



NEMZETI
KÖZSZOLGÁLATI
EGYETEM
LUDOVIKA

EÖTVÖS JÓZSEF KUTATÓKÖZPONT
INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM KUTATÓINTÉZET

INTERNETES ATTITÜDÖK – RÉGIÓNK ÉS A VILÁGHÁLÓ

Egy kelet-közép-európai összehasonlító kutatás adatai





A Nemzeti Közszolgálati Egyetem Információs Társadalom Kutatóintézetének közép-európai kutatása négy ország: Csehország, Lengyelország, Magyarország és Románia bevonásával vizsgálta, hogy milyen jellemzők tárhatók fel a régió felnőtt korú lakossága körében az információs technológiák – elsősorban kommunikációs célú – használata során. A telefonos adatfelvétel 2019 októberében és novemberében készült, az eredmények kor, nem, iskolai végzettség, településtípus és régiók szerint is reprezentatívak a négy ország 18 év fölötti lakosságára nézve.

A kutatás főbb következtetései

- 1. A magyarok tartanak leginkább attól, hogy az online kommunikáció negatív hatást gyakorol a személyes kapcsolataikra.** A teljes magyar lakosság 60,5%-a szerint az online kommunikációs lehetőségek rontják a személyes kapcsolatok minőségét. Ugyanez az érték Csehországban 50,7%, Lengyelországban 38,9%, Romániában pedig mindössze 29%. Az internet előnyeinek megítélése tekintetében ugyanakkor egységes a régió. A kapcsolattartás új lehetőségeinek értékelése, illetve a digitális kultúra társadalomra gyakorolt pozitív hatásának megítélése sem mutatott országonként számottevő eltérést.
- 2. A Facebook kirívóan erős piaci pozícióval rendelkezik a közösségi média platformok versenyében, helyzete Magyarországon a legdominánsabb.** Az egész régióra jellemző, hogy a Facebook mellett a többi közösségi média felület alig rúg labdába, de a négy ország közül ez Magyarországon a legfeltűnőbb. Míg Csehországban és Lengyelországban korosztályos szakadék azonosítható a Facebook használatában, addig Magyarországon és Romániában az idősebb korosztályok is határozottan jelen vannak a platformon.
- 3. Az internethasználatra egy országban sem jellemző a tudatosság.** Bár az emberek tisztában vannak a veszélyekkel, sem képzéssel, sem szűrőszoftvekekkel nem védik magukat és családjukat. Ugyanez igaz az adatvédelemre is: a többség tisztában van az adatvédelem fontosságával és bizalmatlan az online adatkezelőkkel szemben, mégsem tesz adatainak biztonságáért.
- 4. Szignifikáns különbségek figyelhetők meg a régió országai között az információforrásokba vetett bizalom és a manipulációtól való félelem terén.** A négy ország összehasonlító elemzése során jelentős különbségek mutatkoztak a manipulációtól való félelem és a kapott információkban való bizalom területén. A magyar lakosság túlnyomó többsége nem tart attól, hogy az online világ egyes szereplői manipulálják őket. Viselkedésünk ebben a román felhasználókhöz áll a legközelebb. Magyarországon a reklámozókkal (23%), Romániában pedig a politikusokkal (22,5%) szemben a legbizalmatlanabbak az emberek. Csehországban és Lengyelországban magasabb a manipulálástól való általános félelem, és a csúcserkékek (amelyeket e két ország esetében is a reklámozókra kérdezve mértünk) szintén jóval magasabbak (52% és 40%).
- 5. Az e-business és az e-kormányzat területén jelentős fejlesztési potenciál van a régió idősebb lakói körében.** Az információs írástudás már kielégítő, de a használat terén még nagy a lemaradás, ami nagy lehetőségeket rejt mind a négy ország állami és üzleti szférája számára. Ugyanígy nagy lehetőségek vannak az életminőségjavító- és megelőző online szolgáltatások területén is.





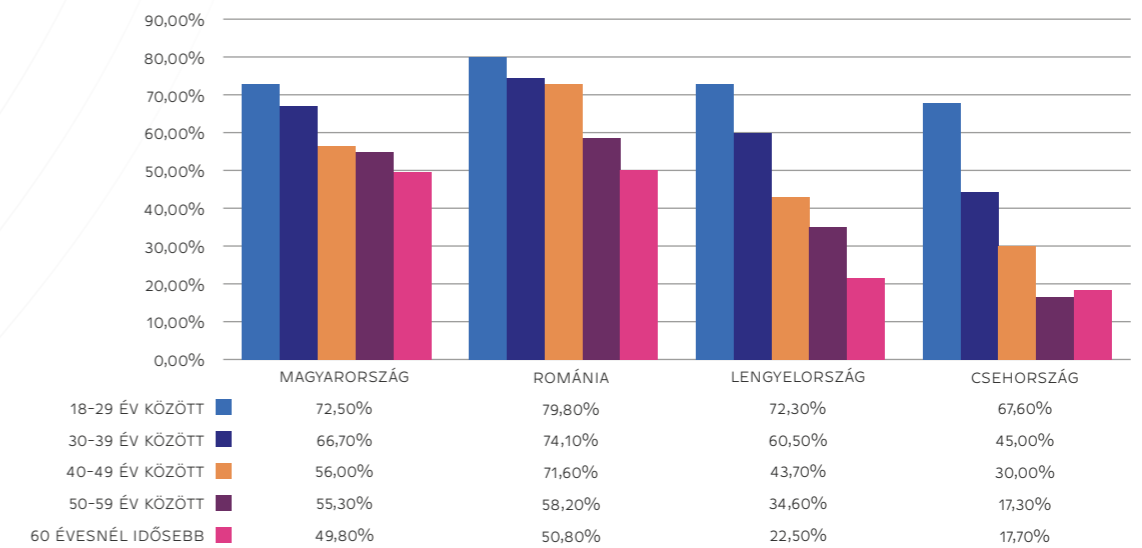
1. HASZNÁLATI SZOKÁSOK

Az **internetet napi rendszerességgel hírfogyasztásra** használók esetében Magyarországon az öt korgeneráció¹ között a legnagyobb eltérés 4,4%. Ezzel Magyarország egyedi helyzetben van a négy vizsgált országban belül, ugyanez az eltérés a cseheknél 31,9%, a lengyeleknél 19,2%, míg Romániában 16,9%. A hírfogyasztás célú használat körben **az idősebbek néhol még meg is előzik a fiatalokat**. A legidősebbek egyedül Lengyelországban használják kisebb arányban hírfogyasztásra az internetet napi rendszerességgel, mint a 18-29 év közöttiek, a másik három vizsgált országban megelőzik a fiatalokat.

A közösségi média platformok között **a Facebook domináns helyzetben van**. A legfiatalabbak közül 10-ből legalább 7-8 napi rendszerességgel Facebookozik, míg a legidősebbek között ez az arány 2-5 főre tehető. Csehországban és Lengyelországban az 50 év fölöttiek körében jelentősen csökken a facebookozók aránya, ezzel szemben a magyar és a román adatok valamennyi korosztályban magas használati értéket mutatnak. Más közösségi médiaalkalmazást a teljes lakosság 27-45%-a használ.

¹ Jelen elemzésben az öt korgenerációt a következők szerint osztottuk fel: 18-29 év közöttiek a *legfiatalabbak*, 30-39 év közöttiek a *fiatalok*, 40-49 év közöttiek a *középkorúak*, 50-59 év közöttiek az *idősebbek*, 60 éves vagy annál idősebbekre pedig *legidősebbeként* hivatkozunk.

FACEBOOK NAPI HASZNÁLÓK KOROSZTÁLY SZERINT A TELJES LAKOSSÁG KÖRÉBEN



Az **online szórakozás** területén kifejezetten jelentős különbség figyelhető meg a legfiatalabbak és a legidősebbek között. Előbbiek 90%-a fogyaszt így filmeket, míg az legidősebbeknek csak maximum 34-42%-a. A zenehallgatás aránya a legfiatalabbaknál hasonló a filmekéhez, míg a legidősebbek körében jóval kisebb (38-63%). A tartalmegosztás terén 75-85% áll szemben 40%-kal.

A fogyasztott tartalmakért való **fizetési hajlandóság** terén különbségek mutatkoznak a vizsgált országok között. Magyarországon a legnagyobb az aránya azoknak, akik kizárólag ingyenes oldalakon, ingyenes letöltések útján néznek filmeket vagy hallgatnak zenét. Magyarországon ez a filmek esetében a válaszadók háromnegyede, Csehország esetében a kétharmada, Lengyelország és Románia esetében pedig az embereknek mintegy a fele.

Az **online vásárlás** is a legfiatalabbak körében elterjedtebb (72-95%), a legidősebbeknél jelentős a szórás (Magyarország 51,6%, Csehország 62,9%, Lengyelország 43,9%, Románia 26%), de ez a terület mindenképpen fejleszthető, hiszen az idősebbek fele, háromnegyede nem vásárol az interneten. Mint látható, a használat terén az idősebb korosztály több területen is igen aktívnek mutatkozik a vizsgált országokban, ellenben az e-business tekintetében jelentős lemaradás tapasztalható.

2. ORSZÁGONKÉNT ELTÉRŐ VISZONY AZ INTERNETHEZ

A kutatás eredményei arra utalnak, hogy míg a magyar lakosság többségének attitűdje az online világhoz kétarcú (feszültség figyelhető meg a használat és a megítélés egyes mért jellemzői között), addig ilyen sarkos megállapítások Csehország, Lengyelország és Románia kapcsán általános jelleggel nem fogalmazhatók meg.

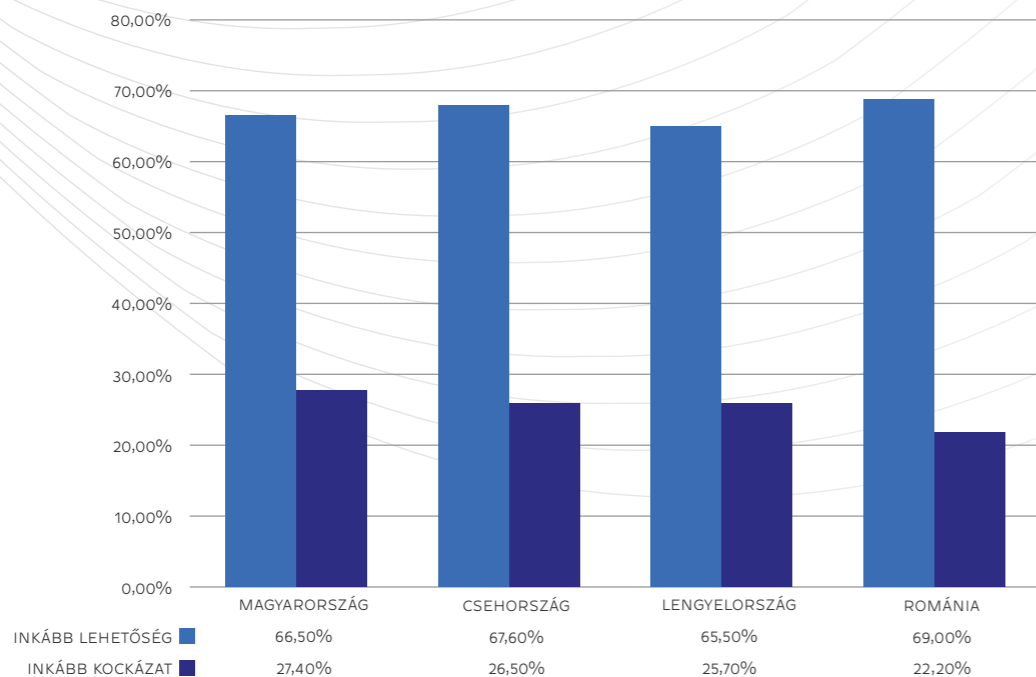
A teljes magyar lakosság 60,5%-a szerint az online kommunikációs lehetőségek rontják a **személyes kapcsolatok minőségét**, de 63% úgy gondolja, hogy a közösségi média kitűnő lehetőséget nyújt a kapcsolattartásra mind a családtagokkal, mind a barátokkal. Ezen a téren látványos különbségek fedezhetők fel az egyes országok attitűdjét illetően: míg Csehországban 50,7%, Lengyelországban 38,9%, addig Romániában mindössze 29% véli negatívnak az online kommunikáció személyes kapcsolatokra gyakorolt hatásait. A kapcsolattartásban rejlő lehetőségeket illetően az látható, hogy az 51,5%-os cseh és 74,6%-os román szélső értékek között a magyarok a lengyelekkel igen hasonló arányban (62,7% és 64,5%) tekintenek lehetőségként a közösségi médiára.

A magyar lakosság 80%-a az internet előnyeként azonosítja, hogy könnyen kapcsolatba lehet lépni ismerősökkel (e téren nem tapasztalható nagy szórás a másik három országot illetően: Csehország 67,8%, Románia 74%, Lengyelország pedig 76,1%), de 58% tart attól, hogy az **online formák átveszik a közvetlen személyes kapcsolattartás szerepét**. Azon túl, hogy az ilyen irányú félelem nálunk messze a legmagasabb, a másik három ország adatai e téren nem mutatnak számottevő eltérést.

egymástól (Csehország: 45,2%, Lengyelország 45,6%, Románia: 49,9%). Mindemellett hazánkban 57% gondolja úgy, hogy **az online kommunikáció túl sok időt vesz el** az életéből; ezzel szinte azonos arányokat mutatnak a csehek (58,4%), jóval megelőzve a lengyeleket (44,7%) és még inkább a románokat (36,8%).

Az ambivalens érzésekkel együtt is mindenhol markáns többségben vannak azok, akik szerint a digitális szolgáltatások és az online tevékenységek gyors ütemű fejlődése inkább **lehetőséget jelent az egyén és a társadalom számára**.

AZ ÖN MEGLÁTÁSA SZERINT A DIGITÁLIS SZOLGÁLTATÁSOK, ILLETVE AZ ONLINE TEVÉKENYSÉGEK GYORS ÜTEMŰ FEJLŐDÉSE ÖSSZESEN INKÁBB LEHETŐSÉG, VAGY KOCKÁZAT AZ EGYÉN, ILLETVE A TÁRSADALOM SZEMPONTJÁBÓL?

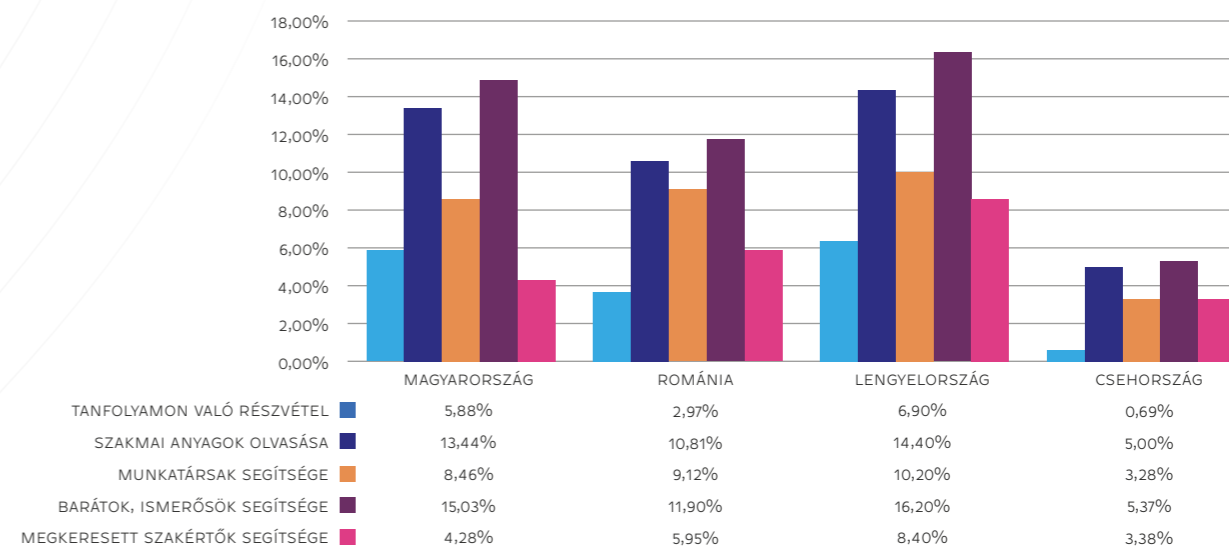


3. JELLEMZŐEN HIÁNYOS TUDATOSSÁG

Bár az internet használatára való felkészülés egyre nagyobb mértékben jelenik meg a formális oktatás alsó szintjein, a felnőttek körében még mindig az **önképzés** különböző formáit érdemes vizsgálni. Ezen a téren igen alacsony értékeket mértünk minden országban, a legmagasabb érték sem éri el a teljes lakosság harmadát. Az önmagukat képzők aránya Magyarországon 28,2%, Lengyelországban 25,7%, Romániában 16%, míg Csehországban 8,8%. Rájuk az jellemző, hogy több információforrást is használnak egyszerre, és leginkább a barátok, ismerősök segítségét veszik igénybe, ezt a különböző szakmai anyagok olvasása követi. A lenti grafikonon a különböző információforrások használata látható az önképzéseket végzők csoportján belül.



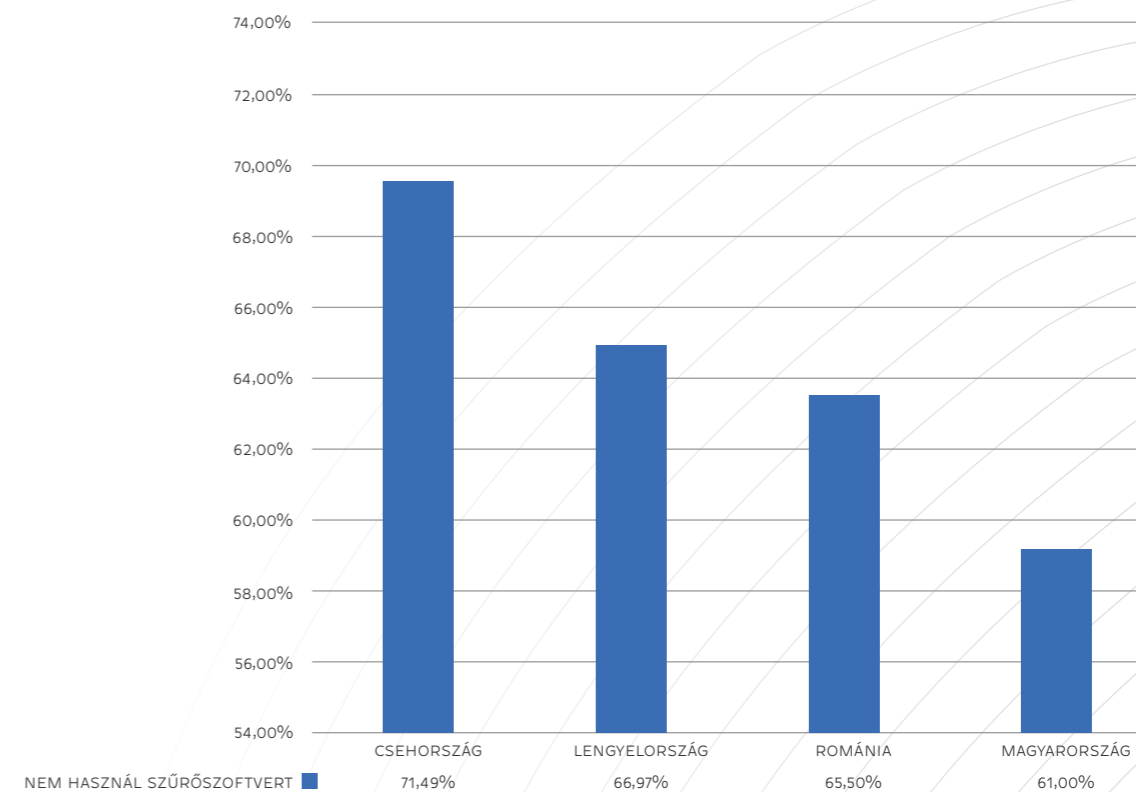
MILYEN MÓDON KÉPEZI MAGÁT AZ INTERNET HASZNÁLATÁRA?



Hasonlóan alacsony tudatosságot mutat a **szűrőszoftverek** alkalmazása. Hazánkban és Csehországban a teljes lakosság 71%-a, Lengyelországban 67%, Romániában pedig 65% nem használ semmilyen szűrőszoftvert annak érdekében, hogy védekezzen az interneten elérhető káros tartalmakkal szemben.

A gyerekes családoknál sem figyelhető meg nagyobb tudatosság, a 14 év alatti gyereket nevelők 61%-a Magyarországon semmilyen szűrőszoftvert nem használ, ugyanez az arány Romániában 65,5%, Lengyelországban 66,97%, míg Csehországban 71,49%.

A 14 ÉV ALATTI GYERMEKEKET NEVELŐK SZŰRŐSZOFTVER HASZNÁLATA



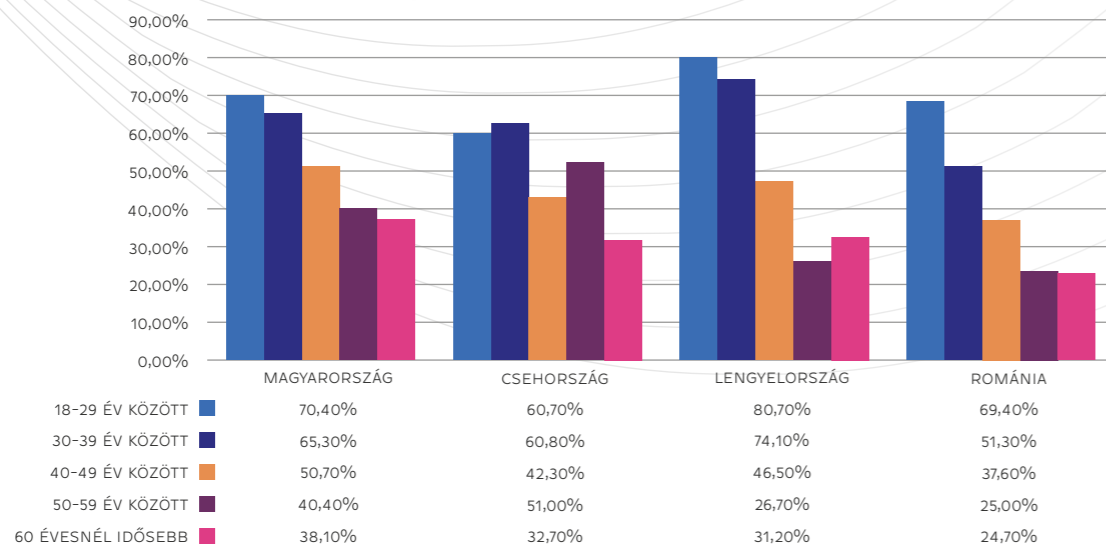
Arra a kérdésre, hogy előfordult-e már, hogy azért tartózkodott az internet használatától, mert a digitális világban mindennek nyoma maradhat, a magyar lakosság 37%-a válaszolt igennel. E tekintetben igen nagy a szórás a régióban: Csehországban és Romániában érzékelhetően alacsonyabb (26% és 30%), Lengyelországban ugyanakkor jelentősen magasabb (56%) azok aránya, akik adott esetben a „digitális lábnyom” jelensége miatt tartózkodnak az internet használatától.

4. NEM NAGYON TÖRŐDÜNK A FACEBOOKON KEZELT ADATAINKKAL

Az adatvédelemmel a vizsgált országok jelentős részében a felhasználók alig több mint fele foglalkozik, annak ellenére, hogy sokan egyáltalán nem bíznak az online adatkezelőkben. Magyarországon az emberek 46,9%-a, a csehek 47%-a, lengyelek 40%-a, románok 55%-a **soha nem állított még az adatvédelmi beállításain** a Facebookon.

A vizsgált országok mindegyikében a fiatalok (18-29 éves korosztály) a legtudatosabbak ezen a területen, és minél idősebb valaki, jellemzően annál kevesebbet foglalkozik ezzel a kérdéssel.

ÁLLÍTOTT VALAHA AZ ADATVÉDELMI BEÁLLÍTÁSAIN A FACEBOOKON



A fenti számok annak tükrében tűnnek kimondottan alacsonynak, hogy **nagyon kevesen érzik teljes biztonságban adataikat** a Facebookon: a magyaroknak 4%-a, a cseheknek 2,9%-a, a lengyeleknek 1%-a, a románoknak pedig 12,9%-a. A vizsgált országok közül Magyarországon a legáltalánosabb a bizalmatlanság a Facebookon, hazánkban 41,8% azoknak az aránya, akik egyáltalán nem érzik biztonságban személyes adataikat (Csehország 24%, Lengyelország 22,9%, Románia 35,5%). Általánosságban az mondható, hogy a vizsgált országok mindegyikében inkább nem érzik biztonságban az adataikat a felhasználók.

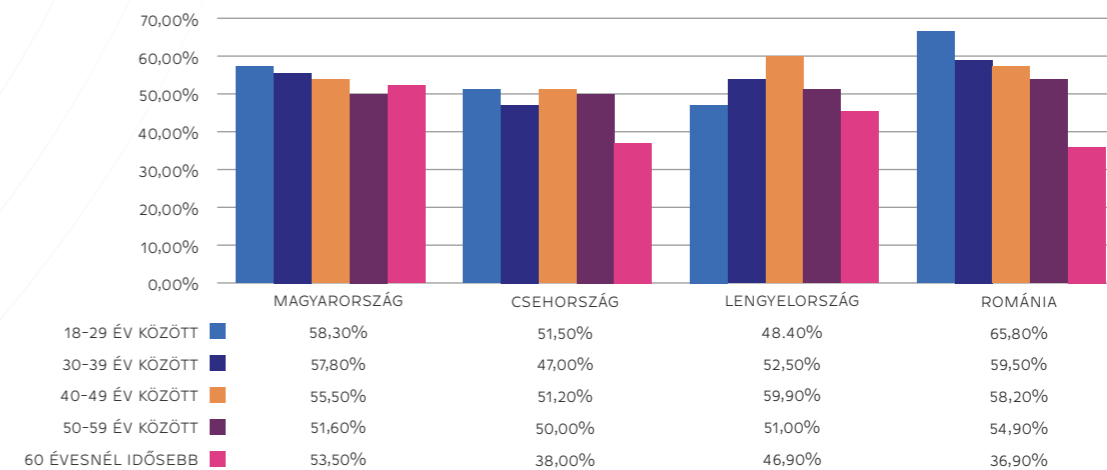
5. PASSZÍV HÍRFOGYASZTÁS, DE FONTOSNAK TARTOTT ÚJSÁGÍRÁS

Az internetet hazánkban naponta 54%, hetente többször 14%, legalább hetente vagy havonta többször további 8% használja hírfogyasztásra. A napi szinten hírfogyasztók aránya egyedül Lengyelországban magasabb (60% felett), míg Csehországban 44,6%, Romániában 42,3%. Ha az internetet hírfogyasztásra legalább hetente, illetve havonta többször használók táborát nézzük, akkor az látható, hogy a magyarországi 76%-hoz hasonló a 72%-os román adat, és egyaránt 87-88% jellemzi Csehországot és Lengyelországot.

A közösségi média szerepe a hírfogyasztásban itthon kifejezetten nagy: az internetezők 75%-a használja ezeket a szolgáltatásokat ilyen célra valamilyen rendszerességgel; ez a szám kísértetiesen hasonló – bár a magyar számoknál némiképp alacsonyabb – értékeket (egyenként 67-68%) mutat a régió másik három országában.

A közéleti híreket három országban a többség passzívan fogyasztja, vagyis **csak az eléje kerülő hírekől tájékozik**. Magyarországon 34%, Lengyelországban és Romániában csupán 29-29% mondta, hogy maga keres utána az ilyen híreknek, egyedül Csehországban igaz majdnem minden második lakosra (49%) a hírfogyasztás aktív formája.

A HÍREKET PASSZÍVAN FOGYASZTÓK (CSAK AZ ELÉJE KERÜLT ÖLTVÉNY) ARÁNYA A TELJES LAKOSSÁGON BELÜL

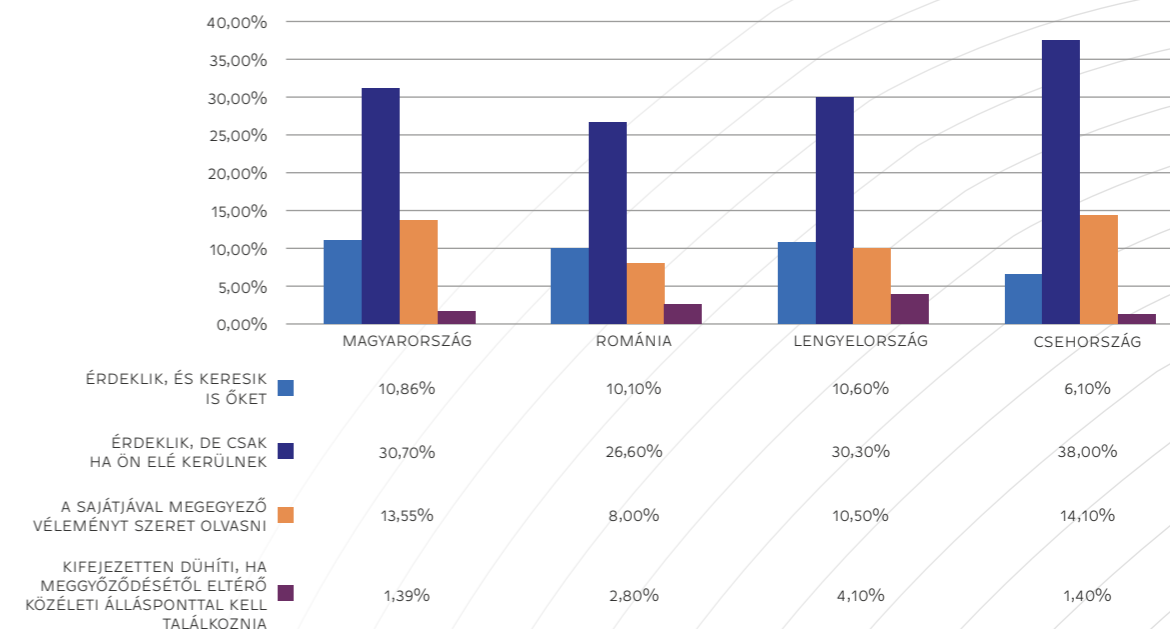


Ami a közéleti hírek iránti érdeklődést illeti, szintén releváns eltérések tapasztalhatók a két szélső érték tekintetében: míg Csehországban csupán 3,6%, addig Lengyelországban majdnem minden ötödik válaszadó (19,3%) állította, hogy nem érdeklődik az ilyen típusú hírek.

A négy állam válaszadóinak hasonló a közéleti álláspontokhoz való hozzáállása: tízből öten-hatan nyilatkoztak úgy, hogy érdeklődik a **meggyőződésüktől eltérő közéleti álláspontok**, de csak akkor, ha azok „maguktól” eléjük kerülnek.

A passzív tájékozódásra utaló fenti adatok különösen figyelemre méltóak az egyre inkább algoritmusok által vezérelt hírfogyasztás világában.

ÉRDEKLIK-E ÖNT A MEGGYŐZŐDÉSÉTŐL ELTÉRŐ KÖZÉLETI ÁLLÁSPONTOK?



Hazánkban a többség, 54% azt szereti, ha a **hírekhez közvetlenül**, vagyis értékelés, elemzés nélkül jut hozzá. Itt Romániával (52%) együtt a középértéket képviseljük, hiszen Csehországban alacsonyabb (45%), míg Lengyelországban magasabb (62%) ez a mutató. Ezzel párhuzamosan pedig Lengyelországban 32%, míg a másik három országban 40-45% azoknak az aránya, akik értékeléssel, elemzéssel együtt szeretnek fogyasztani a híreket. A többség mind a négy országban úgy gondolja, hogy **az újságok és az újságírók tevékenysége a társadalmi párbeszéd nagyon fontos része** (cseh: 55%; román: 58%; lengyel és magyar: 61-61%).

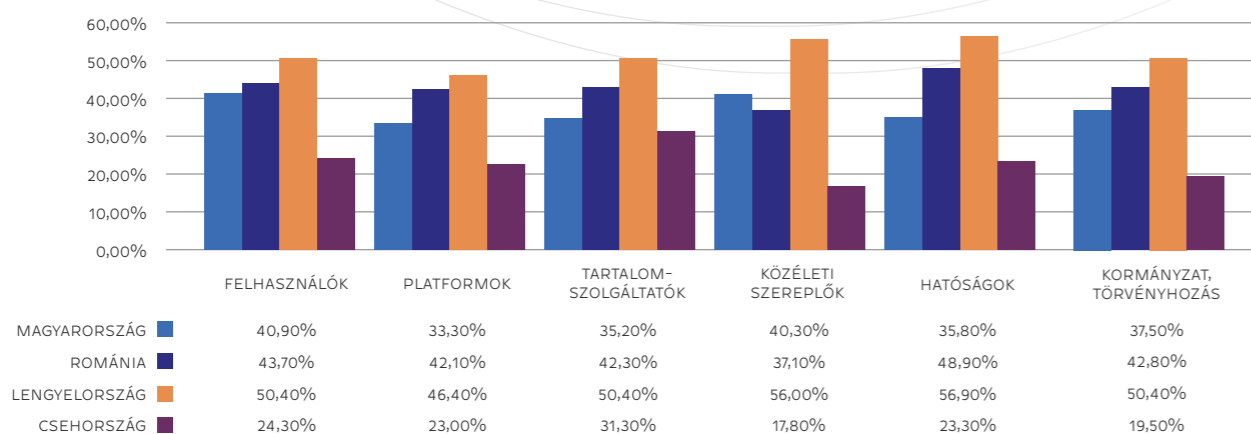
6. AZ INTERNET A TÁRSADALMI PÁRBESZÉDBEN

Hasonló mintázat figyelhető meg azon vélemény kapcsán, amely szerint **az internet előnyös**, mert hétköznapi emberek is megoszthatják véleményüket a társadalmi nyilvánossággal (Románia: 47%; Lengyelország és Magyarország 49-49%; Csehország 54%), és még kisebb az eltérés azok arányát tekintve, akik úgy vélik, hogy **az internet inkább kockázatos**, mivel a társadalmi együttélésre nézve veszélyes álláspontok szabadon terjedhetnek (40-44%).

A **névtelen kommentelésre** vonatkozóan ugyanakkor kifejezetten negatívba fordul a társadalmi megítélés hazánkban, jelentős eltérést mutatva a másik három országban mérttől. Ezt itthon a megkérdezettek kétharmada káros dolognak tartja, mivel felelőtlen megnyilatkozásokra sarkall; ugyanez az érték Lengyelországban 58%, míg Csehországban és Romániában az 50%-ot sem éri el (49% és 44%). A négy országra vetítve 26,5% (magyar) és 47,7% (román) közé tehető azok aránya, akik ezzel ellentétesen vélekednek, szerintük ez a közlési mód jó dolog, mert sokan így mondhatják el szabadon a véleményüket.

A kutatási eredmények mind a négy államban egyértelműen azt mutatják, hogy a vizsgált országokban valamennyi érintett (felhasználók, platformok, tartalomszolgáltatók, politikusok, hatóságok, kormányzat) **közös felelősségének látják, hogy javul-e a társadalmi párbeszéd színvonala** az interneten.

ÖN SZERINT MENNYIRE LENNE FELADATUK A PÁRBESZÉD SZÍNVONALÁN?



Megjegyzés: ötös skálán a teljes mértékben feladatuk lenne, legmagasabb értéket választottak aránya a teljes lakosságon belül

7. A FACEBOOK A KÖZBESZÉD KIEMELKEDŐ JELENTŐSÉGŰ FÓRUMA

Több kérdéssel igyekeztük körbejárni mind a négy országban az internetezők Facebook-használati jellemzőit.

A használati adatok azt mutatják, hogy a Facebook rendkívül erős piaci helyzetben lévő közösségi szolgáltatás valamennyi országban. Míg a Facebookot valamennyi vizsgált országban tízből legalább hét internetező használja havonta legalább egyszer (Románia 85%; Magyarország: 79%; Csehország: 70%; Lengyelország: 67%), addig az összes többi közösségi médiát (Twitter, Instagram, LinkedIn stb.) együttvéve is sokkal kisebb arányban keresik fel legalább havi rendszerességgel. Ez a szám hazánkban a legalacsonyabb (27%), nem sokkal követnek minket a lengyelek (33%), majd a románok (37%), végül a csehek (45%).

A kutatás kitért a platform **moderálási gyakorlatára** is, vagyis arra, hogy milyen gyakran töröl megjegyzéseket a Facebook. Hazánk (10,1%) mellett Lengyelországban (9,8%) és Csehországban (9,5%) gyakorlatilag minden tizedik facebookozó nyilatkozott úgy, hogy előfordult már vele, hogy egy bejegyzését törölte a Facebook, vagy egy időre letiltották a szolgáltatás használatáról; ez a szám Romániában némiképp magasabb, ott gyakorlatilag minden hetedik válaszadó (14%) tapasztalt hasonlót.

Az érintettek eltérő arányban nyilatkoztak arról, elégedettek voltak-e a moderálás tekintetében a szolgáltatótól kapott magyarázattal. Romániában 45%, Magyarországon 36%, Lengyelországban 27%, míg Csehországban mindössze 17% találta kielégítőnek a törlés vagy tiltás indokait. Megjegyzendő, hogy az érintettek 33-48%-a egyáltalán nem kapott információt a Facebooktól.

A Facebooknak a társadalmi párbeszédben meglévő szerepére vonatkozó eredmények igen figyelemre méltóak: e szerint a facebookozók közül hazánkban és Romániában négyből legalább hárman, Csehországban és Lengyelországban ennél is többen, gyakorlatilag tízből kilencen legalább heti rendszerességgel hírfogyasztásra használják a szolgáltatást.

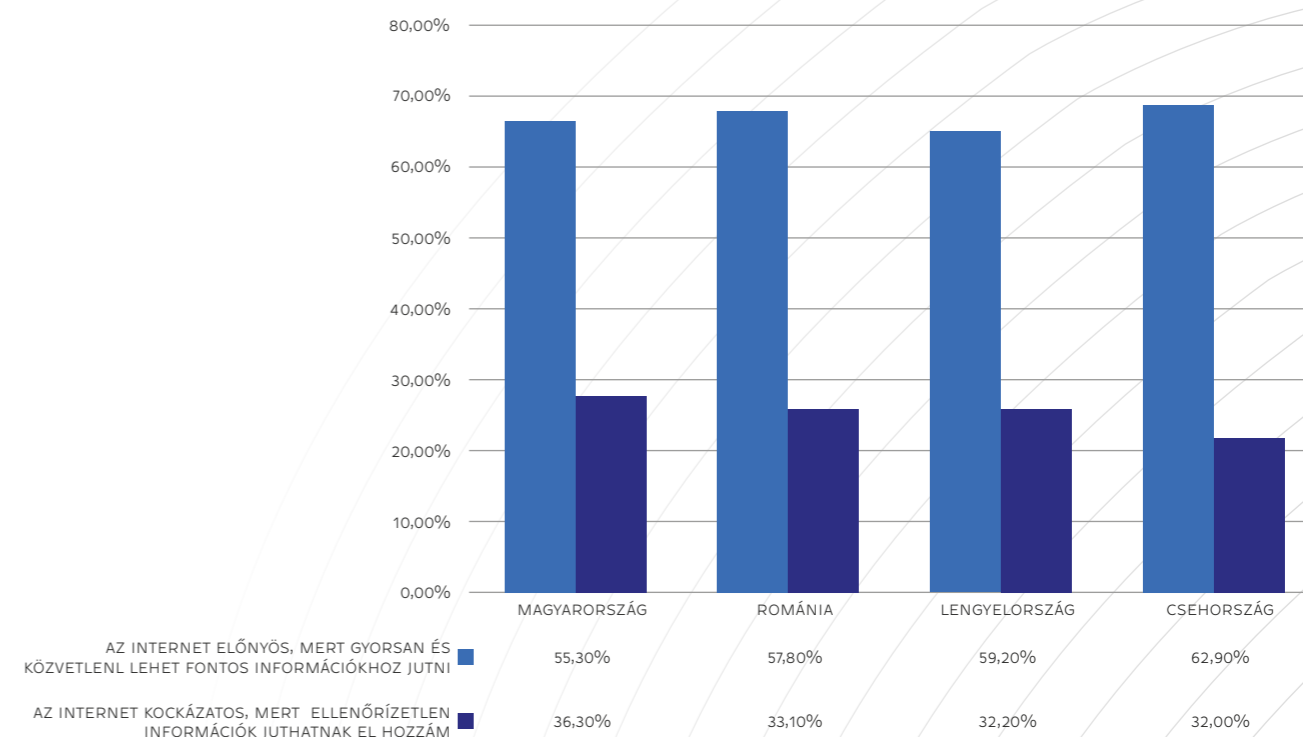
A kutatásban szereplő négy országot nézve elmondható, hogy nagyságrendileg minden második ember ért egyet – legalább nagyjából – azzal, hogy a Facebook kitűnően használható társadalmi fórumként (közéleti aktivitásra és véleménynyilvánításra) vagy hírek megismerésére. Csehországban 42%, Magyarországon és Lengyelországban 46%, Romániában pedig 55% az e véleményt képviselők aránya.

8. LÉNYEGÉBEN NINCS KOROSZTÁLYOS SZAKADÉK AZ ÁLTALÁNOS ATTITÚDBEN

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy az információs társadalomhoz, a digitális világhoz való **általános viszonyulás tekintetében nincsenek jelentős különbségek** az egyes korcsoportok között sem a magyar társadalomban, sem – egy-egy kiugró, szélsőséges esetet kivéve – a kutatásban szereplő másik három országban.

Például, ha azt a kérdést nézzük, hogy az online kommunikációs lehetőségek rontják-e a személyes kapcsolatok minőségét, a mért legfiatalabb (18-29 éves) és legidősebb (60 évnél idősebb) korosztályt tekintve, a három országban hasonló arányban választottak igennel (Magyarország: 58,3% vs. 61%, Lengyelország: 33,8% vs. 35,5%; Románia: 28,4% vs. 23,5%), és egyedül Csehországban tapasztalunk jelentős korosztályos szakadékot (27,5% vs. 56%). Ennyi „kilengés” sincs a kutatásban résztvevő államok lakossága között például abban, hogy milyen arányban gondolják azt, miszerint az online kommunikáció túl sok időt vesz el tőlük (Magyarország: 57,7% vs. 53,2%, Csehország: 52,6% vs. 56,5%; Lengyelország: 34,9% vs. 39,4%; Románia: 37,2% vs. 34,6%).

AZ INTERNET ÉRTÉKE



Valamennyi vizsgált országban, minden korosztályban egyértelmű többségben vannak azok, akik szerint az internet előnyös az információszerezésben, mert gyorsan és közvetlenül juthatnak fontos információkhoz.

Szintén mind a négy ország mindegyik korosztályára igaz, hogy azok vannak döntő többségben, akik a digitális világ gyors fejlődésében a lehetőséget látják, szemben azokkal, akik szerint ez inkább kockázatot jelent. És bár az egyes országok abszolút értékei közt mutatkoznak különbségek, a százalékos arányokban a korosztályok nem térnek el egymástól. (Hazánkban 24,5% vs. 29,9%; Lengyelországban 24,8% vs. 30%; Romániában 23,7% vs. 20,6%). Az egyetlen ettől eltérő mintázat Csehországban van, ahol a legfiatalabb korosztály sokkal alacsonyabb arányban (7,2%) tekinti kockázatosnak a digitális világot, mint a legidősebb (37,6%).

Vannak azonban olyan kérdések is, különösen a társadalmi párbeszéd kérdéskörében, ahol **szignifikáns különbség** látszik a fiatalabb és idősebb generációk megközelítése között:

- Hazánkban a legfiatalabbaknál 60% azok aránya, akik előnyösnek látják azt, hogy az interneten az emberek megoszthatják a véleményüket a nyilvánossággal, és csak 36% azoké, akik szerint ez kockázat, mert a veszélyes álláspontok is szabadon terjedhetnek. Ugyanez az arány a legidősebbeknél 40% vs. 46%. Ez a tendencia, Csehországra, és Lengyelországra is igaz; egyedül Románia lóg ki a sorból. Keleti szomszédunknál gyakorlatilag teljesen egyenletesen oszlik meg az említett kérdésben az internetet előnyösnek (46,9%) és kockázatosnak (44,5%) ítézők tábora, ami alig tér el a legfiatalabbak (46,8% vs. 45,7%) és legidősebbek (46,3% vs. 42,1%) véleményétől.
- A legfiatalabbak közül jóval többen ítélik meg pozitívan a névtelen kommentelés lehetőségét. Bár hazánkban a többség (56%) ebben a korcsoportban is felelőtlen megnyilatkozásra sarkalló káros jelenségnek tartja az anonim hozzászólásokat, 41% a sokak számára a szabad véleménynyilvánítás lehetőségét jelentő megoldást lát benne. Ugyanez az arány a legidősebbeknél 70-19. E tekintetben Magyarországhoz hasonló tendencia figyelhető meg Lengyelországban: míg a legfiatalabbak 53,7%-a károsnak tartja a kommentelés lehetőségét (43,6% szerint jó dolog), addig a legidősebbek körében jóval szembe tűnőbb az arány (60,4% vs. 28,9%). Romániában és Csehországban viszont jóval kiegyenlítettebbek az arányok: valamennyi arány 42-61% közötti sávban mozog (beleértve mind a kommentelést támogatókat és elutasítókat, mind a legfiatalabbak és legidősebbek „táborát” egyaránt).
- Nagy különbségek mutatkoznak az újságírók társadalmi hasznosságának megítélését illetően is. Bár itthon a legfiatalabbak 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 ez az arány 63% vs. 27%. Az újságírók megítélése a kutatásban résztvevő másik három országban is hasonló, azaz a legidősebb korosztály nagyobb arányban tartja fontosnak az újságírók szerepét a társadalmi párbeszéd színvonalának fenntartása végett. A sorból kilógó értéket egyedül a cseh fiatalok mutatnak, akik körében az újságírók elutasítottasága magasabb értéket (61,6%) mutat az újságírók munkáját pozitív színben feltüntetőkénél (37%).



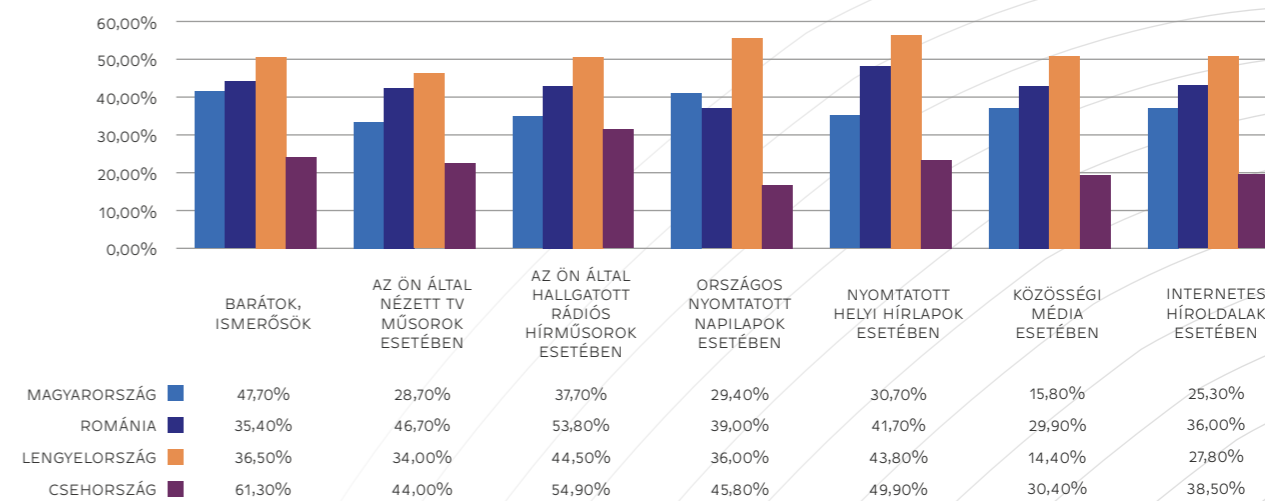
9. JELENTŐS KÜLÖNBESÉGEK A MANIPULÁCIÓTÓL VALÓ FÉLELEM, ÉS ELTÉRŐ ATTITÚD A KAPOTT INFORMÁCIÓBAN VALÓ BIZALOM TERÉN

A magyar lakosság többsége nem tart attól, hogy az online világ egyes szereplői² manipulálják őt. A **manipulációtól való félelemnek** – a reklámozók esetében mért – legmagasabb értéke is alig 23%-ot ér el. A manipulációhoz való hozzáállást illetően összességében Románia mutatott hasonló értékeket hazánkhoz, hiszen keleti szomszédunknál is csak egy kategória kapcsán válaszolt az internetezők legalább ötöde úgy, hogy tart valamilyen manipulációtól, bár esetükben ez a politikusokra irányult (22,5%).

Jelentősen eltérő attitűd mutatkozott azonban a másik két ország esetében. Csehországban például az ismerősök (11%) kivételével nem találunk egyetlen olyan szereplőt sem, akik manipulációjától legalább minden ötödik internetező ne tartana. A reklámozók esetében ez legalább minden második emberre igaz (52%), de közel egyharmaduk hasonló hozzáállást mutat a civil szervezetek (31%), a gépek által gyártott tartalmak és a közösségi platformok (29-29%) tekintetében. Hasonló a helyzet Lengyelországban is, bár egy fokkal kevésbé szélsőséges értékekkel: az ismerősökön (13%) és a társadalmi szervezeteken (17%) kívül minimum az internetezők 20%-a tart manipulációtól, és a legmagasabb értéket itt is a reklámozók (40%) „produkálták”; jóval több szereplőnél mutatott viszont a kutatás 30% feletti értéket, például a politikusok (37%), a gépek által gyártott tartalmak (35%), a kormányzat (33%) vagy külföldi hatalmak (31%) esetében.

Az emberek többsége nem bízik a különféle **információforrások hitelességében**. Egyedül Csehországban éri el az 50%-ot bizonyos információforrásokba vetett bizalom mértéke: a barátok és ismerősök felé 61%, a rádiós hírműsorok felé 55%, a nyomtatott helyi lapok felé pedig 50% fordul bizalommal. Valamennyi országban bizalmatlanság övezi a közösségi médiából szerzett információkat: a lengyeleknek mindössze 14, a magyaroknak 16, a cseheknek és a románoknak 30-30%-a bízik bennük

MELYIK INFORMÁCIÓFORRÁSBAN BÍZIK MEG?



Megjegyzés: ötös skálán a megbízom és a teljes mértékben megbízom értéket választottak aránya a teljes lakosságon belül

2 A kutatás az alábbi szereplőkre kérdezett rá: (1) közösségi platformok; (2) keresőoldalak; (3) reklámozók; (4) újságírók; (5) politikusok; (6) kormányzat; (7) társadalmi/civil szervezetek, aktivisták; (8) szakértők, tanácsadók; (9) külföldi hatalmak; (10) celebek, influencerek; (11) ismerősök; (12) gépek által gyártott tartalmak; (13) nagyvállalatok.

**A KUTATÁSI JELENTÉST KÉSZÍTETTE:
TÖRÖK BERNÁT, RAB ÁRPÁD ÉS SZIKORA TAMÁS
2020**

**NEMZETI KÖZSZOLGÁLATI EGYETEM
EÖTVÖS JÓZSEF KUTATÓKÖZPONT
INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM KUTATÓINTÉZET**

**1083 BUDAPEST, LUDOVIKA TÉR 2.
HONLAP: ITKI.UNI-NKE.HU
BLOG: LUDOVIKA.HU/ITKIBLOG
E-MAIL: ITKI@UNI-NKE.HU**