

OTDK-DOLGOZAT

2015

FOMO, AVAGY A MODERNKOR „BETEGSÉGE”

Kézirat lezárva: 2014. december06.

Tartalom

Tartalom.....	1
Ábrajegyzék	2
Mellékletek	3
Abstract.....	4
1. Az X, Y és Z generáció.....	1
1.1. Az X generáció	1
1.2. Az Y generáció	1
1.3. Z generáció - a jövő munkavállalói	2
2. A modern technológia megjelenése	4
2.1. Magyarország és a modern technológia	5
2.1.1. A lefedettség	6
2.2. Az okos eszközök	6
3. A(z eszköz)függőség.....	9
3.1. A FoMO.....	11
3.1.1. A FoMO „áldozatai”	13
3.1.2. A FoMO további negatív hatásai	13
4. A gyakorlati rész.....	15
4.1. A kérdőív	16
4.1.1. Személyes adatok	16
4.2. Felvezető kérdések	18
4.3. Célikirányos kérdések.....	25
5. Az eredmények értékelése	31
Irodalomjegyzék	33
Melléklet	35

Ábrajegyzék

1. ábra Ha otthon marad a telefonom egész nap azon bosszankodom, hogy nem tudnak utolérni. (Saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	18
2. ábra A telefon az életem része, nélküle elveszettnek érezném magam (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	19
3. ábra A közösségi média meghatározza az életem (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	20
4. ábra Hiányérzetem van, ha legalább egyszer nem látogatok meg a közösségi oldala(i)m egy nap (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	21
5. ábra Jobban szeretek a közösségi oldalakon keresztül kommunikálni a barátaimmal, mint személyesen (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	22
6. ábra Minden veled történt napi eseményt megosztasz a közösségi oldal(ak)on. (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	23
7. ábra Ébredés után az első 3 tevékenységed közt szerepel a közösségi oldalad meglátogatása. (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	24
8. ábra A közösségi médiát elsősorban ... használom (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	26
9. ábra Ha a barátaim életét követhetem a közösségi médián az ... (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	27
10. ábra Ha az ismerőseim (akik nem barátaim) életét követem nyomon az ... (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)	29

Mellékletek

Kérdőív.....	25
--------------	----

„Az ismert dolgoktól mégis kevésbé rettegünk, mint azoktól, melyeket csupán sejtünk, és félig-meddig tudunk.”
Arthur Conan Doyle

Abstract

Dolgozatom témájának egy új jelenséget választottam, méghozzá egy újfajta függőséget, a FoMo-t. Teljes angol megnevezése „Fear of Missing out”, ami magyar nyers fordításban a következő: „Ki-/ Lemaradástól való félelem”. A szószerinti fordítás első hallásra valószínűleg, nem árulja el, hogy pontosan mi is ez a fogalom. Ezért inkább a jelenség meghatározásával írnám le a választott témámat. FOMO jelenség: a különböző közösségi oldalakon állandóan jelenlevési kényszer. Egy belső késztetés, ami folyton azt sugallja az érintett egyed számára, hogy megállás nélkül böngéssze a közösségi felületeket, és tevékenykedjen is rajta.

Mint ahogy említettem ez egy függőség, így a dolgozatom első felében bemutatom a jelenséghez kapcsolódó elméleti összefüggéseket, tényeket. Ilyen például a generációk, a modern technológia megjelenése és hogy ez miként befolyásolta/-ja az életünk. Továbbá a függőség, mint kényszer is bemutatásra kerül.

A dolgozat második felében az általam készített kutatás, vagyis a kérdőív kidolgozása és a kérdőív elemzése következik. A kérdőívet a Pannon Egyetem hallgatóival töltöttem ki. A kérdőíves felmérés elsősorban azt vizsgálja meg, hogy a Pannon Egyetem hallgatóit mennyire érinti a FoMO, hány százalékuknál észlelhető.

Az elemzés részben kitérek arra is, hogy ez a fajta függőség mennyire ártalmas és milyen hatásai lehetnek esetleg a munkahelyen. Gazdasági szempontból mennyire kártékony, vagy esetleg lehet belőle a cégeknél valamilyen fajta előnyt kovácsolni akár munkavállalói, akár munkáltatói részről? Végül, ha negatív jelenséggént tekintünk rá, akkor miként lehet orvosolni?

1. Az X, Y és Z generáció

1.1. Az X generáció

Az **X generáció**ba azokat soroljuk, akik 1960-1980 között születtek. Ők azok, akiket a megbízhatóság, a kontrolláltság, elmélyült szakmai igényesség, karrierizmus, kooperativáltság és magas motiváció jellemez. Náluk már kevésbé jellemző az, hogy egyetlen egy biztos munkahelyük van, ezáltal egyre fontosabb szerepet tölt be a pénz, az önállóság és a tájékozottság. (Pais, 2012)

A mai viszonyok között pedig a tanulás, (ön)képzés már-már követelmény velük szemben, hiszen már kopogtat az új generáció az ajtón, akik több dologhoz és jobban is értenek, és ha a munkavállaló nem akarja elveszíteni az állását, akkor bizony muszáj újabb és újabb ismereteket elsajátítania, bizonyítania, hogy ő is tudja azt, amit egy fiatalabb generáció tagja. A bizonyításhoz még az is társul, hogy rengeteg időt tölt a munkahelyén, egyre kevesebb ideje marad saját magára, a családjára, a barátaira. Mivel sok idejét „elveszi” a pénzkeresés, így alig jut idejük kikapcsolódni, kiszakadni a mindennapos feszültségből, ezáltal nem ismeretlen számukra a stressz, mondhatni a mindennapi életük része.

Ez az a generáció, akiknél mind az elkötelezettség és a munkahelyhez való kötődés is csökken. Az elődeikhez képest függetlenebbek, bátrabbak. Nagyobb hajlandóság található bennük a munkahelyváltás iránt, de ők még nem cselekednek meggondolatlanul. (Tari, 2010.)

1.2. Az Y generáció

Az **Y generáció** az 1980-1995 között születettek generációja. Számukra még fontosabb a pénz, mint az elődeiknek, az X generációnak. Kitartóak. A társadalmi kötelezettségeik mellett fontos számukra a folyamatos visszajelzés, hogy jól végzik-e a dolgukat, jó irányba haladnak-e. Számukra motiváció, ha magukhoz hasonló emberekkel dolgozhatnak, ahol egymással „versengve” hoznak ki magukból többet. (Pais, 2012.)

Míg az X generációnál az új ismeretek elsajátítása, tovább tanulás az aktuális munkahely megtartását, esetleg egy új megszerzését jelentette. Addig az Y generációnál egyrészt menedékként szolgál, azaz annál később kerül ki a munkavilágába, másrészt

pedig a munkahelyek által támasztott elvárásoknak nehéz megfelelni. Egy diploma már kevés, azaz ott a nyomás rajtuk, hogy minél többet tudnak, minél jobbak az eredményeik, annál több esélyük van. Egyre élesebb verseny alakul a munkaerőpiacon.(Horváth, Kiss, Zámori, & Bedőházy, 2012.)

Ez a generáció együtt nőtt fel az internet elterjedésével, természetesebb számukra a modern technológia használata, mint a szüleiknek. Makacsabbak is és ők az a generáció, amely rugalmasabban kezeli a munkahelyváltás kérdését. A munkaidő leteltével indulnak is haza, nem maradnak bent túlórázni. A szüleik példájából tanulván kisebb erőfeszítésért akarják megkapni a fizetésüket, és nem szívesen áldozzák fel a szabadidejüket a munkára. (Tari, 2010.)

Erre a generációra még az is jellemző, hogy rugalmasak akár a munka, akár a tanulás területén, ha számukra kedvező lehetőséget kapnak, akkor többen élnek vele, mint elődeik. Ehhez persze hozzájárul az is, hogy szabadon mozoghatnak akár az országok között is.(McCrindle, 2012.)

1.3.Z generáció - a jövő munkavállalói

A **Z generációt** képviselik, akik 1996-2010 közt születtek. A Z generáció munkába állásához még 20-30 évet várnunk kell, de annyi már megjósolható a demográfiai adatok alapján, hogy mire ők munkába állnak, más viszonyok lesznek a munkaerőpiacon.

A Z generáció szülei az X generáció tagjai, vagy esetleg az Y generáció első fele, akik nem akarnak annyit dolgozni, hanem inkább élni szeretnének és élvezni azt. A családalapításhoz azonban kell egy biztos háttér, így amíg ez nincs meg, addig nem vállalnak sokan gyereket. S ha vállalnak is, maximum egyet. Tehát egyre kevesebb a születendő gyerek, vagyis mire a Z-k munkába állnak több munkahely lesz, mint munkaerő, vagyis a cégek fognak értük versenyezni és nem fordítva, mint most. (Szarka, 2011.)

A munkaadóknak viszont nehéz dolguk lesz a munkaerő megfogásában. Ugyanis ez a generáció szabadabban értelmezi a dolgokat, még annyira sem kötődik a munkahelyéhez, mint az Y-ok, de akár több munkával is rendelkezhet és fontos számukra az önmegvalósítás.(McCrindle, 2014.)

Ezek mellett ők azok, akik éjjel-nappal a világhálón vannak, különböző közösségek tagjai, bátran és könnyen ismerkednek az interneten, de mégis magányosak,

mert nincs igazi, személyes kapcsolatuk a külvilággal, másokkal. Nehéz lekötni a figyelmüket, ami a rohanó világ és az egyszerre több dologra figyelés eredménye. A társas kapcsolatok hiányában az érzelmeiket és konfliktusaikat is neheze(bbe)n kezelik, és még a szorongásra, depresszióra is hajlamosabbak, ami nem csoda a közösségi oldalakon kreált „tökéletes világok” mellett. (Pais, 2012.)

2. A modern technológia megjelenése

A számítógépek és mobiltelefonok a minden napi életünk részei. Teljesen megszokottak, de ez nem volt mindig így. A szüleinknek, nagy szüleinknek (az X és Baby-boom generációnak) azonban nem volt ennyire természetes, hogy kikapjuk a zsebünkéből az okostelefonjainkat, csatlakozunk az internetre és egy email formájában, vagy valamelyik közösségi felület segítségével írunk az Ausztráliában élő unokatesónak, és pláne az nem, hogy jobb esetben (az időeltolódás miatt) pár percen belül, rosszabb esetben másnap már jön is a válasz üzenet. Az említett generációk még kézzel írott leveleket írtak egymásnak, melyet a posta továbbított és persze akár hónapokat is várni kellett a válaszra.(Sipos, 2014.)

Ahhoz, hogy megértsük, miért is ennyire népszerűek, látnunk kell, hogy milyen változáson ment át mind a technológia, mind a társadalom; és nem árt azzal is tisztában lennünk, hogy az adott eszközök (a mobil, a számítógép, vagy az internet) mely igényeinket elégíti ki? Még mindig „csak” arra használjuk, ami az eredeti céljuk volt a megalkotásukkor, vagy már minden másra, csak arra nem? Ehhez azonban kell egy kicsi történelmi áttekintés is.(Pétery, Informatika érettségire, 2007.)

Maga az informatika múltja egészen az időszámításunk előttre visszanyúlik, pontosabban az előzményei, ami nem más, mint a számolás és ennek megkönnyítése, egyszerűbbé, gyorsabbá tétele. Már az ősember is számolt a maga módján. Az első számolást segítő eszköz az abakusz volt.(Pétery , Informatika I., 2008.)

A következő áttörésig egészen a 16-17. századig kellett várni, amikor is a logaritmus és a logarléc jelent meg. Gyorsan következett Pascal 1642-ben a számológépével, ami csak összeadni tudott, majd Leibniz, ami már kivonni és szorozni is tudott.

A mechanikus gépek sorát bővíti Babbage vezérléses gépe, mely hasonló elven működött, mint a ma is használatos számítógépek.

Az elektromechanikus gépekre a 20. századig várni kellett, pontosabban a II. világháborúig, amikor is egymástól függetlenül a német Zuse és a brit Aiken is elkészítették az első elektronikus számítógépeket.(Holczer, 2008.)

A jelenleg használatos számítógépek működési elve azonban Neumann Jánoshoz fűződik. Neumann elvek néven mindenki ismeri szinte, a Neumann által megfogalmazott „elvárásokat” a számítógépekkel szemben. Az előbb említett Neumann elvek pedig a következők: 1.: soros működésű, teljesen elektronikus, automatikus gép,

2.: kettes számrendszer használata, 3.: megfeleljen az univerzális Turing-gépnek, 4.: belső program- és adattárolás, a tárolt program elve és 5.: külső rögzítőközeg alkalmazása.(Holczer, 2008.)

Ezek után a határ már csak a csillagos ég (volt). A számítógépeknél is megkülönböztetünk generációkat. Az első négy generáció körülbelül 1950-től 40 évet ölel fel. Az ötödikről két nézet alakult ki annak megfelelően, hogy mit definiálunk a mesterséges intelligencia alatt. Egyik nézet, hogy még ma is tart 1990-től kezdve. Ez a nézet azt vallja, hogy a gép önálló gondolkodása a mesterséges intelligencia, lásd a játékszimulációk. A másik meghatározás szerint még el sem kezdődött ez a generáció és még mindig a negyedik generáció korát éljük, mivel a mesterséges intelligencia nem más, mint az emberi agyhoz hasonló számítógép működés. Ebben az értelemben véve ezt még nem sikerült elérni, így ezek piacon való megjelenése még várat magára.(Meixner, 2004.)

A számítógépek fejlődésében az internet is szerepet játszik.

Az internet története az 1957-es évekre datálható, amikor fellőtték az első űrhajót, a Szputnyikot. Eredetileg katonai célok végett hozták létre a Pentagon indítványozására. A 60-as évek az ARPANETről és a megalkotásáról szóltak. 1970-ben különböző egyetemek is csatlakoztak az ARPANEThez, majd 2-3 évvel később kialakult az internet, megjelent a „@” jel az emailekben. Az 1980-as évek elején egyre több a polgári felhasználó, 1985-től pedig bejegyezték az első domainekeket. A következő nagy esemény 1989-91 között történt, amikor megszűnt az addigi ARPANET és internet lett belőle, valamint bejelentették a WORLD WIDE WEB-et, azaz a www-t. 1992-ben már több mint egy millió host volt. 1994-től pedig megjelentek az online boltok és vásárok, 1995-ben pedig a JAVA.(Meixner, 2004.)

2.1.Magyarország és a modern technológia

Hazánkban viszonylag későn, 1995-ben indult útnak az internet annak ellenére, hogy már 1991-ben megkapta a „.hu” végződést(Eszes, 2013.). A Freemail is csak 1997. óta létezik. A 2000-es évek elején ugrásszerűen megugrott az internethasználat, egyre több internethasználó nálunk is, egyre több újság, szolgáltatás, cég érhető el rajta, és egyre többen ismerik fel az internet jelentőségét.

Hazánkban a Westel volt az első, aki vezeték nélküli telefonok forgalmazását és használatát tette lehetővé, mind ezt 1990-től, s ekkor még rivális nélkül tehetette,

hiszen ekkor még csak a vezetékes telefonszolgáltató Matáv volt az, aki esetleg a versenytársa lehetett (volna).(Castells, Fernández-Ardèvol, Linchuan Qiu, & Sey, 2009.)

2.1.1. A lefedettség

Egy okos eszköz nem csak a tudása miatt okos, hanem az internethez és egyéb eszközökhöz történő kapcsolódni tudása miatt is. A kapcsolódás történhet közvetlenül bluetooth-on, vagy az interneten. A mai világban ismert a vezetékes internet és a vezeték nélküli. Rendben, van egy okos telefonom, ami WiFi csatlakozásra képes, de az óceán közepén ugyanolyan buta telefon, mint az őskövületnek számító Nokia 3310-es készülék. Miért? Mert mind a híváskezdeményezéshez, mind az internethez lefedettségre van szükség. De térjünk vissza Magyarországra, hiszen nem kell sem a Csendes-óceán közepére, sem Tibetbe elmenni azért, hogy találjunk egy olyan helyet, ahol nincs lefedettség.

Három nagyobb lefedettségi típust emelnék ki, a 2G-t, a 3G-t és a 4G-t. A 2G az a hálózat, amelyet telefonálásra, SMS küldésre szolgált. A 3G a napjainkban leginkább elterjedtebb és leginkább jellemző, amely a böngészést is élvezhetővé tette. Ennek egy tovább fejlesztett változata a 3,5G, ami a mostani okostelefonokra jellemző. Illetve a szolgáltatók már a 4G-t is igyekeznek minél több helyen biztosítani, ami még gyorsabb adatforgalmat tesz lehetővé, mint az elődei.

Magyarország három mobilszolgáltatójának közzétett adatai alapján nem könnyű számszerű adatokat összehasonlítani, mert inkább térképen jelölik a lefedettségük, mint számszerűsíténné. Míg a Vodafone számszerűen meghatározta, hogy a lakossági 3G lefedettsége 98,4%, addig a T-mobile körülbelül 70-80% és a Telenornál körülbelül 80-90%. A 4G internethez elméletileg még csak a T-mobil és Telenor csatlakozott, a Vodafone pedig még csak teszteli. A T-mobilnál konkrétan 1293 településen érhető el a 4G, és körülbelül a Telenor is hasonló értéket tudhat magáénak.(T-mobile, Telenor, Vodafone, 2014)

2.2.Az okos eszközök

Az okos készülékek nem mások, mint azok, amik csatlakozni tudnak az internethez, vagy egy másik készülékhez, vagy ennek a kettőnek az ötvözetére képes. A jelenleg is forgalomban lévő okos eszközök sorába még „csak” az okostelefont, az okos tévét, az okosórát és a Google szemüveget, a tableteket soroljuk. Azonban már úton,

azaz tesztelés alatt van az okos cipő, fitneszkarkötő és az okos póló.(Kálló, 2014.)(Sipos, 2014.)

Az első okostelefonra 2002-ig várni kellett, majd az igazi nagy áttörést 2007-ben az iPhone érte el.(Takács, 2010.)

2.2.1. A modern eszközök a minden napi életben

Mint már korábban említettem, a minden napjaink meghatározó és szükséges eszközei lettek a mobiltelefonok, a számítógépek, laptopok, és a tabletek.

Ennek több oka is van. Egyrészt az, hogy a megkönnyítik jelentősen az életünk. Másrészt az, hogy az információ áramlás általuk nagy mértékben felgyorsult. Erre nagyon jó példa, hogy az egyetemi hallgatók körében a számítógépek, okostelefonok és egyéb eszközök mind a tanulásban segítségükre van, hiszen az interneten rengeteg hasznos dolgot találhatnak a tanulmányaikhoz. Emellett az egyéb információkat is itt érhetik el a leggyorsabban. Ha elmarad egy előadás váratlan okok miatt, akkor a tanár percek alatt értesíteni tudja emailben a tanulóit, hallgatóit róla.

Az egyetemi tanárok is a számítógépeiken készülnek fel a tartandó óráikra különböző PowerPoint-ok formájában, és a dolgozatokat is azon készítik el.

Szinte mindegyik egyetem rendelkezik honlappal, neptun felülettel. Ezen felül még a megtartott előadások, gyakorlatok anyagai is az internetről tölthetők le, amely lehetőség szintén megkönnyíti a tanulást, jegyzetelést.

Ez csak a diákokat érintő rész volt, azonban ott vannak még a vállalatok és a munkavállalóik is. Nem egy cég biztosít az alkalmazottjainak céges telefont, céges laptopot és/vagy autót is, hogy a nap bármely időpontjában elérhesse a beosztottakat, segítse őket a munkájuk végzésében. Ezek is olyan apró kiegészítő juttatások a fizetés mellé, amelyek természetesek és észre sem vesszük, hogy mennyire befolyásolják az életünk. Ha megnézzük, régen is dolgozott mindenki, de csak addig, ameddig a munkaideje tartott, utána pedig hazamentek a családhhoz. Most azonban a cégek által nyújtott „extra” szolgáltatások révén nincs olyan, hogy valaki csak a napi 8 óráját dolgozza le, hiszen bármikor megcsörrenhet a telefon, hogy még el kéne intézni pár dolgot, vagy másnapra legyen kész a beszámoló és mindezt akár a főnökünk este 8-kor a vacsora kellős közepén is közölheti telefonon. Kimondva, vagy kimondatlanul, de azok, akik a munkaadójuktól ilyesfajta kiegészítő juttatásokat kapnak, azoknak csak névlegesen van megfogalmazva a munkaidejük, valójában éjjel-nappal kérhetik tőlük,

hogy dolgozzanak. S aki pedig esetleg kikapcsolja a telefonját a munkaidő végeztével, a munkáltató szemszögéből hatalmas bűnt követ el.(Nordqvist, 2009.)

3. A(z eszköz)függőség

A mai rohanó világunkban szinte hetente jönnek ki újabbnál újabb eszközök, fejlesztések. Ez azzal magyarázható, hogy a technikai eszközgyártók egymással versenyeznek a vásárlókért és ezt úgy tudják sikeresen teljesíteni, ha nem állnak le, folyamatosan fejlesztenek, újításokkal állnak elő akár termék, akár a termék alkalmazásait illetően. A másik magyarázat az rá, hogy a potenciális vevők nyitottak az újdonságra, sőt vágynak rá, többet és többet akarnak. Csak úgy tartható meg a figyelmük, érdeklődésük, ha mindig tudnak a gyártók valami újat, valami extrát a piacra dobni.(Lám, 2013.)

A felgyorsult életünk, a technikai eszközök minden napos „kötelező” használata és az újítások nagyban hozzájárulnak ahhoz, hogy bizonyos függőségek alakuljanak ki. Ilyen „újkori betegség” a mobilfüggőség, az internetfüggőség, és a FoMO (Fear of Missing Out).

Először is tisztázzuk, hogy mi a függőség. Mit jelent? Hétköznapi értelmében a szükséglet, ragaszkodás szinonimájaként értjük. Pszichológiai, orvosi megközelítés. A függőséget egy állapotnak tekintik. Ezt az állapotot szerek, tárgyak vagy másik esetben események okozzák. A cselekvéstől való függés körébe tartozik a szerencsejáték, míg a tárgyi függés a dohányzás, vagy az alkoholizmus.

A függőség definiálása nem egyszerű, hiszen többféle módon lehetséges. Egyik ilyen meghatározása a fizikai függőség, amely egy biológiai állapot. Ezenbelül az egyik, amikor a szervezet alkalmazkodik, mint például egy alkohol gondokkal küzdő egyén esetében a szervezet megszokja a rendszeres italbevitelt és egy idő után egyre nagyobb és nagyobb alkohol fogyasztás szükséges a mámor eléréséhez. Az alkalmazkodási folyamatot toleranciának nevezik. A másik az expozíció. Ez esetben az illető egy extra készletet érez, vagyis ha valaki rágyújt egy dohányos közelében, akkor a dohányos hatalmas készletet fog érezni, hogy rágyújtson.(Nordqvist, 2009.)

Az Amerikai Addiktológiai Társaság új értelmet adott a függőségnek, azaz nem pszichés eredetű, hanem sokkal inkább agyi rendellenesség.

„(...)Addiction is more than a behavioral disorder. Features of addiction include aspects of a person's behaviors, cognitions, emotions, and interactions with others, including a person's ability to relate to members of their family, to members of their community, to their own psychological state, and

tothingsthattranscendtheirdailyexperience..”(The American Society of Addiction Medicine, 2011.)

Meddig csak megszokás, és mikortól függőség a rendszeres ismétlődés? A válasz egyszerű: amíg gond nélkül abba tudjuk hagyni az adott cselekvést, s az abbahagyása után nem érezzük magunkat rosszul sem lelkileg, sem fizikailag, valamint nem lesz célunk minden áron a tevékenység végzése, a szerhez jutás vagy a vágyott állapot elérése, kielégítése. Ez eddig rendben van, DE minden függő azt állítja magáról, hogy bármikor képes letenni a cigarettát, az alkoholt, vagy abbahagyni a szerencsejátékot, videójátékot (ha akarná, de most nem akarja). Ezért van az, hogy az egyént körülvevő emberek azok, akik elsőnek észreveszik ezt, s az egyén az utolsó a sorban. (Ferenczy, 2014.)

Egyes megfogalmazások inkább egyetlen egy fogalomként (információfüggőség vagy ellenőrzésifüggőség) kezelik a mobil- és az internetfüggőséget. Állításuk szerint nem lehet egyértelműen szétválasztani a két függőséget. Ezt az is alátámasztja, hogy az okostelefonokról épp ugyanúgy tudunk internetezni, mint a számítógépeinkről. (Marsi, 2013.)

Ezeket az újszerű függőségeket nem csak egyértelműen definiálni nehéz, hanem felismerni még külső szemlélőként is, és megmondani róla, hogy jó vagy rossz. Ezeket azért nem könnyű kivitelezni, mert ez a mai társadalmunk okozója és következménye is. Azaz az összes okos eszköz célja, hogy megkönnyítse még jobban az életünk, segítse a tájékozódásunk, a munkánk egyszerűsítse, de épp ezek azok is, amik miatt beivódnak a hétköznapijainkba és újabb szintre kerül a velük szemben támasztott követelmény. Egy egyszerű példa: a számítógépet a matematikai műveletek elvégzésének egyszerűsítésére fejlesztették ki, ma meg már a számológép funkció található azon lista végén, amire használjuk.

A másik tisztázandó fogalom a félelem, hiszen mind az angol megnevezésében a jelenségnek, mind a nyers magyar fordításában szerepel a félelem szó és valamilyen értelemben, mértékben az emberekben tényleg jelen van egyfajta félelem amiatt, hogy esetleg lemaradnak valamiről, kihagyják őt a barátai, ismerősei egy kirándulásból, összejövételből.

„A félelem (...) tapasztaláson alapuló érzelem. Félelem esetén előrevetítjük a fájdalmat vagy más negatív érzést, amelyet a veszélyhelyzet jelez számunkra. A félelem

(...) nagy jelentőségű, mert a veszély elkerülésére készítet.” (Keményné Dr. Pálffy, 2003.)

A félelmet több féleképpen lehet csoportosítani, erre egy példa az időbeli csoportosítás és egy másik pedig az, hogy a félelmünk tárgya megfogható-e, azaz konkrét vagy szimbolikus.

A szimbolikus félelmek közé sorolhatóak az olyan kiváltó okok, amik nem kézzel foghatóak, hanem bennünk alakulnak ki. Tehát ilyenek az elménk által kreált lények, mint a mumus, vagy a mesék, filmek gonosz szereplői, a vasorrú bába, a sárkány, vagy éppen a szellemek. Idesorolhatjuk még a rohanó világunkban kialakuló FoMO-t is, hiszen itt sem egy konkrét dologtól félünk, hanem egy megfoghatatlan, a társadalom által alkotott felfogástól, azaz attól, hogy ha nem vagyunk elég tájékozottak, nem követjük nyomon mások életét, akkor a közvetlen környezetünk elítél, kirekeszt minket. (Keményné Dr. Pálffy, 2003.)

3.1.A FoMO

Mint már korábban említettem, ez egy mozaikszó (Fear of Missing Out).

Manapság már természetes, hogy bárhol tartózkodunk, csatlakozni tudunk a világhálóra, felnézhetünk a Facebookra, az Instagramra, aTumblre és még sorolhatnám. Közel 10 éve jelent meg a Facebook nevű közösségi oldal, amely a mai napig folyamatosan bővül. Ezt bizonyítja az is, hogy már a cégek, iskolák és különböző non-profit szervezetek is rendelkeznek Facebook-os, Twitteres, vagy épp LinkedIn oldallal. Észre sem vettük és olyan szinten az életünk része és szinte bárkit megtalálhatunk rajta, hogy már az a vicces mondás járja, hogy aki nincs a Facebookon, az nem is létezik. Első hallásra tényleg vicces lehet, de ha jobban belegondolunk valamennyire elgondolkodtató és társadalomkritika is. 100 évvel ezelőtt is volt élet az ilyen közösségi oldalak nélkül is, nagyanyáink jobban szórakoztak térszatyúrás közben, mint a mai fiatalok, akik egy percre sem teszik le az okostelefonjaikat, melyeken az ismerőseik tevékenységeit nézegetik, vagy közzéteszik, amint éppen az egyik szórakozóhelyen szórakoznak, azaz zeneszóra, nagy tömegben nyomkodják a telefont. (Gergely, 2011.)

A FoMO nagyon is valóságos félelemmé vált. Eleinte csak egy egyszerű unaloműzésnek indul, hogy előkapjuk a mobilunkat a zsebünkből és megnézzük, mi történt a nagy világban, majd később megszokássá válik. Észre sem vesszük és olyan gyorsan pótcselekvés lesz belőle, mint a dohányzás, vagy az ujjropogtatás. Azok, akiket

behálózott ez a jelenség, azok internet megvonás esetén hasonló tüneteket produkálnak, mint az elvonó csoportok résztvevői.

Ami az internet és a közösségi oldalak eredeti célja, előnye volt a kezdetekben, most ugyanazok jelentik a hátrányát (is). Hiszen a Twitter, a Facebook, a Foursquare, az Pinterest eredeti célja az emberek közti távolság áthidalása, a kommunikáció megkönnyítése, felgyorsítása volt. Mára azonban ez a folytonos kapcsolattartás és az oldalak állandó modernizálása, újítások beiktatása arra készíti az embereket, hogy minél több időt töltsenek a számítógép előtt, megosszák a világgal, hogy kivel merre és mit csinálnak. Ez egy bizonyos szintig értelmes és egészséges dolog, azonban amikor a felhasználók elfelejtenek élni, programokat szervezni, kimozdulni, személyesen is ápolni a kapcsolataikat, akkor az gondot jelenthet, sőt az már probléma.

Sajnos egyre többen esnek áldozatul a FoMOnak. Erre nagyon egyszerű példa: amíg a munkahelyi dohányzó helyiségek az ott megvitatott pletykáktól és nevetéstől volt hangos, vagy az iskolákban a folyosókon rohángáltak a diákok, addig most a közösségi gyülekező helyek kevésbé zajosak. A mai fiatal generációnak is teljesen más jelenti a szórakozást, mint mondjuk az 5 évvel idősebb korosztálynak, akik még a szünetekben fociztak, fogócskáztak, nem úgy, mint mostanság, hogy a közösségi oldalakon lógnak mind két tanítási óra közt, mint magukon az órákon. (Grohol, 2013.)

Most még mondhatjuk azt, hogy a társadalom nagyobbik felét nem ragadta magával ez a félelem, azonban ez nem garancia arra, hogy így is marad. 3-4 éve ugrásszerűen megnőtt a Facebook felhasználók száma és ezzel együtt azoké is, akiket a FoMO „áldozatainak” tekinthetünk. Ennek bizonyítására elég megnézni két felmérést az elmúlt 2 évből, amely azt mutatja meg, hogy 2012-ről 2014-re a közösségi site-ok népszerűsége. Amíg 2012-ben az első három helyet a Facebook, a MySpace és Twitter foglalta el ebben a sorrendben és utánuk hatalmas lemaradással jött a LinkedIn, és a Hi5, addig 2014-ben az első helyen ugyan nem történt változás, rendületlenül első helyen a Facebook található, és a Twitter és a LinkedInis tartották a helyüket, s egy új felület jelent meg: a QZone. A MySpace nevű oldal benne sincs a legkedveltebb 15 oldal listájában. Helyette felkerült a listára olyan, hogy Whatsapp, vagy Tencentweibo. (Kemp, 2014.), (Jain, 2012.)

3.1.1. A FoMO „áldozatai”

Külföldön már jóval ismertebb a jelenség, mint nálunk, Magyarországon. Ebből kifolyólag, ha célirányosan és alaposan keres az ember, akkor ráakadhat néhány külföldi tanulmányra, vagy azok eredményeire angol nyelven. Szerencsére egy-két magyar netes újság, portál is foglalkozik a témával, de még nagy része csak a felszíni megállapításait közölte. A külföldi kutatásoknál ennél mélyebbre ástak és elkezdtek a jelenség gyökereit kutatni.

Az említett kutatások során azon kérdésekre keresték a válaszokat, hogy: Az érintettek mennyire elégedettek az életükkel? Melyik korosztályba tartoznak? Mennyire élnek a közösségi oldalak adta lehetőségekkel, azaz milyen mértékben használják az ott elérhető funkciókat? Mennyire osztják meg másokkal a bizalmasabb dolgaikat? Illetve mire használják az általuk használt közösségi oldal(aka)t?(Gladwell, DeHaan, Murayama, & Przybylski, 2013.),(Ljepava, Orr, Locke, & Ross, 2013.)

3.1.2. A FoMO további negatív hatásai

Mint már fentebb említettem egyes embereknél kiválthat ez a félelem, - vagy ahogy a külföldi írásokban olvasható: addikció – egy olyan reakciót a társadalom irányába, hogy az addigi barátságok, ismeretségek lassan elhalványulnak, megszűnnek. Ennek legfőbb oka az, hogy a közösségi oldal-függők idővel elhanyagolják a feladataikat, kötelezettségeiket, majd a környezetüket. Beszippantja őket az internetes világ, ahol mindenki egy gombnyomásnyira található, akár milyen messze is van a való életben. Ez a függőség nem csak a baráti kapcsolatokat teheti tönkre, hanem akár a családi köteléket is szétzilálhatja. Ha jobban megnézzük, akkor ez két okból is előfordulhat. Egyik az, hogy elhanyagoljuk a másik felet, vagy megromlik vele a kapcsolat, mivel az interneten látott és alkotott világ jobban tetszik, kíváncsibb, mint ami esetleg otthon fogad. A közösségi oldalakon lehetőségük van az embereknek arra, hogy egy másik „valóságot” hozzanak létre, ahol kevesebb az akadály, ahol kevesebb a kötelezettség. Ez egészen addig nem jelent veszélyt, amíg tudja az ember, hogy meddig tart a virtuális világ és hol kezdődik a valóság, illetve mindkét valóság érzéseit az adott valóság normái szerint kezeli. A nárcisztikus emberek számára csábítónak hat a virtuális világ, mert azt tudják uralni – s ők pedig szeretnek a középpontban lenni, ha mindenki rájuk figyel –, olyan képet alkothatnak másoknak magukról, amelyet akarnak, mondhatni. (Agarwal, 2013.)

A másik hátránya párhuzamba vonható ezzel. Manapság elterjedt az internetes társkeresés, ismerkedés és a vakrandik. Mivel interneten történik az ismerkedés nagy része és úgy is fogalmazhatunk, hogy a kapcsolatok további részének megalapozása, kialakítása, így ezeken az oldalakon mindenki azt írhat magáról, amit csak akar. Senki sem fog rájuk szólni azért, mert nem valós adatot adtak meg, közöltek. Tehát akkor derülnek ki igazán a dolgok, ha személyesen is találkoznak. Hiszen aki esetleg egyszer az áldozatául esik egy internetes átverésnek, az az incidens után nem fogja nyilvánosságra hozni. Inkább magában tartja a csalódását és még inkább beburkolódik. Hiába gondolnánk azt, hogy egy negatív élmény hatására kiábrándul a közösségi oldalakból. Nem, pont ellenkezőleg, még mélyebbre rántja az illetőt a csalódottsága, mert nagyobb valószínűséggel érzi azt, hogy neki semmi sem sikerül a hétköznapi életben, amíg az ismerőseinél látja, hogy nekik mennyivel jobb az életük.

4. A gyakorlati rész

A kutatási téma választása után körvonalazódtak a kutatási céljaim, a kutatás alapját képező vizsgálandó problémák, és a kutatás lefolytatásának módja.

Azért is választottam ezt a témát, mert első hallásra még nem sejteti a jelenség megnevezése a benne rejlő veszélyeket. Ezzel elárultam, hogy negatív jelenséggént tekintek rá. Ebben a véleményemben az is megerősített, hogy ez egy függőség, mint ahogy már az elméleti részben azt megállapítottam. Bár az is megfogalmazódott bennem, hogy csak egy bizonyos szinten túl számít negatívnak, és a felgyorsult életvitelünk hozta magával, s annak a következménye. Ennek megfelelően olyan elvárásaim voltak a kutatás előtt, mint például hogy, hazánkban is nagyon sok „áldozata” van, sokak még a jelenség nevééről és a veszélyeiről sem hallottak, hiába találkozunk vele minden nap, hiába kerültek ebbe a csapdába esetleg. A témaválasztásom az is indokolta, hogy a jelenség aktualitását éljük, rengeteg lehetőség van benne, pont az újdonsága miatt, illetve ha időben orvosolni tudjuk, lépéseket teszünk a megelőzésére, kordában tartására, akkor mérsékelni tudjuk és esetleg elkerülhető, hogy a „veszélyeztetett” generációk nagy részét, vagy egészét bekebelezze.

A dolgozat második felében az általam végzett feltáró kutatás eredményeit fogom megvizsgálni, elemezni és összehasonlítani az általam várt eredményeket a kapott eredményekkel. A feltáró kutatás során primer információszerezési technikát alkalmaztam, azaz kérdőíves vizsgálatot végeztem. Az elemzés részben igyekszem megválaszolni azon kérdéseket is, hogy miért találom fontosnak idejében felhívni a figyelmet a vizsgált jelenségre. Vagy épp miért hasznos akár a Pannon Egyetem hallgatóinak, akár a vállalatoknak, akár az oktatók számára a választott téma, esetleg miként tudják a dolgozatban kapott eredményeket felhasználni, kamatoztatni a jövőben. Kitérek arra is, hogy ez a fajta függőség mennyire ártalmas és milyen hatásai lehetnek esetleg a munkahelyen. Gazdasági szempontból mennyire kártékony, vagy esetleg lehet belőle a cégeknél valamilyen fajta előnyt kovácsolni akár munkavállalói, akár munkáltatói részről? Végül, ha negatív jelenséggént tekintünk rá, akkor miként lehet orvosolni?

Ezeket a kérdéseket azért tartom különösen fontosnak, mert a jelenlegi munkavállalók számát már részben növeli az Y generáció, akik haladnak a korrallal és jobban beitta magát az életükbe a közösségi site-ok használata. Illetve a 10-15 évvel később a munkavállalói sorba álló Z generációnak bizonyos szempontból az előszele.

Az Y generációnál kell elkezdni a FoMo-t kezelni, kordában tartani és felkészülni a következő generációkra, akik „telefonnal a kezükben születnek”. Ez az egyik oldal, a másik oldal az, hogy ha nem tudnak megoldást találni a jelenség megfékezésére, akkor a vállalatok erre miként reagálnak, egyáltalán tudnak-e. Az online felület új lehetőségeket nyitott meg a vállalatok számára is, akár csak a közösségi oldalak is, ahol nekik is lehetőségük van jelen lenni akár a cég számára létrehozott oldallal, akár reklámfelületként.

4.1. A kérdőív

A kérdőívemet a Limesurvey program segítségével készítettem el és 4 hónapig, 2014. június 15- október 15-ig volt elérhető. A kérdőív felépítése három részre osztható. Az első részben arra kellett válaszolniuk, hogy a kérdésekben feltüntetett események, dolgok mennyire jellemző rájuk, mennyire értenek a fenti állítással egyet, vagyis értékelő kérdésekkel indult a kérdőív. Ezekre egy 1-5ig terjedő Likert skálán kellett jelölniük a válaszuk. 1: volt az egyáltalán nem értenek egyet, és 5: a teljesen egyetértenek.

A második részben következtek a személyes adataik, mint például, hogy melyik évben születtek, mi a nemük, vagy épp melyik szakon tanulnak.

Az utolsó részben kapták azokat a kérdéseket, ahol arra irányult a kérdés mivolta, hogy számukra milyen érzés párosul egy-egy közösségi felületen történő eseményhez, de olyan kérdés is előfordult itt, hogy hány közösségi profillal rendelkeznek.

A kérdőívvel végzett kutatásomat a Pannon Egyetem hallgatóin végeztem, közülük 97-en töltötték ki, s ebből 92 használható fel, a maradék 5 befejezetlensége miatt nem kiértékelhető.

4.1.1. Személyes adatok

A kérdőívet, mint már korábban említettem 92 személy töltötte ki teljesen. A nemek megoszlását tekintve nem meglepő módon a női nem volt többségben, méghozzá 70%-ban, míg a férfiak csak 30%-ban.

A legidősebb kitöltő 1986-os születésű, míg a legfiatalabb 1993-as. Az átlag életkor 24.

Mint ahogy már említettem, a megkérdezettek körét az Pannon Egyetem hallgatói adták, ezen belül az Gazdaságtudományi Kar képviseltette magát 69%-ban, őket követte 15%-kal a Mérnöki Kar és 13%-kal a Műszaki Informatikai Kar és végül 3%-kal a Modern Filológiai és Társadalomtudományi Kar.

A GTK-sok körében is a Nemzetközi Gazdálkodás szakos hallgatók vannak többségben a maguk 27%-ával. Őket követi az Emberi erőforrások, a Gazdálkodási menedzsment, a Pénzügy és számvitel illetve a Turizmus-vendéglátás 7-9%-okkal. Illetve Az Alkalmazott közgazdaságtan, a Műszaki menedzser, a Turizmus-menedzsment és a Vezetés és szervezés mesterszakok 1-1%-kal.

A MK-soknál a Vegyészmérnökök és a Mechatronikai mérnökök tartoznak a többségbe a 4-5%-ukkal. Utánuk következnek az Anyagmérnökök, Biomérnökök, Gépészmérnökök 1-2%-kal.

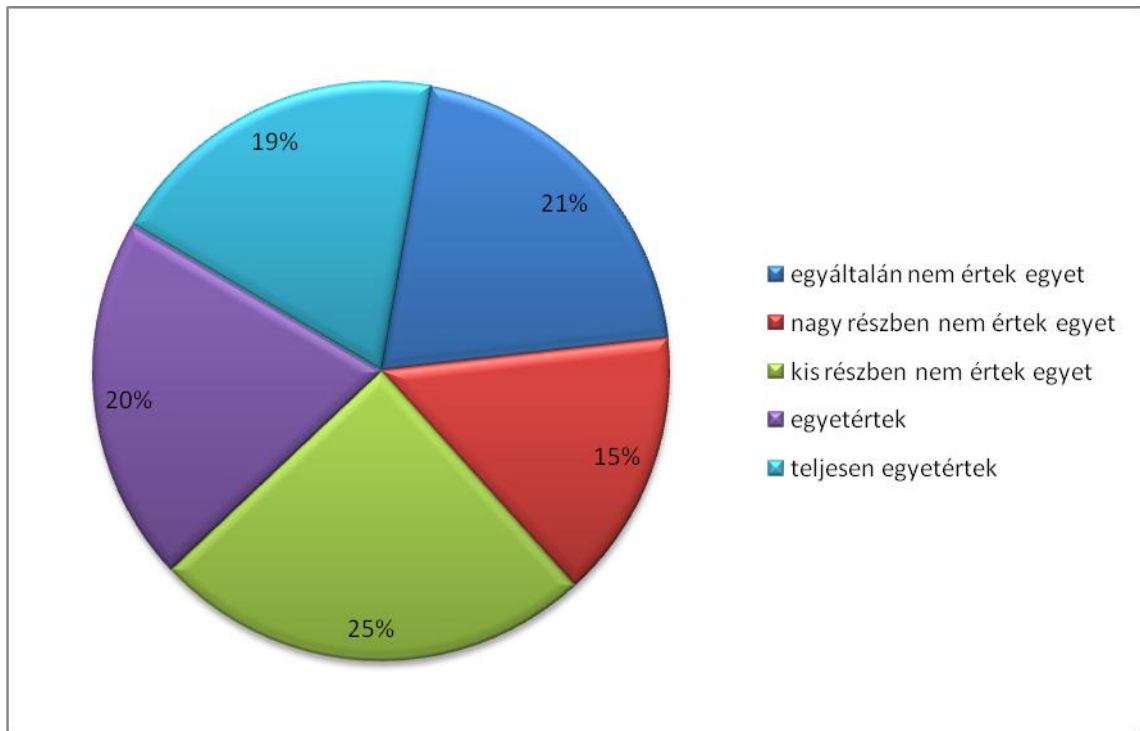
A MIK-esektől pedig a Programtervező informatikusok töltötték ki a legtöbben, 7%, a Gazdaságinformatikusok 3%-ban és a Mérnökinformatikusok a Villamosmérnökökkel 1-1%-ban.

S végül az MFTK-sok: Nemzetközi tanulmányok és Magyar BA 1-1%.

4.2. Felvezető kérdések

Első kérdés

1. ábra Ha otthon marad a telefonom egész nap azon bosszankodom, hogy nem tudnak utolérni. (Saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



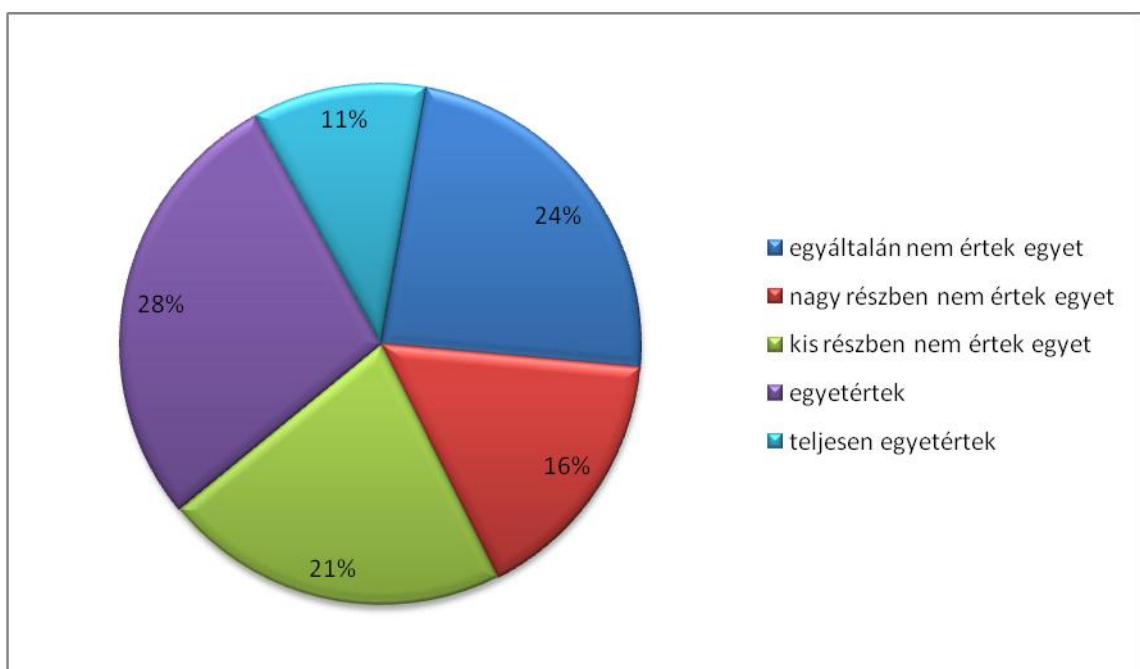
A lehetséges öt válasz közül 4 kapott közel azonos mértékű százalékokat, vagyis nincs koncentráció. Ha megnézzük az „egyetértek” 20%-át és a „teljesen egyetértek” 19%-át, láthatjuk, hogy a válaszadók majdnem 40%-a vallotta, hogy frusztrálja, ha nincs nála a mobiltelefonja. Ezzel szemben azok, akik azt vallották, hogy nem okoz különösebb fennakadást, ha a telefonjuk nélkül töltik a napjuk, az „egyéltalán nem értek egyet” 21%-kal és a „nagy részben nem értek egyet” 15%-kal. Mindössze 3%-kal vannak lemaradva a 36%-kukkal, s még ott vannak a középutat képviselő „kis részben egyet nem értők” 25%-kal.

Mivel a GTK-sok töltötték ki a legnagyobb arányban a kérdőívet, méghozzá 64 fő, így rájuk külön lebontva a következő eredményeket kaptam: 19%-uk egyéltalán nem értett egyet a fenti állítással. 12% válaszolta, hogy nagy részben nem ért egyet, 14%, hogy kis részben nem ért egyet. 23% értett egyet, és 29% volt, aki teljesen egyet értett. Őket tekintve a sokaság egészének néhány százalékban és pár helyen megváltoztak az arányok, és mint ahogy látható is, nem feltétlenül pozitív irányba. Ez

alatt azt értem, hogy míg a teljes sokaságnál csak 19% értett teljesen egyet, addig a GTK-sokat tekintve a 100%-nak, 29%-kuk adta ugyanazt a választ. Az egyáltalán egyet nem értők elhanyagolható arányában a GTK-sokat tekintve 2%-kal maradtak alul a nagy egészet tekintve, akárcsak a többi válasznál is, ahol szintén 1-2%-os változások történtek.

Második kérdés

2. ábra A telefon az életem része, nélküle elveszettnek érezném magam (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A válaszadók eloszlása ennél a kijelentésnél már kevésbé egyenletes eloszlású, mint az előbbi esetben. A válaszolók 11%-a ismerte el, hogy nehezen menne a mindennapi lét a telefonja nélkül és hozzájuk csatlakozik az a 28%, aki szintén egyetért a fenti kijelentéssel. A maradék 61% véli úgy, hogy egyáltalán nem okozna fennakadást a minden napjaiban, hogy nincs telefonja, vagy ha okozna is, nem akkorát, hogy ne lehetne áthidalni valahogy. A 61%-ból 24% állította azt, hogy nem az életük része a telefon és nélküle is ugyanolyan jól megvannak, mint vele.

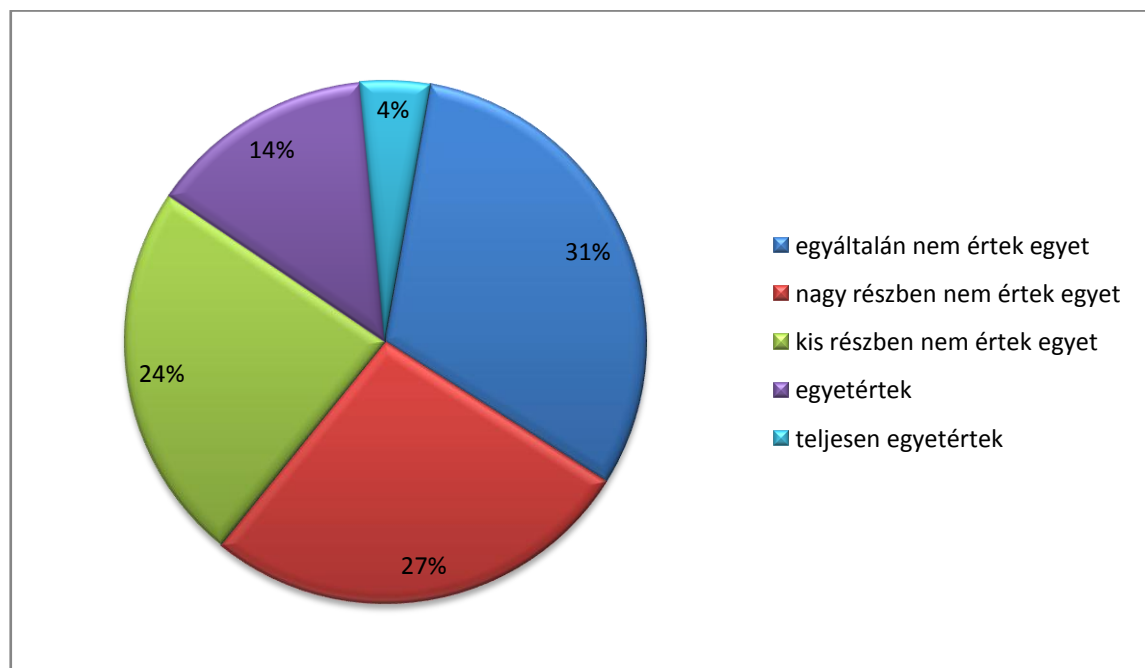
Az előző kérdés eredményeihez képest, ahol 19% válaszolta azt, hogy bosszankodik, ha nincs nála a telefonja, itt már csak 11% vallotta azt, hogy az élete része a telefon. Egyedül a „nagy részben nem értek egyet” csoport eredményei ugyanazok színté.

A GTK-sokra nézve a következő az eloszlás: 16%-uk egyáltalán nem értett. 13% nagy részben nem értett egyet, és 22% kis részben nem. Egyetértők 34%-ban képviselték magukat, és a teljesen egyetértők pedig 14%-ban.

Összehasonlítva a teljes kitöltő létszám válaszait a GTK-sok létszámának válaszaival azt vehetjük észre, hogy a GTK-s hallgatókra nézve az egyáltalán nem értek egyet százaléka erősen lecsökkent, méghozzá 8%-kal, akárcsak a nagy részben egyet nem értők 16%-a, ami 3%-kal csökkent. A kis részben egyet nem értők aránya szinte változatlan maradhat, hiszen csak 1%-kal választották a GTK-sok többet ezt a választ. Más a helyzet az egyetértők és a teljesen egyetértők táboránál, ahol az eddigi 28%-ból 34% értett egyet, és a 11%-ból pedig 14% értett teljesen egyet az állítással.

Harmadik kérdés

3. ábra A közösségi média meghatározza az életem (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



Első ránézésre leolvasható, hogy a válaszadók közel fele válaszolta azt, hogy valamilyen mértékben, de befolyásolja az életüket a közösségi média. A fennmaradó 58%-on két csoport osztozik, az „egyáltalán nem értek egyet” és a „nagy részben nem értek egyet” 31-27%-ban. 4%-uk vallotta (be), hogy függnek a közösségi oldalaktól, ami az alacsony mértéke ellenére is elgondolkodtató. A „kis részben egyet nem értők” a középmezőnyben helyezkednek el a maguk 24%-ával.

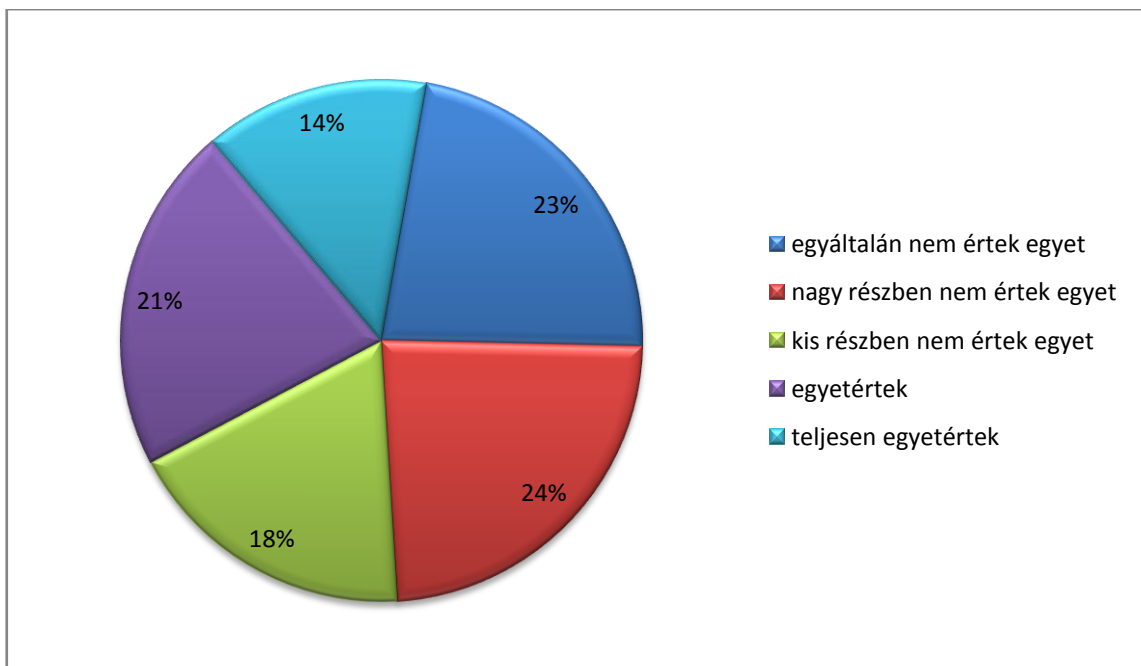
Ha összehasonlítjuk az előző válaszokat itt is látható, hogy azok, akik frusztrációt éreznek, ha nincs náluk a telefonjuk és elismerték, hogy az életük része a telefon, az aktuális kérdésnél már a többségük azt a választ adta, hogy nincs befolyással az életükre a közösségi site-ok.

A Gazdaságtudományi Kar hallgatóira nézve: a hallgatók 24%-a egyáltalán nem értett egyet az általam megfogalmazott állítással. 27-27% nagy részben és/vagy kis részben nem értett egyet. 16% válaszolta azt, hogy egyért és 6%, aki teljesen egyetért.

Az a két féle adatok arányai a következőképp változtak egymáshoz képest: Az egyáltalán egyet nem értők aránya a 31%-ról lecsökkent 7%-kal a GTK-sok arányaiban, a nagy részben és kis részben egyet nem értők megtartották az arányaikat. Az egyetértők 14%-a 2%-kal megnőtt a Gazdaságtudományi karos hallgatóknál, akárcsak a teljesen egyetértők, ahol a 4%-ból 6% lett.

Negyedik kérdés

4. ábra Hiányérzetem van, ha legalább egyszer nem látogatom meg a közösségi oldala(i)m egy nap (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A válaszolók 47%-a vélekedik úgy, hogy nem érzi szükségességét annak, hogy minden nap megnézzék a közösségi oldalait. De akkor miért is nézik meg minden nap? Vagy nem hiányérzet ösztönzi őket erre, hanem szimplán pótcselekvés?

35% ismerte el, hogy szükségét érzi annak, hogy legalább egyszer megnézzék a profiljait. Ez is azt bizonyítja, hogy a közösségi site-ok elterjedésével és mindennapossá

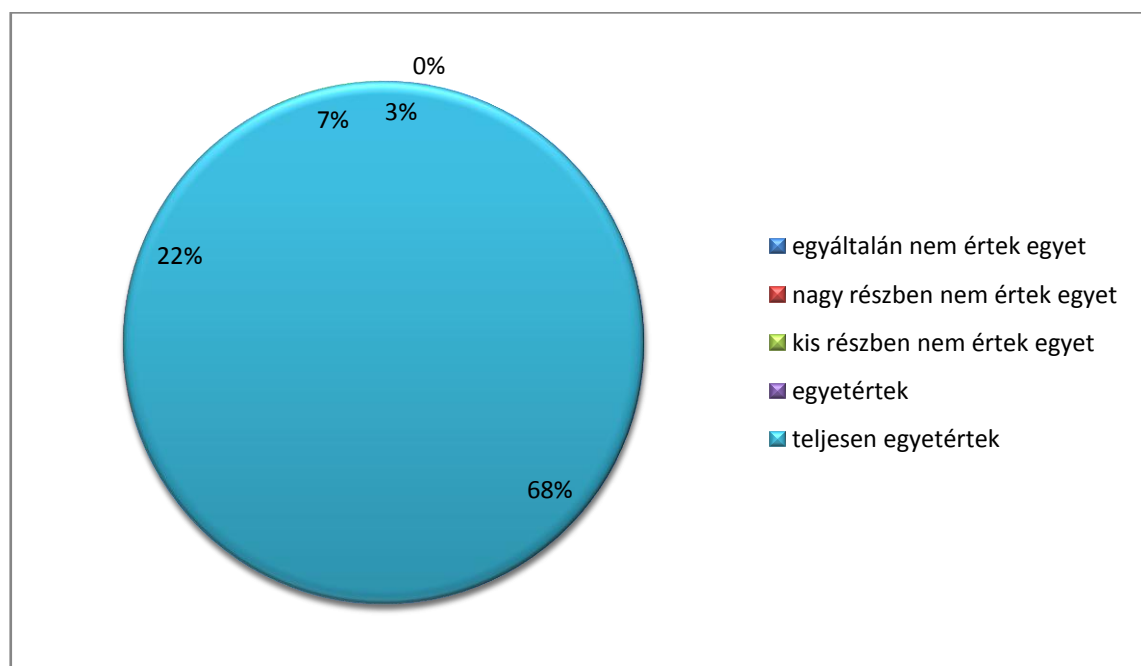
válásával olyan természetes lett ezen oldalak átnézése, mint a reggeli kávé elfogyasztása, vagy a fogmosás.

A Gazdaságtudományi karosokra nézve: 16%-uk nem értett egyet, 21% nagy részben, míg kis részben egyet nem értők 16%-ban voltak. 26% volt, aki egyet értett, és 21% pedig, aki teljes mértékben egyet értett.

Ennél az állításnál is jelentős mértékben megváltoztak az arányok a teljes kérdőív kitöltőinek és a GTK-s kitöltők válaszait összehasonlítva. Hiszen míg a teljes létszámnál 23% egyáltalán nem értett egyet, addig a gazdasági szakosoknál ez az arány csak 16%, ami 7%-os csökkenés. A nagy részben egyetértők esetén csak 3%-os csökkenés volt tapasztalható, akár csak a kis részben egyet nem értőknél, ahol 2%. Az egyetértők aránya azonban a gazdaságtudományisok oldalára billen, azaz a 21%-nál 5%-kal tér el. Szintén a növekedés látható a GTK-sok irányába a teljesen egyetértők körében, ahol 7%-kal többet, azaz 21%-ot értek el.

Ötödik kérdés

5. ábra Jobban szeretek a közösségi oldalakon keresztül kommunikálni a barátaimmal, mint személyesen (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



Ezzel az állítással 68% egyáltalán nem értett egyet, ami pozitívum, de a fennmaradó 32% jelenléte egy erős negatívum, még akkor is, hogy ebből a 32%-ból 22% közelebb áll véleményileg az egyet nem értőkhöz, mint a többiek. Azok, akik csak kis részben nem értettek egyet, 7%-ban voltak, míg az egyetérték táborába tartozók 3%-

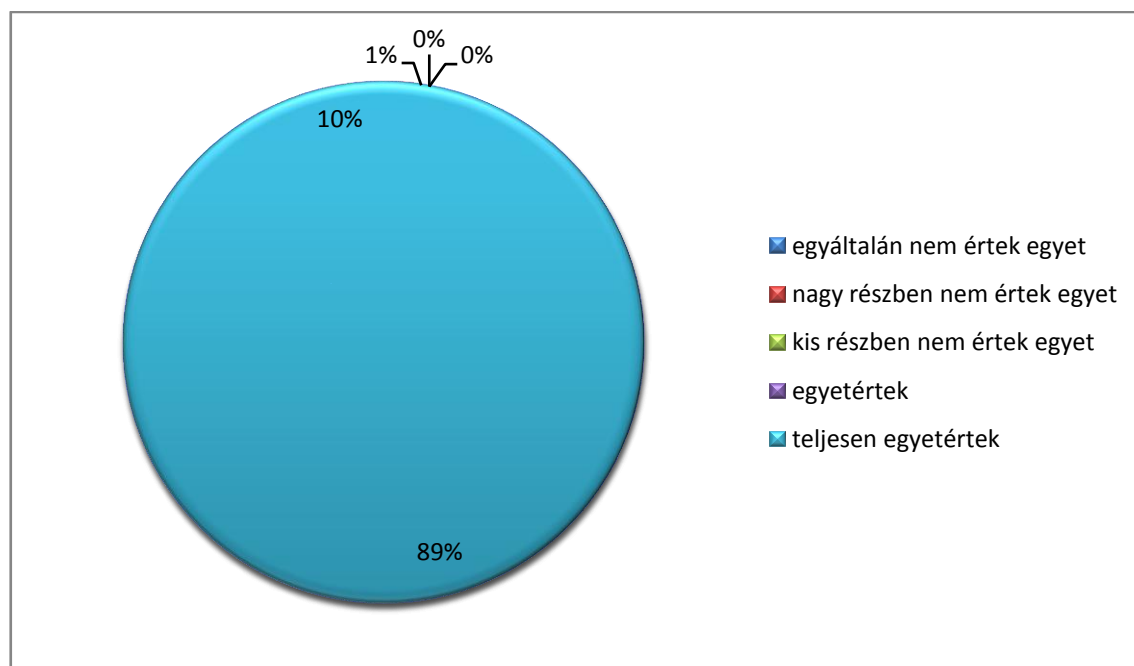
ban. Ami még pozitívumnak tekinthető, hogy senki sem válaszolta azt, hogy „jobban szeret a közösségi oldalakon keresztül kommunikálni a barátaival, mint személyesen.

A GTK-s hallgatókra átszámolva a következő arányokat kaptam: Az egyáltalán egyet nem értők 65%-ot értek el, a nagy részben egyet nem értők 24%-ot. A kis részben egyet nem értők 8%-ot, az egyetértők 3%-ot realizáltak, és olyan nem akadt, aki teljesen egyetértett volna.

Ezen állításnál arányaiban nem sokban található eltérés. Ami eltérések találhatók, az is 1-3% értékűek. A legnagyobb, azaz 3%-os eltérés az egyáltalán nem értek egyet válasznál jelent meg. Míg a nagy részben egyet nem értek 2%-kal volt több a GTK-sok esetében, a kis részben egyet nem értek pedig 1%-ban. Az egyetértek és a teljesen egyetértek ugyanazokat az arányokat érték el mindkét nézetben.

Hatodik kérdés

6. ábra Minden veled történt napi eseményt megosztasz a közösségi oldal(ak)on. (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A kérdésre az öt lehetséges válasz közül csak háromra érkezett szavazat, ami meglepő számomra.

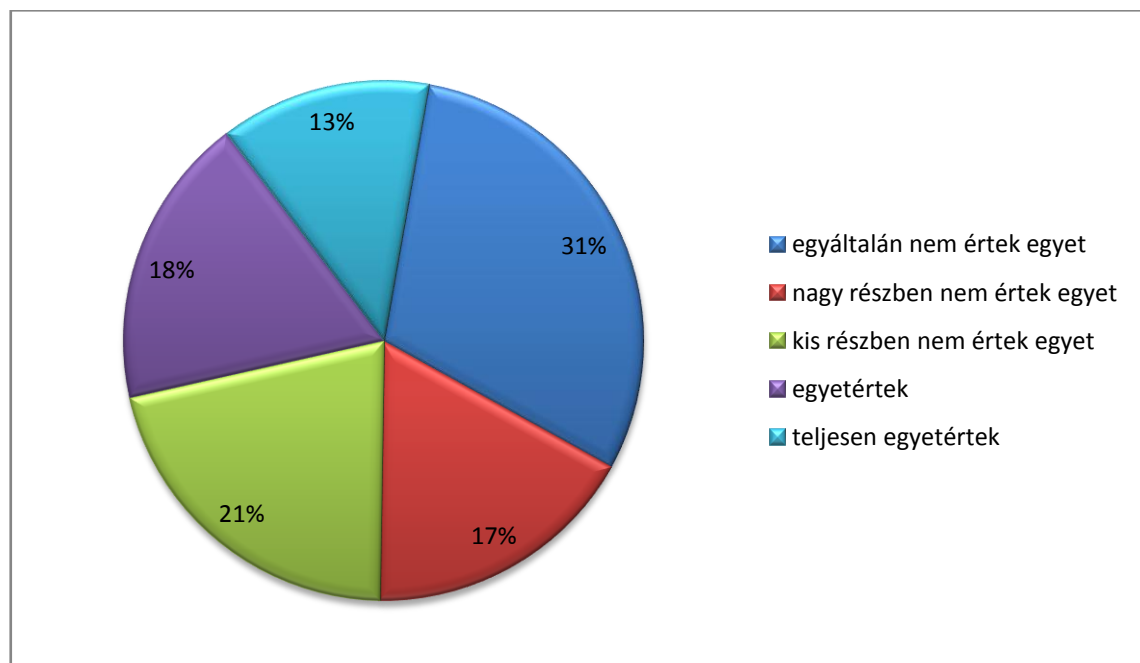
Az aktuális kérdéssel a válaszadók 89%-a egyáltalán nem értett egyet, vagyis nem osztanak meg minden napos rendszerességgel képeket, történeteket magukról, magukkal kapcsolatban. 10% nagy részben nem ért egyet, és csak 1% volt, aki kis részben nem értett egyet.

A GTK-sokat tekintve 90%-uk válaszolta azt, hogy nem posztol rendszeresen minden nap a vele történt eseményekről. 8% vallotta, hogy nagy részben nem ért egyet, és 2% pedig, hogy kis részben nem ért egyet.

A két eredménysort összehasonlítva 1-2%-os eltérések tapasztalhatóak, még hozzá a legnagyobb értékű 2%-os csökkenés a nagy részben egyet nem értőknél vehető észre, ahol is a GTK-os 8%-a vélekedett így. A másik két válasznál 1-1%-os növekedés történt. Az egyáltalán egyet nem értők a GTK-sokat tekintve 1%-kal többen vannak, akárcsak a kis részben egyet nem értők.

Hetedik kérdés

7. ábra Ébredés után az első 3 tevékenység közt szerepel a közösségi oldalad meglátogatása. (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A teljes egészre nézve az eredmények a következő képen alakultak: A válaszadók 31%-a adta azt a választ miszerint ébredés után nincs az első három tevékenységük közt a közösségi profiljuk megtekintése. 17% nagy részben nem értett egyet, vagyis olykor mégis csak előfordul, hogy az első három tevékenységük egyike felnézni a közösségi site-ra. 21% mondta azt, hogy kis részben egyetért, vagyis náluk már gyakrabban szerepel az első három tevékenység közt. 18% ismerte el, hogy a reggeli kávéjuk elfogyasztása közben felnéznek a közösségi oldalra és csak 13% vallotta be teljes őszinteséggel, hogy teljesen megszokott az, hogy a minden napi reggeli rutin részét képezi.

A GTK-sokat megvizsgálva a következő látható: 24%-uknak nem értett egyáltalán egyet, 16% volt, aki nagy részben nem és 19%-ban, aki csak kis részben nem értett egyet. 23% értett egyet, illetve 18%, aki teljesen.

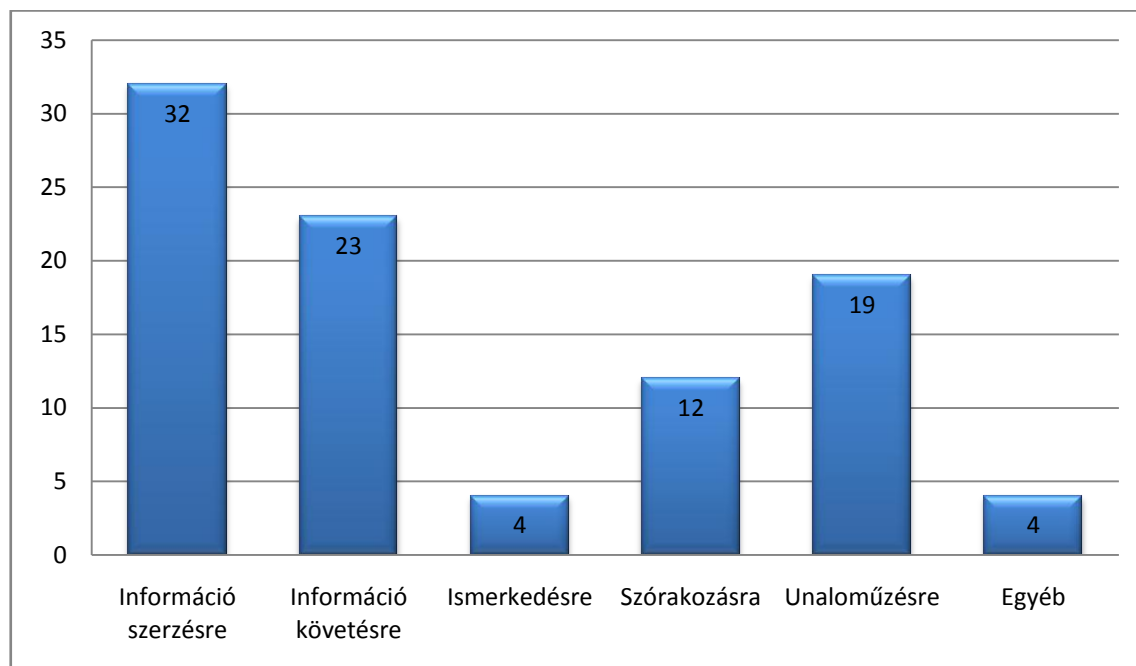
Összehasonlítva a százalékokat tapasztalható csökkenés, növekedés és mondhatni szinten maradás is. Az egyáltalán nem értek egyet tábor aránya 31%-ról lecsökkent 24%-ra. A két részben egyet nem értők aránya is csökkent, de ez már kisebb mértékben, még hozzá a nagy részben egyet nem értők aránya 1%-kal, a kis részben egyet nem értők pedig 2%-kal. Az egyetértők aránya viszont nőtt, akár csak a teljesen egyetértőké. Mindkét csoport 5-5%-kal növekedett.

4.3.Célirányos kérdések

Ennél a résznél jönnek azok a kérdések, amelyekre a kérdőív alapszik, és konkrétan a közösségi oldalak által kiváltott érzésekre fókuszálnak, valamint ellenőrző kérdéseként is funkcionálnak. A harmadik rész első kérdéseként még azt kérdeztem meg, hogy hány profillal rendelkeznek a közösségi oldalakon. A válaszolók 82% mondta azt, hogy csak egy felületen van jelen. 10%-uk két profillal is rendelkezik, illetve akad 3%, akinek 3 profilja van, és csak 1 ember van jelen 4 közösségi site-on.

Nyolcadik kérdés

8. ábra A közösségi médiát elsősorban ... használom (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A válaszadók 32%-a használja információ szerzésre a közösségi oldalakat. A másik nagy arányú közösségi oldal felhasználási cél az információ követés, a megkérdezettek 23%-a szerint. A sorban ezután az unaloműzés végett végzett céltalan közösségi oldal böngészés jön a maga 19%-ával. Ettől nem sokkal lemaradva a kikapcsolódás, szórakozás a legelterjedtebb felhasználási forma, de ez már csak 12%-a a felhasználóknak. Elszomorítóan szembemenő adatot kaptam arra vonatkozóan, hogy mi lett a közösségi oldalak eredeti célját tekintve, ami elsősorban az ismerkedés volt és állításuk szerint ma is ez az elsődleges céljuk. Így nagyon meglepő a maga 4%-ával. Illetve egyéb kategóriába olyan választ kaptam a kitöltők részéről, hogy kapcsolattartásra, munkára, csoportmunkára használják. De ez is csak 4%-ként képviselteti magát. Ami szintén meglepően alacsony.

Az egyéb kategórián belül három féle válasz merült fel az általam említetteken kívül, ilyen a kikapcsolódásra, a (csoport)munkára és a kapcsolattartásra, beszélgetésre. Ezek megoszlásaik szerint a következő: 50% írta a kapcsolattartást, és 25-25% kikapcsolódást és a tanulást, munkát.

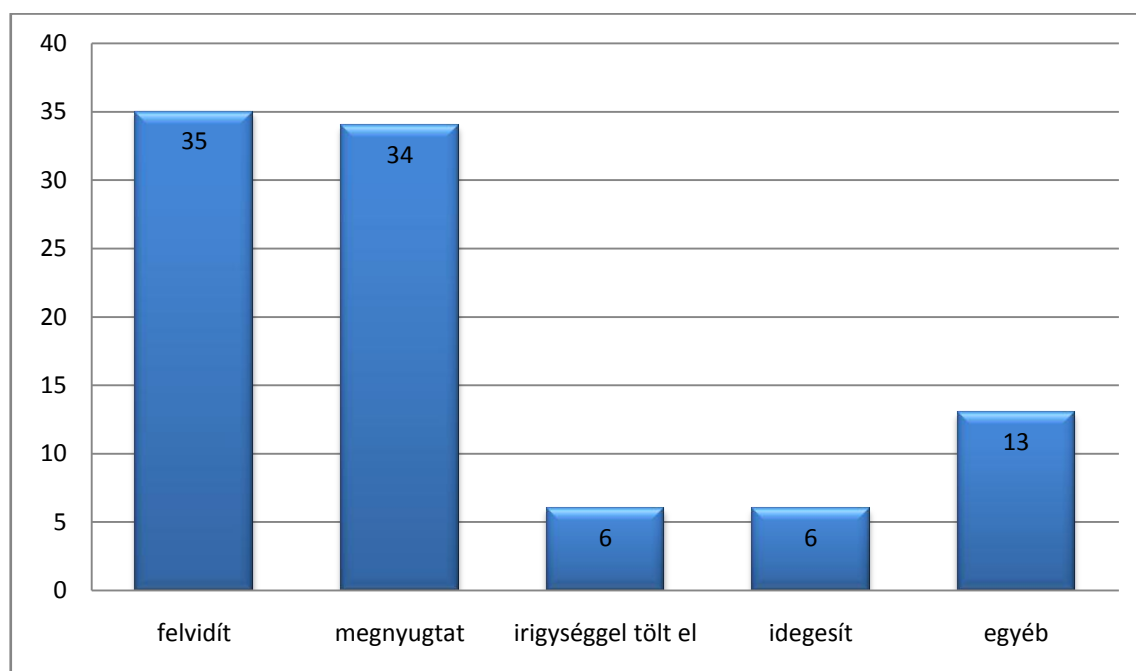
A GTK-sok válaszait nézve azt kaptam eredményül, hogy a válaszadók 33%-a használja információ szerzésre a közösségi oldalakat, és 24%-uk információ követésre. Ismerkedésre csak 6%, szórakozásra 12%, unaloműzésre 19% és egyébbe 6%.

Összehasonlítva a nagy egészről kapott eredményeket a rész eredményeivel látható, hogy az információ szerzésben 2%-os csökkenés tapasztalható a GTK-sok körében, de 2%-os növekedés az információ követésben. Az ismerkedést 2%-kal választották a GTK-sok, mint a nagy átlagot tekintve. Szórakozás esetén 0%-os az eltérés a GTK-sok javára. Az unaloműzésnél is 1%-kal vannak előrébb a gazdaságisok. Az egyéb kategóriát viszont 2%-kal múlta felül a kitöltő hallgatók összessége.

Elgondolkodtató, hogy ennyi ember nevezte unaloműzésnek a közösségi weblapok használatát. Ez két opciót vet fel, az első ,hogy amit ott tapasztalnak számukra nem minősül információszerzésnek, hiába nyernek ezáltal új információkat. Vagy jelentheti akár azt is, hogy ennyire nem tudják hasznosan eltölteni a rendelkezésükre álló időt, információt.

Kilencedik kérdés

9. ábra Ha a barátaim életét követhetem a közösségi médián az ... (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



Ennél a kérdésnél a válaszadók válaszai két nagy csoportra bontható. Ezekből az egyik az, hogy a barátaikról a közösségi site-okon információt szerző embereket ez a tény boldoggá teszi, megnyugtatja, illetve vannak azok, akiket ez kifejezetten bosszant, irigységgel tölt el.

Pozitívumnak értékelhető az a tény ,hogy összességében a válaszadók közel 70%-a éli meg pozitívumnak az információszerzést a barátaikról. A negatív oldalt képviselők 12%-ban vannak jelen. Illetve itt is volt egy egyéb opció, ahol a válaszadók

mondhatták meg, hogy milyen más érzéseik vannak a vizsgált jelenséggel kapcsolatban. Ebben a kategóriában olyan válaszokkal találkoztam, mint például az, hogy semleges, azaz nem vált ki különösebb érzéseket a válaszadókból, de volt, aki azt válaszolta, hogy mivel napi kapcsolatban vannak így a közösségi felületen történő nyomon követés nem nyújt neki semmilyen új információt, így örömet sem.

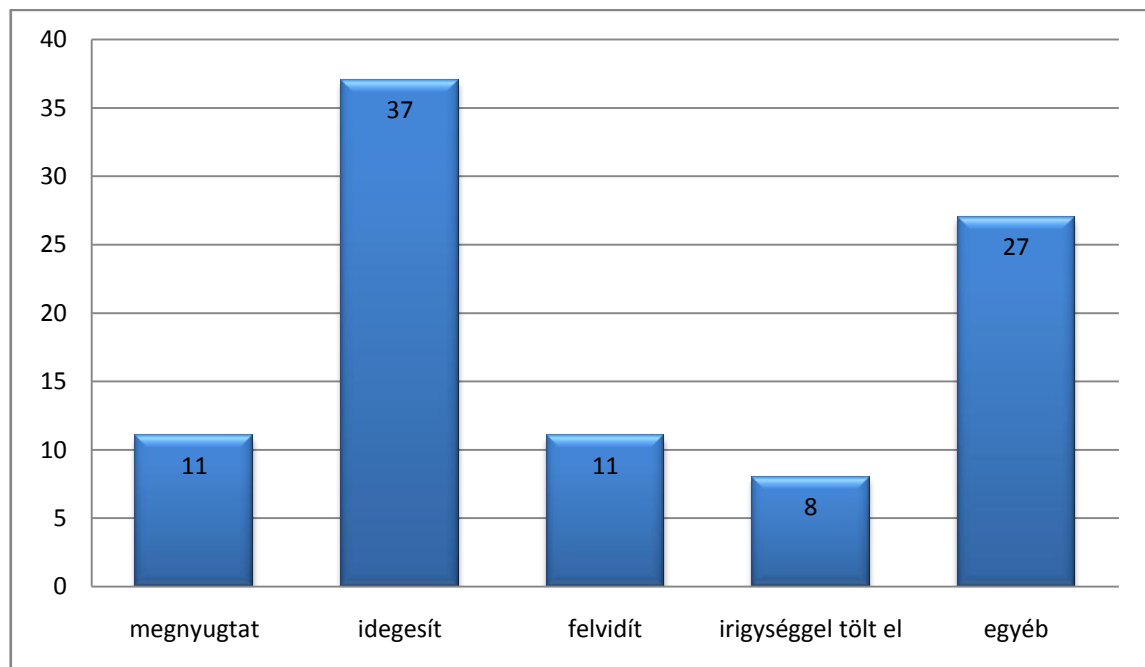
Az egyéb csoportban olyan érzéseket írtak a válaszadók, mint például, hogy közömbös, változó, vagy akár hasznos. Azok, akik az egyebet jelölték meg, azok 69%-ának számára közömbös érzés, hogy a barátaikról a közösségi médián (is) információkat kap(hat)nak. 12%-uk vélte úgy, hogy akár hasznos is lehet, amit ott találnak, illetve 19%-uk számára változó érzéseket hordoz magában.

A válaszadók nagy részére, vagyis a GTK-sokra nézve az eredményeket: 36%-uk mondta azt, hogy felvidítja őket, ha a barátaikról értesülnek a közösségi médiában, és 32%-ukat megnyugtatja a tudat. 7% vélekedett úgy, hogy irigykednek egy-egy barátjuk posztolása láttán, és szintén 7%-ot idegesíti, és 9%-ot érinti semlegesen.

Összehasonlítva: a felvidít, megnyugtat és egyéb érzéseknél tapasztalható a 2-5%-os eltérés. A felvidít esetén 2%-kal, a megnyugtatnál 5%-kal és az egyébnél 4%-kal maradtak el a GTK-sok. Az irigységgel tölt el és az idegesít 6-6%-aitól 1-1%-os eltérés mutatkozott, a Gazdaságtudományi Kar hallgatóinak javára.

Tizedik kérdés

10. ábra Ha az ismerőseim (akik nem barátaim) életét követem nyomon az ... (saját kérdőív alapján saját szerkesztés)



A harmadik rész utolsó kérdésére két kiemelkedően magas arányt kaptunk. A legmagasabb értéket meglepően az a válasz lehetőség kapta, hogy az embereket idegesíti, ha hozzájuk nem feltétlenül közel álló személyről is nagy mennyiségű információt szerez. Pontosan ez a válaszok 37%-át teszi ki. A másik nagy arányt az egyéb opció képviselte, ahol olyan válaszok érkeztek, hogy közömbös a felhasználóknak (ez volt a legnagyobb számban), illetve a másik az volt, hogy akár új, hasznos információs értékkel is bírhat. A válaszadók egyharmada 8-11%-ban a megnyugtat, felvidít és irigységgel tölt el válaszokon osztozik.

Az egyéb csoportba itt is három válasz típust kaptam, méghozzá ugyanazokat, mint az előbbi kérdés esetén, s csak a százalékokban mutatkozik némi eltérés. Itt is a közömbös érzés vezet 86%-kal és csak utána következik nagy lemaradásban 7-7%-kal a vegyes érzések, és az érdekes, hasznos.

Elgondolkodtató tény, hogy az emberek ilyen nagy hányadát, vajon miért idegesíti az a lehetőség, hogy az ismerőseik életébe is bepillantást nyerhetnek a közösségi média segítségével. Illetve szintén gondolkodóba ejtett az is, hogy ez a lehetőség kapcsolatban állhat-e az illető ismerőseinek számával, illetve a közösségen belül betöltött szerepével. Előfordulhat, hogy ezek a személyek, akiket idegesít ez a

lehetőség, ők a saját hibájukból kifolyólag szenvednek, hiszen minél több egy ember ismerőse, annál több kéretlen, haszontalan információ zúdul rá.

A Gazdaságtudományi Karosokat megvizsgálva 35%-kukat idegesíti, ha az ismerőseiről is értesül. 8%-kukat megnyugtatja, 19%-kukat felvidítja, 9%-kukat irigységgel tölti el és 29%-kuknak pedig semleges érzésvilágot okoz.

A rész-egész eredményeit összehasonlítva azt látjuk, hogy 5%-kal előzi meg az egész halmaz eredménye a részhalmaz eredményét az idegesít válasz esetében, míg az egyéb illetve semlegesnél 3%-kal a GTK-sok vannak előrébb. A felvidítónál 8%-kal, és az irigységgel tölt el esetében 1%-kal maradnak el az egész sokaságot tekintve. A megnyugtatónál 3%-kal a GTK-s hallgatók maradnak alul.

5. Az eredmények értékelése

A Pannon Egyetem hallgatói körében, legalább is a bevallásaik szerint még nem öltött olyan nagy mértéket ez a fajta addikció, bár az a körülbelül 20%-os arány, akikre a válaszaik alapján azt lehet mondani, hogy „igen, nálunk már tényleg a vizsgált jelenség tapasztalható”, akár soknak is mondható. Nézőpont kérdése, hiszen, míg egy tőlünk nyugatabbra fekvő országban ez a szám valószínűleg alacsonynak számítana, addig tőlünk keletebbre ez a szám magasnak mondható, véleményem szerint. Nagymértékben függ a vizsgált személyek életkorától is az eredmény. Ugyanis, ha az X generáció tagjai, vagy az utánuk következők, az „alfa generáció” (Sterbenz, 2014.) lettek volna a kérdőív célcsoportja, akkor feltételezéseim szerint jóval magasabb lett volna ez az arány. A következtetés abból vontam le, amit látni lehet az utcákon, és/vagy hallok, olvasok.

Ez a közel 20% még abba az arányba tartozik, ami csak néhány ember figyelmét kelti fel és gondolkodtatja el, hogy vajon mi módon lehetne kordában tartani a későbbiekben, vagy miként lehetne ebből hasznot húzni. De a nagy többség számára ez még nem érett meg, nem látnak benne potenciális veszélyt, illetve egyesek akár lehetőséget sem.

Előzetes elvárásaim, részben beigazolódtak, ésrészben megcáfolódtak, az eredményeket meglátva, pozitív és negatív érzések is előjöttek bennem. Vegyes érzésekkel kezeltem a felmérés adatait. Ugyan fájó tény, hogy a függőség ilyen formájában nem sokkal vagyunk elmaradva a fejlettebb ipari országoktól, de némiképp vigaszt nyújt a tudat, hogy a válaszadók nem veszítették el emberségüket és egyéniségüket, mint az már sok más kultúrában megtörtént.

Különösen meglepett az az eredmény miszerint a közösségi oldal használókat idegesíti, és akár irigységgel tölti el, ha egy olyan ismerősökről látnak információt, akivel csak beszélő viszonyban vannak. Adott a kérdés, hogy miért? Egyáltalán mi a stressz és az irigység, idegesség? A későbbi kutatásaimban ezen kérdésekre is válaszokat keresek.

Az emberiség eszközfüggősége, már tagadhatatlan, az eszközök rohamos fejlődése hozta magával a közösségi háló robbanásszerű elterjedését, fejlődését. Ezen fejlődés sebessége miatt kutatásom témájának szélesebb körül megismerése elengedhetetlen. Bár, még nem egy szélesebb körben ismert problémáról van szó.

A jövőre vonatkozó terveim közt szerepel a célcsoport kibővítése mind korcsoportilag, mind területileg. Ezek mellett a kérdőívet is célirányosabbá kívánom tenni, azaz még több olyan kérdést belerakni, ami az eddigieknél is jobban rávilágít az esetleges ellentmondásokra, és mélyebbre áshatok vele. A továbbiakban arra is irányulna kérdés, hogy az egyes generációk tagjai miként élik meg a jelenséget, milyen véleményekkel vannak róla. Továbbá az is a terveimben szerepel, hogy a megkérdezetteket különböző szerepekben, helyzetekben milyen döntésekre sarkallná a FoMo, vagyis korlátoznák-e, ha igen, akkor ezt miként valósítanák meg egy vállalatvezető pozíciójából, egy oktató szerepében, vagy éppen az otthoni légkörben szülőként.

Irodalomjegyzék

Könyvek, cikkek:

Magyar nyelvű:

- Eszes, I. (2013.). *Digitális marketing*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 15., forrás: Digitális tankönyvtár:
http://www.tankonyvtar.hu/en/tartalom/tamop412A/0007_e4_digitalis_marketing_scorm/az_internet_elterjedese_magyarorszagon_ypTpPpXKNFxo6fBF.html
- Ferenczy, M. (2014.. 03. 02.). *Mi tesz hajlamossá a függőségekre?* Letöltés dátuma: 2014.. 10. 17., forrás: ötvenentul.hu:
<http://www.otvenentul.hu/page.php?PageID=36852>
- Gergely, Z. (2011.. 03.). Létezik-e Facebook-függőség? - A lájkolás lélektana. *Magyar narancs*.
- Holczer, J. (2008.). *Informatika szóbeli érettségi közép- és emelt szinten*. Budapest: Jedlik Oktatási Stúdió Bt.
- Horváth, D., Kiss, K., Zámboori, Z., & Bedőházy, Z. (2012.). *Az Y generáció*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 01., forrás: Nővagyok.hu:
http://www.novagyok.hu/magazin/psziche/cikk/az_ygeneracio
- Kálló, B. (2014.. 05. 24.). *Top 10 tech trend*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 12., forrás: Spiritcode: <http://spiritcode.hu/blog/top-10-tech-trend/>
- Lám, L. (2013.. 06. 23.). *3 érdekes függőségi betegség - te is érintett vagy?* Letöltés dátuma: 2014.. 10. 01., forrás: ötvenentul.hu:
<http://www.otvenentul.hu/egeszseg/21171>
- Keményné Dr. Pálffy, K. (2003.). *Bevezetés a pszichológiába*. Budapest: Nemzeti Tankönyv Kiadó.
- Meixner, Z. (2004.. 12.). *Tech: Az internet rövid története HVG.hu*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 10., forrás: HVG.hu: <http://hvg.hu/tudomany/20041203interhist/>
- Pétery, K. (2008.). *Informatika I*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.
- Pétery, K. (2007.). *Informatika érettségire*. Szentendre: Mercator Kiadó.
- Sipos, K. (2014.. 05. 28.). *Mindent az okos készülékekről*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 10., forrás: Spiritcode: <http://spiritcode.hu/blog/mindent-az-okos-keszulekekről/>
- Szarka, D. (2011.). *HR portal*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 02., forrás: Z generáció - a jövő munkavállalói: <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html>
- Tari, A. (2010.). *Y generáció*. Budapest: Jaffa Kiadó.

Idegen nyelvű:

- Agarwal, S. (2013.. 09.). FOMO and you. *The Hindu*.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan Qiu, J., & Sey, A. (2009.). *Mobile Communication and Society A Global Perspective (Information Revolution and Global Politics)*. London: The MIT Press.
- Gladwell, V., DeHaan, C., Murayama, K., & Przybylski, A. (2013.). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 1841–1848.
- Grohol, J. (2013.. 12.). *FOMO Addiction: The Fear of Missing Out*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 05., forrás: Psych Central: <http://psychcentral.com/blog/archives/2011/04/14/fomo-addiction-the-fear-of-missing-out/>
- Jain, S. (2012.. 10. 06.). *40 Most Popular Social Networking Sites of the World*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 03., forrás: SocialMediaToday:

- <http://www.socialmediatoday.com/content/40-most-popular-social-networking-sites-world?page=1>
- Kemp, S. (2014.. 08. 08.). *Global Social Media Users Pass 2 Billion*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 04., forrás: We are social: <http://wearesocial.net/blog/2014/08/global-social-media-users-pass-2-billion/>
- Ljepava, N., Orr, R., Locke, S., & Ross, C. (2013.). Personality and social characteristics of Facebook non-users. *Computers in Human Behavior*, 1602–1607.
- Nordqvist, C. (2009.. 03.). *All about addiction*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 10., forrás: Medical News Today: <http://www.medicalnewstoday.com/info/addiction/>
- Sterbenz, C. (2014.. 07. 25.). *Generation Alpha Is Coming And It Will Change The World Forever*. Letöltés dátuma: 2014.. 09. 14., forrás: Business Insider: <http://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7>

Internetes forrás:

Magyar nyelvű:

- Marsi, Z. (2013.. 09. 23.). *Internet és okostelefon-függőség*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 05., forrás: Sulinet: <http://hirmagazin.sulinet.hu/hu/eletmod/internet-es-okostelefonfuggoseg>
- Pais, E. R. (2012.). *Kormányhivatal*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 01., forrás: Y és Z generáció, mint a jövő munkavállalói: <http://www.kormanyhivatal.hu/download/2/18/60000/Y%20%C3%A9s%20Z%20gener%C3%A1ci%C3%B3%20mint%20a%20j%C3%B6v%C5%91%20munkav%C3%A1llal%C3%B3i.pdf>
- Takács, Z. (2010.). *Mi is az okostelefon?* Letöltés dátuma: 2014.. 09. 10., forrás: SuliHáló.hu: <http://sulihalo.hu/ajanlo/tudomany-technika-szamitastechnia-telefon-szamitogep-notebook/5482-okostelefon-vs-mobiltelefon-osszehasonlitas-lg-okostelefon-samsung-galaxy-okostelefon-iphone-iphone4-android-nokia-okostelefon>
- T-mobile, Telenor, Vodafone. (2014). Letöltés dátuma: 2014.. 09. 30., forrás: <http://www.telenor.hu/internet/lefedettseg>, <http://www.vodafone.hu/lefedettsegi-terkep>, <http://www.t-mobile.hu/lakossagi/ugyintezes/lefedettseg>

Idegen nyelvű:

- McCrindle, M. (2012.). *Generation Y at work: Rewarding the Global Generation*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 05., forrás: <http://www.mccrindle.com.au/BlogRetrieve.aspx?PostID=311493&A=SearchResult&SearchID=7722162&ObjectID=311493&ObjectType=55>
- McCrindle, M. (2014.). *Generation Z*. Letöltés dátuma: 2014.. 10. 02., forrás: Generation Z: <http://generationz.com.au/>
- The American Society of Addiction Medicine. (2011.). *Definition of Addiction*. Letöltés dátuma: 2014. 10. 01., forrás: ASAM: <http://www.asam.org/research-treatment/definition-of-addiction>

Melléklet

Fomo (le-/ kimaradástól való félelem)

Bak Gerda vagyok, másodéves Nemzetközi Gazdálkodás szakos hallgató a Pannon Egyetemen. Kutatásom célja a közösségi oldalak okozta jelenség vizsgálata és annak az emberekre való kihatása. A kérdőív teljesen anonim, a válaszokat csak a kutatásomhoz használom fel.

20 kérdés van ebben a kérdőívben

Bemelegítő kérdések

Kérem a következőkben jelölje be, mennyire ért egyet a következő állításokkal.

1 [1] Ha otthon marad a telefonom egész nap azon bosszankodom, hogy nem tudnak utolérni. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

1 - egyáltalán nem értek egyet

2 - nagy részben nem értek egyet

3 - kis részben nem értek egyet

4 – egyetértek

5 - teljesen egyetértek

2 [2] A telefon az életem része, nélküle elveszettnek érezném magam. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

- 1 - egyáltalán nem értek egyet
- 2 - nagy részben nem értek egyet
- 3 - kis részben nem értek egyet
- 4 – egyetértek
- 5 - teljesen egyetértek

3 [3] A közösségi média meghatározza az életem. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

- 1 - egyáltalán nem értek egyet
- 2 - nagy részben nem értek egyet
- 3 - kis részben nem értek egyet
- 4 – egyetértek
- 5 - teljesen egyetértek

4 [4]Hiányérzetem van, ha legalább egyszer nem látogatom meg a közösségi oldala(i)m egy nap. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

- 1 - egyáltalán nem értek egyet
- 2 - nagy részben nem értek egyet
- 3 - kis részben nem értek egyet
- 4 – egyetértek
- 5 - teljesen egyetértek

5 [5]Jobban szeretek a közösségi oldalakon keresztül kommunikálni a barátaimmal, mint személyesen. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

1 - egyáltalán nem értek egyet

2 - nagy részben nem értek egyet

3 - kis részben nem értek egyet

4 – egyetértek

5 - teljesen egyetértek

6 [6]Minden veled történt eseményt megosztasz a közösségi oldal(ak)on. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

1 - egyáltalán nem értek egyet

2 - nagy részben nem értek egyet

3 - kis részben nem értek egyet

4 – egyetértek

5 - teljesen egyetértek

7 [7]Ébredés után az első 3 tevékenységed közt szerepel a közösségi oldalad meglátogatása. *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

1 - egyáltalán nem értek egyet

2 - nagy részben nem értek egyet

3 - kis részben nem értek egyet

4 – egyetértek

5 - teljesen egyetértek

Személyes adatok

8 [II] Mi a nemed? *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ Nő

☐ Férfi

9 [II/2] Melyik évben született? *

Kérem, írja ide a választát:

10 [II/3] Hol tanulsz? *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ Pannon Egyetem

☐ Pannon Egyetem (Keszthely)

☐ Pannon Egyetem (Nagykanizsa)

☐ Egyéb

11 [II/3/a] Melyik karon? *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

☐ Gazdaságtudományi Kar A1

☐ Georgikon Kar A2

☐ Mérnöki Kar A3

☐ Modern Filológiai és Társadalomtudományi Kar A4

☐ Műszaki Informatikai Kar A5

☐ Egyéb

12 [II/3/a1] Milyen szakon? *

Only answer this question if the following conditions are met:

° Answerwas 'Gazdaságtudományi Kar' atquestion '11 [II/3/a]' (Melyik karon?)

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ Alkalmazott közgazdaságtan
- ☐ Emberi erőforrások
- ☐ Gazdálkodási és menedzsment
- ☐ Műszaki menedzser
- ☐ Nemzetközi gazdálkodás
- ☐ Pénzügy és számvitel
- ☐ Turizmus-vendéglátás
- ☐ Közgazdasági elemző (Msc)
- ☐ Logisztikai menedzsment (Msc)
- ☐ Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (Msc)
- ☐ Számvitel (Msc)
- ☐ Turizmus-menedzsment mesterszak
- ☐ Vezetés és szervezés (Msc)
- ☐ Egyéb

13 [II/3/a2]Milyen szakon? *

Onlyanswerthisquestionifthefollowingconditionsaremet:

° Answerwas 'Georgikon Kar' atquestion '11 [II/3/a]' (Melyik karon?)

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ Állattenyésztő mérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (BSc)
- ☐ Kertézmérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Környezetgazdálkodási mérnök (BSc)
- ☐ Mezőgazdasági mérnök (BSc)
- ☐ Növénytermesztő mérnök (BSc)
- ☐ Szőlész-borász mérnök (BSc)
- ☐ Természetvédelmi mérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Turizmus-vendéglátás (BA)
- ☐ Agrármérnöki (MSc)
- ☐ Gazdasági agrármérnök (MSc)
- ☐ Vidékfejlesztési agrármérnök (MSc)
- ☐ Takarmányozási és takarmánybiztonsági mérnök (MSc)

- ☐ Növényorvos (MSc)
- ☐ Környezetgazdálkodási agrármérnök (MSc)
- ☐ Mezőgazdasági biotechnológus (MSc)
- ☐ Vidékfejlesztési agrármérnök (MSc)
- ☐ Egyéb

14 [II/3/a3]Milyen szakon? *

Only answer this question if the following conditions are met:

° Answer was 'Mérnöki Kar' at question '11 [II/3/a]' (Melyik karon?)

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ Anyagmérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Biomérnök
- ☐ Gépészmérnök
- ☐ Kémia
- ☐ Környezetmérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Környezettan
- ☐ Mechatronikai mérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Vegyészmérnök (BSc) és (MSc)
- ☐ Környezettudomány (MSc)
- ☐ Environmental engineering (MSc)
- ☐ Environmental Science (MSc)
- ☐ Vegyész (MSc)
- ☐ Egyéb

15 [II/3/a4]Milyen szakon? *

Only answer this question if the following conditions are met:

° Answer was 'Modern Filológiai és Társadalomtudományi Kar' at question '11 [II/3/a]' (Melyik karon?)

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ Anglisztika (BA) és (MA)
- ☐ Germanisztika BA
- ☐ Magyar BA
- ☐ Nemzetközi tanulmányok (BA) és (MA)
- ☐ Pedagógia Ba

- ☐ Politológia BA
- ☐ Romanisztika BA
- ☐ Szabad bölcsészet BA
- ☐ Társadalmi tanulmányok BA
- ☐ Alkalmazott nyelvészet MA
- ☐ Amerikanisztika MA
- ☐ Fordító és tolmács MA
- ☐ Humánökológia MA
- ☐ Magyar nyelv és irodalom MA
- ☐ Neveléstudomány MA
- ☐ Német nyelv, irodalom és kultúra MA
- ☐ Összehasonlító irodalom- és művelődéstudomány MA
- ☐ Színháztudomány MA
- ☐ Tanári MA
- ☐ Egyéb

16 [II/3/a5]Milyen szakon? *

Only answer this question if the following conditions are met:

° Answer was 'Műszaki Informatikai Kar' at question '11 [II/3/a]' (Melyik karon?)

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ Gazdaságinformatikus
- ☐ Mérnökinformatikus (Bsc) és (MSc)
- ☐ Programtervező informatikus
- ☐ Villamosmérnök
- ☐ Logisztikai mérnök (Msc)
- ☐ Egyéb

Célirányos

17 [III/1]Hány profillal rendelkezik? *

Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül:

- ☐ 1 a1
- ☐ 2 a2
- ☐ 3 a3
- ☐ 4 a4

☐ Egyéb a5

18 [III/2]A közösségi médiát elsősorban használok. *

Kérem, válaszson ki mindent, ami érvényes:

- ☐ információ szerzésre
- ☐ információ követésre
- ☐ ismerkedésre
- ☐ szórakozásra
- ☐ unaloműzésre
- ☐ Egyéb:

19 [III/3]Ha a barátaim életét követhetem a közösségi médián az *

Kérem, válaszson ki mindent, ami érvényes:

- ☐ felvidít
- ☐ megnyugtat
- ☐ irigységgel tölt el
- ☐ idegesít
- ☐ Egyéb:

20 [III/4]Ha ismerőseim (akik nem a barátaim) életét követem a közösségi médián az *

Kérem, válaszson ki mindent, ami érvényes:

- ☐ megnyugtat
- ☐ idegesít
- ☐ felvidít
- ☐ irigységgel tölt el
- ☐ Egyéb:

Köszönöm, hogy kitöltötted!

Kérdőív elküldése

Köszönjük, hogy kitöltötte a kérdőívet.