

Az IKT eszközök használata és jellemzői a fiatalok kapcsolattartási szokásainak vonatkozásában

Jelige: aku937

2025.01.06.

Tartalom

1. A téma bemutatása	- 4 -
1.1. Témaválasztás indoklása	- 4 -
1.2. Kutatás célja	- 4 -
2. Szakirodalmi áttekintés	- 5 -
2.1. A vizsgálatba bevont korosztály jellemzői	- 5 -
2.2. Internet megjelenésére vonatkozó információk	- 7 -
2.2.1.Magyarországi adatok a vizsgált korosztályról	- 7 -
2.3. A vizsgált korosztály jellemzői összefoglalva	- 8 -
2.4. A fiatalok olvasási szokásaira vonatkozó adatok	- 10 -
2.5. A fiatalok kapcsolattartási szokásai családjukkal, barátaikkal	- 11 -
2.6. Közösségi médiára vonatkozó információk	- 13 -
2.7. Összefoglalás	- 16 -
3. Hipotézisek	- 18 -
3.1. Elemzési egységek	- 18 -
3.2. Idődimenzió	- 18 -
3.3. Fókuszpontok	- 18 -
3.4. A módszer megválasztása	- 18 -
4. A kutatás eredményei	- 19 -
4.1. 1. hipotézis	- 19 -
4.1.1. Aktuálpolitikával kapcsolatos témák	- 20 -
4.1.2. Inflációval kapcsolatos témák	- 21 -
4.1.3. Bűnözéssel kapcsolatos témák	- 22 -
4.1.4. Környezetvédelemmel kapcsolatos témák	- 23 -
4.1.5. Időjárással kapcsolatos témák	- 24 -
4.1.6. Háborúval kapcsolatos témák	- 25 -
4.1.7. Családdal kapcsolatos témák	- 25 -

4.1.8. Szülők nevelési stílusával kapcsolatos témák	- 26 -
4.1.9. Vallással kapcsolatos témák	- 27 -
4.1.10. Barátsággal kapcsolatos témák	- 28 -
4.1.11. Szerelemmel kapcsolatos témák	- 29 -
4.1.12. Szexualitással kapcsolatos témák	- 30 -
4.1.13. Összefoglalás	- 30 -
4.2. 2. hipotézis	- 32 -
4.2.1. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online? - 32 -	-
4.2.2. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online? -	
kérdés átlaga életkorok megoszlásában	- 33 -
4.2.4. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben (offline)?	- 34 -
4.2.5. A két kérdés összehasonlítása korosztályok alapján	- 35 -
4.2.6. Összefoglalás	- 35 -
4.3. 3. hipotézis	- 36 -
4.3.1. Online térben töltött idő hétköznap	- 36 -
4.3.2. Kapcsolattartással töltött idő hétköznap	- 37 -
4.3.3. Online térben töltött idő hétvégén	- 38 -
4.3.4. Kapcsolattartással töltött idő hétvégén	- 39 -
4.3.5. A barátaid mekkora részével tartod inkább online a kapcsolatot?	- 39 -
4.3.6. Összefoglalás	- 40 -
5. Összefoglalás	- 40 -
6. Hivatkozások.....	- 42 -
7. Melléklet:	- 43 -
7.1. Kitöltetlen kérdőív	- 43 -

1. A téma bemutatása

A mai, modern világban szinte elengedhetetlenül hozzátartozik az életünkhöz az IKT, vagyis az információs és kommunikációs technológiák, mint a közösségi média, az internet, az okostelefonok, tabletek, laptopok, stb használata. Szinte elképzelhetetlennek tűnik megszervezni egy találkozót, megbeszélést vagy kirándulást anélkül, hogy azt ne egy IKT eszközön keresztül tegyük meg. Hasznos megvizsgálni a gyerekek, fiatalok helyzetét ebben a világban. Egyre nagyobb teret nyer a nevelésben ezen eszközök alkalmazása, aminek vannak negatív és pozitív következményei. Akár az egész napos elérhetőségről, akár arról van szó, hogy hétvégente megnéz a család közösen egy filmet, a gyermekek fejlődésére hatással van az eszközök használata.

1.1.Témaválasztás indoklása

Alaposan átgondoltam, hogy kutatásomnak melyik témát válasszam, és arra a következtetésre jutottam, hogy az érdeklődésemhez viszonyítva az IKT eszközöknek és használatuknak van az egyik legnagyobb aktualitásuk, azon belül pedig, hogy a fiatalok társas kapcsolatainak vonatkozásában milyen jellemzői vannak a használatuknak. Mivel a téma igencsak aktualitását éli, azon a véleményen vagyok, hogy rengeteg hasznos információ birtokába juthatok a szakirodalmak által, amik elősegítik a kutatásomat.

1.2.Kutatás célja

Szeretnék pontos és átfogó képet kapni arról, hogy napjainkban a gyermekek, a fiatalok életének mekkora részét teszi ki az online és az offline tér. Azokra a kérdésekre szeretnék választ kapni, hogy „Ki?“, „Mit?“ és „Hol?“ oszt meg a társaival, családjával, ismerőseivel. Szeretnék differenciáltabb képet kapni arról, hogy milyen funkciót tölt be a fiatalok életében az eszközhasználat.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1.A vizsgálatba bevont korosztály jellemzői

Ahhoz, hogy megértsük, hogy egy adott korosztály mit miért csinál, szükséges megismernünk a korosztályba tartozók jellemzőit, az életükben felmerülő kérdéseket, dilemmákat, kríziseket, amelyek befolyásolják őket, hatással vannak a személyükre, a döntéseikre és a viselkedésükre.

A 14-18 évesek szülei nagyrészt a mai 40-50 éves korosztály, akiknek az 1970-1980-as években születtek, a szocializmus ideje alatt voltak gyerekek, fiatalok, majd a rendszerváltás környékén kezdték az iskolát, középiskolát, vagy tanultak tovább. Fiatal korukban nem volt telefon vagy televízió minden háztartásban, a tévé esetében is csak maximum magyar műsorok mentek, korlátozott mennyiségben. Megtapasztalhatták, hogy milyen érzés, mikor a szemük előtt nyílik ki a világ, változnak meg a trendek, fejlődik a technika és technológia, az első telefonjukat valószínűleg középiskola, vagy egyetem alatt kapták/vásárolták meg, és igyekeztek felvenni a tempóját a gyorsan fejlődő világnak. Ennek a korosztálynak kell a mai világban boldogulniuk és megtanítaniuk gyermekeiknek is, hogy hogyan boldoguljanak, annak ellenére, hogy sok esetben nem ugyanazon értékek mentén mozognak, nem ugyanazt tartják fontosnak, nem értenek egyet sok témában. Ennek oka nagyrészt, hogy az okos eszközök használata nagy távolságokat képes létrehozni szülő és gyermek között.

A fiatalok gyorsan képesek alkalmazkodni a kialakult helyzetekhez, ők ebbe születtek bele, ők a „digitális bennszülöttek”, akik egy olyan, gyorsan változó világba születtek bele, amihez gyorsan kellett alkalmazkodniuk. Éppen ezért képesek arra, hogy bizonyos eszközök értelmének és szükségességének megkérdőjelezése nélkül beleszokjanak, beletanuljanak, mert ezt látták, ezt tapasztalták egész életükben, nem tudják, vagy nem is igazán akarják elképzelni, hogy másként hogyan lehetne élni.

A vizsgált korosztály, a 14-18 éves fiatalok nagyrészt gimnáziumban, szakgimnáziumban, technikumban, vagy szakképző iskolában tanul, vagy most kezdi meg tanulmányait a felsorolt intézményekben, vagy éppen befejezi azokat, és lép be a munka világába, vagy választja a továbbtanulást egyetemre, főiskolára, ahol új, más nehézségekkel kell szembenéznük, mint amit eddig a középiskola adott. Egy 14 éves fiatal előtt olyan nehézségek állhatnak, mint a beilleszkedés egy új közösségbe, új tantárgyak megjelenése, új pedagógusok megismerése, akiknek nagyobb, vagy legalábbis más elvárásai vannak, mint az általános iskolában tanító pedagógusoknak. Számos benyomás és változás éri a fiatalokat, amikkel nap, mint nap szembe kell nézniük. Mindemellert változnak a barátaik, más társaságokban is megfordulnak, mint

azelőtt, a középiskola alakítja a barátságokat, baráti társaságokat, a távolság miatt megszakadhatnak kapcsolatok, és cserébe újak alakulnak ki. Egy igazán befolyásolható korszaka ez a fiatalok életének, ilyenkor a fiatalok nagy része erőn felül igyekszik megfelelni az új, kialakult helyzeteknek, barátoknak, pedagógusoknak, ilyenkor sebezhetővé válnak.

Egy 18 éves fiatal előtt más nehézségek állnak. Ilyen lehet a továbbtanulás, vagy munkába állás kérdése, a megnövekedett elvárások, tanulási és munkatempó, a családi ház elhagyása, költözés, kollégiumi lét, tanulás melletti munkavállalás, megélhetés. A 2023-as Ifjúságkutatás (Székely & Kozma-Kiss, 2023) szerint a fiatalokat nagy részét foglalkoztatják a nemzedékünk legjelentősebb problémái, mint a bizonytalanság és a kiszámíthatatlan jövő. Ezek a problémák jelen vannak a fiatalok mindennapjaiban, átszövik az életüket, így már a fiatalabb, 14-15 éves korosztály is szembe találhatja magát a témával a mindennapok során. A témához tartozik a fiatalok néha kilátástalan helyzete, aggodalom a jövőtől, bizonytalanság a továbbtanulásban, az elhelyezkedésben, megélhetésben. A 2022-es nagymintás ifjúságkutatás eredményei alapján (Székely, 2022) a mai fiatalok nagy része inkább lakik otthon egyetem, főiskola alatt, majd azt követően néhány évig, ellenben a korábbi évek példájával, amikor is az egyetemisták és fiatal munkavállalók középiskola után egyből megkezdtek önálló életüket, elköltöztek albérletbe, vagy saját ingatlant vásároltak. „Feltehetjük, hogy a fiatalok olyan, biológiailag feltétlenül érett, pszichésen érett, vagy nem érett, de társadalmi szempontból még éretlen egyének, akik a 15-29 éveseknek feleltethetők meg” – írja Székely Levente (2022). Ehhez képest viszont a fiatalok alig 50%-a tartozik a fiatalok közé korosztályi besorolás szerint. Ennek értelmében a fiatalság szociológiai és pszichés érése kitolódik, akár a 30-as évek utánra is.

Mannheim (Huszár & Sükösd, 1969) úgy tartotta, hogy „a világ változásainak lenyomata a nemzedéki karakterben érzékelhető, hiszen a generációk közötti különbségek a megélt szocializációs tapasztalat különbözőségeiből erednek.” Ennek értelmében nem meglepő, hogy a megjelenő, majd széleskörben elterjedő közösségi média hatására egy eddig nem igazán ismert, új jellemzőkkel rendelkező generáció született, akiknek más és új igényeik lettek, amikhez az eddig meglévő generációk, saját jegyeikkel és jellemzőikkel, nem igazán tudnak alkalmazkodni, nehezebben ismerik ki a saját gyermekeik, unokáik jellemzőit, személyiségét. Az eddig ismert szocializációs közegek mellé, mint a család és a barátok, beékelődött egy új forma, a közösségi média. Mindazonáltal ezek a terek nem állnak mellérendelt viszonyban, a család és a barátok még mindig fölérendelt pozícióban vannak a médiával szemben. A kutatás szerint a mai, 2000 után született generáció hasonló a II. világháború alatt élő, nevezett „csendes generációval”, amelynek jellemzői a konformitás, a bizonytalanság és a passzivitás.

2.2. Internet megjelenésére vonatkozó információk

Az internet megjelenése nem mai keletű dolog, már az 1970-es években használták az internetet, bár messze nem a mai formájában. A '90-es években kezdte el felvenni azon alakját, és kezdték el használni az emberek hasonló célokkal, mint ahogyan azt ma is használjuk, mint például ismerkedés, beszélgetés új emberekkel, kapcsolattartás, illetve online játékok. Megadta annak a lehetőségét, hogy egymástól távol élő emberek tudják egymással tartani a kapcsolatot, megismerjenek valakit, akinek hasonló az érdeklődési köre, vagy pedig virtuális játékokat játszanak, ahol más emberek, avatárok bőrébe bújhattak. Kielégítette azt az emberek számára alapvető igényt, hogy kapcsolatba lépjenek egymással, megismerkedjenek új emberekkel, távoli, eddig ismeretlen helyeket járjanak be virtuálisan, azonnali választ kapjanak egy-egy felmerülő kérdésre.

2.2.1. Magyarországi adatok a vizsgált korosztályról

A továbbiakban a magyarországi adatokat tekinthetjük meg. A magyar fiatalokról elmondható, hogy napi rendszerességgel használják a közösségi médiát. Használják a telefonjukon, a laptopjukon, vagy az otthoni számítógépükön. Az Ifjúságkutató Intézet (Kiss-Kozma & Székely, 2023) Ifjúság+ című kiadványukban részletesen kitérnek arra, hogy például 2023-ban a legnépszerűbb közösségi platform továbbra is a Facebook volt, amit szorosan követ a YouTube, illetve a TikTok és az Instagram. A kutatásban a 15 és 39 év közötti fiatalokat vizsgálták, és szembetűnő különbségek születtek a korosztály két véglete között mind aktivitás és felhasználás terén. A 30 év alattiak intenzívebben használják a Facebookot, mint a 30 év felettiek, illetve összefüggést találtak az iskolai végzettség és a Facebook intenzív, mindennapos használatával. Az eredmény szerint az iskolai végzettség fordítottan arányos a Facebookon töltött idővel, a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők közül kerültek ki azok, akik kevesebbet, illetőleg egyáltalán nem használják a Facebookot. A közösségi platform felhasználásával kapcsolatban az az eredmény született, hogy a 30 év felettiek lehet kevesebbet használják a Facebookot, de többségében (45%) használják inkább arra, hogy a véleményüket fejezzék ki közéleti, vagy politikai témákban. A 15-19 éves korosztály képviselőinek csupán a 28%-a fejezi ki véleményét nyilvánosan közösségi platformokon.

Mindamellet, hogy a fiatalok sok esetben az internetet hívják segítségül, továbbra is az elsődleges információforrás a család, majd a barátok, és csak ezt követi az internet. Ez visszavezethető a koronavírus járvány okozta bezártságra, amikor is a családok nagyrészt több időt töltöttek együtt, így felértékelődött az idő és annak minősége, nagyrészt az online oktatás és a home office munkavégzésnek köszönhetően. Azóta viszonylagos visszaesés tapasztalható

a családdal töltött idő viszonylatában, de még mindig nem éri el a járvány időszaka előtti mértéket.

2020-ban a megkérdezettek 63%-a kereste fel naponta többször a Facebookot, a TikTokot pedig 14%-uk. Ez a szám 2023-ra a Facebooknál 49%, a TikToknál viszont 22% lett. Ennek magyarázata lehet, hogy a fiatalok érdeklődése áttevődött a TikTok által kínált rövid, tartalmában vegyes videókra, amiket népszerű személyek készítenek. A Facebookon nagyrészt a saját ismerőseik posztjaival, kiírásaival kerülnek szembe, kevésbé tudnak tájékozódni az aktuális témákról, míg a TikTokon gyakori, hogy akár közéleti vagy politikai témákat is felkapnak, és többen is feldolgoznak, így nagy eséllyel találkozik vele a felhasználó, így folyamatosan kapja az újabb információkat, nem áll fenn annak a veszélye, hogy kimaradnak az újdonságokból, az aktuális eseményekből.

Számtalan szakirodalmi forrást, cikket és kutatást találni mind a közösségi média, mind pedig az IKT eszközök témakörében, a kisgyermektől kezdve a felnőttekig. Számos írás foglalkozik ezen eszközök negatív és pozitív hatásaival, rengeteg kutatót foglalkoztat a kérdés, mi szerint nem csak a fejlődést hátráltató, hanem fejlesztő hatása is van a kommunikációs eszközök használatának és alkalmazásának, többek között motiváló, jutalmazó tényező is lehet.

2.3. A vizsgált korosztály jellemzői összefoglalva

Fontos megemlékezni arról, hogy kik is a mai fiatalok, kikre mondjuk, hogy mai generáció. A Z generáció, vagyis az 1995 és 2012 között születettek használjuk még az i Generáció (Jean, 2017) kifejezést is, ami az internet betörésére utal. Ez volt az a történelmi momentum, amikor technikai szempontból minden megváltozott. Az akkor született gyerekek tinédzser korukra már telefonnal, számítógéppel rendelkeztek, a később születettek pedig már „telefonnal a kezükben születtek”. Nincs egyértelmű válasz arra a kérdésre, hogy pontosan mettől meddig számít valaki az iGeneráció tagjának, de egy általánosan elfogadott intervallum az 1995 és 2012. Ez az az időszak, amiben nagy változások történtek a világban, amik szintén nagy hatással voltak az akkor született, majd felnövő generációra. Ezek a változások voltak az internet, az okostelefonok, tabletek, laptopok, okos tévék megjelenése, majd fejlődése. Ez a fejlődése kezdődött az első iPhone 2008-as megjelenésével, ami az akkori tinédzser korosztálynak egyfajta státuszszimbólumként volt definiálható. Mára ez alapvető kellékké vált, a generáció tagjainak nagy része, ha nem a teljes egésze birtokol legalább egy okostelefont.

Steigervald Krisztián (2020) ír arról, hogy kik tartoznak a különböző generációkba, mik a sajátos generációs jegyek, mit jelent a „generációzás”, hogyan férnek meg a különböző

generációk egy háztartásban, valamint, hogy a különbségekből adódó feszültségeket hogyan lehetne a minimumra csökkenteni A „Z”, vagy „I” generáció, amivel a kutatásom is foglalkozik, elsősorban az internet generációja, innen az „I”. Alapvetően vita tárgya, hogy eme generációt pontosan mettől meddig származtatjuk. Van, aki szerint 1995-2009, van, aki szerint 1995-2012. Én a kutatásomban az iGenerációból ismert, 1995-2012 intervallumot követem. Ennek a generációnak a tagjai 2024-ben 12-29 évesek. Mivel ekkora szórásról beszélünk, mindkét korosztálynak lesznek tagjai, akik inkább már a következő, és inkább még az előző generáció jegyeit hordozva nőtt fel. Éppen ezért fogom a mai 14-18 év közötti életkort vizsgálni, akik nagyjából középen helyezkednek el. Generációs jegyei ennek a korosztálynak, hogy a szüleik, családtagjaik nagy része, a mai 40-es és 50-es korosztály tagjai gyakran alkalmaztak liberális gyermeknevelési elveket, aminek jellemzője, hogy a gyermeknek nem szabtak határokat, nem korlátozták be, szabadon mozoghatott. Következmény az is, hogy nem is tudja, hogy hol vannak a határok, az azonnaliság, a türelmetlenség jellemzőjük lehet, mert az életük során nagyrészt azt tapasztalták, hogy ha nem is azonnal, de rövid határidőn belül megkapták, amit szerettek volna. Ez egy negatív tulajdonságnak tűnhet, de gondoljunk csak bele, hogy nem ők tették lehetővé ezt saját maguknak, hanem a szüleik, az X, vagy korai Y generáció. Az ő generációs jegyeiről ebben a kutatásban nem fog szó esni, de ahogy Steigervald (2020) is írja, fontos tisztázni, hogy az, amit egy egész társadalom tart felháborítósnak a mai fiatalok nagy részében, legyen az a folyamatos online lét, vagy a „felelőtlenség”, ahogyan a jövőjüket alakítják, vagy élik az életüket, nem feltétlenül jó, vagy rossz dolog. Ahhoz, hogy megértsük ennek a generációnak a viselkedését, effektív „működését”, gondolkodását, arra van szükség, hogy előítélet-mentesek maradjunk.

Ennek a generációnak jegyei a fejlődni akarás, problémamegoldás és bizonyos értelemben a függetlenedés, de mégis a valamilyen szinten a függőség. A függőség jelentkezik már fiatal korban is, ennek egyik legjellemzőbb megnyilvánulása a FoMo (Fear of Missing out) jelensége magyarra fordítva „félelem a kimaradásból”. Amikor ma valaki azt mondja, hogy a mai fiatalok függők, nem tudják letenni a telefont, az folyton ott van a kezük ügyében, leginkább erre a jelenségre lehet gondolni. Ebben a jelenségben benne van a vágy a folyamatos kapcsolattartásra, elérhetőségre, arra, hogy bárkit elérhessek és engem is bárki bármikor elérhessen. Jellemzői, hogy a személy naponta akár 150-200 alkalommal is rápillanthat a telefonjára, hátha jött egy értesítés, üzenet. Ez lehet akár akaratlan, reflexszerű cselekvés is, a személy gyakran nem is veszi észre, hogy a kezében van a telefon, vagy hogy kézbe vette, feloldotta a képernyőt és csak úgy böngészik. Ennek a jelenségnek a felismerésére jött létre a

JoMo (Joy of Missing out), ami lényegében az ellenkezője, hogy élvezzük az időt, amikor kimaradunk. Kimaradunk az értesítésekből, üzenetekből, történetekből. Ilyen, tudatosan telefonmentes alkalmakor a személy úgy megy el otthonról, kirándulni akár, vagy egy hétvégére, hogy kikapcsolja, lenémítja a telefont, vagy akár otthon is hagyja, hogy igazából tudja élvezni a programot, mindenféle zavaró tényező nélkül. Ebben a jelenségben benne van a vágy arra, hogy valamilyen szinten a generáció ellentmondjon a róla alkotott képnek, valamint az internet mindenhova beférkőző erejének. A mai generáció együtt nőtt fel az internettel és az okos világgal, kezdve az okos telefonoktól, és beleértve az okos tereket és okos padokat. A fiataloknak megvan az igénye a kényelemre, amit a modern világ ad, a világ pedig megpróbál minden igényt kielégíteni.

2.4. A fiatalok olvasási szokásaira vonatkozó adatok

Ahogy a mai generáció szinte minden problémára azzal reagál, hogy felkeresi az internetet, nem szóban kérdez utána, vagy akár ír egy ismerősének, aki segíthet, így nem meglepő, hogy az élet más területein is inkább átveszi az irányítást az internet és az okostelefon. Ez nincs másképp az olvasási szokásokkal és a könyvekkel sem. A nyomtatott könyvek vagy újságok olvasása a fiatalok körében 2015-ben 10% alá csökkent az amerikai fiatalok körében, és ezek a számok azóta is csökkennek. Ez nem jelenti feltétlenül azt, hogy a fiatalok nem olvasnak, csak nem nyomtatott anyagokat. A csökkenés a '90-es években kezdődött, majd az e-book olvasók megjelenésével megállt, viszont az azóta eltelt évek során ismételt csökkenés indult el a fiatalok körében. A Monitoring the Future felmérése alapján arra a következtetésre lehet jutni, hogy ennek az oka, hogy a fiatalokat nem köti le egy könyv, nincs türelmük kivárni, hogy egy cselekmény beinduljon, vagy izgalmassá váljon, így pár oldal után megunják és inkább más elfoglaltságot keresnek. Az élmény és ingerkeresésük intenzívebb, mint egy pszichológiai értelemben olyan monoton tevékenység, mint az olvasás. A megkérdezettek nagy százaléka elmondta, hogy az iskola és a családjuk kötelezik őket napi legalább húsz perc olvasásra, ami alatt leginkább kötelező irodalmakat olvasnak, vagy ritkán belekezdnek egy-egy könyvbe, ami éppen népszerű.

Míg az 1976-ban megkérdezett 12. osztályosok 59%-a válaszolta, hogy elolvas legalább egy újságot, vagy könyvet minden nap, addig a 2015-ben megkérdezett 12. osztályosok 16%-ára igaz ez az állítás. Ennek okai lehetnek a fent említett okok, továbbá meg kell említeni, hogy a fiatalok állítása szerint egy könyv nem messze nem tudja azt az élményt nyújtani, mint egy videó, vagy a közösségi média oldalak, amik gyorsan változnak, azonnali reakciót adnak, színesek, gyorsak. Ezek a feltételek nem tudnak teljesülni a nyomtatott anyagok körében, mivel

azokhoz idő kell és türelem, hogy akár egy történet esetében izgalmassá vagy fordulatosá váljon.

2.5. A fiatalok kapcsolattartási szokásai családjukkal, barátaikkal

Ahogy Twenge írja, (Jean, 2017) az iGeneráció tagjai már kevesebbet olvasnak, kevesebb időt töltenek tanulással, vagy munkával, illetve kevesebb időt töltenek bulizással, szórakozással, vagy a barátaikkal. Legalábbis offline formában. A Monitoring the Future felmérése alapján az amerikai 8., 9. és 12. osztályos tanulóknak 1976-ban majd az 52%-a mindennap, vagy majdnem mindennap találkozott a barátaival, viszont 2014-re ez a szám a 12. osztályosoknál 33%, a 10. osztályosoknál 22%, a 8. osztályosoknál pedig 29,5%. Felmerül a kérdés, hogy amennyiben a fiatalok se nem dolgoznak, vagy tanulnak többen, és még a barátaikkal sem találkoznak élőben, illetve nem is olvasással töltik az idejüket, akkor hova tűnnek órák a mindennapjaikból? Erre a válasz, hogy az online tér vonja el azt az időt, amit a 40, 50 évvel ezelőtti fiatalok az előbb felsorolt tevékenységekkel töltöttek.

Ennek oka többek között az is, hogy egy, Twenge által készített interjúsorozatból kiderült, hogy a mai fiatalok nagy része 18, 19 éves koráig nem jár el otthonról a szülei jelenléte nélkül. Egy baráti összejövetelen, vagy házibuliban is jelen van legalább egy szülő.

Nem egyértelmű, hogy ez azért alakult-e ki, mert a szülők jobban féltik a gyermekeiket a mai társadalmi környezetben, és így tovább tart a leválás, vagy a gyerekek részéről alakult ki először egy igény arra, hogy a szüleik velük tartsanak egy-egy buliba, vagy szabadidős tevékenységre, mint például moziba menni, vagy plázázni.

Úgy látszik, hogy a fiatalok több időt töltenek online, mint offline. Inkább ápolják a kapcsolataikat a közösségi médiákon, -elmondások alapján- azért, mert ezzel több időt megtudnak spórolni, nem kell pénzt költeniük, például az utazásra, vagy egy étteremre, mozira, kávéra, és elkerülhetik vele az olyan kellemetlen helyzeteket, amikor például kifogynak a témából, vagy nem kívánatos a további társalgás, akkor csak bezárják a beszélgető ablakot, míg ezt élőben, személyesen nem tehetik meg. Így válik kellemesebbé, gyorsabbá és egyszerűbbé az, hogy online formában tartsák a kapcsolatot a barátaikkal, vagy ismerőseikkel.

Az igényben, hogy inkább online tartsák a kapcsolatot barátaikkal, ismerőseikkel, benne van az is, hogy online nem szükséges mélységekbe menniük, részletekbe bocsátkozniuk, nem látja a másik oldalon lévő beszélgető partner, hogy ténylegesen milyen a hangulatunk, nem látja az arcunkat, nem hallja a hangunkat, így a hangsúlyból sem tud tájékozódni, hogy hogyan értjük, amit mondunk. Ez számos beszélgetést futtatott már zátonyra, egy-egy félreértés miatt, ami

abból eredt, hogy a beszélgetőpartner nem jött rá, hogy hogyan szánjuk az üzenetet. Egyes esetekben viszont a beszélgetőpartnerek mindegyikének kényelmet nyújt, hogy nem élőben esik meg a beszélgetés. Az online tér megadja azt a luxust, hogy nem szükséges egyből visszaírnunk a másik félnek, van időnk gondolkozni, hogy mit reagáljunk, ha egyáltalán szeretnénk reagálni, mert akár figyelmen kívül is hagyhatjuk az üzenetet, és annak tartalmát.

Felmerül a kérdés, hogy vajon ez hosszútávon működőképes lehet-e. Ha abból indulunk ki, hogy az ember társas lény, és szüksége van interakciókra, egy másik személy jelenlétére, a fizikai érintésre vagy a szóbeli kommunikációra, elvileg hosszútávon nem működőképes az online lét. Minél több időt tölt valaki online, annál boldogtalanabb, és annál nagyobb a depresszió kockázata, állapította meg egy kutatás, amiben a fiatalokat a heti átlagos képernyő előtt eltöltött időről, illetve más szabadidő tevékenységeiről és arról kérdezték, hogy mennyire érzik magukat boldognak. Egyenesen arányos eredmény jött ki, mi szerint minél több időt tölt valaki a képernyő előtt, és kevesebbet a szabadban, vagy más emberekkel, annál nagyobb eséllyel lesz depressziós vagy szorongó, illetve ennek az ellentéte, mi szerint valaki minél kevesebb időt tölt a képernyő előtt, annál boldogabbnak és kiegyensúlyozottabbnak érzi magát. Például a 8. osztályosok körében, akik 10, vagy annál több órát töltenek hetente a képernyő előtt, 56%-kal boldogtalanabbnak mondták magukat, mint azok, akik ennél kevesebb időt töltenek képernyő előtt.

Arról is érdemes szót ejteni, hogy ez a függőség, a folytonos készenlét, a depresszió és a szorongás meddig képes elmenni. Egy amerikai tanulmány szerint (National Survey on Drug Use and Health, US Department of Health and Human Services), ahol 12 és 17 év közötti fiatalokat kérdeztek meg indirekt módon arról, hogy az elmúlt 12 hónapban keresztül mentek-e jelentős depresszión, vagy károsodással járó depresszión, a 2005-ben megkérdezettek átlag 9%-ra jött ki, hogy igen. Ez a szám 2015-re 13% lett. Némek szerint leosztva a lányok 2005-ös válaszai alapján 13%-uk, 2015-re viszont már 19%-nak volt depressziós epizódja, míg a fiúk 2005-ben 5%-ban, 2015-ben pedig 6%-ban. Ennek oka az lehet, hogy kimutathatóan a lányok nagyobb százaléka használja mindennap a közösségi médiát, illetve nagyobb számban vannak kitéve a bullyingnak online és offline is, mint a fiúk.

A lányok nagyobb részben szeretnék megfelelni az éppen aktuális trendeknek, szépségideáloknak, míg a fiúkat ez kisebb százalékban foglalkoztatja.

A magyar Ifjúságkutató Intézet (Kiss-Kozma & Székely, 2023) kutatása szerint a magyar fiatalok 15%-a gyakran, míg 5%-uk mindig magányosnak érzi magát. Ez az eredmény

származhat abból, a mai fiatalokra jellemző viselkedésből, mi szerint az idejük nagy részét az online világban töltik, kapcsolataik kiüresednek, elidegenednek társaiktól, nem, vagy csak nehezen képesek megélni az offline történő eseményeket, ennek következtében érezhetik, hogy egyedül vannak, nem számíthatnak igazán társaikra, baráti kapcsolataik megszakadnak, felszínessé válnak. Ellentétben áll ez az eredmény azzal a ténnyel, mi szerint az internet összehozza az embereket, mivel szinte akármikor kapcsolatba kerülhetünk a világon szinte bárkivel, ez enyhítheti a távolságot személyek között, amennyiben a fizikai távolság fenn áll, viszont két, fizikailag egymáshoz közel élő személy kapcsolatát rombolhatja, amennyiben csak az online térben kívánják ápolni kapcsolatukat. Ezek az adatok mindemellett azt is jelentik, hogy a magyar fiatalok 85%-a nem érzi magát magányosnak, úgy tartja, hogy áll mögötte egy stabil, megbízható háttér, háló, ami segíti őket a nehéz helyzetekben vagy problémák esetén. Ez a támogató közeg nagy részben barátokból, de még nagyobb részben a családból áll, akik segítik a fiatalot. Elsődleges támaszként a családot jelölték meg. A fiatalok nagy része tudatosan tesz azért, hogy ne érezze magát magányosnak. 31%-uk a családtagjai között keres társaságot, 26%-uk a barátaikhoz, kortársaikhoz fordulnak, míg 20%-uk a kirándulásban és a szabadidő hasznos eltöltésében találják meg a magány ellenszerét.

2.6. Közösségi médiára vonatkozó információk

A média használata elszakít és összehoz. Ugyanis azzal, hogy a fiatalok több időt töltenek online, mint offline, a valós kapcsolataikat nem élőben, hanem inkább a virtuális térben ápolják, ezáltal nem alakul ki személyes, fizikai kötődés, mégis, a platformok használata megadja a „valahová tartozás” érzését, mert egyszerűbb hozzánk hasonló érdeklődésű, identitású embereket találni a közösségi oldalakon, mert ott egyből kiderül, hogy mi után érdeklődik, mi vonzza. Ebből következően egyszerűbb megérteni azokat a fiatalokat, akik inkább élik az életüket online, főleg, ha az előzőekben negatív tapasztalatokat szereztek az offline kapcsolatápolásban, kapcsolatteremtésben. Továbbá, az internet lehetővé teszi, hogy ne szakadjanak meg kapcsolatok egy költözés, vagy iskolaváltás miatt, mert a felek tudnak Skype-olni, Face Time-olni, vagy akár egy játékban, ugyanabban a csapatban játszani, amikor is meg tudják beszélni az őket foglalkoztató életeseményeket.

P. Szilczl Dóra (2016) is írásában arról számol be, hogy a mai fiatalok ugyanazt csinálják, mint az előttük lévő generáció, azaz kapcsolatokat teremtenek, barátokat szereznek, flörtölnek és szerelembe esnek, csalódnak és tapasztalatot szereznek, csak éppen ezt nagyrészt az online térben teszik meg. De felmerül a kérdés: ha a korábbi generációk felnőttjei megtehették volna, hogy ráírnak a barátjukra, hogy otthon vannak-e, vagy akarnak-e találkozni, vajon akkor is

megtettek volna egy, egy órás utat a baráthoz, hogy aztán annak édesanyja közölje, hogy nincs is otthon az illető? Példa lehet erre, mint mikor valaki egymagában ássa fel a kertjét, hogy aztán a sajgó vízhólyagokat nézegesse a kezén, és közben szidja a szomszédot, aki a traktorral, vagy anno lóval/marhával szántotta fel a kertet és negyed annyi idő alatt megvolt vele. Ez ma sincs másként. A mai és az idősebb generációk ugyanazokkal a nehézségekkel néznek szemben a felnőtté válás normál kríziseit tekintve, de ami változott, az a felfogás és a megoldási alternatívák. A jelen generációra jellemző, hogy amennyiben szembesül egy akadállyal, a lehető legkönnyebb úton fogja megkerülni, vagy megoldani a problémát. Ennek a problémának a megoldásában pedig nagy részt vállal az internet, az okostelefonok, amik azonnali megoldási lehetőségeket ajánlanak fel a használnak. Ez adja meg a fiataloknak azt a vágyat, hogy bármit azonnal megszerezzenek, erre az igényre segít rá, hogy online minden elérhető, bevásárolni, külföldről rendelni, olcsón és gyorsan lehet megszerezni számtalan terméket, talán mindent.

Kapcsolataikban megfigyelhető az életmódbeli változás. A digitális technológiát arra használják, hogy szórakozzanak, kommunikáljanak, bárhol és bármikor elérhetővé tegyék magukat (always online). Mint már említettem, ezzel a magatartással rendelkező fiatalokra jellemző az elmagányosodás, mivel csak az internetes világhoz kötődnek. Ami ma még online az holnap már offline. Az online üzemmód két fő kommunikációs csatornája egyrészt a közösségi oldalak, másrészt pedig a blog, ahol saját történetek elbeszélését szolgáltatják. A Z-generáció családdal való kapcsolata is nagymértékben megváltozott, hiszen egyre nagyobb számban találják fent a fiatalok családtagjaikat a világhálón.

Ahogy Nagy Lilla (2014) is említi, egyre többször találhatók meg egész családok a közösségi oldalakon. Ez akár segítheti is a családtagok közötti kommunikációt, illetve többet megtudhatnak egymásról a posztok, megosztások, és az által, hogy ki milyen oldalt követ be. Viszont felmerül bennem a kérdés, hogy jó-e egy olyan rendszer, ahol ezeket az információkat személyes kommunikáció által nem tudják megszerezni egymásról, hanem a közösségi oldalakon kvázi kutatnak egymás után, amikor valószínűleg az adott személy a szomszéd szobában tartózkodik és akár szóba is elegyedhetne vele.

A szülők, nagyszülők, vagy akár a tanárok is próbálják felvenni a fiatalabb generáció „tempóját” az IKT eszközök terén, több-kevesebb sikerrel. Több figyelmet és „tanulást” igényel egy felnőtt számára, hogy fel tudja venni a versenyt egy digitális bennszülöttel. A mai kor gyerekei ebben nőnek fel, 3-4 évesen már tudják kezelni az okos telefonokat, a tizenévesek felnőtteket megszégyenítő gyorsasággal lépkednek a közösségi oldalak között.

Vitathatatlan, hogy a közösségi oldalak és az azokon való aktív részvétel segítheti bizonyos közösségek, vagy személyek összekovácsolódását, főleg, ha közös az érdeklődési körük is, mindazonáltal az eltérő érdeklődésű családtagok között elmélyítheti a távolságot. Mivel míg családon belül maximum nem beszélgetünk azzal a személlyel, akivel nem értünk egyet az „élet nagy dolgaiban”, úgy a Facebookon ismerősünk, így akaratlanul is legalább egyszer szembesülünk egy megosztott cikkel, fotóval (legalábbis addig, amíg ki nem kapcsoljuk a követést).

„A fiatalok médiahasználatának további új vonása a hálózatba szervezettség. Médiahasználatuk, legyen az tartalomfogyasztás vagy előállítás, nem individuális tevékenység, hanem közösségi hálózatba szerveződő, ott megjelenített (networked publics, networked audience).” (Andok, 2016)

Továbbá többeket foglalkoztatja, hogy a médiahasználat szülői korlátozása milyen hatással van a gyermekekre, szükséges-e egyáltalán.

„A szülők és az idősebb családtagok feladata, hogy az elektronikus eszközökkel eltöltött idő mennyiségét és minőségét korlátozzák. Mennyiségi korlátozásra feltétlenül szükség van ahhoz, hogy a gyermek egészséges fejlődéséhez szükséges egyéb típusú tevékenységeket ne hanyagolja el.” (Vajda & Kósa, 2005)

A gyermekek fejlődése szempontjából fontos betartani a határokat. Minden gyermek egyedi, mindazonáltal hasonlóképpen hatnak a fejlődésükre azok a képsorok, amiket nem ért, esetleg felzaklatja, vagy megijeszti őket. Figyelemmel kell lenni arra, hogy a gyermek csak a számára felfogható, érthető tartalmakhoz férjen hozzá, amennyiben viszont ez nem valósul meg, bármilyen okból kifolyóan, gondoskodni kell a megfelelő feldolgozásról.

A mai generáció egy olyan világban nő fel, amit átszö az internet, az okostelefonok, tévék, órák sokasága. Nehezen tud úgy elmenni egy találkozóra, hogy előtte ne telefonon, Messengeren, SMS-ben beszélte volna meg a részleteket, vagy ne nézze meg a kedvenc sorozata legújabb részét a telefonján, laptopját, tabletjén.

Nem lehet figyelmen kívül hagyni az internet térhódítását. Csupán annyit lehet tenni, hogy alkalmazkodunk, és a legjobbat kihozzuk ebben a megváltozott világban, ahol lehet, hogy az online kötött kapcsolatok hosszantartóbbak, minőségibbek, mint azok az offline, osztálytermi, vagy munkahelyi barátságok, amik az iskola/munka befejeztével köddé válnak. Ahogy Janek (2015) is említi, nem lehet offline online nélkül a mai világban. Ennek oka többek között az is,

hogy a gyerekeket nagyon korán, akár óvodásként is leültetik a televízió, számítógép, telefon elé, mert nincs a szülőnek ideje lefoglalni a gyermeket, különböző okokból. Emiatt a szabadban töltött idő is rövidül, és jelentősen hosszabbodik a tévé előtti semmittevés ideje.

Tőkés (2015) az eredményei alapján a gyerekek preferenciáit mutatja be az internethasználat kapcsán: a legkedveltebb időtöltés a közösségi oldalak látogatása, ezt követi a szórakozás (zenehallgatás, film- és klipnézés), és csak harmadik helyen jelenik meg a tanuláshoz, illetve az iskolai feladatokhoz történő információgyűjtés. A tanulmány további részében a szerző hangsúlyosan foglalkozik a gyerekek közösségi oldalakon, elsősorban a Facebookon való jelenlétének kérdéseivel: miért abszolút preferencia a „fentlét”, milyen tevékenységeket folytatnak, mennyire használják tudatosan e médiumokat, és ez milyen tapasztalatokból, félelmekből fakad? Első tanulságként Tőkés megfogalmazza, hogy a gyerekek a közösségi teret, mint az önreprezentáció és a szórakozás területét kezelik, azaz a kortárscsoporthoz tartozás jeleként, hiszen, ha valaki e fórumokon nincsen jelen, sokszor kiszorul csoportja kommunikációjából.

2.7. Összefoglalás

Alapvetően, ha azt szándékozom vizsgálni, hogy az IKT eszközök milyen hatással vannak a fiatalok társas kapcsolataira, vagy, hogyan befolyásolja-e az online világ egyáltalán a kapcsolataikat, akkor elsősorban figyelembe kell venni, hogy van-e összehasonlítási alapjuk. A vizsgált minta élt-e egyáltalán online világ nélkül, illetőleg szeretne-e anélkül élni. A mai világban a fiatalok azt kapják meg a felnőttek nagy részétől, hogy rossz az, amit csinálnak. De felelősségre vonható-e egy olyan generáció, akik nem is tapasztalták meg, hogy milyen érzés mobiltelefon, vagy laptop, vagy akármilyen elektronikus eszköz nélkül élni?

A mai világ fiataljai nem éltek IKT nélkül, és nem is szeretnék. Ezt sokszor negatívként értékelik, mert annak a világnak a szülöttjei, akik még éltek online nélkül, tudják, hogy milyen és mennyi értéket hordoz magában az offline világ, illetve az offline kapcsolatok. De itt van egy hatalmas generációs szakadék. A mai fiatalok alapvetően bele születtek, ez által önerőből lehetőségük sem lett volna arra, hogy e nélkül éljenek. És miért is tennék? Az online világnak rengeteg pozitív hozadéka van, kezdve azzal, hogy például rengeteg időt tudunk spórolni az online foglalkozásokkal, bevásárlásokkal, és ügyintéзésekkel.

Ezeket a funkciókat a felnőttek is hasznosítják. A kapcsolatainkat is tudjuk online ápolni, egy sms, vagy messenger üzenet formájában, vagy akár egy telefonhívással naprakészek lehetünk a barátainkkal, családunkkal kapcsolatban. Mindemellett a közös kapcsolódási pontokat is

megtalálhatjuk, akár egy Facebook csoport, vagy egy blog alatti feliratkozás alkalmával. Ki se kell otthonról mozdulnunk, vagy nagyobb erőfeszítést tennünk annak érdekében, hogy barátaink legyenek, vagy megtaláljuk az igazit, mondjuk egy társskereső oldalon. De ez nem minden. Mindamellet, hogy megkönnyíti az életünket, és segít benne, az online világ nem váltja fel teljesen az offlinet. Online, nem tudunk elmenni sétálni, nem tudjuk érezni a bőrünkön az esőt, a szelet, a napot, nem érhetünk hozzá semmihez és senkihez, és nem fáradhatunk el jólesően egy kirándulás után. Ezek, és még más okok azok, amik miatt nem mondhatjuk, hogy az online lesz az új offline teljes egészében.

3. Hipotézisek

1. A vizsgált mintát alapul véve az internetes tartalmak megosztása feltevésem szerint a következő: a személyes tartalmakat online, a külső világra vonatkozó tartalmakat pedig offline dolgozzák fel.
2. Feltevésem szerint az online közlési lehetőségeket a vizsgált minta szívesebben használja annak céljából, hogy személyes információkat osszon meg magáról.
3. Feltevésem szerint a vizsgált mintát alapul véve a 14 éves korosztály kimutathatóan időben többet használja az online teret kapcsolattartásra, mint a 18 éves korosztály.

3.1. Elemzési egységek

Középiskolás korú gyerekek 14 és 18 év között.

3.2. Idődimenzió

A kutatásom keresztmetszeti, mert nem változást szeretnék mérni, hanem egy adott pillanatban/időben felmért állapotot.

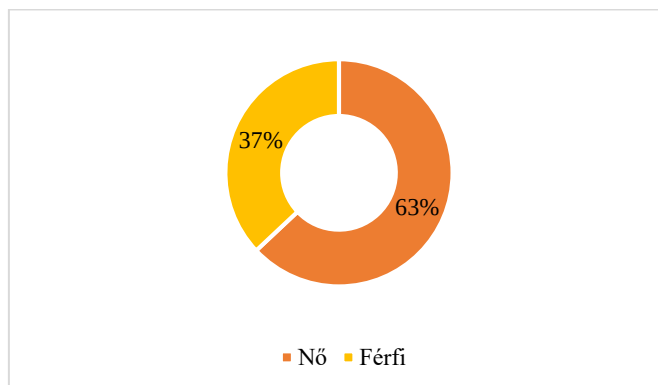
3.3. Fókuszpontok

1. Jellemzők: 14 és 18 év közötti középiskolás fiatalok, fiúk és lányok egyaránt
2. Orientációk:
 - a fiatalok mit gondolnak arról, hogy kikkel lehet bizonyos témákról beszélni?
 - a fiatalok mit gondolnak arról, hogy mennyire tudnak az érzéseikről offline beszélgetni?
 - a fiatalok mit gondolnak arról, hogy bizonyos témákat hol beszélhetnek meg?
3. Cselekvések:
 - a fiatalok milyen tartalmakat osztanak meg offline?
 - a fiatalok milyen tartalmakat osztanak meg online?
 - a fiatalok hogyan osztják be az idejüket az online és az offline térben?

3.4. A módszer megválasztása

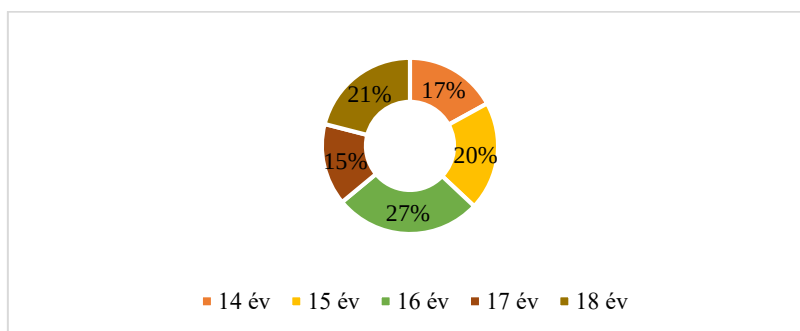
Kérdőív segítségével szeretném lekérdezni a diákokat, a médiahasználati szokásaikról, annak érdekében, hogy minél több választ kaphassak, és pontosabb képet kapjak a vizsgált kérdésekben. Kutatásomban ezeket a szempontokat tartom szem előtt és ezekre az állításokra keresek igazolást, vagy ellenkező esetben cáfolatot.

4. A kutatás eredményei



1. ábra: Nemek megoszlása

Életkoruk 14 évtől 18 éves korig terjed. Az évek pontos megoszlása a következő: a válaszadók 17%-a 14 éves, 20%-a 15 éves, 27%-a 16 éves, 15%-a 17 éves és 21%-a 18 éves.



2. ábra: Életkor szerinti megoszlás

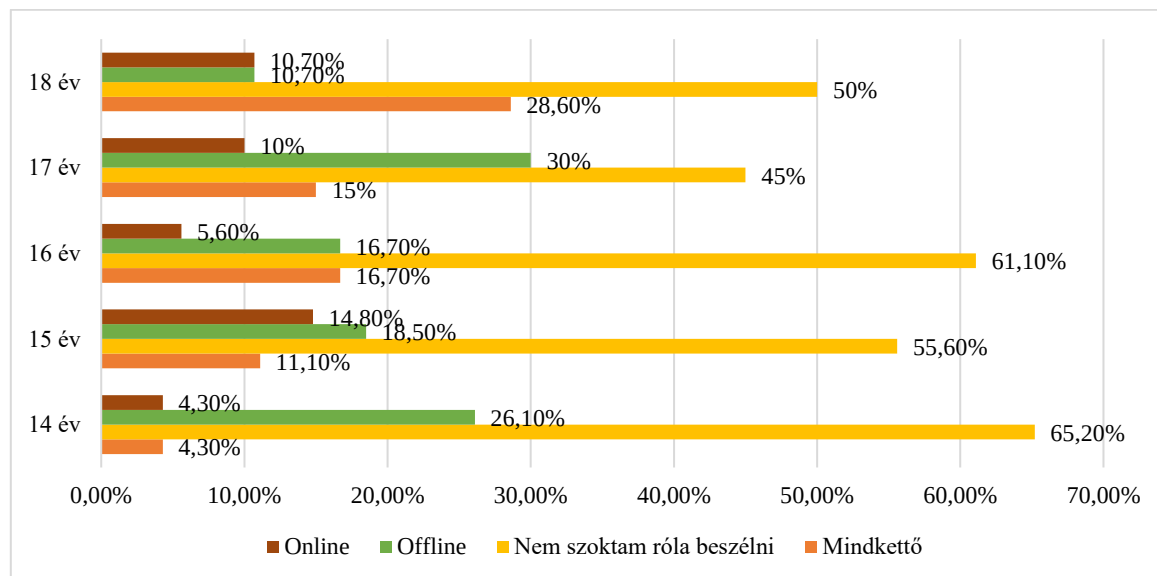
A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása falu és város viszonylatában 50-50%.

4.1. 1. hipotézis

A vizsgált mintát alapul véve az internetes tartalmak megoszlása feltevésem szerint a következő: a személyes tartalmakat online, a külső világra vonatkozó tartalmakat pedig offline dolgozzák fel.

Kutatásomban a külső világra vonatkozó témaként határoztam meg a következőket: aktuálpolitika, infláció, háború, bűnözés, időjárás, környezetvédelem, míg a személyes témák a következők: család, szülők nevelési stílusa, barátság, vallás, szerelem, szexualitás.

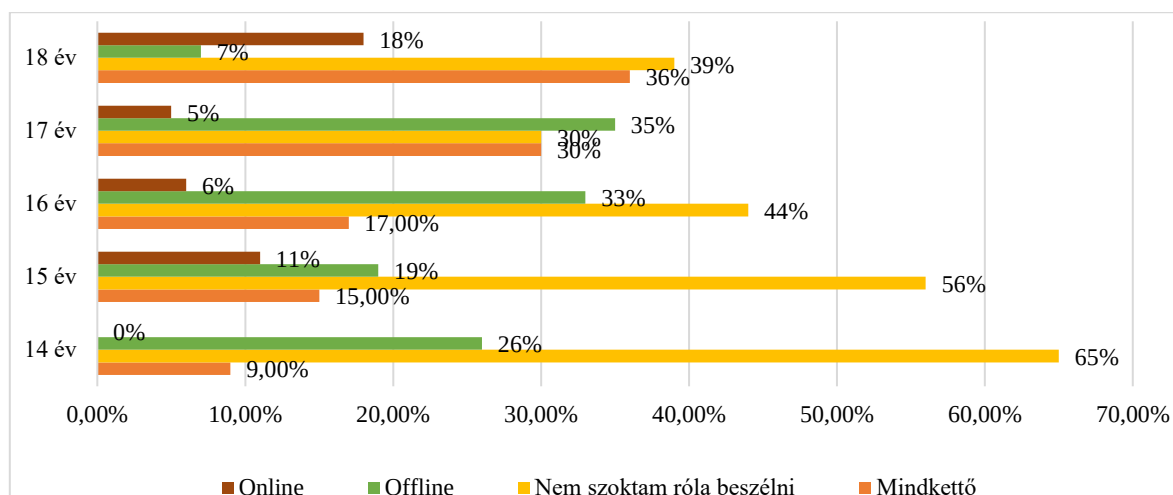
4.1.1. Aktuálpolitikával kapcsolatos témák



3. ábra: Aktuálpolitikával kapcsolatos témák

Az aktuálpolitikával kapcsolatban megállapítható, hogy habár a válaszolók nagyobb része (45-65%) nem szokott a témáról beszélni, minden korosztályban akadnak olyan válaszolók, akik beszélnek a témáról, inkább offline, mint online. A 14 éves válaszolók 26%-a, a 15 évesek 18%-a, a 16 évesek 17%-a, a 17 évesek 30%-a és a 18 évesek 11%-a offline beszél az aktuálpolitikai témákról. A nemek szerinti megoszlás a következő: A női válaszolók 59%-a nem szokott erről a témáról beszélni, míg a férfiak esetében ez az érték 50%. Az online esetében a nemek eloszlásában is kisebb mértékű a téma feldolgozás: nő 8%, férfi 10%, míg offline a nőknél 17%, a férfiaknál 24%. Az eredmények alapján elmondható, hogy mindkét nem képviselői keveset beszélnek a témáról, korosztálytól függetlenül, de a férfiak mégis inkább beszélnek róla.

4.1.2. Inflációval kapcsolatos témák

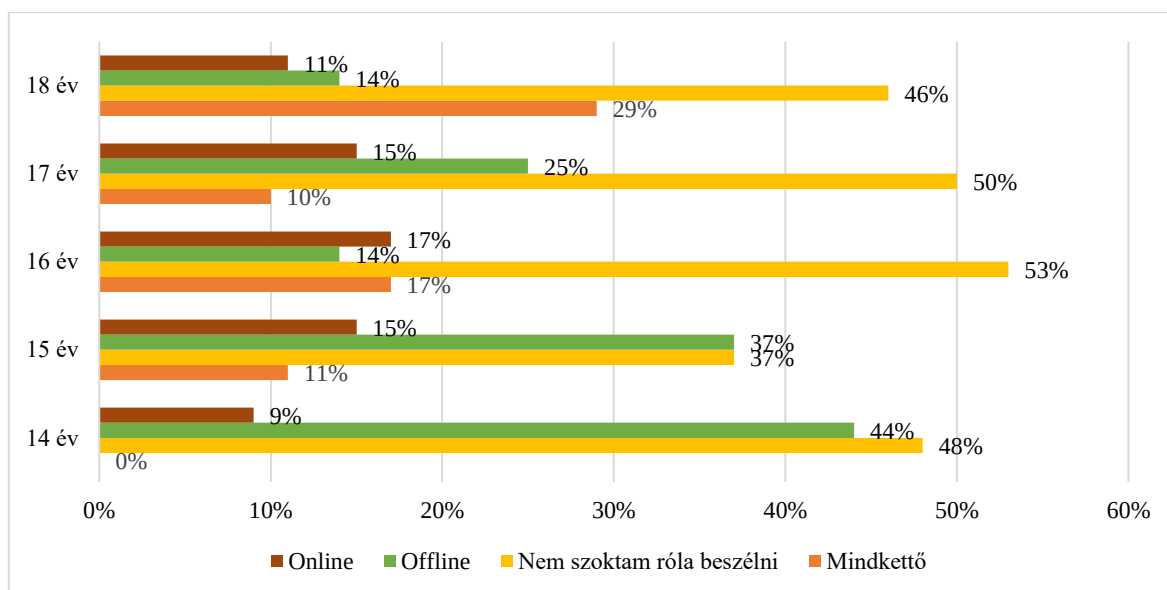


4. ábra: Inflációval kapcsolatos témák

Az inflációval kapcsolatos témák korosztály szerinti bontásának eredménye a következő: a fiatalabb, 14-15 éves korosztály inkább nem beszél a témáról - 56-65% -, míg az idősebb, 16-18 éves korosztályban ez az érték alacsonyabb, 30-44% közé esik. Az offline közlési lehetőségeket a 14-17 éves korosztály szívesebben használja, mint az online lehetőségeket, ezek aránya 18-35%, ellenben a 18 éves korosztály inkább online beszél az inflációval kapcsolatos témákról (18% online, 7% offline). A 17-18 éves korosztály láthatóan többet beszél magáról a témáról, akár online, akár offline.

Nemek megoszlása szerint a nők inkább nem beszélnek a témáról (50%) a férfiakhoz képest (42%), azonban a női válaszadók 21%-a inkább offline beszél a témáról, mint online (8%). Hasonlóság, hogy a férfi válaszadók közül szintén 8% beszél a témáról online, míg offline 28%. a Válaszok alapján következtetni lehet, hogy nagyobb részt a férfiak beszélnek inkább a témáról általánosságban, de amennyiben a női válaszadók is beszélnek a témáról, mindkét nem képviselői inkább offline dolgozzák fel a témával kapcsolatos tapasztalataikat.

4.1.3. Bűnözéssel kapcsolatos témák

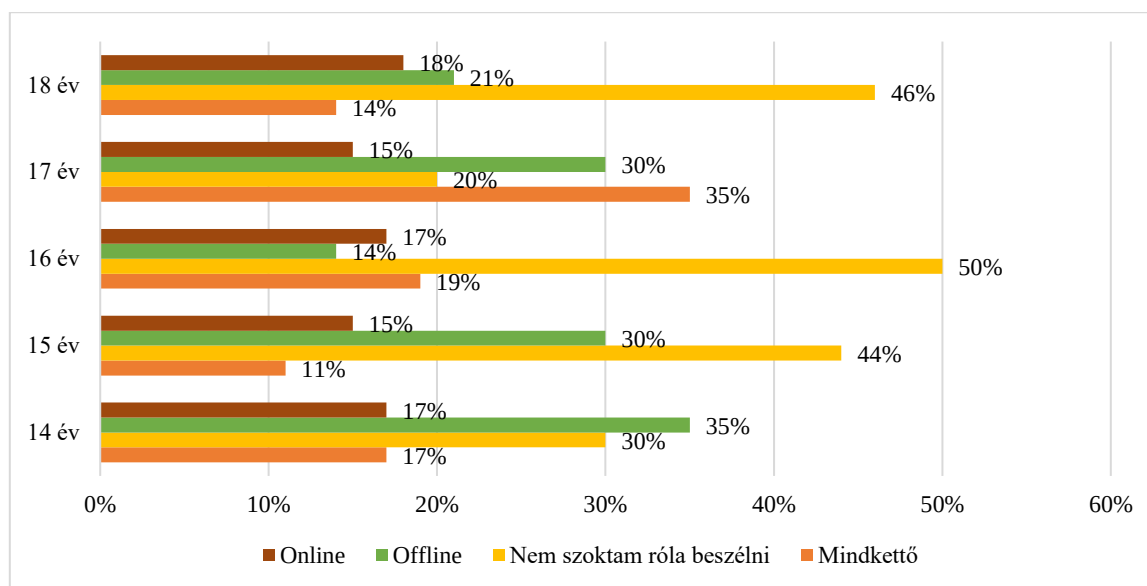


5. ábra: Bűnözéssel kapcsolatos témák

A bűnözéssel témakörével a 15 éves korosztály több, mint fele, 63%-a foglalkozik, inkább offline (37%), mint online (15%), ellenben a többi korcsoporttal, akik inkább nem beszélnek a témáról (46-52%). A 14 éves megkérdezettek majdnem ötször inkább beszélnek a témáról offline, míg a 18 éves korosztálynál a kérdésre adott válasz nem ennyire egyértelmű, amennyiben beleszámítjuk a „Mindkettő” opcióra érkezett válaszokat, az online és az offline lehetőségek különbsége csupán 3%. Mindemellett kiemelendő, hogy a megkérdezettek közül a legnagyobb arányban a 18 évesek használják mind az online, mind az offline közlési lehetőségeket a feldolgozásra (29%).

A női válaszolók fele inkább nem beszél a témáról, míg a férfiaknál ez az érték csupán 42%. Mindkét nem inkább offline beszél a témáról (20-34%), míg az online lehetőségeket a megkérdezettek 13-14%-a válaszolja.

4.1.4. Környezetvédelemmel kapcsolatos témák

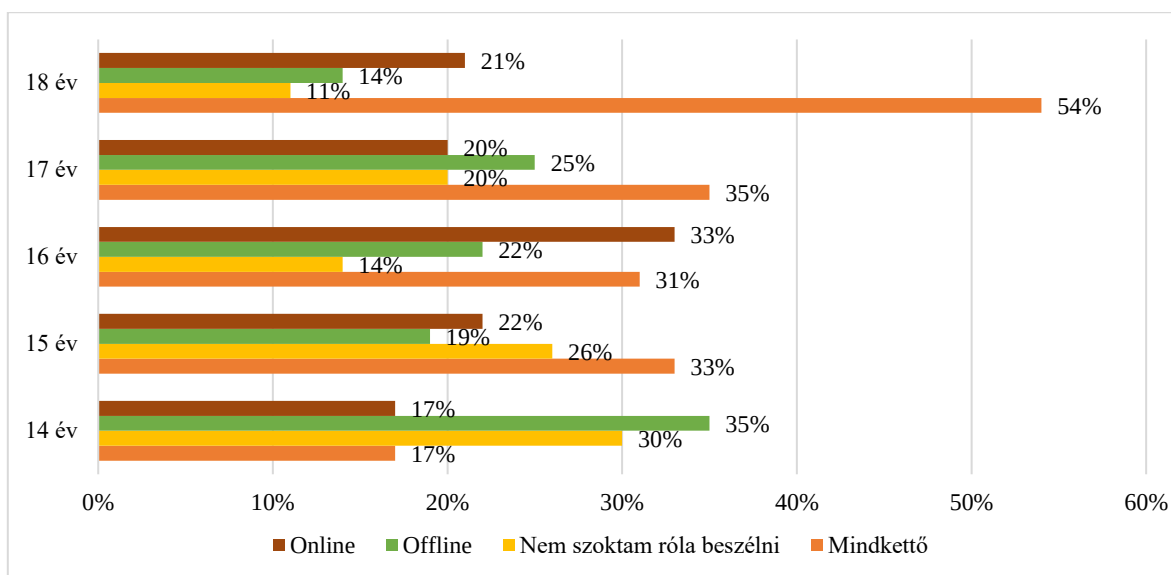


6. ábra: Környezetvédelemmel kapcsolatos témák

A megkérdezettek majdnem fele (40%) abszolút nem beszél a témáról, 25%-uk offline, 16%-uk online és 19%-uk mindkét platformon beszél a témáról. A környezetvédelem témaköréről a 18 éves korosztályból feleannyian beszélnek, mint a 17 éves csorcsoport tagjai, akik inkább beszélnek a témáról, nagy részük online és offline is, de a többség inkább offline. A 16 éves korcsoport fele nem beszél a témáról, viszont a 14 és 15 éves korosztály inkább beszél róla, és választja az offline közlési lehetőségeket.

A válaszadók közül a nők és a férfiak hasonló arányban nem beszélnek a témáról (40-41%). A férfiak majdnem egyharmada inkább mindkét platformon beszél a témáról, viszont hasonlóképpen az előző témák eredményéhez, a környezetvédelemről is inkább offline beszélnek mind a férfiak, mind a nők.

4.1.5. Időjárással kapcsolatos témák

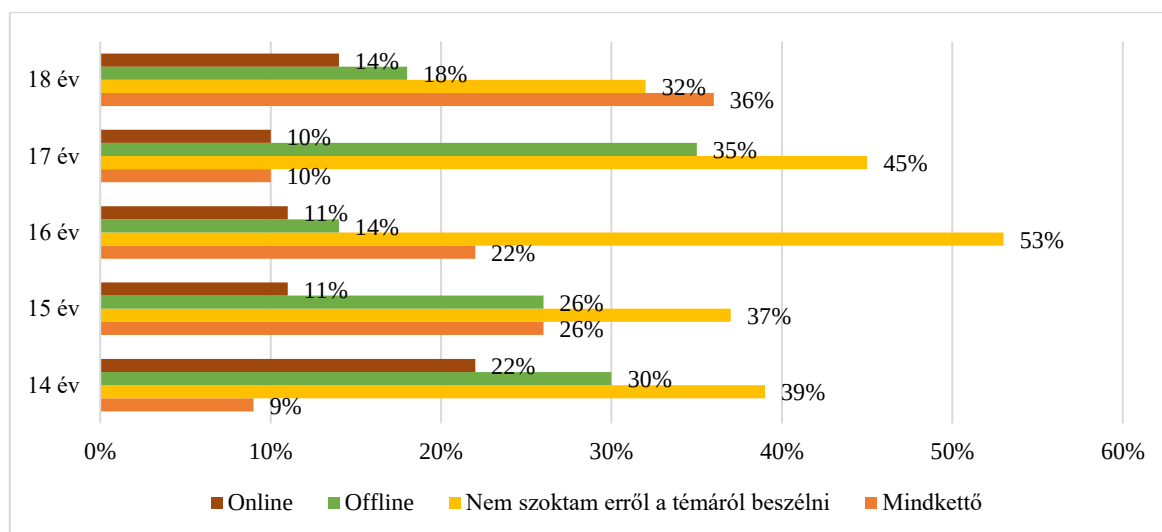


7. ábra: Időjárással kapcsolatos témák

Az időjárásról a megkérdezett korosztály minimum 70%-a szokott beszélni, a 18 évesek közül például ez az érték 89%. Egyedül a 14 éves korcsoport majdnem egyharmada nem szokott a témáról beszélni, viszont amennyiben beszélnek róla, kétszer annyian beszélnek róla offline, mint online. A 18 éves korosztályból csupán fele annyian nem beszélnek a témáról, mint a 17 éves korosztályból. A 15-18 éves korosztály képviselői kiemelten magas arányban beszélnek a témáról mindkét platformon, online és offline is.

A nők és a férfiak 82-78%-a inkább beszél az időjárásról, és ezt nagyobb részt mindkét platformon, online és offline is egyenlő mértékben osztják meg. A férfi válaszadók nagyobb része, több, mint negyede inkább offline beszél a témáról, míg a női válaszok eredményei azt mutatják, hogy 12%-kal többször beszélnek a témáról online. A nem változó hatással van arra, hogy a megkérdezettek szívesen beszélnek-e a témáról, illetve milyen formában. A férfiak nagyobb eséllyel beszélnek az időjárásról online és offline is ($\chi^2=0,036$).

4.1.6. Háborúval kapcsolatos témák

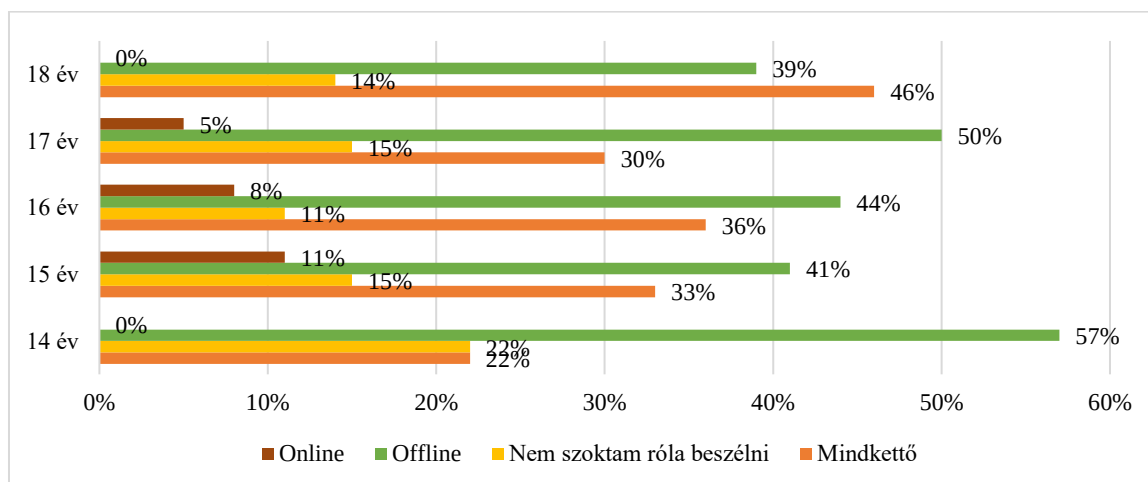


8. ábra: Háborúval kapcsolatos témák

Látható, hogy a korosztály emelkedésével majdnem minden esetben egyenesen arányosan emelkedik azoknak aránya, akik beszélnek a témáról. A 15; 16; 18 éves válaszadók nagyobb arányban használják mindkettő platformot a témáról való beszélgetésre. Viszont az előző témák eredményeihez hasonlóan a háború témakörét is inkább offline, személyes formában dolgozzák fel a megkérdezettek. Mindazonáltal a 16 és 18 éves korcsoport szinte azonos százalékban beszél online (11-14%) és offline (14-18%) a témáról.

A férfi válaszadók nagyobb része beszél a témáról, azon belül is inkább offline, míg a nőknek kicsivel több, mint a fele beszél a témáról, és a platformok megoszlásában sincs számottevő különbség.

4.1.7. Családdal kapcsolatos témák

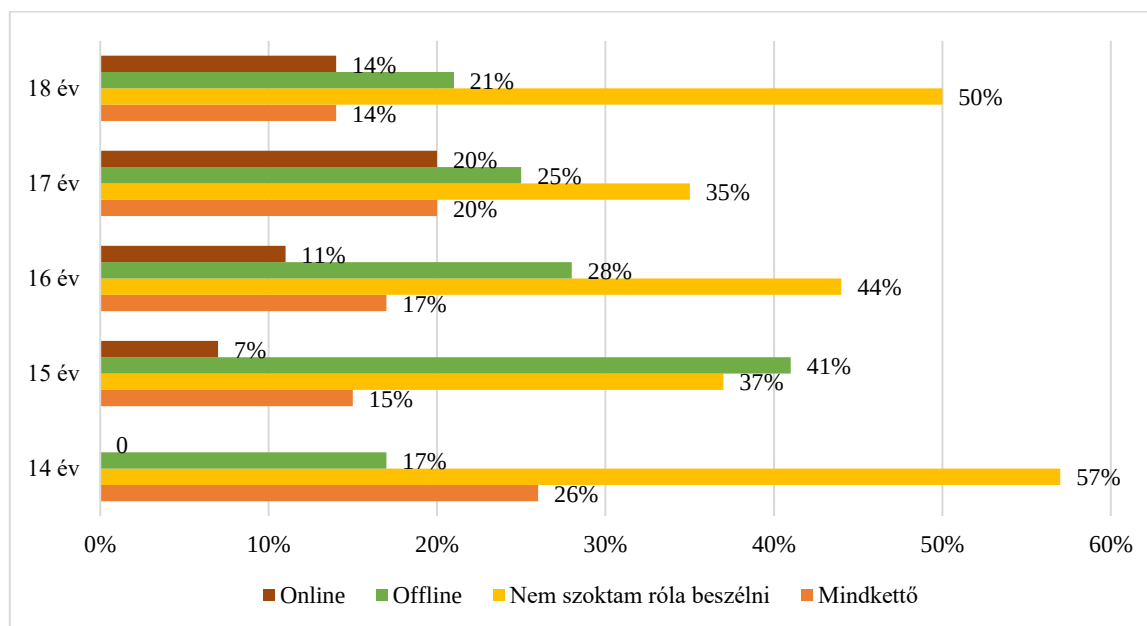


9. ábra: Családdal kapcsolatos témák

Azon válaszadók aránya, akik nem szoktak beszélni családdal kapcsolatos témákról, a 14 éves korosztályban a legmagasabb, míg ez az érték a 16 éveseknél már csak a 14 évesek eredményének a fele. Látható, hogy a megkérdezettek 80-90%-a beszél a témáról, és ehhez nagyrészt vagy mindkét platformot igénybe veszik, mint például a 18 éves korcsoport (46%), míg a 17 éveseknél az offline közlési lehetőségek dominálnak (50%). A kizárólag online közlési formulát választotta a válaszadók legkisebb része, mindössze 5-11%-uk.

A nemek szerinti megoszlásban kiderül, hogy a férfiak arányaiban kétszer annyian vannak, akik nem beszélnek a családdal kapcsolatos témákról, viszont akik beszélnek, inkább választják a személyes módot (58%). A nők inkább online és offline megosztva beszélnek a témáról, kizárólag online pedig majdnem ötöd annyian beszélnek a témáról, mint offline. A nem változó hatással van arra, hogy valaki mennyire szívesen beszél a témáról, a családdal kapcsolatos témakörben a férfiak szívesebben beszélnek a témáról offline ($\chi^2=0,004$).

4.1.8. Szülők nevelési stílusával kapcsolatos témák



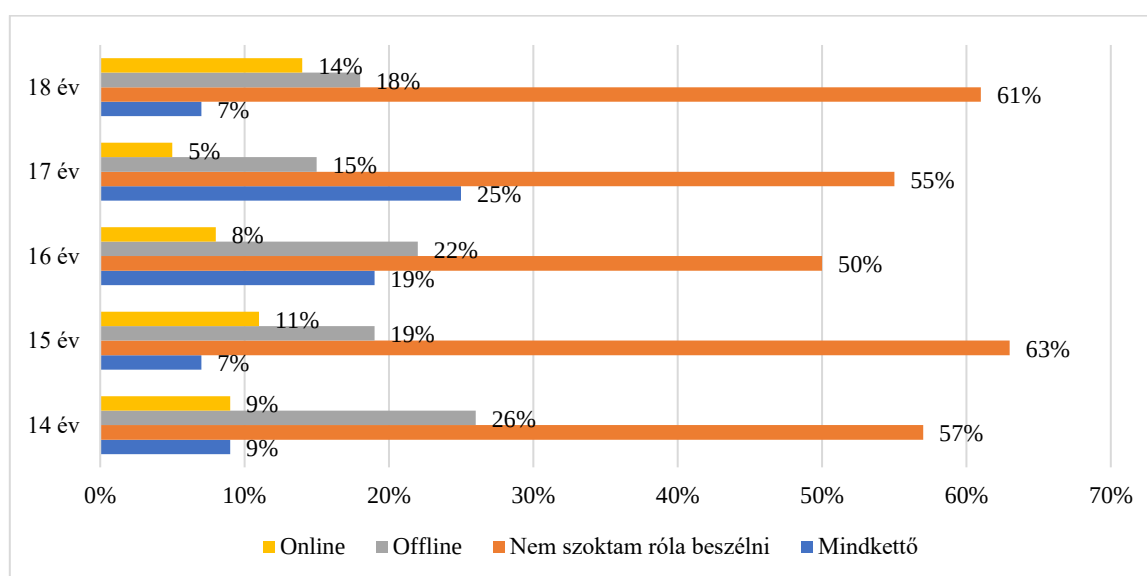
10. ábra: szülők nevelési stílusával kapcsolatos témák

Látható, hogy a 14 és 18 éves válaszadók több, mint fele nem szokott a témáról beszélni, viszont magas azoknak az aránya, akik vagy online és offline is, vagy csak offline beszélnek a témáról. A kizárólag online a témát feldolgozók aránya a legalacsonyabb. A 15 és 17 éves korcsoportban mérhető a legmagasabb aránya azoknak, akik valamilyen platformon beszélnek a témáról. A 17 éves korcsoport eredménye szerint inkább beszélnek a témáról offline, de egyenlő mértékben osztják meg a témáról alkotott véleményüket mindkettő platformon, illetve kizárólag online. A

16 éves korcsoport kiemelkedő annak tekintetében, hogy habár csupán az 56%-uk beszél a témáról, ez az érték szinte egyenlő arányban oszlik meg a három opció között.

A nemek közötti megoszlás a következő: a női válaszadók fele annyian kerülnek a témát, mint a férfi válaszadók. Levonható a következtetés, hogy a férfi válaszadók inkább nem beszélnek erről a témáról, de amennyiben igen, inkább online teszik azt. Ellenben a nők nagyobb arányban beszélnek a szülők nevelési stílusáról, és inkább offline teszik azt. A nem változó hatással van arra, hogy valaki mennyire szívesen beszél az adott témáról online vagy offline ($\chi^2=0,024$). A férfi válaszadók inkább nem beszélnek a szülők nevelési stílusával kapcsolatos témákról.

4.1.9. Vallással kapcsolatos témák

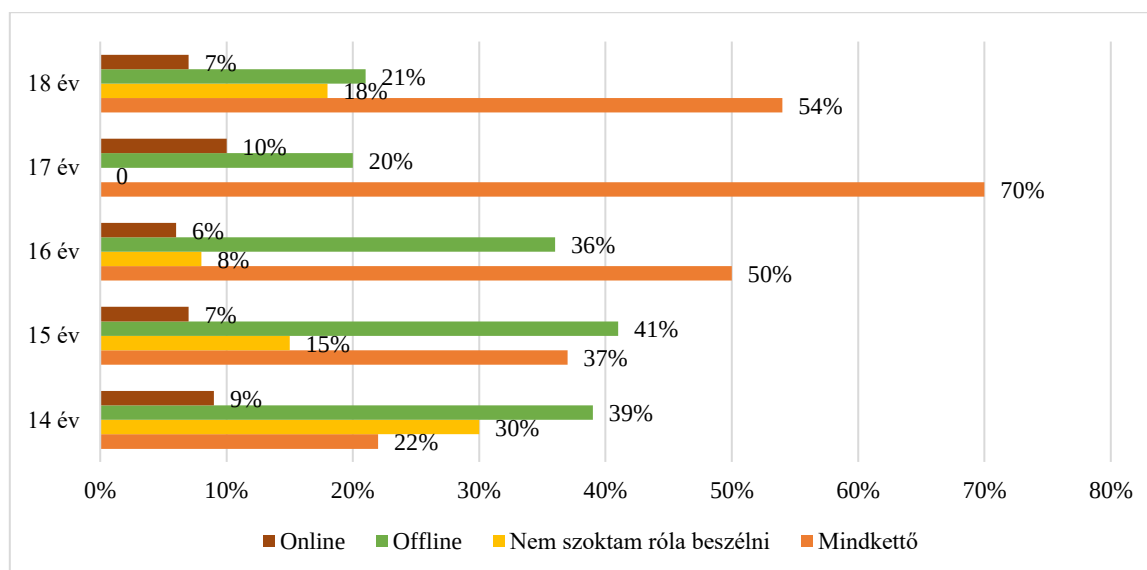


11. ábra: Vallással kapcsolatos témák

A diagramból látható, hogy a megkérdezettek 37-50%-a szokott beszélni a vallással kapcsolatos témákról. A 17 éves korcsoport kivételével a többi korcsoport eredményei alapján inkább offline, személyesen beszélnek a témáról, mint mindkét platformon, vagy kizárólag online. A 17 évesek eredményei szerint online és offline megosztva beszélnek a vallással kapcsolatos témákról. A 18 éves korcsoport beszél a legmagasabb arányban a témáról.

A vallással kapcsolatos témák eredményeinek nemek szerinti megoszlása a következő: a férfiak 8%-kal kevésbé beszélnek a témáról, mint a nők. A nők 3-szor annyian beszélnek a témáról mindkét platformon, mint a férfiak (6%). Viszont a férfiak 4%-kal nagyobb arányban beszélnek a témáról online, mint a nők, illetve mindkét nem azonos (20%) mértékben beszél offline a témáról.

4.1.10. Barátsággal kapcsolatos témák

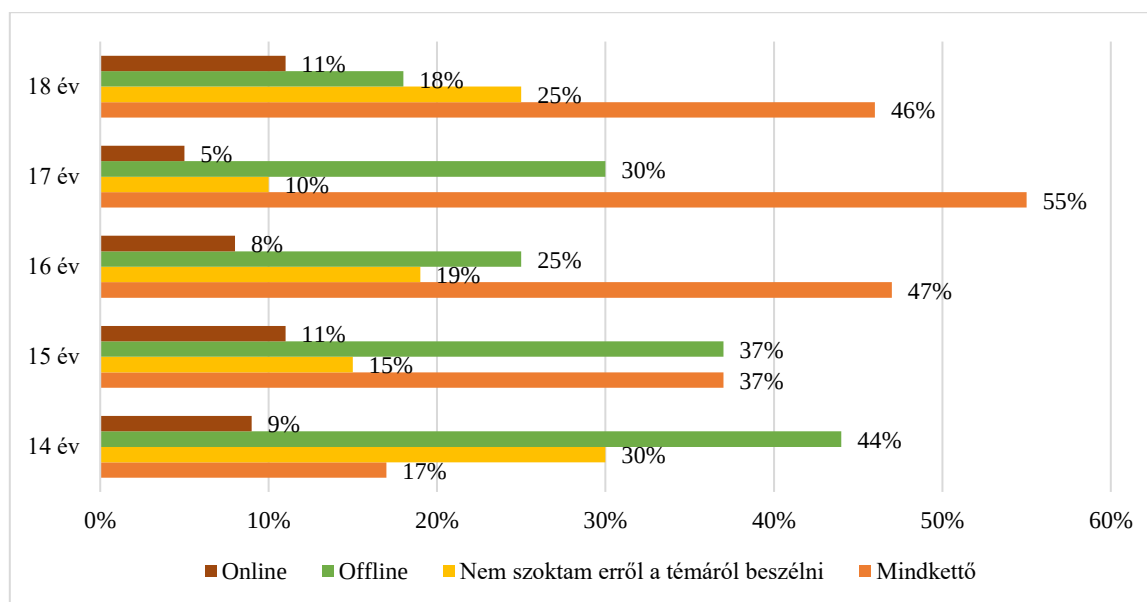


12. ábra: Barátsággal kapcsolatos témák

A megkérdezettek 70-100%-a szokott a barátsággal kapcsolatos témákról beszélgetni, a 14 éves korcsoportban a legmagasabb azok aránya, akik nem szoktak róla egyáltalán beszélni. Nagy az aránya a 16-18 éves korosztályban azoknak a válaszadóknak, akik mindkettő platformon szívesen beszélnek a témáról. A fiatalabb korostály képviselői inkább offline (39-41%) beszél a témáról. Alacsony azok aránya, akik egyáltalán nem szoktak a témáról beszélni.

A női és férfi válaszadók nagyobb része mindkét platformon szívesen beszél a témáról, , illetve második helyen az offline közlési lehetőség áll. A megkérdezettek csupán 7-8%-a beszél a témáról inkább online. Kijelenthető, hogy a férfiak aránya kétszerese a nők arányának azok körében, akik nem beszélnek egyáltalán a témáról (20%).

4.1.11. Szerellel kapcsolatos témák

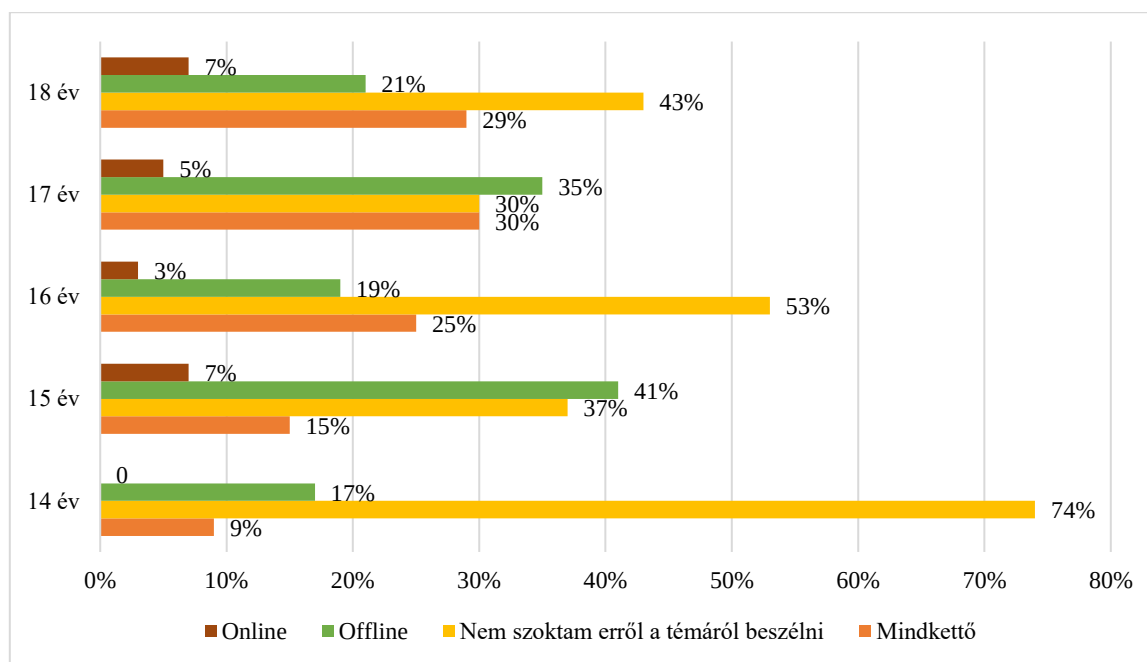


13. ábra: Szerellel kapcsolatos témák

A megkérdezettek közül a 14 és 18 éves korosztály képviselőit foglalkoztatja a téma a legkevésbé, 70-75%-uk szokott a témáról beszélni, míg ez az érték a többi korcsoportban 80-90%. A 16-18 éves válaszadók nagyobb részben beszélnek a témáról online és offline megosztva, míg a 14-15 éves korcsoport inkább offline beszél a témáról. A megkérdezettek legfeljebb 11%-a választja az online közlési lehetőségeket a téma feldolgozására.

A nemek szerinti megoszlás tekintetében született eredmény szerint a női válaszadók fele mindkét platformon szívesen beszél a témáról, a férfiak inkább offline. Továbbá a férfiak és nők viszonylatában kiderül, hogy a férfiak kevésbé szívesen beszélnek a témáról, mint a nők. A nem változó hatással van arra, hogy a megkérdezettek szívesen beszélnek-e a témáról, a nők szívesebben beszélnek a témáról online és offline is (sig=0,025).

4.1.12. Szexualitással kapcsolatos témák



14. ábra: szexualitással kapcsolatos témák

A szexualitással kapcsolatos témakörben elért eredmények mutattak hasonló egyezést, mint a külső világra vonatkozó tartalmak. A megkérdezettek nagy része nem beszél a témáról, bár ez az eredmény a kor növekedtével csökken nagyrészt. A 14 és 16 éves korosztály beszél legkevésbé a témáról, viszont amennyiben beszél, azt inkább offline teszik. Arányaiban a 17 éves korosztály beszél a témáról legtöbbet, amit online és offline tesznek meg, vagy inkább offline.. Az online közlési lehetőségeket 0-7%-ban használják a téma feldolgozására.

Nemek szerint a férfiak esetében 4%-kal több az aránya azoknak a válaszadóknak, akik nem beszélnek a témáról, viszont mindkét nem esetében magasabb azoknak az aránya, akik mindkét platformon szívesen beszélnek a témáról, utána következik a kizárólag offline feldolgozási forma. Az online közlési lehetőségeket azonban 6%-kal szívesebben alkalmazzák a férfi válaszadók.

4.1.13. Összefoglalás

Összességében elmondható, hogy a külső világra vonatkozó vizsgált témákról a megkérdezettek nagy része nem szokott beszélni, ez alól kivétel az időjárás. Úgy gondolom, hogy ennek részben oka lehet, hogy a vizsgált témákból az időjárás a legáltalánosabb, legtöbbször beszélt téma, amiről egy rövid találkozó alkalmával is lehet beszélni, kvázi semleges téma. Ezzel ellenben a többi téma megvitatásához mélyebb háttértudás szükséges, amivel sok fiatal rendelkezik ugyan, de az elért eredmény alapján úgy látszik, hogy a

megkérdezett korosztályokba tartozó fiatalok inkább nem beszélnek az aktuálpolitika, infláció, háború, bűnözés és környezetvédelem témákról. Az ezen témák kapcsán elért eredményekkel ellentétben a személyes témákkal kapcsolatban a megkérdezettek nagyobb része beszél a témákról. Kivétel a vallással kapcsolatos témák, amiről a megkérdezettek több, mint fele nem szokott beszélni. Ennek oka feltehetően az lehet, hogy a személyes témákban a vallás lehet az a kivétel, amiben nem mindenki jártas, vagy nem mindenki életében van jelen. Míg a család, a barátok, a szerelem és a szexualitás minden fiatal életében jelen van valamilyen szinten és módon, a vallás nem ennyire általános.

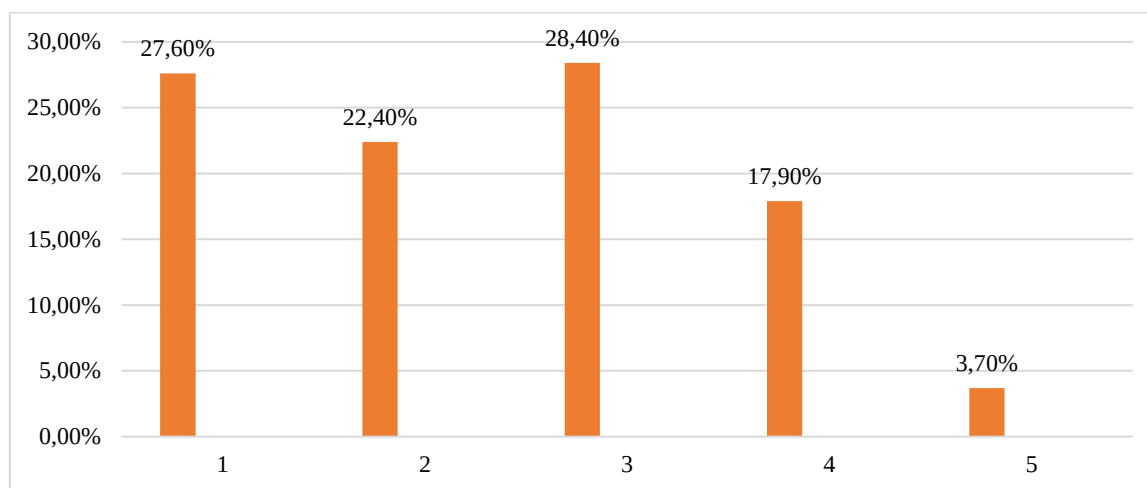
A kérdőív eredményeivel cáfolatot kaptam a hipotéziseimre, ennek oka, hogy a megkérdezettek inkább beszélnek minden témáról, legyen az személyes, vagy külső világra vonatkozó, offline, élőben, mint online, azaz valamilyen eszközön keresztül. Ez az eredmény arra enged következtetni, hogy az online, felgyorsult világ nem képes átvenni a személyes találkozók, megbeszélések helyét, amikor egy légtérben vannak a felek, látják egymás reakcióit, mimikáját, azonnal kaphatnak egy visszajelzést arra, amit mondtak. Továbbra is fontosak a személyes interakciók, a fiataloknak szükségük, igényük van arra, hogy az online téren kívül is találkozzanak társaikkal, családtagjaikkal.

4.2. 2. hipotézis

Feltevésém szerint az online közlési lehetőségeket a vizsgált minta szívesebben használja annak céljából, hogy az érzelmeikről vagy intimitást érintő témákról beszéljen.

A kérdőív, hipotézisre vonatkozó blokkjában a válaszadóknak 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1 az „egyáltalán nem szívesen” és az 5 a „nagyon szívesen”, kellett bejelölniük, hogy mennyire szívesen beszélnek az érzelmeikről, intimitásról online, illetve offline.

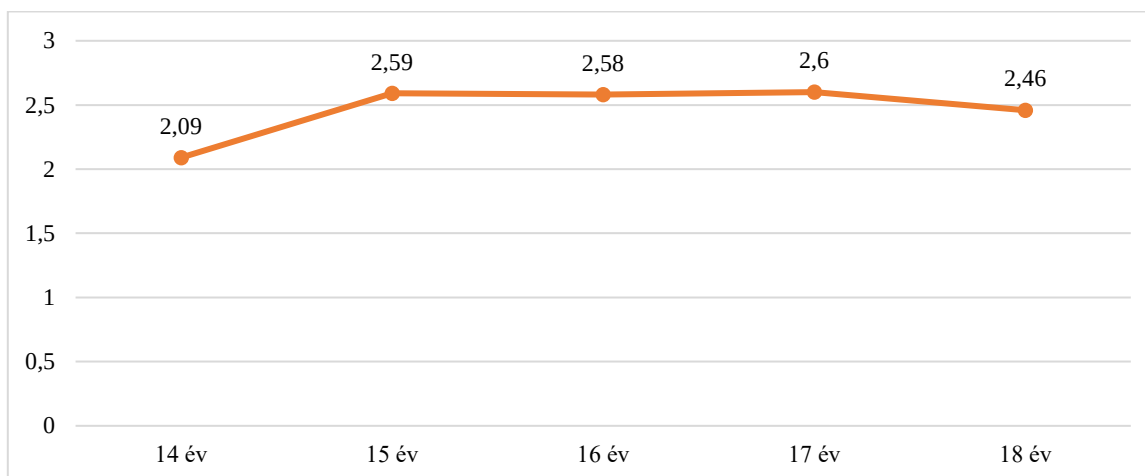
4.2.1. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online?



15. ábra: Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online?

Az eredmény alapján látható, hogy a válaszadók fele inkább nem beszél az online térben az érzelmeiről, intimitásról, míg a válaszadók mint 20%-a nagyon szívesen beszél a barátainak érzelmeiről online. Mintegy 30%-uk pedig feltehetőleg a helyzettől vagy témától teszi függővé, hogy beszél-e az érzelmeiről online.

4.2.2. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online? - kérdés átlaga életkorok megoszlásában

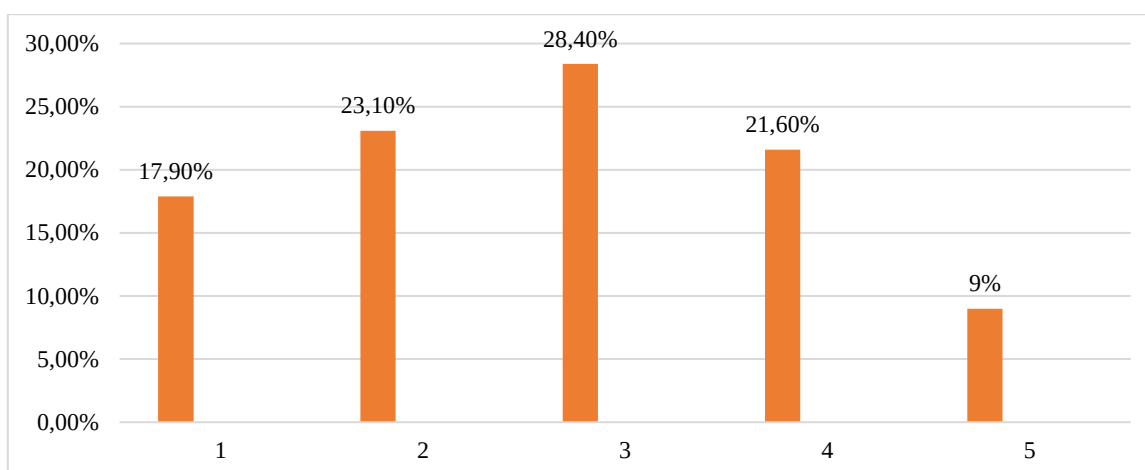


16. ábra: Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online? - kérdés átlaga életkorok megoszlásában

Az eredmény alapján a 14 éves korosztály átlagosan inkább egyáltalán nem beszél online az érzelmeikről vagy intimitásról. A legmagasabb értéket a 15 éves korosztály érte el, akik 5 tized értékkel szívesebben beszélnek a témákról, mint a náluk egy évvel fiatalabb korosztály. A másik legmagasabb értéket a 17 éves korosztály válaszadói eredményezték, akik 2 század értékkel szívesebben beszélnek a témákról online, mint a 16 éves korosztály. A második legalacsonyabb értéket pedig a 18 éves korosztály eredményezte, aki szintén kevésbé szívesen beszél a témákról online.

A korosztályok átlagát nézve az eredmény 2,46. Elmondható, hogy a megkérdezettek átlagban inkább nem szívesen beszélnek az érzelmeikről és intimitásról az online térben.

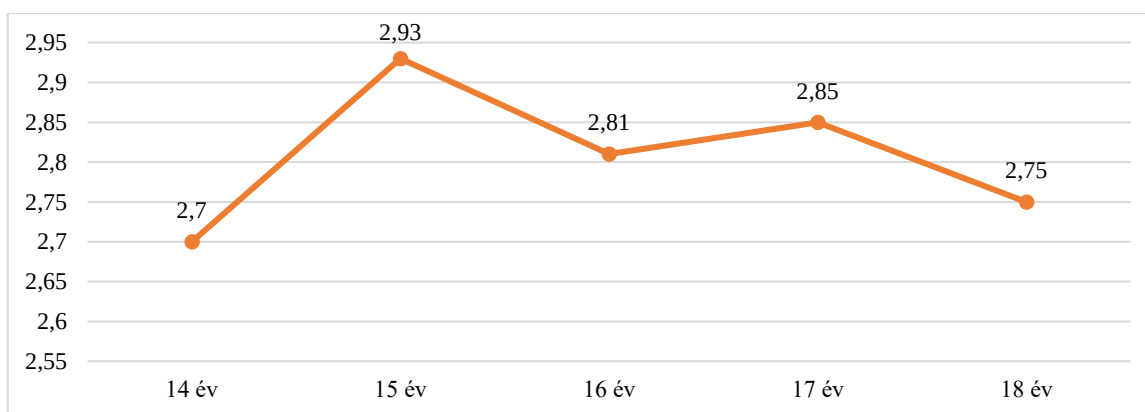
4.2.3. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben (offline)?



17. ábra: Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben (offline)?

A diagramból kiolvasható, hogy a megkérdezettek nagyjából 40%-a beszél a barátainak az érzéseiről, intimitásról élőben. 30%-uk viszont inkább szívesen beszél ezen témákról személyesen, míg 1/3-uk feltehetően az adott helyzettől teszi függővé, hogy beszél-e az érzéseiről, intim témákról személyesen a barátaival.

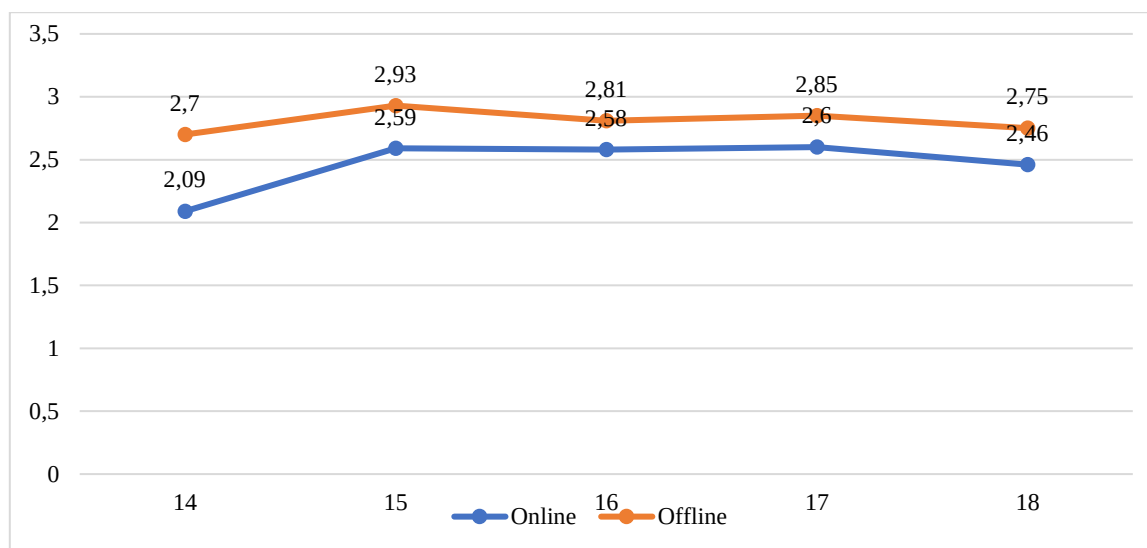
4.2.4. Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben (offline)?



18. ábra: Mennyire szívesen beszélsz az érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben (offline)?

A korosztályi átlagok tekintetében nem mutatható nagy különbség a különböző korcsoportokban. Megállapítható, hogy a legnagyobb különbség a 14 és 15 évesek tekintetében mérhető. A 14 éves korosztály ezen eredmény alapján a legkevésbé szeret személyesen beszélni az érzéseiről, míg a 15 éves korcsoport inkább hajlik afelé, hogy több esetben beszéljen a témáról élőben. A 18 éves korosztály eredménye hasonlít a 14 éves korcsoportéhoz, minimális értékkel tér el afelé, mi szerint a 18 éves válaszadók minimálisan, de inkább beszélnek szívesen személyesen az érzéseikről, mint a 14 éves korosztály.

4.2.5. A két kérdés összehasonlítása korosztályok alapján



19. ábra: A két kérdés összehasonlítása korosztályok alapján

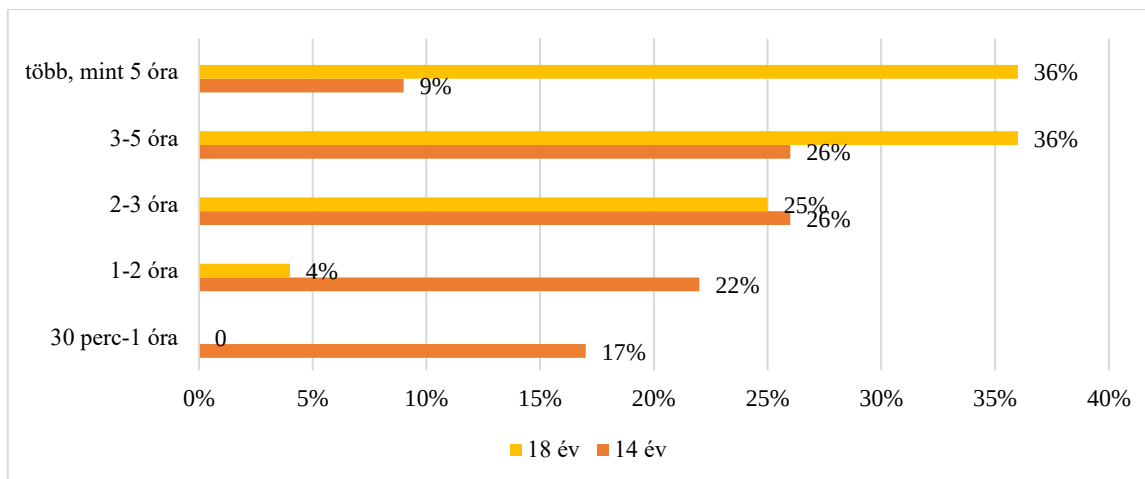
4.2.6. Összefoglalás

Összességében elmondható, hogy a hipotézist a kapott eredmények megcáfolják, vagyis a megkérdezettek nem használják szívesebben az online teret annak céljából, hogy az érzelmeikről, vagy intim témákról beszéljenek. Az eredmény alapján viszont az ellenkezőjét, a személyes találkozást sem részesítik előnyben túlnyomórészt. Nagy részben születtek eredmények a 3-as értékre, ami feltételezi számomra, hogy helyzettől függhet az, hogy a megkérdezettek mennyire szívesen beszélnek ezen témákról online vagy offline. A hipotézist arra a gondolatra építettem, mi szerint a személyes, az érzelmeinket és intimitást érintő kérdésekről kényelmesebb lehet online beszélgetni. Az online tér megadja annak a lehetőségét, hogy visszavonjuk, amit leírtunk, ezzel akár „meg nem történtté” tehetjük, vagy nem szükséges szembesülnünk a másik fél azonnali reakciójától. Mindazonáltal az online tér nyújtotta lehetőségek ellen szól, hogy igazából nem lehet kitörölni a már elküldött üzeneteket, az internet megőrzi mindent, illetve amennyiben az érzelmeit átadó személy valaki olyanban bíz meg, aki továbbadhatja az üzenet tartalmát, így vissza is lehet élni a leírt szóval.

4.3. 3. hipotézis

Feltevésém szerint a vizsgált mintát alapul véve a 14 éves korosztály kimutathatóan időben többet használja az online teret kapcsolattartásra, mint a 18 éves korosztály.

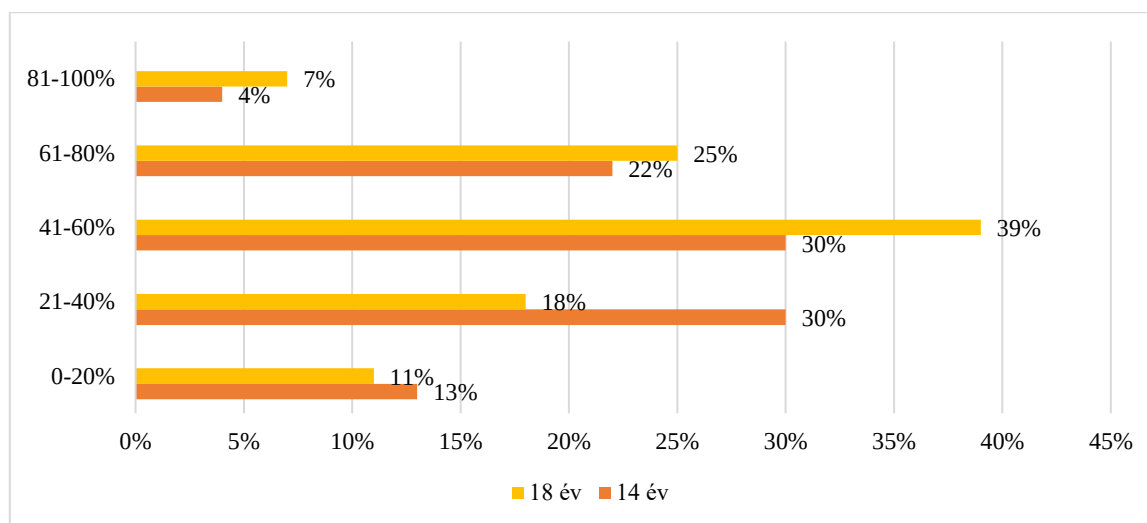
4.3.1. Online térben töltött idő hétköznap



20. ábra: Online térben töltött idő
hétköznap

A diagramból látható, hogy a megkérdezett 14 éves megkérdezettek aránya nagyobb az alacsonyabb óraszámú internetezéssel töltött opciók között, nagy részüknek a napi képernyőidejük 2-5 óra. Szintén magas arányban vannak, akik 30 perc és 2 óra közötti időszakokat töltenek az online térben. Ezzel ellentétben a 18 éves korosztály többsége 3-5 órás képernyőidővel rendelkezik, illetve azonos arányban vannak, akik 5 óránál is több időt töltenek az online térben. Elenyésző a száma azoknak a 18 éves válaszadóknak, akik 1-2 órát töltenek az interneten, illetve olyan válaszadó nem akadt, aki 1 óránál kevesebb időt töltene az interneten. Az eredmény lehetséges oka, hogy a 14 éves korosztály vizsgálatában számba kell venni a szülői kontrollt a telefon és internethasználat tekintetében, míg a 18 éves korcsoport tekintetében már vagy egyáltalán nem áll fenn a kontroll, vagy elenyésző mértékben.

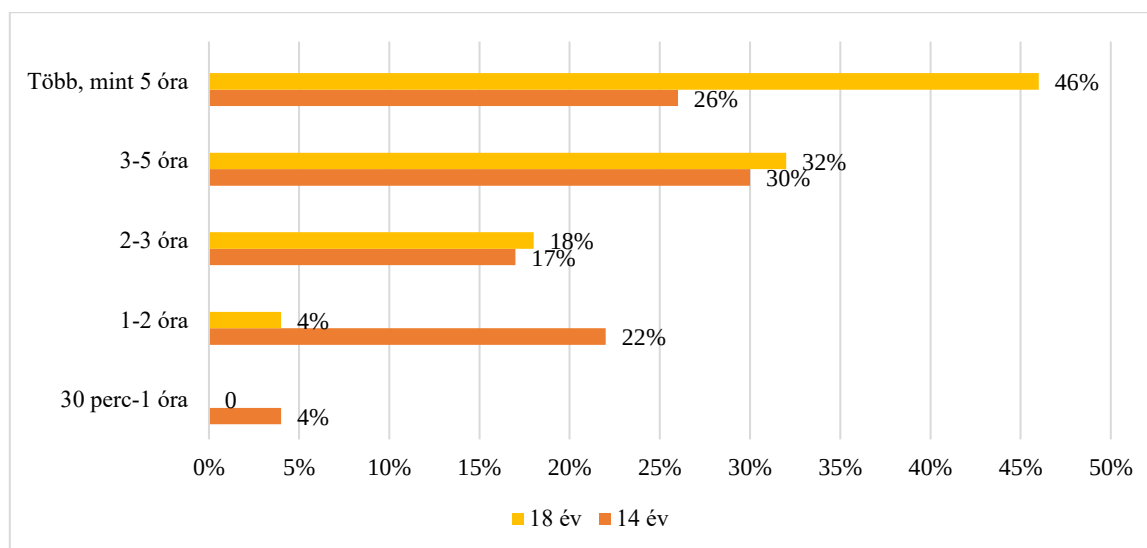
4.3.2. Kapcsolattartással töltött idő hétköznapi



21. ábra: Kapcsolattartással töltött idő hétköznapi

Látható, hogy a megkérdezett 14 évesek többsége a hétköznapi internet használatot kisebb arányban használja kapcsolattartásra, míg a 18 éves megkérdezettek legalább 25%-a az interneten töltött idő legalább felét kapcsolattartással tölti. Ennek az eredménynek lehetséges oka, hogy a 14 éves korosztály nagyrészt középiskolás, vagy általános iskolás, így napi szinten, több órás intervallumokban van kortársai, barátai körében, így az interneten töltött idő kevesebb százalékát használja kapcsolattartásra. Ellenben a 18 éves korosztály végzős középiskolás, vagy egyetemista, a kortársaitól, barátaitól eltérő órarenddel, időbeosztással, így az online tér nyújtotta lehetőségek felértékelődnek annak céljából, hogy kapcsolatot tartson barátaival, ismerőseivel.

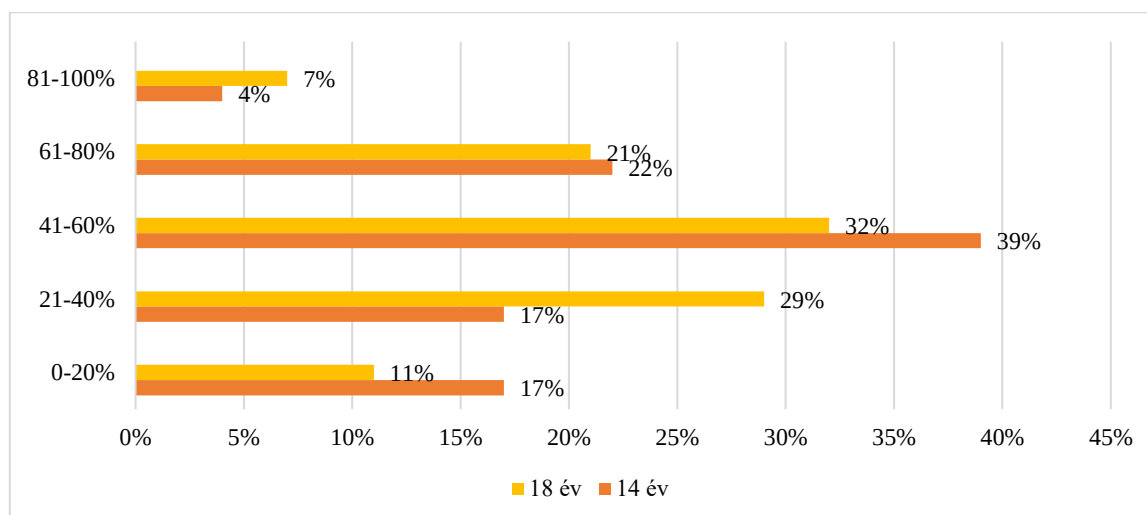
4.3.3. Online térben töltött idő hétvégén



22. ábra: Online térben töltött idő hétvégén

A hétköznapi internethasználathoz képest a hétvégi átlagos internethasználat láthatóan növekedett, a 14 és 18 éves korosztályban egyaránt. A 14 éves korcsoport csupán 9%-a internetezik több, mint 5 órát, míg hétvégére ez az érték 26%-ra növekedett. A 18 éves korcsoport tagjai is többet használják az online teret hétvégén, 10%-kal több azoknak az aránya, akik több, mint 5 órát interneteznek. Azoknak az aránya pedig csökkent a 14 éves korosztálynál, akik kevesebb, mint 1 órát használják az online teret hétvégén. Azon 14 éves válaszadók aránya viszont nőtt, akik 3-5 órát használják az online teret.

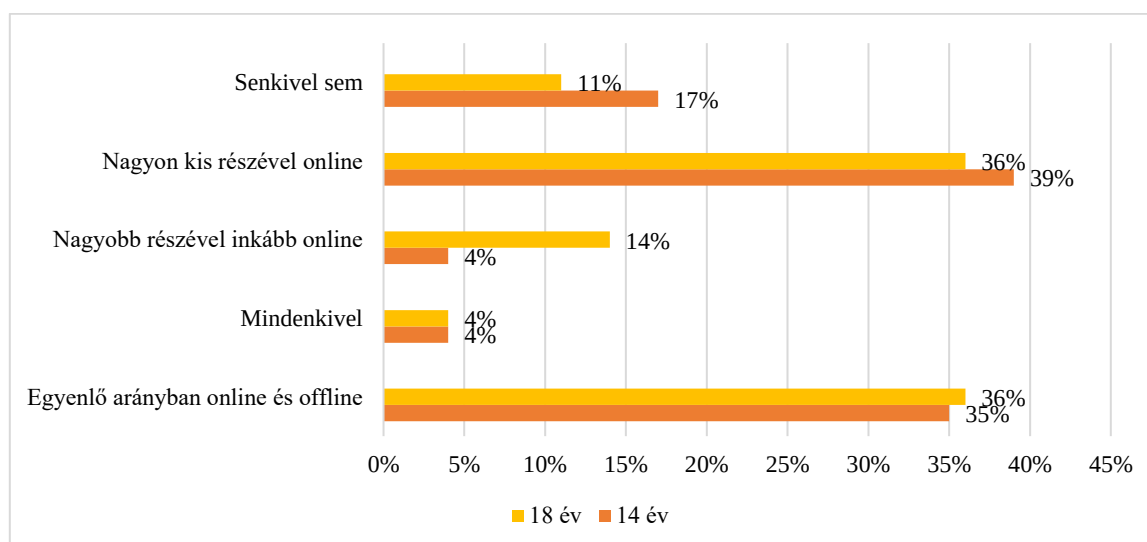
4.3.4. Kapcsolattartással töltött idő hétvégén



23. ábra: Kapcsolattartással töltött idő hétvégén

Azon válaszadóknak az aránya, akik a hétvégi online térben töltött időt csupán kapcsolattartásra használják, alacsony az arányuk, bár 3%-kal többen vannak a 18 éves korosztályból, mint a 14 éves korosztályból. Mindemellett az látszik, hogy a hétköznaphoz képest a 14 évesek vannak többségben a hétvégi online térben történő kapcsolattartás viszonylatában. A megkérdezett 14 éves korosztály több, mint 60%-a az online töltött idejének legalább felét kapcsolattartásra használja, míg a 18 éves korosztály több, mint 70%-a 60, vagy kevesebb százalékban használja az internetet kapcsolattartásra hétvégente.

4.3.5. A barátaid mekkora részével tartod inkább online a kapcsolatot?



24. ábra: A barátaid mekkora részével tartod inkább online a kapcsolatot?

Az eredményből azt lehet látni, hogy a megkérdezettek 11-17%-a tartja a kapcsolatot offline a barátaival, a fennmaradó válaszadók pedig nagyrészt egyenlő arányban tartják a kapcsolatot a barátaik kis részével kizárólag online, illetve magas azon válaszadók aránya is, akik egyenlő arányban tartják barátaikkal a kapcsolatot online és offline. Viszont a 18 éves korosztályban 10%-kal magasabb az aránya azoknak a válaszadóknak, akik a barátaik nagyobb részével inkább online tartják a kapcsolatot.

4.3.6. Összefoglalás

Összességében megfigyelhető, hogy az online térben eltöltött időre vonatkozó kérdések vizsgálatában a 18 éves korosztály arányaiban több időt tölt online, mint a 14 éves korosztály. Különbséget kell tenni közöttük, hogy hétköznap és hétvégén mekkora ennek az időnek a mértéke. Illetve érdemes összehasonlítani, hogy hétvégén és hétköznap az interneten töltött időnek mekkora százalékát töltik a megkérdezettek kapcsolattartással, mert míg hétköznap a 18 éves korcsoport tölt több időt kapcsolattartással az online térben, hétvégén a megkérdezettek közül a 14 évesek aránya emelkedik felül a 18 éveseken.

A hipotézisre cáfolatot kaptam, amennyiben az online térben töltött idő átlagát veszem figyelembe a hétköznap és hétvége vonatkozásában, az eredmény szerint ugyanis a 14 és 18 éves megkérdezettek minimális eltéréssel átlagban ugyanannyi arányban használják az online teret kapcsolattartásra, a kimutatható különbség minimális. Az eredmény nem tekinthető szignifikáns eltérésnek.

5. Összefoglalás

Kutatási témámat azzal a céllal választottam ki, hogy mélyebben tanulmányozhassam és megértsem a mai generáció jellemzőit, motivációit, tulajdonságaiknak és életvitelüknek eredetét és következményeit, átfogó képet kaphassak arról, hogy bizonyos, az idősebb generációk számára feleslegesnek, vagy érthetetlennek tartott viselkedési mintáik honnan alakultak ki, hogyan alakulhatott ki egyfajta szakadék a mai és a korábbi generációk között, ennek mi az oka, folyamata, illetve az eddig végzett kutatások alapján a szakemberek mit látnak a fiatalok viselkedése mögé. Arra a következtetésre jutottam, hogy az I generációnak nevezett, 1995 és 2012 között született fiataloknak roppant nehéz dolga van, amennyiben meg szeretné felelni a felé irányuló elvárásoknak. Elvárásokat támaszt irányában a családja, akiknek életkora egy igen széles skálán helyezkedhet el, értem ez alatt a szülőket, nagyszülőket, dédszülőket. A felsorolt generációk képviselői mind más-más kort éltek meg, mégis van bennük valami

használó, mégpedig hogy az internet kora előtt születtek, így nagy részük egyfajta nehezítéssel gondol az internetre, okos eszközökre, annak ellenére, hogy nagy százalékuk aktív használójuk. Kutatásom témájához, és az elért korosztályhoz igen elnéző és türelmes attitűddel állok hozzá, ennek oka, hogy úgy gondolom, az újításoknak a világban igenis helyük van, a világnak és a benne élő embereknek fejlődniük kell, fejleszteniük kell saját magukat, mert a mai világ újításai rengeteg lehetőséget és segítséget kínálnak minden generáció számára. Amennyiben ezt az idősebb generációk valóban elfogadják, és nem állnak ellen a fejlődésnek, a modern világnak, szilárd meggyőződése, hogy a generációk közötti szakadék ennek hatására szűkülne. Ennek oka, hogy nem muszáj szeretni valamit, vagy egyetérteni valamivel, de ettől függetlenül el lehet fogadni a létezését, és kevesebb energiába kerül figyelmen kívül hagyni a továbbiakban az életünkre gyakorolt hatását, mint minden erőnkkel küzdeni az ellen, hogy akárcsak elismerjük a hatását a világra és a többi, körülöttünk élő emberre. A kutatásom eredményeiből kiderült, hogy bár a fiatalok egy igen szűk része töltötte ki a kérdőívet, de ezek a válaszadók arra engednek következtetni, hogy igenis szükségük van a mai fiataloknak az online tér nélkül eltöltött minőségi időre a barátaikkal, családjukkal, az internet nem szorította ki ezeket a régi értékeket, csupán behozott újakat, átformálta a régieket.

6. Hivatkozások

- Andok, M. (2016). Cybergyerek-kor. *Vigilia*, 6, 419-420.
- Baksa, P. (2021). *A szociális média hatása az óvodáskorúak fejlődésére*. II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Pedagógia és Pszichológia Tanszék, Beregszász.
- Huszár, T., & Sükösd, M. (1969). *Ifjúságszociológia*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Janek, N. (2015). „Érintéstől a klikkelésig”–Internethasználat 0–8 éves korban. *Gyermeknevelés Tudományos Folyóirat*, 137-140.
- Jean, T. M. (2017). *iGeneráció*. Budapest: Édesvíz Kiadó.
- Kiss-Kozma, G., & Székely, L. (2023). *Ifjúság+ - Öt kérdésben a magyarországi 15-39 évesekről*. Budapest: Ifjúságkutató Intézet.
- Mannheim, K. (1969). *A nemzedéki probléma*.
- Markos-Kujbus, É., & Gáti, M. (2012). *A közösségi média mint online stratégiai eszköz*.
- Molnár, G. (2015). *Korszerű technológiák az oktatásban*.
- Nagy, L. (2014). *Közösségi oldalak használata a fiatalok körében*. Miskolci Egyetem, Filozófia.
- P. Szilczl, D. (2016). Digitális face-to-face. *Vigilia*, 6.
- Poore, M. (2015). *Hogyan használjuk a közösségi médiát az oktatásban?* (Á. Bozai, Ford.) Budapest: Wolters Kluwer.
- Steigervald, K. (2020). *Generációk harca*. Budapest: Partvonal.
- Székely, L. (2022). *HorizontON - Aktuális kérdések a magyarországi fiatalok élethelyzetéről és életmódjáról*. Budapest: Ifjúságkutató Intézet.
- Székely, L., & Kozma-Kiss, G. (2023). *Ifjúság '23 - Jelentés az ifjúságügyről*. Budapest: Ifjúságkutató Intézet.
- Tőkés, G. (2015). : A romániai fiatalok szemlélete az internet természetéről és hasznáról. *Információs Társadalom*, 18-33.
- Vajda, Z., & Kósa, É. (2005). *Neveléslélektan*. Budapest: Osiris Kiadó.

7. Melléklet:

7.1. Kitöltetlen kérdőív

Nemed

Nő

Férfi

30 perc és 1 óra

1-2 órát

2-3 órát

3-5 órát

Több, mint 5 órát

Életkorod

14 év

15 év

16 év

17 év

18 év

0-20%

21-40%

41-60%

61-80%

81-100%

Állandó lakóhelyed

Falu

Község

Város

Főváros

Nem használom

Kevesebb, mint 3

30 perc és 1 óra

1-2 órát

2-3 órát

3-5 órát

Több, mint 5 órát

HÉTKÖZNAP szabadidődben átlagosan mennyit
használsz az online teret?

Nem használom

Kevesebb, mint 3

Hétvégén ennek az időnek hány százalékát töltöd kapcsolattartással? (telefonhívás, SMS, Messenger, email, WhatsApp, Discord, Skype, Teams, Viber, Zoom, Snapchat, Instagram)

0-20%

21-40%

41-60%

61-80%

81-100%

Hány olyan barátod, ismerősöd van, akivel napi szinten tartod a kapcsolatot?

0

1-5

6-10

11-15

16-20

20-nál több

Van olyan barátod, akivel csak online tartod a kapcsolatot?

Igen

Nem

A barátaid mekkora részével tartod inkább online a kapcsolatot?

Mindenkivel

Nagyobb részével

Egyenlő részben

Nagyon kis részével

Senkivel sem

Az alábbi témák kapcsán felkerested már a mesterséges intelligenciát (AI)?

Igen

Nem

Aktuálpolitikával kapcsolatos

Inflációval kapcsolatos

Bűnözéssel kapcsolatos

Időjárással kapcsolatos

Környezetvédelemmel kapcsolatos

Háborúval kapcsolatos

Családdal kapcsolatos

Szülők nevelési stílusával kapcsolatos

Vallási hovatartozással kapcsolatos

Barátsággal kapcsolatos

Szerellemmel kapcsolatos

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatos

Egyéb

Az alábbi témákról inkább online(interneten) vagy offline(élőben) szoktál beszélgetni?

Online

Offline

Mindkettő

Nem szoktam erről a témáról beszélni

Aktuálpolitikával kapcsolatos témák

Inflációval kapcsolatos témák

Bűnözéssel kapcsolatos témák

Időjárással kapcsolatos témák

Környezetvédelemmel kapcsolatos témák

Háborúval kapcsolatos témák

Családdal kapcsolatos témák

Szülők nevelési stílusával kapcsolatos témák

Vallási hovatartozással kapcsolatos témák

Barátsággal kapcsolatos témák

Szerelemmel kapcsolatos témák

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatos témák

A következő témákkal kapcsolatos PROBLÉMÁKAT hogyan szoktad megbeszélni?

Online

Offline

Mindkettő

Nem szoktam erről beszélni

Családdal kapcsolatos

Szülők nevelési stílusával kapcsolatos

Vallási hovatartozással kapcsolatos

Barátsággal kapcsolatos

Szerelemmel kapcsolatos

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatos

Ezeket a PROBLÉMÁKAT kivel szoktad megbeszélni?

Nem szoktam erről beszélni

Barát

Családtag

Ismerős

Pedagógus

Professzionális segítő (szociális segítő, pszichológus, stb)

Mesterséges intelligencia (AI)

Egyéb

Családdal kapcsolatos

Szülők nevelési stílusával kapcsolatos

Vallási hovatartozással kapcsolatos

Barátsággal kapcsolatos

Szerelemmel kapcsolatos

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatos

Ha az alábbi témákkal kapcsolatban kíváncsi vagy valamire (kérdés merül fel benned), azt hogyan szoktad feltenni?

Online

Offline

Mindkettő

Nem szoktam erről beszélni

Családdal kapcsolatban

Szülők nevelési stílusával kapcsolatban

Vallási hovatartozással kapcsolatban

Barátsággal kapcsolatban

Szerelemmel kapcsolatban

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatban

Barátsággal kapcsolatos

Szerelemmel kapcsolatos

Szexualitással/szexuális élettel kapcsolatos

Mennyire szívesen beszélsz az
érzéseidről/intimitásról a barátaidnak élőben
(offline)?

Egyáltalán nem szívesen

1

2

3

4

5

Nagyon szívesen

Mennyire szívesen beszélsz az
érzéseidről/intimitásról a barátaidnak online?

Egyáltalán nem szívesen

1

2

3

4

5

Nagyon szívesen

Ezeket a kérdéseket kinek szoktad feltenni?

Nem szoktam erről beszélni

Barát/barátnő

Családtag

Ismerős

Pedagógus

Professzionális segítő (szociális segítő,
pszichológus)

Mesterséges intelligencia

Egyéb

Családdal kapcsolatos

Szülők nevelési stílusával kapcsolatos

Vallási hovatartozással kapcsolatos