

Sajtóközlemény

Kiadja: Budapesti Metropolitan Egyetem
Budapest, 2020-07-06

Online is ugyanolyan intenzív közösségi életet éltünk, mint a járvány előtt

Többet foglalkozunk a szüleinkkel, sokkal megfontoltabban költjük a pénzt, és új hobbit keresünk, vagy a régiéket elevenítjük fel, ha otthon kell maradnunk – derül ki a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Marketing Műhelyének évente kiadott METU Indexéből. A több mint 600 fiatal megkérdezésével készült kutatás idén azt vizsgálta, milyen hatással van a járványhelyzet az egyetemisták mindennapjaira. A fiatalok az ügyintézésről a tanuláson keresztül a szórakozásig szinte mindent a digitális térbe költöztek.

A korlátozások alatt sem töltöttünk kevesebb időt egymással

A hallgatók nagyjából ugyanannyi időt töltenek a barátaikkal, mint a járvány előtt, a szülőkkel viszont többet: a hallgatók egyértelmű többsége (92%) fele-fele arányban ugyanannyit vagy még többet beszélt a szüleivel, mint a járvány előtt, és csak 8 százalékuk kevesebbet. A megkérdezettek többsége kapcsolattartás céljából elsősorban a Facebook Messengert és a hagyományos telefonhívást használja, ezek után következik az Instagram, majd az e-mail. A Google Hangouts, Microsoft Teams, TikTok WhatsApp és Skype alkalmazásokat azonban a hallgatók többsége egyáltalán nem használja erre a célra. A szülőkkel a legtöbben telefonon tartották a kapcsolatot, a második helyre a Facebook került. Az olyan alkalmazások, mint a Skype, a Zoom, a Viber vagy a FaceTime egyáltalán nem népszerűek a megkérdezettek körében, ha a szülőkkel való kapcsolattartásról van szó.

Évi néhány alkalom helyett napi szintű videochat

A járvány egyik következménye a hallgatók körében is a videochat elterjedése: az addig csak évi vagy havi néhány alkalommal használt alkalmazásokat a járvány időszakában a hallgatók fele hetente, további közel 40 százaléka pedig napi rendszerességgel használta. Emellett a válaszadók nagyobb része (42 százaléka) gondolja, hogy ez is a legalkalmasabb eszköz a kapcsolattartásra ebben az időszakban, több mint egyharmaduk a telefonban vagy az audiohívásban, 23 százalékuk pedig a chatben vagy az üzenetküldésben bízik. A válaszadók harmada leggyakrabban a barátokkal való kapcsolattartásra használta a videochatet, a második helyre az egyetemi csoporttársak kerültek, a megkérdezettek 18-18 százaléka pedig a kollégákat és a családtagokat hívta videochaten a legtöbb alkalommal.

A szórakozás és az ügyintézés a digitális térbe költözött

A járványügyi helyzet előtt a válaszadók 38 százaléka saját megítélése szerint napi 4-6 órát töltött a digitális térben munka, mobilhasználat vagy szórakozás miatt, 23 százalékuk pedig 1-3 órára becsülte ezt az időt. Az otthon töltött időszak ezeket az arányokat jelentősen átírta: a válaszadók 34 százaléka napi 7-9 órát, negyede napi 10-12 órát, 17 százalékuk pedig napi 12 óránál is többet töltött online. A hallgatók többsége korábban például egyáltalán nem online felületen bonyolította le különóráit, a háztartási termékek beszerzését, a testmozgást és a hivatali ügyek intézését, a járvány időszaka alatt azonban ezek teljes mértékben az online felületekre terelődtek át.

A válaszadók új digitális megoldásokkal ismerkedtek meg az elmúlt hónapokban: többségük (60%) 1-2, de sokan 3-4 (24%) vagy 5-nél is több (7%) új programot vagy alkalmazást próbált ki a járvány miatt. A hallgatók

közül sokan éltek az olyan elektronikus szórakozási lehetőségekkel, mint a videojáték, a streaming szolgáltatások vagy a zenehallgatás, sőt, a kitöltők negyede elő is fizetett valamilyen streaming szolgáltatásra, például Netflixre vagy HBO Go-ra ebben az időszakban. A hallgatók közel negyede kezdett el továbbá valamilyen online kurzust –, például programozást, nyelvet, művészetet, kreszt vagy digitális marketinget.

A járvány alatt jobban átgondoltuk, mire költünk

A megkérdezettek saját bevallásuk szerint pár ezer forintos tételekről gyorsan, pár tízezer forintos vagy annál nagyobb tételekről pedig inkább megfontoltan hoztak döntéseket a járvány előtt. A pandémia ideje alatt azonban sokkal tudatosabban döntöttek már pár ezer forintos tételekről is.

A hallgatók korábban a gépjárművásárlással és a háztartási és szórakoztató elektronikai eszközök beszerzésével kapcsolatban inkább racionálisan, a ruházati és divatcikkre és az utazás esetében viszont inkább érzelmi alapon döntöttek. A járvány időszaka ezt megváltoztatta: a válaszadók minden téren – élelmiszervásárlás, háztartási eszközök, ruházatkodás, elektronika, gépjármű, utazás – racionálisan hoztak döntéseket.

Nem váratlan, hogy a legtöbben sokkal kevesebbet költöttek öltözködésre, közlekedésre, utazásra és szépségápolásra. A szórakozáson, tanfolyamokon, különórákon és sporton viszont nem takarékoskodtak: ezekre – az étkezéssel és az egészségügyi szolgáltatásokkal együtt – ugyanannyit költöttek a járvány időszakában, mint korábban.

Új hobbik több sütés-főzés, de kevesebb szépségápolás

A kitöltők több mint fele valamilyen új elfoglaltságra fordította a felszabadult időt, vagy újra elővette régi hobbiját, 12 százalékuknak azonban kevesebb ideje lett a szabadidős tevékenységekre. A válaszadók az új hobbik között említették a rajzolást, a festést, az olvasást és a valamilyen új sporttal való megismerkedést is. Nagyobb arányban fordítottak időt az otthoni teendőkre, például a sütés-főzésre, a kertészkedésre, a barkácsolásra, a takarításra vagy a lakberendezés-felújításra is.

A megkérdezettek többségének (57%) több szabadideje lett a járvány ideje alatt, a hallgatók 27 százaléka azonban úgy ítélte meg, hogy kevesebb ideje lett, vagy egyáltalán nem maradt kapacitása szabadidős elfoglaltságokra. A válaszadók 44 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a járvány időszakában kevesebbet mozgott, mint korábban, 30 százalékuk azonban több időt fordított kifejezetten a testmozgásra.

A járványügyi helyzet előtt a megkérdezettek közel 80 százaléka járt fodrászhoz vagy borbélyhoz, a válsághelyzet alatt ez az arány 30 százalékra csökkent. Hasonló csökkenés volt tapasztalható az olyan szépségápolási szolgáltatásoknál is, mint a manikűr, a kozmetika, a masszázs vagy a szolárium. A válaszadók 22 százaléka a válsághelyzet alatt a felsoroltak közül egy szolgáltatást sem vett igénybe, ez az arány a járvány előtt 4,5 százalék volt.

További információ:

Varga Dóra

+36 1 920 1817

+36 30 857 8179

dvarga@noquchi.hu

A Budapesti Metropolitan Egyetemről

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Magyarország legnagyobb magánkézben lévő felsőoktatási intézménye. A METU-n 2 karon, 4 fő képzési területen folyik képzés: kommunikáció, üzlet, turizmus és művészet. A folyamatosan bővülő magyar és angol nyelvű kínálatban jelenleg 33 alapszak, 25 mesterszak, 20 szakirányú továbbképzés és 7 felsőoktatási szakképzés közül választhatnak az egyetem iránt érdeklődők. A Metropolitannek jelenleg közel 7500 hallgatója van, akik 2011-től már nemcsak a fővárosban, hanem Hódmezővásárhelyen is folytathatják tanulmányaikat. Az intézmény 2001 óta meghatározó és dinamikusan fejlődő szereplője a hazai

felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A METU jelenleg közel 200 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.

A METU Indexről

A Budapesti Metropolitan Egyetem Dér Csaba Dezső által vezetett Marketing Műhelyének évente elvégzett METU Index nevű kérdőíves felmérése idén a koronavírus-járvány hatásait vizsgálta az egyetemisták attitűdjeire. A több mint 600, többségében 18 és 27 év közötti fiatal által kitöltött felmérés azt vizsgálta, mi változott a hallgatók életében a veszélyhelyzet időszakában, hogyan élték meg a pandémia bizonytalan körülményeit, és hogyan változtatták meg mindennapi szokásaikat, preferenciáikat a változások.