

## I pro děti už jsou chytré technologie standardem, ve skupině 10–14 let má vlastní smartphone 8 z 10 dětí

*V dnešní době je již samozřejmostí, že děti velmi dobře ovládají moderní technologie a hojně je využívají i pro svoji zábavu. Jak na tom jsou konkrétně české děti ve věku 6–14 let, zjišťovala studie realizovaná společností Nielsen Admosphere v říjnu 2016 na vzorku 1031 dětí, ze které vybíráme nejzajímavější data.*

Základním poznatkem studie je, že mezi zkoumanými věkovými skupinami (6–7 let, 8–9 let, 10–11 let a 12–14 let) se projevují značné rozdíly v přístupu k moderním technologiím, konkrétně třeba v otázce jejich vlastnictví a používání.

Otázka, které z elektronických zařízení, jež děti pravidelně využívají, jsou jejich vlastní, například ukázala, že ve skupině 6–14 let mají děti nejčastěji svůj vlastní **smartphone** a hned na druhém místě **tablet**. Zatímco však u tabletu zaznamenáváme menší rozdíly napříč dotazovanými věkovými skupinami (rozdíly mezi věkovými skupinami jsou maximálně 13 %), tak u smartphonu platí, že čím starší dítě, tím je větší pravděpodobnost, že má vlastní chytrý telefon. Ze studie vyplývá, že už 8 z 10 dětí ve věku 10–14 let má svůj osobní smartphone.



**Internet** ve svém smartphonu nevyužívají pouze 4 % dětí. Téměř tři čtvrtiny se na svém chytrém telefonu připojují k internetu pouze prostřednictvím **wi-fi**, 3 % využívají **předplacená mobilní data** a o něco více než pětina využívá **jak wi-fi, tak mobilní data**.

Nejsilnější konzumenti moderních technologií jsou ve zkoumané skupině nejstarší děti ve věku **12–14 let**. Pouze 2 % dětí v tomto věku nevlastní žádné elektronické zařízení. Z činností, které děti v tomto věku pravidelně (alespoň jednou týdně) dělají na mobilních telefonech, je nejčastější poslech hudby

(77 %), hraní her (70 %), pořizování fotek a videí, elektronická komunikace s kamarády, návštěva sociálních sítí (68 %) a sledování videí (60 %). Využívání mobilních zařízení k různým činnostem roste s věkem dětí. U těch, kteří mobilní telefon používají, roste nejvýrazněji jeho využití v oblasti elektronické komunikace, návštěvy sociálních sítí, vyhledávání informací ve vyhledávačích, ale také využívání k přípravě do školy, které alespoň jednou týdně deklaruje 31 % dětí ve věku 12–14 let.

**Volně prodejná studie Děti a nová média 2016, Nielsen Admosphere, N=1031, děti respondentů internetové populace ČNP, 6–14 let, říjen 2016**

**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)

**Hana Friedlaenderová** | Senior Research Manager

[Hana.Friedlaenderova@admosphere.cz](mailto:Hana.Friedlaenderova@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.