

A digitális bennszülöttek sem rajognak maradéktalanul a digitalizációért

A magyar Y és a Z generáció is pesszimista a digitalizáció hatását illetően – derül ki egy kutatásból.



Miközben a Magyarországon élő Y és Z generáció úgy látja, hogy a jövőben mindent áthat a digitalizáció és az online tér, komoly kétségei vannak, hogy ez jó lesz-e – állítja a Pulzus és a Senso Media friss kutatása.

A válaszadók többsége kedveli ugyan az okoseszközök és az okoskörnyezet nyújtotta kényelmet, de pesszimista a személyes adatok védelmével, valamint a személyes szabadsággal és biztonsággal kapcsolatban. Bár a két korcsoport nagyon eltérő digitális környezetbe született bele (az Y generáció az 1980 és 1994 között születetteket, a Z pedig 1995 és 2010 között születetteket takarja), a kutatás nem mutatott ki szignifikáns különbséget a két korcsoport válaszai között.

Ez azért is érdekes, mert a két generáció digitális térhez való affinitásában komoly különbségek vannak. A jelenleg a 20-as éveik végén, 30-as éveikben járók ugyan már digitális bennszülötteknek számítanak, ám értékrendjük konvencionálisnak tekinthető (konvencionálisabbnak például, mint az előző generációké). Az ezredforduló után születettek, a Z generáció más környezetbe született bele. A generáció tagjainak alapélménye az online tér-

ben élés és a mobilitás (bárhol bármikor elérhető online információk).

Már online térben (is) élünk

A válaszadók több mint fele (55 százalék) úgy gondolja, hogy az online tér már most is áthatja egész életét. Nemcsak a személyes digitális eszközein, de minden internetalapú szolgáltatáson és internetképes képernyőn keresztül jelen van az életében, beleértve az utcai berendezéseket is. 63 százalékuk pedig abban is biztos, hogy ez a tér még jobban kiterjed, a városok "tovább fognak okosodni".

A válaszadók látják ennek pozitívumait is. Például a környezetükben fellelhető tárgyakról gyorsan elérhetőek lesznek majd az információk, egyszerűbbé és kényelmesebbé válik az ügyintézés. A digitális tér funkcióival szembeni elvárások is ezzel kapcsolatosak: például hozzáférés közlekedéssel vagy a környékbeli szolgáltatásokkal kapcsolatos információkhoz, jegyvásárlás, mobilfeltöltés, alapvető italok vásárlása, segélyhívás indítása stb.

A válaszadók azonban látják az árnyoldalakat is. 45 százalékuk például úgy véli, hogy a gépek mindent tudni fognak arról, hogy az emberek mikor, hol és mit csinálnak, és ezt nem is lehet kontrollálni. Ez a felhasználók biztonságérzetére is kihat: csak minden ötödik megkérdezett gondolja, hogy a jövő okosvárosaiban biztonságosabb, élhetőbb lesz a környezet, és mindössze 6 százalékuk szerint nő majd a személyes szabadság.

A reklám is információ, de nem szeretjük

Mivel manapság az online térben gyűjtött adatokat elsősorban marketing célokra, például célzott reklámokhoz használják, a kutatás erre a témára is kitért. A válaszadók többségének (84 százalék) egyértelműen fontos, hogy képes legyen szabályozni a saját online terében megjelenő információk áramlását – mind a tőle indulót, mind a hozzá érkezőt. Közel háromnegyedüket (73 százalék) zavarják az online reklámok, mivel azt érzik, hogy

képtelenek szabályozni, hogy hol, mikor és mennyit kapjanak ezekből.

A kutatás csupán itt mutatott ki némi eltérést a két generáció között. Az Y generációba tartozók ugyanis jobban elfogadják a személyre szabott online ajánlatokat, melyek korábbi kereséseik vagy érdeklődési körük alapján találják meg őket. Ugyanakkor a teljes kör fele nem örül annak, hogy adatokat gyűjtenek róla, hogy az érdeklődési köréhez illeszkedő vagy konkrét szükségletére választ adó ajánlatokat kapjon.

Felértékelődött viszont a személyes ajánlás. Mindkét korcsoport (az összes válaszadó 69 százaléka) vásárlási döntéseit nagyban befolyásolja – azaz vásárol vagy kipróbál egy terméket –, ha azt barátja, ismerőse ajánlja.

Forrás: <https://bitport.hu/a-digitalis-bennszulottek-sem-rajongnak-maradektalanul-a-digitalizacioert>

Válogatta: Fonyó Istvánné