

Nyíregyházi Szakképzési Centrum, Zay Anna Technikum és Kollégium
Nyíregyháza

Z generáció infokommunikációs szokásai

Készítette: Jakab Dorina

szociális ágazat
kisgyermeknevelő – gondozó szakirány

Témavezető: Hajduné Demcsák Livia
Nyíregyháza
2022.

Tartalom

BEVEZETÉS	3
1.IRODALMI ÁTTEKINTÉS	5
2. KUTATÁS BEMUTATÁSA	7
2.1 <i>KUTATÁS CÉLJA</i>	7
2.2 <i>KUTATÁS MÓDSZERE</i>	7
3. EREDMÉNYEK	8
4. ÖSSZEGZÉS	17
5. JAVASLATOM	20
IRODALMI JEGYZÉK	22
INTERNETES FORRÁSOK:	23
MELLÉKLETEK	24

Bevezetés

A kommunikáció már jelen van az élet kezdete óta a Földön, a növényektől kezdve, az állatokon keresztül minden élőlény kommunikál, ennek is megvolt a maga evolúciója csak úgy, mint a modern technológia fejlődésének. Generációról generációra fejlődött a technológia, az első számítógép egy egész szobát elfoglalt, meg sem lehetett mozdtatni azokat annyira nehezek voltak. Mára pedig már táskáinkban hordhatjuk laptopjainkat és zsebeinkben telefonjainkat.

Az Információs és Kommunikációs Technológiák (IKT), olyan eszközök, technológiák, szervezési tevékenységek, innovatív folyamatok összessége, amelyek az információ- és kommunikációközlést, feldolgozást, áramlást, tárolást, kódolást elő- segítik, gyorsabbá, könnyebbé, és hatékonyabbá teszik azt. ([https:1](https://1))

A Z generáció internetes kapcsolattartásaira leginkább az jellemző, hogy sok emberrel csak online tudja tartani a kapcsolatot. Ebből a szempontból az internet nagyon hasznos, mivel új utakat nyitott a kapcsolattartás irányába, többé nem kell heteket várnunk egy levél érkezésére, majd annak visszaküldésére, mint mondjuk 40 évvel ezelőtt.

A Z generáció az 1996 és 2010 között született fiatalok nemzedéke. Az első olyan nemzedék, aki az online térbe születik, illetve az első globális nemzedékként is hivatkoznak rájuk, ami azt jelenti, hogy a fiatalok az egész Földön ugyan azokon az ételeken, filmekben, zenéken, nőttek fel, közös példaképeik és stílusuk van világszerte. A nemzedék jellemzően magasabb szintű oktatási rendszerben tanul, kimagasló a problémamegoldó képességeik, technikai érzékük is kimagasló, nem mellesleg figyelmüket is könnyebben megosztják. A multitasking, azaz a halmozott médiafogyasztás az takarja, hogy egy személy, egy időben egyszerre több feladatot végez számítástechnikai eszközökön, ez a Z nemzedéket nagyon is jellemzi. Általánosságban elmondható róluk az is, hogy vizuális típusok, a modern technológiából és közösségi médiából adódóan inkább preferálják, a hangot és a képet, a szöveggel szemben. (1; 2; [https:2](https://2))

Minden valaha volt generációnak megvoltak a maga nehézségei, ez a generáció nagyon fél attól, hogy esetleg kimarad valamiből, hogy nem felel meg a társai, a társadalom elvárásainak. Úgy érzik a fiatalok, hogy mindig jelen kell lenniük a közösségi médiában, folyamatosan frissíteni az állapotukat, a híreket és mindennel képben kell lenniük, ez kialakíthat szorongást, akár depressziót is. Az online oktatás, a pandémia, a háború és az infláció mind hatással vannak a generációkra. Az online oktatás alatt a generációk nagyon

elszigetelődtek a társadalomtól, a rengeteg rossz hír csak szorongást váltott ki belőlük és a jelenlegi helyzetek nem is hagyták eddig azt csillapodni. (3)

1.Irodalmi áttekintés

A 21. században már akkora hatással van ránk az online világ, hogy új munkahelyre való jelentkezéskor a digitális lábnyomunkat ellenőrzik, azaz mindazokat a tartalmakat, amiket közzétettünk, megosztottunk, vagy amelyeknél szerepel a nevünk. Ma már nem kell levelet küldeni távoli barátainknak és várni annak megérkezéséig, a technológiának és internetnek köszönhetően felhívhatjuk ismerőseinket, üzenetet küldhetünk nekik, ami sokkal gyorsabb. Napjainkban már az sem meglepő, ha valaki az online térben találja meg párját, valamely randi oldalon keresztül. (3)

A „*Középiskolások okostelefon-használati szokásai 2015-ben*” című kutatásban kiderült, hogy a szülők, abban a bizonyos korban mikor gyermekeik önállóan kezdtek el utazni, randevúkra jártak stb. fontosnak tartották, hogy legyen egy eszközük, amelyen keresztül tartani tudják a kapcsolatot, az pedig egy telefon. Később viszont a telefon „menő” lett, illetve mára már társadalmi elvárás is, így ezért lehet az, hogy míg az idősebbek később kapták meg első telefonjaikat, addig a fiatalabbak sokkal korábban. (4)

Az interneten rengeteg kihívás és trend kering, amit a fiatalok követnek, illetve meg is osztanak, az első nagyon ismert ilyen kihívás, az Ice Bucket Challenge volt, ami YouTube-on terjedt nagyon sokáig, ennek az volt a lényege, hogy a kihívottnak vagy adományoznia kell egy alapítványnak vagy pedig leöntenie magát egy vedér jeges vízzel. Számtalan más hasonló, illetve károsabb megmérettetés árasztja el az internetet, manapság már TikTok-on már minden hónapra kitalálnak egy kihívást, például a 'No Shave November'. Később születtek applikációk, rém arcok és ezek is kihívták a 'játékosaikat' és rengeteg tragédia, öngyilkosság vagy önkárosításra vezethető vissza a „Kék bálna” nevezetű appra vagy a „Momo” nevezetű zaklatóra. Habár ezek az ügyek le vannak zárva fontos beszélnünk arról, hogy itt már nem csak a kihívásokról volt szó, hanem arról is, hogy ha valaki nem akarta elvégezni azokat, akkor fenyegették az illetőt és zaklatták. (5, <https://10>)

Az interneten nagyon sokféle cyberbullinggal találkozhatunk, sok embert szégyenítettek már meg vagy fenyegettek meg az online térben például egy képpel, rengeteg ilyesfajta visszaéléssel találkozhatunk. Habár óriási adag adrenalin és izgalom tölti el az embereket egy-egy kihívás teljesítésekor, könnyen túlzásba lehet vinni, a fiatalok pedig sokszor nem olyan érettek, hogy el tudják dönteni, pontosan mi is a jó nekik. Rengeteg hamis információ jön manapság szembe velünk az interneten, így arra is nagyon oda kell figyelnünk, hogy milyen forrásokat olvasunk.

A túl sok okos eszköz miatt kialakulnak függőségek, mint játékfüggőség vagy TikTok függőség, egy kutatásban kiderült, hogy minden 10. Z generációs több mint 5. órát tölt bizonyos platformokon. Sokan egészen lefekvésig használják okos eszközeiket, azonban ezek kékfénye elnyomhatja a melatonin hormont, ami segít az elalvásban, de még ha sikerül is elaludni, az nem lesz olyan mély, hogy másnap felfrissülten érezzék magukat az emberek. A nemzedék gyakran multitaskingol, ami azt jelenti, hogy egyszerre több feladatot végez több számítástechnikai eszközökön, ami még inkább meggyengítheti, elnyomhatja az alvást elősegítő hormont. (6, <https://www.foxnews.com/health/2019/08/28/technology-mental-health>)

Kimutatták, hogy a gyerekek figyelemhiánya visszavezethető arra, hogy a gyerekek nagyon fiatalon kezdik el használni a technikai újításokat, manapság a szülők inkább kisgyermekük kezébe adják telefonjaikat, csak hogy könnyebben lefoglalhassák őket. Egyre több autista, spektrum zavaros, elhízott és epilepsziás gyerekkel találkozhatunk manapság és ennek kialakítója könnyen lehet a modern technológia. Pozitív következménye azonban lehet a kéz ügyesség javulása. Kimutatták azt is, hogy a videojátékosok jobb reakcióidővel, szem-és kéz koordinációval illetve figyelemi képességgel rendelkeznek. (1, 7, <https://www.foxnews.com/health/2019/08/28/technology-mental-health>)

A TikTok, játékok és hasonló dolgok elárasztják az agyat a dopamin nevezetű hormonnal, ami pedig a jó érzésért, boldogságért felelős. Habár "jó" érzéssel töltenek el ezek az tevékenységek, hamarabb elfáradunk a rengeteg inger hatására, és keményebben kell ahhoz dolgoznunk, hogy boldogok legyünk, más utakon is. (<https://www.foxnews.com/health/2019/08/28/technology-mental-health>)

Készült egy új kutatás, amiben felmérik, hogy 5 generáció közül, melyik a legboldogabb. Közel 2600 amerikai vett részt a kutatásban, ám a Z generációsok közül csak a 18-25 éveseket vonták be a felmérésbe. Korábbi felmérésekkel ellentétben pedig nem a legfiatalabbak és a legidősebbek voltak a legboldogabbak. A legkevésbé boldogok a Z generációsok voltak, és az egyre idősebb korosztályoknál egyre nagyobb elégedettséget mértek. A kutatás nem tért ki arra, hogy miért boldogtalanok a Z generációsok, de más tanulmányokból tudhatjuk, hogy a nemzedék fél, hogy kimarad valamiből, hogy nem felel meg a társadalomnak. (3, <https://www.foxnews.com/health/2019/08/28/technology-mental-health>, <https://www.foxnews.com/health/2019/08/28/technology-mental-health>)

A fiatalabbak, legfőképp a 16-19 évesek a legaktívabbak a közösségi médián és leginkább és legelőször ők nyitnak ennek az újításai felé is. Azonban e miatt hanyagolják tanulmányaikat, mert a telefonjaikat könnyebb görgetni, mint kikelni az ágyból és tanulni kicsit. Sokan hanyagolják ezek miatt családjukat, de barátaikat, illetve inkább online barátok után kezdenek keresni.

2. Kutatás bemutatása

2.1 Kutatás célja

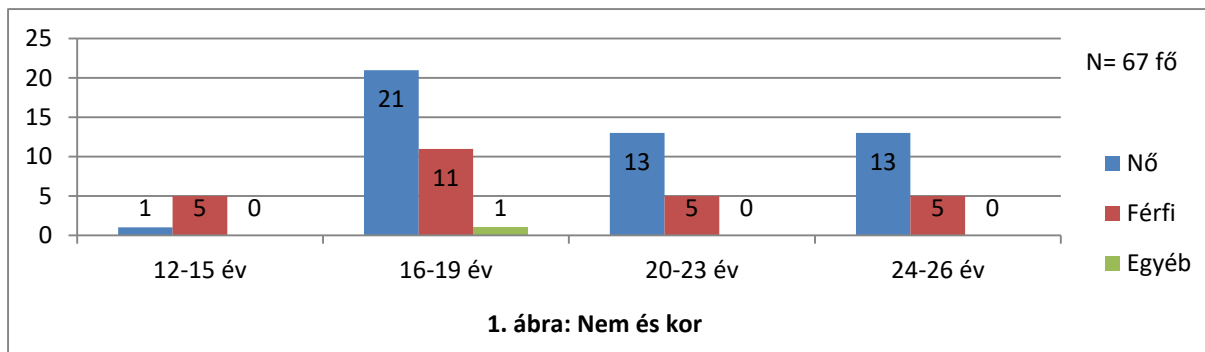
Célom, hogy jobban megismerjem a Z generációt, s a nemzedéken belüli általam szétválasztott korcsoportok médiahasználati és infokommunikációs szokásait. Kíváncsi vagyok, hogy van-e különbség az eszköz- és közösségi oldalak használati, illetve posztolási és chatelési szokásaik között. Továbbá arra keresem a választ, hogy a kapcsolattartási szokásaikban, milyen formában van jelen a különböző platformok használata. Végezetül arra keresem a választ, hogy szerintük hasznos-e a social média. A kapott eredményeimet szeretném összehasonlítani az általam ismert és dolgozatban említett szakirodalmakban leírt adatokkal.

2.2 Kutatás módszere

Saját összeállítású, kérdőívemben 19 db zárt kérdés található, amit a Google Űrlapok segítségével készítettem. Kérdőívemet közösségi felületeken osztottam meg, elsősorban barátaimmal és ismerőseimmel. Kérdőívem 1 hónapon keresztül volt elérhető, majd a lezárás után az adatokat Excel táblázatban összesítettem, leíró és összehasonlító módszerekkel elemeztem. Az eredményeket sajátszerkesztésű diagramok és táblázatok segítségével szemléltetem.

3. Eredmények

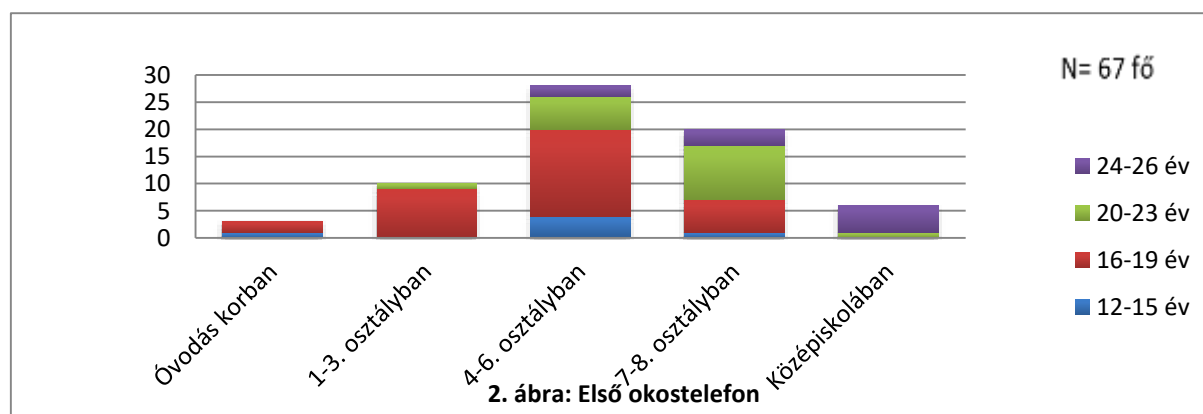
A kérdőívet 67 fő töltötte ki, akik 12-26 év közöttiek. A kitöltőket koronként négy csoportra osztottam. Az alábbi ábrán, a kitöltők nemét és korát jelenítettem meg.



A kitöltők majdnem fele, a 16-19 éves korosztályba tartozik, azaz 33 fő, melynek oka, hogy környezetemben is főként ők vesznek körül, s a kérdőív az általam használt platformokon kerültek megosztásra.

A válaszadók megközelítőleg 2/3 része, 48 fő nő, a maradék 1/3 része, 26 fő pedig férfi, 1 fő pedig az egyéb kategóriát választotta. Napjainkban egyre több olyan egyénnel találkozhatunk, akik nem tartják magukat sem nőnek, sem férfinak. Inkább a „gender”, „androgün”, „interszexuális” vagy a „transzneműiek” csoportjába sorolják magukat, így fontosnak tartottam, hogy nekik is legyen egy külön, összefoglaló kategória a kérdőívem ezen a részén. A nemek közötti eltéréseket nem elemeztem külön, mivel ahhoz több kitöltésre lett volna szükségem. (https:9)

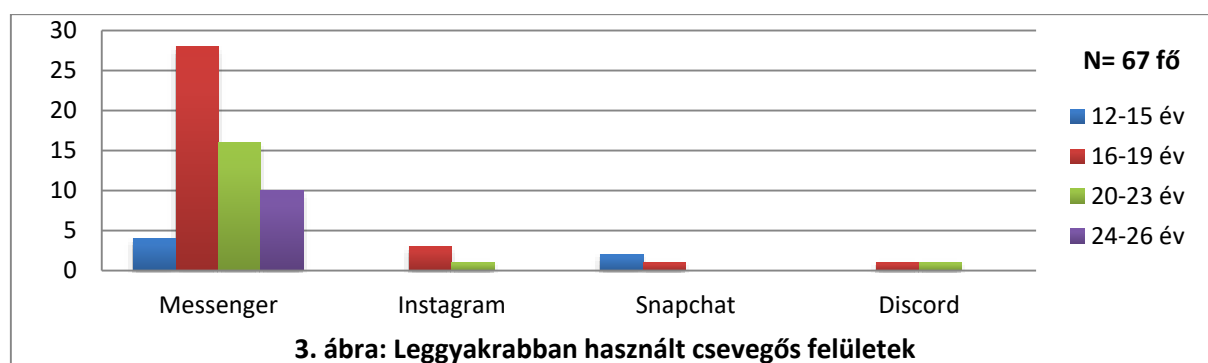
A kitöltőktől elsőként azt kérdeztem meg, hogy mikor kapták meg első érintőképernyős telefonjukat. A következő diagramon szembetűnően láthatjuk, a generáción belüli korcsoportok különbségeit. A fiatalabbak egyre hamarabb és hamarabb kaphatták meg első telefonjaikat.



A nemzedék „elsőszülöttei” azaz a 24-26 évesek kapták meg legkésőbb, általában középiskolás korukban, de néhányan 7-8. illetve 4-6. osztályban az első okos telefonjaikat. A 20-23 éves korosztály is jellemzően ezekben az időszakokban kapták meg első telefonjaikat, ám ők jellemzően inkább 7-8. osztályban, illetve páran 4-6. osztályos korukban. Amint említettem, ahogy közeledünk a fiatalabbakhoz egyre szembetűnőbb, hogy ők egyre hamarabb jutottak saját okos készülékhez. Itt a 12-15 és 16-19 évesek körülbelül ugyan azon korszakban, azaz főként 4-6. osztályban, de valakik hamarabb, valakik később kaptak okostelefont.

Sólyom Barbara: *A középiskolások okostelefon-használati szokásai 2015 -ben* című kutatásában, az akkori 15-19 évesekkel, azaz a mostani 20-26 évesekkel készített interjújában is körülbelül a fenti diagramon látható értékeket kapta. Az interjú alanyaitól megtudta, hogy akkor kezdődött meg intenzívebben a társasági életük, amikor megkapták első telefonjukat, ekkor kezdtek el szórakozóhelyekre, randevúkra járni, és önállóan utazni, így a szülők fontosnak tartották, hogy elérhetőek legyenek, amihez egy telefon a megfelelő eszköz. A 2011-2012-es években terjedtek el igazán az okos telefonok, elsősorban a „menőség” miatt, hogy valaki elismerje azokat az embereket, akiknek van ilyen eszközük. (4)

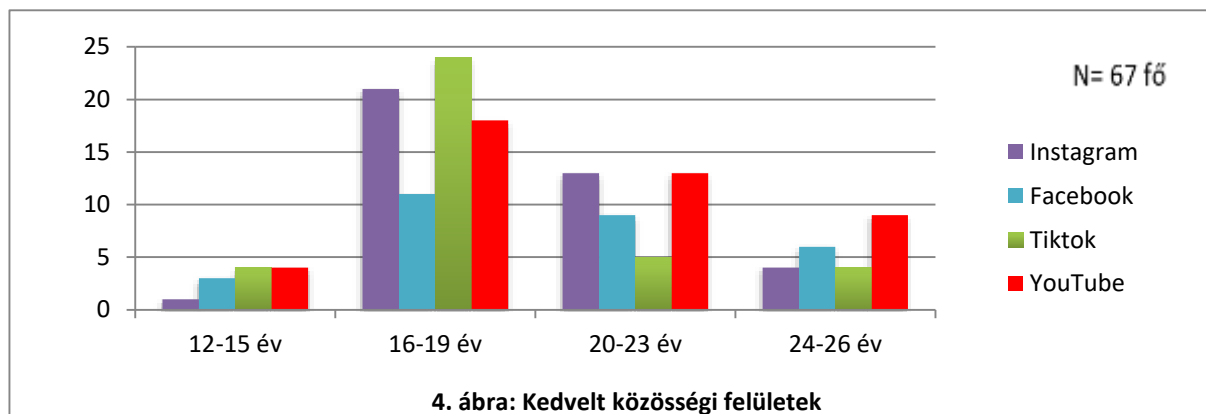
Továbbiakban a kitöltőktől megkérdeztem, hogy melyik a legkedveltebb platform típus, amit használnak, így a „gaming”, filmezős, „csevegős” és közösségi felületek közül választhattak.



A korcsoportok között csak néhány számbeli eltérés van, de mindannyian elsősorban a „csevegős” platformokat használják, ezt szinte mindenki jelölte, majd ezt követte a közösségi felületeket használata. A filmezős és „gaming” platformokat pedig jóval kevesebben.

A „csevegős” platformok közül a kérdezettek mindegyik korcsoportja, egyértelműen a Messengert szavazta meg. Ám itt is van néhány különbség a csoportok között, míg a 23-26 évesek közül mindenki a Messenger-t választották, addig a fiatalabbak közül voltak, akik inkább az Instagram-ot, Snapchat-et vagy Discord-ot választották.

Rákérdeztem arra is, hogy melyik közösségi média platformok a népszerűbbek a korcsoportok között, a következő ábrán láthatjuk, hogy melyik korcsoport milyen arányban választotta az Instagram-ot, Facebook-ot, Tiktok-ot és YouTube-ot.



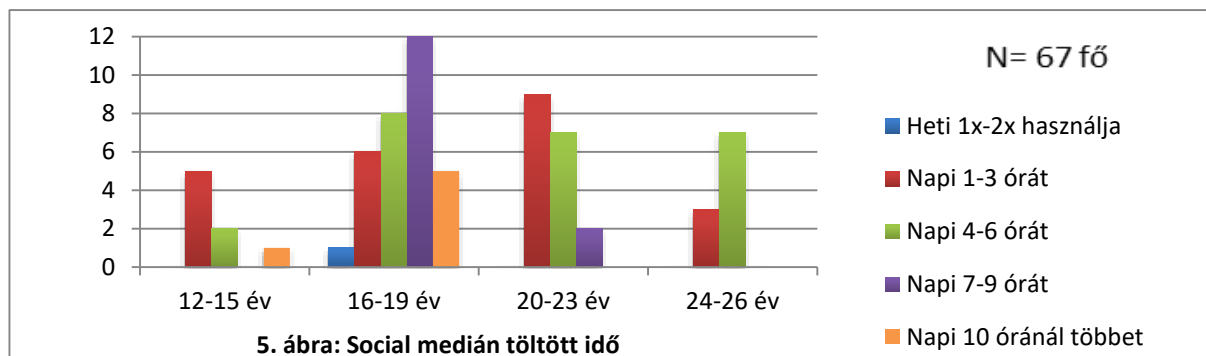
Elmondható, hogy mind a négy közösségi „appot” használják a korosztályok, azonban más-más arányban, így észrevehetők különbségeket. A fenti ábrán láthatjuk, hogy a 12-15 és a 16-19 év közöttiek leginkább TikTok-ot használnak, és a 16-23 évesek inkább használnak Instagram-ot, mint Facebook-ot. Az idősebb korosztály, azaz a 24-26 évesek még picit nagyobb arányban inkább Facebook felhasználók.

Az iFaktor Agency készített egy *Z generáció a TikTok és az influenszerek bűvöletében* című kutatási riportot. Amiben kiderül, hogy a Z generáció, messze a legtöbb időt a TikTok-on tölti, azaz 10 fő-ből 4 fő Z generációs legalább 2 órát tölt a TikTok-on naponta, és minden tizedik Z generációs fiatal napi 5 óránál többet tölt más platformon. (6) Bár az említett kutatási riport részletezi, hogy mennyi az eltöltött idő ezeken az appokon, én nem részleteztem annyira ezeket a kérdéseket, mivel akkor már túl hosszú lenne a kérdőívem.

Ahogy már korábban említettem, a 4. ábrán láthatjuk, hogy a kor előrehaladtával a TikTok felhasználók száma csökken. Úgy gondolom, hogy a TikTok felhasználók nagyobb része azért a mostani 16-19 éves korosztály, mert amikor megnyílt előttük az online világ, vagyis többségüknek 4-6. osztályos korukban (2016 körüli években), a TikTok, vagyis elődje a „musical.ly”, ekkor kezdte bontogatni szárnyait. Később aztán, ahogy az akkori 4-6. osztályosok nőttek, ez a felület is velük egyszerre fejlődött, majd vált világhírűvé TikTok néven. Így szerintem a mai 16-19 évesek ezért fogékonyabbak a TikTok használatára, mint az idősebbek.

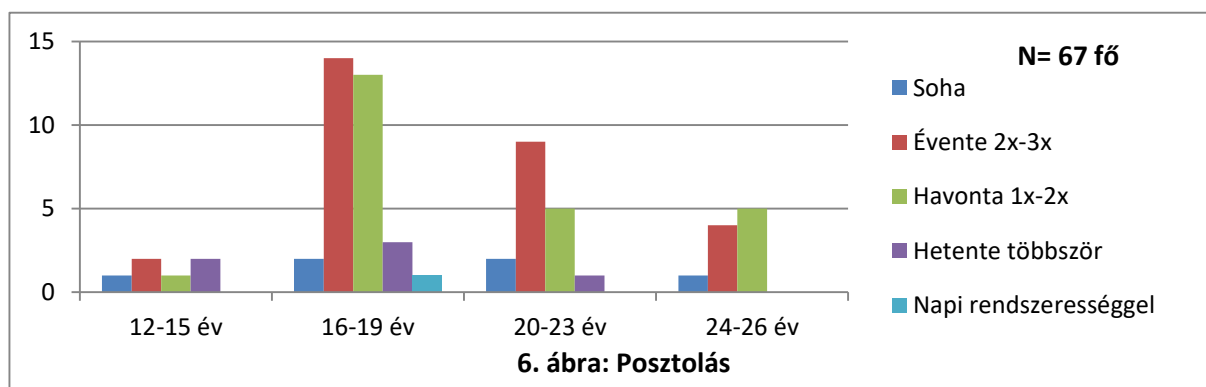
Mint láthatjuk, a YouTube örök kedvenc marad, és a különböző korcsoportok tagjainak legalább fele választotta ezt, a Facebook pedig még mindig nagyon népszerű hiába „ősrégi” a felület, viszont az Instagram kezdi beelőzni, és a fiatalabbak inkább az utóbbit használják.

Továbbiakba kíváncsi voltam, hogy a korosztályok mennyi időt töltenek el a közösségi média használatával.



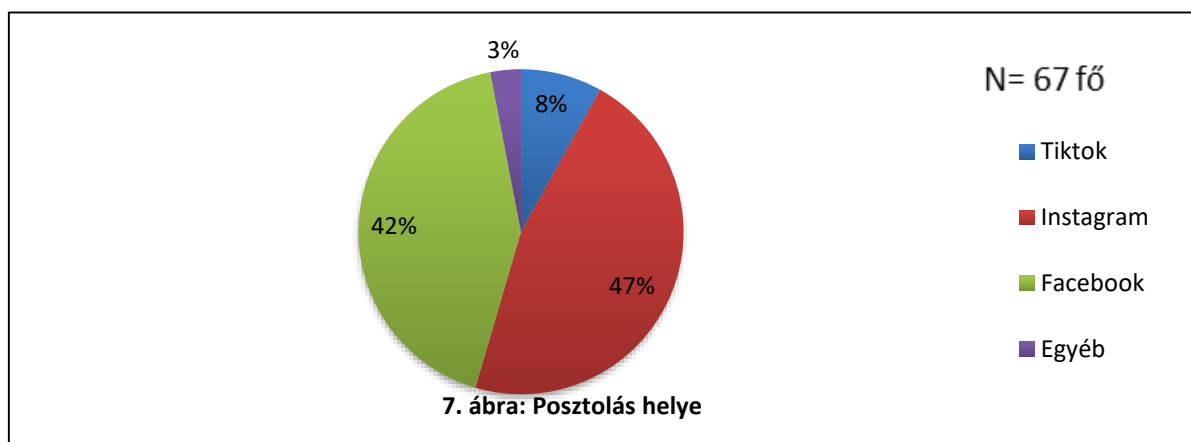
A 5. ábrán nagyon jól látható, hogy a tinédzserek (16-19 évesek) sokkal több időt töltenek el a közösségi felületeken, közülük a legtöbben napi 7-9 órát vannak jelen a social médián, viszont néhányan ennél többet, de szerencsére olyanok is vannak, akik kevesebbet. Az idősebb korcsoportok social network -on töltött idejének száma jobb tendenciát mutat, persze minél kevesebbet használjuk, telefonjainkat annál több időnk van minden fontosabb dologra. A 12-15 évesek közül is biztosan mutatkoznának más számok, ha több kitért volna ebből a korosztályból.

A Z generáció posztolási szokásai iránt is érdeklődtem, pontosabban azt kérdeztem meg tőlük, hogy milyen gyakran és hová szoktak posztolni.



A legtöbb kitöltő, azaz 29 fő évente csak 2x-3x posztol social felületekre, további 24 fő pedig havonta 1x-2x posztol. A diagramon láthatjuk, hogy csak nagyon kevesen vannak azok, akik soha sem szoktak posztolni, ez pontosan 6 főre jellemző, és a kitöltők közül heti többször is 6 fő posztol. Az ábrán nem jelöltem, de 1 fő saját megjegyzésként azt válaszolta, hogy ő Snapchat-en aktívabb és napi több streak -ot küld, és további 1 fő válaszolta azt, hogy ő az évi 2-3 alkalomnál is ritkábban posztol.

Mind a négy korcsoportnál megközelítőleg ugyan abban az arányban posztolnak a bizonyos platformokra, így inkább egy olyan ábrát készítettem, amin azt látjuk, hogy köreikben melyik az a legnépszerűbb platform ahol posztolnak.



Itt fontos megemlíteni, hogy habár, az előző kérdésekből ugyan kiderült, hogy a válaszadók többsége Instagram felhasználó, a Facebook-ra és Instagram-ra szinte majdnem ugyan abban az arányban posztolnak a kitöltők, egyaránt a 12-19 évesek és 20-26 évesek is. TikTok-ra leginkább a két legfiatalabb csoport posztol, de egy-egy idősebb posztoló is akad. Az egyéb kategória azokat a válaszokat takarja, amit néhány kitöltő, saját maga írt, mint a Reddit, Messenger és Snapchat, ezeket csak 1-1 ember választotta.

A generációt tekintve az elszigetelődést, is vizsgálnunk kell, Csókay Ákos, szociológus azt mondta, hogy az elidegenedés a fejlődés mindenkor terméke, tehát minden generációnak megvolt a maga fajta társadalomtól való elhidegülése.(https:7) A Z generációsoknál ez vajon hogyan nyilvánul meg?

A kérdőív következő pontjában a kitöltőknek állításokat írtam, és ki kellett választaniuk, hogy rájuk melyik az igaz, mivel itt is megegyeztek a korcsoportok jellemzői, szintén csak összevonva elemeztem a válaszokat. A kitöltők több mint fele szerencsére azt választotta, hogy inkább szeret személyesen kommunikálni, 10 fő inkább chatelni szeret, 1 fő inkább telefonál és a maradék 19 fő mindegyiket egyaránt szereti.

Kíváncsi voltam arra is, hogy a kitöltők családdal és barátokkal való kommunikálásában van-e különbség. A barátokkal, és családdal való kommunikálás között láthatók különbségek.

	Családdal történő kommunikálás				Barátokkal történő kommunikálás				össz N 67
	12-15 év	6-19 év	0-23 év	4-26 év	12-15 év	6-19 év	0-23 év	4-26 év	
Leginkább szemtől szemben	5 fő	6 fő	6 fő	6 fő	5 fő	2 fő	8 fő	4 fő	42 fő
Leginkább telefonálva/videochat	0 fő	3 fő	2 fő	3 fő	0 fő	3 fő	1 fő	0 fő	12 fő
Leginkább chaten	1 fő	3 fő	0 fő	1 fő	1 fő	7 fő	8 fő	6 fő	27 fő
Ezek közül inkább vegyesen	0 fő	1 fő	0 fő	0 fő	0 fő	1 fő	1 fő	0 fő	3 fő

1.sz. táblázat: Így kommunikálnak a korcsoportok

A válaszadók több mint $\frac{3}{4}$ része, 23 fő családjával inkább személyesen kommunikál, és a maradék $\frac{1}{4}$ -ben, 8 fő telefonál, 6 fő, inkább chatel, 1 fő pedig videochatel. Nem ástam bele ennek okába annyira magam, de 1 fő azt válaszolta, hogy ő a távolság miatt telefonál vagy chatel családjával, így valószínűleg a többiek is ezért kommunikálnak inkább chaten vagy telefonon családtagjaikkal.

A barátokkal a kitöltők közel fele 19 fő szokott személyesen beszélni. Továbbá a kitöltők alig több mint $\frac{1}{4}$ -e, 22 fő szokott barátaival inkább chatelni, 4 fő telefonálni és 2 fő pedig ezek közül mindegyik módot egyaránt használja.

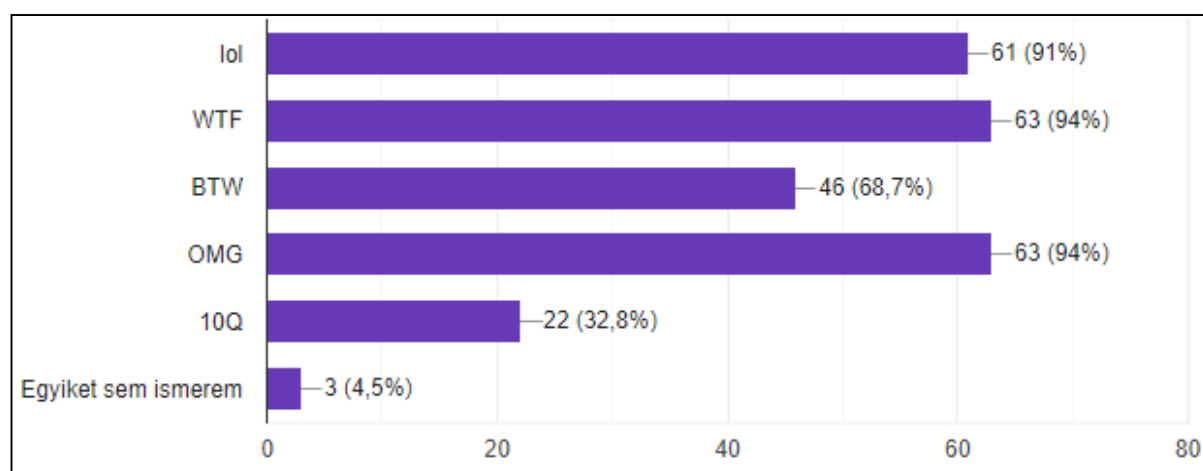
Személyes véleményem szerint a fiatalok manapság azért chatelnek inkább barátaikkal, mivel a Z generációban terjedt el az online barátkozás, így szerintem sokan vannak, akik csak chaten tudnak beszélni barátaikkal, a távolság miatt. A kérdőívem egyik pontjában ezekkel kapcsolatosan is volt néhány állításom, amik az alábbi táblázatban láthatóak.

ÁLLÍTÁSOK	12-15 év	16-19 év	20-23 év	24-26 év
A barátaim kis részét online ismertem meg	3	11	5	3
A barátaim nagyobb részét online ismertem meg.	0	3	1	1
Volt/van párom, akivel online ismertük meg egymást.	1	13	4	2
Vannak olyan emberek, akikkel csak online tudom tartani a kapcsolatot	2	15	11	6
Jobban szeretek online ismerkedni	0	4	1	0
Ezek közül egyik sem igaz rám	1	7	3	2

2 sz. táblázat: Barátokkal, és családdal való kapcsolattartási szokások

A táblázatot elemezve, láthatjuk Z generáció azon belül is a 16-19 éves korosztályból sokan választották azt is, hogy barátaik kis részét 11 fő, illetve párjukat 13 fő online ismerték meg. Az online tér igazi előnyeit, ismerkedés és kapcsolattartás szempontból hatalmas előny ez az emberek számára, az már egy másik kérdés, hogy ezekből származnak-e egyáltalán hátrányok, és ha igen akkor milyenek.

A chateléssel kapcsolatos szokásaikra is rákérdeztem, pontosabban, hogy ismernek és használnak -e szleng szavakat, valamint tettem fel állításokat, hogy az ő chatelésükre mi a jellemző.



8. ábra Szleng szavak ismerete

A korcsoportoktól először azt kérdeztem, hogy melyik szleng szavakat ismerik, az ábrán látható, hogy általában 3-4 szlengszót mindenki ismert, mind a négy korosztályból. Szintén csak kis eltéréssel, de minden korosztályból a kitöltők többsége átlagosan 3-4 rövidítést használ a következők közül: sztd, akk, lol, fb, 23 fő pedig egyet sem használ.

A következő kérdésben, pedig szintén állítások közül kellett választani a korosztályoknak, mely a különböző platformokon történő helyes írási szokásaikra vonatkoztak. Az eredményeket az alábbi táblázatban láthatjuk.

ÁLLÍTÁSOK	12-15 év	16-19 év	20-23 év	24-26 év	össz
Ékezzettel, helyesen ír	1 fő	19 fő	9 fő	7 fő	36 fő
Ékezet nélkül, helytelenül	5 fő	6 fő	4 fő	2 fő	17 fő
Ékezet nélkül, helyesen	0	2 fő	1 fő	0	3 fő
Rövidítéseket, szleng szavakat használ	2 fő	14 fő	8 fő	2 fő	26 fő

3. számú táblázat: Helyesírási szokások

Általában, néhány ember kivételével, a fiatalok saját megítélésük szerint helyesen írnak (36 fő), de akadnak bőven olyanok, akik rövidítéseket használnak 26 fő, és olyanok is vannak, nem is kevesen 17 fő, akik inkább ékezet nélkül írnak.

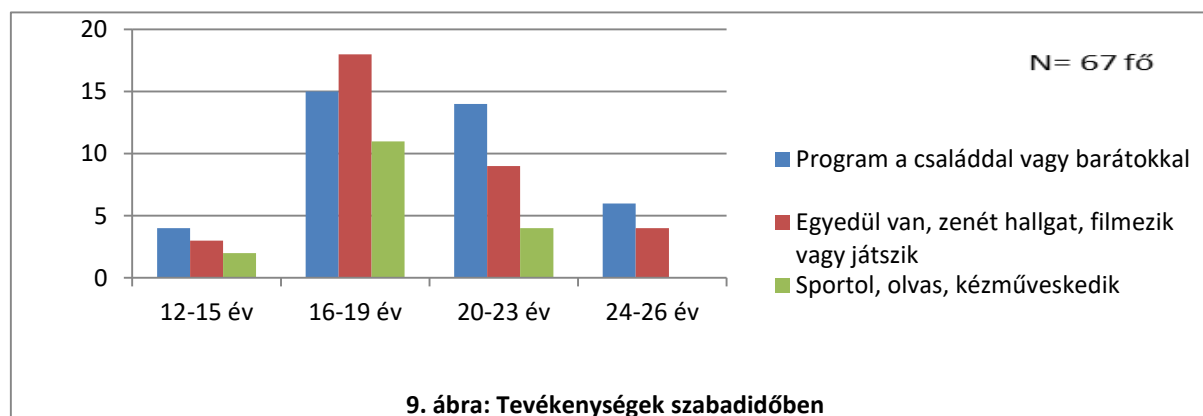
Az is látható, hogy a 16-19 éves korosztályra leginkább jellemző, hogy rövidítéseket és szleng szavakat használnak ez 14 fő. Az már más kérdés, hogy vannak olyanok is, akik ékezet nélkül írnak, de 'helyesen', ők ezt úgy értik, hogy azon kívül, hogy mindent ékezet nélkül írnak, attól a többi helyesírási szabálynak megfelelően, valószínűleg a gyors írás érdekében használják ezt a chatben, a szleng szavakkal együtt.

Hivatalos ügyeket átlagosan mindenki telefonon, személyesen, vagy e-mailbe intéz, akad viszont néhány fiatal pontosabban 13 fő, akik nem szoktak ilyen ügyeket intézni. Akadt a 16-19 évesek korosztályában 2 fő, aki pedig azt válaszolta, hogy Messenger-en intézni fontos ügyeit.

	12-15 év	16-19 év	20-23 év	24-26 év
Személyesen	2 fő	21 fő	12 fő	7 fő
Emailben	1 fő	6 fő	12 fő	3 fő
Telefonon	2 fő	10 fő	9 fő	5 fő
Messengeren	0 fő	2 fő	0 fő	0 fő
Nem szokott	2 fő	9 fő	2 fő	0 fő

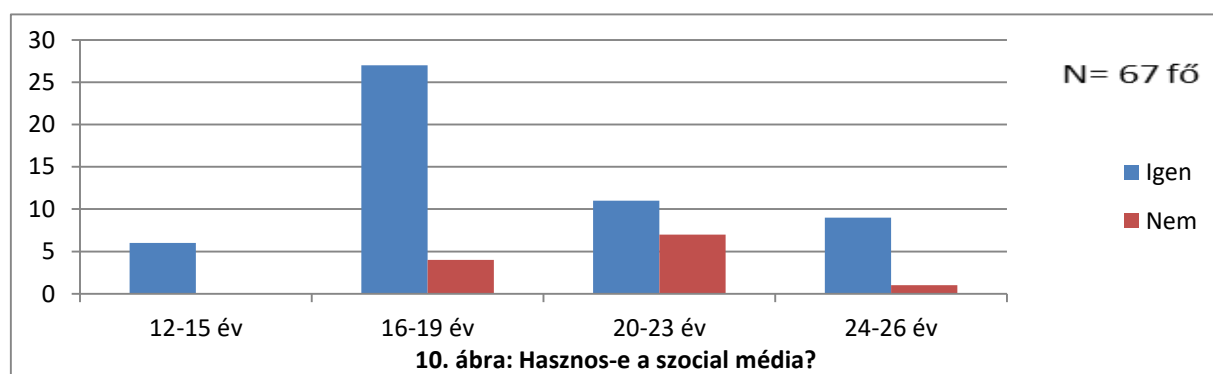
4.sz. táblázat: Hivatalos ügyek intézése

Az iránt is érdeklődtem, hogy a Z generációsok szabadidejüket esetleg inkább internethez kötöttebben töltik-e.



A kitöltők több lehetőséget is választhattak, az ábrán láthatjuk a korcsoportok közötti különbségeket. A 16-19 éves korosztály inkább egyedül tölti szabadidejét zenehallgatással, filmezéssel vagy valamilyen játékkal (18 fő). Mindazonáltal nem sokkal kevesebben vannak azok (15 fő) a 16-19 évesek, akik a családdal vagy barátokkal csinálnak programokat, és kicsit kevesebben vannak, 11 fő azok, akik szabadidejükben, sportolnak, olvasnak vagy kézműveskednek. A többi korosztály elsősorban inkább programokat csinál, valamivel kevesebben vannak egyedül és ugyan csak kevesebben vannak azok is, akik sportolnak, olvasnak vagy kézműveskednek.

Végezetül pedig azt kérdeztem meg a kitöltőktől, hogy szerintük hasznos-e a social média, az alábbi ábrán láthatjuk, válaszaikat korosztályonként.



Láthatjuk, hogy a többség szerint hasznos a közösségi média, de meglepően sokan gondolják az ellenkezőjét. Ez a kérdés igazából inkább talán érettség, és személyiség függő, de érdekes, hogy vannak, akik szerint nem hasznos.

4. Összegzés

Dolgozatom elsődleges célja az volt, hogy megismerjem a Z generáció médiahasználati és infokommunikációs szokásait. Kerestem a választ, hogy van-e különbség az eszköz- és közösségi oldalak használati, illetve posztolási és chatelési szokásaik között. Továbbá, hogy a kapcsolattartási szokásaikban, milyen formában van jelen a különböző platformok használata. Végezetül arra kerestem a választ, hogy szerintük hasznos-e a social média.

A szakirodalmi áttekintés után saját szerkesztésű online kérdőívet használtam, az adatok elemzését követően diagramok és táblázatok segítségével szemléltettem, így leírtam meghatároztam a következtetéseimet.

A kérdőívet 67 fő töltötte ki akik a 12-26 éves korosztályhoz tartoztak. A kitöltők majdnem fele, a 16-19 éves korosztályba tartozik, azaz 33 fő. A válaszadók megközelítőleg 2/3 része, 48 fő nő, a maradék 1/3 része, 26 fő pedig férfi, 1 fő pedig az egyéb kategóriát választotta.

Az első okostelefont a 24-26 évesek kapták meg legkésőbb, azaz általában középiskolás korukban. A fiatalabb generáció pedig sokkal korábbi életévükben, azaz 4-6. osztályban, de valakik ettől hamarabb is.

A „csevegős” platformok közül a kérdezettek mindegyik korcsoportja, egyértelműen a Messengert szavazta meg. Ám itt is van néhány különbség a csoportok között, míg a 23-26 évesek közül mindenki a Messenger-t választották, addig a fiatalabbak közül voltak, akik inkább az Instagram-ot, Snapchat-et vagy Discord-ot választották.

A közösségi média platformok a népszerűségét tekintve a korcsoportok között, a 12-15 és a 16-19 év közöttiek leginkább TikTok-ot használnak, és a 16-23 évesek inkább használnak Instagram-ot, mint Facebook-ot. Az idősebb korosztály, azaz a 24-26 évesek még picit nagyobb arányban inkább Facebook felhasználók. Ahogy már korábban említettem a kor előrehaladtával a TikTok felhasználók száma csökken.

A közösségi médián eltöltött időt tekintve a 16-19 évesek sokkal több időt töltenek el a közösségi felületeken, mint az idősebb korosztály. S közülük a legtöbben napi 7-9 órát vannak jelen a social médián! Ám ezek a számok komoly internet függőségre utalnak, ha azt nézzük, hogy egy nap 24 órából áll, ebből 10 elmegy mondjuk telefonozással, 7 óra alvással, mennyi idejük marad a tiniknek tanulásra? / vagy a barátaikra? / esetleg önmagukra? De egy

biztos, hogy a közösségi háló könnyen rabul tudja ejteni az embert, és nehezen engedi el. Az idősebb korcsoportok social network -on töltött idejének száma jobb tendenciát mutat.

A legtöbb kitöltő, azaz 29 fő évente csak 2x-3x posztol social felületekre, további 24 fő pedig havonta 1x-2x posztol. Ahhoz képest, hogy a fiatalok, főként a 16-19 évesek mennyire aktívak, a közösségi médiában, nem posztolnak olyan gyakran a közösségi felületekre. Sőt a generáció nagy többsége csak évente néhányszor 14 fő vagy havonta 1x-2x posztol 13 fő.

Hasonló adatokat kaptam a posztolási szokásokat illetően is, azaz TikTok-ra leginkább a két legfiatalabb csoport posztol. Véleményem szerint ez lehet amiatt is, mivel az idősebbek talán egyetemre járnak, akár dolgoznak vagy családjuk van, így nekik nincs annyi idejük, mint a fiatalabb korosztálynak.

Barátokkal, és családdal való kapcsolattartási szokásokat megvizsgálva a válaszadók több mint $\frac{3}{4}$ része, 23 fő családjával inkább személyesen kommunikál, és a maradék $\frac{1}{4}$ -ben, 8 fő telefonál, 6 fő, inkább chatel, 1 fő pedig videochatel. A barátokkal a kitöltők közel fele 19 fő szokott személyesen beszélni. Továbbá a kitöltők alig több mint $\frac{1}{4}$ -e, 22 fő szokott barátaival inkább chatelni, 4 fő telefonálni és 2 fő pedig ezek közül mindegyik módot egyaránt használja.

Véleményem szerint a Z generáció azon belül is a 16-19 éves korosztályból sokan választották azt is, hogy barátaik kis részét 11fő, illetve párjukat 13 fő online ismerték meg. Viszont ez felvet olyan kérdéseket, mint például, akkor mennyire erősek, mélyek és hosszútávúak ezek a kapcsolatok? Mekkora akadályt jelent több kilométer távolság, főleg egy párkapcsolatban?

A chetelési szokásokat megvizsgálva a 16-19 éves korosztályra leginkább jellemző, hogy rövidítéseket és szleng szavakat használnak. Ennek oka, hogy a chatelés egy aszinkron kommunikációs forma, amit az időbeli késleltetés jellemez, tehát a személy át tudja gondolni a reakcióját, a helyzet jobban kontrollálható és nem kell azonnal válaszolnia. A fiatalok saját megítélésük szerint helyesen írnak (36 fő), de akadnak bőven olyanok, akik rövidítéseket használnak 26 fő, és olyanok is vannak, nem is kevesen 17 fő, akik inkább ékezet nélkül írnak. Az is látható, hogy a 16-19 éves korosztályra leginkább jellemző, hogy rövidítéseket és szleng szavakat használnak ez 14 fő.

Hivatalos ügyeket átlagosan mindenki telefonon, személyesen, vagy e-mailbe intézi, mind a mellett, hogy hasznosnak tartják a közösségi médiát.

A 16-19 éves korosztály inkább egyedül tölti szabadidejét zenehallgatással, filmezéssel vagy valamilyen játékkal (18 fő). Mindazonáltal nem sokkal kevesebben vannak 15 fő a 16-19 éves, akik a családdal vagy barátokkal csinálnak programokat, és kicsit kevesebben vannak, 11 fő azok, akik szabadidejükben, sportolnak, olvasnak vagy kézműveskednek.

A Z generáció számára a technológia jelenti az önmegvalósítást, a megnyilvánulás egyik formáját és persze egy fontos kommunikációs eszköz. Számukra ez mindenhol elérhető, hatékony és interaktív, így nem meglepő, hogy másabb a gondolkodásmódjuk a korábbi generációkénál.

5. Javaslatom

Véleményem szerint a felnőtteknek több figyelmet kellene arra fordítani, hogy gyermekeik mennyi időt töltenek okos eszközeikkel, mely platformokat és hogyan használják azokat. Figyeljék gyermekeik viselkedését, legyenek szoros kapcsolatban gyermekeikkel, ha esetleg a függőség vagy a zaklatás jeleit látják, akkor tudjanak segíteni a kilépésben. A szülőnek tudnia kellene, hogy gyermeke találkozott-e internetes zaklatóval, segíteni kellene nekik ennek elkerülésében. Sok szülőnek nem biztos, hogy jó meglátásaik vannak, hogy veszélyes-e valami. Az interneten sok hasznos tanácsot találhatnak a szülők arról, hogy mit tegyenek, hogy az internet ne váljon gyermekeik számára veszélyessé vagy szenvedéllyé. Azonban egy szülő nem mindig tudja befolyásolni, hogy gyermeke milyen tartalmakat néz, főleg ha egy tiniről van szó, de talán azt megmutathatja a szülő, hogy hogyan lehet helyesen használni a social network-t.

Inkább a fiataloknak kellene tudatosabban használni eszközeiket, akár úgy, hogy napirendet készítenek maguknak vagy időkorlátot tesznek a bizonyos alkalmazásokra, ha maguktól nem tudják szabályozni, a telefon használatot. Fontossági sorrendet kellene felállítaniuk, megvizsgálni, hogy mennyit kell tanulniuk, van-e programjuk a barátaikkal egy kis minőségi időt is tölteniük kell magukkal és családjukkal, majd ehhez mértén használni eszközeiket, így megtalálva az egyensúlyt.

A fiataloknak több internethasználattal kapcsolatos foglalkozást kellene tartani, akár az iskolában, akár az online tér előnyeit kihasználva utána nézhetnek ezeknek a veszélyeinek és elhárításainak, akár előnyeinek. Megtanulhatnak mennyi értelmes dologra lehet használni az internetet, mint például ismeretterjesztési célokból vagy önfejlesztési célokból, az interneten manapság mindent megtalálhatunk, bármit megtanulhatunk és elsajátíthatunk. Ha már a Z generáció a netgeneráció akkor az iskola keretein belül, külön foglalkozásokon megtanulhatnak, hogyan használják a bizonyos szövegszerkesztőket, azok fortélyait.

Mindazonáltal, hogy a fiataloknak ismerniük kellene a helyes internet használati szokásokat, több közösségi rendezvényen kellene részt venniük, hogy könnyebben tudjanak alkalmazkodni társaikhoz és a 21. század elvárásaihoz. Senki sem élhet csak az interneten, és mivel a generáció valóban a modern technológia reneszánszának született az előző generációk pesszimistái sokszor keményebben kezeli őket, már csak azért is mert nem látják a technológiai fejlődések előnyét. A Z-s fiataloknak ezért keményebben kell dolgozniuk, de vannak az optimisták, akik pedig azt gondolják, hogy új, innovatív ötletekkel fog előrukkolni a nemzedék, így megoszlanak a Z nemzedékről szóló pozitív és negatív előítéletek.

Az idősebb generációknak pedig továbbá azt is javasolnám, hogy próbálják megismerni a modern technológia újításait, ne pedig elzárkózzanak előlük, persze a rossz használat miatt sok káros hatása lehet ennek, az emberek ellustulhatnak, elhízhatnak. Viszont, ha valaki jól használja, akkor rengeteg előnyre, tudásra tehet szert, illetve az emberek életét is megkönnyítheti.

Irodalmi jegyzék

1. Médiaszocializáció c. könyv: UJHELYI ADRIENN – Az internet mint szocializációs közeg
2. GLÓZER RITA; GULD ÁDÁM; MAKSA GYULA; NÉMETH – Z NEMZEDÉK: Médiahasználat és kommunikációs szokások. KORUNK projekt, PTE, Pécs (2014)
3. JUDIT PÁSZTOR; GERDA BAK - Z generáció online - Közösségi média használat, FoMO és társas kapcsolatok közötti összefüggések. ACADEMIA, Accelerating the world's research XXII. Tavaszi Szél Konferenciára készült , Budapest (2020)
4. SÓLYOM BARBARA – Középiskolások okostelefon-használati szokásai 2015-ben. Óbudai Egyetem Digitális Kultúra és Humán Technológia Tudásközpontjának, Óbuda (2015)
5. BURÁNYI NIKOLETT – Az internet „kihívásai” és káros hatásai Miskolci Egyetem Bölcsésztudományi Kar
6. iFaktor Agency – Z generáció a TikTok és az influenszerek bűvöletében című kutatási riport
7. KOVÁCS KRISTÓG; FARAGÓ BOGLÁRKA – A modern technológia hatása a kognitív képességekre (2016)

Internetes források:

1. http://okt.ektf.hu/data/szlahorek/file/kezek/05_ikt_02_27/221ikt_fogalma.html
2. Steigervald Krisztián blogja - 6GENERÁCIÓ
3. Besti – Why screen time for kids needs to be controlled
<https://www.youtube.com/watch?v=CnFHY16KJXY>
4. fmc.hu – Virtuális autizmus: az okostelefon és tablet függőséget okozhat a gyerekeknél
<https://fmc.hu/2020/07/22/virtualis-autizmus-az-okostelefon-es-a-tablet-fuggoseget-okozhat-a-gyerekeknel>
5. Dívány honlapja – Meglepő eredményt hozott a kutatás, hogy melyik generáció a legboldogabb. <https://divany.hu/eletem/generacio-boldog/>
6. NBC News – Screens may affect your child's brain development
<https://www.youtube.com/watch?v=ndOB-vXwXxM>
7. PCWorld – Az internet hatásai – Online nemzedék
<https://pcworld.hu/kozosseg/az-internet-tarsadalmi-hatasai-online-nemzedek-153352.html>
8. Bereczki Enikő blogja – Pán Péter Stop!
9. TRANSVANILLA TRANSZNEMŰ EGYESÜLET - *Nemi kategóriák, transz identitások*
<https://transvanilla.hu/informaciok/informaciok/altalanos/nemi-kategoriak-transz-identitasok>
10. Digitális család honlapja - A netes kihívások pszichológiája
<https://www.digitaliscsalad.hu/kozosseg/a-netes-kihivasok-pszichologiaja>

Mellékletek