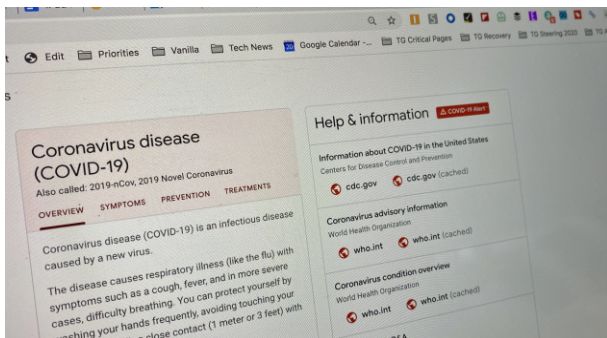


A Facebook a koronavírus-járványon is keres

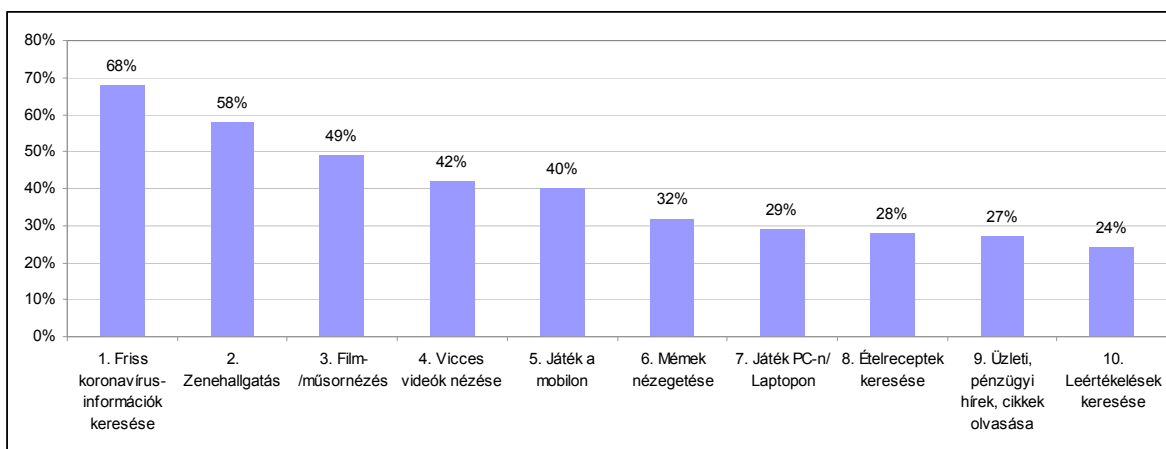
A felhasználók nem bíznak a hitelességében, mégis minden korábbinál fontosabbá vált a Facebook szerepe a hírfogyasztásban.



Az USA-ban és az Egyesült Királyságban a netezők most elsősorban arra használják a netet, hogy a koronavírus-helyzetről gyűjtsenek friss információkat. A GlobalWebIndex egy friss jelentése szerint, amihez az adatokat március végén vették fel, a netezők 68 százalékának ez az elsődleges tevékenysége a világhálón.

Legyen az szegény vagy gazdag, fiatal vagy öreg, első számú témája a koronavírus. Ez alól csupán a

A tíz legnépszerűbb online tevékenység koronavírus idején



[GWI Coronavirus Research 2020 April: legnépszerűbb tevékenységek](#) Infogram

vírus által legkevésbé veszélyeztetett korosztály, a Z generáció (16-23 évesek) jelent némileg kivételt. Körükben ugyanis a második helyre szorult ez a tevékenység 67 százalékkal, számukra az online zenehallgatás fontosabb és gyakoribb tevékenység (71 százalék). A számokból az is kiderül, hogy a férfiakat jobban foglalkoztatja a téma, mint a nőket: a férfiak 73 százalékának ez a legfőbb tevékenysége a neten, míg a nők körében csak 62 százalékának – de mindkét csoportban ez az első!

Az összes többi tevékenység szignifikánsan kevesebb netező életének a szerves része. Ezek sorrendben az online zenefogyasztás (58 százalék), filmek-műsorok nézése (49 százalék), vicces videók keresése és nézése (42 százalék), játék a mobiltelefonon (40 százalék), illetve mémek nézegetése (32 százalék).

A vicces tartalmak iránti érdeklődés korrelál a keresésekkel is: a koronavírus-hírek mellett a második legnépszerűbb téma a humoros és pozitív tartalom. Ami viszont szinte teljesen eltűnt a keresésekből, az az utazási, vakációs lehetőség. Még a legfiatalabb korosztály körében is csak minden ötödik válaszadó mondta, hogy rendszeresen keres ilyen információkat a neten.

A kutatásból az is kiderült, hogy a felhasználók egyre jobban megválogatják a koronavírusra vonatkozó hírforrásaikat. Az USA-ban főleg a WHO által közölt információkban bíznak (61 százalék), és sokkal kevésbé a Trump-kormányzattól származó tájékoztatásban. A britek ezzel szemben inkább a kormányzati webhelyeken (62 százalék) keresnek koronavírussal kapcsolatos híreket.

A közösségi oldalakon megjelenő információkkal szemben alacsony a bizalom (17 százalék), de a nyomtatott lapok megítélése is nagyjából ezen a szinten van. Ennek ellenére a Facebookot használják a leggyakrabban, hogy hozzájussanak a friss hírekhez (lásd lentebb).

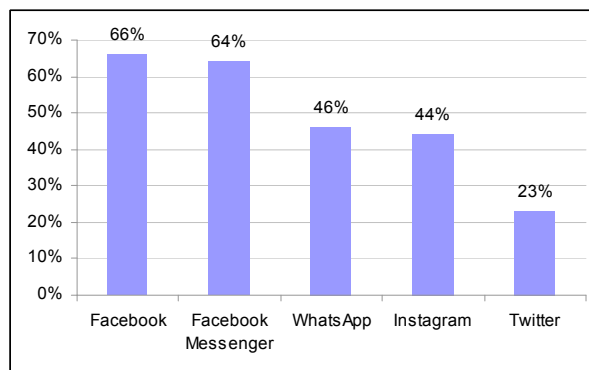
Zuckerberg ebből is profitál

A médiafogyasztás a járvány kitörése óta folyamatosan növekszik, főleg a videós tartalmaké. Az amerikaiak 87 százaléka, a briteknek pedig a 80 százaléka állítja, hogy azóta több tartalmat fogyaszt, mindenekelőtt tévéműsorokat tévében vagy online streaming formájában, valamint online videókat.

A növekedés a Z generációnál volt a legkisebb (ők valószínűleg korábban is nagy fogyasztók voltak): alig több mint fele állítja, hogy több online videót fogyaszt. Körükben egyébként az olyan csatornák a népszerűek, mint a YouTube vagy a TikTok.

A hírfogyasztásban még inkább megnőtt a közösségi oldalak szerepe. A válaszadók 48 százalékának ez lett az elsődleges tevékenysége a közösségi oldalakon. Ezen a téren egyébként az egyes korosztályok között elég komoly különbség van. Az idősebb generáció, azaz a baby boomerek (57–64 éves korosztály) inkább baráti kapcsolattartáshoz

használja a platformot, míg a legfiatalabb generációnak ez az egyik legfőbb hírforrása.



[GWI Coronavirus Research 2020 April: online kapcsolattartás](#) Infogram

A saját vélemény megosztása is fontosabb lett. A válaszadók 28 százaléka mondta azt, hogy a járvány következtében inkább hajlamos megosztani véleményét az általa használt közösségi oldalakon.

Az adatfelvételnél megkérdezték azt is, hogy ki milyen app vagy szolgáltatás segítségével tartja a kapcsolatot a barátaival és a családja nem vele élő tagjaival. Az első négy helyen a Facebook által fejlesztett vagy felvásárolt alkalmazás áll: maga a Facebook (66 százalék), a Facebook Messenger (64 százalék), aztán némileg leszakadva a WhatsApp (46 százalék) és az Instagram (44 százalék). Minden más csak utánuk, és nagyon leszakadva következik.

Forrás: <https://bitport.hu/a-britek-es-az-amerikaiak-ketharmada-foleg-koronavirus-informaciokat-keres-a-neten>

Válogatta: Fonyó Istvánné