Skoro čtvrtina uživatelů smartphonů cítí, že je na nich závislá

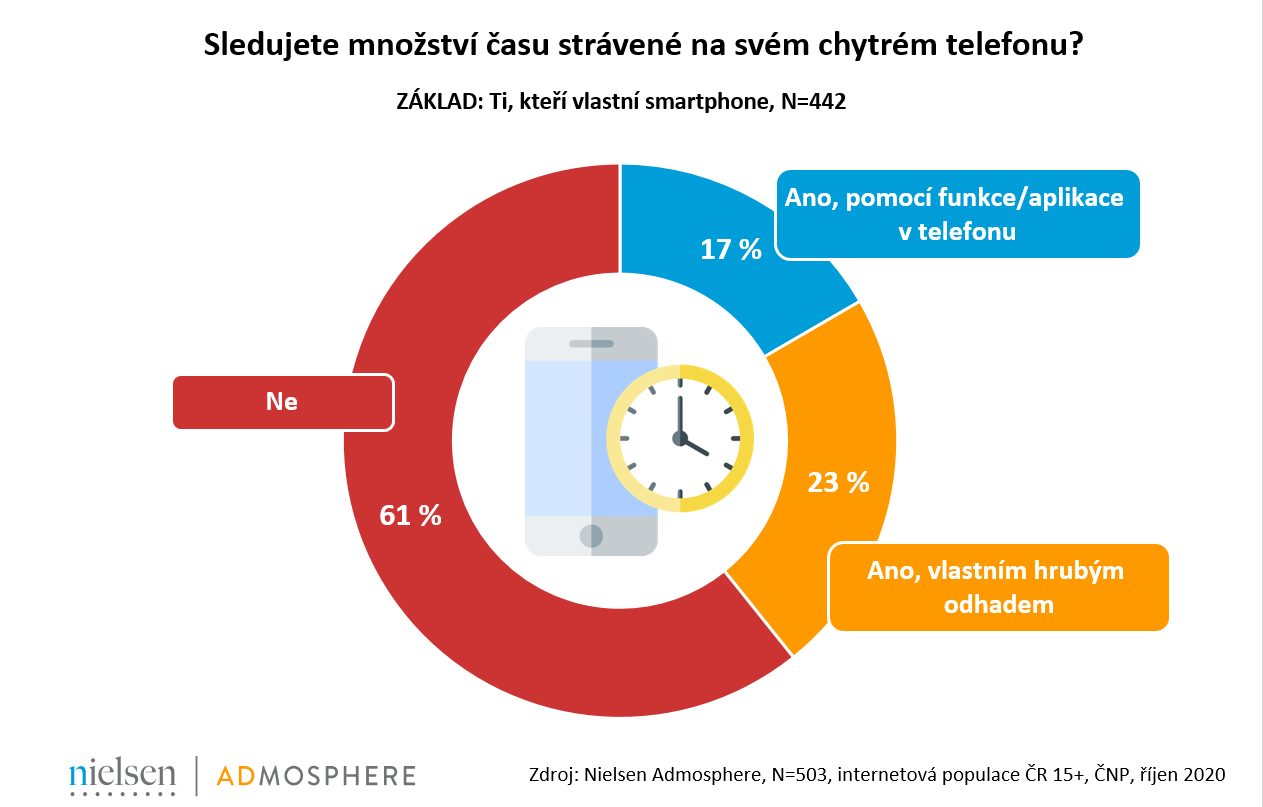
***Téměř 9 z 10 českých internetových uživatelů už dnes vlastní chytrý telefon – a z nich skoro čtvrtina se považuje za závislou na této technologii. Průměrně svůj čas strávený se smartphonem denně respondenti odhadují na něco málo pod tři hodiny; jedním z výstupů výzkumu však také je, že necelé dvě třetiny uživatelů smartphonu aktivně nesledují množství času, který mu věnují. 60 % pak přiznává, že používá smartphone před spaním a 53 % po probuzení. Skoro tři čtvrtiny vlastníků chytrých telefonů také sdílí fotografie ze svého života po internetu se svými přáteli a rodinou. Veřejně, tedy ne jen se známými, to dělají zhruba dvě pětiny.***

***Výzkum zaměřený na téma závislosti na chytrých telefonech realizovala společnost Nielsen Admosphere metodou online sběru dat na vzorku pěti set respondentů z řad aktivní internetové populace Českého národního panelu starší 15 let.***

Za závislé na svém telefonu se považuje 23 % respondentů výzkumu, ve větší míře se tak označují mladší respondenti a také ženy. Dalších 63 % tuto myšlenku naopak odmítlo a 13 % na tuto otázku nedokázalo odpovědět.

Jedním z ukazatelů určité závislosti na této moderní technologii je bezpochyby čas, který s ní uživatelé tráví. Na ten se výzkum ptal na základě vlastního odhadu respondentů: **průměrně zabírají činnosti na smartphonu lidem necelé tři hodiny denně**. Množství času je ale opět rozdílné ve věkových skupinách: nejmladší uživatelé chytrých telefonů s nimi tráví v průměru čtyři hodiny, věková skupina 35–44 let pak necelé tři hodiny a lidé nad 45 let věku ani ne dvě hodiny za den. Menší rozdíly panují taky mezi muži a ženami: ženy tráví na smartphonech o něco více času.

Obecně má většina uživatelů chytrých telefonů tendenci nevěnovat příliš pozornosti času, který na nich tráví (**61 % odpovědělo, že čas aktivně nesledují** – a ve větší míře se k tomu hlásili muži). 17 % si naopak čas hlídá, a to pomocí speciální aplikace, a 23 % času věnuje pozornost, ale bez použití aplikace. Zajímavostí je, že nejvíce čas pomocí zvláštních nástrojů sledují nejmladší respondenti (31 %), tedy přesně ti, kteří na smartphonech tráví nejvíce hodin a také se v největší míře sami považují za závislé na svém telefonu.

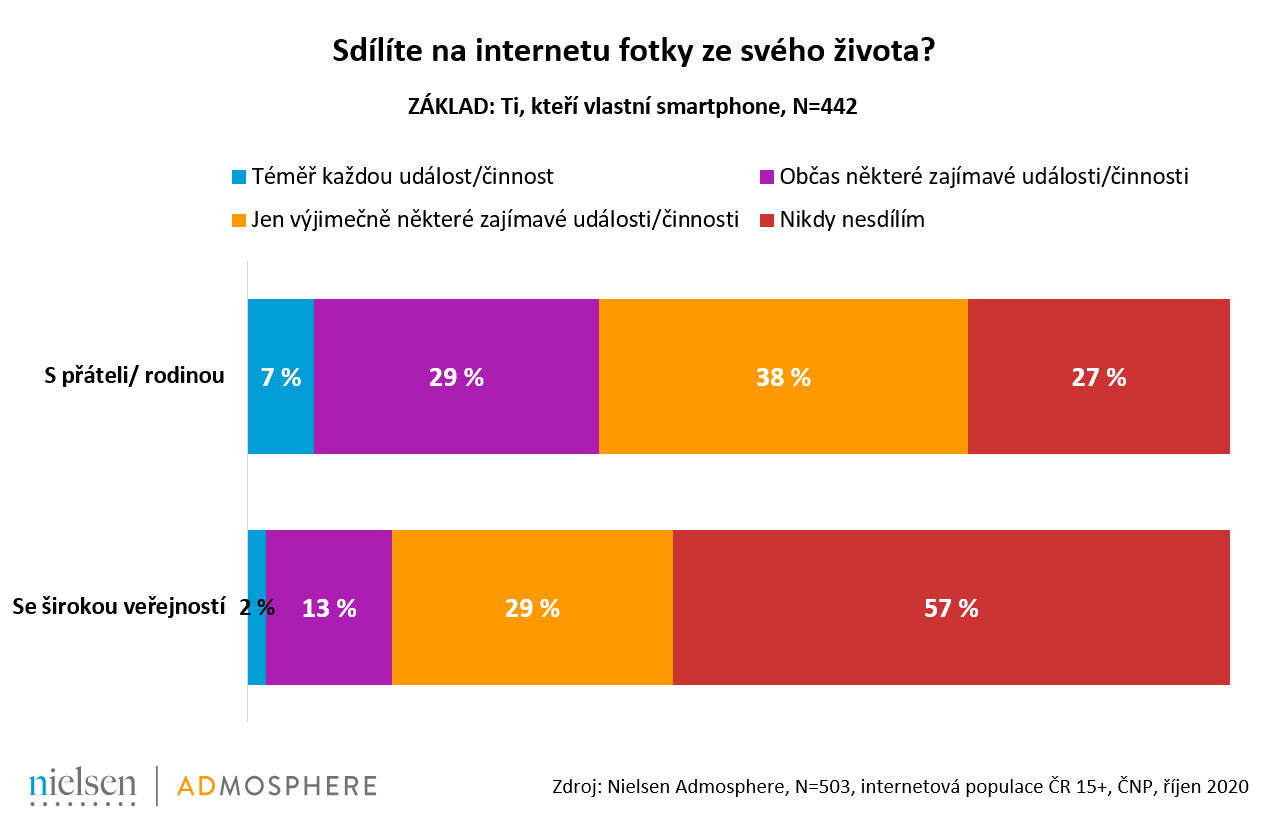
****  
**Smartphone před spaním a ve společnosti**

Další otázky ve výzkumu zjišťovaly, jak lidé využívají své chytré telefony v různých situacích. Ukázaly například, že **velká část vlastníků těchto přístrojů nijak nereguluje jejich používání před spaním nebo po probuzení**: 60 % přiznává, že obvykle používá svůj telefon před spaním a 53 % po něm sáhne, jakmile se probudí. Opět není překvapením, že i tyto tendence jsou podstatně silnější u mladších respondentů. Celkem 29 % uživatelů chytrých telefonů svůj přístroj nepoužívá ani bezprostředně před spaním ani ihned po probuzení.

Náš [nedávný výzkum na téma spánek](https://www.nielsen-admosphere.cz/press/jen-petina-lidi-se-rano-probouzi-dobre-vyspana-pusobeni-modreho-svetla-pred-spanim-vetsina-lidi-neresi/) ukázal, že 41 % internetových uživatelů spí se svým mobilním telefonem v blízkosti postele a nechávají ho navíc v běžném režimu (se zapnutými zvuky).

**Co se týče využívání chytrých telefonů ve společnosti jiných lidí, v kruhu rodiny nebo přátel (například při setkání v restauraci), přiznává více než třetina uživatelů, že svému mobilu věnuje určitou pozornost:** berou ho ale do ruky jen, když jim vyskočí nějaké upozornění, například na příchozí zprávu nebo podobně. Pozitivní pak je, že pouze 8 % je i ve společnosti jiných lidí aktivní na svém telefonu (třeba na sociálních sítích) a více než polovina nechává svůj telefon v klidu a věnuje se plně společnosti.

**Sdílím, tedy jsem**

Online sdílení nejrůznějšího obsahu z našich životů je jednou z oblastí, kterou chytré telefony významně usnadnily. Jak ukazují výsledky výzkumu Nielsen Admosphere, uživatelé do jisté míry rozlišují sdílení fotografií s přáteli a s širokou veřejností: **veřejně sdílí aspoň někdy fotky ze svého života 43 % dotázaných, naproti tomu s rodinou a přáteli tento obsah sdílí skoro tři čtvrtiny.** Málokdy se však jedná o frekventovanou aktivitu: téměř každou událost (výlet, návštěvu restaurace, vlastní uvařené jídlo apod.) sdílí veřejně jen 2 % a s přáteli či rodinou 7 % dotazovaných. Občas to dělá veřejně 13 % a v případě rodiny a přátel 29 % uživatelů smartphonu. Nejčastější možností však byla odpověď „výjimečně“ – tak sdílí fotky veřejně 29 % a s přáteli nebo rodinou 38 %.

**Eliška Morochovičová** | Public Relations   
[eliska.morochovicova@admosphere.cz](mailto:eliska.morochovicova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s.| Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 | [www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

**Doplňující informace:**

Společnost **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy…) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

**Český národní panel** ([www.ceskynarodnipanel.cz](file:///\\192.168.0.2\documents\02-Company\03-PR\02-Tiskove%20zpravy%20-%20pracovni\01-CZ\2020\www.ceskynarodnipanel.cz)) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národný panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 50 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 17 000 v Polsku, 17 000 v Maďarsku a 10 000 v Bulharsku.

PRO výzkum_mail banner_1**PRO VÝZKUM** ([www.provyzkum.cz](file:///\\192.168.0.2\documents\02-Company\03-PR\02-Tiskove%20zpravy%20-%20pracovni\01-CZ\2020\www.provyzkum.cz)) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.