

Pacsuta István

Eszterházy Károly Főiskola

Pacsuta@ektf.hu

A KÖZÖSSÉGI OLDALAK FELHASZNÁLÁSÁNAK SAJÁTOSÁGAI

Bevezető, a kutatás indítéka

Az információs társadalom napjaink egyik divatfogalma, amelyet szélteben-hosszában használnak az írott és elektronikus médiában. A legtöbb fogalomhoz hasonlóan ennek is megvan a maga története, amely az 1970-es években kezdődött. Az évtized elején kitört olajválság a modern gazdaságokat olyan új utak keresésére ösztönözte, amelyek csökkentik a nyersanyagtól való függőséget. Többek között erre az igényre vezethető vissza a számítógépek kifejlesztése és elterjedése. Az információs társadalom fogalmának egyik fő propagátora és népszerűsítője Daniel Bell volt, aki 1973-as könyvében [The Coming of Post-Industrial Society (A posztindusztriális társadalom eljövetele)] történelmi korszakváltásról beszélt. (idézi: Kovács, 2002) Úgy vélte, hogy a dolgokat előállító ipari társadalom olyan posztindusztriális társadalommá alakul majd át, amelyben döntő szerepet játszik az információ, és emiatt joggal nevezhető információs társadalomnak is.

A modern társadalomban az információ szerepe teljesen megváltozik, és ez jelentős társadalmi hatásokat generál, amely egy új korszakot az „információs társadalom” korszakát jelenti. Az információ ilyen változása mögött a technológiai forradalom, és elsősorban a számítógép áll. Az információs társadalom új versenyhelyzetet teremtett. Nem csak a gazdaságok, társadalmak versengenek egymással jobb pozíciókért. Az egyének társadalmi pozíciója is az információs korhoz való alkalmazkodástól függ. A probléma nem csak társadalomelméleti, fontos rétegződésbeli kérdéseket is felvet. Ezek a változások az emberi kapcsolattartásra is rányomják bélyegüket.

Az információs társadalom jelenségei az emberi viselkedésre, kultúrára is hatással van. A „digitális írástudás” korunk egyik kiemelkedő kulturális tényezője. Az IKT technológiák használata alapvető elvárás nem csak a fiatalabb generációk, hanem az idősebbek felé is. A munka világa mellett a közélet, a hivatalos ügyek intézése, az érdekképviselet és a kapcsolattartás újabb formái is megkívánják az ilyen jellegű kompetenciákat. Nem elegendő a technikai ellátottság, hanem a lehetőségek minél hatékonyabb kihasználása jelenti az igazi előnyt. A szakirodalomban egyre gyakrabban találkozunk a témával kapcsolatos kifejezésekkel. „Digitális szakadék”, „kulturális szegénység” – ezek az egyenlőtlenségek, társadalomban elszenvedett hátrányok újabb dimenzióira utalnak. A hozzáférés bővülése - egyre olcsóbbá válnak az eszközök, szolgáltatások, egyre több tartalommal párosulva – az oktatásban tapasztalható „Green effectushoz” hasonló folyamatokat generál. Azaz az „utolsó belépő törvényének” megfelelően a digitális kompetenciák megszerzése már nem előny, hanem feltétel a jobb állások, élelehetőségek, különböző (pl.: „Bourdieu-i”) tőkék eléréséhez. Az ebből kimaradók, a „kulturális szegények” (Csepeli – Prazsák 2009) az egyébként is meglévő, anyagi, kulturális hátrányukat növelik. Az oktatással szemben támasztott elvárások egyike ezeknek a deficiteknek a kompenzálása. Ahhoz, hogy az említett hátrányokat

csökkenteni tudjuk, ismernünk kell az összetevőit és mértékét. Fel kell térképeznünk azokat a szocio-ökonómiai sajátosságokat, melyek összekapcsolódnak az IKT kompetenciák hiányával.

Mint említettük, az információs társadalom egyenlőtlenségi rendszerében felértékelődik a humán (kulturális) tőke szerepe (iskolai oktatás, képzés, nyelvtudás stb.). Ezen belül pedig, a kulturális tőke elemeként egyre fontosabbá válik, a digitális írástudás, az IKT eszközök használatához szükséges ismeret, tudásanyag. (Fábián 2004)

A digitális írástudás elemeinek elsajátítását kulturális és kognitív elemek is befolyásolják. (Wilson 2000, Rogers 1995, Nagy 2007 nyomán)

A kulturális és kognitív elemek a társadalom fragmentálódása, individualizációja miatt válnak fontossá – ezeket a jelenségeket fentebb vázoltuk. A posztmodern társadalmakban megfigyelhető pluralizálódási folyamatok eredménye ez. A normalizált életutak helyett „választásos életutakat” figyelhetünk meg. (Kohli 1990) Magyarországi kutatások is igazolták az internettől való távolmaradás kognitív okait. (Galács – Ságvári 2008) Így a távolmaradás okait már nem a hozzáférés anyagi okaiban kell keresnünk. A motivációs akadály összekapcsolódik a tapasztalatok hiányával. Ezért a későbbiekben kiemelt figyelmet kell fordítanunk a társas vagy társadalmi támogatásra, kapcsolati tőkére.

Jelen írásunk kisebb szelete egy folyamatban levő nagyobb munkának. Főbb érdeklődésünk a kapcsolattartás, közösségek szerveződése a különböző közösségi oldalak felhasználásán keresztül. 500 Fő került lekérdezésre, oly módon, hogy nemre, életkorra vonatkozóan reprezentatív minta álljon össze. A lekérdezés során kiemelt figyelmet fordítottunk a foglalkozási státuszra, így ahol szükséges volt a lekérdezés utolsó szakaszában „korrigáltuk” a mintát. (Azaz a foglalkozási státuszhoz megfelelően kvótás eljárással kérdeztük le a hiányzó kérdőíveket.) – Így kis túlzással a foglalkoztatottság tekintetében is reprezentatív a mintánk.

Az eredmények bemutatása

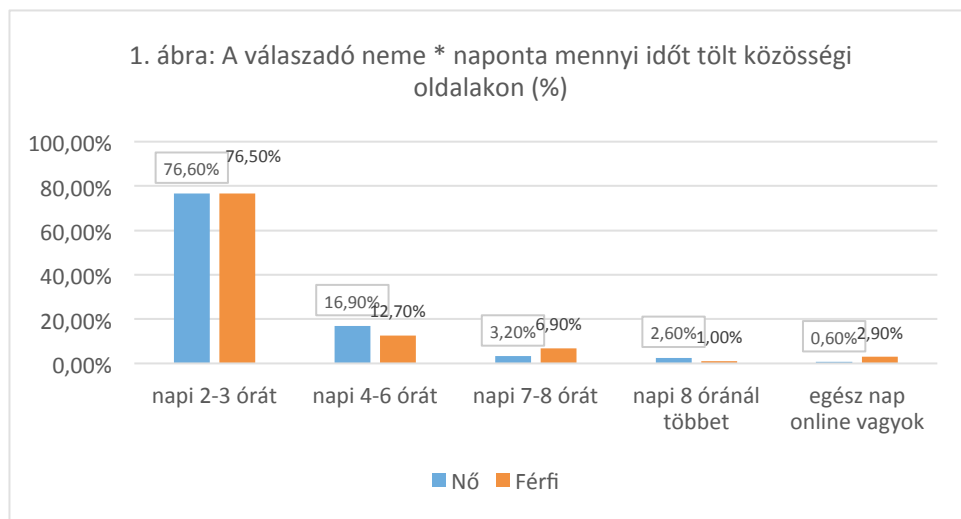
A kutatás során nem nevesítettük külön-külön a különböző orgánumokat. A közösségi oldalak „működési mechanizmusaira” voltunk kíváncsiak egységes jelenségként tekintettünk rájuk. A felhasználás gyakoriságát illetően két kérdést tettünk fel. Először a használat általános gyakoriságát kérdeztük, majd a rendszeres/napi felhasználók esetén az időtartamra is rákérdeztünk.

Az 500 főből 63 hiányzó válasz mellett, 81-en nyilatkoztak úgy, hogy nem élnek ezzel a lehetőséggel. A hiányzó válaszokat nem tekintve ez a minta majd 1/5-e (18,5%). A leggyakoribb, hogy naponta látogatnak közösségi portálokat – 250 Fő, 57,2%. Összességében intenzívnek mondható az aktivitás, legalább heti gyakorisággal a minta 75%-a látogat közösségi oldalakra. A nők 44%-a, a férfiak 35%-a nem látogat közösségi oldalakat.

Sajnos a próbalekérdezés során nem derült ki, hogy az általunk felállított kategóriáktól eltérően indokolt lett volna, egy „2 óránál kevesebb” időtartam. Ezt a néhányan (5 fő) hiányolták. Őket alacsony arányuk miatt besoroltuk az első kategóriába, reményeink szerint ez nem nagy torzítás.

Az önkitöltő kérdőívek hátránya – a mérőeszközben megfogalmazott utasítások ellenére – megmutatkozott a mi esetünkben is. Mivel az előző kérdéstől eltérően itt 261-

en (250 fővel szemben) nyilatkoztak úgy, hogy naponta bizonyos időt eltöltenek közösségi oldalon. Több mint $\frac{3}{4}$ -ük, 77% napi 2–3 órát tölt ilyen felületeken. 4 fő, a felhasználók 1,5%-a egész nap online, 90%-uk pedig 2 és 4 óra közötti intervallumban használja a közösségi oldalak által nyújtott szolgáltatásokat.



Forrás: Saját szerkesztés

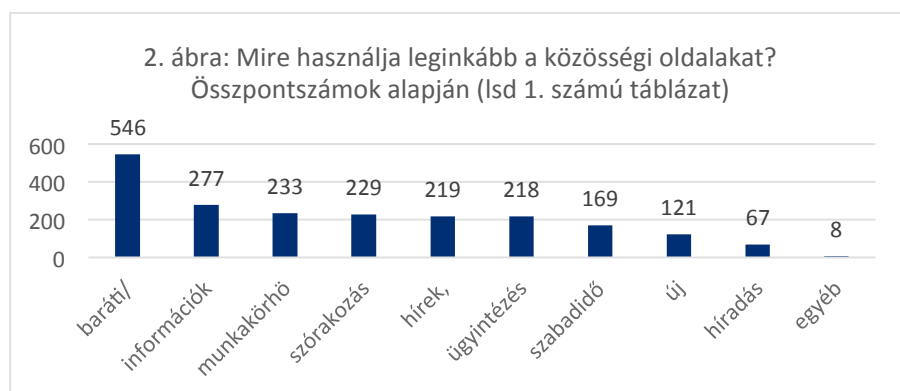
Ha nemenként ábrázoljuk az eredményeket, apróbb eltéréseket tapasztalunk, így nem meglepő, hogy nem találtunk szignifikáns eltéréseket. ($\text{sig}=,982$) A napi 7–8-órás kategóriában a férfiak, a 4–6 órás kategóriában a nők vannak nagyobb arányban.

Természetesen arra is kíváncsiak voltunk, hogy mi a felhasználás célja. Az alábbi táblázatban látható, hogy kilenc lehetséges indokot jelöltünk meg plusz az „egyéb” kategóriát. A próbalekérdés tapasztalatai alapján kijelenthetjük, hogy a megjelölt ítemek jól lefedték a válaszadók indokait. A különböző szempontok közül a 3 legfontosabbat kellett rangsorolva kiválasztani. Az úgynevezett „összpontszámok” kiszámításakor úgy jártunk el, hogy az első helyen történő említések számát 3-al szoroztuk meg, a második helyen jelölt említések számát 2-vel szoroztuk, a harmadik helyet pedig nem „súlyoztuk”. Reményeink szerint az így megállapított „Összpontszámok” lefedik a válaszadók rangsorait – tükrözik az egyes tényezők egymáshoz való viszonyát.

1. táblázat: Mire használja a közösségi oldalakat?

Mire használja a közösségi oldalakat?	Első helyen jelölt (Fő) X	Második helyen jelölt (Fő) Y	Harmadik helyen jelölt (Fő) Z	Összpontszám W=3X+2Y+Z
egyéb	2	0	2	8
híradás magamról	3	20	18	67
új kapcsolatok kialakítása, kapcsolatépítés	12	27	31	121
szabadidő hasznos eltöltése	23	29	42	169
információk szerzése mindennapi élethez	25	81	40	277
szórakozás	28	49	47	229
ügyintézés	38	31	42	218
hírek, információk gyűjtése a világról	39	22	58	219
munkakörhöz kapcsolódó feladatok elvégzése	46	39	17	233
baráti/rokoni kapcsolattartás	134	49	46	546

Forrás: Saját szerkesztés

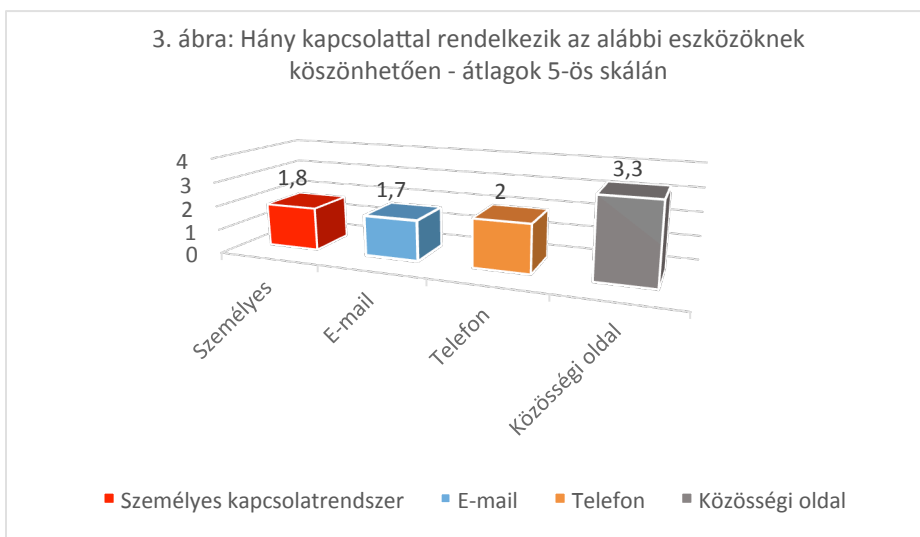


Forrás: Saját szerkesztés

A fentiek alapján megállapítható, hogy a közösségi oldalak felhasználásának legfontosabb indoka a baráti/rokoni kapcsolattartás. Másodsorban (fele pontszámmal!) az „információk szerzése mindennapi élethez”, majd kisebb eltérésekkel a „munkakörhöz kapcsolódó feladatok elvégzése”, a „szórakozás”, a „hírek, információk gyűjtése a világról” és az „ügyintézés”. Az újabb kapcsolatok kialakítása, másként a „kapcsolati tőke bővítése” csak a nyolcadik a rangsorban – első helyen mindössze 12-es jelölték. Leginkább a már meglévő kapcsolatok ápolása jelenti a motivációt. Nemenként lényeges eltérés (10%, vagy attól nagyobbat tekintjük annak) mutatkozik a „munkakörhöz kapcsolódó feladatok” esetén a nők javára, „ügyintézés” esetén pedig a férfiak javára.

Ugyanezen kérdéseket feltettük a személyes (nem online) kapcsolatrendszer esetén is. hasonló módon jártunk el az összesített pontszámok kiszámításánál. A sorrend a következőképpen alakul.

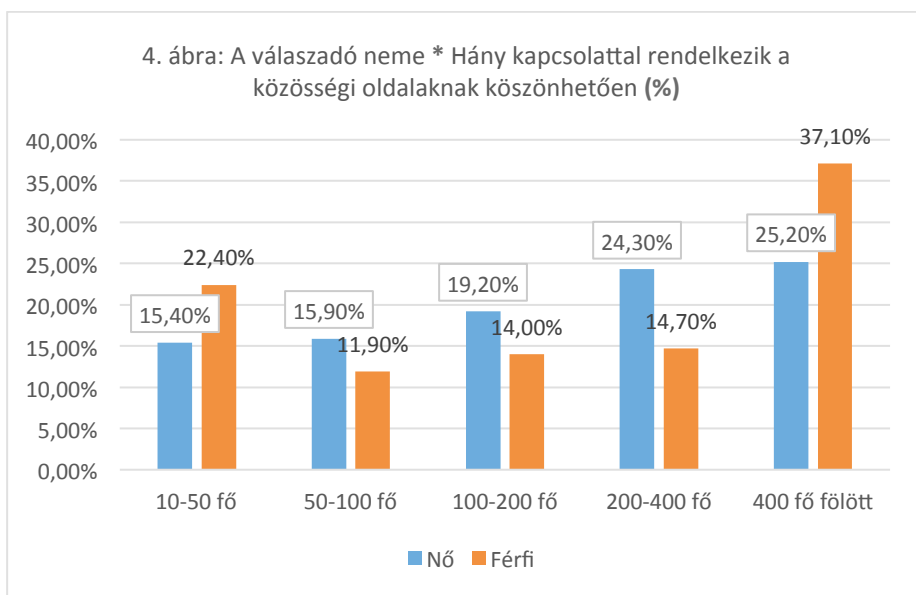
A személyes és közösségi kapcsolatok összehasonlításakor meg kell jegyeznünk, hogy nem próbáltuk elkülöníteni a két „kapcsolatrendszert”, mivel feltételezésünk szerint nehezen szétválasztható, egymást támogató jelenségről van szó. Így a válaszdóra bízunk ennek szubjektív elkülönítését. A sorrendek alapján azonban így is láthatók az eltérések. Ha a két helyezésnyi, vagy attól nagyobb mértékű eltéréseket vizsgáljuk, akkor, a közösségi oldalak esetén fontosabbak a „információk szerzése mindennapi élethez”, „szórakozás”. A személyes kapcsolatok esetén pedig az „ügyintézés” és a „szabadidő hasznos eltöltése” kerül előtérbe. Ezek alapján kijelenthető, hogy a személyes kapcsolattartás „praktikusabb” vetületet kap, míg az online inkább „szórakoztató jellegű”. A kapcsolatok számánál is eltéréseket tapasztaltunk. Különböző eszközökkel bővítettük a kapcsolattartást segítő tényezőket (e-mail és telefon). Ha az intervallum-jellegű kérdésre átlagot számítottunk, akkor kirajzolódik, hogy a legtöbb számú kapcsolattal a közösségi oldalak szolgálnak. Aztán a telefon és e-mail – a személyes kapcsolatok átlaga épp, hogy megelőzi (0,1-el) az elektronikus levelezését.



Forrás: Saját szerkesztés

Ha mindezt nemek szerint vizsgáljuk, kijelenthetjük, hogy a férfiak több kapcsolattal rendelkeznek, mint a nők. A legnagyobb eltérést (0,4) a telefonos kapcsolattartás esetén tapasztaltunk. A legkisebb épp a közösségi oldalak esetén mutatkozik (nincs 0,1-sem).

A személyes és telefonos kapcsolatok esetén szignifikánsnak tekinthető a nemek közötti eltérés. Telefon esetén $\text{sig}=,002$, a személyes kapcsolatok esetén $\text{sig}=,010$. Azaz a nemi hovatartozás meghatározza a kapcsolatok számát. A nők jellemzően kevesebb a férfiak több kapcsolatot működtetnek. A közösségi oldalak érdekes eredményeket mutatnak. Itt a tendencia nem azonos. A nőké lassan emelkedik, de a férfiaké az a szélső értékekben erős. Az eltérés ebben az esetben is szignifikáns ($\text{sig}=,038$).



Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőív egyik fontos dimenziója a közösségi oldalakkal kapcsolatos kijelentések értékelésére vonatkozott. Az alábbiakban az 5 fokú skálán közepesnél magasabb értékeket elérő kijelentéseket idézzük. (az átlagpontszámokkal nem terheljük a szöveget, mivel nem tapasztaltunk nagy eltéréseket (3,1-től 3,8-ig terjedtek.)

- „Válogatok azok közül, akik bejelölnek, hogy kit vegyek fel ismerősként.”
- „Kapcsolataimat inkább a való életben ápolom személyes találkozásokkal, s nem a közösségi oldalakon keresztül alakítom.”
- „Olyan közösségi oldalakhoz csatlakozok, ahonnan tudom hasznosítani az ott lévő információkat, kapcsolatokat.”
- „Csak azokat jelölöm vissza a közösségi oldalakon, akikkel rendszeres kapcsolatot szeretnék tartani.”
- „A közösségi oldalakat kapcsolati hálómbe tartozó személyekről szóló információk megszerzésére használom.”

Hasonlóan kiemeljük az alacsony (2-nél kisebb) átlagokat produkáló kijelentéseket:

- „A saját közösségi oldalamra mindenkit felveszek, aki engem bejelöl”
- „Fontos, hogy minél több ismerősöm legyen a közösségi oldalamon.”
- „Fontos, hogy az közösségi oldalamon ismert, népszerű személyek is jelen legyenek.”

Talán nem túlzó, ha a fentebbi kijelentések alapján egyfajta „tudatos” felhasználást sejtünk. A későbbiekben, amikor „felhasználói csoportokat” keresünk az adatok mögött remélhetően ez a sejtésünk beigazolóódik.

Szignifikánsan eltérnek – azaz a nemi hovatartozás alapján jósolható az eltérés az alábbi esetekben:

- „A saját közösségi oldalra mindenkit felveszek, aki engem bejelöl” (sig=0,005), a férfiak hajlamosabbak mindenkit felvenni ismerőseik közé.
- „Olyan közösségi oldalakhoz csatlakozok, ahonnan tudom hasznosítani az ott lévő információkat, kapcsolatokat.” (sig=0,035) A nők „praktikusabban” választanak közösségi oldalakat (0,3-es az eltérés).
- „Inkább én keresem a kapcsolatokat és jelölöm meg ismerősként az embereket.” (sig=0,035) A férfiak aktívabbnak mutatkoznak a az ismerősök keresése terén.

További 0,2-es eltérések tapasztalhatók a következő itemek esetén:

- „Fontos, hogy a közösségi oldalamon megjelölt személyekkel a mindennapi életben is tartsam a kapcsolatot.”
- „Nem jelölöm vissza azt a személyt, vagy szervezetet, vagy közösséget, aki látszólag nagyon eltérő.”
- „Törölöm az oldalamról azokat, akikről kiderül, hogy nézeteivel, céljaival nem értek egyet.”, és a
- „Kapcsolataimat inkább a való életben ápolom személyes találkozásokkal, s nem a közösségi oldalakon keresztül alakítom.” kijelentések esetén a nők átlagai magasabbak.

A férfiak átlagai rendre alacsonyabbak, a nőkéhez hasonlóan csak egy esetben találtunk nem szignifikáns, de 0,2-nél nagyobb eltérést a „Kapcsolataimat inkább a közösségi oldalakon keresztül tartom fent és ápolom, mint személyesen.” Ez azért is érdekes, mert a kijelentés fordítottjánál a nők magasabb átlagot produkáltak.

Összegzés

A kutatás jelenlegi állapotában a közösségi oldalak használatával kapcsolatban kijelenthetjük, hogy a leggyakoribb a naponta 2–3 órás intenzitás. A legfontosabb cél, a már meglévő kapcsolatok ápolása, elenyésző az új kapcsolatok létesítésére törekvés. A személyes kapcsolatokkal szemben a „szórakoztató” jelleg hangsúlyosabb a közösségi oldalak látogatásakor. A nők esetén kevesebb, de „megfontoltabb” kapcsolattal számolhatunk, míg a férfiak átlagosan több kapcsolattal rendelkeznek, bár esetükben gyakoribbak a szélsőséges esetek. A kutatás következő lépéseként más változókat vonunk be az elemzésbe (lakóhely, iskolai végzettség, foglalkoztatotti státusz stb), majd megpróbálunk „felhasználói ideáltípusokat” meghatározni és azokat jellemezni.

Irodalomjegyzék

- Csepeli György – Prazsák Gergő (2009): Új technológiák- kommunikációs rétegződés- társadalmi státusz. In: *Információs Társadalom* 2009/2.
http://www.prazsak.hu/publikaciok/csepeli_prazsak_kom_retegzodes_2009.pdf
2012. 09. 01.
- Fábián Zoltán (2004): Digitális szakadék és a szabályozás. Az infokommunikációs eszközök használatában mutatkozó társadalmi egyenlőtlenségek Magyarországon. In: Társadalmi riport 2004, Kolosi Tamás, Tóth István György, Vukovich György (szerk.). Budapest: TÁRKI. 309–331. p.

- Galác Anna – Ságvári Bence (2008): Digitális döntések és másodlagos egyenlőtlenségek: a digitális megosztottság új koncepciói szerinti vizsgálat Magyarországon. In: Információs társadalom 8. évf. 2. sz. PP. 37–52.
- Kohli, Martin (1990): Társadalmi idő és egyéni idő. In Gellériné, L.M. szerk.: Időben élni. Történeti-szociológiai tanulmányok. Budapest: Akadémiai, 175–212. p.
- Kovács Gábor (2002): Információs társadalom – ideológia vagy valóság? Forrás: internet: http://www.napkut.hu/naput_2002/2002_07/087.htm
- Nagy Réka (2007): Új lencsék egy új társadalmi jelenség vizsgálatában: A digitális egyenlőtlenségek kutatásának átfogó szemléletéről. Szociológiai Szemle, 1–2: 41–59.
- Nagy Réka (2008): Digitális egyenlőtlenségek a magyarországi fiatalok körében. In: Szociológiai Szemle 2008/1. 33–59. p.