

Digitální wellbeing

Závěrečná zpráva

Nadace **O₂**

nms 

Situace a cíle Nadace O₂

V dnešní době jsou technologie nedílnou součástí našich životů a je důležité, abychom je využívali **vědomě, zdravě a ve svůj prospěch**. Zvláště ohroženou skupinou jsou jedinci z generace Y a Z, kteří technologie na denní bázi využívají.

Nadace O2 si zadala výzkum zaměřený **na digitální wellbeing generací Y a Z** v Česku. Nadace O2 a O2, jako technologický lídr, chce přinášet a podporovat technologie, které uživatelům zlepší život.

Cílem výzkumu bylo:

- Zmapovat, jak se lidé cítí v kontextu užívání technologií (psychicky, fyzicky i společensky)
- Zjistit, jaké techniky a aplikace lidé používají k moderování času stráveného na mobilu / telefonu

Výstupem výzkumu je interaktivní kvíz „**digitální řidičák**“, který uživatelům umožní otestovat svůj digitální wellbeing ve srovnání s populací a navrhne konkrétně podněty k jeho zlepšení.



Každý, kdo **využívá technologie** by měl být dlouhodobě v **psychické, fyzické a sociální** pohodě

TEORIE

Digitální wellbeing neovlivňuje pouze to, kolik času trávíme na mobilu, ale **jak aktivně či pasivně čas na mobilu trávíme.**

4 okruhy digitálního wellbeingu

- Společenský wellbeing
- Produktivita a výkonnost
- Psychický wellbeing
- Fyzický wellbeing

DVA PRINCIPY

1. **Starší lidé** péči o duševní zdraví **podceňují**, je mezi nimi vysoká stigmatizace
2. **Mladí lidé** se naopak o duševní zdraví **zajímají** a dokáží se diagnostikovat i sami, podle internetu

TŘI ČÁSTI PREZENTACE

Obecný wellbeing v Česku

Vnímaná digitální pohoda Čechů
Index digitálního wellbeingu

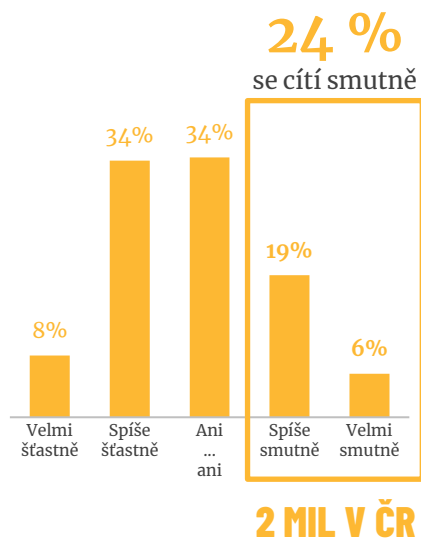
Jak technologie ovládáme a jak
technologie ovládají nás?

Obecný wellbeing

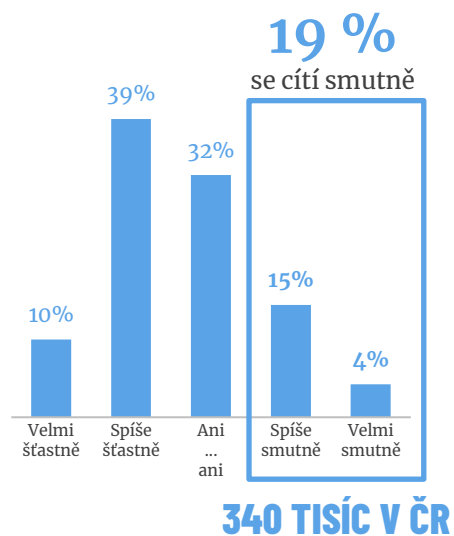
Čtvrtina Čechů pociťovala v poslední době smutek

U Gen Z je to ještě více – 3 z 10 Čechů ve věku 15 až 27 let pociťují poslední dobou pocity smutku.

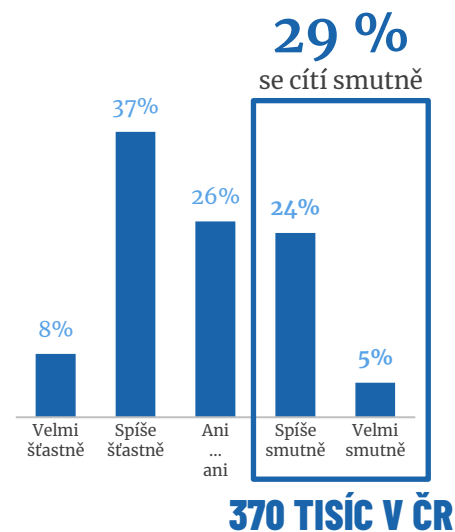
POPULACE ČR



GENERACE Y



GENERACE Z



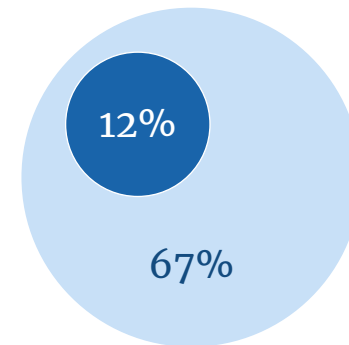
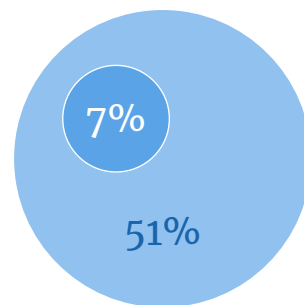
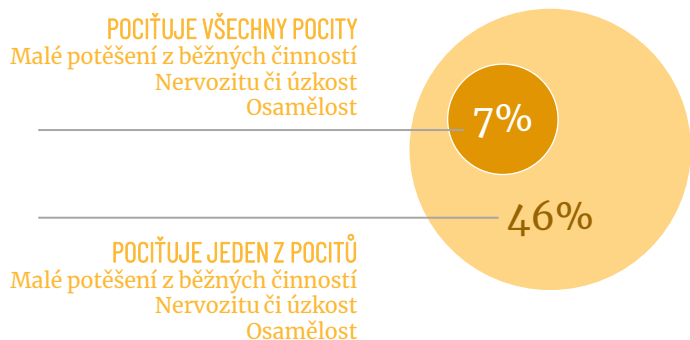
Malé potěšení, nervozitu a osamělost nejvíce pociťuje Gen Z

67 % zástupců Gen Z pociťuje buď malé potěšení z každodenních aktivit, osamělost či nervozitu a úzkost. 12 % zástupců Gen Z pociťuje všechny tři pocity.

POPULACE ČR

GENERACE Y

GENERACE Z



Digitální wellbeing Čechů

Index digitálního wellbeingu

Konstrukce indexu digitálního wellbeingu

1. Konstrukce indexu vychází z 27 výroků o digitálním wellbeingu (18 negativních, 9 pozitivních) ve 4 oblastech: společenský, psychický, fyzický wellbeing a produktivita a výkonnost.
2. U každého výroku bylo kvantifikováno, nakolik se týká daného respondenta: vždy=100 %, často=75 %, někdy=50 %, zřídka=25 %, nikdy=0 %.
3. Jednotlivé výroky byly následně otestovány na korelaci s celkovým wellbeingem a takto byla určena sada 10 klíčových výroků (3 pozitivních a 7 negativních), které mají maximální korelaci a současně pokrývají uvedené oblasti digitálního wellbeingu. Každá oblast je přitom zastoupena alespoň 2 výroky.
4. Z těchto 10 výroků byl následně vypočten celkový index digitálního wellbeingu, který nabývá u každého respondenta hodnoty od 0 do 100. Reálně se hodnoty pohybují mezi 25 až 75.
5. Na základě rozložení indexu wellbeingu, byla stanovena 4 pásma určující příslušnost do jednotlivých segmentů.
6. Tímto způsobem vznikly 4 segmenty
 - Češi s vysokým digitálním wellbeingem (55 %)
 - Češi se středním digitálním wellbeingem (25 %)
 - Češi s nízkým digitálním wellbeingem (15 %)
 - Češi s velmi nízkým digitálním wellbeingem (5 %)



**VYSOKÝ DIGITÁLNÍ
WELLBEING**

SKÓRE 65 - 100



**STŘEDNÍ DIGITÁLNÍ
WELLBEING**

SKÓRE 51 - 64



**NÍZKÝ DIGITÁLNÍ
WELLBEING**

SKÓRE 40 - 50



**VELMI NÍZKÝ DIGITÁLNÍ
WELLBEING**

SKÓRE 0 - 39

10 výroků tvoří index digitálního wellbeingu

S kamarády a známými komunikuji osobně, než přes mobil/online

Moje okolí (partner/ka, rodiče, přátelé) si stěžuje, že na mobilu trávím hodně času

Když trávím čas s rodinou / přáteli, přistihnu se, že se jim nevěnuji a mám místo toho mobil v ruce.

Když si prohlížím příspěvky na sociálních sítích, cítím se ve srovnání s ostatními nedostatečně

**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

Když nemám co dělat / nudím se, beru do ruky mobil

Když jsem na mobilu, ztrácím pojem o čase.

**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

Pamatuji si většinu obsahu, který si za den na mobilu prohlédnu / přečtu

Když delší dobu nejsem na mobilu, cítím se nervózně a ve stresu

PSYCHICKÝ WELLBEING

Do svého denního režimu začleňuju fyzickou aktivitu (procházky, cvičení, jízdu na kole, atd.)

Spím s mobilem vedle postele

FYZICKÝ WELLBEING

Digitální wellbeing 2 z 10 Čechů je v ohrožení



55 %

VYSOKÝ DIGITÁLNÍ WELLBEING

Spíše starší lidé 45 let a více, muži i ženy jsou v kategorii zastoupeni stejně.

Na mobilu tráví nejméně času (průměrně 2:05) a říkají, že na mobilu tráví tak akorát času (82 %).

Na mobilu průměrně dělají dvě aktivity – nejčastěji si čtou zprávy a komunikují s přáteli.

Využívají některé z technologií, které pomáhají se správou digitálního wellbeingu – nejčastěji si spravují příchozí notifikace. Polovina používá i nějakou vzdělávací aplikaci.



25 %

STŘEDNÍ DIGITÁLNÍ WELLBEING

Nejčastěji jsou lidé nižšího či středního věku. Stejně zastoupeni jsou ženy i muži.

Na mobilu tráví průměrně skoro 4 hodiny denně. 53% zástupců kategorie odpovědělo, že na mobilu tráví tak akorát času.

Na mobilu průměrně dělají tři aktivity – čtou si zprávy, komunikují s přáteli a vyřizují osobní komunikaci.

Častěji než Češi s vysokým digitálním wellbeingem používají funkci upravení notifikací i vzdělávací aplikace.



15 %

NIZKÝ DIGITÁLNÍ WELLBEING

V kategorii jsou častěji zastoupeni mladí lidé ve věku 15 až 34 let a lidé se základním vzděláním.

Na mobilu tráví 4 hodiny 35 minut a 61 % z nich říká, že na mobilu tráví více času, než by chtěli.

Průměrně dělají na mobilu čtyři aktivity denně. Nejčastěji komunikují s přáteli, čtou si zprávy, sledují známé na sítích a vyřizují osobní komunikaci. Signifikantně častěji sledují influencery a celebrity.

Více než první dvě kategorie používají možnost customizace notifikací. 7 z 10 používá vzdělávací aplikace, nejčastěji na hudbu, jazyky či fotografování.



5 %

VELMI NIZKÝ DIGITÁLNÍ WELLBEING

Nejčastěji jsou to mladí lidé ve věku 15 až 34 let.

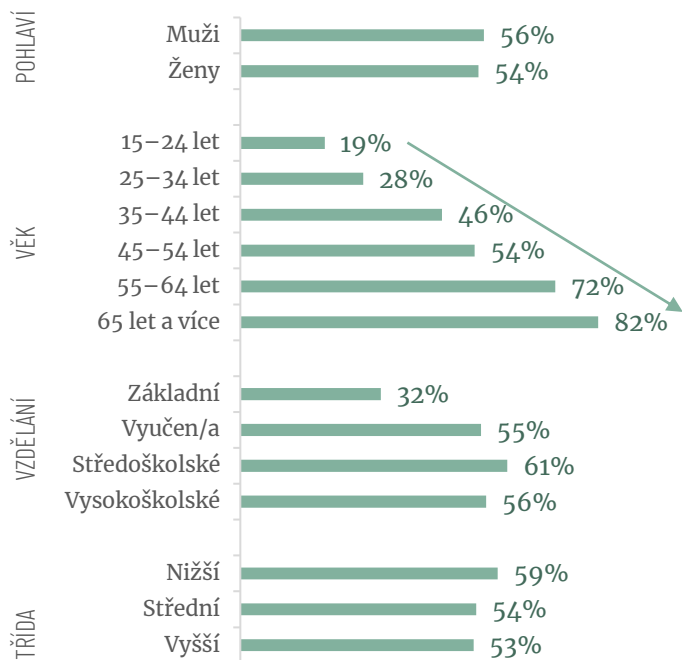
Na mobilu tráví nejvíce času ze všech kategorií, průměrně přes 6 hodin denně. Sami si ale uvědomují, že na mobilu tráví více času, než by sami chtěli (85 %).

Průměrně denně na mobilu dělají 4,5 aktivit – Komunikují s přáteli, čtou zprávy, sledují své známé na sítích a sledují videa. Signifikantně častěji pak sledují influencery a celebrity. 9 % Čechů s nízkým wellbeingem samo tvoří na mobilu nějaký obsah.

Nejvíce využívají přizpůsobování notifikací i vzdělávací aplikace.

Vysoký digitální wellbeing

SKÓRE 65 - 100



ČAS NA MOBILU

2:05

82 %

tráví na mobilu tak
akorát času.

OPTIMÁLNÍ ČAS NA MOBILU

1:45

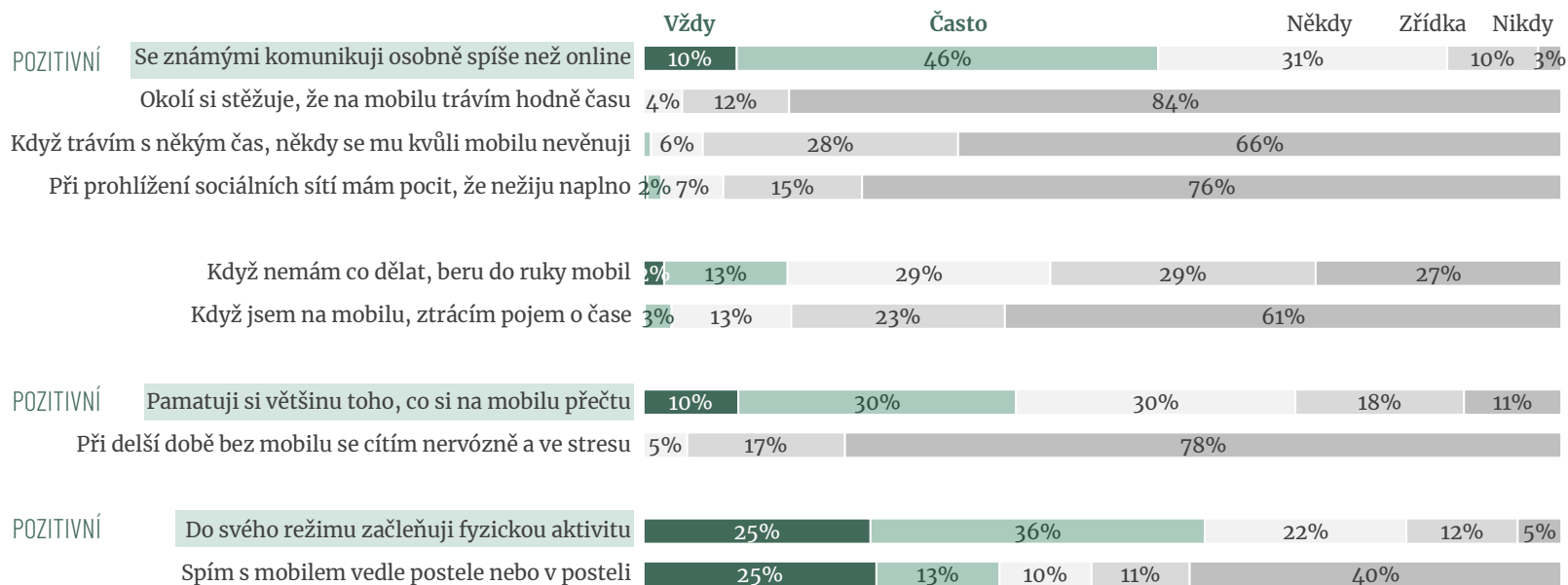
PŘIZPŮBUJE SI NOTIFIKACE

35 %

POUŽÍVÁ NĚJAKÉ VZDĚLÁVACÍ APLIKACE

47 %

Osobní vazby u osob s vysokým digitálním wellbeingem **netrpí**, neřest je spánek s mobilem



**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

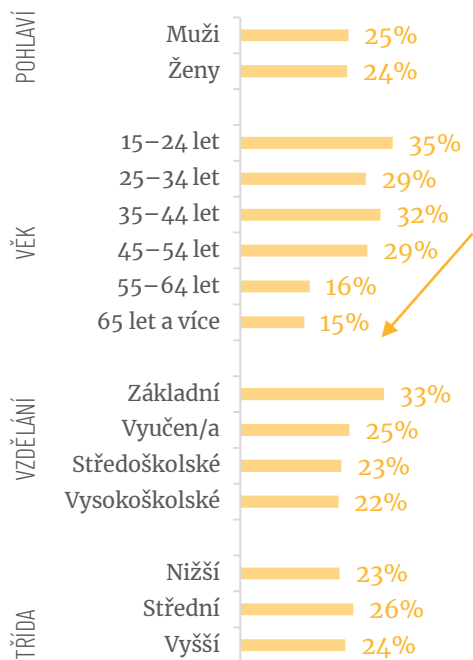
**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

**PSYCHICKÝ
WELLBEING**

**FYZICKÝ
WELLBEING**

Střední digitální wellbeing

SKÓRE 51 - 64



ČAS NA MOBILU

3:55

53 %

tráví na mobilu tak
akorát času.

OPTIMÁLNÍ ČAS NA MOBILU

2:20

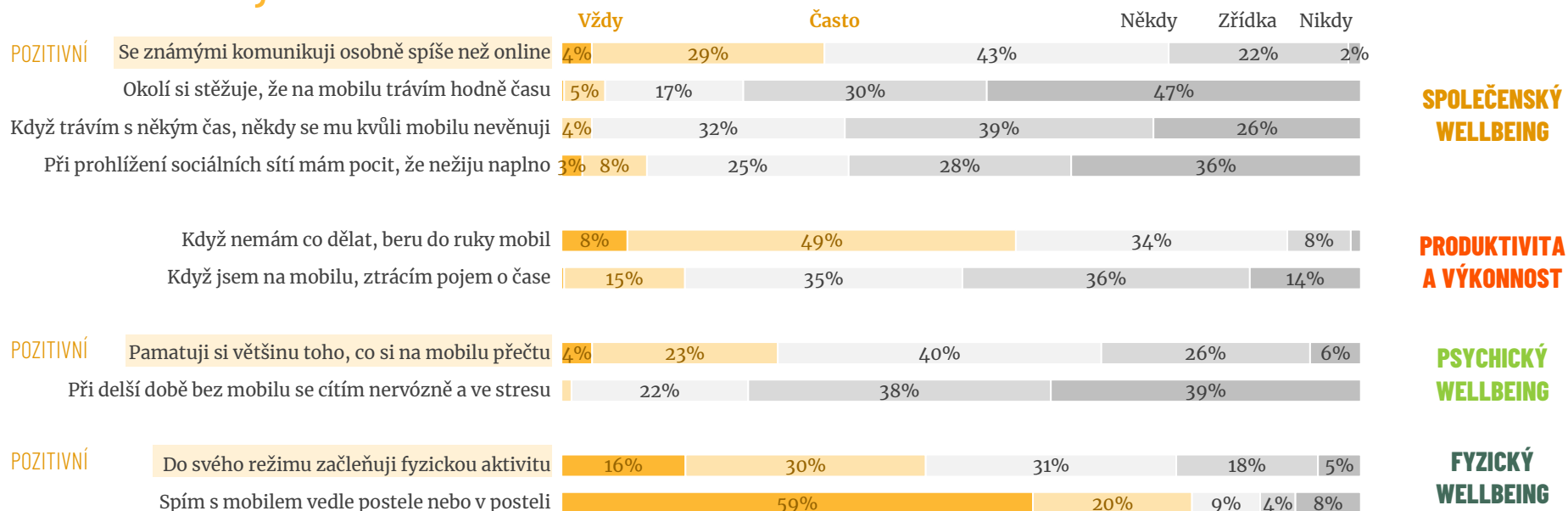
PŘIZPŮSOBUJE SI NOTIFIKACE

53 %

POUŽIVÁ NĚJAKÉ VZDĚLÁVACÍ APLIKACE

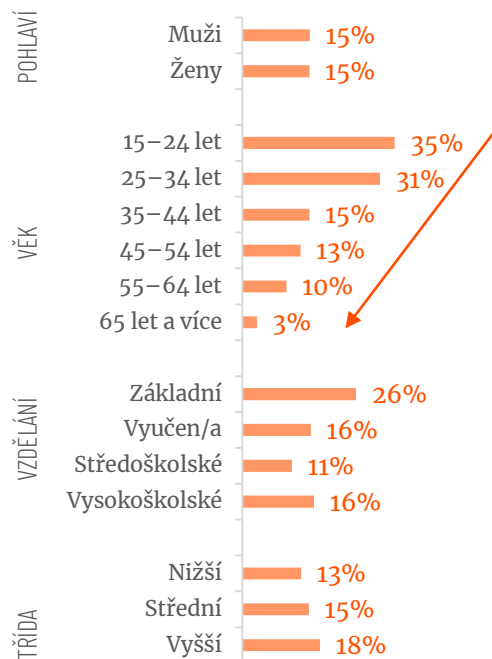
67 %

Středně vysoký digitální wellbeing charakterizuje **spaní s mobilem a doomscrolling**, společenské vazby ale mobil neovlivňuje



Nízký digitální wellbeing

SKÓRE 40 - 50



ČAS NA MOBILU

4:35

61 %

na mobilu tráví víc času,
než by sami chtěli.

PŘIZPŮBOUJE SI NOTIFIKACE

62 %

OPTIMÁLNÍ ČAS NA MOBILU

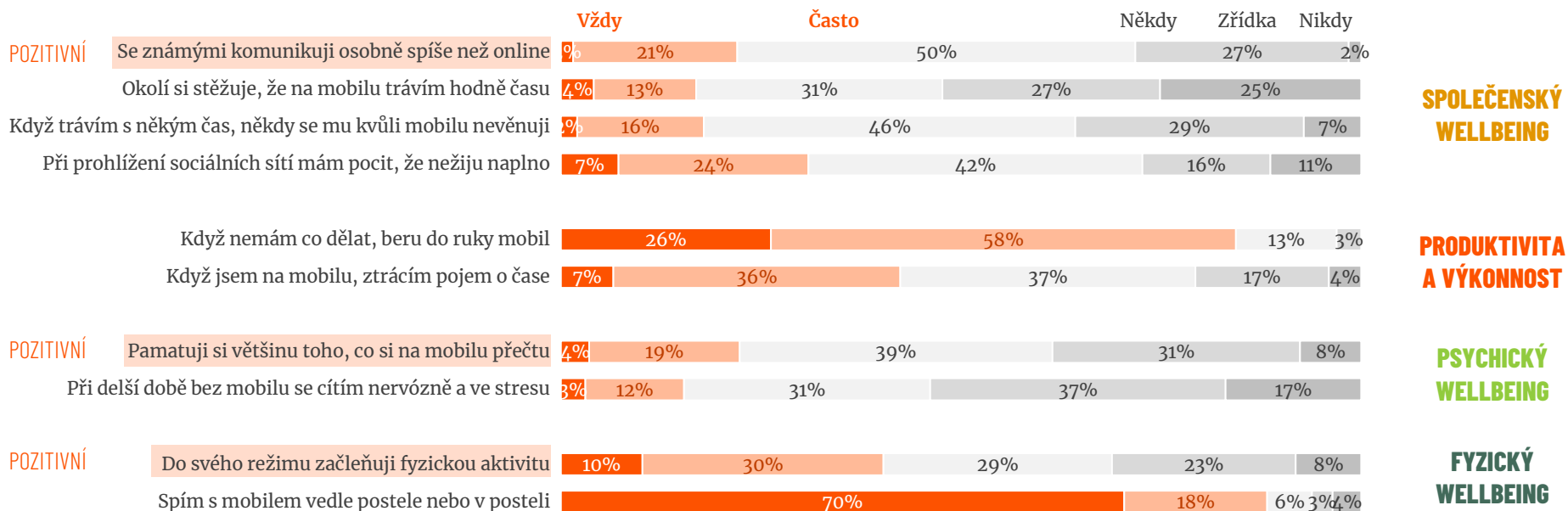
2:40

POUŽIVÁ NĚJAKÉ VZDĚLÁVACÍ APLIKACE

72 %

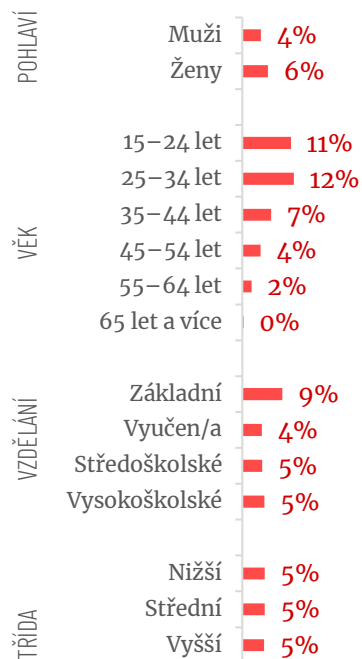
Hudba
Jazyky
Foto

Osobám s nízkým digitálním wellbeingem dělá problémy **produktivita a výkonnost** a spaní s mobilem



Velmi nízký digitální wellbeing

SKÓRE 0 - 39



ČAS NA MOBILU

6:05

85 %

na mobilu tráví víc času,
než by sami chtěli.

PŘIZPŮBOUJE SI NOTIFIKACE

61 %

OPTIMÁLNÍ ČAS NA MOBILU

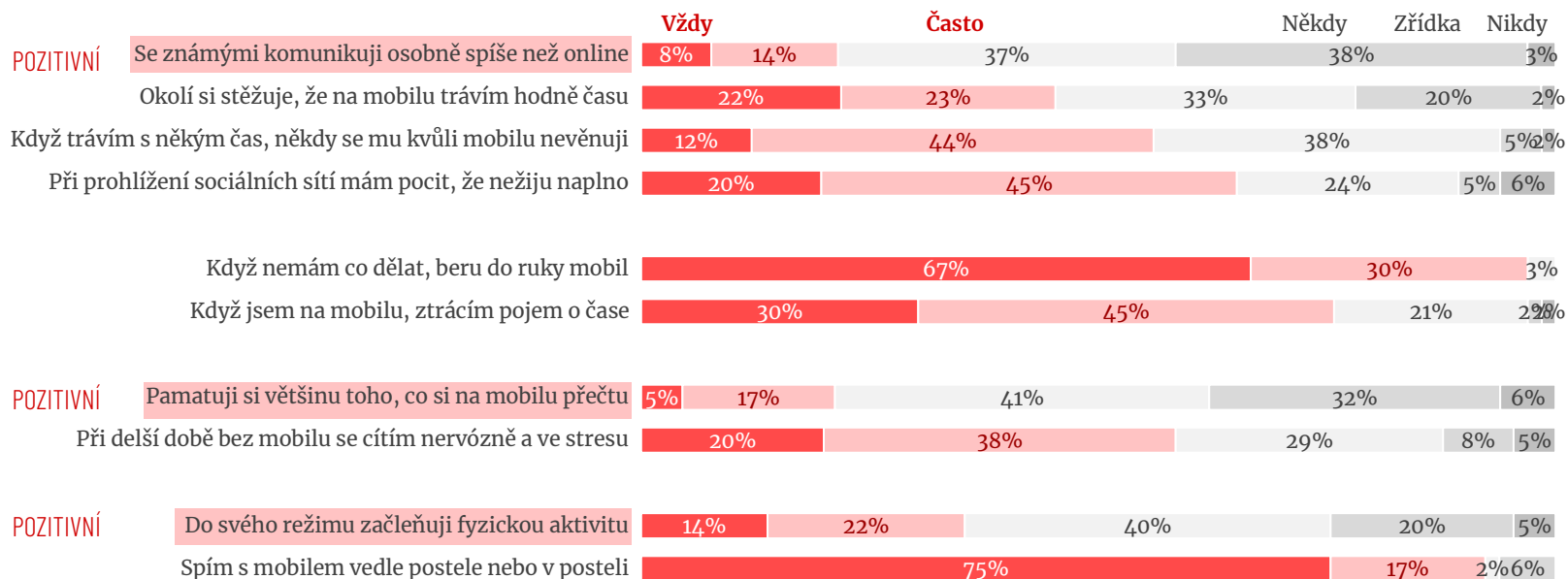
2:45

POUŽIVÁ NĚJAKÉ VZDĚLÁVACÍ APLIKACE

82 %

Hudba
Jazyky
Foto

Velmi nízký digitální wellbeing charakterizuje **zahánění nudy doomscrollingem**



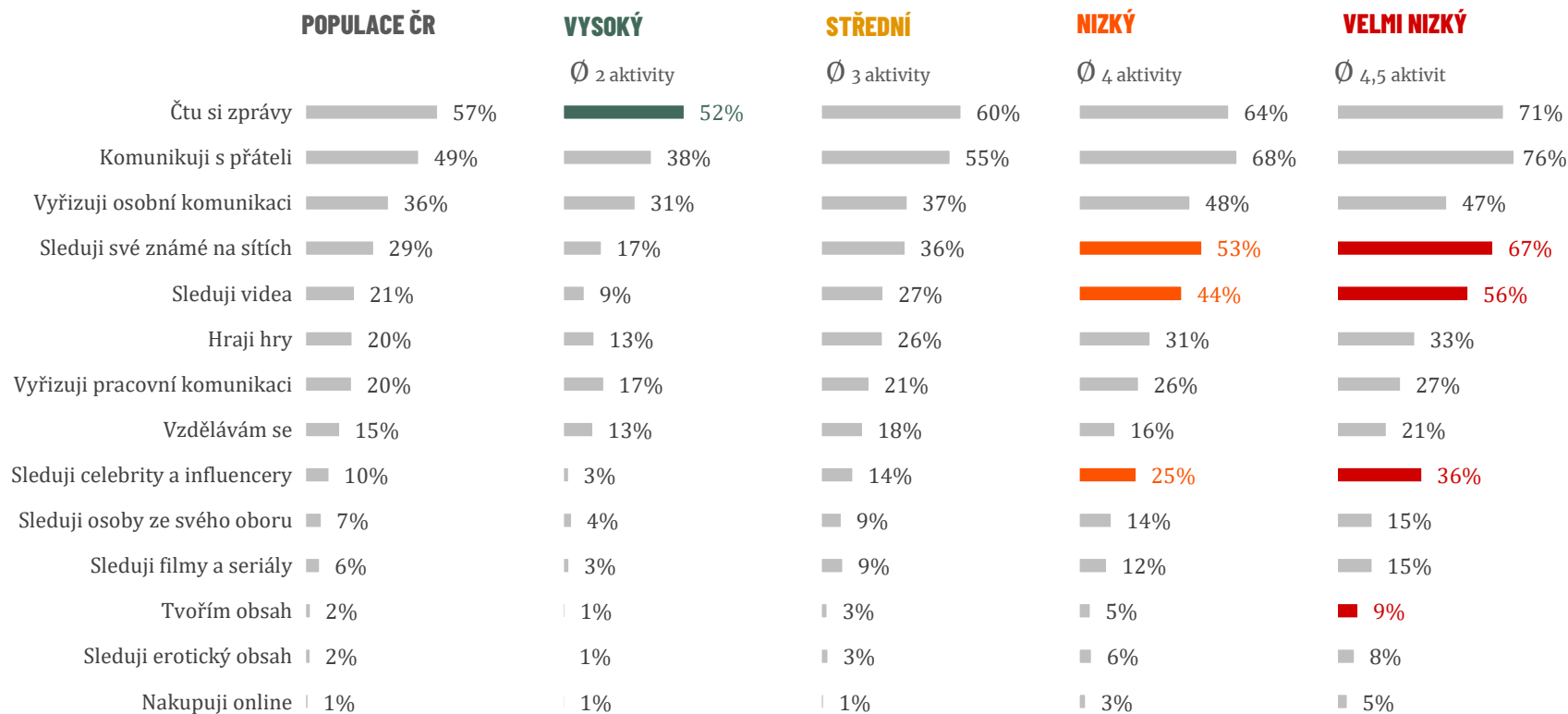
**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

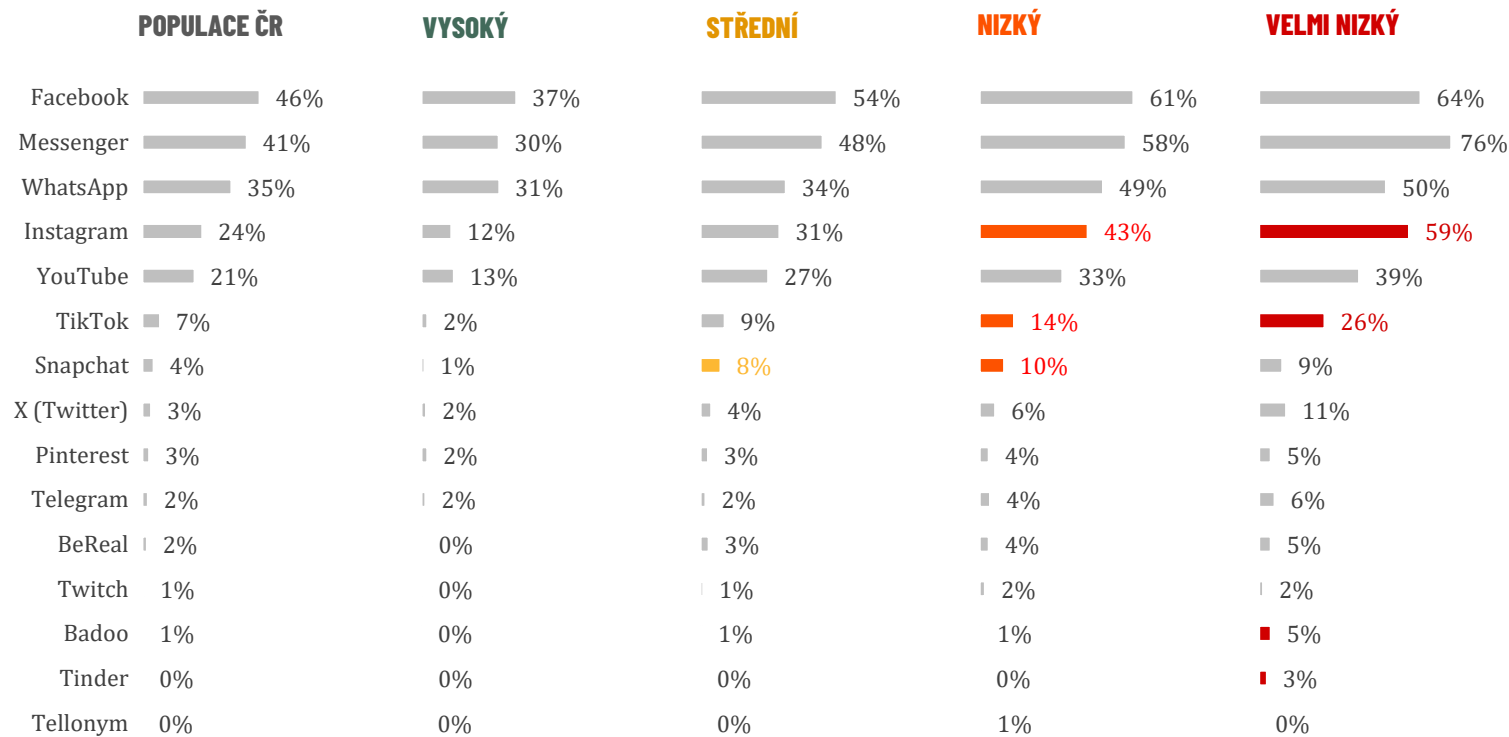
**PSYCHICKÝ
WELLBEING**

**FYZICKÝ
WELLBEING**

Češi s nízkým digitálním wellbeingem na mobilu signifikantně častěji sledují influencersy

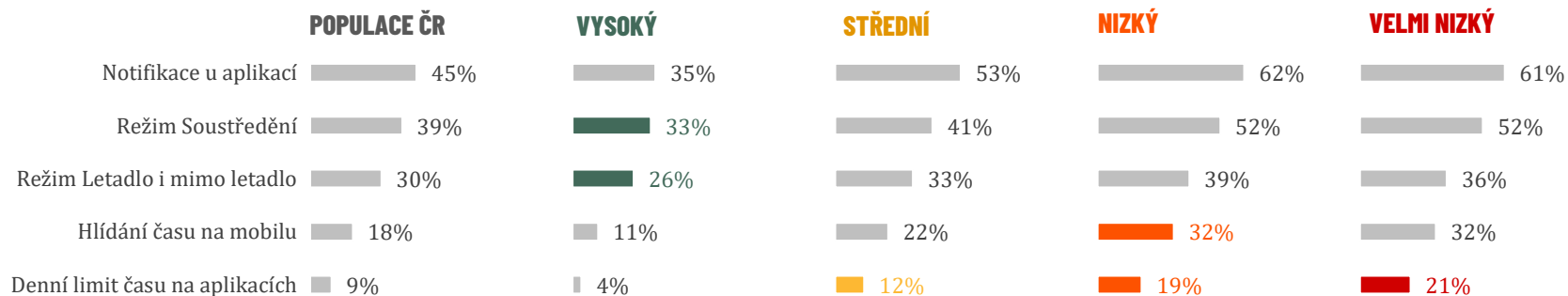


Češi s nízkým wellbeingem signifikantně častěji využívají sociální sítě, především Instagram a Tik Tok



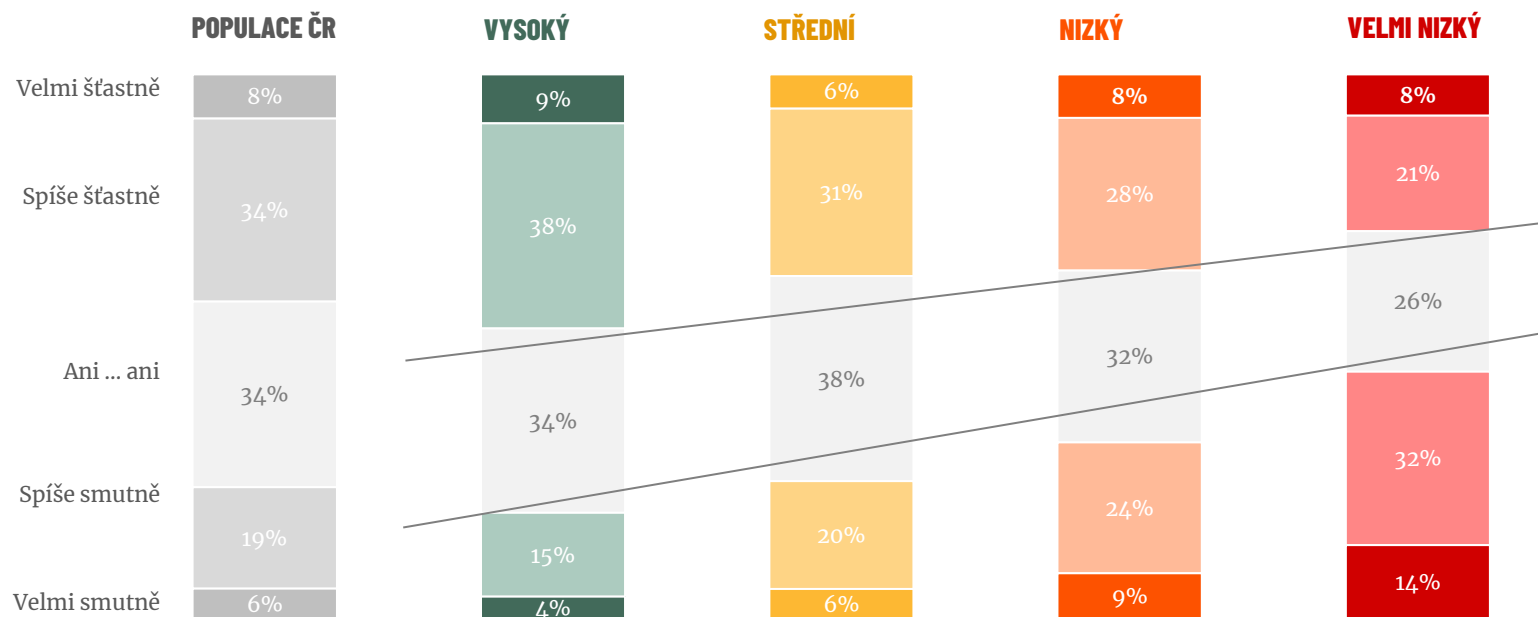
Češi s vysokým wellbeingem častěji zapínají režim Soustředění nebo režim Letadlo

Zatímco Češi s velmi nízkým wellbeingem tyto funkce také používají, četnost používání není signifikantní.



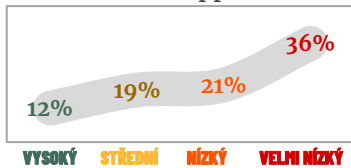
Češi s velmi nízkým digitálním wellbeingem jsou smutnější

46 % z nich se v poslední době cítilo smutně. „Jen“ 33 % Čechů s nízkým wellbeingem se v poslední době cítilo smutně, tj. rozdíl 13 p. b.

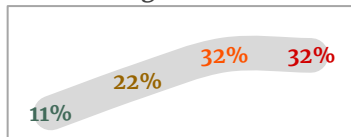


Důležité signifikantní odlišnosti v chování segmentů

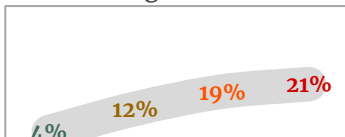
Mobil Apple



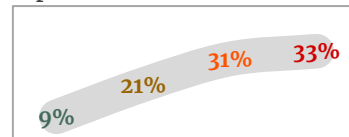
Technologie Hlídaní času



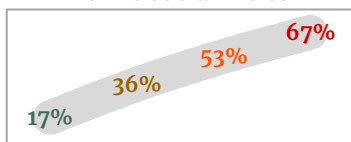
Technologie Denní limit



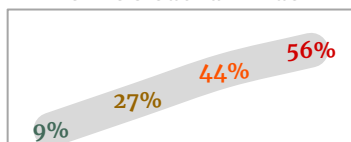
Způsobené zdravotní obtíže



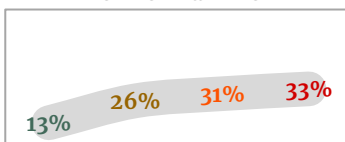
Denně sociální sítě



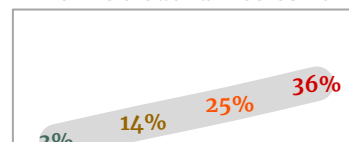
Denně sledování videí



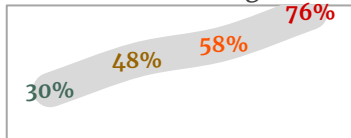
Denně hraní her



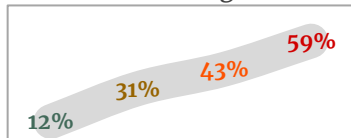
Denně sledování celebrit



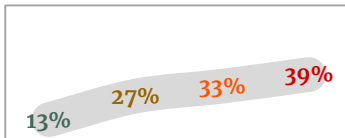
Denně Messenger



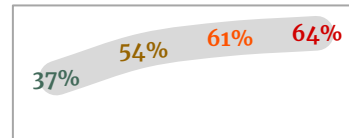
Denně Instagram



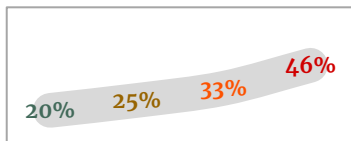
Denně YouTube



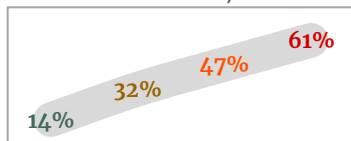
Denně Facebook



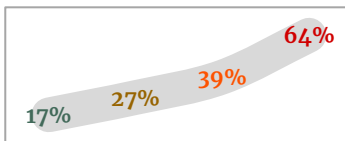
Pocit smutku



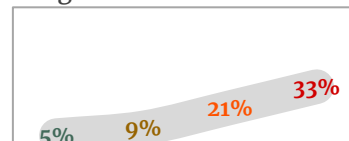
Často nervozita, úzkost



Často osamělost



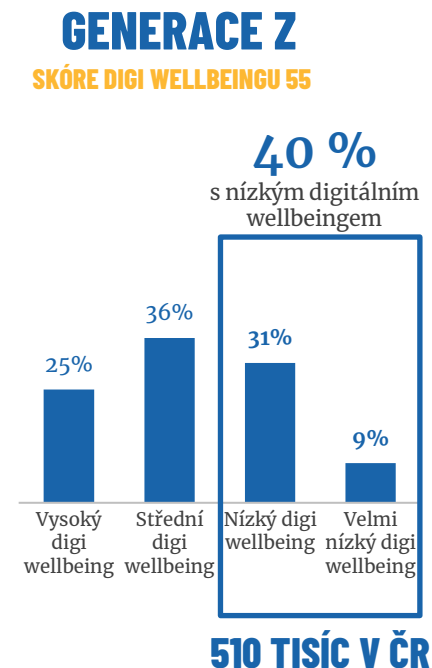
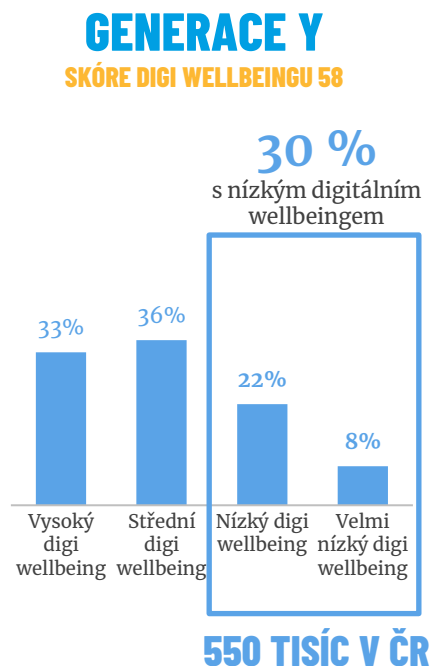
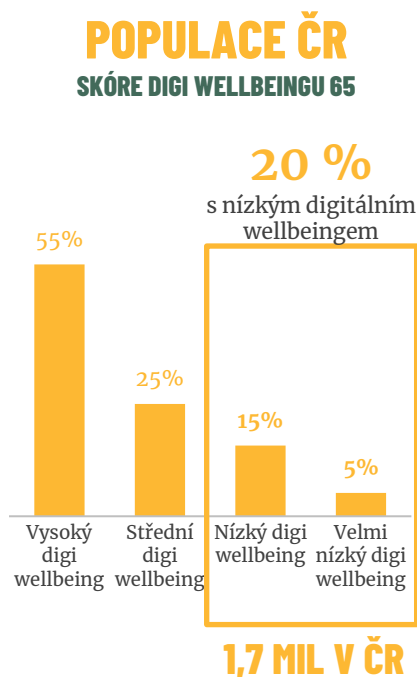
Negativní ovlivnění vztahů



Digitální wellbeing Generace Z a Y

Nízký digitální wellbeing hrozí zejména Gen Z

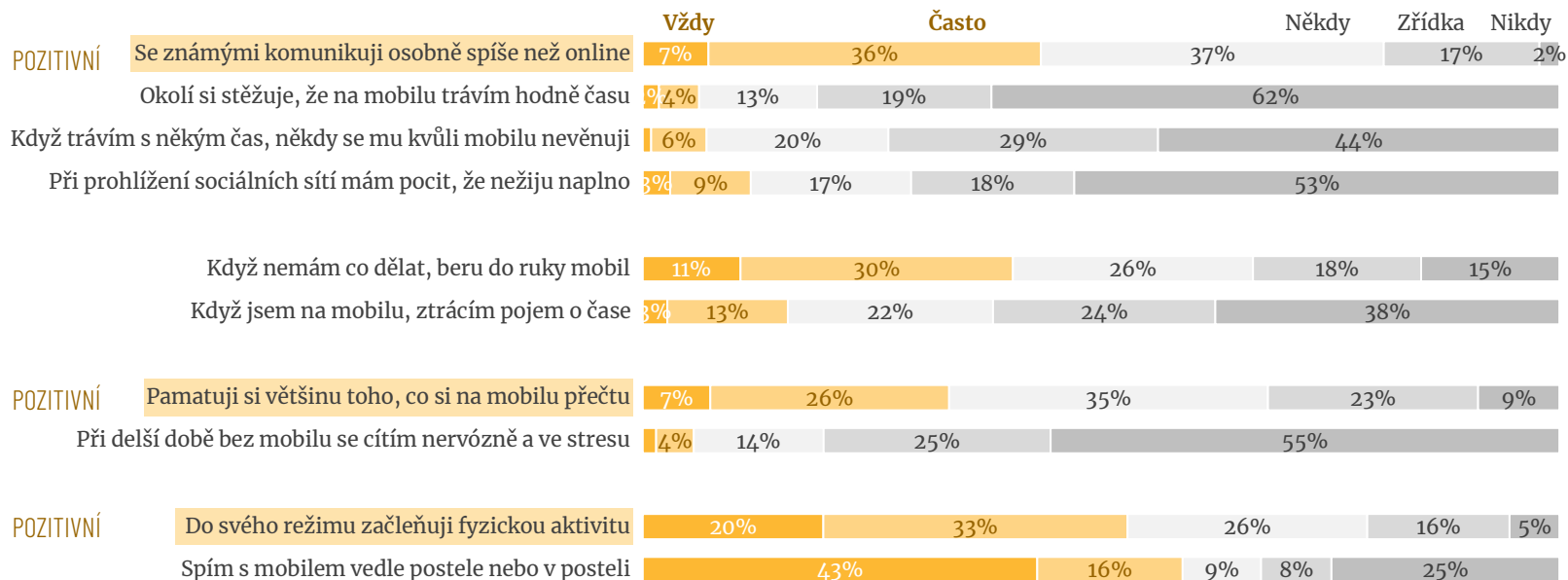
Ohrožení se ale nevyhýbá ani Mileniálům, kde je ohroženo 31 % z nich.



Problémem Čechů je spaní s mobilem vedle postele

Obecně si Češi vedou dobře v začleňování fyzické aktivity do denního režimu – 5 z 10 to dělá často.

POPULACE ČR



**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

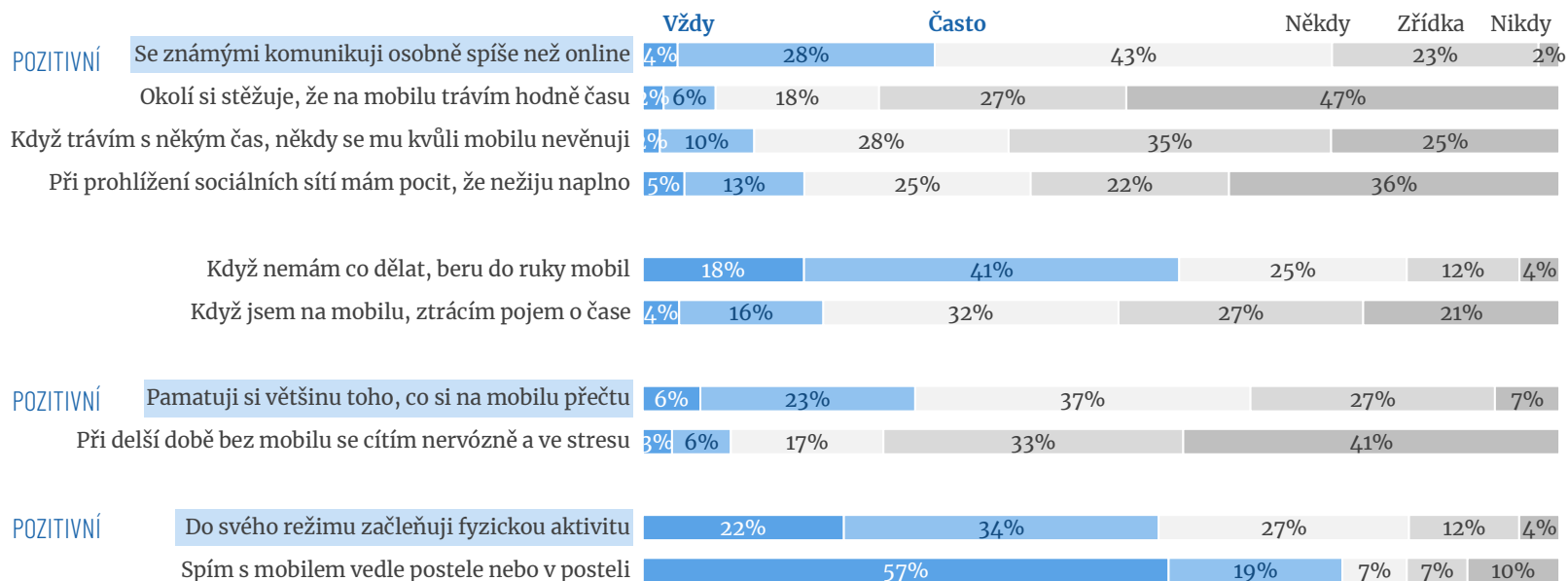
**PSYCHICKÝ
WELLBEING**

**FYZICKÝ
WELLBEING**

Mileniálové komunikují osobně méně než Gen Z

32 % Mileniálů často komunikuje osobně, u Gen Z je to 40 %.

GEN Y



**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

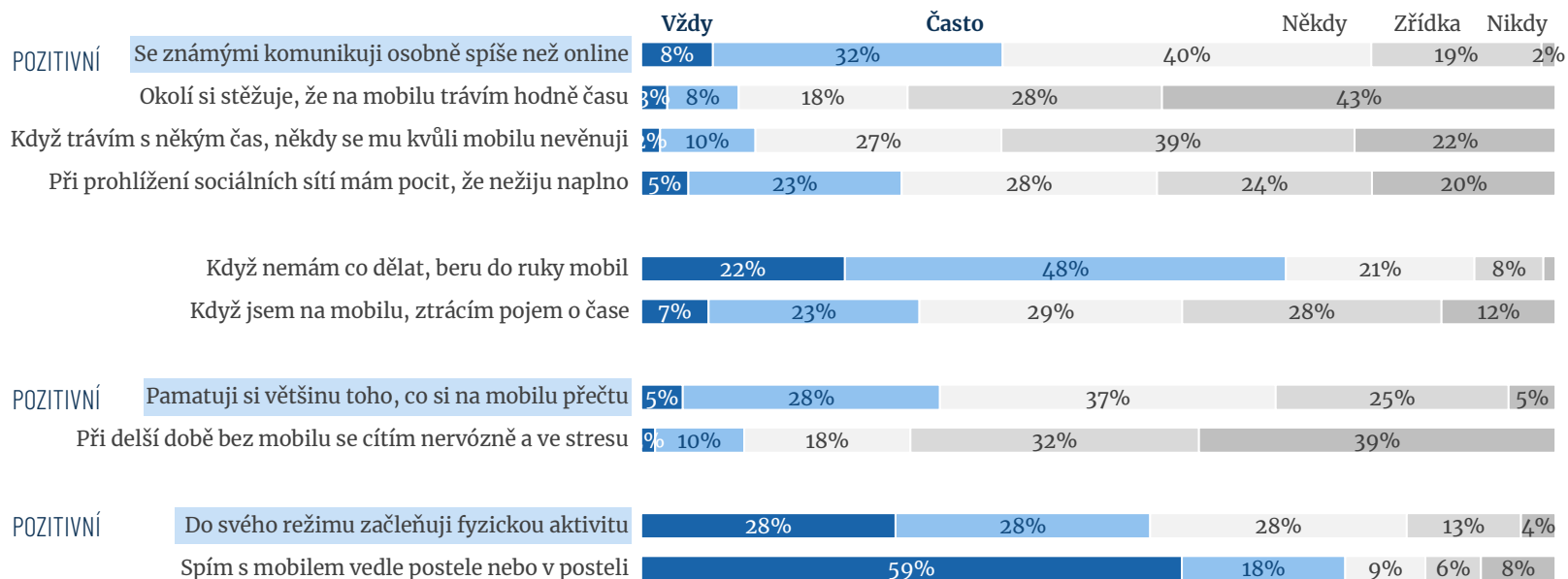
**PSYCHICKÝ
WELLBEING**

**FYZICKÝ
WELLBEING**

7 z 10 mladých bere do ruky mobil když se nudí

3 z 10 také tvrdí, že často ztrácí pojem o čase, když jsou na mobilu. 6 z 10 pak uvedlo, že ztrácejí pozornost aspoň někdy.

GEN Z



**SPOLEČENSKÝ
WELLBEING**

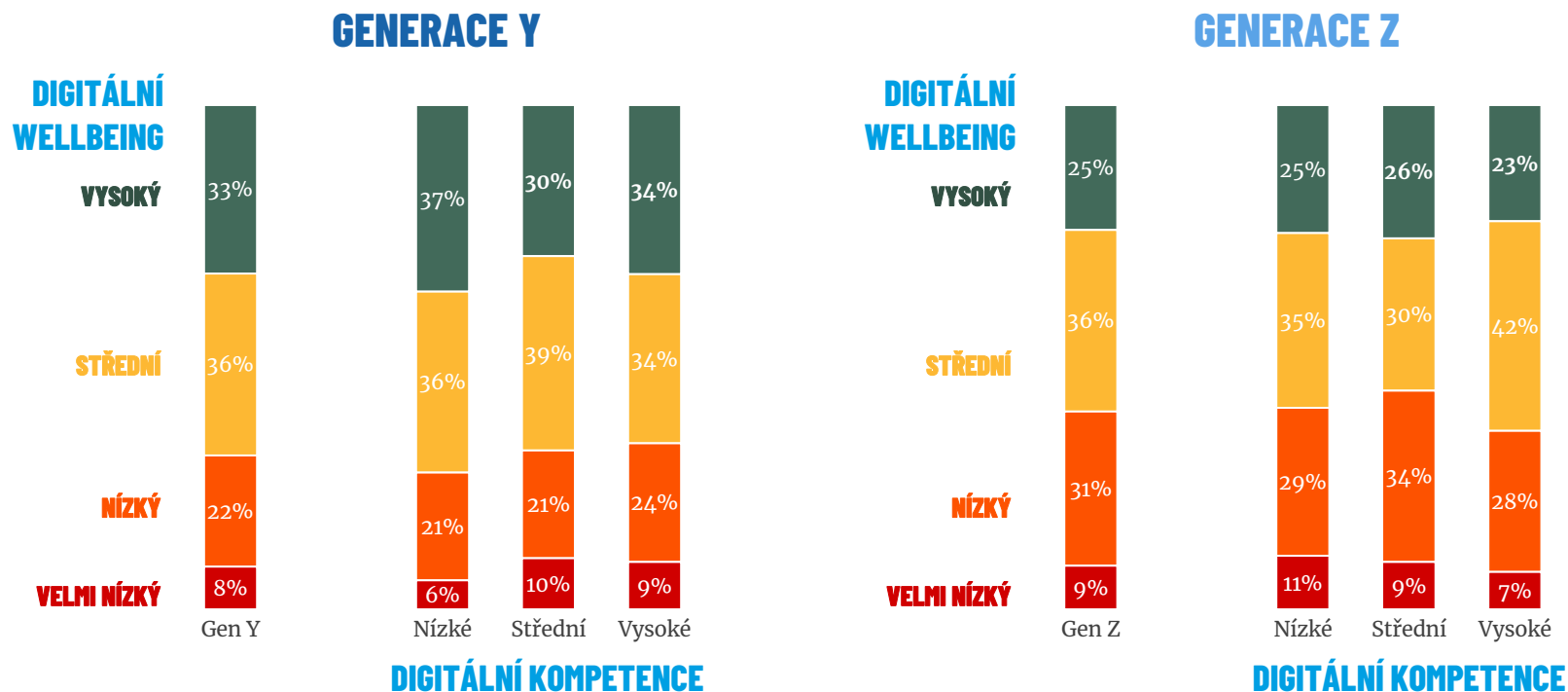
**PRODUKTIVITA
A VÝKONNOST**

**PSYCHICKÝ
WELLBEING**

**FYZICKÝ
WELLBEING**

Vyšší digitální kompetence snižují pravděpodobnost, že Gen Z bude velmi mít nízký digitální wellbeing

Gen Z s nízkými digitálními kompetencemi má 2,6krát větší šanci, že bude mít velmi nízký digitální wellbeing než Gen Z s vysokými digitálními kompetencemi.



Management digitálního wellbeingu

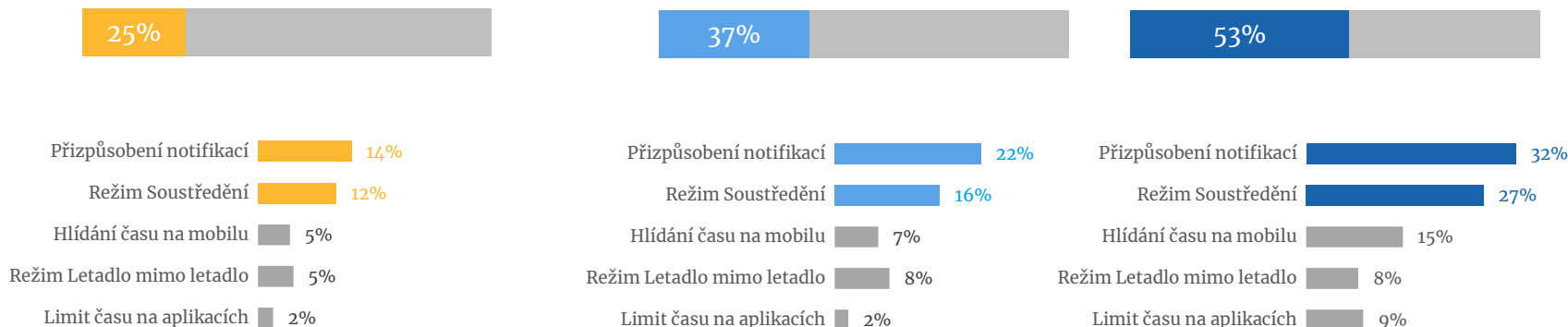
Čtvrtina populace pravidelně využívá technologie ke správě digitálního wellbeingu

POPULACE ČR

GENERACE Y

GENERACE Z

Pravidelně využívá
některou technologii



Další vzdělávání a seberozvoj v kontextu digitálních technologií

6 z 10 Čechů si zjišťuje, jak se na mobilu **chovat bezpečně**, častěji Gen Z

Vyhledává informace
o bezpečném chování

POPULACE ČR

5,1 MIL V ČR

Pravidelně Občas



Vyhledávače 29%

Speciální weby 21%

Sociální sítě 20%

Mobilní operátoři 12%

Influenceri 6%

GENERACE Y

1,1 MIL V ČR

Pravidelně Občas



Vyhledávače 32%

Speciální weby 22%

Sociální sítě 27%

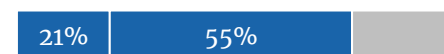
Mobilní operátoři 11%

Influenceri 7%

GENERACE Z

980 TISÍC V ČR

Pravidelně Občas



Vyhledávače 34%

Speciální weby 20%

Sociální sítě 44%

Mobilní operátoři 11%

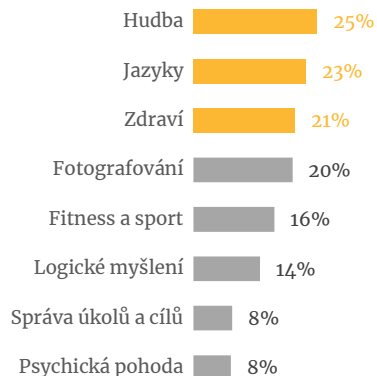
Influenceri 21%

Vzdělávání na mobilu **praktikuje většina**

Nejčastěji si Češi stahují aplikace týkající se hudebního vzdělávání, jazyků a zdraví. Mladé ale místo zdraví zajímá spíše fitness. Aplikaci pro psychickou pohodu má 8 % Čechů.

POPULACE ČR

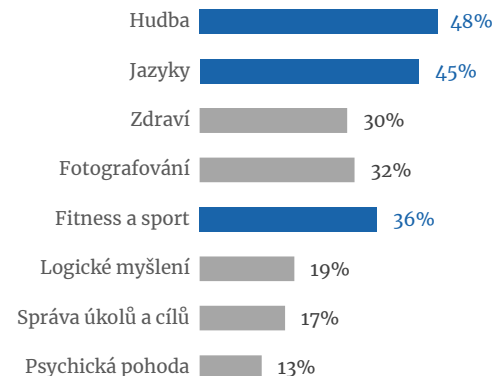
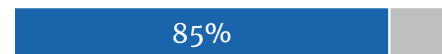
Používá
vzdělávací aplikace



GENERACE Y



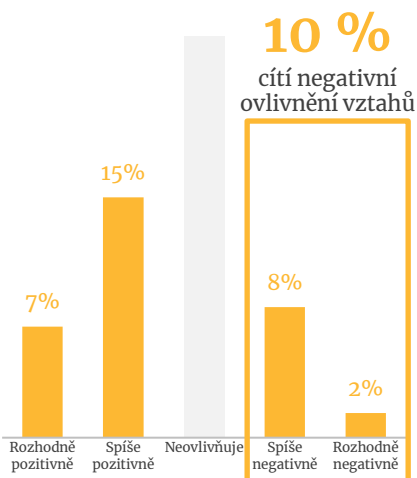
GENERACE Z



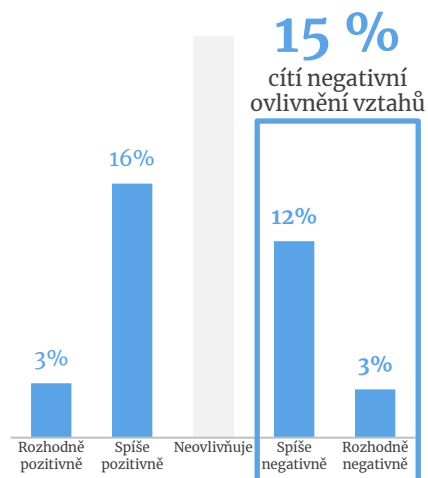
Společenské vazby a mobilní telefon

1 z 10 Čechů vnímá, že mobil negativně ovlivňuje společenské vazby

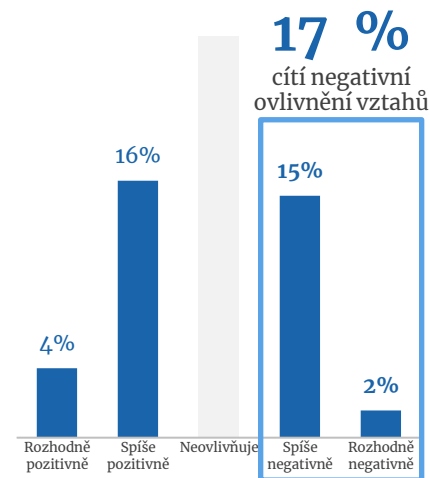
POPULACE ČR



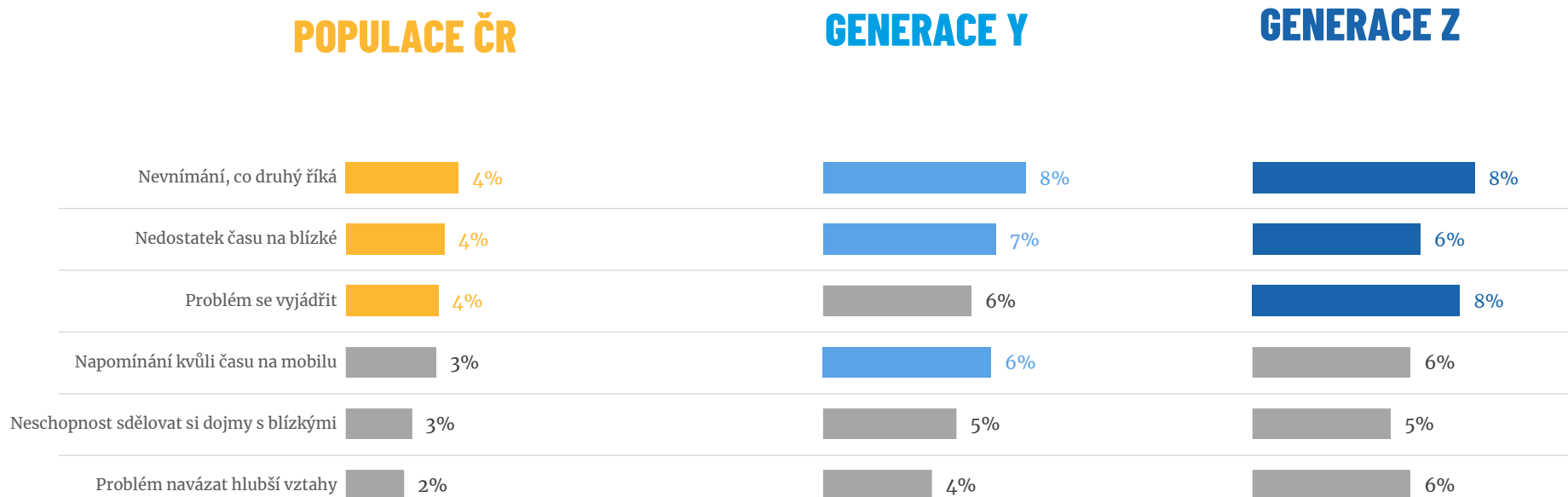
GENERACE Y



GENERACE Z



Nejčastějšími příznaky jsou nepozornost a nedostatek času na blízké



Fyzické zdraví a mobilní telefon

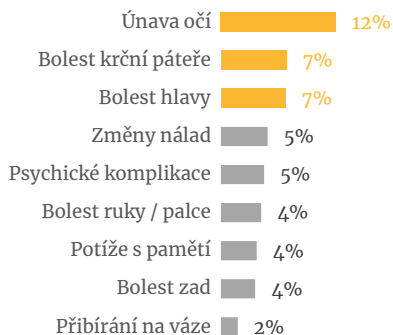
Pětina Čechů si myslí, že jim mobil negativně ovlivňuje zdraví

Více jsou si jemu vědomi nejmladší Češi z Generace Z.

POPULACE ČR

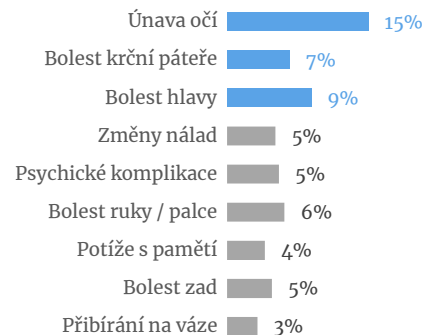
1 400 TISÍC V ČR

Mobil způsobuje zdravotní potíže



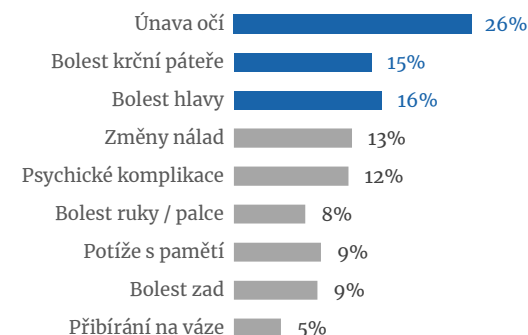
GENERACE Y

360 TISÍC V ČR



GENERACE Z

420 TISÍC V ČR





Kamil Kunc

Client Service Director

m (+420) 777 825 723

e kamil.kunc@nms.cz



Tereza Friedrichová

Client Service Executive

m (+420) 733 610 461

e tereza.friedrichova@nms.cz

NMS Market Research

U Nikolajky 13, 150 00 Praha 5

t (+420) 222 351 611

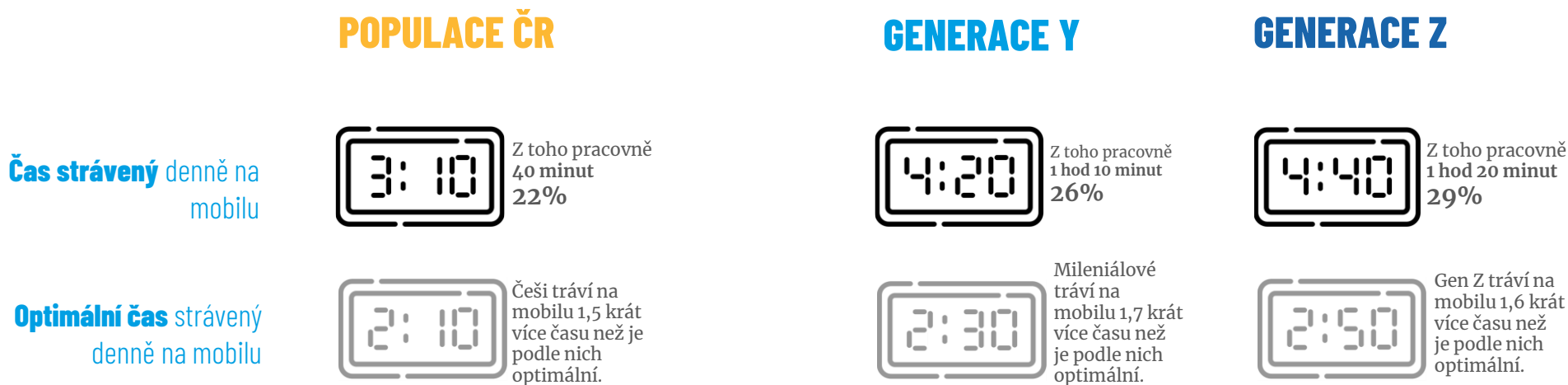
w www.nms.cz

nms ■

Příloha

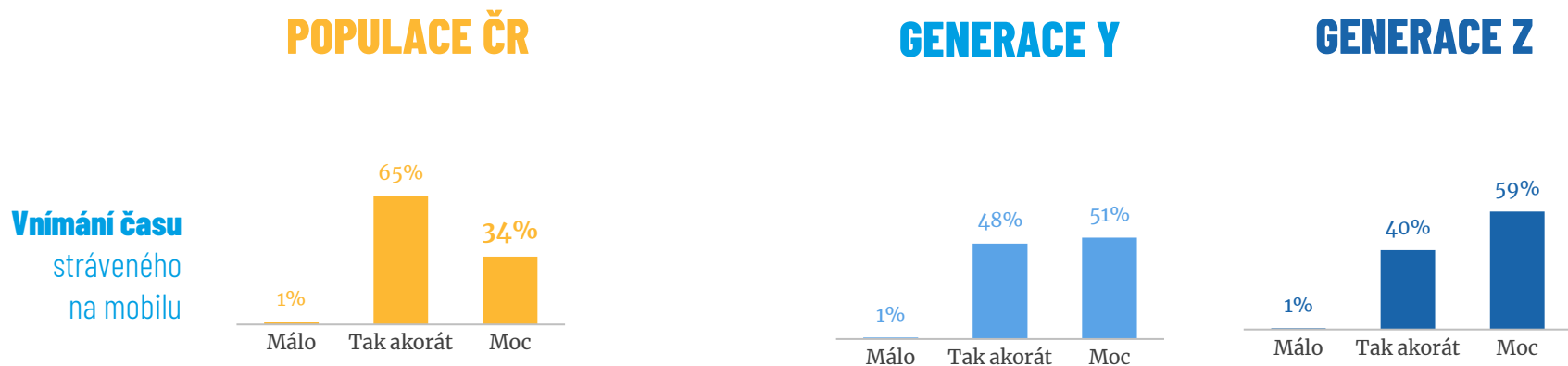
Češi jsou na mobilu **1,5** krát déle než je optimální

Průměrný Čech Gen Z tráví na mobilu denně průměrně až 4 hodiny a 40 minut. Oproti obecné populaci ČR ale mladí lidé mobil častěji využívají k pracovním nebo školním povinnostem.



6 z 10 Čechů tráví na mobilu **tak akorát času**

Tak odpovídají i přesto, že si uvědomují, že by na mobilu měli trávit času méně. Pouze třetina Čechů si je vědoma, že by měli svůj čas na mobilu omezovat.



Mezi mladými lidmi je oproti populaci ČR **vyšší podíl** těch, kteří si uvědomují, že by měli čas strávený na mobilu omezit.

Gen Z se aktivitami na mobilu liší od zbytku populace

Zatímco Populace ČR i Mileniálové denně čtou zprávy, Gen Z na denní bázi nejvíce komunikuje s přáteli. Častěji než obecná populace i Mileniálové se denně na mobilu dívají na videa, či sledují influencery.

