

Internethasználat és szubjektív életminőség vizsgálata az idős generációban

Ercsey Ida
Széchenyi István Egyetem

A TANULMÁNY CÉLJA

Napjainkban az internet egyre fontosabb szerepet tölt be az idős generáció életében. A népesség öregedésével párhuzamosan előtérbe került az idősebb korosztály jólléte és életminősége, valamint elégedettségi szintjének felmérése. Nemzetközi kutatási eredmények alapján az idős korúak internetezési és szabadidős tevékenységei között pozitív irányú kapcsolat mutatható ki. A tanulmány célja az idős generáció internet használatának és social media aktivitásának feltérképezése, és a szubjektív életminőségre gyakorolt hatásának vizsgálata.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Az első kutatási kérdés vizsgálatához szekunder forrást használtunk, az IKT és a szubjektív életminőségi adatok másodelemzésével. A második kutatási kérdésben megfogalmazott összefüggés feltárásához pilot-kutatást végeztünk. Az adatgyűjtést 2019-ben, online megkérdezési technikával bonyolítottuk le, a Baby Boom generációhoz tartozó alanyok körében. A minta nagysága 105 fő, amelyben 56 nő (53%) és 49 férfi (46%) adott értékelhető válaszokat. Az adatok elemzése statisztikai módszerek alkalmazásával történt.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

Megállapítható, hogy a vizsgált európai országokban, az idős generációban az internet aktivitás és az étellel való elégedettség szintje között pozitív lineáris kapcsolat áll fenn, amelynek a mértéke erős. Az eredmények tükrében kijelenthető, hogy a magyar Baby Boomerek életminőségének megítélése és a közösségi médiahasználat mindennapi életükre gyakorolt hatása között pozitív, erős szignifikáns kapcsolat áll fenn.

GYAKORLATI JAVASLATOK

Az internet és a social media használatára vonatkozó mérések igazolják a mennyiségi változást. Azonban látni kell, hogy a különböző mérési eredmények között eltérések vannak, ami a méréshez használt gyakorlati szintek sajátosságaiból erednek. További gondot jelent a minőségi változások generációs megközelítésben történő vizsgálata, ha a minőségi adatok csak korcsoportos bontásban állnak rendelkezésre, vagy más generációs felosztást alkalmaznak. A kutatási téma mélyebb elemzéséhez egyrészt fel kell tárni az internet és social media aktivitást befolyásoló háttérváltozókat, másrészt az aktív részvételt elősegítő egyéni és társadalmi feladatokat.

Kulcsszavak: szubjektív életminőség, internethasználat, Baby Boom generáció, Aktív Idősödés Index (AAI)

Köszönetnyilvánítás: A publikáció a Széchenyi István Egyetem által az EFOP- 3.6.1-16-2016-00017 „Nemzetköziesítés, oktatói, kutatói és hallgatói utánpótlás megteremtése, a tudás és technológiai transzfer fejlesztése, mint az intelligens szakosodás eszközei a Széchenyi István Egyetemen” című uniós projekt keretében készült.

DOI: 10.15170/MM.2021.55.KSZ.01.01

BEVEZETÉS INTRODUCTION

Az elmúlt két évtizedben óriási fejlődés figyelhető meg életünk minden területén, különösen a technológiai, és a társadalmi környezet tekintetében. A kutatási téma időszerűségét és jelentőségét ez a folyamat is indokolja. A népesség öregedésével párhuzamosan előtérbe került az idősebb korosztály jólléte és életminősége, valamint elégedettségi szintjének felmérése (Bandura 2008, Yang 2014). Az életminőség és a jóllét szavakat gyakran használják egymás helyettesítésére, azonban az életminőség fogalmát magában foglalja a jóllét koncepció. A szubjektív jólléttel kapcsolatban olyan értékekre asszociálunk, mint az elégedettség, az önmegvalósítás, az önállóság és a függetlenség (Simon 2010). Több kutatás alátámasztja, hogy az egészségnek és az egészségügyi szolgáltatásoknak fontos szerepe van az életminőség javításában (Huszka 2013, Huszka - Ercesey 2014). Előfordul, hogy a szubjektív jóllét vizsgálatát leszűkítik az étellel való elégedettségre, amely a boldogság kognitív értékeléséhez tartozik (Diener 1984). Mellőzik a szubjektív jóllét másik két elemét, a pozitív és negatív hatásokat, amelyek lényegesek a következtetések megfogalmazásához (Diener & Biswas-Diener 2000, Lucas *et al.* 1996). Szerzők gyakran idézik az U alakú görbét, amely szerint az emberi élettartam alatt a középkorúaknál a legalacsonyabb az észlelt boldogság. Ez a trend figyelhető meg a vizsgált adatok alapján a világ több régiójában (Blanchflower & Oswald 2019, Graham & Pozuelo 2017). Az élet különböző pontjain változnak a prioritások és az életfeltételek, így elvárható, hogy a boldogságra ható tényezők is változnak (Oishi *et al.* 1999, Lelkes 2008, Margolis & Myrskylä 2013). Az életkor meghosszabbodásával kritikusnak tekinthető annak megértése, hogy mely tényezők formálják a jóllétet az élet különböző fázisaiban és erre milyen hatást gyakorolnak a társadalmi-kulturális faktorok.

Napjainkban az internet több szempontból is egyre fontosabb szerepet tölt be az idős generáció életében. Feltételezzük, hogy az internet megjelenése, igénybevétele hatással van az idős generáció mindennapi életére és életminőségére.

A tanulmány célja az idős generáció internet használatának és social media aktivitásának feltérképezése, és a szubjektív életminőségre gyakorolt hatásának vizsgálata. Ehhez először a nemzetközi és hazai statisztikai adatforrásokat hívtuk segítségül, utána a releváns szakirodalom feldolgozásával a kutatási téma elméleti hátterére fókuszáltunk. A kutatási kérdések vizsgálatát szekunder adatok másodelemzésével és pilotkutatás eredményeinek értékelésével végeztük el.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS LITERATURE REVIEW

Ebben a fejezetben először röviden összefoglaljuk a generációs elméleteket, majd áttekintést adunk a szubjektív életminőség és az internethasználat vizsgálatához kapcsolódó szakirodalomról.

Internethasználat generációs kitekintésben Internet usage based on generations

A generációs kutatások alapját jelentő Yankelevich-riportok kezdetben három generációt különítettek el: X-generáció, Baby Boom generáció és az Érettek elnevezésekkel. Később megszületett az ötös csoportosítás Strauss és Howe (1992) kutatása alapján, amely a generációk internethasználatának differenciáit vizsgálta. Így elkülönítette az Ezredfordulókat (1997-1992 között születettek), az X-eseket (1965-1967 között születettek), a Baby Boomereket (1955-1964, 1946-1954 között világra jöttek), a Csendeseket (1937-1945 között születettek), és a G.I. tagjait, akik a háború előtt, 1936 előtt születtek. A születés éve, illetve az életkor a generációk lehatárolásának jól alkalmazható jellemzője, azonban a generációk megkülönböztetése mélyebb megközelítést igényel. Szerzők a generációhoz való tartozást a közösen megtapasztalt élményekkel és a megegyező értékekkel magyarázzák (Pál *et al.* 2017). A generáció tagjai összetartoznak az életkoruk tekintetében, de különböző életúttal, vásárlási magatartással és fogyasztási szokással rendelkezhetnek. Jelen tanulmányban a rendelkezésre álló nemzetközi adatok alapján, az idős generáció internethasználatát az 55-74 évesekre fókuszálva értékeljük. A hazai idős nemzedék esetében pedig az öt generációs felosztás alapján tárgyaljuk a Baby Boom generáció internethasználati aktivitását.

Az internethasználat mértéke, az Európai Unió országaiban nem csak a fiatalabb, hanem az idősebb korosztályban is nőtt. 2010 és 2019 között az idős generációban, az 55-74 évesek körében az internethasználók aránya 36%-ról 68%-ra emelkedett. Az EUROSTAT statisztikában az internethasználatot a hetente legalább egyszer internetezők alapján mérték. Az évek múltával, az internethasználat minősége várhatóan fontosabb megkülönböztető szempont lesz az idős generáció életvitelében. Nem pusztán az internethasználat megléte vagy hiánya lesz mérvadó, mert az internetezés be fog épülni a mindennapok természetes tevékenységeinek körébe. A növekvő internetfelhasználói tendencia mögött azonban jelentős eltérések húzódnak meg. Minden országban emelkedett ugyan az arány, de míg pl.

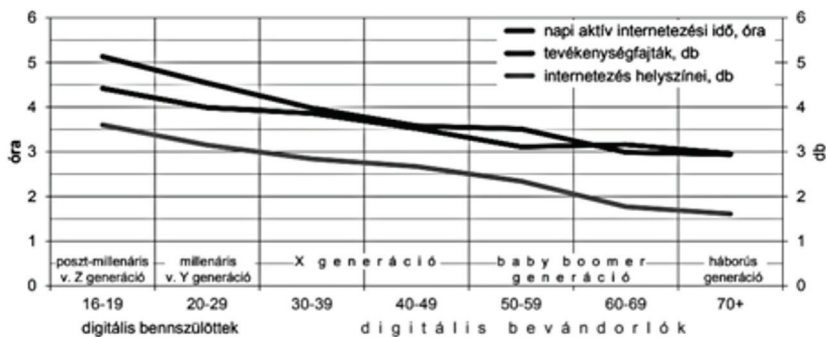
Bulgáriában csupán 36% volt az idős internetfelhasználók aránya, addig Hollandiában ez az érték elérte a 91%-ot. Magyarország az EU-s átlag alatt van, tíz év alatt 27%-kal nőtt a hetente legalább egyszer internetezők aránya az 55 és 74 év közöttiek körében, így 2019-ben elérte az 54%-ot. A gyorsan növekvő tendenciát alapul véve, a különbségek a jövőben várhatóan mérséklődnek. Azonban jelenleg még az e tekintetben elmaradott régiókban, főként Kelet- és Dél-Európában, szükség van az ebben rejlő potenciál hangsúlyozására és az idősek internethasználatának támogatására. Ezeket a gondolatokat osztja meg művében Friemel (2016) is, amikor az országok közti digitális megosztottság (digital divide) fogalmáról ír.

Magyarország sokat fejlődött az elmúlt 20 év alatt, hiszen az első trendmérés 2000-ben indult, amikor az internetezők aránya még éppen csak elérte a 10%-ot a 15 és 69 év közöttieket vizsgálva. Ma pedig már közel 90%-os a rendszeresen internetezők aránya. Az internetpenetráció átlagos értékéhez képest jelentős eltérést mutat az egyes gene-

rációk internethasználatára. A Baby Boom generáció 71%-a használja az internetet, ezzel szemben a legfiatalabb generáció 98 %-a igényli az internetet (NRC). Internetezőnek az a személy tekinthető, aki valamilyen „online tevékenységet” végez havonta legalább 1 órán keresztül.

Az internetezők társadalmát öt generáció alkotja. Egynegyedük tartozik a digitális bennszülöttek két generációjához, háromnegyedük pedig a digitális bevándorlók három generációjához. A digitális bennszülöttek internethasználatára extenzívebb, mint a digitális bevándorlóké: több helyszínen, hosszasan, változatosabban interneteznek. Az 1. ábra egy 2018-as, NRC által végzett felmérés eredményeit közli, amelynek alapsokasága a Magyarországon élő 16+ éves internetezők. Az adatfelvétel módszere online megkérdezés standard kérdőívvel (CAWI), és a minta nagysága 3007 fő.

1. ábra: Generációk internetpenetrációja, 2018
Figure 1. Internet penetration in generations, 2018



Forrás: Lakossági internethasználat 2018. NMHH

Az egyes generációk különböző digitális érettségi szakaszban vannak. A „Veteránok” az a generáció, ahol a legnagyobb a digitális analfabéták száma és ebben a csoportban nem számíthatunk jelentős növekedésre. A „Baby Boomerek” körében várható, hogy növekedni fog az internetezők aránya. Ha a vírushelyzet nem hoz jelentős számú új felhasználót, akkor is biztosak lehetünk abban, hogy néhány éven belül a kohorszhatás miatt már 90% felett lesz az internetezők aránya hazánkban (NMHH,2018). A Baby Boom generációban a nők

nagyobb arányban (74%) használják az internetet, mint az időskorú férfiak (68%). A „demográfiai lejtő” alapján megállapítható, hogy az internethasználat lényegesen nagyobb a felsőfokú végzettségű válaszadók körében (96%), a középfokú (87%) és az alacsony (51%) végzettséggel rendelkező idős emberekhez képest. A települések hierarchiája szerint is látható a differencia: amíg a fővárosban élő Baby Boomerek 89%-a aktív internethasználó, a legkisebb településen élőknek csak 59%-a él ezzel a lehetőséggel.

Az ICT-vel való ismerkedés első lépései az 50+ generáció aktív részében legtöbbször a munkahely ösztönzésére történnek. Gergátz (2009a) 2008-as empirikus kutatása alátámasztotta, hogy a fiatal válaszadók háromnegyede támogatta az idősebb generációk ICT ismereteinek megerősítését, ami többnyire a családon belüli segítségnyújtás formájában valósult meg.

A napi szintű internetezés során egyre inkább előtérbe kerül a közösségi média használat. A Statista becslése szerint 2019-ben a magyar lakosság 53%-a tekinthető aktív közösségi média felhasználónak, ők a 6 milliós aktív internetező létszám 85%-át teszik ki. Az NMHH (2018) kutatásából kiderül, hogy heti rendszerességgel az internetezők 97%-a használ valamilyen közösségi média oldalt, melyek közül az első a Facebook, de a YouTube szorosan a nyomában van mindössze 3%-kal lemaradva. Ha bepillantunk a monitor mögé, akkor elmondhatjuk, hogy a Baby Boomerek elsősorban böngészéshez (45,2%), közösségi oldalakhoz (27,9%), csevegéshez, fórumokhoz (16,4%), hivatalos ügyek intézéséhez (16,8%), és bankügyletekhez (12,6%) veszik igénybe az internetet (KSH 2018).

Buda és szerzőtársai (2019) a megosztáson alapuló szolgáltatás igénybevételét vizsgálta generációs kitekintésben. A 2017-es megkérdezés eredményei azt mutatták, hogy a generációhoz tartozás befolyásolja a szolgáltatás iránti nyitottságot. A Baby Boom generációban az elutasítás aránya magas, 84%, a teljes mintán mért elutasítási arányhoz (61,6%) képest.

Életminőség és internethasználat az időős generációban ***Quality of life and internet usage in elderly generation***

Az internethasználat jelentőségéről az időős generációra vonatkozóan egyre több tanulmány születik, ami alátámasztja a téma relevanciáját. Nási és szerzőtársai (2012) kutatási eredményei szerint az időskorúak internetezési és egyéb aktív szabadidős tevékenységeinek gyakorisága között szoros pozitív irányú kapcsolat mutatható ki. Szerzők (Cotten *et al.* 2013, Friemel 2016) arra a megállapításra jutottak, hogy az idősek interneten keresztüli kommunikációs lehetőségei erősítik a társas kapcsolataikat, csökkentve ezzel a magányosság érzetét.

Az időős generáció jóléti helyzetének mérésére több index született, ezek közül az Európában leginkább használt mutató az Aktív Idősödés Indexe (Active Ageing Index, továbbiakban AAI). A mutató 2012-ben született meg az Aktív Idősödés Európai Évében (Zaidi *et al.* 2013), és azóta kétévenként

számszerűsítik, a két évvel korábbi időszakra vonatkozóan. Az AAI értékének alakulását az egyes országok időbeli fejlődésének jellemzésére és az országok közti rangsor elemzésére használhatjuk. Az AAI az öregedésben rejlő lehetőségeket hangsúlyozza, azaz az öregedés folyamatát pozitív oldaláról közelíti meg (Zaidi 2015). Az indexet ugyan sok bírálat érte (Paruolo *et al.* 2013, São-José *et al.* 2017), de összességében jól megfelel eredeti céljának, tükrözi az öregedéssel kapcsolatos erőfeszítések hatékonyságát, valamint felhívja a figyelmet azokra a területekre, ahol további intézkedések szükségesek. Az AAI 4 részterületből és 22 indikátorból álló összetett mutató. Az AAI első három tartománya az aktív idősödés területén elért eredményekhez kapcsolódik, számba veszi a fizetett és nem fizetett tevékenységekben való részvételt, valamint az idősök fizikai, társadalmi és pénzügyi biztonságát. A negyedik tartomány pedig azt veszi figyelembe, hogy mennyire támogatja a környezet az aktív öregedést, illetve az idős generáció mennyire törekszik életminősége javítására. Az AAI-ben szereplő indikátorok közül csak az idősök internethasználatával foglalkozunk. A 4. tartomány 20%-os, a 4. tartományon belül pedig az IKT 7%-os súlyt kapott. Így összességében csak 1,4%-os az internethasználat súlya a teljes AAI mutatón belül. Tekintve az internethasználat növekvő fontosságát, ez a mutató meglehetősen alul reprezentálnak tűnik, érdemes az értékét növelni (Berde - Kuncz 2019). Szerzők érvelését támasztja alá az is, hogy az AAI index 22 mutatója közül az IKT rendelkezik a legnagyobb szórással.

Az európai országok négy klaszterbe sorolhatók az AAI átlagos értéke alapján. Az 1. táblázat mutatja az országcsoportok közötti eltéréseket, a 2018-as adatok figyelembevételével. Magyarország az aktív idősödés szempontjából a legkedvezőtlenebb csoportba tartozik, ahol a négy részterület figyelembevételével az átlagos érték a legalacsonyabb (31,4). A szomszédos Ausztriában az öregedési feltételek és eredmények jobbakként, ez az ország a következő fejlettségi szintet kifejező klaszterhez (36,4) tartozik. Az európai rangsor élén a magasabb életnívóval rendelkező észak-európai országok állnak, 42,8-as átlagos adattal. A magyar időskorúakra vonatkozó AAI érték (30,7) alacsonyabb a klaszter átlagnál. Ha az AAI index negyedik részterületét elemezzük, akkor megállapítható, hogy a magyar idős generáció kismértékű környezeti támogatásra és korlátozott aktivitásra számíthat, az 51%-os magyar mutató nem éri el az 1. klaszter átlagos értékét (52,8%). Az első mérések óta jelentős változás történt, a 2010-es 25%-os magyar adat a folyamatos emelkedésnek köszönhetően megduplázódott, és meghaladta az 50%-ot.

1. táblázat: Az Aktív Idősödés Indexe klaszterek szerinti bontásban, EU28, 2018
Table 1. Acting Ageing Index based on clusters, EU28, 2018

Klaszterek		Képesség az aktív időskorra, és támogató környezet (1-100 %)	AAI mutató (1-100 %)
1. klaszter	Bulgária, Horvátország, Görögország, Magyarország, Olaszország, Lengyelország, Románia, Szlovákia, Szlovénia, Spanyolország	52,8	31,4
2. klaszter	Ausztria, Belgium, Ciprus, Franciaország, Luxemburg, Málta	60,4	36,4
3. klaszter	Csehország, Észtország, Írország, Németország, Litvánia, Lettország, Portugália	55,9	36,6
4. klaszter	Dánia, Finnország, Hollandia, Svédország, UK	65,9	42,8
Összesen (EU28)		57,5	35,8

Forrás: saját szerkesztés az Active Ageing Index alapján

Ehhez a dimenzióhoz hat mérőszámot alkalmaznak: 55 éves korban várható élettartam, 55 éves korban egészségben várható élettartam, mentális egészség, információs és kommunikációs technológia (IKT) használata, társadalmi kapcsolatok, és iskolai végzettség. Az IKT mutató meghatározására az internethasználat mértékét veszik számításba, ezáltal mennyiségi és nem minőségi adat alapján történik a kalkuláció. Felmérés alapján határozzák meg, hogy az 55 és 74 évesek körében mekkora az internetet az utóbbi három hónapban legalább heti egyszer használók aránya (Eurostat ICT Survey 2018).

Az interneten keresztüli, közösségi hálókön való tevékenység a legújabb kutatások alapján nagyban hozzájárul az idősebb évek aktívá tételéhez, és egy adott országon belül, illetve az internethasználók közt is jelentősen különbözik. Mint ahogy Givskov és Deuze (2018) is bizonyítják, a közösségi oldalak használata nagyban függ az egyének korábbi élettörténetétől. Azok, akik idősebb korban is használják, sokkal jobban bekapcsolódnak a különböző társadalmi eseményekbe, mozgalmassabbak a napjaik, tájékozottabbak, és a közérzetük is jobb.

Gergátz (2009b) tanulmányában kiemeli, hogy az 50+ generáció technológia-befogadási képessége jelentős mértékben fogja befolyásolni az idős generáció életminőségét, és az időspiacok fejlődési lehetőségeit.

MÓDSZERTAN ÉS MINTA METHODOLOGY AND SAMPLE

A kutatás célkitűzése egyrészt az idős generáció internethasználati aktivitásának, másrészt az adott generáció életminőségének feltárása. Feltételezhető, hogy az internet nyújtotta lehetőségek és az életminőség között összefüggés van a vizsgált populációban. Ennek tükrében a következő kutatási kérdéseket fogalmazzuk meg:

K1: Milyen kapcsolat van az EU-s idős generáció internethasználati aktivitása és szubjektív életminősége között?

K2: Milyen hatással van a magyar Baby Boom generáció közösségi médiahasználata a szubjektív életminőségre?

Az 1. kutatási kérdés vizsgálatához szekunder forrást használtunk, az IKT és a szubjektív életminőségi adatok másodelemzésével. Az IKT-re vonatkozó értékek az Eurostat ICT Survey felméréséből származnak. Az internethasználatra adott válaszokat 0 és 100 között helyezték el, százalékos formában. Minél közelebb van a mutató értéke a 100 %-hoz, annál jobbnak tekinthető az idős generáció helyzete a vizsgált országban, az internetet az utóbbi három hónapban legalább heti egyszer használók aránya tekintetében. Az életminőségre vonatkozó vélemények az EQLS (European Quality of Life Survey) adatállományból erednek. Itt az étellel való elégedettség szubjektív megítélését 10 fokozatú skálán mérték.

A 2. kutatási kérdés megválaszolásához pedig pilotkutatást végeztünk. Az adatgyűjtést 2019-ben, online megkérdezési technikával bonyolítottuk le. A kutatási célsokasága a Baby Boom generációhoz tartozó alanyok. Kvótás mintavételt alkalmaztunk, és arra törekedtünk, hogy életkor (1946-1964 között születettek) és nem (50-50%) alapján megfelelő legyen a minta összetétele. A minta nagysága 105 fő, és a tervezetthez képest 56 nő (53%) és 49 férfi (46%) adott értékelhető válaszokat.

EREDMÉNYEK RESULTS

Ebben a fejezetben az internethasználat és a szubjektív életminőség kapcsolatát vizsgáljuk a kutatási kérdések alapján.

Az 1. kutatási kérdés vizsgálata: Az IKT mutató és a szubjektív életminőség kapcsolata az idős generációban, nemzetközi kitekintésben.

Felmerül a kérdés, hogy van-e összefüggés az aktív időskori indexhez tartozó IKT mutató és a szubjektív életminőség között. A szubjektív életminőség kulcsvaltozója az étellel való elégedettség, ezért a két változó közötti kapcsolat vizsgálatához az idős generációhoz tartozó személyek étellel való elégedettségi értékelését használjuk.

Az AAI index alapján meghatározott klaszterek közül az 1. klaszterben a legalacsonyabb (6,03) az étellel való elégedettség percepciója az idősök körében, és az „élenjáró” 4. klaszterben a legelégedettebbek (7,9) az idős személyek. A magyar válaszadók étellel való elégedettsége 6,1, 1-10 fokozatú skálán mérve. Az internethasználatot mérő index, az IKT esetében viszonylag nagy eltérések adódnak az országcsoportok között. A 2. klaszterben a 60%-os internet-használati mutatóval rendelkező országok között a legnagyobb a szórás (19%). A magyar idős generáció az internethasználat alapján a klaszter átlagnál jobban teljesít (51%). Az IKT index és az étellel való elégedettség leíró statisztikai adatait a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Az étellel való elégedettség és az IKT index átlagos értéke, EU28, 2018
Table 2. Satisfaction with life and mean of ICT index, EU 28, 2018

Klaszter	Országok száma	Étellel való elégedettség (1-10)		IKT mutató (1-100)	
		Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
1. klaszter	10	6,0300	,61833	37,7000	9,59224
2. klaszter	6	7,2333	,73394	60,0000	19,09974
3. klaszter	7	6,3286	,74098	50,7143	11,45592
4. klaszter	5	7,9000	,36742	83,0000	4,06202
Összes	28	6,6964	,94926	53,8214	19,86818

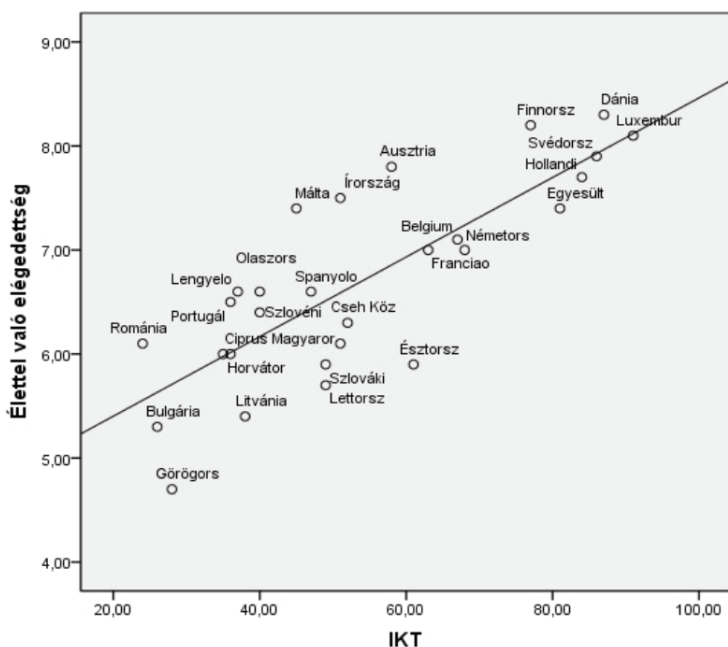
Forrás: saját szerkesztés az AAI adatbázis alapján

Az AAI adatbázis felhasználásával korrelációelemzést végeztünk a két változó között. A Pearson féle korrelációs együttható értéke 0,801 (Sig. 0,000). Ez az eredmény alátámasztja a feltételezésünket, az idős generációban az internet aktivitás és az étellel való elégedettség szintje között *pozitív lineáris kapcsolat áll fenn*, amelynek a mértéke erős. Az aktívabb internetezés kedvezőbb élet-elégedettséget eredményez és az élet jobb szubjektív megítélése pozitívabban magatartással jár az internet használatában. A 2. ábra mutatja az internethasználati mutató és az élet-elégedettség átlagos értékét az egyes EU-s országok megnevezésével. Ez a diagram is jól tükrözi a két változó

közötti erős korrelációt, az aktivitás és az elégedettség összefüggését.

Van néhány eredmény, amely az AAI index alapján előállított klaszterhez képest eltérést jelez. Az AAI mutató szerint a második klaszterbe sorolt néhány országban, így a szomszédos Ausztriában is, az étellel való elégedettség átlagos értékelése jobb a többi klasztertaghoz képest. Ezzel szemben a harmadik klaszterben, Németországban magasabb az idős generáció internetaktivitása, az adott klaszter többi országához képest.

2. ábra: Az étellel való elégedettség és az IKT mutató közötti összefüggés, EU28, 2018
 Figure 2. Relationship between the satisfaction with life and ICT index, EU 28, 2018



Forrás: saját szerkesztés az AAI adatbázis alapján

A 2. kutatási kérdés vizsgálata: A közösségi médiahasználat és a szubjektív életminőség kapcsolata a magyar Baby Boom generációban.

A 2. kutatási kérdés tárgyalását a pilotkutatással feltárt eredmények alapján ismertetjük. A primer kutatásban a Baby Boom generáció internethasználati, közösségi média használati szokásait, és szubjektív életminőségét vizsgáltuk. Ebben a fejezetben a kutatási kérdéshez tartozó eredményekre fókuszálunk.

Az internetezési szokások kapcsán a válaszadók arról nyilatkoztak, hogy a közösségi oldalakat rendszeresen látogatják (98 fő), és legtöbbször 1-2 social media oldalon regisztráltak. A közösségi oldalakon való jelenlétet elsősorban a kapcsolattartás miatt tekintik fontosnak, továbbá az információszerzést, az időpontfoglalást, a szórakozást, és a vásárlást jelölték meg. Megállapítható, hogy a Baby Boomerok a social media által nyújtott alapfunkciókat kedvelik leginkább. Feltételeztük, hogy a közs-

ségi médiában kifejtett aktivitás hatással van az idős generáció életére. Ezért a következő kérdést fogalmaztuk meg: „A közösségi média használata mennyire változtatta meg az életét?“. Arra kértük a válaszadókat, hogy ötfokozatú skálán minősítsék a változás mértékét, ahol az 5 a teljes mértékben, az 1 pedig az egyáltalán nem választ jelentette. A legtöbb, azaz 60 szavazat a 4-esre érkezett, azaz arra, hogy java részt megváltozott az életvitelük, ezt követte a 3-as kategória 32 vokssal.

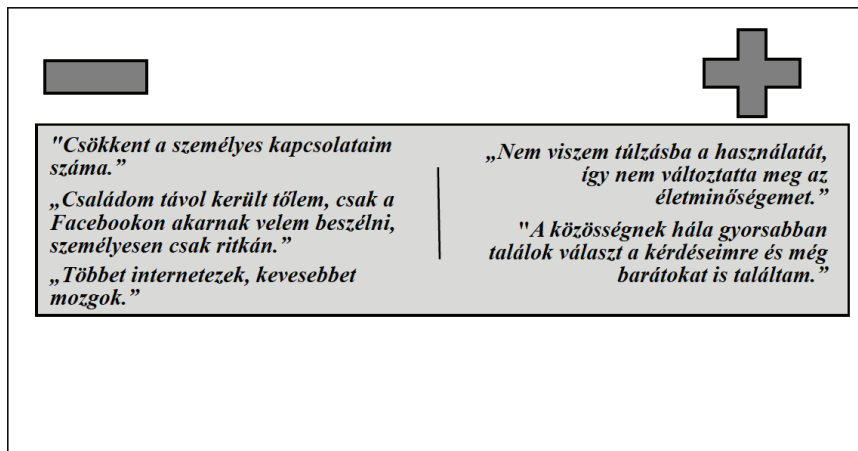
Az életminőség vizsgálatához az életminőség összetevőinek fontosságát és megítélését tudakoltuk a Baby Boom generáció tagjaitól. Nem meglepő módon legfontosabbnak a rendelkezésre álló jövedelmet tekintik (84 fő), továbbiakban az egészséget (73 fő), a családot és barátokat (53 fő) jelölték be, végül ezt követte a környezet (43 fő). A válaszadók életminőségének szubjektív megítélése kedvező, 10,5% kitűnőnek, 66,7% jónak, 15,2% megfelelőnek tekinti, és 6,7% véli úgy, hogy lehetne jobb

is és csupán 0,9% volt, aki rossznak érzékeli. Az idős generáció életminősége szempontjából fontos tényező az anyagi helyzet, ami a mintában a válaszadók szubjektív értékelésében pozitív minősítést kapott: a kitöltők 39%-a a „*Kijövök a havi keresetemből és még spórolni is tudok.*”, 38,1% a „*Nem panaszkodom, kijövök a havi keresetemből.*” kategóriát választotta. 12,4% az „*Éppen csak megélelem a fizetésemből.*”, 7,6% a „*Komoly anyagi gondokkal küzdök.*” és 2,9% pedig az „*Előfordul, hogy anyagi gondjaim vannak.*” lehetőséget adta válaszul.

A Baby Boom generáció közösségi média-használata és az életminősége közötti összefüggés vizsgálatára korrelációelemzést futtattunk le a két metrikus változó között. A korrelációelemzés eredménye alapján a Pearson féle korrelációs együttható értéke $r=0,838$ (sig. =0,000). A válaszadók életminőségének megítélése és a közösségi média-használat mindennapi életükre gyakorolt hatása

között *pozitív, erős szignifikáns kapcsolat áll fenn*. Minél nagyobb hatást fejt ki a Baby Boomerek életében a közösségi médiahasználat, annál jobb az életminőségük szubjektív értékelése. Mivel a korrelációs kapcsolat kétirányú, megállapítható, hogy a jobb életminőséget észlelő idős generáció a közösségi média hatását is erőteljesebbnek látja. Következő lépésben azt kell feltárnunk, hogyan nyilvánul meg az idős generáció életében a közösségi médiahasználat hatása, mennyire tekintik pozitívnak vagy negatívnak. Nyitott kérdés formájában kerestünk választ arra, hogy milyen módon befolyásolta az életminőséget a közösségi média használata. A válaszadók közül többen negatív hatásról számoltak be, de természetesen volt, aki pozitívan jellemezte a közösségi médiával kialakított kapcsolatát, illetve akadt semleges válasz is. A közösségi médiahasználatra vonatkozó pro és kontra vélemények közül kiemeltük a legjellemzőbbeket (3. ábra).

3. ábra: A közösségi médiahasználat életminőségre gyakorolt hatása
Figure 3. Impact of the usage of social media on the quality of life



Forrás: saját szerkesztés a megkérdezés alapján

A negatív véleményekben a személyes kapcsolat hiányát és csökkenését emelték ki az alanyok. Ezen kívül a mozgás hiányára hivatkoztak az internetezéssel töltött idő miatt. A semleges megnyilatkozásokban az idős válaszadók arra utaltak, hogy kontroll alatt tartják a közösségi média használatát,

így nem jelent változást az életminőségükben. A pozitív tapasztalatokban a baráti kapcsolat építése és a felmerülő kérdésekre kapható válaszok jelentek meg.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVAS- LATOK CONCLUSIONS AND RECOMMEN- DATIONS

Az idős generáció internethasználata több nézőpontból vizsgálható. Jelen tanulmányban a kutatási kérdésekben egyrészt az idős generáció internethasználatának és szubjektív életminőségének kapcsolatát vizsgáltuk, másrészt a magyar Baby Boom generáció közösségi médiahasználata és szubjektív életminősége közötti összefüggést tártuk fel. Az 1. kutatási kérdésre reflektálva kijelenthetjük, hogy az EU tagországokban az idős generáció IKT használata és az étellel való elégedettsége között erős, pozitív kapcsolat áll fenn. A 2. kutatási kérdés kapcsán megállapítható, hogy a Baby Boomerek életminőségének szubjektív értékelése és a közösségi médiában kifejtett aktivitása hatással van egymásra, erős, pozitív összefüggést jelez a korrelációs együttható. A feltárt összefüggések mélyebb megértéséhez további kutatások elvégzése szükséges. Sikerült azonosítani a social médiával kapcsolatos pozitív és negatív tapasztalatokat, azonban a közösségi médiának köszönhető változások befolyásoló hatásának mértéke még nem ismert, pontosítást igényel. Összegezve az eredményeket kijelenthető, hogy az internethasználat hatással van az életminőségre, azonban ez nemcsak pozitív, hanem negatív irányú is lehet.

Látható, hogy a Baby Boom generáció a 21. században egyre inkább jelen van a virtuális világban. Az internet és a social media használatára vonatkozó mérések igazolják a mennyiségi változást. Azonban látni kell, hogy a különböző mérési eredmények között eltérések vannak, ami a méréshez használt gyakorisági szintek sajátosságaiból erednek. További gondot jelent a minőségi változások generációs megközelítésben történő vizsgálata, ha a minőségi adatok csak korcsoportos bontásban állnak rendelkezésre, vagy más generációs felosztást alkalmaznak.

A technológia fejlődése újabb tendenciák felszínre kerülését eredményezi, amelyek hatást gyakorolnak az idős generáció helyzetére is. A kutatási téma mélyebb elemzéséhez egyrészt fel kell tárni az internet és social media aktivitást befolyásoló háttérváltozókat, másrészt az aktív részvételt elősegítő egyéni és társadalmi feladatokat.

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Bandura, A. (2008), "Toward an agentic theory of the self", In: H. Marsh, R., G. Craven, D. M. McInerney (Eds.), *Advances in Self Research, 3: Self processes, learning, and enabling human potential*, 15-49
- Berde E., Kuncz, I. (2019), „Az Aktív Idősödés Indexe (AAI), Az internet szerepe az AAI-ben“, *Szociológiai Szemle*, 29 (1), 33–57
- Blanchflower, D. G., Oswald, A. J. (2019), "Do modern humans suffer a psychological low in midlife? Two approaches (with and without controls) in seven data sets. *The Economics of Happiness*, 439-453 DOI: 10.1007/978-3-030-15835-4_19
- Buda G., Pethes B., Karajánnisz M., Lehota J. (2019), „Magyarországi lakosok nyitottsága a megosztáson alapuló szolgáltatások iránt szocio-demográfiai tényezők mentén“, *Marketing&Menedzsment*, EMOK Különszám, 45-55 DOI: 10.15170/MM.2019.53.EMOK.05
- Cotten, S. R., Anderson, W. A., McCullough, B. M. (2013), "Impact of internet use on loneliness and contact with others among older adults: cross-sectional analysis", *Journal of Medical Internet Research*, 15 (2), 1-13 DOI: 10.2196/jmir.2306
- Diener, E. (1984), "Subjective Well-Being", *Psychological Bulletin*, 95 (3), 542-575 DOI: 10.1037/0033-2909.95.3.542
- Diener, E., Biswas-Diener, R. (2000), "New Directions in Subjective Well Being Research: The Cutting Edge", *Indian Journal of Clinical Psychology*, 27 (1), 21-33
- Friemel, T. N. (2016), "The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors", *New Media & Society*, 18 (2), 313–331 DOI: 10.1177/1461444814538648.
- Gergácz I. (2009a), "Az 50+ generáció ICT kapcsolatainak vizsgálata" (I. rész), *Marketing&Menedzsment*, 43 (3), 54-62. Elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/672> (Elérés: 2020.október 10).
- Gergácz I. (2009b), "Az 50+ generáció ICT kapcsolatainak vizsgálata" (II. rész), *Marketing&Menedzsment*, 43 (4), 4-11. Elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/603> (Elérés: 2020.október 10).
- Givskov, C., Deuze, M. (2018), "Researching new media and social diversity in later life", *New Media & Society*, 20(1), 399–412. <https://doi.org/10.1177/1461444816663949>
- Graham, C., Pozuelo, J.R. (2017), "Happiness, stress, and age: How the U curve varies across people and places", *Journal of Population Economics*, 30 (1), 225-264 DOI: 10.1007/s00148-016-0611-2
- Huszka, P., Ercsey, I. (2014), „Fiatalkor egészsége az életminőség és a fogyasztói magatartás tükrében“, *Táplálkozásmarketing*, 1 (1-2), 87-95 DOI: 10.20494/TM/1/1-2/12
- Huszka, P. (2013), „Az egészség mint érték az általános iskolai tanulók körében“, In: Beszteri, B. (szerk.) *A felfedező tudomány*. Győr, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, 1-10
- Lelkes, O. (2008), "Happiness across the life cycle: Exploring age-specific preferences", *European Centre, Policy Brief*, March (2)
- Margolis, R., Myrskylä, M. (2013), "Family, money, and health: Regional differences in the determinants of life satisfaction over the life course", *Advances in Life Course Research*, 18 (2), 115-126 DOI: 10.1016/j.alcr.2013.01.001
- Näsi, M., Räsänen, P., Sarpila, O. (2012), "ICT activity in later life: Internet use and leisure activities amongst senior citizens in Finland", *European Journal of Ageing*, 9 (2), 169–176 DOI: 10.1007/s10433-011-0210-8
- Oishi S., Diener, E., Suh, E., Lucas, R. (1999), "Value as a moderator in subjective wellbeing", *Journal of Personality*, 67 (1), 157-184 DOI: 10.1111/1467-6494.00051
- Pál E., Töröcsik M., Jakopáncz E. (2017), "Éltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata", *Marketing&Menedzsment*, 3, 18-31 Elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/799> (Elérés: 2020.október 10).
- Paruolo, P., Saisana, M., Saltelli, A. (2013), "Ratings and rankings: Voodoo or science?", *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, 176 (3), 609–634 DOI: 10.1111/j.1467-985X.2012.01059.x
- São José, J. M., Timonen, V., Amado, C. A. F., Santos, S. P. (2017), "A critique of the Active Ageing Index", *Journal of Aging Studies*, 40, 49–56 DOI: 10.1016/j.jaging.2017.01.001
- Simon, J. (2010), *Marketing az egészségügyben*, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Strauss, W., Howe, N. (1992), *Generations: The History of America's Future, 1584-2006*. Harper Perennial, New York: William Morrow and Company
- Yang, L. (2014), An inventory of composite measures of human progress. Occasional paper on methodology. *UNDP Human Development Report Office*. 1-120
- Zaidi, A. (2015), Active Ageing Index: A Legacy of the European Year 2012 for Active Ageing and Solidarity between Generations. *Policy Brief*, 4/2015. Vienna: European Centre
- Zaidi, A., Gasior, K., Hofmarcher, M.M., Lelkes, O., Marin, B., Rodrigues, R., Schmidt, A., Vanhuysse, P., Zolyomi, E. (2013), *Active Ageing Index 2012. Concept, Methodology, and Final Results*. Research Memorandum/Methodology Report, European Centre Vienna, <https://www.euro.centre.org/downloads/detail/1542>. (Elérés: 2021.02.08)
- <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> Letöltve: 2020. 04. 22.
- <https://nrc.hu/news/internetpenetracio-2/> Letöltve: 2020. 04. 21.
- NRC Piackutató Kft. Ariosz Szolgáltató, Informatikai és Tanácsadó Kft. Letöltve: 2020. 04. 20.
- <https://www.statista.com/statistics/568952/predicted-number-of-social-network-users-in-hungary/> Letöltve: 2020.05.02.
- http://nmhh.hu/dokumentum/202180/lakossagi_internethasznalat_2018.pdf Letöltve: 2020.05.02.
- <https://www.ksh.hu/infografika/2018/internethasznalat.pdf> Letöltve: 2020.05.02.
- http://www.uncece.org/fileadmin/DAM/pau/age/Active_Ageing_Index/ECE-WG-33.pdf Letöltve: 2020.05.02.

Ercsey Ida, PhD, egyetemi docens
ercsey@sze.hu

Széchenyi István Egyetem

THE EXAMINATION OF THE INTERNET USAGE AND SUBJECTIVE QUALITY OF LIFE IN THE ELDERLY GENERATION

THE AIM OF THE PAPER

Nowadays the Internet is playing an increasingly important role in the lives of the elderly generation. In parallel with the aging of the population, the well-being and quality of life amid the elderly generation, as well as the assessment of their level of satisfaction, came to the focus. According to the international researches, there is a positive relationship between the Internet and leisure activities of the elderly. The aim of the study is to explore the usage of internet and the activity of social media amid the older generation and to examine its impact on subjective quality of life.

METHODOLOGY

To answer the first research question the mathematical-statistical method was used for analyses and processing of secondary data. Pilot study was conducted in 2019 by applying online technique for collecting data from BB generation. Altogether the data of 105 (53% females and 47% males) consumers were collected. To interpret the results statistical analysis was used.

MOST IMPORTANT RESULTS

Our results show, that in the EU Member States, there is a strong, positive relationship between the use of ICT by the older generation and their satisfaction with life. It can be stated that the subjective evaluation of the quality of life amid the Hungarian Baby Boomers and the activity expressed in social media have an effect on each other, the correlation coefficient indicates a strong, positive correlation.

RECOMMENDATIONS

Measures on the usage of internet and social media certify the quantitative changes. But, we conclude that there are differences among results originated from the particularities of the frequency levels. It is an additional problem the examination of qualitative changes according to the generations. It is necessary further research to highlight the background factors influencing the activities in internet and social media, and the social and individual tasks to assist for active participation.

Keywords: subjective quality of life, internet usage, Baby Boom generation, Active Ageing Index (AAI)

Acknowledgements: The paper was written with the support of the project titled "Internationalisation, initiatives to establish a new source of researchers and graduates and development of knowledge and technological transfer as instruments of intelligent specialisations at Széchenyi István University" (project number: EFOP-3.6.1-16-2016-00017).