

A telefonhasználat mikro-mintázatai a fiatalok és felnőttek körében

Összefoglalás

A kutatás háttere

Jó eséllyel nincsen olyan technológiai innováció az emberiség történetében, amely ennyire rövid idő alatt és ilyen szerves módon vált az emberek mindennapi életének részévé. A fiatalok és a fiatal felnőttek körében az okostelefon használata napjainkra lényegében megközelítette a 100%-ot. Az eszköz és az ember egyre szorosabb szimbiózisa soha nem látott lehetőségeket kínál a kommunikációra, az információhoz való hozzáférésre és a szórakozásra. Ugyanakkor egyre több az aggodalom a mentális egészségre és a társas kapcsolatokra gyakorolt lehetséges hatásokkal kapcsolatban. Az elmúlt nagyjából másfél évtizedben a közbeszéd és a tudományos kutatások egyik legfontosabb kérdése volt, hogy az egyre intenzívebbé váló okostelefon-használat összefüggésbe hozható-e olyan problémákkal, mint a depresszió, a szorongás, a magány vagy a társadalmi elszigeteltség. Ahogy az lenni szokott, egy ennyire összetett kérdésre nem lehet egyszerű válasz adni. A témában született kutatások tapasztalatai két nagy csoportba sorolhatók: egyes kutatók arra figyelmeztetnek, hogy az okostelefonok és a közösségi média hozzájárulnak a fiatalabb generációk "mentális egészségügyi válságához", míg mások szerint ezek a hatások kevésbé meghatározók, illetve erősen függenek az eszközök használatának módjától, továbbá a két jelenség közötti kapcsolat nem közvetlen, hanem nagyon sok külső tényező határozza meg.

Ez a kutatás egy 2024-ben készült adatfelvétel és az abból készült kutatási jelentés folytatása, amiben az okostelefon-használat mikro-mintázataira fókuszáltunk. Elsősorban arra kerestük a választ, hogy milyen kapcsolat van a különböző eszközhasználati motivációk, a viselkedés és mentális állapotok között, illetve milyen további megfigyeléseket tehetünk a telefonhasználattal kapcsolatban, ha az elemzésbe bevonjuk a lokációs adatokat is. Ezeknek a jelenségeknek a digitális viselkedési- és nyomadatok alapján történő vizsgálata újszerű perspektívákat nyithat, és a mintázatok feltárása és megértése nem csak tudományos, hanem gyakorlati szempontokból is releváns.

MÓDSZERTAN: A kutatás adatfelvétele 2024. június 15. és augusztus 18-a között zajlott, amely során a résztvevők egy online kérdőívet töltöttek ki, illetve egy okostelefonos alkalmazáson keresztül átlagban 17 napon keresztül vizsgáltuk a résztvevők részletes alkalmazás-használati szokásait, illetve 5 perces időközönként lokációs adatokat is rögzítettünk. A kérdőívet összesen 1113 fő töltötte ki, és ez a minta a 16-35 éves magyar online lakosságra reprezentatívnak tekinthető. Közülük 235 vett részt az Android rendszerű telefonokon keresztül megvalósított szoftveres adatgyűjtésben.

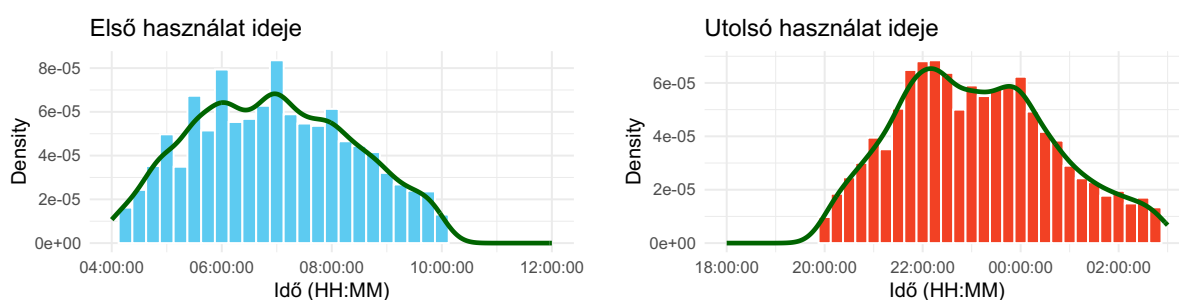
Eredmények

„Ki korán kel...?” Napon belüli első és utolsó készülékhaznátat jellemzői

A kutatás alapján a fiatal felnőttek telefonhasználati szokásai nemenként és életkor szerint is különböznek, még ha ezek a különbségek nem is számottevőek. A nők általában korábban kezdik a napjukat a telefonjuk használatával (átlagosan reggel 7-kor), míg a férfiak 15 perccel később kapcsolódnak be a digitális világba. Késő este ugyanakkor fordított a helyzet: ilyenkor a férfiak használják tovább a telefonjukat, kiegyenlítve a két nem közötti különbséget. A 30-34 év közöttiek kelnek a legkorábban, míg a 16-19 évesek a legkésőbb, viszont ez utóbbi csoport tagjai sokszor még éjfél után is aktívak a telefonjukon. A telefonhasználat reggeli csúcsideje 6 és 8 óra közé, az esti pedig 22 és 24 óra közé esik.

1. ÁBRA

Az első és az utolsó használat idejének megoszlása nem és életkor szerint

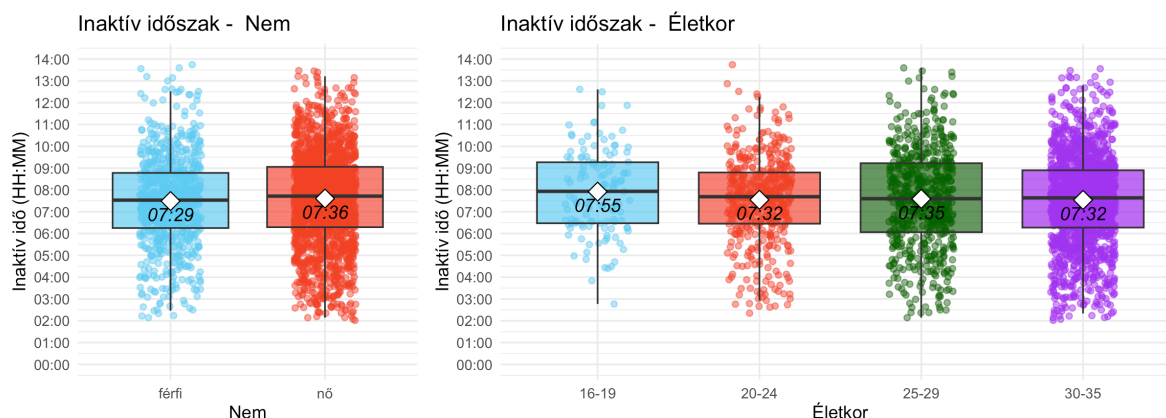


„Akkor alszom, amikor nem használom a telefonom?” Az alvásidő közvetett becslése

A kutatásban résztvevők átlagosan napi 7 és fél órát töltenek telefonjaik aktív használatán kívül, tehát ennyi ideig vannak az eszközök érdemben „pihenő” állapotban. Ez az időszak jellemzően az éjszakai alváshoz köthető, de nyilvánvalóan nem minden esetben jelent tényleges pihenést. Az adatok alapján a legtöbb ember 6,5 és 9 óra közötti inaktivitási időszakkal rendelkezik, de előfordulnak kiugró esetek is, például amikor valaki alig 4 órára teszi le a telefont. A nemek és életkor szerinti különbségek elenyészőek, átlagosan minden csoportban legalább 7 órányi inaktív időszak figyelhető meg. Érdekes módon az, hogy valaki mennyi ideig nem használja a telefonját, nem áll szoros kapcsolatban a napi képernyőidő hosszával – tehát nem igaz, hogy aki sokat alszik, kevesebbet használja a telefonját, és fordítva sem: a keveset pihenők sem feltétlenül „függők”.

2. ÁBRA

Inaktív időszakok hosszának megoszlása nem és életkor szerint



„Ébredés után az első dolgom, hogy ...”

Nemcsak az a kérdés, mikor nyúlnak először az emberek a telefonunkhoz reggel, hanem az is, hogy ilyenkor mit néznek meg először a készüléken. A kutatás eredményei szerint a legtöbben a Facebookot vagy a Messengert indítják el elsőként, de a kor és a nem jelentősen befolyásolja ezt a sorrendet. A 16–19 évesek körében például az Instagram a legnépszerűbb „ébresztőapp”, míg az idősebb korosztályokban fokozatosan előtérbe kerülnek az e-mailek, a Facebook és a híroldalak. Míg a fiatalabbak ébredés után gyakran a vizuális, gyors tartalmakat keresik, az idősebbek inkább információval vagy üzenetváltással indítják a napot. Ez a különbség nemcsak a digitális szokásokat, hanem a napi rutinok és prioritások változását is jól tükrözi.

Az objektív és a szubjektív képernyőidő különbsége

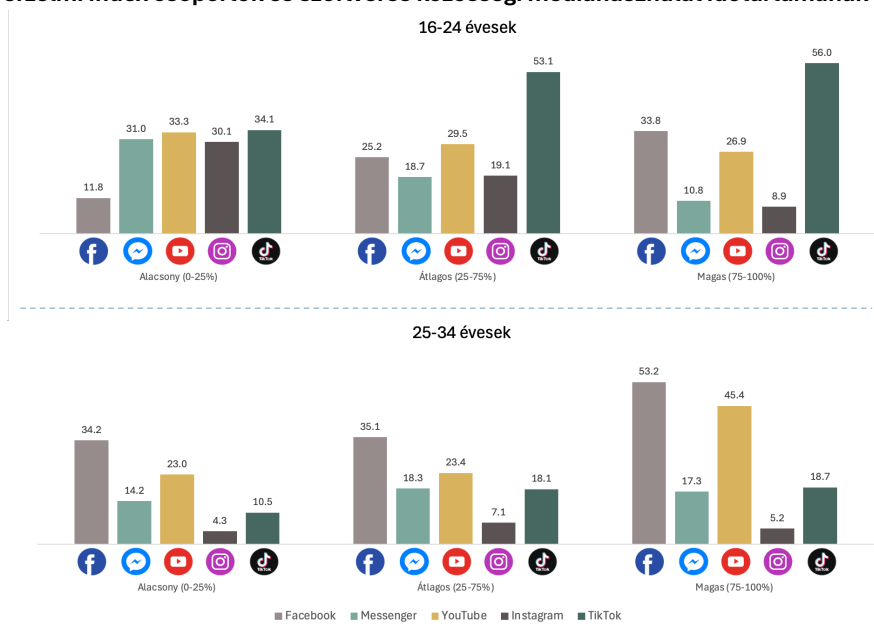
A kutatás során a résztvevők képernyőidejét kétféleképpen is vizsgáltuk: egyrészt saját becsléseik alapján, másrészt a telepített alkalmazással, amely pontosan rögzítette a készülékhasználati adatokat. Az eredmények azt mutatják, hogy a legtöbben jelentősen túlbecsülik a napi képernyőidőt – különösen a 20 év feletti korosztályok. A telefonjukat legtöbbit használó 16–19 évesek ezzel szemben meglepően pontosan saccoltak, ami arra utal, hogy ők jobban tudatában vannak digitális szokásaiknak. A szoftveresen mért és a becsült adatok közti eltérés mértékét statisztikai modellek segítségével is vizsgáltuk, és azt találtuk, hogy az előzetes feltételezésünkkel ellentétben, a gyakori, rövid használatok és a közösségimédia-alkalmazások intenzív használata nem volt szignifikáns hatással a becslés pontosságára. Bár a két mérési módszer között jelentős különbségek mutatkoznak, a kutatás rámutat arra, milyen fontos kérdés, hogy valójában mennyire vagyunk tisztában a saját képernyőidőnkkel.

Digitális menedék vagy lelki teher? Képernyőidő és közérzet kapcsolata

A közösségi médiahasználat és a mentális egészség közötti kapcsolat vizsgálata a kutatás egyik kulcskérdése volt. Az eredmények azt mutatják, hogy a negatív érzelmi állapot – például szorongás vagy depresszió – összefügg bizonyos használati mintázatokkal: ezekben az esetekben a közösségi média inkább önreprezentáció, identitáskeresés vagy menekülés eszköze. Ezzel szemben azok, akik pozitív érzelmi állapotról számoltak be, kevésbé használják ezeket a platformokat „eszképista” módon. A szoftveresen mért adatok alapján pedig kiderült, hogy míg a fiatalabbak (16–24 évesek) körében nem figyelhető meg érdemi eltérés a képernyőidő és a mentális állapot között, a 25–34 éves korosztályban egyértelmű tendencia mutatkozik: minél magasabb a negatív érzelmi index, annál hosszabb a napi képernyőidő – akár másfél órással is. Platformhasználat szintjén a fiatalabb negatív érzelmi állapotú csoportban a TikTok dominál, miközben a személyes kommunikációs platformok – mint a Messenger vagy az Instagram – háttérbe szorulnak. Az idősebbek esetében viszont a Facebook és a YouTube használat ugrik meg jelentősen. Mindez arra utal, hogy a mentális állapot nemcsak a közösségi médiahasználat mennyiségét, hanem annak jellegét és célját is befolyásolja.

3. ÁBRA

A negatív érzelmi index csoportok és szoftveres közösségi médiahasználat időtartamának kapcsolata

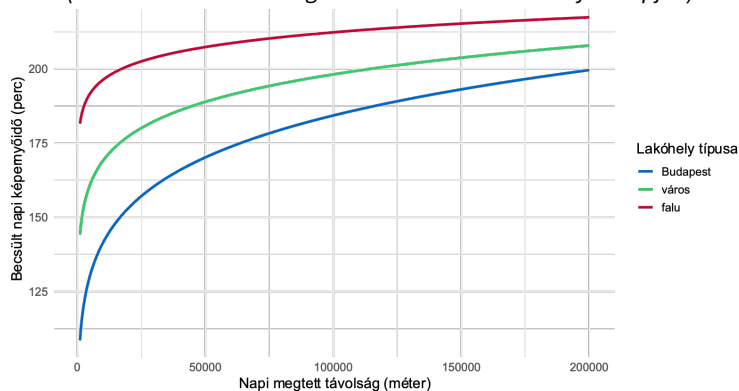


„Aki messzire megy, sokat nyomkod?” Képernyőidő és napi mobilitás

A napi képernyőidő alakulása szoros összefüggést mutat azzal, hogy ki hol él és mennyit mozog naponta – derül ki a kutatás többváltozós statisztikai elemzéséből. Az adatok alapján a vidéki városokban és falvakban élők jellemzően több időt töltenek telefonjuk képernyője előtt, mint a budapestiek, különösen akkor, ha az adott napon keveset utaztak. Ugyanakkor a napi megtett távolság növekedésével a fővárosiaknál a képernyőidő is jelentősebben nő, mint más lakóhelytípusokban – vélhetően azért, mert Budapesten többen utaznak tömegközlekedéssel, ami lehetőséget ad az aktív telefonhasználatra. Ezzel szemben a falvakban és kisebb városokban élők mozgása inkább autóhoz vagy kerékpárhoz köthető, így kevésbé tudják használni eszközeiket útközben. Az életkor és a nem szerepe kevésbé meghatározó ebben az összefüggésrendszerben: bár a nők némileg többet használják a telefonjukat, és az idősebbek kevesebbet, ezek a különbségek statisztikailag nem jelentősek. Összességében úgy tűnik, hogy a képernyőidőre nemcsak az hat, mennyit utazunk, hanem az is, hogyan.

4. ÁBRA

A becsült napi képernyőidő és a napi megtett távolság összefüggése
(a többszintű lineáris regressziós modell eredményei alapján)



„Appok mozgásban” – Hogyan változik az apphasználat mozgás és utazás közben?

A lokációs és az apphasználati adatok együttes elemzése azt mutatja, hogy az alkalmazások típusai és a mobilitási mintázatok szorosan összefüggnek egymással: bizonyos appokat sokkal inkább mozgás közben használunk, míg másokat inkább nyugodt, statikus környezetben. Az alkalmazásindítások 10%-a, a képernyőidőnek pedig 12–13%-a történt valamilyen helyváltoztatás közben. A navigációs és utazáshoz kapcsolódó alkalmazások (pl. Google Maps, MÁV/Vonatinfó) dominálnak utazás közben – ezeknél a képernyőidő több mint harmada kötődik mozgáshoz. Szintén gyakori mozgás közben a logikai játékok és a videós appok (pl. YouTube) használata, míg a tanulásra és produktivitásra használt alkalmazások alulreprezentáltak. A közösségi média és kommunikációs appok viszont helyzetétől függetlenül stabilan jelen vannak – ezek használata nem függ jelentősen attól, hogy a felhasználó épp úton van-e. Az összetettebb elemzések azt mutatják, hogy a hosszabb járműutak különösen kedveznek a passzív szórakoztató appoknak (navigáció, zene, videó, játék), a TikTok, Instagram és YouTube pedig különösen fontos szerepet kapnak mozgás közben, úgyhogy tűnik, hogy leginkább ezek váltak a mobilitás természetes digitális kísérőivé.

5. ÁBRA

Alkalmazások relatív képernyőideje az egyes mozgástípusok szerint

