

**Médiafogyasztási szokások elemzése
közösségi média platformokon**

Szenográdi Viktória, DT4CHN

Kereskedelem és marketing alapképzési szak nappali tagozat

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Szendrő Katalin, egyetemi docens, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

A közösségi médiafogyasztási szokások elemzését, azért választottam, mivel számomra nagyon érdekes és elengedhetetlen része az életünknek, és ezért szeretem volna mélyebbre ásni a tudásomat benne. A szakdolgozatom eredményei négy forrásból származnak. Első részben a hazai és külföldi szakirodalmak a közösségi médiának működéséről. Második részben egy félig strukturált interjút hajtottam végre, harmad és negyed részben pedig egy fókuszcsoporthoz elemzést készítettem, aminek célja a fogyasztási szokások megismerése.

A szakirodalmi áttekintésben megvizsgáltam pár kedvelt, listavezető közösségi médiás platformot. A vizsgálat alatt kitértem e platformok veszélyeire is, amire igazán figyelni kell, ha jelen vagyunk a közösségi médiában. Ami alapján jobban megismerhetjük a világ e részét is, mivel nem lehet már ez nélkül élni az életünket, mert mindenhol jelen van már az online jelenlét. Ezután következett a saját kutatásom, amivel bővebben bele tudtam látni az emberek gondolkodásában a közösségi médián való jelenlétről.

A mélyinterjút 3 személlyel készítettem el, akik nagyon különböző meglátásból vizsgálták meg a feltett kérdéseket. Összesen 20 kérdést tettem fel mindhármuknak, mindenki teljesen más élethelyzet van és ez alapján az adott válaszok is változtak. A kérdésekben volt egy-egy olyan, hogy hasonló válaszokat kaptam, ami nekem a kutatásomat nagyban segítette.

Két fókuszcsoporthoz interjút készítettem. Az első csoportban 5 fő vett részt. Ebben a csoportban minden résztvevő ugyanabba a korosztályba tartozott, mindannyian 18 és 28 év között voltak. A fókuszcsoporthoz interjú során lehetőségem nyílt megtapasztalni, milyen egy vezető szerepe egy ilyen beszélgetés levezénylésében. Négy kérdést tettem fel nekik, amelyek főként a közösségi médiahasználatukra és annak hatásaira vonatkoztak. Első kérdésemben arra voltam kíváncsi, milyen gyakran használják a közösségi médiát. A válaszok három csoportra oszlottak: néhányan napi szinten használják, mások munkájuk miatt naponta többször, és vannak, akik próbálják tudatosan korlátozni magukat. A következő kérdés a közösségi média pozitív és negatív oldalaira irányult. A résztvevők kiemelték, hogy a közösségi média kiváló eszköz kapcsolatépítésre és kommunikációra, de függőséget is okozhat, ami negatívan befolyásolja a mentális egészséget. A beszélgetés végén felmerült, hogy szívesen látnának szigorúbb

szűrést a hamis információk és az online bántalmazás ellen, valamint a biztonságos használat biztosítását.

A második fókuszcsoportban nagyobb létszámmal, összesen 8 fővel dolgoztam. Bár voltak pontok, amelyekben különböztek az első csoporttól, néhány területen egyezőségek is megfigyelhetők voltak. Ebben a csoportban az életkor változatosabb volt: míg az előző csoport tagjai mind azonos korosztályból származtak, itt két idősebb résztvevő is volt, egy 50 és egy 45 éves, a többiek pedig az előzőhöz hasonlóan 18-28 év közöttiek voltak. A kérdések száma megegyezett az előző csoportban alkalmazottal, tehát itt is négy kérdést tettem fel, azonban ezek eltértek az előző csoport kérdéseitől. A különböző kérdések célja az volt, hogy szélesebb perspektívát nyerjek a témában.

Kiderült, hogy mindannyian használják a közösségi médiát, különböző okokból – egyesek a gyermekük unszolására, mások a közösségi nyomás hatására, vagy saját szórakozásuk miatt. A platformok terén három csoport alakult ki: voltak, akik a Facebookot, mások az Instagramot, míg egy harmadik csoport a TikTOKot részesítette előnyben, bár szinte mindenki jelen van több oldalon is. A jövőbeli változásokkal kapcsolatban egyetértés alakult ki abban, hogy az óvatosság elengedhetetlen, mivel az internetes csalások sok kellemetlenséget okozhatnak. Ugyanakkor kiemelték a közösségi média által kínált lehetőségeket, például új munkahelyeket, ahol a kreativitásnak nincs határa.

Összegezve elmondható, hogy a közösségi média egy olyan lehetőség, amit a mai korszerű technika lehetővé tesz nekünk és minden embert érint a világban. Hiába használjuk és nagyon jó, hogy van a közösségi média, de ennek a hátrányát is megtapasztalhatjuk, ha nem vigyázunk vele. Az eredményeket elemezve megtudtam, hogy minden interjúalanyomnál fontos volt, hogy jelen legyen a közösségi médián. Az eredmények alapján kiderült, hogy a legtöbben társalgásra, kapcsolat fent tartás miatt használják az oldalakat. A másik ok, amiért jelen vannak a közösségimédiás platformokon, az pedig azért van, mert szeretik az ismerőseiknek megmutatni egy-egy jobb pillanatot fotó formájában. A legtöbben kapcsolattartásra és élményeik megosztására használják, és általános egyetértés volt abban, hogy "nagy lehetőség rejlik benne, csak tudni kell élni vele".

Dolgozatom eredményeit azoknak ajánlanám elsősorban, akiket érdekel a közösségi médiafogyasztási szokások elemzése.