

## Kommentháborúkban bontakozik ki az Y és Z generáció

**A 18-40 évesek online sokkal szókimondóbbak, sokszor az arcuk vállalása nélkül nyilvánítanak erőteljes véleményt a digitális térben, ezzel akár megbántva, megalázva másokat. 70%-uk nem ismeri személyesen minden online ismerősét, a kollégákkal azonban meglepően sokan chatelnek - derült ki a 18-40 évesek internethasználatát feltérképező reprezentatív kutatásból.**

A Lounge Group felmérése szerint minden hetedik fiatalra jellemző, hogy vitába keveredik a közösségi oldalakon, javarészt anonim módon: a konfliktusokban a kommentelők közel fele, **46%-a nem vállalja fel a személyes adatait.** „A 18-40 éves korcsoportban minden ötödik személyt ért már zaklatás közösségi oldalon. Ez egy rendkívül magas arány, és a cyberbullying a fizikai inzultusnál mélyebb sebeket képes maga után hagyni. Sőt, mivel az internet a világ legnagyobb archívuma, tartósabbat is. Ezen az segíthet, ha a fiatalok tudatosabban osztják meg a tartalmakat, adataikat.” – mondta el Szabó Zsófia, a Lounge Group kutatási divízióvezetője. Az is kiderült, hogy **minden negyedik válaszadó szókimondóbb online**, mint a személyes beszélgetések során. Sokan vannak azonban, akik a közösségi médiában inkább mellőzik a kommentek írását az esetleges negatív következmények érdekében: ha kommentárt írnak, az általában egy szolgáltatás véleményezése, és nem vitába szállás más emberekkel.

### Ismeretlen ismerősök

A Facebookot a 18-40 évesek 90%-a naponta használja, viszont a válaszadók **70%-a nem ismeri személyesen minden online ismerősét.** Az idősebb Y generációnál több az élő kapcsolat, köztük kétszer annyian ismerik személyesen minden online ismerősüket, mint a Z generációhoz tartozók. Észrevehető azonban a tudatos szelekció: a fókuszcsoport résztvevői közül többen is említették, hogy ahogy idősödtek, egyre nagyobb igényük lett arra, hogy szelektálják az ismerőseiket, amely keretében **törlik a már nem aktív kapcsolatokat.** „Chatelés közben minden negyedik fiatal kiadja a személyes adatait. Láthatóan az Y generációsok óvatosabbak ezen a téren, de az még nem egyértelmű, hogy ez életkori sajátosság, vagy valóban generációs különbség.” – vetette fel a kutatási divízióvezető.

### Munkahelyen Facebookoznak a fiatalok

A kutatásból az is kiderült, hogy minden második válaszadónak van lehetősége közösségi oldalakat látogatni a munkahelyén, ezt a 18-40 évesek 45%-a napi rendszerességgel meg is teszi. A munkahelyen történő social media oldalak böngészése a magasabban képzettek és a fővárosiak körében intenzívebb, azonban az Y-osok ötöde soha nem görgeti a hírfalat munkaidőben. **A kollégákkal történő kapcsolattartás, ami akár a munkán túlra is kiterjed, a közösségi oldalakon a válaszadók felére – leginkább a Z generációra és az érettségizettekre – jellemző.** „A kollégák ösztönösen keresik ezeket a csatornákat. A cégeknél emiatt célszerű a belső kommunikációs megoldásokat informális alternatívákkal is kiegészíteni, amivel az összetartozás is erősíthető.”- mondja Szabó Zsófia.

**Bár úgy tűnik, a fiatalok bátran és felelőtlenül osztanak meg magukról mindenféle információt, a kutatás ennél árnyaltabb képet fest.** A biometrikus adatok például életkortól függetlenül szenzitív adatnak számítanak, és a válaszadók elzárkóznak ezek megadásától. **Ezek közül legismertebb az ujjlenyomat, de ilyen adatnak számít az arckép, a retina, a saját hang, de akár az egyedi járásminta is!** Nagyobb különbségek is megfigyelhetők a két generáció között: a 18-24 évesek kényesebb témaként kezelik a munkahellyel, ismerősökkel, utazásokkal és vásárlásokkal kapcsolatos adatokat, eközben az Y generációhoz tartozók az átlagosnál magasabb arányban tekintik a fogyasztásra és a káros szenvedélyre vonatkozó adatokat nem személyes adatnak.

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.