**Τρόπους ψηφιακής “αποτοξίνωσης” αναζητά 1 στους 2 καταναλωτές**

Στα όρια της ψηφιακής κόπωσης βρίσκεται, πλέον, ένα σημαντικό τμήμα του παγκόσμιου πληθυσμού. Την ίδια στιγμή, που το 54% των καταναλωτών θεωρεί το Διαδίκτυο αναπόσπαστο τμήμα της κοινωνικής του ζωής, σχεδόν ένας στους δύο πολίτες αναζητά τρόπους να απομακρυνθεί από συσκευές συνδεδεμένες στο Διαδίκτυο.

Πιο συγκεκριμένα, το 45% των πολιτών ψάχνει ενεργά χρόνο μακριά από το κινητό του τηλέφωνο και από άλλες συσκευές συνδεδεμένες στο Διαδίκτυο. Μάλιστα, οι νέοι φαίνεται ότι βρίσκονται ακόμη πιο κοντά στα όρια της ψηφιακής κούρασης, καθώς το 53% των νέων, ηλικίας 25-34 ετών, αποζητά την ψηφιακή του …αποτοξίνωση.

Η μερίδα των πολιτών, οι οποίοι νιώθουν όλο και πιο έντονα εξαρτημένοι από το Διαδίκτυο και οι οποίοι αναζητούν πλέον τρόπους …απεξάρτησης από το Internet, διαρκώς αυξάνεται. Για παράδειγμα, το ποσοστό εκείνων που αναζητούν χρόνο μακριά από το κινητό τους από 41% το 2017, βρέθηκε στο 45% το 2019.

Σήμερα, όπως προκύπτει από την παγκόσμια έκθεση της ΕΥ, “Decoding the digital home”, πάνω από το ένα τέταρτο (28%) των νοικοκυριών παραδέχεται ότι δαπανά τουλάχιστον 30 ώρες σε εβδομαδιαία βάση. Η προσπάθεια αυτών των νοικοκυριών να απεξαρτηθεί από το Διαδίκτυο φαίνεται και από το γεγονός ότι το αντίστοιχο ποσοστό το 2017 ήταν 34%. Επίσης, το ποσοστό εκείνων, που δαπανούν λιγότερες από 10 ώρες στο Internet, αυξήθηκε από 18% το 2017 σε 21% το 2021.

**Προσωπικά δεδομένα**

Η έρευνα δείχνει ότι αυξανόμενες βαίνουν και οι ανησυχίες των πολιτών σχετικά με τα προσωπικά τους δεδομένα, με το 72% να είναι σκεπτικό ως προς τη γνωστοποίηση προσωπικών τους δεδομένων, ακόμα και σε αξιόπιστες ιστοσελίδες. Κι ενώ οι περισσότεροι ερωτηθέντες δηλώνουν ιδιαίτερα προσεκτικοί σε θέματα γνωστοποίησης των προσωπικών τους δεδομένων, το 41% των πολιτών στις ΗΠΑ και τη Μεγάλη Βρετανία πιστεύει πως τα δεδομένα τους δεν θα είναι ποτέ απολύτως ασφαλή.

**Περί εμπιστοσύνης**

Η κρίση εμπιστοσύνης των πολιτών προς το Διαδίκτυο και τις συνδεδεμένες συσκευές επηρεάζει - σε ένα βαθμό - και την υιοθέτηση προϊόντων και υπηρεσιών “έξυπνου” σπιτιού (smart home). Παρά το γεγονός ότι η ζήτηση “έξυπνων” συσκευών αυξάνεται και κυριαρχεί σε βάθος πενταετίας, η δραστική αύξηση της εξάρτησης από το Διαδίκτυο απειλεί την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Επίσης, η πολυπλοκότητα της χρήσης μίας υπηρεσίας αποξενώνει τους καταναλωτές. Η έρευνα αποκαλύπτει ένα αυξανόμενο αίσθημα σύγχυσης των καταναλωτών σχετικά με το ολοένα και πιο σύνθετο περιβάλλον των ευρυζωνικών πακέτων ψηφιακών υπηρεσιών. Ένας στους τρείς αναφέρει ότι δυσκολεύεται να επιλέξει υπηρεσίες ή πακέτα, τα οποία να ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

Αναλυτικά, σχεδόν οι μισοί καταναλωτές (48%) δηλώνουν ότι οι προσφορές, τους δυσκολεύουν να καταλάβουν ποιο πακέτο διαδικτύου προσφέρει μεγαλύτερη αξία. Παράλληλα, σχεδόν το ένα τέταρτο των καταναλωτών στις ΗΠΑ και τη Μεγάλη Βρετανία απαντά ότι δυσκολεύεται να βρει το περιεχόμενο που το ενδιαφέρει, σε ένα κορεσμένο περιβάλλον υπηρεσιών. Στην ηλικιακή ομάδα 18-24, το ποσοστό αυτό φτάνει στο 34% στις ΗΠΑ και στο 39% στη Μεγάλη Βρετανία.