

Online bizalom a magyar társadalomban

A cikk a Nemzeti Közszerolálati Egyetem Információs Társadalom Kutatóintézetének 2019. év végi magyarországi, reprezentatív adatfelvételének adataira alapozva a magyar információs társadalom online tudatossági szintjét vizsgálja. Munkánk során a digitális kultúra társadalomformáló erejének jellemzőit vettük górcső alá a magyar társadalomban. Az okostelefon és a kényelmi szolgáltatások terjedése újszerű képességek fejlesztését igényli. Kutatásunkban ezek szintjét igyekeztünk szemügyre venni, illetve próbáltuk megragadni a különféle megosztottságok körvonalait. Két fontos megállapításunk: a digitális kultúra megélése összetett kétarcúságot mutat a magyar társadalomban, a félelmek és a bizalmatlanság mély kötődéssel és használattal párosul. A másik fontos eredmény, hogy adataink alapján nem figyelhető meg korosztályi, generációs különbség a digitális kultúra alapvető megélésének területén. Finom, adott szolgáltatásokra és élethelyzetekre irányuló különbségek érzékelhetők, de ezeknek fő változója nem a kor, hanem más sajátosságok.

Kulcsszavak: *információs társadalom, online bizalom, tudatosság, közösségi média, Facebook, Magyarország*

Szerzői információ

Dr. Rab Árpád, Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzeti Közszerolálati Egyetem

<https://www.linkedin.com/in/rabarpad>

Dr. Török Bernát, Nemzeti Közszerolálati Egyetem

<https://www.linkedin.com/in/torokbernate/>

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Rab Árpád és Török Bálint. „Online bizalom a magyar társadalomban”.

Információs Társadalom XX, 3. szám (2020): 92–98.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XX.2020.3.6>

A folyóiratban közölt művek

a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0

Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

Online awareness of the Hungarian information society

The article examines the level of online awareness of the Hungarian information society based on the data of the representative data collection of the Information Society Research Institute of the National Public Service University in Hungary at the end of 2019. In the course of our work, we examined the characteristics of the social-shaping power of digital culture in Hungarian society. The proliferation of smartphones and convenience services requires the development of novel capabilities. In our research, we tried to look at their level and try to grasp the outlines of different divisions. Our two important findings: the experience of digital culture shows a complex ambiguity in Hungarian society, fears and mistrust are coupled with deep attachment and use. The other important result is that based on our data, there is no age or generational difference in the basic experience of digital culture. Subtle differences in specific services and life situations are perceptible, but their main variable is not age but other characteristics.

Keywords: *information society, online trust, awareness, social media, Facebook, Hungary*

Az adatfelvétel 2019 októberében készült telefonos adatfelvétellel. A kutatás kor, nem, iskolai végzettség, településtípus és régiók szerint is reprezentatív a teljes felnőtt magyar lakosságra nézve. A cikk elkészültének pillanatában már rendelkezésünkre állnak 2020-as tavaszi, már a vírushelyzet okozta digitális transzformációs hatásokat is vizsgáló, hazai, reprezentatív adatok, ezek összevetését későbbi cikkünkben végezzük el. A cikkben bemutatott adatok mindegyike primer felmérésünkön alapszik, kivéve, ha ezt külön jelezzük.

A technológiai evolúció segítségével az emberiség felgyorsította a biológiai evolúciót. 100 év alatt megduplázta élettartamát, a világ gazdasága döbbenetes mértékben megnövekedett, eddig elképzelhetetlen mértékben terjedtek el kényelmi szolgáltatások, az átlagember életszínvonala drasztikus mértékben megnövekedett. Fajunk a technológiai evolúció segítségével az adott kihívások megoldását igyekszik elérni. Az infokommunikációs eszközök társadalmi fontossága ebben a megközelítésben az, hogy lehetővé teszi az erőforrások hatékony kihasználását (mind fizikai, mind társadalmi-gazdasági szempontból), illetve hogy lehetővé teszi idegenek nagyszámú, automatizált együttműködését. Ezek az előnyök megkérdőjelezhetetlenek, azonban magukkal hozták egy alapvetően biológiai, fizikai érzékelési korlátok között élő társadalmi berendezkedés rendkívül gyors kiegészülését: egy megfoghatatlan, nehezen érzékelhető, mégis a mindennapi életminőséget alapvetően befolyásoló digitális réteg létrejöttét. Ennek kezelése újszerű képességeket igényel, melynek fejlődése lassabb, mint a digitális réteg mindennapi életbefolyásoló képességének mélyülése. Az újszerű érzékelés tanulása, a kényelmen alapuló szolgáltatások egyszerre teszik lehetővé a fenti előnyöket, és teszik az eddig megszokottnál kiszolgáltatottabbá a társadalom tagjait. A feszültség az új képességek megtanulásának magunkra kényszerített sebessége, és az eddig megszokott tanulási ritmusunk között fennálló jelentős sebességkülönbségből fakad. A helyzetet nehezíti a mindennapi életet befolyásoló tényezők számosságának megnövekedése a Föld összezsugorodásával, így egyszerre kell kezelni a jóval összetettebb világot és ennek új érzékelési környezetét. Emiatt tartjuk az információtársadalom-kutatás kulcsterületének az online bizalom és tudatosság témakörét, mint az emberiség egy most fejlődő, gyorsított evolúción alapuló, gépi támogatással kialakuló környezetét.

Nem meglepő, hogy az okostelefon mára nagyon elterjedt a magyar társadalomban is, a magyar lakosság 75% rendelkezik vele. E készülékek kiemelkedő szerepét jól mutatja, hogy ma már a hazánkban internetet használók 78%-ából 64%- kapcsolódik ily módon a világhálóhoz. Laptopon 46%, asztali gépen 36,6%, tableten pedig 20,5% internetezik. A napi rendszerességgel használt szolgáltatások között az e-mailezés vezet (66%), utána következik a facebookozás (59%), majd a hírfogyasztás (54%). Az internetet naponta 54%, hetente többször 14%, legalább hetente vagy havonta többször további 8% használja hírfogyasztásra. A közösségi média szerepe kifejezetten erős a hírfogyasztásban: az internetezők 75%-a használja ezeket a szolgáltatásokat ilyen célra valamilyen rendszerességgel (37% naponta, 19% hetente többször, 9%

legalább hetente, 9% pedig havonta). A közéleti híreket a többség kifejezetten passzívan fogyasztja. 34% mondta, hogy maga keres utána az ilyen híreknek. 55% kizárólag az elé kerülő híreket olvassa el, miközben csak 10% azoknak az aránya, akiket eleve nem érdekelnek a közéleti hírek.

Az okostelefon szerepe az információs társadalomban három szempontból kritikus fontosságú.

Térben és időben kiszakította a digitális kultúrát – az okostelefon működési sajátosságai miatt megszűnt az időbeli belépési küszöb, illetve a helyhez kötöttség korlátja. Ez a forradalmi változás a mindennapi életet befolyásoló szolgáltatásoknak újabb használati szintet adott, és lehetővé tette azt, hogy a megszokott, hagyományos világunkban kitörölhetetlenül megjelenjen egy digitális réteg. Az idő belépési küszöbének megszűnése a folyamatos használat lehetőségét teremtette meg, létrehozva a mikroidő megjelenését, és olyan mentális, kulturális, kommunikációs változásokat indított el, melyben az állandó jelenlét a teljes világ felé, illetve az interakció a hagyományos és digitális világgal folyamatosná vált. A kutatás eredményei arra utalnak, hogy a magyar lakosság többségének attitűdje az online világhoz kétarcú – feszültség figyelhető meg a használat és a megítélés egyes mért jellemzői között. A teljes magyar lakosság 60,5%-a szerint az online kommunikációs lehetőségek rontják a személyes kapcsolatok minőségét, de 63% úgy gondolja, hogy a közösségi média kitűnő lehetőséget nyújt a kapcsolattartásra mind a családtagokkal, mind a barátokkal. 80% az internet előnyeként azonosítja, hogy könnyen kapcsolatba lehet lépni ismerősökkel, de 58% tart attól, hogy az online kapcsolattartási formák átveszik a közvetlen személyes kapcsolattartás helyét. Mindemellett 57% gondolja úgy, hogy az online kommunikáció túl sok időt vesz el az életéből. Az ambivalens érzésekkel együtt is markáns többség, 66,5% szerint a digitális szolgáltatások és az online tevékenységek gyors ütemű fejlődése lehetőséget jelent az egyén és a társadalom számára. 27% gondolja úgy, hogy mindez kockázatot jelent a számunkra.

A második nagy változás, hogy az okostelefon lehetővé tette a személyre szabott digitális világ létrejöttét. Olyan eszköz, mely a használat során a kényelmi szolgáltatásoknak és a növekedő számú érzékelőnek köszönhetően folyamatosan mélyülő módon egyre személyesebb. A használhatóságot és kényelmet növelő szolgáltatások használatának szükségszerű következménye a személyre szabott digitális világ létrejötte (viselkedési előzmények), mely ahhoz vezet, hogy legtöbbször látható, néha nehezen érzékelhető, professzionálisan manipulált környezetet használunk. Kutatásunkban ennek a manipulációnak a társadalmi érzékelhetőségét is vizsgáltuk. A legelterjedtebb ilyen kényelmi szolgáltatás a közösségi média. A Facebooknak a hazai társadalmi párbeszédben létező szerepére vonatkozó eredmények szerint a facebookozók 68,5%-a legalább heti rendszerességgel hírfogyasztásra használja a szolgáltatást (naponta 48%), és csak 11%-uk nem használja erre egyáltalán. A felhasználók 46%-a ért egyet – legalább nagyjából – azzal, hogy a Facebook kitűnően használható társadalmi fórumként (közéleti aktivitásra és véleménynyilván-

nításra) vagy hírek megismerésére. 10% ezzel inkább nem, vagy egyáltalán nem ért egyet. A használati adatok azt mutatják, hogy a Facebook rendkívül erős piaci helyzetben lévő közösségi szolgáltatás Magyarországon. Míg a Facebookot az internetezők 79%-a használja legalább havonta egyszer (59% napi szinten, 16,5% legalább hetente), addig az összes többi közösségi médiát (Twitter, Instagram, LinkedIn stb.) együttevve is csak 27% keresi fel legalább havi rendszerességgel (naponta 12%, legalább hetente 11%). A hazai facebookozók 10%-a nyilatkozott úgy, hogy előfordult már vele, hogy egy bejegyzését törölte a Facebook, vagy egy időre letiltották a szolgáltatás használatáról.

A harmadik tényező, hogy az okostelefon elsőpró népszerűsége nem meglepő, hiszen olyan képességekkel ruházta fel a hozzáférőt, melyekre mindig is vágyott – technológiai segítséggel már soha nem téved el, egyszerűbb számára áthidalni a nyelvkülönbségek okozta akadályokat, a kezében van minden tudás, minden kommunikációs csatorna, és látványos, illetve interaktív módon szórakozhat. Használata elkerülhetetlen, tudatos használata versenyképesség fokozó tényező. Az adatok alapján azonban a magyar lakosság többsége több fontos kérdésben nem figyel arra, hogy minél tudatosabban és körültekintőbben használja az internetet. A teljes lakosság körében mindössze 28% képezi magát valamilyen módon annak érdekében, hogy védve legyen az online világ kihívásaival szemben. Közülük a legtöbben, 52,6% a barátoktól kapott információkkal képezik magukat, 47% szakcikkeket olvas, 20% pedig tanfolyamokon is részt vesz. A teljes lakosság 71%-a, illetve a 14 év alatti gyereket nevelők 61%-a semmilyen szűrőszoftvert nem használ annak érdekében, hogy védekezzen az interneten elérhető káros tartalmakkal szemben. Arra a kérdésre, hogy előfordult-e már, hogy azért tartózkodott az internet használatától, mert szem előtt tartotta, hogy a digitális világban mindennek nyoma maradhat, 37% válaszolt igennel. 63% azt mondta, vele ilyen még nem fordult elő.

A kutatás eredményeiből megállapítható, hogy a magyar internethasználók többsége több esetben nincs tisztában azzal, mi jogszerű és mi jogszertlen a digitális szolgáltatások használata során. Arra a kérdésre például, hogy jogszerű-e pénzt utalni az Európai Unión kívülre, 37,5% válaszolt határozott nemmel.

A digitális kultúra finom manipulációjának mérése a változók összetettségé, és a kontrollcsoport hiánya miatt szinte lehetetlen feladat. Az egyik lehetséges út a véleményformálás objektivitásának mérése. A magyar lakosság 53,7% nyilatkozott úgy, hogy érdekli a sajátjától eltérő közéleti álláspontok, de csak akkor, ha azok „maguktól” elé kerülnek. Az eltérő álláspontoknak csak 19% megy utána aktívan az interneten, 23,7% pedig csak a sajátjával megegyező nézőpontokkal szeret találkozni. Azok, akiket egyenesen dühít, ha eltérő állásponttal szembesülnek, meglehetősen kevesen vannak (2,4%). A többség, 54% azt szereti, ha a hírekhez közvetlenül, vagyis értékelés, elemzés nélkül jut hozzá, ezzel szemben 40% azoknak az aránya, akik értékeléssel, elemzéssel együtt szeretik fogyasztani a híreket. Ezzel együtt nagyon erős többség, 61% gondolja úgy, hogy az újságok és az újságírók tevékenysége a társadalmi párbeszéd na-

gyon fontos része. Ezzel ellentétesen 33% vélekedik. Az összes megkérdezett 49%-a szerint az internet előnyös, mert hétköznapi emberek is megoszthatják véleményüket a társadalmi nyilvánossággal, míg 40% véli úgy, hogy az internet inkább kockázatos, mivel a társadalmi együttélésre nézve veszélyes álláspontok szabadon terjedhetnek. A névtelen kommentelésre vonatkozóan pedig már kifejezetten negatívvá fordul a társadalmi megítélés. Ezt a lehetőséget az interneten a megkérdezettek kétharmada, 67%-a káros dolognak tartja, mivel felelőtlen megnyilatkozásokra sarkall. 26,5% vélekedik úgy, hogy ez a közlési mód jó dolog, mert sokan így mondhatják el szabadon a véleményüket. A kutatási eredmények egyértelműen azt mutatják, hogy a magyar emberek valamennyi érintett (felhasználók, platformok, tartalomszolgáltatók, politikusok, hatóságok, kormányzat) közös felelősségének látják, hogy javul-e a társadalmi párbeszéd színvonala az interneten. A magyar lakosság többsége nem tart attól, hogy az online világ egyes szereplői manipulálják őt, a manipulációtól való félelemnek a reklámozók esetében mért legmagasabb értéke is csak 23%-ot ér el. Mégsem mondható, hogy az emberek bíznának a különféle információforrások hitelességében. Leginkább barátaikat, ismerőseiket tekintik megbízható információforrásnak (48%), ugyanakkor a saját maguk által követett tévé- vagy rádióműsor információiban 29% és 38%, az általuk olvasott napilapban elérhető információkban 30%, a közösségi médián keresztül eljutó információk hitelességében pedig csupán 16% bíz.

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy az információs társadalomhoz, a digitális világhoz való általános viszonyulás tekintetében nincsenek jelentős különbségek az egyes korcsoportok között a teljes magyar társadalomban. Ha a mért legfiatalabb (18–29 éves) és legidősebb (60 évnél idősebb) korosztályt vetjük is össze, hasonló arányban gondolják, hogy az online kommunikációs lehetőségek rontják a személyes kapcsolatok minőségét (58,3% vs. 61%). Ugyanígy hasonló arányban gondolják azt, hogy az online kommunikáció túl sok időt vesz el tőlük (58,7% vs. 53%). Mindegyik korosztályban egyértelmű többségben vannak azok, akik szerint az internet előnyös az információszerezésben, mert gyorsan és közvetlenül juthatnak fontos információkhoz. Összeségében a magyar lakosság 55%-a vélekedik így, míg 36% szerint az internet inkább kockázatos, mert ellenőrizetlen információk juthatnak el hozzá. Szintén mindegyik korosztályra igaz, hogy azok vannak döntő többségben, akik a digitális világ gyors fejlődésében a lehetőséget látják, szemben azokkal, akik szerint ez inkább kockázatot jelent. A legfiatalabbaknál 71 vs. 24,5, a legidősebeknél 61,3 vs. 29,9 a százalékos arány.

Nem figyelhető meg korosztályos különbség az eltérő közéleti álláspontok iránti nyitottságban sem. A legfiatalabbak 74,5%-át érdeklik a sajátjuktól különböző nézőpontok (de csak 24,5% keres maga utána ilyeneknek), míg ez az arány a legidősebeknél 76,7% (az aktívak 23,3%-os arányával).

Nagyon érdekes azonban az is, hogy néhány konkrét kérdés megítélésében, különösen a társadalmi párbeszéd körében szignifikáns különbség látszik a fiatalabb és idősebb generációk megközelítése között:

-
- Az összes megkérdezett 49%-a szerint az internet előnyös, mert hétköznapi emberek is megoszthatják véleményüket a társadalmi nyilvánossággal, míg 40% úgy véli, az internet inkább annak kockázatát jelenti, hogy a társadalmi együttélésre nézve veszélyes álláspontok szabadon terjedhetnek. A legfiatalabbaknál azonban 60–36 a százalékos megoszlás, míg a legidősebbeknél 40–46.
 - A fiatalabbak közül jóval többen ítélik meg pozitívan a névtelen kommentelés lehetőségét. Bár a többség (56%) náluk is felelőtlen megnyilatkozásra sarkalló, káros jelenségnek tartja az anonim hozzászólásokat, 41%-uk a szabad véleménynyilvánítás lehetőségét jelentő megoldást lát benne. Ugyanez az arány a legidősebbeknél 70–19.
 - Bár a fiatalok többsége is (52%) az újságírást a társadalmi párbeszéd nagyon fontos részének tekinti, 44%-uk szerint az internet korában egyre kisebb szükség van újságokra és újságírókra. Ehhez képest a legidősebb korosztályban 63–27 arányban látják továbbra is nélkülözhetetlennek az újságírás szerepét.

Első primer kutatásunk segített árnyalni az internethasználat leegyszerűsítő generációs megközelítését. Ugyancsak kirajzolódott, hogy a bizalom-aggodalom kérdésköre is jóval összetettebb annál, mint hogy amitől félnek, azt nem használják, és ennek ellenkezője. A digitális kultúra kétarcúsága immár adatolva jelenik meg. 2020-ban utánkövető kérdőívvel, illetve a kérdőív nemzetközi lekérdezésével (Csehország, Lengyelország, Románia) bővítettük vizsgálatunkat, ennek eredményeiről következő cikkünkben fogunk beszámolni. Az azonban már most is látszik, hogy ugyanilyen finomhangolások nem csak az adott országokon belül figyelhetők meg, de figyelemreméltó különbségek látszanak a nemzeti karakterológiában is.