



# Tylko LOL-kontent i gamepleje?

o Zetkach i mediach bez stereotypów

---



**JOANNA KOPEĆ**

NIELSEN



# MIT

#zombie scrolling  
#smartwica  
#LOL-content



ZETKI

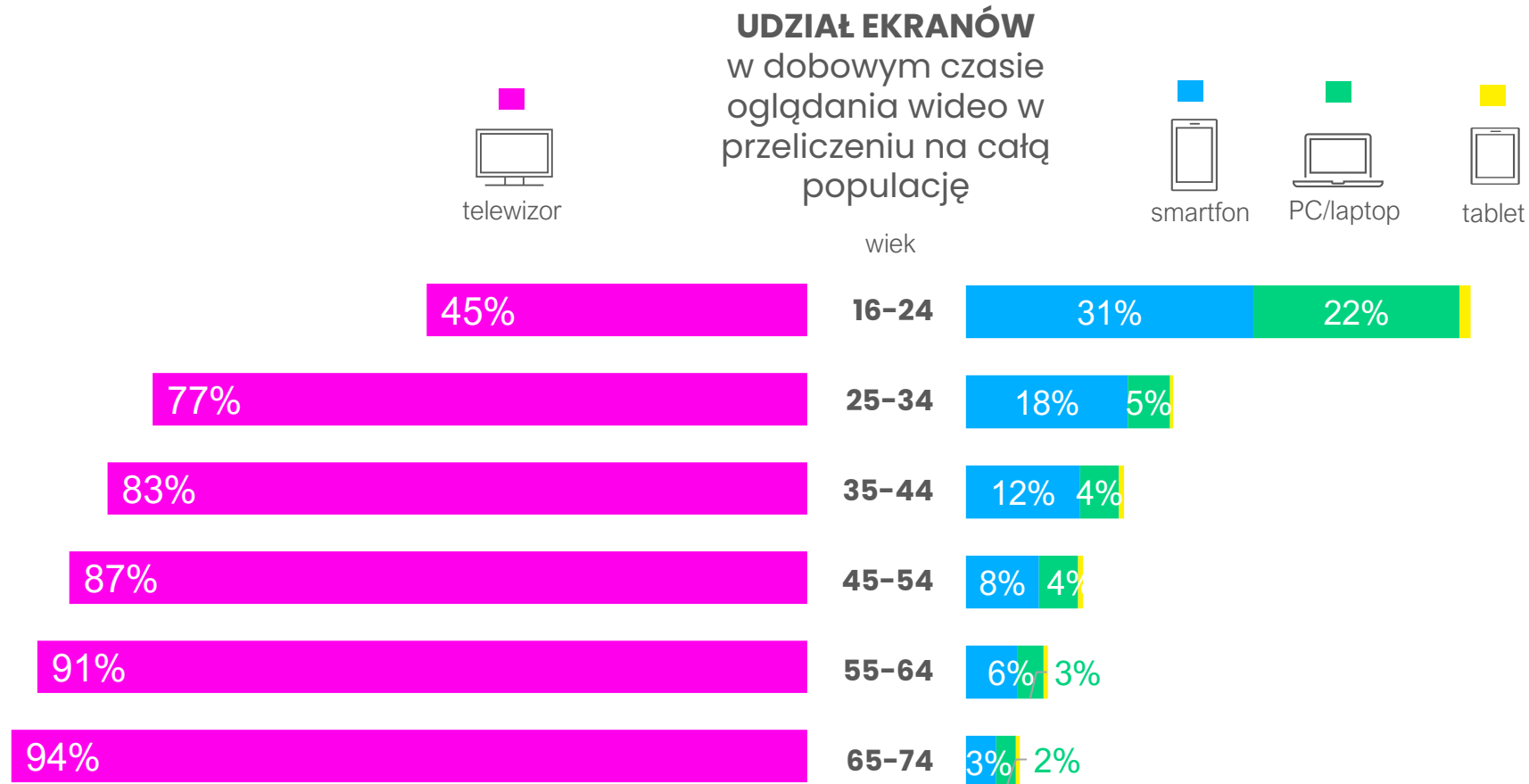
# PRZEPAŚCI

#couch potato  
#telewizyjna papka  
#na pasku grozy



SILVERSI

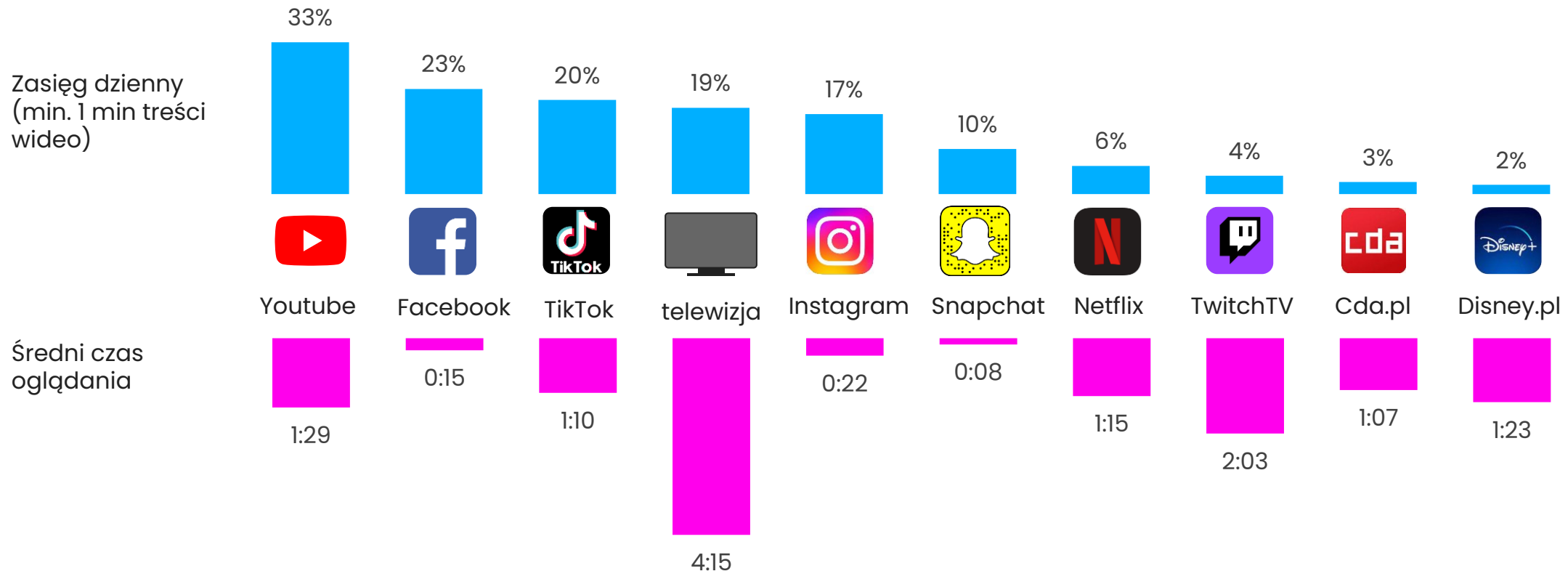
# GenZ jest pokoleniem najbardziej „mobilno-ekranowym”



Źródło: Nielsen, panel telemetryczny, Q1 2024, udział w ATV (średnim dobowym czasie oglądania przeliczonym na populację - Average Time of Viewing)

# Przeciętny dzień z życia pokolenia Z

TOP 10 MEDIÓW WIDEO W GRUPIE 16-24 (OGLĄDALNOŚĆ W DOMACH NA 4 EKRANACH)



Źródło: Nielsen, panel telemetryczny, Q1 2024, zasięg dzienny, średni dobowy czas oglądania wśród widzów danego medium (Average Time Spent) TG 16-24, oglądalność in-home na 4 ekranach, pomiar streamingu wideo online w domowej sieci internetowej

”

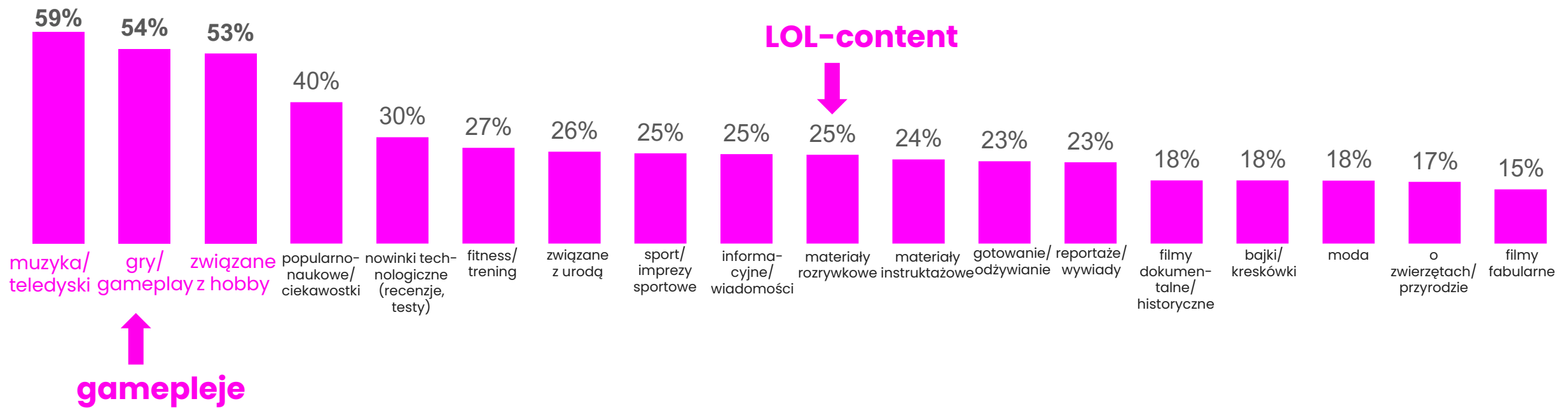
*„Co może wiedzieć o świecie ktoś kto nie korzysta z YouTube?”*

(kobieta, 17 lat)

**YouTube dla  
GenZ jest bardzo  
bliskim,  
ważnym i dobrze  
zadomowionym  
medium**

# Dla GenZ YouTube to bogactwo różnorodnych treści i możliwość podążania za zainteresowaniami

## TEMATYKA OGLĄDANYCH MATERIAŁÓW WIDEO



Źródło: Nielsen, Wideonauci 2023, respondenci w wieku 16-24 korzystający z YT, odsetki wskazań tematyki materiałów, które zdarza się oglądać na Y N= 239;

# Dwa oblicza YouTube



VS



**SELEKCJA**

**RANDOM**

# Dwa oblicza YouTube

## SELEKCJA VS RANDOM

”

*Vlog Casha i Planeta Abstrakcja to nasze ulubione kanały na YouTube. Oni wszyscy podróżują po dziwnych miejscach, omijają komercję i świetnie wchodzą w świat lokalny. Bardzo im kibicujemy i podziwiamy. Sami kiedyś tak ruszymy w podróż.*

(kobieta 24 lat)

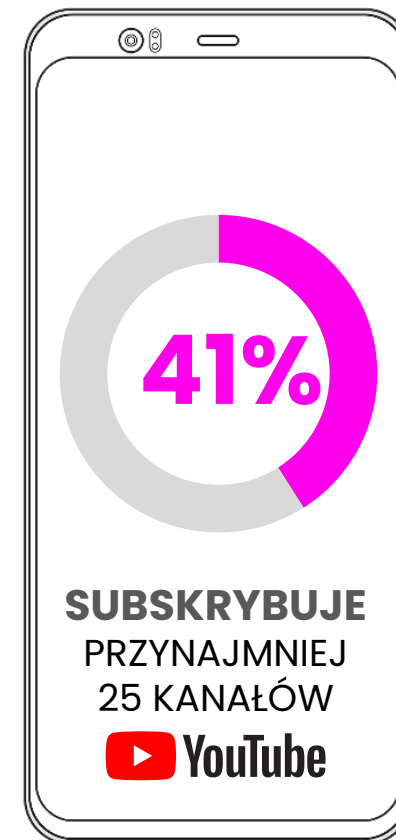
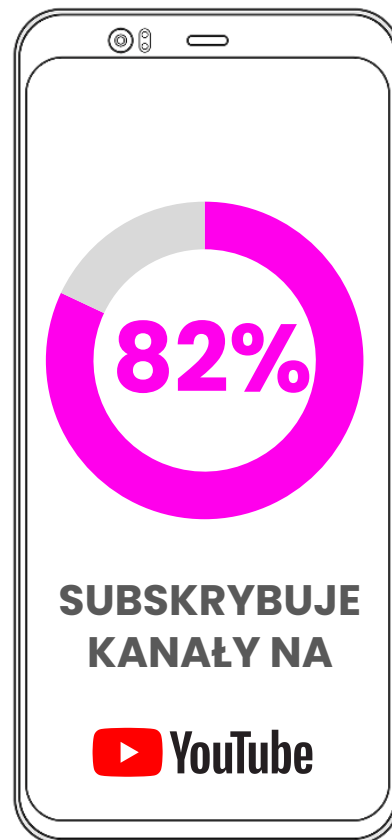
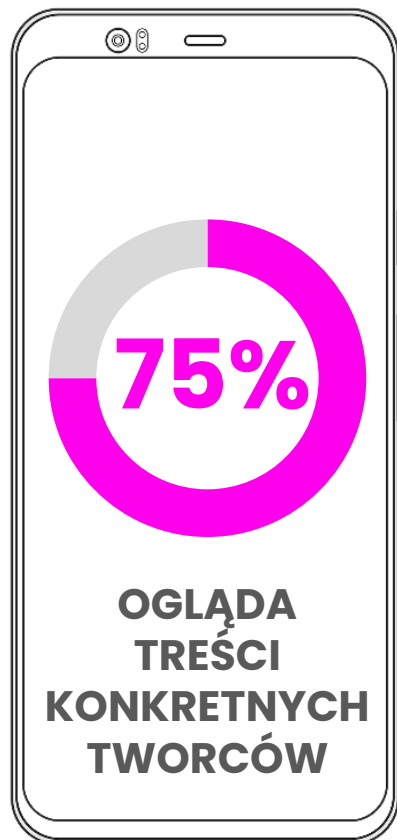
”

*Oglądam shortsy na YT **jak jestem w ruchu** czy w jedynym miejscu, gdzie rodzice nie wejdą czyli łazience.*

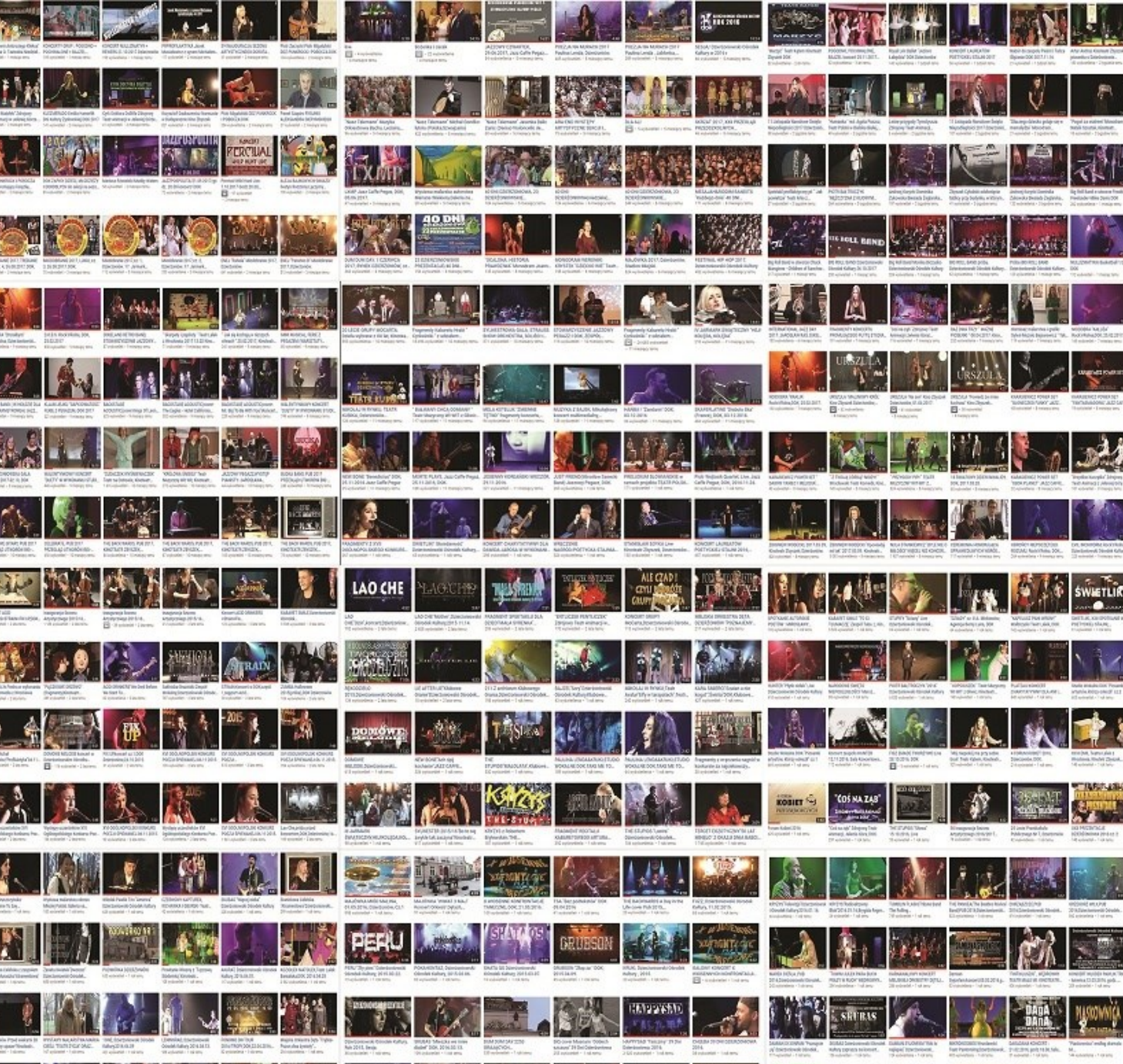
(mężczyzna, 17)



# GEN Z + YouTube = WM



Źródło: Nielsen, Wideonauci 2023, respondenci w wieku 16-24 korzystający z YT, N= 239;



# Lista subskrybowanych kanałów to dla młodych swoista „wizytówka” i waluta społeczna

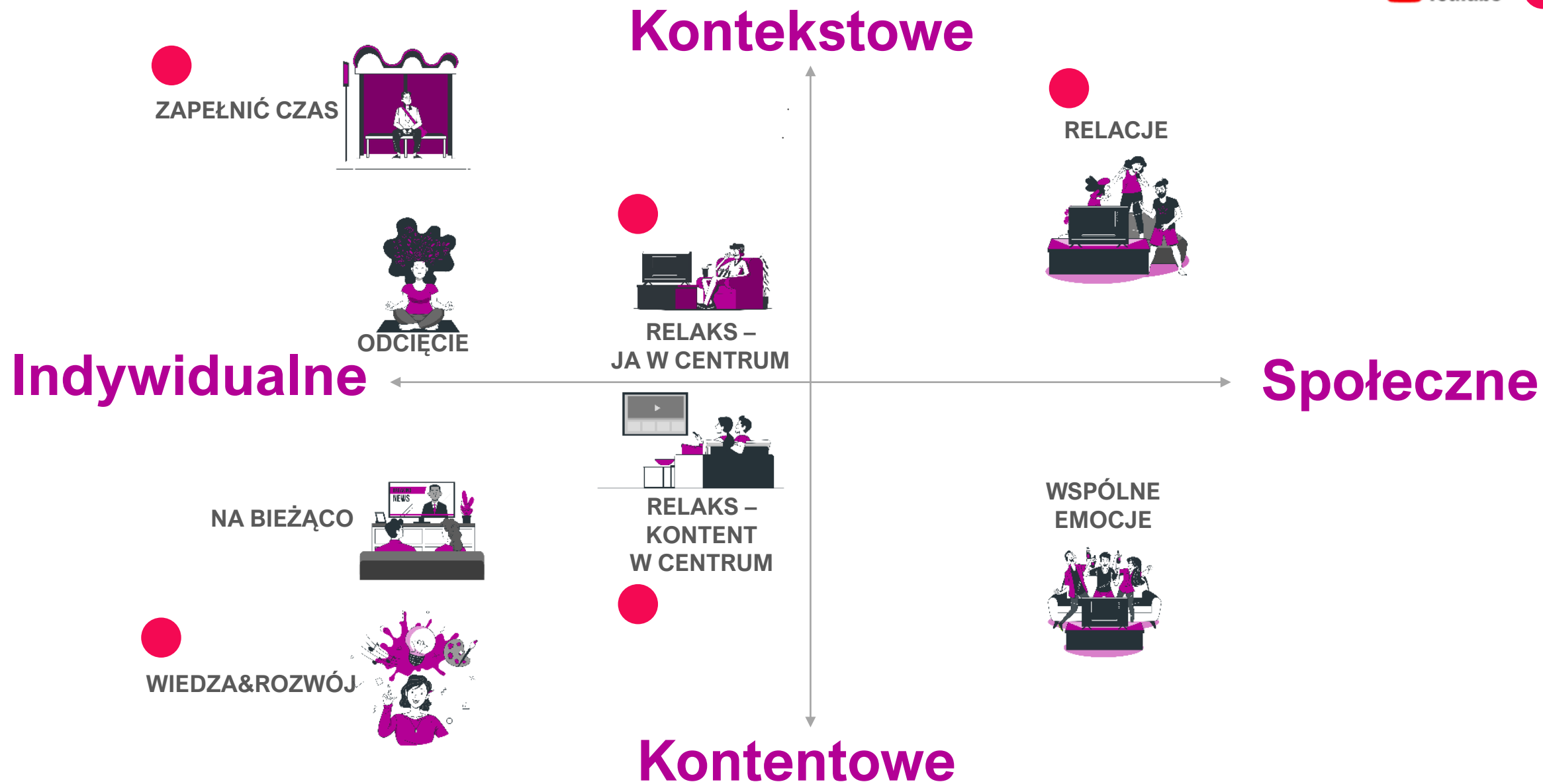


Ja mam z 300 załapkowanych kanałów. Oglądam z tego pewnie z 10-15. Reszta no jest. Jak czasem się nudzimy i przeglądamy sobie YouTube, to mam co pokazać.

(kobieta, 21 lat)

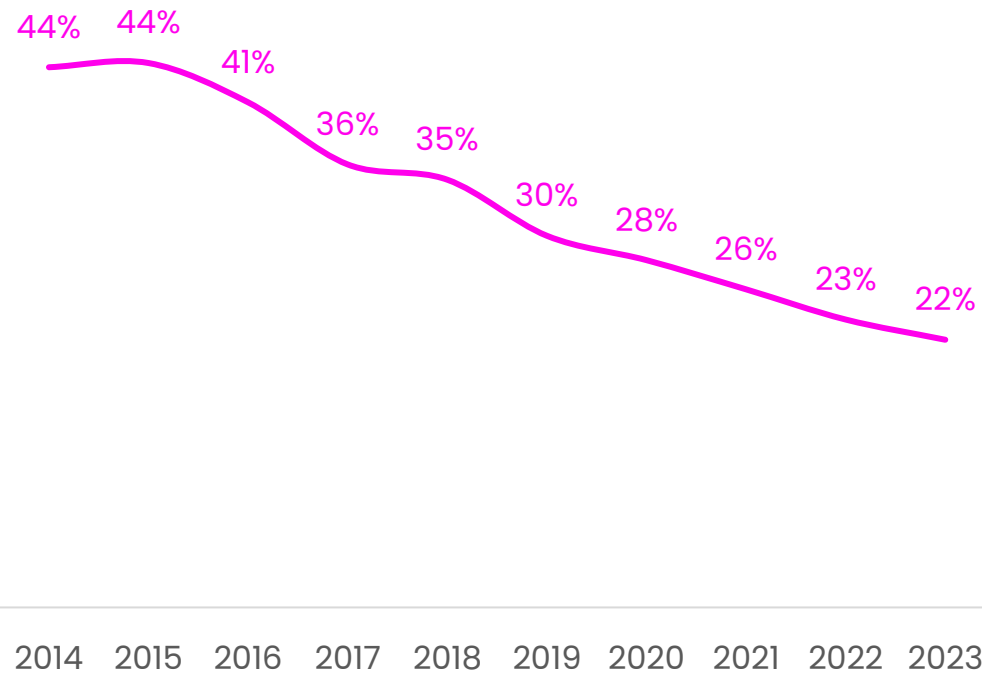
Źródło: Badanie etnograficzne Wideonauci





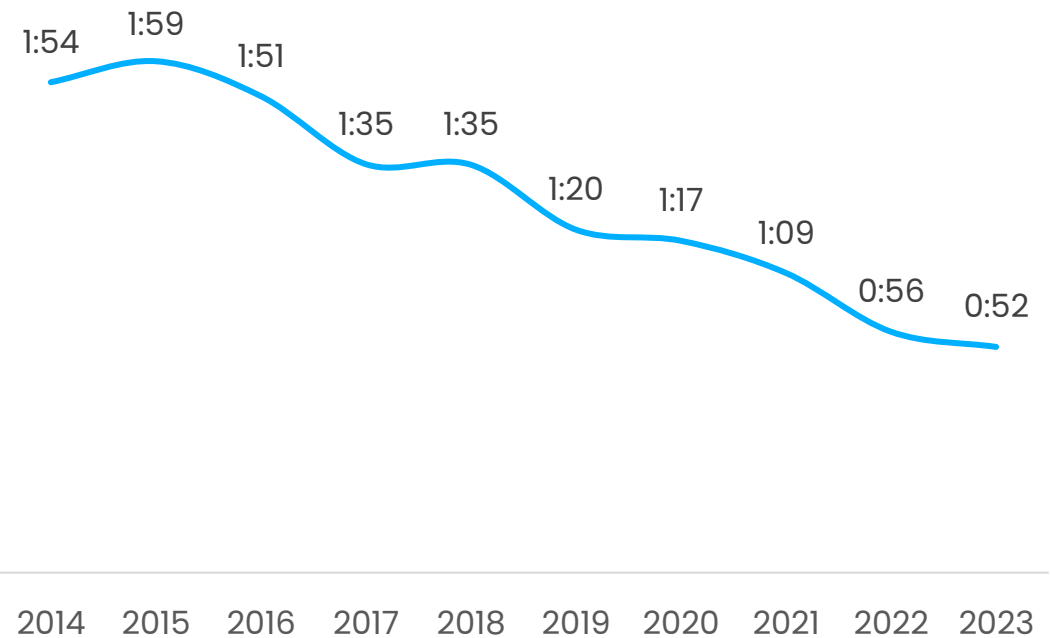
# #10 year challenge dla telewizji linearnej

● Dzienny zasięg telewizji



● Średni dobowy czas oglądania telewizji w populacji 16-24

(ATV; h:mm)



Źródło: Nielsen, Panel telemetryczny, 2014-2023, RCH%, ATV, TG: 16-24



# Oferta telewizji linearnej nie jest skrojona unikalnie pod młodego widza

Top programów z Q1 2024 z najwyższą oglądalnością w grupie 16–24



**MECZ POLSKA-  
WALIA**



**MECZ POLSKA-  
ESTONIA**



**M JAK MIŁOŚĆ**



**NA DOBRE I NA  
ZŁE**



**FAKTY**



**KEVIN SAM  
W NOWYM JORKU  
/FILM/**

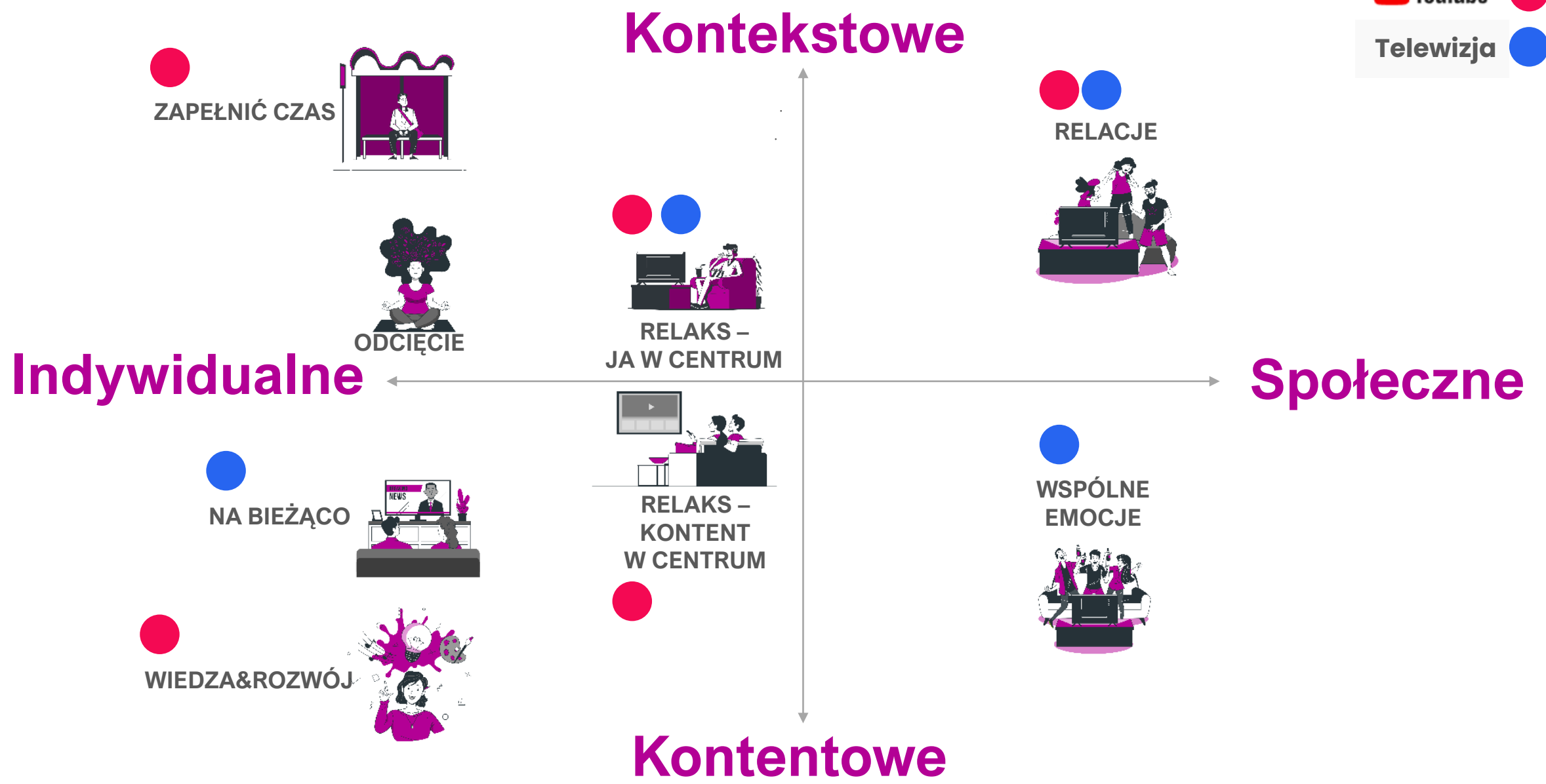
# 64%

## Oglądanie telewizji to dla Zetek doświadczenie wspólnotowe

---

% CZASU OGLĄDANIA TV SPĘDZANE PRZEZ GEN Z (16-24)  
NA OGLĄDANIU WSPÓLNYM Z INNYMI OSOBAMI  
W WIEKU 16+

(OGÓLEM WIDZOWIE 4+ | 48%)



Źródło: Nielsen, opracowanie na podstawie analizy danych pasywnych, obserwacji etnograficznych, wywiadów z widzami, badań deklaratywnych w ramach projektu Wideonauci 2021 i 2023

”

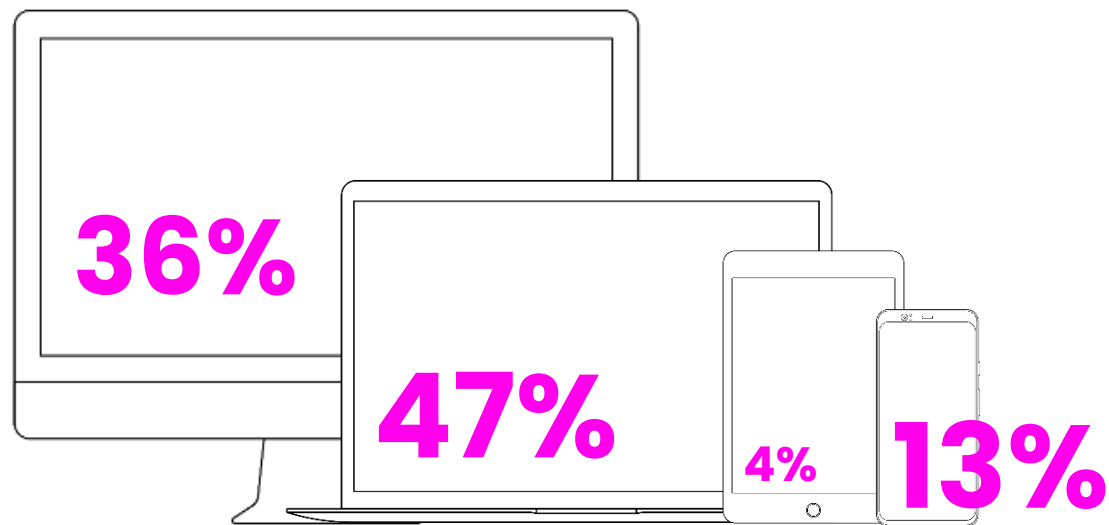
„Netflix to jest już taka oczywistość, mam tam mnóstwo seriali, które chcę obejrzeć ale szukam czasem czegoś nowego co **pozwoi mi się wkręcić**”

(kobieta, 22 lata)

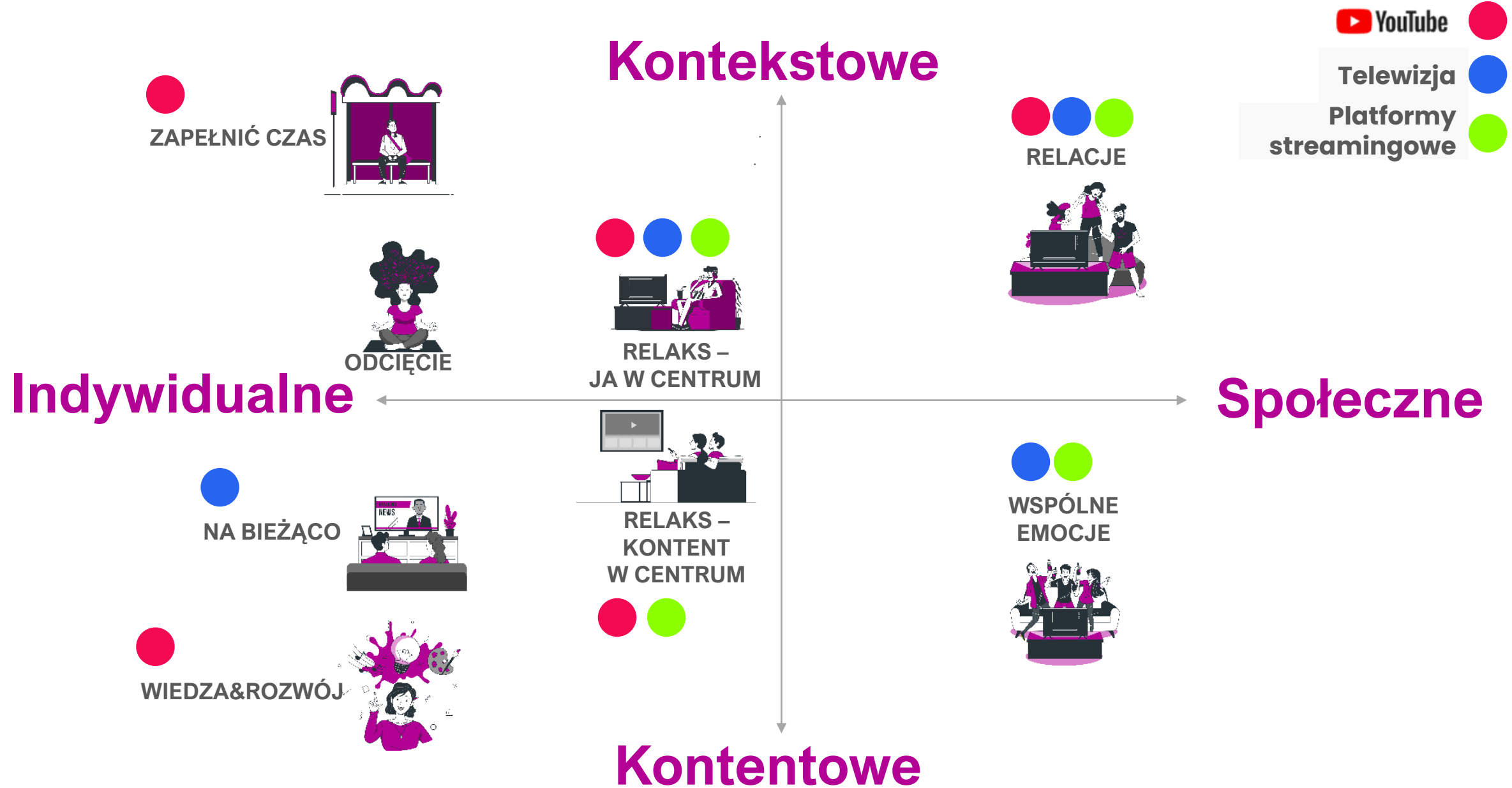
**Platformy streamingowe uzupełniają na życzenie ofertę filmowo-serialową, dodając wymiar ekscytacji treścią**



## UDZIAŁ EKRAŃÓW W OGLĄDALNOŚCI TREŚCI WIDEO Z PLATFORM STREAMINGOWYCH



**Przy filmach  
i serialach  
smartfon  
przegrywa z  
większymi  
ekranami**



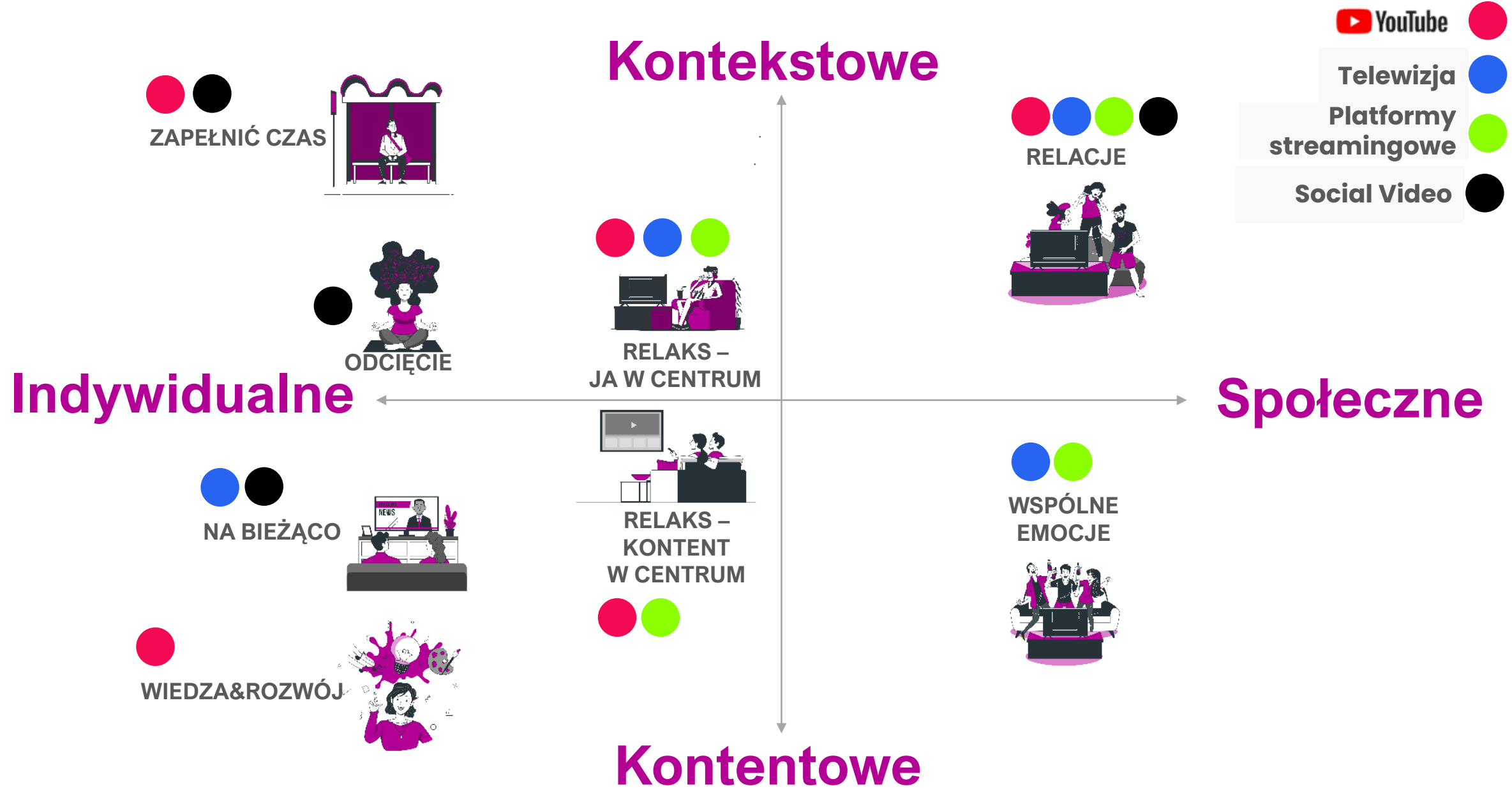
Źródło: Nielsen, opracowanie na podstawie analizy danych pasywnych, obserwacji etnograficznych, wywiadów z widzami, badań deklaratywnych w ramach projektu Wideonauci 2021 i 2023



# Social Video – smartfon wspólnym mianownikiem

## Rozrywka, dystrakcja i inspiracja na wyciągnięciu ręki

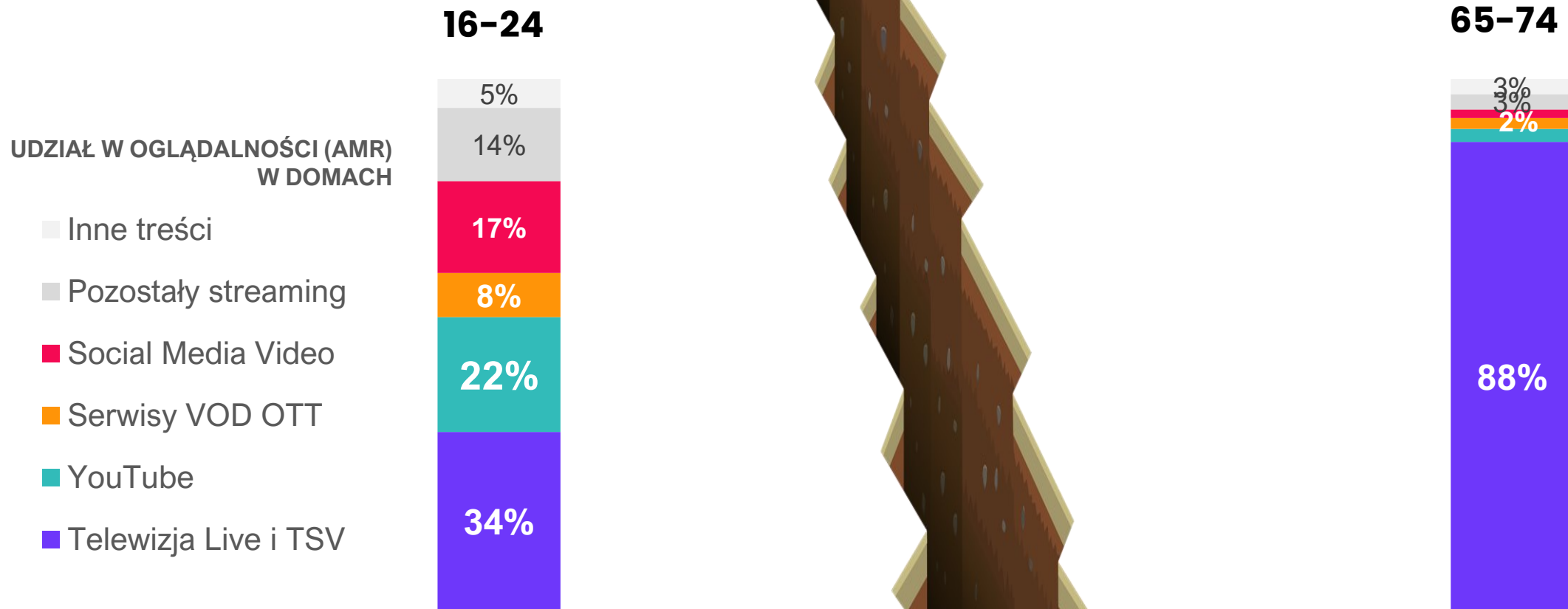
*Źródło: Nielsen, Panel telemetryczny, Q1 2024, Udział w AMR – oglądalność in-home na 4 ekranach, pomiar streamingu wideo online w domowej sieci internetowej*



Źródło: Nielsen, opracowanie na podstawie analizy danych pasywnych, obserwacji etnograficznych, wywiadów z widzami, badań deklaratywnych w ramach projektu Wideonauci 2021 i 2023

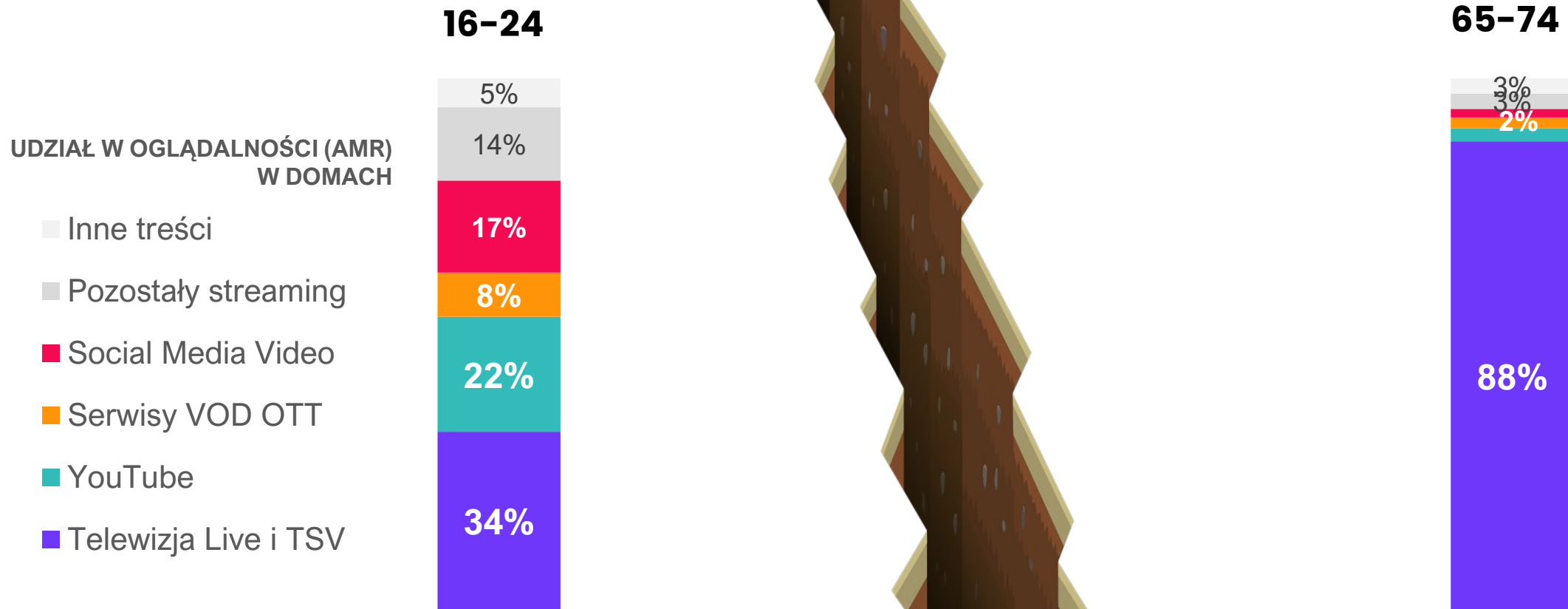


# Łatwo dać się zwieść opowieści o skrajnościach



Źródło: Nielsen, Panel telemetryczny, Q1 2024, Udział w AMR – oglądalność in-home na 4 ekranach, pomiar... online w domowej sieci internetowej

# Pełen obraz opowiada jednak inną historię



Źródło: Nielsen, Panel telemetryczny, Q1 2024, Udział w AMR – oglądalność in-home na 4 ekranach, pomiar streamingu wideo online w domowej sieci internetowej



**Dziękuję za uwagę**