

Szilágyi István

Eszterháy Károly Főiskola

szisztvan@ektf.hu

INTERNETHASZNÁLATTAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK VIZSGÁLATA

Kutatási cél

A kutatás összefoglaló célja az internet és az IKT eszközök mezejében – a digitális térbe – a tőke-konverzációs folyamatok vizsgálata.

A kutatás célja továbbá megvizsgálni, hogy bizonyos meghatározott társadalmi csoportok tagjai mennyire hasznosan használják az internetet (hasznos használati index).

Vizsgáljuk a különböző életkorúak és különböző végzettségűek IKT eszközök használatával kapcsolatos attitűdjeit, az internethasználattal kapcsolatos bizalmat és az internet hasznosságára vonatkozó vélekedéseiket.

Vizsgáljuk, hogy különböző társadalmi csoportoknál hogyan jelenik meg, és milyen sajátosságai vannak a közösségi hálózat felhasználásának tudatossága / hasznossága.

Megvizsgáljuk, hogy a számítógéppel, mint az internetezés alapvető eszközével való rendelkezés a kulturális vagy inkább az anyagi tőke által meghatározott-e.

A vizsgálat lépései

- a mérőeszköz megszerkesztése
- a mérőeszköz kipróbálása (elővizsgálat)
- a kitöltött kérdőívek alapján az eredmények elemzése

A kutatáshoz kapcsolódó elmélet rövid bemutatása

Az attitűd és a vélemény fogalmának áttekintése

Az attitűd és a vélemény fogalmát gyakran szinonimként használják a szakirodalomban. Mindkettő helyeslő vagy helytelenítő diszpozíció bizonyos dolgokkal, személyekkel, tevékenységekkel, történésekkel és viselkedésekkel szemben. Mégis miért beszélünk bizonyos esetekben attitűdről, más esetekben pedig véleményről? Mi a különbség a két fogalom között? A két fogalom közötti legfontosabb különbség az, hogy az attitűd sokkal szilárdabb és tartósabb viszonyulás, mint a vélemény és így az ember viselkedését jobban befolyásolja. A vélemény (vagy nézet) sokkal változékonyabb, nem stabil viszonyulás, és nem feltétlenül hat az emberek viselkedésére. (Váriné 1987) A viszonyulás stabilitása és viselkedésre gyakorolt hatásán túl két lényeges differenciáló tényező van az attitűd és vélemény között: 1. milyen mértékben általánosak, 2. milyen affektivitást tartalmaznak. (az attitűdök sokkal intenzívebbek affektivitás szempontjából) Más különbség a két fogalom között az, hogy a vélemény általában egyetlen kérdésre adott válaszként fogalmazódik meg, míg az attitűd egymással összefüggő (például vallás.

előítélet, hazafiság stb.) jelenségekre irányul. Előfordul, hogy az emberek olyan dolgokról, történekekről vagy helyzetekről véleményt nyilvánítanak, amelyekről kevés és hiányos információval rendelkeznek, és nincs különösebb érzelmi érintettségük. Bizonyos témákkal szemben az emberek közönyösek vagy érdektelenek, mégis a közvélemény kutatásokban elvárják, hogy legyen véleményük. Ezzel magyarázható az, hogy közvélemény kutatásban a kutatók gyakran kapnak olyan válaszokat, hogy „nincs véleményem”. (Faragó – Karczag, – Mérei 1998)

Vélemény, véleményalkotás

Az attitűdöktől eltérően, a vélemények gyakran közéleti események következményei. Ahogy az események változnak a vélemények is. Ilyen értelemben a véleményalkotás a társadalmi befolyásolás egyik formájának tekinthető. „Az amerikai közvélemény erőteljesen támogatta a vietnámi katonai intervenciót, amíg nyilvánvalóvá nem vált, hogy az ellenség a végtelenségig fogja folytatni a harcot. Ekkor a közvélemény a tárgyalások útján való rendezés felé kezdett fordulni.” Faragó–Karczag in Mérei 1998. 15. old.) Hasonló hatással lehet a háborút ellenző híres személyiségek véleménye is. A véleményalkotás befolyásolása lehet közvetlen kommunikáció (előadás, szemtől-szembeni beszélgetés, mindennapi társalgás) révén vagy közvetett (rádió, sajtó, televízió) módon. Mind az attitűd, mind a vélemény mérésénél felmerül a kérdés, hogy az adott személy véleménye, attitűdje mennyire „igaz”. Ugyanis, elképzelhető, hogy valaki olyan véleményt nyilvánít ki, ami megfelel a társadalmi elvárásoknak vagy olyan véleményt hangoztat, amely kedvező helyzetet teremt számára, de valójában más a „magán véleménye”.

A véleményalkotás három társadalmi befolyásolási folyamattal hozható összefüggésbe: engedelmesség, azonosulás és internalizáció. (Bugán 1994)

Az engedelmesség oly módon befolyásolja véleményalkotást, hogy az emberek azért juttatják kifejezésre pozitív vagy negatív véleményüket, hogy befogadják őket az adott társadalmi csoportba. Ilyen esetben a vélemény inkább egy „elfogadott vélemény”, mint „magánvélemény”.

Az azonosulás során az ember saját véleményét bizonyos szerepkapcsolatokban érvényesíti, megpróbál azonosulni az őt körülvevő személyekkel. Az azonosulás által alkotott vélemények nincsenek szükségszerűen összhangban az egyén más véleményével vagy attitűdjével. Például Amerikában és más országokban is számos egyetemista radikalizmusa a csoporttal való azonosulással magyarázható, ugyanis az egyetem elvégzése után a radikalizmusukat hirtelen konzervatívabb viselkedés váltja fel.

„Az internalizáció kifejezéssel, Kelman arra az esetre utal, amikor a vélemény azért alakul ki vagy módosul, mert egybevág a személy más nézeteivel”. (Faragó – Karczag in: Mérei, 17. old.) Az ilyen módon kialakult vélemény független mások által és a társadalom által elfogadott reakcióktól. Ezekben az esetekben az egyén nem azért hangoztatja véleményét, mert külső megerősítést vár, vagy azért mert szükségesek a szerepkapcsolataihoz, hanem azért, mert ezek tartalma egybevág saját belső meggyőződésével. (Faragó – Karczag in Mérei 1998)

Véleménykutatások nemcsak a pszichológiai és szociológiai szempontjából fontosak. Felhasználhatók a gazdasági, társadalmi, kulturális és politikai élet csaknem minden területén. A felmérések segítségével egyszerre vizsgálhatjuk az általánost, a közös tényezőket, illetve a különöset és egyedit. Egyfelől vizsgálhatjuk a lakosság egészének

véleményét, beállítódását, másfelől az egyes rétegek, csoportok sajátosságait. A kutatások sok esetben egyszerűek, azaz egy adott időpontban, egy meghatározott szituációban rögzítik a társadalom különböző csoportjainak véleményét. Sokszor viszont a változások regisztrálására, monitorozására törekszenek, nyomon követik a lakosság ismereteiben, véleményében bekövetkezett időrendi módosulásokat. A kutatások nem állnak meg a pszichológiai és szociológiai leírásoknál, feladatnak tekintik az adatok felhasználására tett javaslatokat is. (Csepeli 1997)

Saját kutatási adataim bemutatása

A kutatás több részterületet érintett. Mindenki, team – munka keretében részt vett a kérdőív megtervezésében is kipróbálásában, az eredmények értékelésénél a feladatokat részterületenként osztottuk fel. Feladatomban az ITK eszközök használatával kapcsolatos attitűdök vizsgálat volt.

A következőkben a 18. kérdés eredményeit mutatom be.

A 18. kérdés 20 ítemet tartalmaz. A válaszolók azt kellett megjelöljék, hogy milyen gyakorisággal használnak internetet, illetve egyéb infokommunikációs eszközöket. A 20 tevékenységforma mindegyikénél, a válaszaikat a „naponta”, „gyakran”, „ritkán” és „soha” oszlopokban jelölhették.

A válaszok értékelése:

– naponta = 4, gyakran = 3, ritkán = 2, soha = 1,

Ilyen értelemben a magas átlagok azt jelzik, hogy adott műveletet gyakran alkalmazzák az emberek, illetve a kisebb átlagok azt jelzik, hogy adott művelet ritkán (vagy soha) nem alkalmazzák. Az elemzést két szempontot követve végeztük el:

- **életkori csoportok szerint:** 20 év alatt, 20–29 év, 30–39 év, 40–49 év, 50–59 év, és 60 felett
- **végzettség szerint:**
 - általános végzettség (8 általános alatt és 8 általános végzettség)
 - középfokú végzettség (szakiskola, érettségi, illetve érettségi + szakma)
 - felsőfokú végzettség: (felsőfokú szakképzettség, főiskola, egyetem és doktori)

Mind a két kategóriánál (életkor és végzettség) az elemzés a következő szempontok alapján történt.

1. egyszerű és bonyolult tevékenységek gyakoriságának összehasonlítása

2. elektronikus ügyintézés és szolgáltatások használata

1. Egyszerű és bonyolult tevékenységek gyakoriságának összehasonlítása

A húsz tevékenységformáról megkérdeztünk több hozzáértő szakember véleményét arról, hogy melyiket találják egyszerűnek, illetve melyiket bonyolultnak. A véleményüket figyelembe véve választottam ki öt egyszerű és öt bonyolult tevékenységet. Ezek a következők:

Egyszerű tevékenységek:	Bonyolult tevékenységek
E-mail olvasása	Programok megtalálása, letöltése, használata
SMS küldés	Alkalmazások letöltése, mobiltelefonra
Skype használása	Információ megosztó rendszerek használata
Nyomtatás internetes oldalról	Online közös munka, dokumentumok online szerkesztése
Honlap böngészése	E-mail több funkciójának (chat, képfeltöltés) használata

Az egyszerű és bonyolult műveletek gyakoriságának bemutatása korosztályonként.

Egyszerű tevékenységek:	20 év alatt	20–29	30–39	40–49	50–59	60 év felett
E-mail olvasása	3,09	3,72	3,61	3,16	3,16	2,91
SMS küldés	2,36	2,86	2,95	2,67	2,07	1,84
Skype használása	2,09	2,39	2,54	2,11	1,91	2,15
Nyomtatás internetes oldalról	2,00	2,61	2,64	2,53	2,38	1,92
Honlap böngészése	3,72	3,72	3,53	3,19	3,02	3,08

Az összegző táblázat és az életkor szerint táblázatok alapján is egyértelműnek tűnik, hogy az egyszerű tevékenységek csoportjába tartozó eszközhasználatok közül minden korosztálynál a leggyakoribb (legkedveltebb) az email olvasása és a honlapok böngészése (átlagok: 3,42 és 3,42). Az egyszerűtevékenységek csoportjába tartozó másik három tevékenységforma közül leggyakoribb az sms küldés (és fogadás), ezt követi a nyomtatás internetes oldalról. Meglepő módon a három tevékenységforma közül a legkevésbé gyakori a skype használata. Mindhárom tevékenységformánál azt tapasztaltuk, hogy a 20 és 50 éves kor közti korosztályra a legjellemzőbb az egyszerű eszközhasználat, és legkevésbé a 60 év felettekre.

Az összegző táblázat alapján, és részben az életkori táblázat szerint is, a legritkábban használt tevékenységformák az online tv csatornák és adások letöltése, illetve a mobil névkártyák fogadása (1,89 és 1,83).

Ezeket a tevékenységeket nem soroltuk sem az egyszerű sem a bonyolult műveletek kategóriájába.

Bonyolult tevékenységek:	20 év alatt	20–29	30–39	40–49	50–59	60 év felett
Programok megtalálása, letöltése, használata	2,81	3,00	2,66	2,39	2,07	1,74
Alkalmazások letöltése, mobiltelefonra	2,45	2,44	2,22	2,00	1,53	1,30
Információ megosztó rendszerek használata	2,00	2,39	2,04	1,98	1,86	1,38
Online közös munka, dokumentumok online szerkesztése	1,63	2,35	1,98	1,72	1,53	1,30
E-mail több funkciójának (chat, képfeltöltés) használata	2,63	2,68	2,31	2,18	1,72	1,69
Életkor szerinti átlagok:	2,30	2,57	2,24	2,05	1,74	1,48

A bonyolultabb eszközhasználatnál azt tapasztaltuk, hogy ezek leggyakoribbak a 20 év alatti korosztálytól 40 éves korig. (átlagok 2,24 és 2,57 között), és az életkor előrehaladtával ezek használatának gyakorisága fokozatosan csökken. Például: 40–49 év között: 2,05; 50–59 év között: 1,74; 60 év felett: 1,48.

A fenti adatok összefüggést mutatnak a 15. kérdés adataival, amelyek a különböző IKT eszközök használatának a gyakoriságára vonatkoznak. Itt is az tapasztalható, hogy a bonyolultabb IKT eszközöket az idősebb korosztály alig vagy egyáltalán nem használja.

IKT eszköz % Életkor	MOBIL	OKOS TELEFON	IPOD	IPad	E BOOK	TABLET	ASZTALI SZG.	LAPTOP	NAVIG. ESZKÖZ
20 év alatt	36,4	81,8	0	0	0	18,2	100	18,0	0
20–29	55,2	68,3	,8	4,8	4,1	15,9	87,0	42,8	15,9
30–39	60,6	53,5	2,8	2,8	7,0	25,4	81,0	52,1	36,6
40–49	59,0	0,2	0	5,7	8,0	12,3	73,0	35,2	18,0
50–59	72,0	12,0	1,3	3,1	4,0	5,3	76,0	22,7	18,7
60 év felett	27,7	,1	0	0	0	0	27,7	6,4	4,3
							74,1		

Okos telefon és mobiltelefon használata

A 30 év alatti korosztály inkább okos telefont használ a mobil helyett: 81,8% (20 év alatt) és 68,3% (20–29 év) okos telefont használ és csak 36,4% (20 év alatt) és 55,2% (20–29 év között) használ mobiltelefont. Az életkor előrehaladtával fokozatosan csökken az okos telefont használók száma: 40–49 év között 30,2% és a 60 év felettiiek mindössze 2,1% használ okos telefont. Az életkorral nemcsak az okos telefont használók száma csökken, hanem a mobilt használók száma is: 40–49 év között 59%, a 60 év felettiiek mindössze 27,7% használ mobil telefont.

IPod és iPad használata

A két eszköz használatával kapcsolatban elmondható, hogy az általunk vizsgált populáció csak nagyon ritkán használja ezeket az IKT eszközöket. A 20–29 és 30–39 év közötti korosztályok 2,8% használ IPod-ot, a 20 év alatti és a 60 év feletti korosztálynál 0% tapasztalható. Az iPad esten hasonló tendencia mutatható ki: a 20–29 és 30–39 év közötti korosztályok használják leginkább, de arányuk nagyon alacsony (4,8%; 2,8%; és 5,7%). Ennél az eszközhasználatnál is azt tapasztaltuk, hogy 20 év alattiak és a 60 év felettiiek egyáltalán nem használják az iPad-et.

E book és Tablet használata

Az E book szintén a kevésbé használt IKT eszközök közé tartozik. A 20 év alatti és a 60 év feletti korosztály egyáltalán nem használja. A többi korosztálynál is az európai átlag alatti százalékos arány mutatható ki: 4,0% és 8% között a 20 és 59 év közötti korosztályoknál. Ennél gyakoribb a Tablet használata. Az 50 és 59 év közöttiek csak

nagyon kevesen használják (5,3%) a 60 év felettiak pedig egyáltalán nem használják. A 20 év alatti korosztálytól a 49 éves korosztályig nincs lényeges különbség a Tablet használatának gyakoriságában (12,3% és 18,2% között), mindössze a 30 és 39 közöttieknél tapasztalható nagyobb arány (25,4%)

2. Elektronikus ügyintézés és szolgáltatások használata

Ezzel kapcsolatban a 18. kérdőívben két item (kérdés) van:

Elektronikus banki szolgáltatások használata (pl. közüzemi számla, távszámla, díjnet stb.)

Elektronikus ügyintézés (pl: pályázatra jelentkezés, szolgáltatások, információk keresése stb.)

<i>Eredmények:</i>	<i>20 év alatt</i>	<i>20–29</i>	<i>30–39</i>	<i>40–49</i>	<i>50–59</i>	<i>60 év felett</i>
Elektronikus banki szolgáltatások	1,03	2,38	2,38	2,05	1,77	1,92
Elektronikus ügyintézés	1,03	2,33	2,30	2,00	1,91	1,92

Az átlagok alapján elmondhatjuk, hogy nincs lényeges különbség az elektronikus ügyintézés és az elektronikus banki szolgáltatások használatának gyakorisága területén. A legalacsonyabb átlag a 20 év alattiaknál (1,03 átlag) tapasztalható, ami az életkori sajátosságukból adódik – nem foglalkoznak ilyen jellegű ügyintézással. A leggyakoribb használat a 20 és 40 év közötti korosztálynál (2,38 és 2,33 átlag), tapasztalható illetve az életkor előrehaladtával ezek gyakorisága csökken.

Kutatásaink eredményei eltérnek a hasonló nemzetközi kutatások eredményeitől. Ezek szerint a magyarországi átlag elmarad az európai átlagtól a banki ügyintézés, a közintézményekkel való kapcsolattartás, valamint az online áru- vagy szolgáltatások területén. A magyarok az európai átlagnál lényegesen kisebb arányban intéznek az interneten banki ügyeket, illetve vásárolnak online módon árukat, szolgáltatásokat. A GfK Digital Connected Consumer kutatásának 2013. évi adatai tükrében az internetezők jelentős része továbbra is a személyes csatornákat részesíti előnyben banki vagy biztosítási ügyintézéskor. (hvg.hu/tudomany/20081202_eu_broadband -2014.08.07.)

Különböző kutatások arra is kitérnek, hogy a banki ügyintézés, a közintézményekkel való kapcsolattartás, valamint az online áru- vagy szolgáltatásrendelés területén főleg az idősebb korosztály idegenkedik az internetes ügyintézésétől.

Összegzés

A kutatás tapasztalatai azt mutatják, hogy lényeges eltérések tapasztalhatók az IKT eszközök használatában az életkor és végzettség függvényében. A fiatal korosztály gyakrabban és bonyolultabb IKT eszközöket használ, míg az idős korosztály eszközhasználatából majdnem teljességgel kimaradnak olyanok, mint iPod, E Book, Tablet. Az idősek embereknél, főleg a 70 év felettiéknél a skype, az email használata sem túl gyakori. Ez kognitív folyamatok gyorsabb regressziójához illetve az elszigetelésükhöz vezet. Szükség van tehát olyan programokra, amely az idős generáció számára biztosítja az legfontosabb IKT eszközök használatának elsajátítását.

Az elmélethez használt fontosabb irodalmak

Bugán Antal: Érték és viselkedés, Akadémiai Kiadó, Bp. 1994.

Csepeli György: Szociálpszichológia, Osiris Kiadó, Bp. 1997.

Csepeli György: Szociálpszichológia, Osiris Kiadó, Bp. 1997. Csepeli György:
Szociálpszichológia, Osiris Kiadó, Bp. 1997.

Faragó Klára, Karcag Judit: Attitűd és véleménymérés

In: Pszichodiagnosztikaivademecum 1989

Halász – Hunyady – Marton: Az attitűd pszichológiai kutatásának kérdései Bp. Akadémiai Kiadó
1979

Váriné Szilágyi Ibolya: Az ember, a világ és az értékek világa. Gondolat, Bp. 1987.

hvg.hu/tudomany/20081202_eu_broadband –2014.08.07.)