

**PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM  
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR  
GAZDÁLKODÁSTANI DOKTORI ISKOLA**

---

**GERGÁTZ ILDIKÓ**

**ICT AZ 50+ GENERÁCIÓ ÉLETÉBEN  
DOKTORI ÉRTEKEZÉS TÉZISEI**

**TÉMAVEZETŐ: DR. TÖRŐCSIK MÁRIA  
EGYETEMI TANÁR**

**2010**

## TARTALOMJEGYZÉK

1.	PROBLÉMAFELVETÉS, A KUTATÁSI TÉMA RELEVANCIÁJA.....	3
2.	A KUTATÁS CÉLKITŰZÉSEI.....	4
3.	A DISSZERTÁCIÓ FELÉPÍTÉSE.....	5
4.	KUTATÁSI MÓDSZEREK .....	6
5.	A KUTATÁS LEGFONTOSABB EREDMÉNYEI, A HIPOTÉZISEK VERIFIKÁLÁSA .....	8
6.	TOVÁBBLÉPÉSI LEHETŐSÉGEK, JÖVŐBELI KUTATÁSI IRÁNYOK.....	17
7.	TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN.....	19
8.	A TÉZISEKBEN HIVATKOZOTT IRODALMAK JEGYZÉKE .....	19

## 1. Problémafelvetés, a kutatási téma relevanciája

*„Azok a társadalmi csoportok, amelyek nem képesek, vagy amelyeknek nem áll módjukban az új eszközökkel élni, végleg leszakadnak. Így jön létre a negyedik világnak nevezett, információtól elzárt közeg.”  
Manuel Castells(2005): A hálózati társadalom kialakulása*

A látható demográfiai folyamat eredményeként új társadalomszerkezet jön létre, és ez a folyamat 2010-től várhatóan még jobban felerősödik: a korábbi időszakokhoz képest lényegesen kevesebb fiatal, középkorú és sokkal több idős munkavállaló, nyugdíjas és idős ember lesz. Társadalmainknak sürgetően meg kell találnia a módját, hogyan hozzák felszínre a fiatalok, a fiatal idősök és az idősök rejtett lehetőségeit. Minden érintett közreműködésére szükség lesz: a képességek és tapasztalatok kölcsönös átadásán, a kölcsönös segítségnyújtáson alapuló, újfajta szolidaritást kell kialakítani a generációk között.

Az aktív öregedés modelljével, a társadalmi kirekesztettség elleni fellépéssel minden fejlett ország - a társadalom gazdasági és erkölcsi állapotától függő intenzitással - foglalkozik. A legtöbb fejlett országban az informatika eszköz ahhoz is, hogy a társadalom idősebb tagjai részesei lehessenek az életnek, közéletnek. Az információs társadalom újrendezi a társadalmi erőforrásokhoz, az információkhoz és a szolgáltatásokhoz való hozzáférést. [Kandikó, 2002]

Az értekezés az 50 felettek technológiához fűződő viszonyát tárgyalja, külön súlyt kap a kommunikáció és a generációk közti együttműködés kérdésköre. Fókuszba kerül a fiatalok szerepe és lehetőségei az idősök támogatásában, lehetséges felelősségük az idősök információs társadalomba történő befogadása érdekében.

A szerencsésebb országokban az időskor aktivitással teli; az idős ember példaadó, az időskor a lehetőségek kiélésének időszaka is. Bár ott is probléma az elmagányosodás, és ott is igaz, hogy minden életminőség-mutató rosszabbodik az életkor előrehaladtával, de a társadalmi kirekesztettség és az ebből fakadó pszichés problémák (depresszió, pszichoszomatikus betegségek) aránya alacsonyabb. Mind az időskori normál változások, mind a betegségek, mind pedig a civilizáció társadalmi változásai jelentősen hozzájárulnak az időskori „magányosság” kialakulásához. A magányosság elsődlegesen lélektani zavarként jelenik meg, akkor, ha az egyén a valakihez, valamihez és valahova tartozás szükségletét nem tudja kielégíteni. Az így kialakuló frusztrációs feszültség megbonthatja a testi-lelki-szociális egészség homeosztázisát és ún. magánybetegségeket indíthat el.

A ma időskorba kerülőknek egyre kevesebb gyermeke, egyre kevesebb unokája van, ők maguk is eltérő gyermekszámú családból származnak, kevesebb hozzájuk hasonló korú testvérük és unokatestvérük van. A kiterjedt családi támogató rendszer egyre kevesebb személyre korlátozódik, a megnövekedett földrajzi mobilitás pedig még ezt a kisebb létszámú családot is megosztja.

A kapcsolati háló alakulásában jelentős a korfaktor. A közösség nagyságától, a családtagok közt kialakuló viszonytól függően mozdul el az idős személyek kapcsolati rendszere pozitív vagy negatív irányba, amelyet például az internethasználat, a kapcsolati háló virtuálisan - vagy virtuálisan is - gondozott része nagymértékben módosíthat.

A fiatalabb idősök jelenleg áldozatai a digitális szakadéknak, de lehetnek a legfőbb hasznélvezői is a közeljövőben. (Andorka Rudolf a 60 év fölöttieket tekinti öregnek, és megkülönbözteti a 70 éven felülieket, akik az „idős öregek” kategóriájába sorolhatók a magyar viszonyok között.) Az idős idősök képezik az e-Befogadás egyik fő célcsoportját, moralitásuk mellett függetlenségük megtartását támogatja az „assistive” technológiák használata. Sok esetben számukra nem az egyedüllét jelent problémát, hiszen erre függetlenségük megőrzése miatt törekszenek is, sokkal inkább a szociális elszigeteltség, az izoláció. Különösen azokat fenyegeti a leszakadás veszélye, akiknek nincsen munkaerőpiaci kötődése.

## **2. A kutatás célkitűzései**

Az értekezés átfogó gondolatának tekintjük azt, hogy az ICT eszközök mindennapokba való beépülése megváltoztatja az életünk több kialakult dimenzióját, ezért a velük való aktív kapcsolat messze meghaladja az IT, mint technológia használatának pusztá megtanulását.

Célként fogalmazódott meg, hogy a diffúziós görbe jelenlegi értékénél, a folyamat közben megjelenő attitűdöket, [Hofmeister Tóth, 2006] feltárt eredményeket bemutassuk, nem vitatva, hogy az összefüggést akkor lehet igazán érdemben tanulmányozni, ha az innováció az adott társadalom többségére és nem egy szűk csoportjára gyakorol csak hatást.

Új utak nyílnak meg a társadalmi együtt- és egymás mellett élés területén, munkaerőpiaci lehetőségek rajzolódnak át, miközben számos új megoldást keletkezik az időskori függetlenség megőrzésében, hogy csak a legnyilvánvalóbbakat emeljük ki. Ennek, a valóban új információkultúrának a társadalom minél szélesebb körében történő elterjedése jelentheti az alapjait egy, a jelenleginél hatékonyabb társadalmi haladásnak.

Célul fogalmaztuk meg az intergenerációs tudástranszfer ICT piaci létjogosultságának feltérképezését, illetve annak megvitatását, hogy ez a szocializáció-reláció vajon az átmenetet jellemző változás, vagy tartósan velünk marad. Új tendencia, ami talán a történelemben most fordul elő első alkalommal, az a sajátos szerepcsere, amikor is a fiatalok tanítják a felnőtteket, vagy legalább segítenek nekik. Ez pedig nem más, mint a számítógépek használata, amibe a fiatalok beleszületnek, a felnőttek pedig tanulatják. Korábban aszimmetria jellemezte a fiatalok és az idősök viszonyát. Aszimmetria volt a hatalom és tudás területén. A szocializációs folyamat az időstől a fiatal felé mutatott. Ez mára megváltozott, megfordult a szocializáció iránya.[Csepeli,2006]

Tekintve a technológiai fejlődés gyorsuló sebességét, vajon hány évet átölelő korcsoportot lehet kvázi homogén csoportként kezelni, meddig lehet azonos alapélménykészletet feltételezni ebben a témakörben? A generációkat eltérően jellemző ICT kapcsolatot korszakhatár pontosítási céllal vizsgáltuk, az 50+ volt hivatott pontosítani az eltérést konkrétan leíró korhatárt.

Végül piaci pillanatképek megrajzolásával kívántunk keretet adni a feltáró munkának, ezért került vizsgálatra a technológia alapú piacok egyik fő jellemzőjének, a technológiai hullámoknak a szerepe, valamint az 50+ piac jelenlegi fejlettségi szintje.

### **3. A disszertáció felépítése**

Az értekezés az első négy fejezete – Információs társadalom – ICT piaci körkép – A népesség öregedése - Generációs marketing – azon elméleti háttérrel mutatta be tömören, amelyben biztonsággal mozogva az intergenerációs tudástranszfer megvalósulását is megvizsgáltuk primer kutatások segítségével.

Ezen fejezeteken belül a hazai ötven feletti generációt leíró részek fogyasztói kontextusba helyezik a gondolatokat, mélyebben értelmezhetővé, összehasonlíthatóbbá téve a hatodik fejezetben megjelenő kvantitatív kutatási összefoglalót. Az összefoglalóban helyet kaptak mind a példát adó nemzetközi, mind pedig a célcsoport szempontjából releváns hazai kutatási eredmények, illetve a primer kutatás célzottan a témához készített része.

A hetedik fejezetben áttekintettük az online világban rejlő potenciális lehetőségeket a boomer generációra fókuszálva, majd az épülő magyar online időspiacon „időztünk” kicsit.

Az értekezést egy primer kvalitatív kutatássorozat eredményeinek bemutatásával tettük plasztikusabbá, melyek segítségével – valamint a primer és szekunder kvantitatív eredmények

és a feldolgozott irodalom szintetizálásával a hipotézisek értékelése és a további kutatási irányok kijelölése is megtörtént.

#### 4. Kutatási módszerek

A kutatássorozat áttekinthető összefoglalására az alábbi táblázatban teszünk kísérletet.

Az 50+ generáció ICT kapcsolatainak egyes dimenzióit feltáró kutatássorozat 2008					
	A vizsgált korcsoport/piac	A vizsgálat célja	A kutatás módszere	Mintanagyság	Időzítés
Kvalitatív elemek	<b>Fogyasztói szakasz</b>				
	Fiatall generációk (21-24, 30-34 éves)	A fiatalok fejében élő 50+ kép feltérképezése, ill. az ICT használatáról kialakult kép felrajzolása, az általuk megvalósított segítségnyújtás és ennek érzékelt hasznának vizsgálata	kérdőíves megkérdezés	163 fő	2008. szept-okt.
	50+ (fiatal idősek 50-65)	ICT használat, valamint a használat során igénybevett segítség-támogatás mibenlétének megismerése. Pillanatkép vizsgálása a generáció jelenéről és jövőjéről a saját vélemény alapján.	fogyasztói mélyinterjú	25 fő	2008. nov.
	Fiatall generáció (30-34 éves)	A fiatalok közvetlen környezetében élő 50+ személyek ICT használatának fókuszba helyezésével a fiatal generáció felelősségével, lehetőségeivel kapcsolatos elképzelések megismerése az idősebb generációk információs társadalomba történő befogadása kapcsán.	mélyinterjú - esszé formátumban	25 fő	2008. nov.
	<b>Szakértői szakasz</b>				
Szakértői területek: kormányzat, piackutatás, akadémiai oldal, vállalati oldal: online média és telekommunikáció-IT	A jelzett szakterületek témákkal kapcsolatos koncepciójának megértése, a téma adott képviselői általi értelmezésének, többféle megközelítésének összegzése. Célként fogalmaztuk meg, hogy a jelzett szakterületek szakértői által az értekezés hipotézisei direkt módon értékelésre kerüljenek.	szakértői mélyinterjú	5 fő	2008. dec.	
Kvantitatív elemek	<b>Primer kutatás</b>				
	Magyarország	A technológiahasználattal kapcsolatos fogyasztói attitűdök feltárása, az egyes korcsoportjellezők összehasonlíthatóságának érdekében. A kutatás a lakosság jelenlegi idő- és pénzfelhasználását, valamint a lakosság trendaffinitását és a trendcsoportok azonosítását célozza.	A kvantitatív kutatás során 2500 face-to-face interjú készült.	2500 fő	2008. nov-dec.
	<b>Szekunder információk</b>				
Magyarország	Kiemelt kutatások: Magyar Infokommunikációs jelentés 2008, Inforum: e-Befogadás Magyarországon, Éves Jelentés 2008, Nemzeti Médiaanalízis 2008, World Internet Project riportok, Internet Insight Report			nagy mintás kvantitatív kutatások	folyamatos
EU, USA	Kiemelt kutatások: Seniorwatch1-2 2001/2007, Roper Reports, Generations Online 2009, Older Americans and the Internet 2004				

##### 1. táblázat Kutatási összefoglaló (saját szerkesztés)

A feltáró jellegű kvalitatív kutatássorozat fogyasztói szakasza 2008 szeptember-novemberében zajlott, 2008 novemberében a kvantitatív rész terepmunkája is megtörtént, amelyet 2008 decemberében a szakértői megkérdezési szakasz zárt le és egyben tett teljessé. A fogyasztói vélemények megismerése a fiatal generáció körében történt kérdőíves megkérdezéssel kezdődött, amely módszertanában kvantitatív eszközzel operál, míg

mintanagyság tekintetében a kvalitatív határt súrolja, ezért került ebbe a szakaszba beépítésre, mintegy felütésként.

Az első elem esetén az általános helyzet felvázolása volt a cél: hogyan látja a megkérdezett hallgatói csoport az 50+ generációt, jelent-e számukra valamit a kifejezés maga, illetve mi a véleményük az ICT használatukról.

Egyrészt a fiatalok 50+ generációval kapcsolatos általános asszociációit próbáltuk feltárni, különös tekintettel a külső megjelenéssel kapcsolatos asszociációkra, ami a generációhoz való hozzáállást is jellemzi, másrészt az 50+ generáció kapcsolatát az ICT eszközökkel, mint speciális termékkörrel – ahogyan a válaszadók látják.

A kutatás fókuszában az ICT eszközökkel kapcsolatos ismeretátadás állt. Nemzetközi kutatások támasztják alá (Seniorwatch,2008), hogy az 50+ generáció a legtöbb esetben külső segítségre támaszkodik az ICT körébe tartozó eszközökkel való megismerkedés és használat esetén. Leggyakrabban a fiatalabbak felől érkezik a segítség, ezért ezen minta esetén domináns arányban vártunk pozitív választ. Fontos vizsgálódási pontja volt a kutatásnak, hogy családokon belül működik-e ez a fajta szocializáció, és hogy a fiatalok képesek-e a családi körből kilépve is működtetni ezt a rendkívül nagy jelentőségű generációs komponenst.

A második lépést az 50+ generáció véletlenszerűen kiválasztott ICT használóival készített mélyinterjúk képezték, itt közvetve ismét az idősebb generációról és az ICT-vel való kapcsolatukról kaptunk információkat.

A generáció felnőtt életébe hasított bele az infokommunikációs boom, a mindennapi élet számos újabb alapkövetelmény teljesítése elé állította őket. A háttérben megjelent az ICT ismereti kényszer a munkahelyeken, minimális idegennyelv tudást is feltételezve. Ők az első felnőtt generáció, akik az ICT alkalmazásba még nem születtek bele, de gyors adaptálást elvárva kellene, hogy a mindennapjainak részévé váljon az új technológia. Nem váratlan, hogy nagy számban vannak jelen az idegenkedők, elutasítók.

Mindezeket összegezve célszerűnek tűnt a szociális nyomást csökkentő módszer választása, a személyes, a közvetlenséget fokozó mélyinterjúk készítése a generáció ICT eszközöket használó képviselőivel. Az interjúk a mindennapi életben használt eszközöket helyezve a középpontba a privát szférára fókuszáltak.

Mivel kutatási célként definiáltuk az intergenerációs tudástranszfer vizsgálatát, így szükségesnek láttuk a fiatalabb generáció véleményének alaposabb megismerését a témával kapcsolatban, mégpedig oly módon, hogy közben az érintettségük fokozódjon. Ennek

érdekében a fogyasztói mélyinterjúk készítői esszékben foglalták össze benyomásaikat az 50+ generációról.

Szükséges megértenünk, hogy az ő szemszögükből melyek a legfontosabb momentumok, látják-e saját feladatukat, lehetőségeiket és felelősségüket az idősebb generációk információs társadalomba történő befogadása kapcsán.

A módszertan választásban segítséget nyújtott Trimberger<sup>1</sup> munkája, amelyet a *The New Single Women* (2006) című könyvében is közzétesz. Hipotézisei közt szerepelt, hogy azok a sztereotípiák, amelyek az egyedül élő 50 feletti nők csoportját negatív színben tüntetik fel, erősen élnek a fiatalokban és jól tükrözik a társadalom irányukba megnyilvánuló stigmáit. Hallgatóit arra kérte, hogy válasszanak ki a közvetlen környezetükben élők közül egy olyan ötven feletti hölgyet, aki egyedül él (több mint 10 éve vált el, vagy soha nem élt házasságban) és készítsenek vele interjút. A munka során a fiatalok véleménye jelentősen megváltozott, mert az interjúk során belátták, hogy ezek a nők egyedül is teljes, értékes, érdekes életet képesek élni. [Trimberger, 2006]

A kutatássorozat kvalitatív részét a szakértői mélyinterjúk zárták. Az interjúalanyok kiválasztása során szerepet kapott, hogy mind a kormányzati oldal, mind pedig vállalati oldal képviseltesse magát, továbbá a tudományos és a gyakorlati közelítések is megjelenhessenek.

A kutatássorozat lezárultával a kvantitatív eredmények primer, illetve szekunder értékelésének, a két generációtól kapott kvalitatív információk elemzésének, valamint a mélyinterjúkra felkért szakértők konkrét értékelésének segítségével történt az értekezés hipotéziseinek validálása.

## **5. A kutatás legfontosabb eredményei, a hipotézisek verifikálása**

*A legnehezebb, arra rájönni, hogy mi az, az elengedhetetlenül fontos, amit még meg kell tanulni.*

A rövid kérdőíves kutatás nem adott támpontot az „új öregek” megjelenésével kapcsolatos pozitív véleményváltozás tekintetében. A megjelenés sokkal inkább mutatott a változatlanul konzervatív, klasszikus irányba, a testkép a sportolás és az egészséges életmód háttérbe szorításáról árulkodott. Ha az ICT használatot kérdeztük, szintén közel 40%-ban abszolút elutasító, negatív véleményt kaptunk.

---

<sup>1</sup> Kay Trimberger, - women's and gender studies, Sonoma State University



Az interjú fázisban már kifejezetten az ICT eszközökkel legalább alapfokon kapcsolatban lévők kerültek megkérdezésre, lehetőséget adva ezzel – a fiatal generáció tagjai közül kikerülő kérdezőknek is - az idősebb generáció problémáinak alaposabb megismerésére és az ezekkel való mélyebb azonosulásra.

Az interjúkat követő esszék ily módon hordozhatják az alaposabb megismerés utáni véleményformálódás jegyeit. Az esszék során bemutatásra kerülő mintaválasztás már láttatja ezt a fajta diverzifikációt, szinte kivétel nélkül a generáció megosztottságát hangsúlyozza, amit a kérdőíves minta még csak kismértékben mutatott.

Összefoglalásként tekintsük át azokat a hipotéziseket, amelyeket a célok megfogalmazását követően alakítottunk ki.

*H1: Az ICT-vel való (aktív) kapcsolat lényegesen több, mint az IT használatának megtanulása: ez egy új típusú kommunikációs kultúra birtokba vétele.*

200 évvel ezelőtt írás-olvasás tudással lényegesen több lehetősége volt az embernek, több dolgot tehetett meg az életben, mint az analfabéták. Ma, ha valaki nem tudja, hogyan kell használni az új technológiákat, akkor a társadalom egy jelentős része, számos szolgáltató-szolgáltatás számára nem létezik. A technológia alapvető részévé vált a mindennapi életnek. A fogyasztói kutatás során az 50+ generáció képviselői a kommunikációs szokásaik megváltozásáról számoltak be, a fiatalabb generáció a generációk közti párbeszéd megváltozását vízionálja, a szakértők pedig maximálisan egyetértettek a hipotézissel.

*„Az ICT-vel való kapcsolat meglehetősen kihasználatlan, mint új életmód. Az európai értelemben vett tudás rengeteget tud profitálni az ICT-ből, de önmagában az ICT egy üres dolog.”*(Csepeli,mélyinterjú)

Az új kultúra nyitányának azonban lehetnek további feltételei. *„Attól lesz ez új, hogy interakcióba lép azzal a kultúrával, amelyik ezt alkalmazni tudja és valami új dolog fog létrejönni, lehetőségeket nyit meg. De szélsőséges esetben, ha egy kultúra képtelen ezeket a lehetőségeket kihasználni, akkor nem keletkezik belőle új érték.”*(Simó,mélyinterjú)

Azaz ténylegesen birtokba kell vennünk, hogy hozzáadódhasson a régi tudásunkhoz és újradefiniálja azt.

***Az aktív ICT kapcsolat túlmutat az IT használatának megtanulásán, az új típusú kommunikációs kultúra birtokbavételének számos aspektusát jeleníti meg.***

*H2: Az ICT rövidtávon a generációk fordított irányú együttműködését eredményezi. Az az 50+-os, akinek gyermeke, unokája segít az ICT eszközök használatában, nagyobb arányban válik aktív felhasználóvá, mint akinek nincs ilyen családi segítsége.*

A fogyasztói interjúk megerősítették, hogy az ICT-vel való ismerkedés első lépései az 50+ generáció aktív részénél szervezett keretek közt, legtöbbször a munkahely ösztönzésére történtek. Az ezt követő barátkozásban, továbblépésben elengedhetetlennek tűnik a fiatalok szerepe, erre a viszonyra jó kifejezés az együttműködés. Minden esetben elhangzott a fiatalabbaktól kért és kapott segítség - nem volt szükség az irányított rákérdezésre, - jelezve ezzel is az együttműködés gyakoriságát. Fontos azonban megjegyeznünk, hogy a segítségnyújtás megvalósul, de ennek módjában és eredményességében már eltéréseket láthatunk.

Az első tanfolyamok megadták az alaphangot az ismereti kötelezettség elfogadásához, nagymértékben hozzájárultak a távolságtartás, a félelem leküzdéséhez. A továbblépés azonban nem zökkenőmentes, szinte kivétel nélkül segítségre volt szükség az oktatási anyag tényleges befogadásához, amiben az interjúalanyok támogatást kaptak gyermekeiktől. Az otthoni használat nem jelent meg azonnal a munkahelyivel párhuzamban, kellett valami plusz motiváció, ami a hasznosságot fokozta. Ez lehetett konkrét szituációban megélt hasznosság, amely kézzelfogható eredményt adott, vagy kifejezetten a családhoz, családi kapcsolatokhoz kapcsolódó érték.

*„Minden technológiának vannak belépési küszöbei, majd egy folyamatos fenntartási igénye. Annyit kell tanulni, hogy ne avuljon el a megszerzett tudás.” (Simó, mélyinterjú)*

Segítség nélkül nehéz a szinten tartás. A gyorsan megtanított alapok nem biztosítanak kellően rugalmas és sűrű biztonsági hálót a kezdő idősebb felhasználóknak ahhoz, hogy saját maguk képesek legyenek folyamatosan tanulva továbblépni.

A fiatal generációk vizsgálata kapcsán megtudtuk, hogy a válaszadók háromnegyede támogatta már az idősebb generációk ICT kapcsolatának erősödését, a többség a családon belül megvalósult segítségnyújtást írta le. A segítségnyújtás kinek, miben segített relációja szignifikáns eltérést mutatott: a fiatalabb időseknél egyértelmű eltolódás látható az IT irányába, míg az idősebbeknél emellett még nagy számban megjelent a mobiltelefonával kapcsolatos segítségnyújtás is.

A primer kvantitatív kutatásban szintén külön állítás próbált rávilágítani arra az általános attitűdre, hogy a tágran értelmezett technológiai/elektronikai termékek körében a napi használat során mekkora szerepe van az autodidakta módon történő feladatmegoldásnak,

illetve a támogatás, a külső segítség felhasználásának. Az eredmények irányukban nem térnek el a nemzetközi eredményektől [Seniowatch,2007], a mérték alacsonyabb<sup>2</sup>, azonban így is közel 60 %-os az egyetértés a külső segítség igénybevételével kapcsolatban.

Az előzőekben bemutatott eredmények gondolatiságával ellentétben állnak a nem internetezőkről feltárt eredmények. A legalább 15 éves hazai lakosság közel kétharmada soha, semmilyen formában nem vett részt PC- vagy internethasználatról szóló képzésben, bár a tudásszerzés domináns forrása továbbra is a szervezett oktatás. Az internetet nem használó idősök körében a távolmaradás oka zömében kognitív jellegűnek tűnő (nincs rá szüksége, nem érdekli), nem pedig materiális természetű.[Inforum,2008] A számítógépet nem használók jellemzően nem észlelik az elszalasztott lehetőségeiket, jelzi a 2008 év végén elkészített Magyar Infokommunikációs Jelentés.

Az együttműködés szerepének fontosságát és jelenlegi csekély mértékét hangsúlyozza, miszerint a nem internetezők többségét senki nem bízta a használatra, nem hívta fel a figyelmét személyesen a használat előnyeire, nem nyújtott ilyen típusú segítséget<sup>3</sup>.

Mivel a fiatalok többsége, a 15 év alattiak közel teljes populációja kerül oktatási keretek közt kapcsolatba az ICT-vel, így egyetértésben a megkérdezett szakértővel mondhatjuk, hogy: *...,az ICT az egyik legdrasztikusabb erő abban, hogy a gyerekek minél korábban váljanak aktív tagjaivá a szociális interaktív mezőnek.*”(Simó, mélyinterjú) Felismerve az ebben rejlő lehetőségeket, láthattunk az irodalomkutatás alapján egy konkrét példát ezen erő tényleges mozgósítására. Az Egyesült Államokban intergenerációs tréningeket szerveznek<sup>4</sup> középiskolásoknak azzal a céllal, hogy azt tanulják meg, hogyan lehet az időseknek IT tudást átadni. Tanulnak kommunikációs technikát és munkamódszereket, amelyek hatékonyak az idősekkel való együttműködés során.

Eredményeink alapján jelenleg a generációk közti segítségnyújtáson és támogatáson alapuló fejlődés a magánszférára korlátozódik. Érdeemes a kérdéskörrel komolyan foglalkozni, ösztönözni, akár oktatni: egyrészt az ICT-vel kapcsolatos ismeretátadás lehetséges módjait, másrészt a már ismeretekkel, saját élményekkel bíró idősebb generáció integrációjának pozitív hasznosságát a társadalom és ezen belül is a fiatalok számára.

A résztvevők aktív hozzáállása elengedhetetlen a sikerhez. Ma még többnyire krízisként tekintenek a fiatalok az öregedő társadalomra, ezen azonban változtatniuk kell, amihez

---

<sup>2</sup> kb. 10 százalékpont

<sup>3</sup> Biztatta-e már valaki, hogy használja az internetet? (az internet nemhasználók %-ában), Forrás: Inforum: e-Befogadás Magyarországon,Éves jelentés 2008

<sup>4</sup> Older Adults Technology Services – nonprofit szervezet, amely az 50 felettiiek technológiai fejlesztésével foglalkozik

szükségük lesz hathatós segítségre. A munkaerőpiacra kerül lassan az az első generáció, amely egy nagyon széles koreloszlású populáció legfiatalabb felnőtt generációjaként praxisát egy olyan piacon kezdi, ahol klienseinek többsége idős ember lesz<sup>5</sup>.

A fiatalok megkérdezése érdekes jelzést adott: az ICT-típusú ismeretadásban résztvevők feleannyian látták öregnek az 50+ generációt, mint azok, akik még nem segítettek, ugyanígy a testkép tekintetében is jelentős eltérés mutatkozott, sokkal kevésbé használták a „ráncozott, görnyedt” kategóriát a testkép leírására. Jelzés értékű az eredmény, rávilágít az esetleges sztereotip válaszok mögött meghúzódó értékrendre.

Elemzéseink eredményei jelzik, hogy a munka irányából a mindennapokba beszivárgó ICT használat egyre szélesebb körben válik elfogadottá, és ha sikerül átlépni a munka-magánélet határát, akkor a privát szférában már egyre diverzifikáltabbá is válik. A hipotézis a kutatási eredmények alapján validálásra került.

*Az 50+ generáció megfelelő támogatással képes megbarátkozni az ICT technológiai alapjain megvalósuló új típusú kommunikációs kultúrával és aktív használóvá képes fejlődni. Az adaptáció folyamatát nagymértékben támogatja a családi, baráti kapcsolatokon keresztül kapott segítség.*

*H3: Az ICT használat és annak minősége generációkat eltérő módon jellemez.*

A nemzedékformáló hatások korábban a történelemből, ma inkább a technológiai fejlődés irányából indulnak. [Csepeli,2006]

Az európai összehasonlító kutatásból adódó első megállapítás a digitális szakadék létezése, tekintettel az 55 feletti korosztálynak az összes többitől lényegesen eltérő ICT használatára.<sup>6</sup> Tekintettel a számítógép, az internet és a mobil telefon használatra, különböző digitális szakadék mintázatok alakultak ki a vizsgált országokban<sup>7</sup>. Az idősök internethasználati mutatója megduplázódott ugyan 2001-2007 közt, de annak abszolút értéke még így is jelentősen elmarad a társadalmak többi korcsoportjától.

Az 55+ többsége 2001-ben a technológia iránt nyitottak csoportjába tartozott, érdemes azonban látnunk, hogy majd minden harmadik válaszoló zárkózott el mind a használattól, mind a tanulástól. 2007-re egyértelmű elmozdulás történt a használat intenzitása és a

<sup>5</sup> Hívta fel hallgatóinak figyelmét a Stanford Egyetem.

<sup>6</sup> Senoirwatch 2007

<sup>7</sup> Németország, UK, Franciaország, Olaszország, Lengyelország

tudásszint emelkedése irányába, azonban az elzárkózók csoportja alig csökkent. Emellett megállapítható, hogy a generáció erősen polarizált az ICT piaci aktív részvétel és az új technológiák iránti nyitottság tekintetében.

Az idős és a fiatal internethasználók között a használat céljának alapvető dimenzióiban nem mutat radikális eltérést a legtöbb nemzetközi és hazai kutatás. Az 50-60 köztiekről kialakult általános technológiai-szorongás sztereotípiá inkább nemzetközi tekintetben került megcáfolásra. Az Egyesült Államokban több használati jellemzőcsoport esetén az 50-esek és 60-asok közt az eltérés megszűnt és lassan a 70-esek is felzárkóznak<sup>8</sup>.

*„A különbség a használat intenzitása és a diverzifikáció tekintetében, sőt, az érzelmi viszonyulás tekintetében is erőteljesen létezik.”* (Kozák, mélyinterjú) A digitális szakadék áldozatai ma a fiatalabb idősök, de ők lehetnek a legfőbb haszonélvezők is a közeljövőben. Ahhoz, hogy a különbségekből sok elem valóban eltűnjön, internet hozzáférés, mobilkészülék és más eszközök megléte ugyan szükséges, de nem elégséges. Egyformán fontos a használat célja mellett a megvalósuló személyes előnyöknek az ismerete, megtapasztalása.

A hipotézis igazolható a jelenlegi kutatási keretek közt, azonban folyamatos változásról beszélünk, így elengedhetetlen az ismétlődő vizsgálat.

***Az ICT terjedésével a generációkat jellemző különbségekből sok minden el fog tűnni, de ma még nagyon jelentős a generációs különbség mind a használat, mind annak minősége tekintetében.***

*H4: Az 50+ ma egy karakteres korhatár Magyarországon, ha ICT relációban gondolkozunk, azaz a szokásos generációs lehatárolásnál korábban kell határt húznunk.*

A generációkat eltérő módon jellemző ICT használat a nemzetközi irodalomkutatás és a hazai kutatási eredményeink alapján is megállapítást nyert. A generációs határok pontosítása azonban ennél a témánál ugyanúgy problémát jelent, mint a generációs kutatások többségében.[Törőcsik, 2009]

*„Jelenleg egy olyan idős korcsoportról beszélünk, amelynek a szocializációját feltétlenül figyelembe kell venni, azaz, hogy milyen tudással érkezett el az idős korhoz. Elsőként a jelenlegi időseket, a 60 felettieket teljes mértékben külön kell választani. A fő kohorszformáló alapélmény az 50-60-asok fiatal életszakaszában egy gondolatilag is zárt, csupán önmagához*

<sup>8</sup> Ennek mértéke nem magyarázható az idő előrehaladtával új korcsoportba átlépő korábbi használókkal.

*képesti gazdagodást felmutató társadalomban való éleést jelentett. A magyar 50+-nak lehetősége sem volt arra, hogy elektronikai területen azt a tudást megszerezze, ami ehhez az „agyonkommunikált” társadalomhoz eszközhasználatban nélkülözhetetlen. Az adott generáció különösen szenved, mert attitűdkészletéből hiányzik annak az elismerése, hogy megváltozott körülöttünk a technológiai világ és ez a hétköznapjainkat érinti.”*(Hoffmann, mélyinterjú)

Az 50-64 év közöttiek közül sajnos csak minden harmadik dolgozik. Riasztó, hogy a még bőven munkaképes korban levő, 45-59 éves középkorúaknak is csak mindössze 37%-a szokott számítógépet használni. A hivatkozott motivációfeltáró kutatásból ismerhettük meg, hogy a „nincs otthon PC, se internet és nem is tervezi” válasz a célcsoport közel felét, 45%-át jellemzi. Kvalitatív mintánkban az 50+ generáció elutasító viszonya az ICT-hez a válaszolók 37%-a szerint egyértelmű.

A primer kutatásunk eredményei az ötvenes korcsoporttól kezdve jelzik az idő szerepének jelentős csökkenését. Az internet adta kommunikációs lehetőség ki nem használása mutatja az időgazdálkodási szemlélet eltérését is, ami utal a szűkebb kapcsolati hálóra és az ehhez szükséges tradicionális csatornákkal való elégedettségre. Az ötven év felettiek körében fokozatosan nő az otthonülők száma és aggasztóan magas azok aránya, akik teljesen bezárkóztak és elszigetelt életet élnek. Az úgynevezett ezüstgeneráció tagjai szinte az emlékeikből élnek, vagyis egyre többször idézik fel a régi időket és a nosztalgizálásba menekülnek. [GfK,2007]

A technológiai kihívásokról, a működtetéssel járó stresszről és a személyes adatok biztonságáról szóló állítások nem igazán osztották meg a felnőtt lakosságot. A nemzetközi eredményeknél távolságtartóbb, passzívabb a kép, sem a kihívás oldalon nincsenek kiugróan egyetértő korcsoportok, sem a működtetésből nem adódnak stresszt okozó, korcsoportokat eltérően jellemző nehézségek. Az 50 évnél idősebbeket (50-65) az egészségügyi ellátás költségei is a teljes népességnél kisebb arányban aggasztják.

Összegezve és összehasonlításba helyezve a passzivitást jelző eredményeket, ismételten alátámasztást nyert, hogy az ICT akkor jelenthet egy társadalom számára előnyt, ha van azt mire ráépíteni, mert valami eredendő érdeklődéssel, nyitottsággal, tudással kerül interakcióba. Magyar kutatások esszenciájául hangzott el a mélyinterjúk során, hogy: *„az 50+ ICT használatát leginkább nem a kor, hanem a szocio-kulturális tényezők - például a település, iskolázottság – határozzák meg”*(Kozák) Primer kvalitatív eredményeink szintén ebbe az irányba mutatva jelzik, hogy az ICT használat tekintetében ma még meghatározó tényező a lakhely, az 50+ generáció esetén különösen.

A kutatás feltáró jellegére tekintettel a megismert eredmények alapján a hipotézis megerősítést nyert és további kutatások remek kiindulópontjául szolgál.

***Az 50+, mint karakteres korhatár több ICT dimenzióban egyértelműen megjelenik.***

*H5: A vizsgált ICT piacon a technológia fejlődése határozza meg a keresletet.*

A hipotézis ICT szakértői körben közel teljes egyetértéssel bírt, azzal a kiegészítéssel, hogy a kommunikáció reflektál a fogyasztói igényekre, a mögöttes technológiai háttér a lehetőséget, a platformot adja hozzá. „Nagyon erős ebben az iparágban a technológiai hullámok szerepe, ezeknek a technológiáknak a mentén jönnek a fejlesztések, nagyon kevés a szolgáltatásalapú.” (Simó, mélyinterjú)

Ha alaposan megvizsgáljuk a kérdést és a speciális részpiacokat is áttekintjük, nyugodtan állíthatjuk, hogy ennél árnyaltabb a kép, hiszen ha pl. a sérülteket támogató eszközöket, assistive technológiákat nézünk, akkor az a keresletre történő adaptációként jelenik meg.

Ha ICT piaci szegmenseket nézünk és további mélységet adunk a kérdésnek, akkor látjuk, hogy bár a piac nagy része, ide értve a fiatalabb generációkat, élénken érdeklődik a technológiai újdonságok iránt, az mégsem igaz a piac egészére - éppen az idősök piacai miatt -, hogy az újdonságok aktivizáló ereje meghatározza a keresletet.

A primer kvantitatív kutatás eredményei alapján az idősebb fogyasztók igényeinek való megfelelés, a fejlesztésekben játszott szerepük és ezek akár funkcionalitás, akár design tekintetében történő megvalósulása a generációs nyomokat hordozza és egyben újabb eredményeket is sejtet. A hatvan feletti korcsoportja már sokkal inkább látja a problémáira adott válaszokat az egyes termékekben, mint az ötvenesek. Jellemzően ebben a korcsoportban jelennek meg az életkorral járó komolyabb érzékszervi problémák, amelyekre valóban több megoldást kínál a technológiai szektor.

Különbségeket tehetünk az érdeklődés motivációját illetően, mert sokszor hallani, hogy a fiatalok élnek-halnak a technikáért. Alapvetően nem maga a technológia vonzó a számukra, hanem inkább az új eszközök biztosította lehetőségek érdeklik őket, ezen belül is elsősorban a társas kapcsolatok és a játékos attitűdök különféle megnyilvánulási lehetőségei, tehát a kommunikáció, a szórakozás és az önkifejezés.

Annak érdekében, hogy az idősök számára is fogyasztható legyen a technológia, a jövőben el kell mozdulni a slow ICT irányába. Hogy mit jelent ez? A Slow Food irányzat reakció a

gyorsítkeztetési iparág terjedésére, az étkezés élményén keresztül próbál minőséget adni a globalizált világnak. Valami nagyon hasonló lehetne az, amit a jövőben a technológiával kellene tenni. Az ICT nagyon hasznos abban, hogy az időseket segítse elegánsan öregedni, miközben pedig emeli életminőségüket. Elsősorban olyan technológiai fejlesztéseket kell megvalósítani, számukra kínálni, amelyek valóban képesek erre<sup>9</sup>.

Ebben a formában a hipotézist elfogadottnak tekinthetjük, bár felhívjuk a figyelmet arra, hogy erősebb állításként – a technológia fejlődése meghatározza a keresletet – a validálás a technológia jelenlegi fejlettségi szintjén már további vizsgálódásokat igényel .

*A vizsgált ICT piacon jellemzően a megjelenő technológiák mentén alakul ki a kínálati portfólió.*

*H6: Az 50+ generáció piaca ma Magyarországon még csak lehetőség, de nem realitás.*

A legtöbb piac esetében igaz a fenti megállapítás, de a pénzügyi szektor egyes alpiacai már nagyobb fejlettséget mutatnak, gondoljunk például a gyorsan fejlődő életjáradékok, életbiztosítások piacára. Ezekről eltekintve a piacnyitás kezdetén állunk, szakértői becslések a demográfiai trendek változását is figyelembe véve 8-10 évben gondolkoznak, amikor láthatóan működő piacról beszélhetünk. A piacfejlődés dinamikáját alapvetően befolyásolja az adott társadalom gazdasági helyzete, az érintett szegmensek szocio-kulturális jellemzői és nem utolsósorban fő témánkkal összefüggésben, a digitális írás-olvasás képessége. A piac erejét számbeli fölényéből adódóan az 50+ korosztály fogja jelenteni. Ha náluk lesz az erő, akkor a közgondolkodás is meg fog változni.

*„Biztos vagyok benne, hogy gyorsabban meg fognak nyílni az időskori piacok, mint ahogy számítani lehet rá a demográfiai trendekből, mert a legtöbb tömegfogyasztási cikk piaca beszűkül. Létezik egy fiskális hajtóerő, ami miatt ott kell tartani az embereket a munkaerőpiacon. A fiatalok kevesen lesznek, nem tudnak elegendően belépni a munkaerőpiacra, munkaerőpiaci hiány lesz, ami miatt szintén ott kell maradni a mai ötvenes generációnak a*

---

<sup>9</sup> Economics and the Elderly: How ICT Can Help People Remain at Work – Interview with Jean Claude Burgelman, In: Mordini-Mannari (2008): *Including Seniors in the Information Society*, 28 World Leading Expert Talks on Privacy, Ethics, Technology and Aging – SENIOR Project



*munkaerőpiacon. Másrészt a nyugdíjrendszer finanszírozhatatlansága miatt is ott kell maradniuk. Ha pedig ott maradnak, akkor keresnek, növekszik a vásárlóerejük.”[Kozák]*

Az állítás valid abban az értelmezésben, hogy a lehetőség egyértelmű, ma a piacnyitás kezdetén járva nagy piaci aktivitás, mint realitás nem tapasztalható.

***Az 50+ generáció piaca tekintetében jelenleg a piacnyitás kezdetén állunk, 7-10 év múlva már láthatóan működő piacok vizsgálata történhet meg.***

## **6. Tovább lépési lehetőségek, jövőbeli kutatási irányok**

*Az 50+ generáció technológia befogadási képessége* alapvetően befolyásolni fogja az időspiacok fejlődési dinamikáját és irányát, valamint saját életminőségét mind a fiatalabb, mind pedig az idősebb idős életszakaszában. *Ennek nyomon követése* megalapozhatja a kutatás jövőbeli hatáskörének bővítését, definiálhatóvá tesz konkrét résztemákat.

A monitorozás fontos elemét adja, és egyben kijelöli a további kutatási irányokat a *jelenlegi aktivitások eredményeinek széleskörű mérése, elemzése*.

Az intergenerációs transzfer megvalósulásának elősegítése feltételezi a fiatal generáció - a témát érintő - *gondolatainak alapos feltérképezését, a sztereotípiák mögött meghúzódó attitűdök, értékek alapos feltárását*.

Kormányzati tervekben szerepel egy úgynevezett *szociális informatikus szakember*<sup>10</sup> képzés létrehozása, amely ugyan szociális tényezőként jelenik meg, mégis érdeklődésre számot tartó a tevékenység figyelemmel kísérése, gondolatíságának széleskörű, általános implementálása.

Az idősödés minden életszakasza újabb és újabb piaci lehetőségeket nyit meg, a célcsoport méretének kritikus volta és folyamatos növekedése pedig egyre vonzóbbá teszi az épülő piacokra való belépést. Azonban a fogyasztók befogadóképességével kapcsolatban is elvárások fogalmazódnak meg, amely legtöbb esetben minimum IT ismereteket, de sokkal inkább az új kommunikációs kultúra tényleges birtokbavételét jelenti. Ha az 50+ generációról beszélünk, egyértelműen előtérbe kerülnek:

- a munkaerőpiaci kérdések – a munkaerőpiacon tarthatóságot és ezáltal vásárlóerő stabilizálást segítő tényezők,

<sup>10</sup> „Ez a szociális munkának lenne egy digitális iránya. Az idős embernek nemcsak a gyógyszerét váltaná ki vagy az ágytálat cserélné ki a szociális munkás, hanem karbantartaná a kommunikációs rendszerét is. Ennek semmi akadálya nincs – csak a gondolkodást kellene megváltoztatni. (Csepeli, mélyinterjú)

- a számukra hozzáférhető szolgáltatási paletta bővítésében rejlő piaci lehetőségek,
- a csoport nagy hányadát – eltérő szituációkban, életszakaszokban - érintő idősápolási problémakör,
- valamint a hosszabb várható élettartamhoz kötődő, az életminőséget befolyásoló, egészségtudatos, fokozott biztonság szintjében életvitelt segítő termékek, szolgáltatások.

Fejlesztés alatt álló termékekről információk szinte naponta kerülnek napvilágra, egyre jobban közelítve a valós felhasználói igények versus technológiai képességek ideális kombinációjához. Életminőség javításról akkor beszélhetünk, ha átformálódik a társadalom ezirányú gondolkozása – a technikai, technológiai feltételek megléte mellett -, és képesek leszünk a kétirányú befogadásra.

Érdemes fokozott figyelmet fordítanunk az Európai Unió azon álláspontjára is, miszerint a társadalmi integrációt segítő politikák egyben kifizetődőek is, hiszen azzal, hogy több embert vonnak be a munkaerőpiacra és fenntarthatóbbá teszik az állami finanszírozási rendszereket, elősegítik a társadalmi kohéziót és a gazdasági növekedést.

Ezzel szemben hazánkban, ha felvetődik egyáltalán a befogadó információs társadalom kérdése, akkor is inkább szociális, esélyegyenlőségi kérdésként vetődik fel és csak a háttérben, másodlagosan jelennek meg az össztársadalmi, gazdasági szempontok. Ezen túllépve rajzolódhatnak ki megoldási koncepciók, elsődleges kérdésként kezelve a passzivitás leépítését és a generáció motiválásának lehetőségeit.

Összességében megállapíthatjuk, hogy a generációk közti segítségnyújtáson és támogatáson alapuló fejlődés és az információs társadalomba történő integráció alapvető feltétele az idősekkel kapcsolatos attitűdök megváltozása. Történnék változások, adott hatásfokkal működik a tudástranszfer, azonban ennek a folyamatnak nagyobb lendületet kellene adni, átgondolva minden érintett generáció helyzetét, lehetőségét.

## 7. Tudományos közlemények az értekezés témakörében

Gergátz (2009):Az 50+ generáció ICT kapcsolatainak vizsgálata. I. rész – A feltáró jellegű kutatássorozat kvalitatív részeredményei *Marketing és Menedzsment*. 43.évf. 3.szám 2009 54-63p.

Gergátz (2009):Az 50+ generáció ICT kapcsolatainak vizsgálata. I. rész – A feltáró jellegű kutatássorozat kvantitatív részeredményei. *Marketing és Menedzsment*. 43.évf. 4.szám 2009 4-12p.

Gergátz (2009): Redefining Life After 50 – Grandparants Are Plugged-In, *8th International Congress Marketing Trends in Venice*, ISBN 978-2-9532811-0-1

Gergátz (2008): The famous elephant going through the population python, *Marketing Theory Challenges in Transitional Societes Conference, Zagrab*, ISBN 13: 978-953-6025-26-8

Gergátz-Koncz (2004): Close to the Edge – Fixed-line seeking for sustainable products beside mobiles, *11th International Product Development Conference, EIASM , Dublin*

Töröcsik-Gergátz-Szücs (2003): Special features of the telecom industry, *Excellence in International Research 2003, ESOMAR, Oslo*, ISBN 92-831-13357

## 8. A tézisekben hivatkozott irodalmak jegyzéke

A világ előrehaladása az információs társadalom terén 1998–2008, **World Progress Report – 2008**, ITTK, Budapest, 2007 március

**Castells, M** (2005): A hálózati társadalom kialakulása. Infonia-Gondolat Kiadó, Budapest

**Csepeli, Gy.** (2006): A jövőbe veszett generáció. Mesterkurzus, 2006

**Hofmeister Tóth Ágnes** (2006): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó, Budapest

**Inforum** (2008): e-Befogadás Magyarországon, Éves Jelentés 2008, Fókuszban: az idősödők befogadásának problematikája

**Iván, L.** (2006): A gerontológia újabb eredményei: az egészséges öregedés esélyei és kockázatai, <http://www.medlist.com>

**Kandikó J.**(2000): Trendek és fejlődés az európai piacon, CEO Magazin 2. 8-15p.

**Rekettye, G.** (2004): Paradigmaváltás a marketingkonceptióban a XXI. század elején. In: Berács-Lehota-Piskóti-Rekettye: Marketingelmélet a gyakorlatban. KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest, 2004. 27-43p.

**Seniorwatch2** (2008)- Assessment of the Senior Market for ICT Progress and Developments, Final Study Report, Brussels, European Commission Information Society and Media Directorate General

**Törőcsik, M.** (2009): Generációs marketing. In: Elkötelezettség és sokoldalúság. Tanulmánykötet Barakonyi Károly tiszteletére, szerk: Bugár Gyöngyi, Farkas Ferenc, Pécs, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 2009. 221-228.

**Trimberger, K.** (2006): The New Single Woman. Beacon Press, <http://www.kaytrimberger.com/>