onlineplatformok.hu weboldalt eddig még csak a felnőtt internetezők 1%-a kereste fel. További 8%-uk ismeri, de nem látogatta, valamint 21%-uk hallott valamit róla.

A kiskorú gyermekkel egy háztartásban élők 40%-a havonta akár többször is beszélget gyermekével az online tér biztonságos használatáról, ugyanakkor harmaduk (32%) sohasem. A többi családban alkalmyszerűen merül fel ez a téma. A gyermekes felnőttek ötöde (21%) ajánlott már valamilyen online felületet vagy nyomtatott kiadványt, amely segíti gyermeke eligazodását az online térben. Ha lenne valamilyen megfelelő kiadvány vagy online felület ebben a témában, akkor a szülők öthatoda (83%) biztosan vagy valószínűleg megnézné azt gyermekével közösen.

## DSA

Az internethasználók kevesebb mint ötöde (18%) véli úgy, hogy hallott vagy olvasott a digitális szolgáltatásokról szóló uniós rendeletről.

A digitális szolgáltatási koordinátor fogalma némileg még kevesebb válaszadó számára ismerős, 15%-nyian emlékeztek ilyenre. Egy listából választva a legtöbben az „online szolgáltatók jogszabályi megfelelésének ellenőrzését” tartják a digitális szolgáltatási koordinátor feladatának.

Egy listán felsorolt 5 lehetséges szervezet közül 26% választotta ki az NMHH-t, mint a digitális szolgáltatásokról szóló rendelet felügyelete és végrehajtása kapcsán illetékes szervezetet. Ez az arány megegyezik azzal, ahányan a NAIH-ot (Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság) vélik az illetékes szereplőnek. Akik korábban hallottak a digitális szolgáltatási koordinátori szerepkörrel némileg még pontatlanabban tippeltek. Ebben a körben is 26% választotta az NMHH-t, viszont 35%-a NAIH-ot.

A fentiek alapján tehát a DSA és a digitális szolgáltatási koordinátori szerep pontos ismertsége meglehetősen alacsony szinten áll és nem is mindig pontos.