

Ezt művelik a neten a fiatalok

Az Y és Z generáció már nem is megszületett, hanem letöltötték őket a netről – ez a kép rajzolódik ki a 18-40 évesek internet-használatát, illetve a közelmúltban nagy hangsúlyt kapott netes adatbiztonságot feltérképező részletes kutatásból. Egyre inkább telefonról és többségében kapcsolattartásra, tájékozódásra használják az internetet a fiatalok, és van néhány olyan személyes adatuk, amit még a szexuális életük titkainál is jobban féltének kiadni.

A 18 és 40 év közötti Y és Z generációsok, vagyis a digitális bennszülöttek már nagykorú első és második hullámának életébe teljesen beépült az internet: 99 százalékuk napi rendszerességgel használja. Messze a legtöbben okostelefonról, összességében kétharmaduk a zsebben lapuló okoseszközről szemlézi leginkább a tartalmakat – derült ki a Lounge Group közelmúltban végzett kutatásából. A Z-generációsok és az alacsonyabban iskolázottak körében ez az arány 75-80%, ők tehát elsősorban a telefon képernyőjén keresztül élik a netéletüket. Ezzel szemben az asztali gépek és a laptopok használata a férfiak, az idősebbek és a magasabb végzettségűek körében magasabb – ez utóbbi esetében a szellemi foglalkozás és az irodai munka állhat a háttérben.

Ami a 18-40 évesek internetezési céljait illeti: leginkább tájékozódásra (26%), kapcsolattartásra (24%), közösségi oldalakon böngészésre (16%), valamint szórakozásra és játékra (14%), munkavégzésre (10%) használják elsősorban a netet. A fiatalabb korosztályból adódóan 6 százalékuk még leginkább a tanuláshoz veszi igénybe az online tartalmakat. A Lounge Group félezer megkérdezett részvételével zajló reprezentatív felmérése arra is rámutatott: a Z-generációsoknál az ismerősökkel történő kapcsolattartás, míg az Y-generáció esetében a tájékozódás szerepel az első helyen az internet-használati célok között.

Titokzatos szakszervezetisek

A Gmail és a YouTube illetékesei valószínűleg boldogok lennének, ha tudnák, hogy a magyar Y-Z generációsok ebben a két márkában bíznak leginkább, már ami a személyes adatok kezelését illeti. A közelmúltban az adatvédelmi botrányoktól megtépázott Facebooknak már komoly lemaradással kell szembenéznie. A felületek dobogós helyéhez természetesen hozzájárul az is, hogy ezek messze a legismertebbek a célcsoport körében. De toplistás még a Skype, Instagram és a LinkedIn is, kisebb meglepetésre azonban a korábban erős privacy politikájáról ismert Snapchat csak ezeket követően szerepel a listán. Általánosságban elmondható, hogy a fiatalabbak (18-24 évesek) alapvetően jobban bíznak a felületekben, mint a tapasztaltabb korosztály tagjai.

A személyes adatok kiadásával kapcsolatban szintén éles kép rajzolódik ki. A nevét, születési adatait, lakóhelyét vagy családi állapotát – ebben a sorrendben csökkenő mértékben, de még mindig az érintettek közel többsége – kiadja az interneten. Viszont egy éles törést követően a munkahellyel, káros szenvedéllyel, utazással vagy éppen a vallási irányultsággal kapcsolatos információkat már csak tizedük osztja meg magáról. A szexuális irányultságról (3%) vagy a banki adatairól (1%) már nem is beszélve. A biometrikus adatok életkortól függetlenül szenzitív adatnak számítanak, és a válaszadók elzárkóznak ezek megadásától. A Lounge Group felméréseinek érdekes tanulsága, hogy az is, hogy az érdekképviselői szervezeti tagságukat kevesebben vallják be ma az interneten (2,6%), mint ahányan a szexuális életükről tesznek közzé részleteket.

A kutatást 2019. májusában a Századvég Politikai Iskola Alapítvány végezte a New Land Media Kft. megbízásából, mely a Lounge Group tagja. Az 508 fős minta összetétele a legfontosabb szociodemográfiai tényezők szerint, mint nem, iskolai végzettség és településtípus megfelel a teljes 18-40 éves magyar lakosság arányainak. A kutatás során továbbá 3 fókuszcsoportos beszélgetést folytattak le azonos korcsoporton belül internethasználat és adatbiztonság témában. Két fókuszcsoportra Budapesten, egyre pedig Szolnokon került sor.