

## Az Y generáció és az internet kapcsolata

### Ali Beáta

Hallgató, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar  
[alibea56@gmail.com](mailto:alibea56@gmail.com)

### Dr. Szikora Péter

Egyetemi adjunktus, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar  
[szikora.peter@kgk.uni-obuda.hu](mailto:szikora.peter@kgk.uni-obuda.hu)

*Abstract:* Napjainkban az internet nagy szerepet játszik a hétköznapi életünkben, hiszen a technológiai fejlődés során lehetőségünk nyílt arra, hogy számos tevékenységet online végezzünk. Az idősebb generáció tagjai még nehezen fogadják el ezt az új korszakot, csak nagyon kevesen nyitottak az internet világa felé. Ellenben a fiatal generáció jobban kihasználja az ebben rejlő potenciált, mivel ők már ebben nőttek fel. Az Y generáció tagjai azonban átmenetet képeznek a két korosztály között, ugyanis ők még éltek internet nélküli világban, ezáltal ők még offline is képesek intézni ügyeiket, ugyanakkor ha a körülmények megkövetelik, online sem okoz nekik problémát a különböző tevékenységek végzése.

*A dolgozat célja ismertetni az Y generáció általános viselkedését az internet világában. A kutatás kiter a tagok internetezési szokásaira, illetve, hogy miként viszonyulnak az okoseszközök megjelenéséhez.*

*Kulcsszavak:* generáció, internet, munka, párkapcsolat, tevékenység, okoseszköz

## 1 Bevezetés

A 21. században központi téma az internethasználat, hiszen napjainkban már bárhol és bármikor felcsatlakozhatunk a világhálóra. Ez a társadalom tagjainak különösen kedvező, hiszen az emberek természetükből adódóan rendkívül kíváncsiak, tehát minden új információt azonnal tudni szeretnének. A hétköznapi életben elég csak picit körülnézni és megállapíthatjuk, hogy a fiatalok le sem veszik a szemüket a mobiltelefonjukról, hiszen vagy WiFi<sup>1</sup>, vagy mobilinternet igénybevételével

---

<sup>1</sup> Wireless Fidelity – Vezeték nélküli hálózat, amelynek segítségével az emberek képesek a saját eszközeikkel csatlakozni a világhálóra.

felcsatlakoznak az internetre és máris kommunikálnak egymással, illetve informálódnak a nagyvilágról. Ez tehát főként az Y, valamint a Z generációra lehet a legjellemzőbb, hiszen ők azok, akik tulajdonképpen beleszülettek ebbe a robbanásszerű technológiai fejlődésbe, tehát ténylegesen ők már mindent online végeznek; online vásárolnak, online intéznek különböző ügyeket, illetve már szinte csak az eltérő közösségi oldalakon tarták a kapcsolatot az ismerőseikkel, rokonaikkal. Ezzel szemben az idősebb generáció egyrésze még csak nem is rendelkezik okostelefonnal, tehát csak számítógépen csatlakoznak fel az internetre, valamint inkább újságokat olvasnak és többször próbálnak meg személyes találkozókat szervezni barátaikkal. Bár az Y generáció még élt internet nélküli világban, ezért véleményem szerint ők lehetnek az arany középút, vagyis annak ellenére, hogy sokat interneteznek, még ők is gyakran szerveznek személyes találkozókat és inkább tudnak okostelefon nélkül létezni, mint a Z generáció.

## 2 Y generáció viselkedési szokásai az interneten

Az információs társadalom és a technológia fejlődésével kialakultak különböző generációk, melyeket a számítógép, illetve az internet megjelenése alapján sorolunk be. Tulajdonképpen az életkor egy olyan változó lesz ezáltal, ami leginkább megmagyarázza a számítógép –és internethasználatot. Ez azt jelenti, hogy az idősebb generáció újdonsághoz való viszonya, illetve ezen eszközökhöz való hozzáértése nem megfelelő, ellenben a fiatalabb generációval, akik állandóan igénybe veszik a technika adta lehetőségeket és folyamatosan fejlesztik tudásukat és ismerettárukat az újonnan megjelenő eszközökről. [1]

### 2.1. Generációk alakulása

A kialakult generációk között a következőket különböztetjük meg:

- veteránok,
- baby boom,
- X generáció,
- Y generáció, valamint a
- Z generáció.

A veteránok 1925 és 1945 között születtek, tehát csak idős korukban találtak először az internet fogalmával. Számukra a számítógép használata is már önmagában kihívást jelent, így nagyon nehezen tudnak alkalmazkodni a digitális társadalomhoz. Azonban vannak köztük olyanok, akik könnyebben elfogadják ezt a fajta változást, de természetesen a zöme idegenkedik ettől a világtól.

A baby boom az 1946 és 1964 között született nemzedék, akik 30-40 évesen szembesültek először a technológiai változással. Most egyfelől ők azok, akik lassan nyugdíjba mennek, másfelől pedig a munkaerőpiacon nagyon is jelenlévő korosztály, akik egyáltalán nem akarnak öregemberként élni.

Az X generáció 1965 és 1979 között született, ők kamaszként/tinédzserként találkozhattak először a technológia adta lehetőségekkel. Ők az információs technológia robbanásszerű fejlődésének a részesei, tehát megtapasztalhatták, ahogy az írógépet felváltotta a számítógép. Azonban ez a generáció még jobban preferálja a kézzel írás és a telefonálást, mint az e-mailben való értesítést.

Az Y generáció 1980 és 1995 között született nemzedék, tehát ők a mai huszonharminc évesek. Ennek a generációnak már gyermekéveik alatt sikerült találkozni a technológiai fejlődés gyümölcsével, így nekik ma már az internet és a számítógép olyan fontossá váltak, mint a levegő. Sokkal többet tudnak a digitális világról, mint szüleik, vagy idősebb főnökeik. Számukra a siker, a karrier és a pénz fogalma elsődrendű fontosságú, mert megtanulták, hogy a fogyasztói társadalomban csak ezzel lehet érvényesülni. Az Y generáció már abban a világban nőtt fel, ahol a terrorizmusról, szegénységről, válságról szóló híradások mindennapossá váltak a médiában. Sokan vágyóznak biztonságot adó érzelmekre, ebben a világban, ahol keménynek, határozottnak és erősnek kell mutatnunk magunkat. Így kénytelenek megteremteni azt az illúziót, ami a csoporthoz tartozást és a közösségi élményt adja, amit természetesen az interneten találnak meg: közösségi oldalakon, blogokon, vagy a stratégiai és egy egyéb hálózatszerkezésen alapuló játékokban. [2]

A Z generáció tagjait 1996 és 2004 között tartjuk nyilván. Ők azok, akik nem éltek internet nélküli világban. Ezzel együtt teljesen megváltoztak tanulási szokásaik, mely problémákat vet fel az oktatási rendszerben is, elsősorban a tanítási módszerek területén. Tudniillik a Z generáció már hozzá van szokva a gyors információáramláshoz és annak befogadásához, így ők máshogy is gondolkodnak, mint mondjuk az X vagy az Y generáció.

Egyes források alapján megjelent egy új generáció, nevezetesen az "Alfa generáció", melynek tagjait 2005 és napjaink között tartunk nyilván. Tulajdonképpen az okostelefonok elterjedéséhez köthető ennek a generációnak a megalakulása.

## 2.2. Y generáció a világhálón

Az Y generációnak egyáltalán nincs könnyű dolga, se a magánéletben, se a munka világában. Mikor még kisgyermek volt, a szülők biztosítottak nekik mindent, ami a szellemi és testi fejlődésükhöz kulcsfontosságú volt. Megkapták a legmodernebb játékokat és már akkor megismerkedtek a tudomány és a technológia különböző találmányaival, amiket a mai napig magabiztosan kezelnek, sőt nélkülözhetetlenné vált számukra.

A 21. század egyik meghatározó találmánya volt az ún. okostelefon, mely 2005-ben kezdte meghódítani az egész világot. Ezek a készülékek ugyanis a hagyományos telefonálás, üzenetírás és MMS küldés mellett rendelkeznek egy olyan plusz „tudással”, mely a számítógépekéhez hasonló. WiFi és mobilinternet segítségével képesek internethez kapcsolódni, alkalmazásokat letölteni és használni, mellyel a fiatalok szívébe zárta magát. Azáltal tehát, hogy az internet elérhetővé vált a telefonon, az emberek alig tudják letenni a kezükből; állandóan chatelnek, közösségi oldalukat nézegetik, böngésznek, zenét hallgatnak, „szelfiznek”, ami később a közösségi oldalukon is megjelenik. Mindennapi tevékenységüket megosztják a Facebookon, Twitteren, Instagramon, így tulajdonképpen nincs olyan momentum az életükben, melyekről hírt ne adnának.

Véleményem szerint nagyon sok fiatal a legtöbb esetben nem azért csatlakozik az internetre, mert valamilyen információt szeretne olvasni a különböző híroldalokon, vagy a tanulmányaihoz, munkájához gyűjt adatot, hanem azért, hogy a barátaival csevegjen a közösségi oldalain. Bármilyen atrocitás éri, azonnal felmegy például a Facebookra és megosztja az akkor épp elérhető barátjával. Sok esetben egy tanuló azért nem tud az iskolában, egyetemen koncentrálni a tanár által elhangzottakra, mert online cseveg és nem arra figyel, hogy az offline térben mi zajlik. A tanárok ezért is találkozhatnak néha üres tekintetekkel, mert a diák az online térben leírtakra próbál reagálni és az ott történetek erősen befolyásolják az ő hangulatát és figyelmét. Ezáltal előfordulhat olyan, hogy az iskolai teljesítménye romlik. Bár ez az Y generáció harmincas korosztályára már nem jellemző, azért a huszonévesek körében még gyakran előfordulhat.

Az okostelefon megjelenése után hódítani kezdtek a tabletek, valamint a viselhető okoseszközök, mint például az okosóra, -karkötő, -fülhallgató, -szemüveg. Jelenleg ezek a készülékek képviselik a legmodernebb irányvonalat a technológiai fejlődésben, még az Y generáció tagjai is jobban érdeklődnek efelől, mint a táblagépek iránt. Európai viszonylatban Magyarország a harmadik helyen áll, ahol a legnépszerűbbek ezek az okoseszközök.

Itthon az Y generáció 56%-a tartja nélkülözhetetlennek a további technológiai fejlődést, melynek már van új eredménye, hiszen hódítani kezd az IoT<sup>2</sup>. [3]

„Az IoT egyedileg címezhető, saját IP címmel rendelkező, egymással összekapcsolt objektumok világméretű hálózata, amely egységesen elfogadott címzési és kommunikációs protokollokon (TCP/IP<sup>3</sup>) alapszik. Az IoT lehetővé teszi, hogy az emberek és a tárgyak bármikor, bárhol, bármilyen hálózattal, bármilyen szolgáltatással össze legyenek kapcsolva.” [4]

---

<sup>2</sup> Internet of Things – Sokan sokféleképpen fordítják pl. „dolgok internete”, „tárgyak internete”, „gépek hálózata”, stb.

<sup>3</sup> ransmission Control Protocol/Internet Protocol

### 2.2.1. Társkeresés, párkapcsolat

Az információs kor létrejöttével megváltoztak a férfiak és a nők önképe, melyek olykor súlyos következményekkel járnak. Általános elvárásnak tekinthető, hogy egy nő úgy nézzen ki, mint a médiákban szereplő modellek, de ez nincs máshogy a férfiak esetében sem. Így mosódik össze a két nem közti különbség, valamint ezért szenved oly sok fiatal önbizalomhiányban. Nagyon sok fiatal boldogtalan és stresszes, melyre a megoldást a bulikban, az alkoholban, a drogban, a cigarettában, stb. keresi. Azonban van egy réteg, aki a munkájába, tanulmányaiba fojtja bánatát, vagy épp ez élteti. [2]

A hagyományos ismerkedést és randevúkat felváltotta az interneten való ismerkedés és a gyors léptékű találkozók. Egyre nagyobb divattá vált az olyan alkalmazások letöltése is, amelyeken társra lelhetünk. Bár ez több 10 évvel ezelőtt is népszerű volt, hiszen rengetegen regisztráltak és hirdették magukat különböző társkereső médiákban, honlapokon. Azonban akkor még nem volt annyira veszélyes, mint ma. Nagyon sok a csalódott, de mégis reményekkel teli fiatal, aki úgy gondolja, hogy az internet segítségével próbál társat találni, ami olykor végzetes kimenetelű lehet. Nem egy olyan esetről halhattunk már, hogy egy huszonéves lány (vagy már tizenéves is) találkozott egy olyan fiúval, akivel azelőtt csak online beszélgetett és hirtelen nyoma veszett. Az Y generáció zöme már talán figyelmesebb ezen a téren, de a fiatalabb Z generáció még könnyebben átverhető. A 21. század párkapcsolatai is teljesen átalakultak. Szinte mindennapossá váltak az állandó féltékenykedések, veszekedések, megcsalások, melyeket az önbizalomhiányhoz kapcsolnám. A technológiai fejlődés által a párok könnyedén kutathatnak egymás mobiltelefonjában, közösségi oldalain, képei közt, megsértve azzal a társa privátszféráját.

### 2.2.2. A munka világában

Rengetegen a karrierépítést választják fiatalon, hiszen tudják, hogy a magasabb végzettséggel és a minél több nyelvvizsga birtoklásával lehet előre lépni (ha épp nem számít túlképzettnek). Ám ez se megoldás, hiszen a munkahelyen elvárják azt, hogy a pályázó tapasztalatokkal rendelkezzen. Ezt elemezve alakították ki a „Pán Péter-szindrómát”, mely azt jelenti, hogy a társadalom egy része késve jelenik meg a munkaerőpiacon, mint aktív munkavállaló. Ezáltal ugyanis az Y generáció zöme 25-30 évesen is még a családi házban él egészen addig, ameddig meg nem teremti magának a biztonságot nyújtó életpályát. Tehát ahhoz képest, hogy a szülők önállóságra nevelték őket, nagyon is későn hagyják el a családi fészket és későn kezdenek önálló életet élni. [5]

Az internet segítségével a fiataloknak nagyobb esélyük van megtalálni a megfelelő munkahelyet, hiszen sokkal gyorsabban és egyszerűbben pályázhatnak egy adott pozíció betöltésére, mint régebben. Ma már újságcikkben megjelenő álláshirdetésekből feltűntetik azt az e-mail címet, melyre el kell küldeni az önéletrajzot, továbbá léteznek különböző álláskereső honlapok, melyek segítségével

még gördülékenyebben megtalálható az „áломunka”. Azonban ennek ellenére is sok fiatal hónapokig keres állást, miután befejezte tanulmányait. Az internetnek viszont ezen a területen is megvan a maga hátránya, hiszen többször lehet azt hallani, hogy egy munkahely mielőtt alkalmazná a jelentkezőt, megnézi a pályázó közösségi oldalát, melyen gyakran találhatók kompromittáló képek, amik pedig erősen befolyásolják a jelentkező esélyeit. Így a fiataloknak többször is meg kell gondolniuk, hogy mit osszannak meg a nagyközönséggel.

### **2.2.3. Online vásárlás, ügyintézés**

A 21. században minden tevékenység nagyon gyorsan és egyszerűen lebonyolítható. Rengeteg várakozást, utazást megspórolhatunk, ha online vásárolunk, illetve intézünk különböző ügyeket. Online vásárlás esetén csak ki kell választani azt a terméket, szolgáltatást, ami épp szükséges és utána már csak azt kell eldönteni, hogy milyen módon szeretnénk fizetni. Ez történhet banki utalással, vagy kiszállítás esetén helyszíni fizetéssel. Ma már moziba, színházba való jegyvásárlás is online történik, valamint a hotelekbe is online végezzük a szobafoglalást és választjuk ki a legkezdvezőbb ajánlatot. Ezt a lehetőséget a Y generáció ki is használja, tulajdonképpen mindent az internet segítségével végez. Azonban ennek is megvan a maga rossz tulajdonsága, hiszen egy-egy termék esetén nem tudjuk, hogy mennyire friss, vagy „szép” áru érkezik. Ruha, illetve cipő rendelés például rendkívül rizikós, hiszen nem mindig lehet meghatározni a megfelelő méretet annak ellenére sem, hogy a mérettáblázat segít az eligazításban. Az online ügyintézés szintén közkedvelt a fiatal generáció számára, hiszen rendkívül gyors, viszont sokkal több odafigyelést igényel.

### **2.2.4. Blog**

Napjainkban szintén népszerű a blog, ami tulajdonképpen egy olyan weboldalt jelent, amit maga a blog szerkesztője készít és leírja benne például egy általános napját, megosztja gondolatait, emlékeit másokkal. Tulajdonképpen így írja ki magából az érzéseit az, akinek komoly sérelmei vannak, esetleg így próbál tanácsot adni valamilyen problémára. Aki valamilyen szép, vidám élményt oszt meg másokkal, ő javasolja az adott helyszín meglátogatását, ötletet adhat. Továbbá léteznek olyan blogok is, amelyek egyáltalán nem tartalmaznak személyes jellegű történeteket, hanem inkább politikai, vállalati témákat fesseget. Összefoglalva tehát a blog témáját tekintve bármiről szólhat és ami a nyilvánosságot illeti, általában bárki számára elérhető. [6]

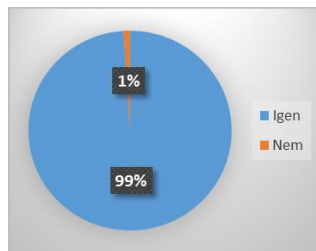
## **2.3. Kutatás**

Empirikus vizsgálat gyanánt egy kérdőívet készítettem, melyben arra kerestem választ, hogy az Y generáció tagjai mennyire tevékenyek a világhálón, illetve főként

mire használják az internetet. Ezt a kérdőívet 131 fő töltötte ki, ebből 50 fő férfi és 81 fő nő. Kérdőívemben rákérdeztem a válaszadók lakóhelyére, illetve végzettségükre is, mivel véleményem szerint ezeknek nagy szerepe van abban, hogy ki, mire használja az internetet, illetve mennyire tudják kihasználni az okostelefon lehetőségeit.

### 3 Eredmények

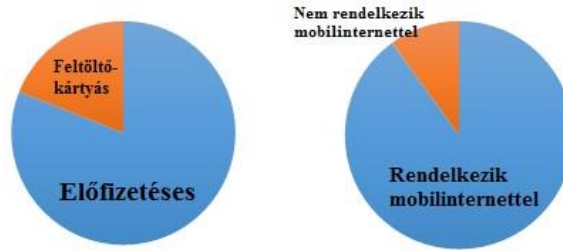
A kérdőívre adott válaszokból már első ránézésre is láthatóvá vált, hogy az Y generáció számára rendkívül fontos az internet, hiszen 95% azt válaszolta, hogy napi szinten több órát tölt el azzal, hogy az interneten böngészik, viszont hozzá kell tenni azt is, hogy ebből az arányból mindössze 8 fő az, aki nem a munkájához/tanulmányaihoz használja az internetet. A felsőoktatásban például rengeteg tananyagot, segédanyagot az interneten lehet megtalálni, illetve egyre népszerűbbé válik az olyan honlapok létrehozása is, amelyekre az oktatók töltik fel az általuk leadott tananyagot. Ezáltal a diákoknak csak figyelniük kell az előadáson elhangozzakra, nem kell külön a jegyzetelésre is időt szánni. [7] [8]



1. ábra

Okostelefonnal rendelkezők aránya

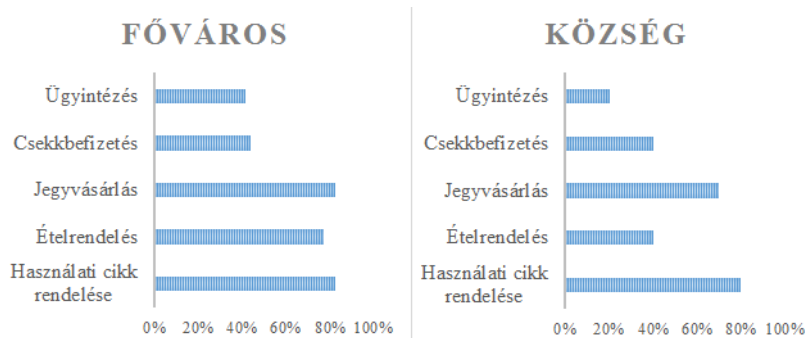
Az előző adat révén számítani lehetett arra, hogy a válaszadók többsége okostelefonnal rendelkezik, hiszen napi több órás internetezést csak így lehet megvalósítani, hiszen az otthonunktól távol nem minden esetben tudunk számítógépen böngészni. Ezt bizonyítja az 2. ábra, amin megállapíthatjuk, hogy valóban a válaszadók 99%-a rendelkezik okostelefonnal. Ilyen eszközzel kétféleképpen lehet a világhálóra felcsatlakozni; vagy WiFi segítségével, amit csak valamilyen intézményben érhetünk el, vagy mobilinternettel, amit akkor is be tudunk kapcsolni, ha épp utazunk. A 3. ábrán láthatóvá válik, hogy az előfizetéssel rendelkezők és a mobilinternettel rendelkezők aránya közel azonos, tehát a vásárlók általában olyan csomagot választanak, ami tartalmazza ezt a szolgáltatást.



2. ábra

Előfizetéssel, illetve mobilinternettel rendelkezők aránya

A következő felmérésben azt vizsgáltam, hogy a lakóhelytől mennyire függ az, hogy az Y generáció tagjai különböző tevékenységeket online végeznek. Úgy gondoltam, hogy egy kisebb községben nem gyakori az internet segítségével elvégezni különböző cselekvéseket, azonban erre a 3. ábra rácsófol, hiszen az ügyintézésen (pl. áram, gáz), illetve az ételrendelésen kívül, a fővárosi diagrammal azonos arányokat mutatnak a skálák.

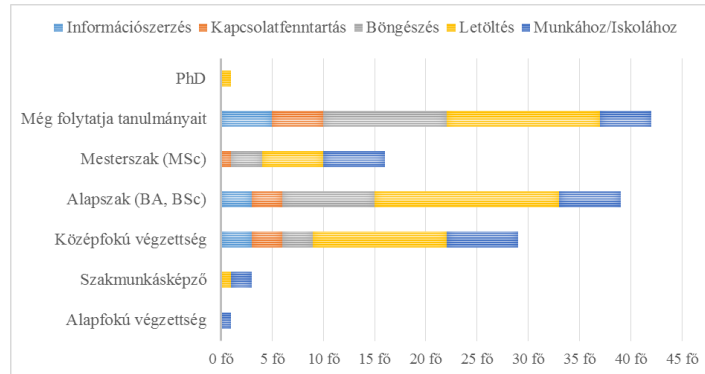


3. ábra

Fővárosban illetve községben mért online tevékenységet végzők aránya

A 5. ábrán megállapíthatjuk, hogy az Y generációs tagok (végzettségétől függetlenül) leginkább letöltésre használják az internetet. Ez azért különös számomra, mert például, akik még folytatják tanulmányaikat valamilyen intézményben, azt gondoltam, hogy főként a tanulmányaikkal kapcsolatosan veszik igénybe az internetet. Bár a letöltés nem feltétlenül csak a különböző zenék, filmek, stb. letöltését takarja, hanem a különböző oktatási segédleteket és tananyagokat is. Ki kell emelni emellett azt is, hogy páran a kapcsolatfenntartást jelölték első helyre, ami elég sajnálatos, hiszen egy offline beszélgetés sokkal tartalmasabb és nem adódhat félreértés sem egy-egy megnyilvánulásból, hiszen látjuk a másik fél reagálását, érdeklődését. Míg az online beszélgetés közben a saját hangulatunkhoz mérten reagáljuk le a beszélgetőpartnerünk válaszát, ami olykor feszültséget szülhet, főleg egy stresszesebb időszakban.





4. ábra

Első helyre rangsorolt tevékenységek aránya végzettség szerint

Az 1. táblázat azt mutatja meg, hogy az Y generációs tagok milyen gyakorisággal végeznek különböző szokásokat az interneten. Az első adatból láthatóvá válik, hogy a 21 és 36 év közöttiek több mint fele sokkal több időt tölt el az interneten, mint emennyit előzőleg tervezett, ráadásul konkrét információ-szerzés nélkül. Véleményem szerint ilyen esetekben általában a különböző közösségi oldalakon chatelnek a barátaikkal, filmet néznek, vagy blogot írnak. Ezzel szemben megnyugtató, hogy a megkérdezettek 90%-a nem igazán szokott új kapcsolatot létesíteni az internet segítségével. Sokszor hallhattuk már, hogy milyen veszélyes az interneten ismerkedni, mert nem tudjuk, hogy ki bújik meg az adott profil mögött. Nem tudjuk, hogy kivel osztjuk meg személyes ügyeinket és sokszor csak akkor derül fény az igazságra, amikor már késő. Sajnos napjainkban ez egy nagyon komoly probléma, hiszen még akit ismerünk, arról sem mondhatjuk el igazán, hogy 100%-ig tudjuk, ki is ő valójában.

Szintén kellemes meglepetés, hogy a válaszadók minimális százaléka állítja azt, hogy internetezés miatt romlik a tanulmányi, vagy a munkahelyi teljesítménye. Bár úgy gondolom az okostelefonokra letölthető játékok is képesek elterelni a figyelmet a fontos dolgokról, hiszen rengeteg kaland, logikai, sport, stb. játék érhető el, melyekre tipikusan azt szoktuk mondani, hogy „nem tudom lerakni” és képesek vagyunk akár órákig is játszani vele.

A következő szokás, miszerint „kevesebbet alszik a kellenél az éjszakába nyúló internetezés miatt” már sajnos sokkal több százalékot kapott. Tudniillik, hogy napi 8 óra alvásra van szüksége a szervezetnek, illetve az egyén is sokkal jobban érzi magát akkor, ha eleget alszik. Végül ami számomra meglepő, hogy csak a tagok 38%-a él a felhőalapú információ-tárolás lehetőségével, hiszen ez egy rendkívül népszerűnek vélt tárolási opció. Bár nem feltétlenül probléma, hiszen sok hátránya van az effajta adat-elhelyezésnek.

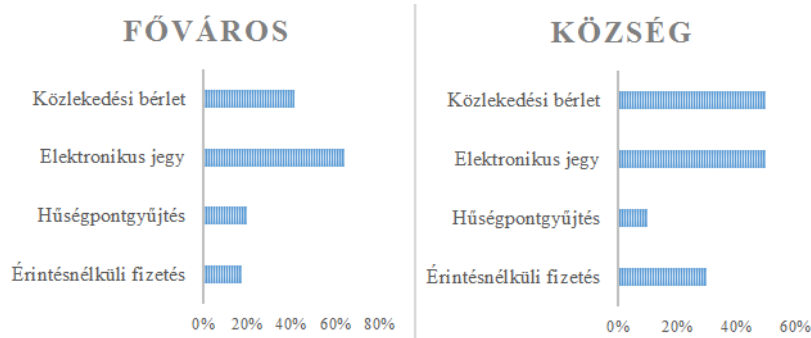
Szokások	Gyakran vagy mindig jellemző az Y generáció körében
Több időt tölt az interneten, mint amennyit előzőleg tervezett	58%
Információ-szerzés nélkül csatlakozik az internetre	53%
Új kapcsolat létesítése interneten keresztül	10%
Tanulmányi vagy munkahelyi teljesítmény romlik internetezés miatt	9%
Kevesebbet alszik a kelleténél az éjszakába nyúló internetezés miatt	22%
Felhőalapú információtárolás lehetőségével él	38%

1. táblázat

Különböző szokások gyakorisága az Y generáció körében

Az okostelefon megjelenése óta egyre több olyan lehetőség adódik, ami megkönnyíti, illetve leegyszerűsíti a hétköznapi életet. Azáltal, hogy alkalmunk nyílt az online jegyvásárlásra, ahol kényelmesen kiválaszthatjuk a megfelelő helyet, illetve utána azonnal kifizethetjük a jegyek árát az online bankrendszeren keresztül, nincs is más dolgunk, mint kinyomtatni, vagy a telefonunkra letölteni és felmutatni a jegyellenőrzésnél. Ez nincs máshogy a közlekedési bérlettel sem. Ez a megoldás megkímél minket az órákig tartó utazástól, esetleg egy hosszas sorban állástól. Az érintésnélküli fizetés, valamint a hűségpontgyűjtés okostelefon segítségével szintén hasznos funkció lehet, hiszen ha véletlenül otthon hagynánk a bankkártyánkat, vagy a hűségpontgyűjtő füzetünket, elegendő, csak a mobilunkat elővenni és a tranzakció, valamint a pontgyűjtés máris sikeres lehet.

Számomra meglepő eredményt mutat az 6. ábra, hiszen egy község lakói sokkal jobban kihasználják ezeket a lehetőségeket, mint a fővárosban élők. Bár logikusnak tűnhet az, hogy a közlekedési bérletet, illetve az elektronikus jegyet okostelefon segítségével mutatják be, hiszen a községben élőknek bonyolultabb lehet hozzáférni ezekhez a „papírokoz”.



6. ábra

Fővárosban illetve községben mért okostelefon segítségével végezhető tevékenységet végzők aránya

A kérdőívem utolsó kérdései arra vonatkoznak, hogy az Y generációs tagok mennyire tudnak együtt fejlődni a technológiával, azaz birtokolnak-e valamilyen okoseszközt, hallottak-e már az „IoT” kifejezésről, illetve, hogy el tudják-e képzelni azt, hogy egyre több tárgy válik okossá.

Számomra megdöbbentő eredmény az, hogy a válaszadók 6%-a válaszolta csak azt, hogy rendelkezik valamilyen okoseszközzel (pl. okosóra, okoszemüveg), ami ellentmond a Prím Online cikkével, amiben azt írják, hogy az Y generációs tagok jobban kedvelik ezeket az eszközöket, mint például a táblagépeket. [3]

Fontos megjegyezni azonban, hogy a 21 és 36 év közöttieknek csak a 26%-a ismeri az „IoT” kifejezést, mégis sokan (92%) hisz abban, hogy egyre több eszköz, illetve használati tárgy válik okossá. Ez valójában teljesszempontban igaz, hiszen az IoT megjelenésével az emberek bármilyen tárgyra képesek lesznek felcsatlakozni attól függetlenül, hogy milyen messze vannak az adott eszköztől.

## 4 Következtetés

Összefoglalásként megállapítható, hogy az Y generáció tagjai előnyben részesítik a különböző tevékenységek online elvégzését, az offline-nal szemben.

Ez egyrészt azért jó, mert a későbbi tervek között szerepel egy olyan pontrendszer bevezetése, ami arról szól, hogy az internetes tevékenységünk határozza meg azt, hogy mennyit érünk. Ennek értelmében a rólunk szóló adatok határoznák meg az élet területeit, valamint az árakat is. Magyarán minden egyes tettünk pontokkal jellemezhető és aszerint döntenek rólunk a boltokban, hotelekben, bankokban.

Erre a pontrendszeres jellemzésre olyannyira van esély, hogy Kína be is jelentette, hogy az állampolgárait aszerint kezelné, hogy hány pontja van netes tevékenységei alapján, ezzel ösztönözve a népet a jó magaviseletre. Például, ha valaki késik a munkahelyéről, pontot veszít és ennek eredményeképp nem mehet nyaralni, vagy a

gyerekét nem veszik fel a kiszemelt iskolába. Tehát minden negatívnak tekinthető cselekedetnek enyhébb, vagy súlyosabb következménye lenne, attól függően, hogy mit vétett az illető. Az Internet Plusz elnevezésű kezdeményezés viszont azt is kiemeli, hogy nem csak a rossz magaviseletet „díjazná, hanem a jó cselekedetet is megjutalmazná. Egyszóval Kína kihasználná azt, hogy mindenki az interneten ténykedik és azáltal, hogy a bankoknál, rendőrségnél, adóhatóságnál, munkáltatóknál is rögzítve vannak a lakosság adatai, megalkotná mindenki számára a saját profilját. Azonban ez lehetővé teszi az egyének számára azt, hogy ők is pontozhatják az orvosukat, önkormányzatokat, boltokat bánásmódjuk alapján. [9] Másrészt azért rossz, hogy a 21 és 36 év közöttiek több tevékenységet is online végeznek, mert ezek között a tevékenységek között szerepel a kapcsolatfenntartás is, ami egyáltalán nem jó. Ennek a lehetőségnek csak egy nagyon fontos előnye van, mégpedig az, hogy nagyon gyorsan tudunk segítséget kérni például tanulmány, vagy munka kapcsán, viszont nem lehet mindent a kellő részletességgel megbeszélni és megfigyelni a beszélgetőpartnerünk reakcióját. Fontos, hogy legalább ezt a „kényelmet” fosszuk meg magunktól és inkább szánjunk pár órát arra, hogy személyesen beszélgetünk barátainkkal, például egy kávézóban.

### Irodalomjegyzék

- [1] Osztályfőnökök Országos Szakmai Egyesülete Az internethasználat és a generációk közti különbségek, 2011. március 22.  
<http://www.osztalyfonok.hu/cikk.php?id=906> (Utolsó letöltés: 2017.02.17. – 11:02)
- [2] Tari, A.: Y generáció. Klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban. Jaffa Kiadó, Budapest 2010. pp. 16-24. ISBN 978 963 9971 20 2
- [3] Prím Online: Hódítanak a viselhető okoseszközök a digitális bennszülöttek körében, 2016. szeptember 26.  
<http://hirek.prim.hu/cikk/121262/> (Utolsó letöltés: 2017.02.18 – 13:37)
- [4] Haig, Zs.: Információ – Társadalom – Biztonság. NKE Szolgáltató Kft., Budapest 2015. p.65. ISBN 978-615-5527-08-1
- [5] Tari, A.: Y generáció. Klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban. Jaffa Kiadó, Budapest 2010. ISBN 978 963 9971 20 2  
[https://hu.wikipedia.org/wiki/Gener%C3%A1ci%C3%B3s\\_marketing](https://hu.wikipedia.org/wiki/Gener%C3%A1ci%C3%B3s_marketing)  
(Utolsó letöltés: 2017.02.17. – 11:15)
- [6] Evans, K: What is Blog? 9 experts share their blog definitions, December 21, 2016.  
<https://startbloggingonline.com/what-is-a-blog-definition/> (Utolsó letöltés: 2017.03.15. – 13:37)
- [7] Fehér-Polgár, P.: Felsőoktatásban Tanuló Hallgatók Biztonságtudatossága, TAYLOR: GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT: A VIRTUÁLIS INTÉZET KÖZÉP-EURÓPA KUTATÁSÁRA KÖZLEMÉNYEI 7:(3-4) pp. 15-21. (2015)
- [8] Fehér-Polgár, P.: Safety conscious of the students in higher education In: Gabriela Kristová, Peter Schmidt, Janette Brixová, Mária Szivosová (szerk.) Trends and Innovations in E- business, Education and Security: PROCEEDINGS Fourth International Scientific Videoconference of Scientists and PhD. students or candidates. 112 p. Bratislava: Ekonomická Univerzita v Bratislave, 2015. pp. 8-16. ISBN 978-80-225-3987-6
- [9] Pintér, M: Ahány pontod van, annyit érsz, 2016. október 25.  
<http://www.origo.hu/techbazis/20161024-pontrendszer-vezetnek-be-a-tarsadalomra-hogy-mit-kapj-meg.html> (Utolsó letöltés: 2017.02.18. – 14:15)