

TÁLIS

E
LŐM ÉS AZ INTERNET

A DIGITÁLIS JÖVŐ TÉRKÉPE

A MAGYAR TÁRSADALOM ÉS AZ INTERNET

JELENTÉS A WORLD INTERNET PROJECT 2007. ÉVI MAGYARORSZÁGI KUTATÁSÁNAK EREDMÉNYEIRŐL

IMPRESSZUM

Minden jog fenntartva. Bármilyen másolás, sokszorosítás, illetve adatfeldolgozó rendszerben való tárolás a kiadó előzetes írásbeli hozzájárulásához van kötve.

A World Internet Project magyarországi kutatássorozatát az ITHAKA Kht., a TÁRKI Zrt. és a BME-ITTK közösen valósítja meg.

A 2007-es kutatást a Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal támogatta.

Kutatásvezetők: Dr. Dessewffy Tibor és Dr. Fábíán Zoltán

A kutatás honlapja: www.wiphungary.hu

A World Internet Project honlapja: www.worldinternetproject.net

A jelentés szerzői: Fábíán Zoltán, Galác Anna, Gerhardt Erik, Kollányi Bence, Körner Júlia, Ságvári Bence és Székely Levente

Szerkesztette: Galác Anna

Grafikai terv és tördelés: Bieder Anikó – cadmium

Kiadja az ITHAKA Kht.

© ITHAKA Kht, 2007



TARTALOM

BEVEZETÉS	4
A SZÁMÍTÓGÉP ÉS AZ INTERNET TERJEDÉSI FOLYAMATAI MAGYARORSZÁGON	8
SZÁMÍTÓGÉP ÉS INTERNET A HÁZTARTÁSOKBAN	10
A HOZZÁFÉRÉS MÓDJA	11
A DIGITÁLIS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA	13
VEZETÉKES ÉS MOBILTELEFON	15
DIGITÁLIS MEGOSZTOTTSÁGOK A MAGYAR TÁRSADALOMBAN	17
DIGITÁLIS ÍRÁSTUDÁS	28
AZ INTERNETTŐL VALÓ TÁVOLMARADÁS OKAI	35
HOL, HOGYAN ÉS MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?	42
AZ INTERNETEZÉS HELYSZÍNE ÉS MÓDJA	44
MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?	47
FELHASZNÁLÓI CSOPORTOK	53
INTERNETES KERESKEDELEM	56
INTERNET A MINDENNAPOKBAN	58
INTERNET A KAPCSOLATOKBAN ÉS A HÁZTARTÁSBAN	60
INTERNET A MUNKHELYEN	61
TECHNOLÓGIÁVAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK	62
INTERNET ÉS MÁS MÉDIUMOK	66
A MÉDIAFOGYASZTÁS MENNYISÉGE	68
AZ INTERNET MINT INFORMÁCIÓFORRÁS ÉS MINT SZÓRAKOZÁSI LEHETŐSÉG	69
AZ INTERNET ÉS A TELEVÍZIÓ	71
MÓDSZERTANI LEÍRÁS	74
A WORLD INTERNET PROJECT 2007. ÉVI ADATFELVÉTELÉNEK ISMERTETÉSE	76
A NEMZETKÖZI WORLD INTERNET PROJECT	78
A KUTATÁSBAN RÉSZT VEVŐ INTÉZETEK BEMUTATÁSA	79

BEVEZETÉS

World.co

BEVEZETÉS

A hetedik...

A hét rejtélyes és misztikus szám: fontos szerepet tölt be a népi hiedelmekben, mesékben, vallásos példázatokban. És úgy tűnik, a hét nem különben fontos szám a magyarországi World Internet Project, vagyis a WIP-kutatások történetében is. 2007-ben ugyanis hetedik alkalommal készült el az adatfelvétel. Az elmúlt hét évben mindig izgatott várakozás előzte meg az adatok nyilvánosságra kerülését, és a legfőbb kérdés mindvégig az volt, hogy vajon idén megtörténik-e majd a nagy áttörés: átfordul-e a magyar információs társadalom fejlődése a dinamikus terjedés szakaszába. Nos, úgy tűnik, hogy 2007-ben egy ilyen változás összképe bontakozik ki az adatokból: az eddigi lassú bővülés – amely nemzetközi összehasonlításban leginkább a kedvezőtlen pozíciónk konzerválására volt elegendő – felgyorsult, az alapvető penetrációs mutatók az elmúlt egy évben jelentősen megugrottak.

Különösen feltűnő a növekedés az internet-hozzáféréssel rendelkező háztartások, illetve az internethasználók arányában. Egy év alatt 14 százalékponttal nőtt azoknak a háztartásoknak az aránya, ahol elérhető a világháló, ami a korábbi 6 százalékpontos növekedési ütemnek több mint duplája! Ez azt jelenti, hogy 2007 nyarán már a magyarországi otthonok 35%-ában lehetett internetezni. Hasonló tendenciák figyelhetők meg az internethasználat terén: a korábbi években rendre 4 százalékpontos bővülés idén 9 százalékpontra nőtt, amelynek eredményeképpen a 14 éves és idősebb magyar lakosságnak már 45%-a használja rendszeresen az internetet.

Hasonlóan az elmúlt évek tendenciáihoz, idén is figyelemre méltó a szélessávú kapcsolatok dinamikus térhódítása. Kijelenthetjük, hogy a betárcsázós telefonmodem immáron a múlté – ma az otthoni hozzáférések 83%-a ADSL vagy kábel, amely nemzetközi összehasonlításban is kiemelkedő.

Nehéz lenne egyértelműen megmondani, hogy mi az oka ennek a hirtelen megugrásnak. Nyilvánvaló, hogy szerepet játszik az internet-előfizetési díjak árának évek óta tartó folyamatos csökkenése, ami talán pont ebben az évben érte el azt a kritikus szintet, ami már sokak számára elérhetővé teszi a világhálót. Ugyan egyelőre még alig-alig mérhető a használók aránya, de az elkövetkezendő időszakban akár jelentős piaci mozgásokat és átrendeződést is beindíthat a mobil szélessáv megjelenése, ami szintén az idei évben vált mind technológiai, mind pedig az árát tekintve valós alternatívájává a hagyományos kábeles hozzáféréseknek. A mobiltechnológia ilyen irányú fejlődése egyben izgalmas változásokat idézhet elő azzal kapcsolatban, hogy

milyen formában gondolunk az internetre, mint „tárgyasult fogalomra”. A piac hozzáférést érintő, kínálati oldalának kedvező változásain kívül véleményünk szerint talán még fontosabb az a folyamat, amely során a világháló szinte észrevétlenül, de biztosan helyet kapott az élet csaknem minden területén. A szélessávú hozzáférés általános elterjedtsége, és az arra alapuló alkalmazások és szolgáltatások növekvő száma mára azoknak is értelmezhetővé és hasznossá tették az internetet, akik korábban éppen azért maradtak távol, mert úgy érezték, hogy hétköznapi életükben, a napi rutinfeladatok elvégzésében az internet felesleges. Ma már jónéhány olyan terület van, ahol az internet a „dolgok” elintézésének talán legfontosabb terepévé vált. Gondoljunk csak az ingatlan- és használtautó-piacra, a repülőjegy-értékesítésre, az adóbevallásra, vagy éppen a személyes kommunikáció virtualizációjára, amely éppúgy lehet egyszerű chat, mint a számtalan funkciót felkínáló közösségi oldalak használata. Talán megkockáztathatjuk, hogy ez utóbbiak az elmúlt időszakban sok ezer ember számára könnyítették meg az internettel való megismerkedést.

Kutatásaink során azt tapasztaljuk, hogy ma már szinte nincs olyan ember, aki ne tudná, hogy mi az az internet, és ne lenne arról elképzelése, hogy milyen dolgokra használható. Lehet ugyan, hogy saját magának nincs felhasználói tapasztalata, de a környezetében élők, az unokák, kollégák, barátok, szomszédok, illetve a média, a filmek és a sorozatok mind szemléletformáló információkat közvetítenek a világhálóról. Ennek ellenére sokan még mindig azért nem interneteznek, mert azt gondolják, hogy nincs rá szükségük, vagy egyszerűen nem érdekli őket az internet – ugyanis továbbra is ezek a leggyakoribb válaszok a nem használat okát firtató kérdésre. Az elkövetkezendő néhány év kérdése így elsősorban az lesz, hogy fenntartható-e a most megfigyelt növekedési ütem? Csökkenni fognak-e összességében az egyes társadalmi csoportok hozzáférési és használati mutatóiban megmutatkozó különbségek, vagy a társadalom továbbra is jelentős kettősséget fog mutatni ezen a téren?

Reméljük, hogy a 2007-es WIP-kutatásnak a jelen kiadványban bemutatott legfontosabb eredményei mind a tudományos közösség, mind pedig az üzleti szféra és a kormányzat számára továbbra is hozzájárulhatnak a digitális technológiák magyarországi terjedéséhez és használatának minél alaposabb megértéséhez.

A SZÁMÍTÓGÉP ÉS AZ INTERNET TERJEDÉSI FOLYAMATAI MAGYARORSZÁGON

A SZÁMÍTÓGÉP ÉS AZ INTERNET TERJEDÉSI FOLYAMATAI MAGYARORSZÁGON

SZÁMÍTÓGÉP ÉS INTERNET A HÁZTARTÁSOKBAN

A HOZZÁFÉRÉS MÓDJA

A DIGITÁLIS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA

VEZETÉKES ÉS MOBILTELEFON

DIGITÁLIS MEGOSZTOTTSÁGOK A MAGYAR TÁRSADALOMBAN

DIGITÁLIS ÍRÁSTUDÁS

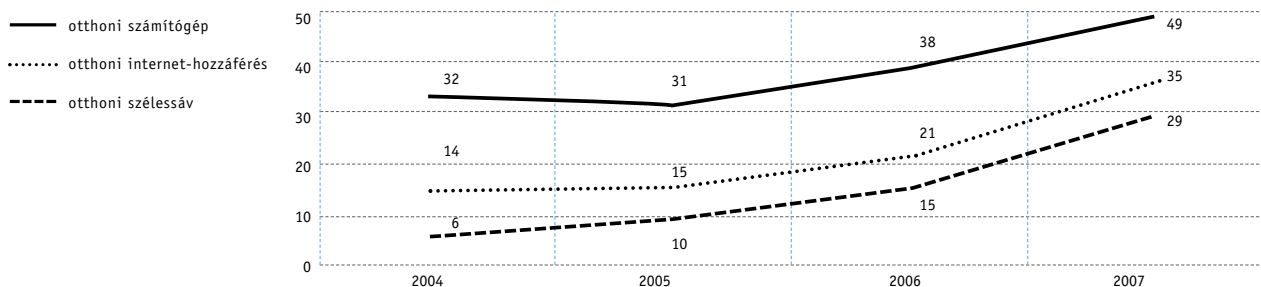
AZ INTERNETTŐL VALÓ TÁVOLMARADÁS OKAI

SZÁMÍTÓGÉP ÉS INTERNET A HÁZTARTÁSOKBAN

Az adatok alapján úgy tűnik, hogy 2007-ben a magyarországi információs társadalom fejlődése fordulóponthoz érkezett. Akár a számítógép-, akár az internet-hozzáférés mutatóit vizsgáljuk szembevetően (1. ábra), hogy az elmúlt évben a terjedési folyamatok a korábbiakhoz képest jelentősen felgyorsultak: 11%-kal nőtt az számítógéppel felszerelt háztartások aránya, és 14%-kal az interneteléréssel rendelkező otthonoké. Ennek eredményeképp 2007 első félévében a háztartások közel felében (49%) volt számítógép¹ és több mint harmadukban (35%) volt internetkapcsolat. Ez egyben azt is jelenti, hogy a számítógéppel felszerelt háztartások 71%-ában internet-előfizetés is található (2. ábra).

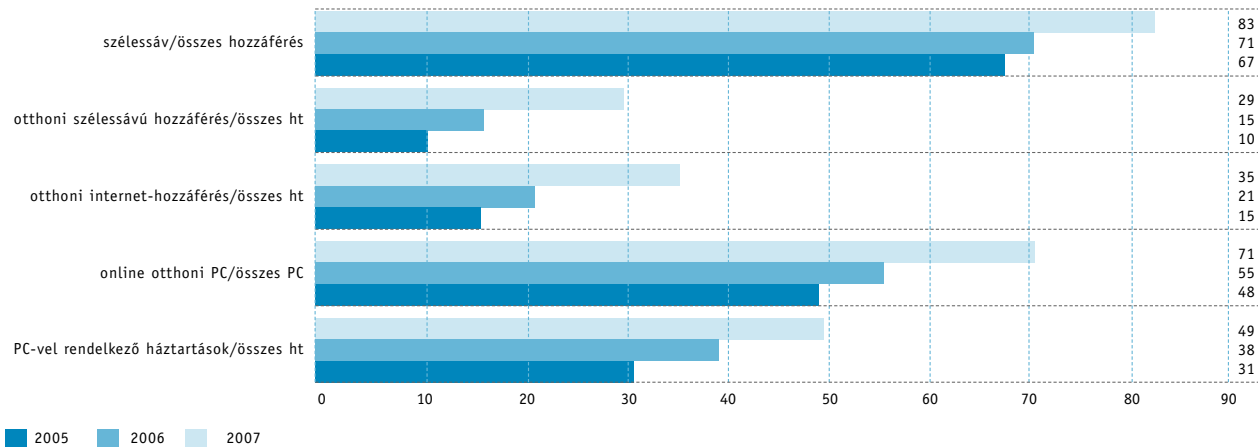
Mindezek alapján nem túlzás azt állítani, hogy a számítógép, és különösen az internet terjedése az elmúlt egy év alatt belépett az ún. felívelő szakaszba, és a következő néhány évben további dinamikus növekedés várható.

1. ÁBRA Az otthoni számítógép és internet terjedése Magyarországon: a hozzáféréssel rendelkező háztartások aránya, 2004–2007, %



¹ A kutatásunk során a számítógépnek számítjuk az asztali számítógépeket, noteszgépeket (laptop, notebook). Nem számítjuk annak viszont a videojátékokat, a kézi számítógépeket (pda, palmtop), menedzserkalkulátorokat, szótárgépeket, számológépeket.

2. ÁBRA Az otthoni számítógép- és internethozzáférés alapmutatói, 2005–2007, %



A háztartások 39%-ában egy személyi számítógép van, viszont 10%-ában kettő vagy több is – ez utóbbiakban elvileg otthoni hálózatok is épülhetnek. Az asztali számítógépek mellett egyre elterjedtebbé válnak az internetezésre is alkalmas kézi számítógépek, amelyek a háztartások 8%-ában találhatóak meg.

A HOZZÁFÉRÉS MÓDJA

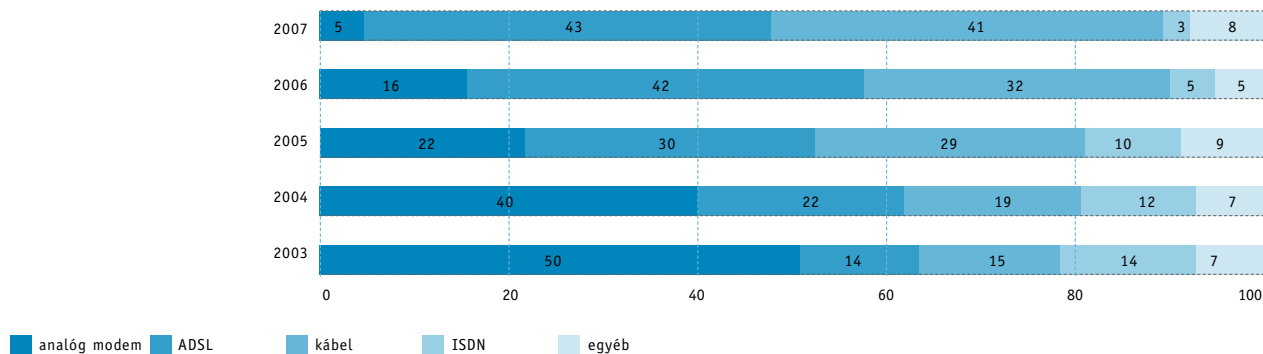
Az elmúlt évben különösen dinamikus volt a szélessávú otthoni hozzáférések terjedése, azon belül is a kábelszolgáltatók térnyerése (3. ábra). Az internetelésre képes otthonok 84%-ában – vagyis kb. 1,15 millió háztartásban – vizsgálatunk idején már szélessávú kapcsolat² volt.

² Szélessávú kapcsolatnak az xDSL és a kábeles csatlakozásokat számítottuk.

1. TÁBLÁZAT Az otthoni internetcsatlakozás típusa (az összes háztartás körében), 2007

	százalék	esetszám a mintában	háztartások száma
analóg modem	2	47	61 579
ISDN	1	37	47 973
kábel	14	429	561 511
ADSL	15	449	587 418
egyéb	2	54	71 666
nem tudja, nincs válasz	2	52	67 367
nincs otthoni internet	65	1991	2 604 461
összesen	100	3059	4 001 976

3. ÁBRA Az otthoni internet-hozzáférések százalékos megoszlása a kapcsolat típusa szerint, 2003–2007 (az otthoni internettel rendelkező háztartások körében), %



A szélessávú internetezés tehát ma már szinte egyeduralgó lett: a modemes hozzáféréssel rendelkező háztartások tavaly még 16%-át jelentették az internettel felszerelt háztartásoknak, 2007-ben azonban a kapcsolattal rendelkező otthonok mindössze 5%-ában volt ilyen hozzáférés.

Az utóbbi időben jelentek meg a mobilszolgáltatók internetcsomagjai, a nyilvános helyen elérhető vezeték nélküli elérési pontok, és egyre népszerűbbek az egyéb wireless megoldások is. 2007-ben az internetet használók tizede (11%) állította, hogy

szokott internetet használni valamilyen vezeték nélküli megoldással. (A tényleges arány ennél valószínűleg magasabb, a csekély említés talán annak köszönhető, hogy a kérdezettek egy része nem tudja, hogy munkahelyén, iskolájában milyen módon éri el az internetet.)

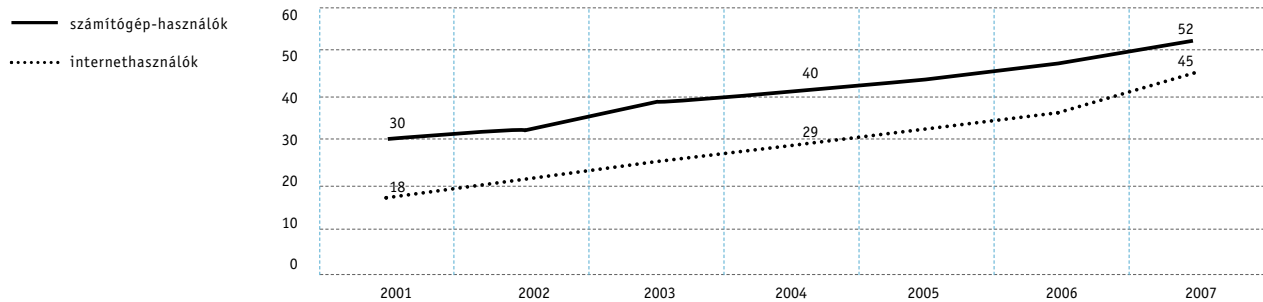
A vezeték nélküli internetelés lehet a hozzáférésben a következő lépcsőfok, ezért érdekes lehet annak megvizsgálása, hogy mely társadalmi csoportok használják elsősorban ezt a technológiát. Az adatok tanúsága szerint a vezeték nélküli megoldások használata terén is részben azok a csoportok járnak elől, amelyek a számítógép- vagy az internethasználat innovátorai is (voltak), vagyis a fiatalok és a férfiak. Habár tudjuk, hogy a vezeték nélküli megoldások gyakorisága például településtípus szerint sem egyforma, a többi – a jelentésben használt – szociodemográfiai tényező szerint mégsem találtunk szignifikáns összefüggést. Mindez alátámasztani látszik azt a hipotézist, hogy az internetezők egy része nem tudja, hogy hol milyen módon csatlakozik az internethez – a felhasználónak nyilván nem is ez a fontos szempont – így csak azoknál a csoportoknál látunk szignifikáns eltérést, amelyek hagyományosan jobban érdeklődnek a technológiai újítások iránt.

A DIGITÁLIS ESZKÖZÖK HASZNÁLATA

A hozzáférési mutatók alakulását látva nem meglepő, hogy az adatok szerint a használat terén is robbanás történt: a használók aránya 9 százalékponttal nőtt egy év alatt, ami több mint duplája az eddigi állandó 4 százalékpontos bővülési ütemnek. Ez azt jelenti, hogy 2007-ben a 14 éven felüli magyar lakosság 45%-a rendszeresen használja a világhálót, vagyis a népesség csaknem fele internetezik.

A számítógép-használat terén kimutatható 5 százalékpontos bővülés szintén kissé magasabb az elmúlt néhány évben tapasztaltaknál, de nem jelent olyan jelentős megugrást, mint ami az internethasználat esetében látható. A növekedés az jelenti, hogy a népesség 52%-a, tehát több mint fele használ számítógépet (4. ábra).

4. ÁBRA: Számítógép- és internethasználók aránya a 14 éves és idősebb magyar népesség körében, 2001–2007, %

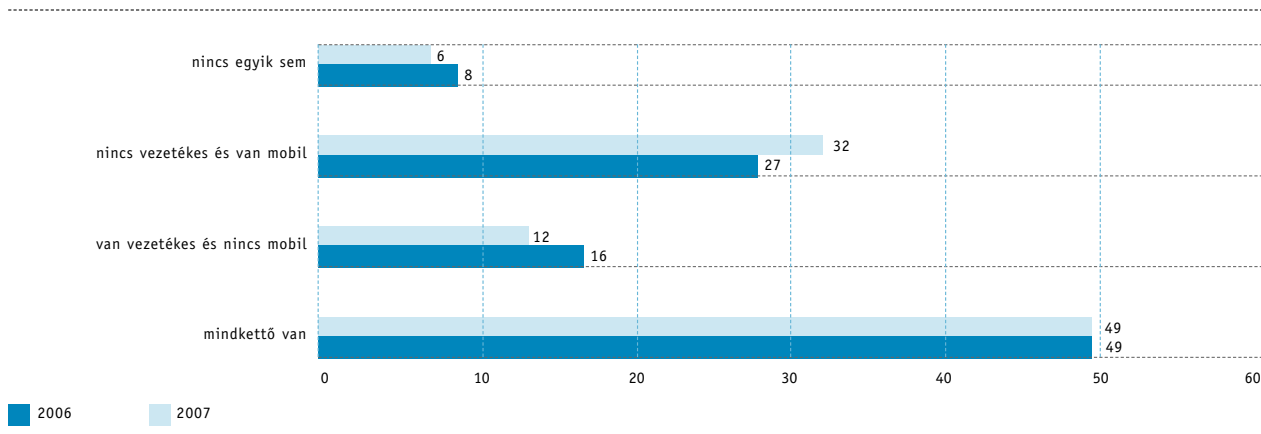


Összefoglalóan tehát elmondhatjuk, hogy 2007 igen jelentős év a magyar információs társadalom történetében: mind a hozzáférés, mind a használat terén a korábbiakhoz képest kiemelkedő növekedési ütem azt jelenti, hogy a diffúziós folyamat a lassú terjedés első szakaszából valószínűleg átlépett a dinamikus bővülés időszakába.

VEZETÉKES ÉS MOBILTELEFON

Évek óta regisztrálható fejlemény, hogy a háztartásokban a vezetékes telefon elterjedtsége folyamatosan csökken, és ez a trend 2007-ben sem tört meg (5. ábra). Idén 2006-hoz képest további 4 százalékpontos csökkenés történt, és jelenleg a háztartások 61%-ában van vezetékes telefon. A mobiltelefon penetrációja ezzel párhuzamosan folyamatosan nő: 2006-ban a háztartások 76%-ában volt valakinek mobiltelefonja, 2007-ben pedig 81%-nak. A háztartások 6%-ában nincs semmilyen telefonkészülék, közel felükben viszont mobiltelefon és vezetékes készülék is van.

5. ÁBRA: A háztartások vezetékes és mobiltelefonnal való ellátottsága, 2006–2007, %

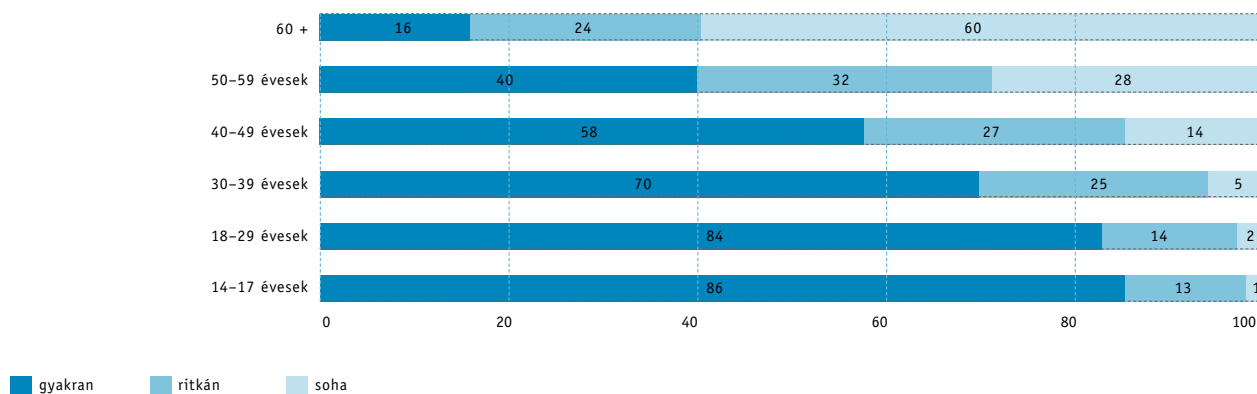


Ha nem háztartási, hanem személyi szinten vizsgáljuk a kérdést azt látjuk, hogy a 14 éven felüli lakosság 79%-a rendelkezik mobiltelefonnal, ami 3%-os növekedés tavalyhoz képest, vagyis a diffúzió dinamikája ebben az esetben már kicsi. A fiatalabb és középkorú korcsoportokban az elterjedtség gyakorlatilag teljes: mindenhol 80% feletti. Csupán a legidősebb korcsoportban csökken le nagy mértékben a penetráció: a hatvan éven felülieknek „csupán” 42%-a rendelkezik mobiltelefonnal.

A mobiltelefon-vásárlók körében népszerűbb a kártyás megoldás: a mobiltelefon-tulajdonosok 63%-a ilyen csomaggal rendelkezik, és csupán 34%-nak van előfizetése. A készülékek szofisztikáltabb használatával függ össze két funkció: az sms és a WAP. A kettő közül egyértelműen az sms a népszerűbb: a mobiltelefon-tulajdonosok 83%-a

szokott rövid szöveges üzeneteket küldeni, és több mint 50%-uk gyakran, vagyis hetente többször kihasználja ezt a lehetőséget. A képet némileg árnyalja, ha korcsoportos bontásban is megvizsgáljuk a kérdést (6. ábra).

6. ÁBRA: Milyen gyakran szokott sms-t küldeni, fogadni? (a mobiltulajdonosok körében), %



Egyértelmű, hogy az sms alkalmazása terén a legidősebb és a legfiatalabb korcsoportok között jelentős különbség van, az előbbiben 60% soha nem használja ezt a funkciót, míg az utóbbiban 86% gyakran él ezzel a lehetőséggel, és csupán 1% azok aránya, aki egyáltalán nem szokott sms-ezni.

A WAP, ami az internetre való csatlakozást is lehetővé teszi, már sokkal kevésbé népszerű, annak ellenére, hogy a megkérdezettek 53%-a nyilatkozott úgy, hogy telefonja rendelkezik ezzel a funkcióval.

A valós felhasználás terén azonban már kevésbé jók a mutatók. A megkérdezettek 73%-a soha nem szokta használni ezt a funkciót, gyakori alkalmazónak pedig mindössze 8% mondható: vagyis hiába érhető el a szolgáltatás, a legtöbben egyáltalán nem élnek vele.

DIGITÁLIS MEGOSZTOTSÁGOK A MAGYAR TÁRSADALOMBAN

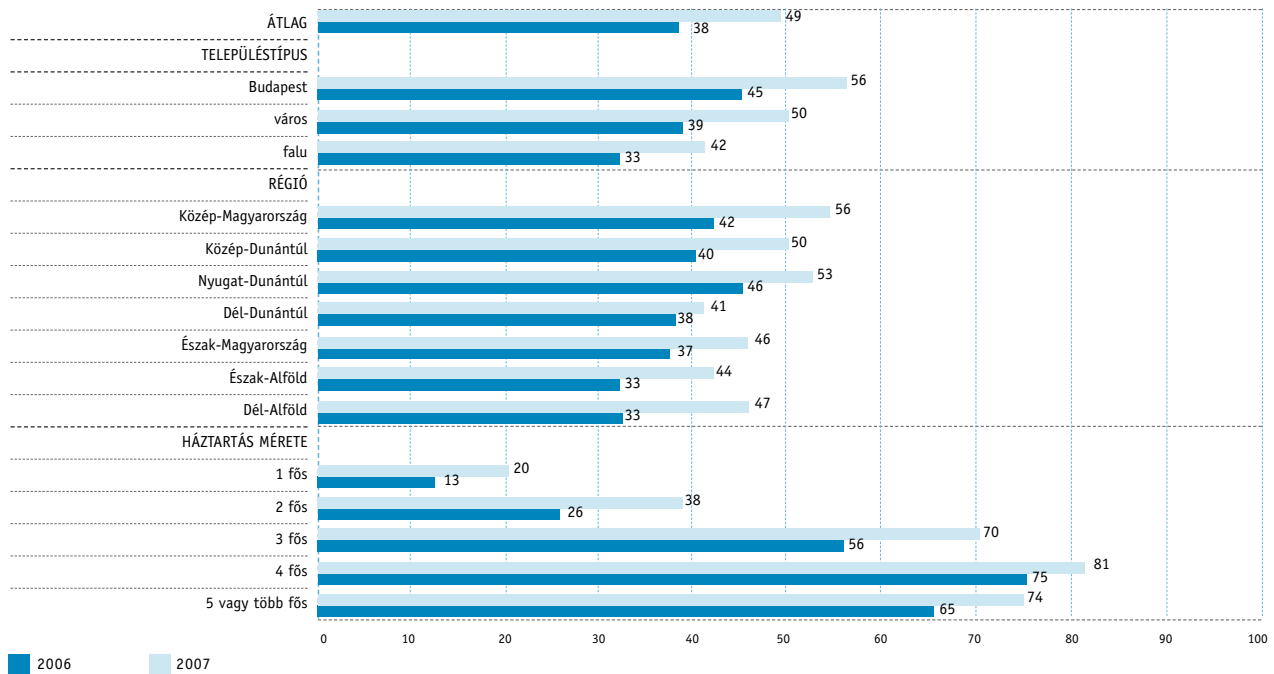
A WIP-kutatások korábbi jelentései beszámoltak arról, hogy Magyarországon igen erős digitális megosztottságok figyelhetők meg mind a hozzáférés, mind a használat terén. Hangúlyos megosztó tényezőnek bizonyult például minden évben a regionális elhelyezkedés, és a háztartásméret, egyéni szinten pedig a kor vagy az iskolai végzettség.

A dinamikus bővülés nem feltétlenül jár együtt ezeknek a digitális megosztottságoknak a csökkenésével. Az alábbiakban azt vizsgáljuk meg – mind a háztartás, mind az egyének szintjén –, hogy hogyan alakultak ezek a törésvonalak: a dinamikus terjedés változtatott-e a korábbi egyenlőtlenségeken.

Hol van számítógép?

A hozzáférés terén azt látjuk, hogy bár örömteli módon a dinamikus növekedés a rosszabb helyzetű csoportokban is jelentkezett, ugyanúgy a jobb pozícióban lévők is érintette, ami azt jelenti, hogy az arányszámok ugyan mindenhol nőttek, de a csoportok közti különbségek nem csökkentek (7. ábra). Így például a budapesti háztartásokban még mindig jóval nagyobb arányban van számítógép, mint a községekben lévő otthonokban (56 és 42%). Hiába nőtt a községek háztartásainak hozzáférési mutatója figyelemre méltóan 9%-kal, a két csoport között tavaly tapasztalt 12 százalékpontnyi különbség nem lett kisebb, sőt enyhén nőtt.

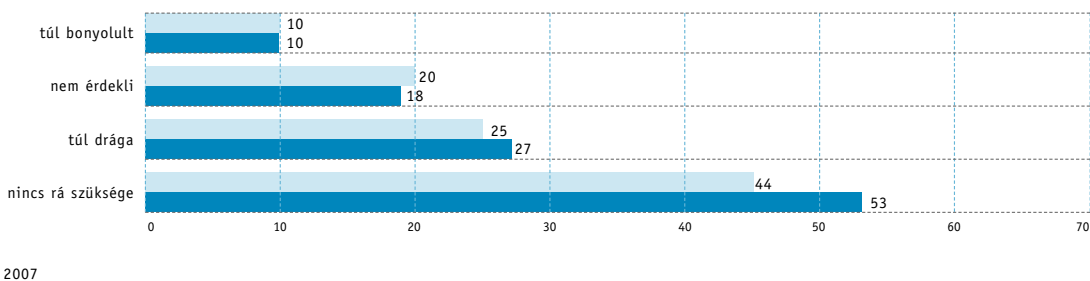
7. ÁBRA: Számítógéppel felszerelt háztartások aránya a település típusa, a regionális elhelyezkedés és a háztartás mérete szerint, 2006 és 2007, %



Hasonlóképp megmaradtak a regionális különbségek is, sőt: a legnagyobb arányban Közép-Magyarországon nőtt a számítógéppel felszerelt háztartások aránya, vagyis ott, ahol tavaly is az egyik legnagyobb penetrációs arányt mértük. Megjegyzendő, hogy a három, legalacsonyabb számokkal jellemezhető régióban – Észak-Magyarország, Észak-Alföld és Dél-Alföld területén – igen jelentősen, akár több mint 10 százalékpontnyival nőtt a PC-vel felszerelt otthonok aránya. A Dél-Dunántúlon azonban nagyon enyhe, az átlagostól jóval elmaradó növekedés volt tapasztalható (3%). Mindemellett továbbra is igaz, hogy a többfős háztartásokban nagyobb az elterjedtség mértéke: az egyfős háztartások (nagyreszt egyedülálló idősök), csupán 20%-ában van számítógép, míg a kétfős családokban az arány 38%. Az igazi ugrás azonban a három- és négyfős, vagyis többnyire gyerekes háztartásoknál következik: az arányszámok itt 70 és 81%-ra növekednek.

Ha megvizsgáljuk, hogy a számítógéppel nem rendelkezők miért nem vesznek PC-t, akkor azt látjuk, hogy ennek főként motivációs okai vannak: 44%-a azoknak, akiknek nincs otthon gépük úgy nyilatkozott, hogy ennek az (is) az oka, hogy nincs rá szükségük. (8. ábra)

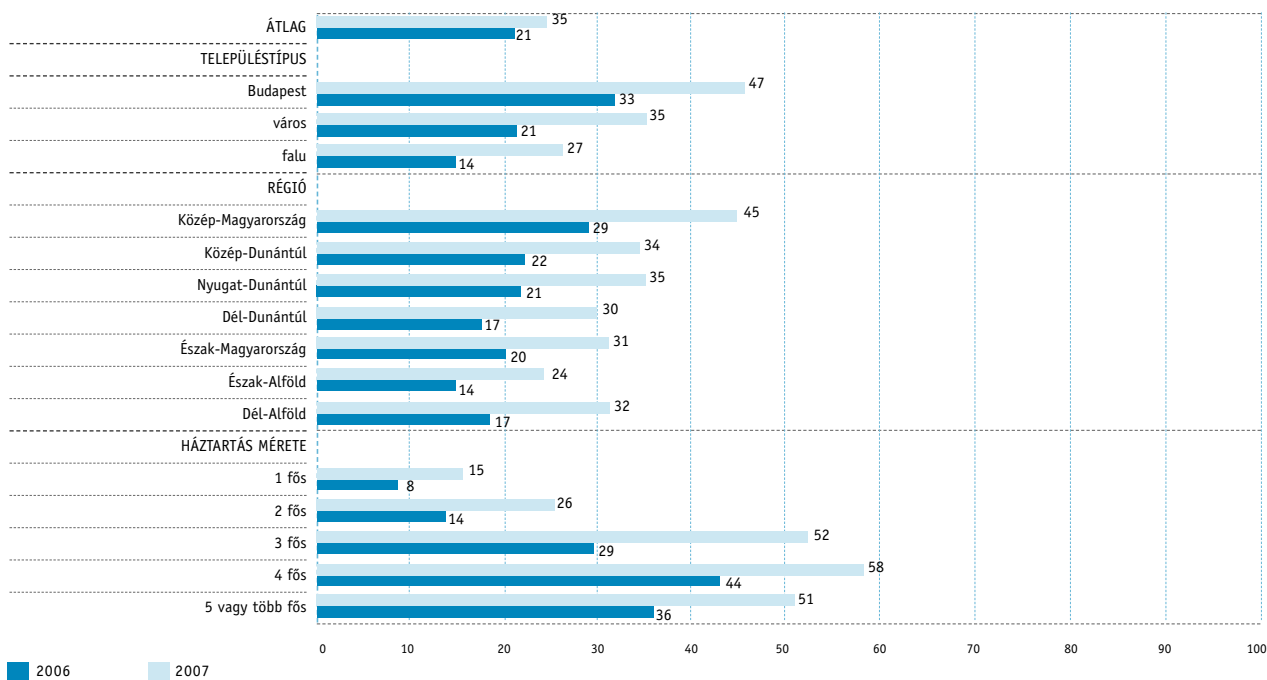
8. ÁBRA Miért nincs számítógépük? (az otthoni számítógéppel nem rendelkező személyek körében; több válasz is megadható volt), 2006–2007, %



Hol van internet-hozzáférés?

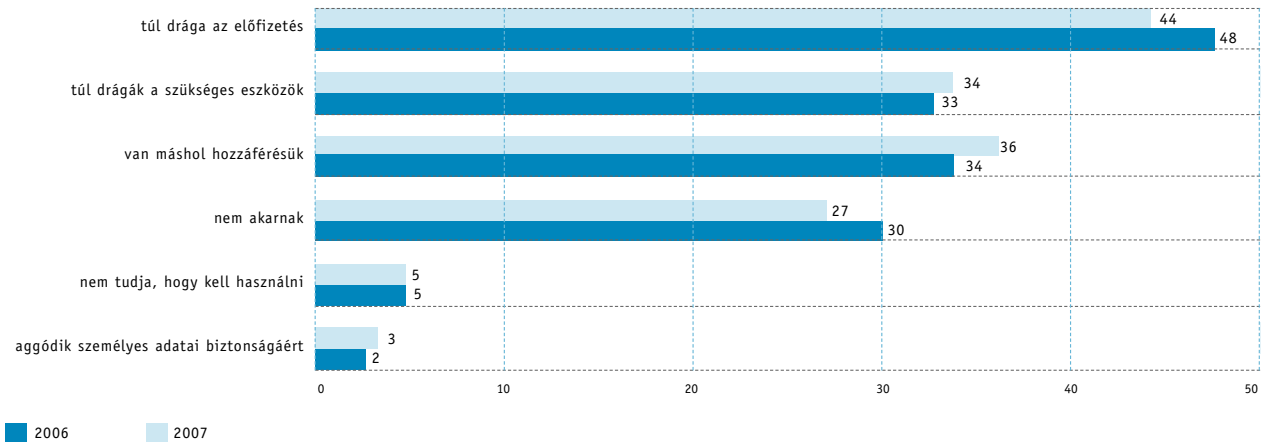
Az internet-hozzáférés vizsgálatokor a számítógép-birtoklással kapcsolatos megfigyelésekhez hasonlókat tapasztalhatunk: a dinamikus növekedés mindenhol érezhető, de a korábbi különbségek nem csökkentek (9. ábra). Így például a budapesti és községi háztartások között még mindig 20 százalékpontos különbség figyelhető meg (47 és 27%). De Budapest nem csak a községekhez képest van sokkal jobb helyzetben: a városi jogállású települések háztartásai között több mint 10%-kal kisebb arányban, pont átlagos mértékben (35%) találunk internethozzáférést.

9. ÁBRA: Internet-hozzáféréssel rendelkező háztartások aránya a település típusa, a regionális elhelyezkedés és a háztartás mérete szerint, 2006 és 2007, %



Az internet-hozzáférés terén egyértelműen Közép-Magyarország van a legjobb helyzetben, minden bizonnyal a budapesti háztartások miatt: itt az otthonok 47%-ából lehet rákapcsolódni a világhálóra. Észak-Alföld kivételével, ahol kiugróan alacsony a penetráció (24%), a többi régióban átlagos értékekkel találkozunk. Az internetkapcsolat, csakúgy mint a számítógép a több fős háztartásokban jóval gyakoribb. Az internet-előfizetési díjak folyamatos csökkenése ellenére, a magasnak tartott költségekre való hivatkozás még mindig a legelterjedtebb azok körében, akiknek van ugyan otthon számítógépük, de nincs internet-hozzáférésük. Idén 44% válaszolt úgy, hogy azért (is) nem fizet elő internet-szolgáltatásra, mert az túl drága, és további 34% az eszközök árát sokallta. 36%-nál az (is) szempont, hogy van máshol hozzáférése, míg 27% egyszerűen nem akar otthon internetet (10.ábra).

10. ÁBRA Mi az oka, hogy nincs itthon internet-hozzáférés? (az otthoni számítógéppel igen, de internet-hozzáféréssel nem rendelkezők körében; több válasz is megadható volt), 2006–2007, %

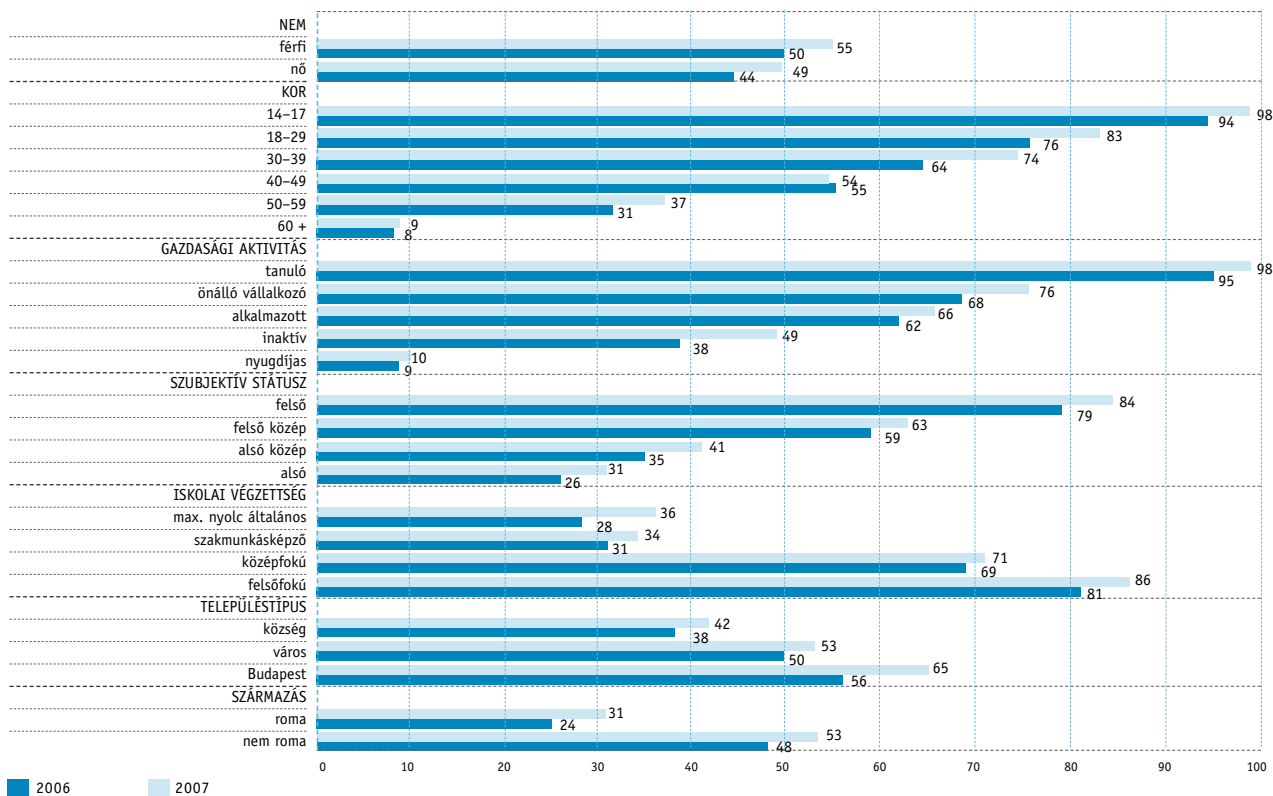


Ki használ számítógépet?

Mint korábban láttuk, a 14 év feletti korosztály több mint fele (52%) használ rendszeresen, vagy alkalmanként számítógépet Magyarországon. A következőkben a számítógép-használók arányát mutatjuk be az alapvető szociodemográfiai jellemzők szerint, annak érdekében, hogy képet kapjunk arról, hogy tavalyhoz képest hogyan alakultak a digitális egyenlőtlenségek ezen a téren (11. ábra).

A nem számítógép-használatra gyakorolt hatása semmit sem változott az utóbbi egy évben: mindkét csoportban átlagos mértékben, 5 százalékponttal nőtt a használók aránya. Így továbbra is jellemző, hogy a férfiak nagyobb arányban (55%) használják számítógépet, mint a nők (49%).

11. ÁBRA: Számítógép-használók aránya alapvető szociodemográfiai változók szerinti csoportokban, 2006 és 2007, %



A számítógép-használatot hagyományosan a kérdezett kora magyarázza a leg-erősebben, és ez az utóbbi egy évben sem változott, azaz a kor mentén tapasztalható digitális megosztottság érdemben nem csökkent. A kor szerint mutatkozó megosztottságot jól illusztrálja, hogy a számítógépet használók átlagéletkora 34 év, míg a nem használóké 57, vagyis a számítógép-használatban megmutatkozó generációs különbség több mint húsz év. A tavalyi évhez hasonlóan a korcsoportos vizsgálat egyik legfontosabb megállapítása, hogy a legfiatalabb korcsoportba tartozók szinte teljes egészében digitálisan szocializáltak (valószínűleg jórészt az iskolai informatika oktatásnak köszönhetően). Az utóbbi évek trendjeihez igazodóan a harmincon

felüliek körében továbbra is dinamikusan nő a használók aránya, viszont a negyvenesek, illetve a hatvan éven felüliek között sokkal kisebb a növekedés dinamikája. 2007-ben továbbra is a diákok (97%) és a kereső tevékenységet folytatók (76–66%) körében találunk a legnagyobb arányban számítógép-használókat. Ezzel szemben a nyugdíjasoknak mindössze tizede szokott számítógépet használni. A tavalyi évhez képest dinamikusan nőtt (kb. 8–10%-kal) a használók aránya az önálló vállalkozók között, ahol négyből hárman (76%) használnak számítógépet, illetve az inaktívak között, ahol már csaknem minden második ember (49%) használó.

Általában igaznak tekinthetjük azt a kijelentést, hogy a jövedelmi egyenlőtlenségek meghatározóak az info-kommunikációs eszközök, így a számítógép-használat esetében is. A szubjektív anyagi helyzetet³ vizsgálva arra a következtetésre juthatunk, hogy a kedvezőbb helyzetben lévők jóval nagyobb arányban használnak számítógépet, míg az anyagi gondokkal küszködők közül három emberből legfeljebb, ha egy használót találunk. A digitális megosztottság a szubjektív anyagi helyzet szerint ugyan nem csökkent, de nem is növekedett az utóbbi egy évben.

A korhoz és az anyagi helyzethez hasonló jelentőséggel bíró tényező az iskolai végzettség. Jellemzően a közép- és felsőfokú végzettségűek körében igen nagy a számítógép-használók aránya (71–86%), a szakmunkások illetve a legfeljebb általános iskolát végzőknek⁴ viszont mindössze harmada (34–36%) használó. A tavalyi állapothoz viszonyítva elmondható, hogy a használók aránya minden iskolázottsági csoportban növekedett, és az átlagosnál dinamikusabb bővülés volt tapasztalható a legfeljebb általános iskolát végzettek esetében. Mindez azt jelenti, hogy az iskolai végzettség szerinti digitális megosztottság összességében valamelyest gyengült.

Továbbra is érvényesülni látszik a települési lejtő, azaz a nagyobb településeken nagyobb arányban találunk számítógép-használókat mint a kisebb településeken. 2007-re már a fővárosiak közel kétharmada (65%), a városokban élők több mint fele (53%) vallotta magát számítógép-használónak, szemben a községek lakóinak

³ A szubjektív anyagi helyzet változóját abból a kérdésből képeztük, ami azt firtatta, hogy a válaszadó hogyan tudná jellemezni saját anyagi helyzetét. Az öt válaszlehetőségből (gondok nélkül élnék; beosztással jól kijönnek; éppen hogy kijönnek havi jövedelmükből; hónapról-hónapra anyagi gondjaik vannak; nélkülözések között élnék) négy szubjektív anyagi státuszcsoporthoz képeztünk: felső, felső közép, alsó közép, alsó csoportokat.

⁴ Fontos megjegyezni, hogy itt szerepelnek azok is, akik a válaszolás idején középiskolába járnak. Csupán a 18 éven felüliekre korlátozva az elemzést azt tapasztaljuk, hogy csupán minden negyedik (23%) 18 éves vagy idősebb legfeljebb általános iskolát végzett használó számítógépet.

kétötödével (42%). A tavalyi állapothoz képest minden településtípus esetében fejlődés mutatkozik, de az átlagnál nagyobb bővülési ütem csak a főváros esetében figyelhető meg. Ez egyben azt is jelenti, hogy növekedett a különbség Budapest és az ország egyéb területei között.

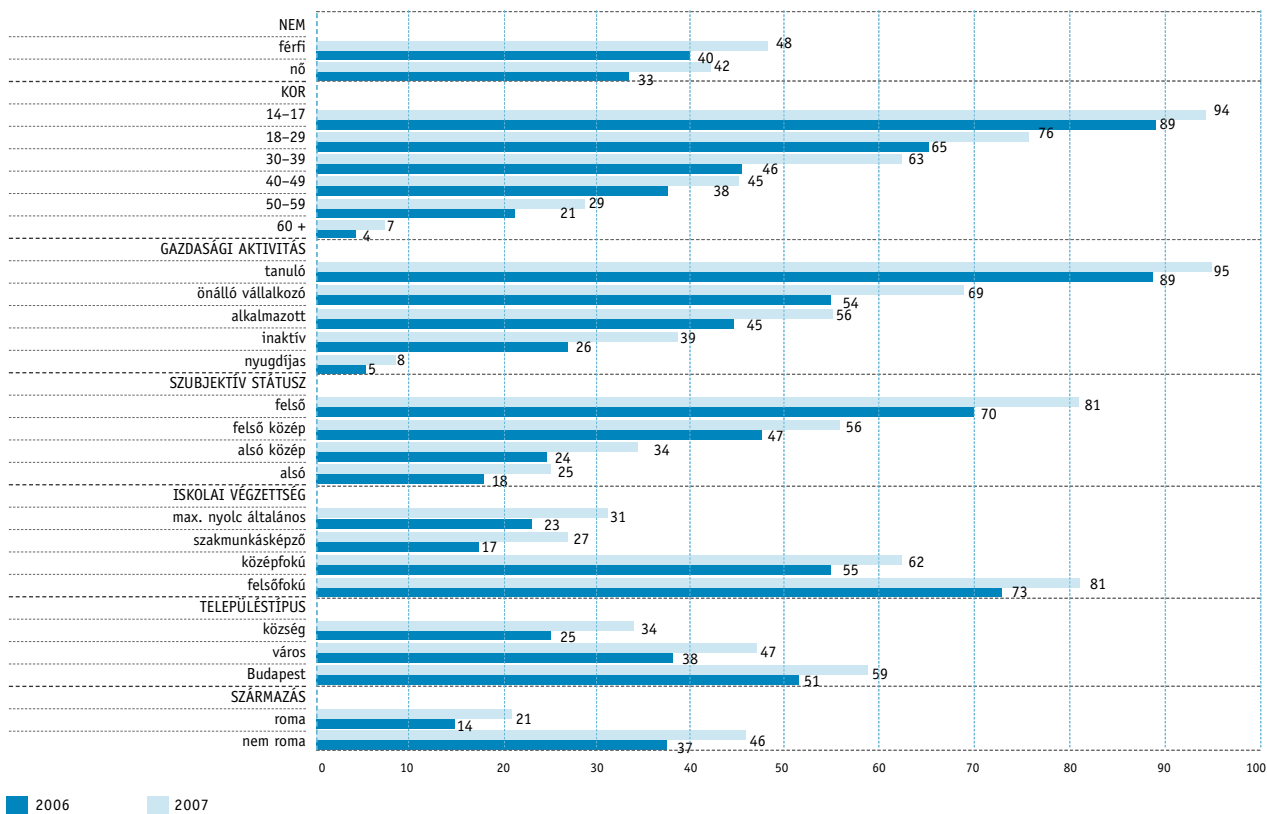
A WIP 2007-es eredményei szerint az utóbbi egy évben valamelyest csökkent a származás szerepe, bár továbbra is meghatározó. Jelentős előrelépésként könyvelhető el, hogy míg 2006-ban csupán minden negyedik (24%) roma származású válaszadó használt számítógépet, addig 2007-ben már minden harmadik (31%).

Ki használ internetet?

A WIP 2007-es adatfelvétele szerint ma Magyarországon a 14 év felettek 45%-a használja az internetet valamilyen gyakorisággal. Ez a 9 százalékpontos bővülés váratlanul magasnak tűnik a növekedés eddigi, átlagosan 4%-os üteméhez képest.

Jogosan vetődhet fel a kérdés, hogy honnan származik ez a jelentős bővülés, illetve hogy ezek az eredmények azt jelzik-e, hogy csökkentek a digitális egyenlőtlenségek. Az adatokat megvizsgálva nem tapasztaltunk jelentős különbségeket a növekedésben az egyes szociodemográfiai jellemzők szerint, ami azt jelenti, hogy a növekedés a társadalom minden általunk vizsgált szegmensét közel egyformán érintette (12. ábra). Az egyenletes növekedésből adódóan a digitális egyenlőtlenségek sem csökkentek, hiszen hiába léptek előre nagyot a hátrányosabb helyzetű csoportok, ha a kedvező helyzetben lévők esetében is ugyanakkora a növekedés. Mindez azt jelenti, hogy annak ellenére, hogy össztársadalmi szinten komoly bővülés érzékelhető, a digitális egyenlőtlenségek terén jelentősebb elmozdulás nem tapasztalható, és még mindig komoly megosztottságok figyelhetőek meg. A tavalyi évhez képest a férfiak és a nők között egyaránt nőtt az internethasználók aránya, de a két nem között a különbségek érdemben nem változtak, a férfiak csoportjában továbbra is nagyobb arányban (48%) találunk internetezőket mint a nők körében (42%). Azonban, ha csupán az internetezők csoportjában vizsgáljuk meg a

12. ÁBRA: Internethasználók aránya alapvető szociodemográfiai változók szerinti csoportokban, 2006 és 2007, %



nemek eloszlását azt találjuk, hogy közöttük a nők és a férfiak aránya, csakúgy mint a tavaly 50–50%. Mindez egyre inkább megdönteni látszik azt a véleményt, hogy az internetet inkább a férfiak használják. Az internethasználat alapján megmutatkozik nemi egyenlőtlenségek jórészt ugyanis a kor szerinti egyenlőtlenségeknek köszönhetőek: a 60 éven felüliek csoportjában nagyon kevés az internetező, viszont körükben több mint másfélszer annyi nőt találunk, mint férfit. Ez a különbség a teljes minta szempontjából is meghatározó, hiszen annak 15%-át a 60 évnél idősebb nők alkotják, akiknek 96%-a nem internetezik. Mindez azt jelenti, hogy annak ellenére,

hogya a társadalom egészét tekintve a nők körében kisebb arányban találunk internetezőket, a magyar internetes társadalom nemileg kiegyenlített, pusztán a használat tényében nemi megosztottság nincs.

Ez azonban egyáltalán nem mondható el az életkorral kapcsolatban, ami az egyik legerősebb megosztó tényező az internethasználat terén. Az átlagos internethasználóra is igaz, hogy több mint húsz évvel fiatalabb (33 éves) mint az átlagos internetet nem használó (55 éves). A tizen- és huszonevesek túlnyomó többsége (76–97%) használja a világhálót, de még a harmincasok között is többségben vannak (63%) az internethasználók. Bár a negyven felettiek többsége továbbra sem internetezik, a tavalyi évhez képest jelentős előrelépést tapasztalhatunk ezen korosztályok esetében is, még ha körükben a bővülés nem is éri el minden esetben az átlagos kilenc százalékot. Így van ez a 60 év felettiek esetében is, ahol az internetezők aránya közel megduplázódott a 2006-os felvételhez képest, ez mégsem jelentett többet néhány százalékos emelkedésnél.

Az iskolai végzettség és az internethasználat kapcsolata hasonlóan alakul, mint ahogy azt a számítógép-használat esetében tapasztaltuk. Összefoglalóan elmondható, hogy minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik valaki, annál valószínűbb, hogy internetet használ. 2007-ben a felsőfokú, valamint a középfokú végzettségűek többsége (81, illetve 62%) használta az internetet. Már ezen két csoport között is több mint 20 százalékpontos a különbség, de a drámai csökkenés az érettségivel rendelkezők és nem rendelkezők között következik be: a szakmunkás bizonyítvánnyal bíróknak csupán 27%-a használja a világhálót, az ennél alacsonyabb végzettségűek körében pedig az arány 31%. Így hiába tapasztaltunk az átlagnál valamivel nagyobb, 10%-os, növekedést a szakmunkás végzettségűek körében, lemaradásuk még mindig igen jelentős.

A gazdasági aktivitás és az internethasználat kapcsolata hasonló a számítógép-használat esetén megfigyeltnél. Az internethasználatban is a tanulók járnak élen, őket követik az aktívak, majd az inaktívak, legvégül a nyugdíjasok. A tanulók túlnyomó többsége (95%), az önálló vállalkozók több mint kétharmada (69%) internethasználó. A 2006-os adatokhoz képest, ahol az alkalmazottak között a használók voltak kisebbségben (46%), 2007-ben már többségben vannak (56%). A leglátványosabb növekedés azonban az inaktív csoportjában következett be, ahol a 2007-es adatfelvétel alapján a csoport tagjainak közel kétötöde (39%) inter-

nethasználó.

A szubjektív anyagi helyzet szerint vizsgált internethasználat tapasztalatai azt mutatják, hogy az anyagi helyzetüket kifejezetten pozitívnak értékelők túlnyomó többsége (81%) használja az internetet. A felső közép anyagi státuszcsoporthoz tartozók több mint fele (56%) szintén használ internetet, míg az az alsó középhe tartozók körében az emberek harmada (34%) internethasználó, ugyanakkor a rendszeres anyagi problémákkal küszködők csupán negyede (25%) internetezik. Optimizmusra adhat okot, hogy a tavalyi adatokkal összehasonlítva nem növekedett az anyagi státusz szerinti digitális megosztottság, az ábra tanúsága szerint az elmúlt egy évben minden csoportban növekedett az internethasználók aránya.

Az elmúlt évben az internethasználók aránya minden településtípus lakóinak körében egyaránt látványosan növekedett, ami nem jelenti azt, hogy a települési lejtő ne éreztetné hatását. A főváros, a városok és a községek közötti különbség ugyanis megmaradt. A tavalyi év fontos volt abból a szempontból, hogy 2006-ban már minden második budapesti használta az internetet, a 2007-es évben a városok értek ennek az aránynak a közelébe, hiszen ma már a városlakók 47%-a internetezik.

A származás szerepe akárcsak a számítógép-, úgy az internethasználat esetében is meghatározó jelentőséggel bír. A 2007-es adatok szerint míg a roma származású válaszadóknak csupán a 37%-a használja a világhálót, addig a nem roma származásúaknak 46%-a internetezik. Némi optimizmusra adhat okot az a tény, hogy az elmúlt évben nem növekedett a származás szerinti megosztottság.

DIGITÁLIS ÍRÁSTUDÁS

A digitális írástudás egyaránt jelenti a számítógép és az internet használatához szükséges tudást, és az információk befogadásának, rendezésének, kritikai értékelésének képességét. A digitális írástudás szintjéről önmagában az is árulkodik, hogy milyen arányban használják az egyes eszközöket bizonyos társadalmi csoportok. Erre a kérdésre korábban már választ kaptunk. Most azt vizsgáljuk meg, hogy a felhasználók körén belül hogyan alakul a digitális írástudás szintje.

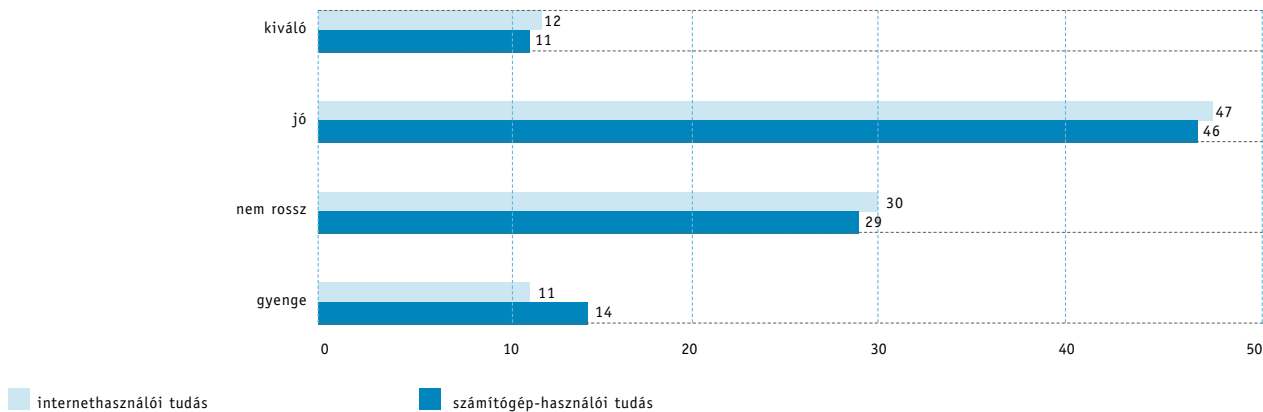
A digitális írástudást többféleképpen is mérhetjük, ezek a digitális írástudás jelenségének más-más oldalaira világítanak rá. Az alábbiakban három irányból közelítve vizsgáljuk meg a felhasználók számítógép- és internethasználati tudását. Elsőként a számítógép és az internet használatának önbesoroláson alapuló értékelését vizsgáljuk, ami alapján megérthetjük, hogy a válaszadók saját megítélésük szerint mennyire bánnak magabiztosan az eszközökkel. Ezt a szubjektív besorolást egészítheti ki annak vizsgálata, hogy a válaszadók mely csoportjai vettek részt formális oktatásban, tehát jártak-e számítástechnikai tanfolyamokra, illetve képzésekre. Az egyes számítógépes tevékenységekre vonatkozó kérdések alapján szintén vonhatunk le következtetéseket a digitális írástudás szintjére vonatkozóan, hiszen azokból kiderül, hogy konkrétan milyen bonyolultságú feladatokat képesek az egyes felhasználói csoportok végrehajtani.

Számítógépes és internetes felhasználói tudás – szubjektív értékelés

A digitális írástudás mérésének talán legkézenfekvőbb módja, ha a felhasználókat kérjük meg saját tudásuk értékelésére. A számítógépfelhasználói és az internetfelhasználói-tudás átlagos értékelése között nem találunk jelentős különbségeket, mindkét esetben a legtöbben úgy gondolták, hogy tudásuk „jónak” tekinthető.⁵ Körülbelül minden tizedik válaszadó jellemezte kiválónak tudását, ehhez hasonló arányban találhatunk saját bevallásuk szerint „gyenge” tudású felhasználókat (13. ábra).

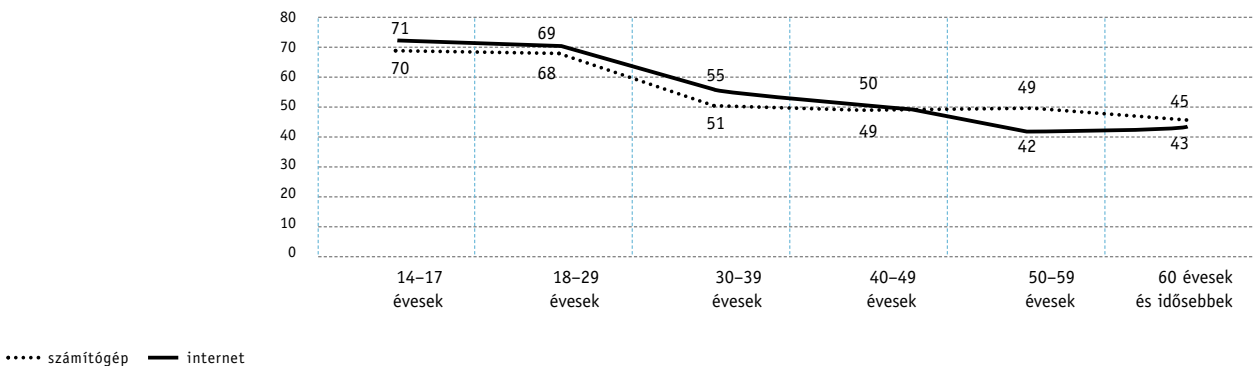
⁵ Az internetfelhasználói tudást csak az internetezőktől kérdezzük meg, míg a számítógépes tudásra vonatkozó kérdést a számítógépet használó válaszadóknak tettük fel.

13. ÁBRA: Ön hogyan értékelné saját számítógép-használói tudását? (a számítógép-használók körében), %
 Ön hogyan értékelné internethasználói tudását? (az internethasználók körében), %



Ha sorra vesszük a fontosabb társadalmi és demográfiai mutatókat, a legnagyobb eltéréseket az életkor változásával figyelhetjük meg. A kor előrehaladtával ugyanis (főként a 30 évnél idősebbek esetében) folyamatosan csökken a saját tudását jónak vagy kiválónak ítéelő felhasználók aránya. Ez az összefüggés egyaránt igaz a számítógép és az internet használatára.

14. ÁBRA: Magabiztos felhasználók arányának változása az életkor növekedésével (a számítógép-használók és az internethasználók körében), %

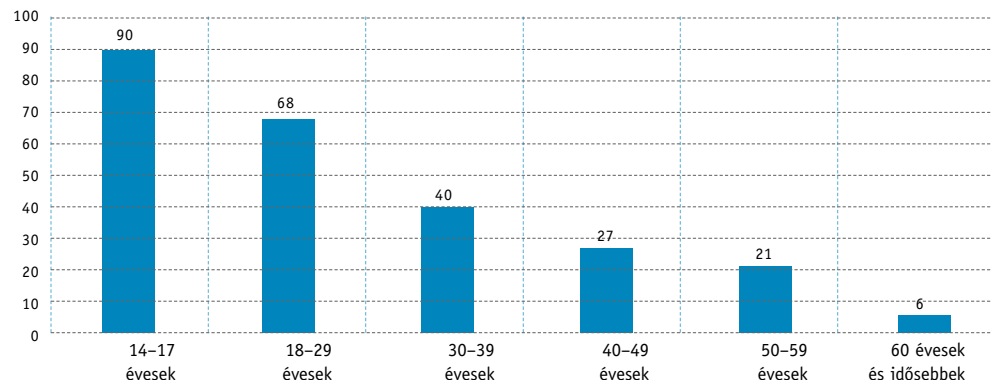


A 16. ábra az életkor változásával mutatja meg az önmagukat jó vagy kiváló számítógép- illetve internet-felhasználói tudással jellemző felhasználók arányát. A magabiztosnak nevezett számítógép-használók aránya 57%, míg az internetezők csoportjának 59%-a állította magáról, hogy jól vagy kiválóan elboldogul az internetes alkalmazásokkal. Jól látható, hogy míg a 30 év alatti felhasználók több mint kétharmada számára nem okoz nehézséget a digitális technológiák használata, addig 30 év felett csupán a felhasználók 43–55%-a tekinthető magabiztosnak. Ezek az adatok is azt a megfigyelést erősítik, hogy a digitális eszközökkel felnövő generáció számára természetesek az új információs és kommunikációs eszközök, míg az idősebb generációknak jelentős kihívásokat jelent a számítógép és az internet használata.

Oktatás, tanfolyamok, képzések

A fiatalok magabiztossága nyilvánvalóan annak is köszönhető, hogy manapság az informatikai, számítástechnikai ismeretek oktatása az általános és középiskolákban természetes. Nem meglepő tehát, hogy a 14–17 éves korosztályba tartozók 90%-a nyilatkozott úgy, hogy vett részt már ilyen oktatásban. A teljes népesség körében ez a mutató ugyanakkor alig több mint 34%, és az életkor előrehaladtával egyre kisebb arányban rendelkeznek az emberek ilyen tapasztalattal.

15. ÁBRA: Részt vett-e Ön bármilyen számítástechnikai képzésen, oktatáson? (az „igen” választ adók aránya az egyes korcsoportokban), %



Annak ellenére, hogy mára már több, a nagyszülők generációját megcélzó képzési program is elindult, a 60 évesnél idősebb korcsoportba tartozóknak mindössze 6%-a vett részt valaha ilyen oktatáson. A legidősebb korcsoport mellett a 40 és 60 év közöttiek 20–27%-os képzettségi aránya lehet intő jel, ugyanis pont ennek a korcsoportnak lenne leginkább szüksége a számítástechnikai képzésre, hiszen körükben a legalacsonyabb a digitálisan írástudók aránya.

Számítógépes tevékenységek

A digitális írástudást a meglehetősen szubjektív önbesorolás és csupán a formális követelményként is teljesíthető tanfolyamokon való részvétel mellett jellemezhetjük azzal is, hogy a felhasználók milyen és hányféle számítógépes tevékenységet végeznek. A PC-t használó válaszadókról összességében elmondható, hogy többségük a kérdőívben szereplő 12, különböző nehézségű tevékenység közül legalább minden másodikat megjelölte.⁶ Ugyanakkor a végzett tevékenységek számában és struktúrájában nagymértékű különbségeket tapasztaltunk.

A kérdőívben szereplő számítógépes tevékenységek eltérő mértékű tudásszintet jelentenek: megjelennek köztük egyszerű, közepesen bonyolult és haladó szintű alkalmazások is. A vezető helyen egyértelműen alapszintű felhasználási módok állnak: a számítógép-használók 80%-a szokott képeket letölteni és nézegetni, és 78%-uk szokott szövegszerkesztő programokat használni. Szintén igen elterjedt az alapvető dokumentum, és fájlműveletek alkalmazása, mint pl. a könyvtárak létrehozása, illetve fájlok másolása, amit szintén több mint 70% szokott végezni.

⁶ A megkérdezettek igen és nem válaszokat adhattak az egyes számítógépes tevékenységek végzésére vonatkozó kérdésekre.

2. TÁBLÁZAT: Az egyes számítógépes tevékenységeket végzők aránya, %

Számítógépes tevékenységek	Azok aránya, akik szokták az adott tevékenységet végezni
Képeket fényképeket letölteni, nézegetni	80
Dokumentumokat létrehozni	78
Dokumentumot formázni	73
Könyvtárakat, fájlokat létrehozni, törölni, másolni, áthelyezni, átnevezni	71
Fájlokat CD-re, DVD-re kiírni	64
Táblázatot létrehozni táblázatkezelő programban	59
Programokat letölteni az internetről, programokat telepíteni	56
Képeket, fényképeket szerkeszteni, átméretezni, színezeni, retusálni stb.	53
Fájlokat tömöríteni	48
Számításokat végezni függvény megadásával táblázatkezelő programban	38
Prezentációt készíteni	32
Operációs rendszert telepíteni, újratelepíteni	32

A CD- vagy DVD-író használata már kevésbé elterjedt (64%), csakúgy mint a táblázatkezelő programok használata (53%), vagy a programletöltés és -telepítés (56%). A nézegetésnél bonyolultabb képekkel kapcsolatos műveletek csak ezután következnek a sorban, amit a fájlömörítés követ. Ezeket az alkalmazásokat azonban még mindig a felhasználók nagyjából fele szokta használni.

A nagyobb tudást igénylő feladatok közül prezentációt készíteni, függvényeket használni, vagy operációs rendszert telepíteni azonban csupán a felhasználók harmada szokott, ami ugyan lényegesen kisebb arány a többi tevékenységhez képest, de ha azt tekintjük, hogy milyen bonyolultságú feladatokról van szó, egyáltalán nem tűnik alacsonynak.

Látható tehát, hogy a vártan megfelelően az alapvető irodai alkalmazások a legelterjedtebbek, és minél bonyolultabb egy tevékenység, annál kevesebben végzik. Ugyanakkor az adatok elemzéséből is az kiderült, hogy a fenti tevékenységek nem hierarchikusan szerveződnek. A bonyolultabb számítógépes feladatok elvégzése tehát nem feltétlen jár együtt valamennyi könnyebben elsajátítható tevékenység végzésével.

Hogyan oldjuk meg a számítástechnikai problémákat?

A számítógép-használók gyakran találkoznak olyan, a használat során jelentkező technikai problémákkal, amelyeket egyedül nem tudnak megoldani. A 2007-es WIP kérdőívben elsőként kérdeztünk rá arra, hogy a legutóbbi hasonló helyzetben kihez, vagy mihez fordultak segítségért. Nyilvánvaló, hogy ezek a választások is árulkodnak a felhasználók előzetes tudásáról, képzettségéről, illetve az eszközhasználattal kapcsolatos magabiztosságukról.

A megkérdezettek több választ is megjelölhettek (3. táblázat). A felhasználók jelentős hányada (csaknem minden második megkérdezett) ilyen helyzetben barátjához, kollégájához vagy iskolatársához fordult segítségért. Annak ellenére, hogy minden korcsoportban kiemelt szerephez jutottak az ismerősök és barátok, jellemzően a negyven év alattiak számítottak a segítségnyújtás ezen formájára.

3. TÁBLÁZAT: Kihez vagy mihez fordult, ha olyan számítógépes problémával találkozott, amit egyedül nem tudott megoldani? (az adott választ megjelölők aránya a számítógéphasználók körében), %

Baráthoz/kollégához/iskolatárshoz fordult	47
Családtaghoz fordult	39
Szakemberhez/szervízhez fordult	18
Interneten utánanézett	8
A program súgóját használta	6
Egyéb módon oldotta meg számítástechnikai problémáját	3
Nem sikerült megoldania a számítástechnikai problémáját	1
Telefonos terméktámogatást használt	1

A második leggyakrabban említett megoldás az volt, hogy valaki a közvetlen hozzátartozójához, vagy családtagjához fordult. A családi tudásra azonban csak a felhasználók 39%-a támaszkodott, szemben a 47% által megjelölt ismerősi és baráti segítséggel.

Az ismeretségi kört a felhasználók közel ötöde (18%) egészítette vagy váltotta ki hivatásos szakemberrel. Azonban vélhetően a szerelési munkálatok költségei miatt ezzel a megoldással lényegesen nagyobb arányban éltek a jobb anyagi helyzetben lévő, magasabb iskolai végzettséggel rendelkező válaszadók.

Az interneten a felhasználók kevesebb mint 10%-a nézett utána a problémának. Meglepő, hogy a program súgójára alig több mint 6% kattintott rá. A telefonos

terméktámogatás használatának előfordulási gyakorisága pedig a hibahatár közelében mozgott valamennyi társadalmi csoportban.

Az alacsony, illetve a magas szintű számítástechnikai tudással összefüggően a felmerült problémák megoldásához választott stratégia is eltérően alakul. Barátokhoz és kollégákhoz leggyakrabban a kiváló tudással rendelkezők fordulnak (54%), a nem rossz és jó tudással rendelkezők szintén nagy arányban, közel 50%-ban támaszkodnak ismerősi hálózataikra. A családtagokhoz ezzel szemben jellemzően a gyengébb tudással rendelkezők fordulnak (52%), míg a kiváló tudással rendelkezők csupán 28 százalékban kérnek rokoni segítséget. Hivatásos segítséghez is a jó, illetve kiváló tudással rendelkezők fordultak nagyobb arányban, körükben csaknem kétszer akkora arányban jelölték meg ezt a problémamegoldási formát.

Mindent összevetve azonban számítógép használata során felmerült nehézségek kezelésekor a felhasználók túlnyomó többségben személyközi viszonyokra építenek – ez gyakorlatilag minden felhasználói csoportra igaz, legyen akár fiatal, vagy idős, magabiztos, vagy bizonytalan használó az illető. Nem meglepő módon inkább a nagyobb tudással rendelkezők azok, akik szakemberhez fordultak, esetleg igénybe vették az online elérhető, vagy a programba beépített segítő funkciókat – valószínűleg ez a csoport jobban tisztában van mind ezekkel a lehetőségekkel, mind a felmerült probléma jellegével.

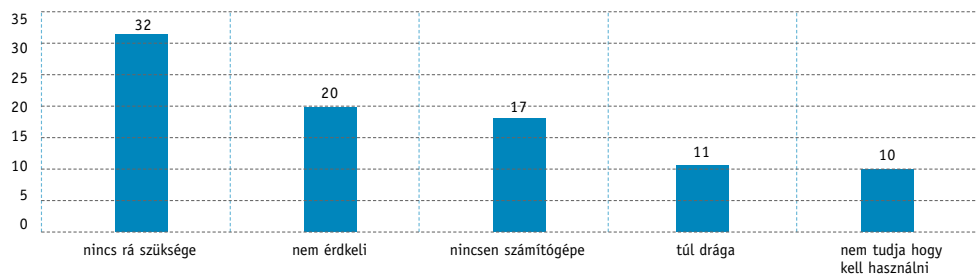
Ennek ellenére általánosságban a személyes interakciók a meghatározóak, ami igazolja azt a feltevést, hogy a személyközi kapcsolatok kiemelt jelentőségűek a technológia elterjedésében és a használathoz szükséges digitális írástudás megszerzésében, átadásában.

AZ INTERNETTŐL VALÓ TÁVOLMARADÁS OKAI

2007-ben a válaszadók 55%-a mondta azt, hogy sehol nem szokott internetet használni. Ez ugyan jelentős csökkenést jelent a 2006-ban tapasztalt 64%-hoz képest, de a magyarországi 14 éven felüli lakosság több mint fele még mindig kívül marad az internet világán. Érdeemes tehát megvizsgálni, hogy milyen okokat jelöltek meg a nem internetezők távolmaradásuk magyarázatára: mik azok a legfontosabb gátak, melyek távol tartják őket a világhálótól. Ebben a fejezetben a fenti kérdéseknek járunk utána, és megvizsgáljuk, hogy milyen változások történtek ezen a területen a tavalyi évhez képest. Ezután megnézzük a kognitív, illetve a materiális gátak jelentőségének alakulását, végül pedig arra keressük a választ, hogy mely csoportok mutatnak hajlandóságot arra, hogy a közeljövőben csatlakozzanak az internethasználók egyre népesebb táborához.

Idén arról kérdeztük a nem használókat, hogy mi a legfontosabb oka annak, hogy nem csatlakoznak a világhálóra (16. ábra). Legtöbbször azt említették, hogy azért nem interneteznek, mert „nincs rá szükségük”, a második „legnépszerűbb” indok a korábbi évekhez hasonlóan pedig idén is az érdeklődés hiánya volt. Érdekes módon tehát az a két kategória a leggyakoribb, mely egyben a legkevésbé konkrét indokot fogalmaz meg, és amely leginkább az internet iránti közömbösségről árulkodik.

16. ÁBRA: Az internettől való tartózkodás legfontosabb okai (az egyes okokat megnevezők aránya az internetet nem használók körében, csak egy válasz megjelölése volt lehetséges), %



Közös jellemzője még ennek a két választípusnak az is, hogy bizonyos értelemben magán a válaszadón múlnak, nem pedig külső tényezőn vagy olyasvalamin, amit ők maguk megváltoztathatatlanak tartanak. (Szemben például a „technikától való tartózkodással”, vagy a vírusoktól, pornográf tartalmaktól való félelemmel, amik – egy közvetlen felhasználói tapasztalattal nem rendelkező válaszadó számára – esetleg legyőzhetetlen akadálynak tűnhetnek.)

A nem internetezők többsége tehát olyan válaszokat adott, amelyekből az derül ki, hogy semmilyen érdeklődést nem mutatnak az internet használata iránt, vagyis az internetezés legfőbb gátja saját motivációik hiányában keresendő.

A megjelölt okok további sorrendje is a korábbi éveknek megfelelően alakult: a nem használók 17%-a említette, hogy azért nem internetezik, mert „nincs számítógépe”, 11% pedig anyagi okok miatt marad távol a világhálótól.

Még mindig viszonylag sokan maradnak távol az internettől azért, mert felhasználói ismereteik hiányoznak: a nem használók 10%-a ugyanis „nem tudja, hogy kell használni” az internetet.

A fentieknél jóval kisebb arányban említették a nem használók azt, hogy nincs idjük az internetre (3%), vagy hogy félnek a technikától (1%). A lehetőségek közt szereplő egyéb indokok (pl. hogy nem elég jó a számítógépük, hogy az internet nem való gyerekeknek, hogy túl sok a pornográf tartalom, vagy hogy túl nehéz kapcsolatot teremteni) elenyésző arányban kerültek említésre.

Kognitív és materiális okok

Az internettől való tartózkodás okainak vizsgálatakor hasznunkra lehet, ha valamilyen szempont alapján csoportosítjuk a távolmaradás okaként megjelölt kategóriákat. A WIP-kutatások történetében fontos hagyomány az ún. kognitív és materiális okcsoportok jelentőségének vizsgálata. Különösen fontosnak tartottuk a kérdés vizsgálatát azért, mert évekig tartotta magát az a nézet, hogy a hazai alacsony penetrációs arányokért elsősorban a magas távközlési, előfizetési díjak a felelősek. Ezzel szemben az elemzések azt mutatták, hogy a materiális, vagyis pénzügyi nehézségre utaló érvek szerepe egyre kevésbé jelentős, és ez a folyamat még az árak csökkenése előtt elkezdődött. Ezzel szemben a kognitív jellegű indokok –

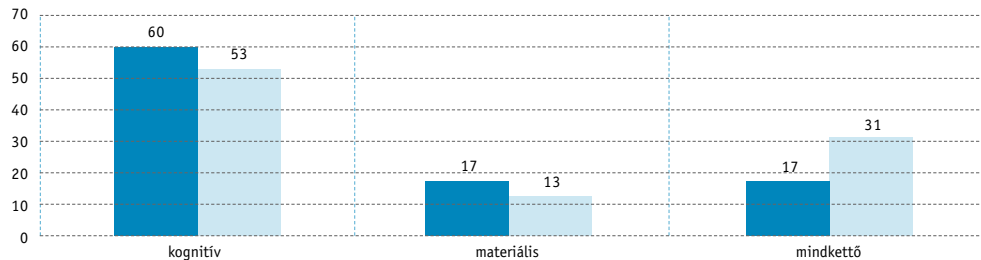
a motiváció vagy a felhasználói tudás hiánya, illetve a technológiákkal kapcsolatos negatív attitűdök – egyre fontosabb akadályt képeznek az internethasználat penetrációjában.

4. TÁBLÁZAT: Az internet elutasításának indokai kognitív és materiális bontásban

Kognitív okok	nincs rá szüksége
	nem érdekli
	nem tudja, hogyan kell használni
	technikától való félelem
	nem való gyerekeknek
	pornográfia
	személyes adatok védelme
	vírusok miatt
	túl sok a reklám
	nincs rá ideje
Materiális okok	nem elég jó a számítógépe
	nincsen számítógépe
	túl drága
	túl lassú a hozzáférés
	nehéz kapcsolatot teremteni

2007-ben négyszer annyian jelöltek meg csak kognitív oko(kat)t az internettől való távolmaradásuk okaként (53%), mint materiális(aka)t (13%). Ez nagyjából megfelel a korábbi évek trendjeinek. Figyelemre méltó viszont, hogy míg a csak materiális, illetve csak kognitív oko(ka)t megjelölők aránya külön-külön csoportonként csökkent (nagyjából hasonló arányban, mint ahogy a nem internetezők aránya), addig azoké, akik mindkét ok-csoportból mondtak okot, jelentősen, majdnem kétszeresére nőtt (17%, 31%).

17. ÁBRA: Az internettől való tartózkodás okai: a materiális és a kognitív jellegű indokokat megadóak aránya a nem internetezők körében, 2006–2007, %



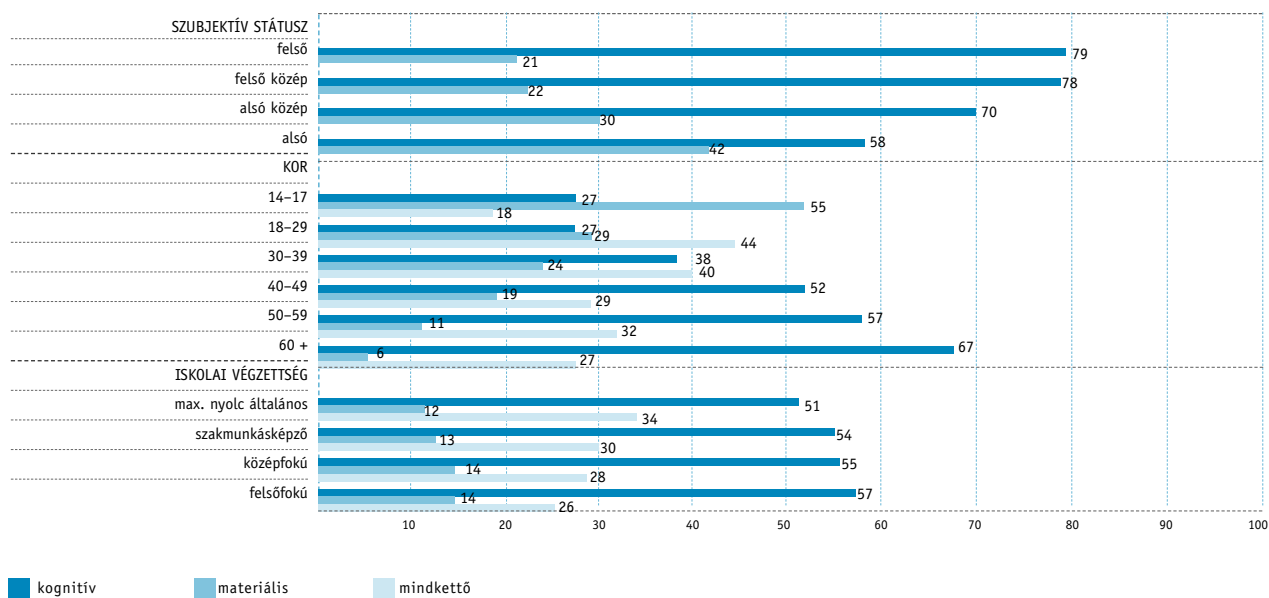
■ 2006 ■ 2007

Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a kognitív-materiális kategorizáció nem teljesen egyértelmű. Nem tudhatjuk például, hogy ha valakinek nincs számítógépe, akkor ez azt jelenti, hogy nincs rá pénze, vagy esetleg egyéb, akár kognitív okai is vannak annak, hogy nem vesz számítógépet. Minthogy azonban ezt az internettől való tartózkodás legfőbb okának mondják, ezért a korábbi évekhez hasonlóan idén is materiális oknak tekintjük.

Jól illusztrálja ezt a dilemmát, hogy azok közül, akiknek nincs otthon működőképes számítógépük (ez a megkérdezettek 42 százaléka), csupán 25 százalék említette, hogy azért nincs, mert túl drága. A legtöbben (43%) azt mondták, azért nincs PC-jük, mert nincs rá szükségük. Tehát valószínűleg a kognitív érvek hangsúlya még az itt ábrázoltnál is valamivel nagyobb.

A materiális érvek mögött tehát kognitív okok is meghúzódhatnak, és ennek ellenkezője is előfordulhat. Ez azonban természetesen nem jelenti azt, hogy egyáltalán ne lenne érvényes ez a kategorizáció. A kognitív-materiális tengely és az (önbesoroláson alapuló) anyagi státusz összefüggéseit vizsgálva kiderül, hogy minél rosszabb anyagi helyzetben van valaki, annál inkább mond materiális érvet indoknak, vagyis a rosszabb anyagi helyzetben lévők valóban nagyobb arányban küzdenek materiális jellegű gátakkal. A felsorolt lehetséges problémák tehát valószínűleg kiegyenlítik egymást, így bízhatunk a kognitív-materiális tengely érvényességében.

18. ÁBRA: Kognitív és materiális érvek aránya anyagi helyzet, kor és iskolai végzettség szerint, %



Tovább vizsgálva, hogy pontosan hogyan is alakulnak a kognitív, illetve materiális kategóriák kiderül, hogy az életkorral egyenes arányban és jelentősen nő azoknak a száma, akik kognitív okokat említenek. A materiális okoknál éppen fordítva alakul a helyzet; a kor előrehaladtával csökken a materiális gátakkal küzdők aránya. Egyedül a 18–29 évesek körében kiegyenlítették az arányok: köztük ugyanannyian vannak a kognitív, mint a materiális gátakkal küzdők.

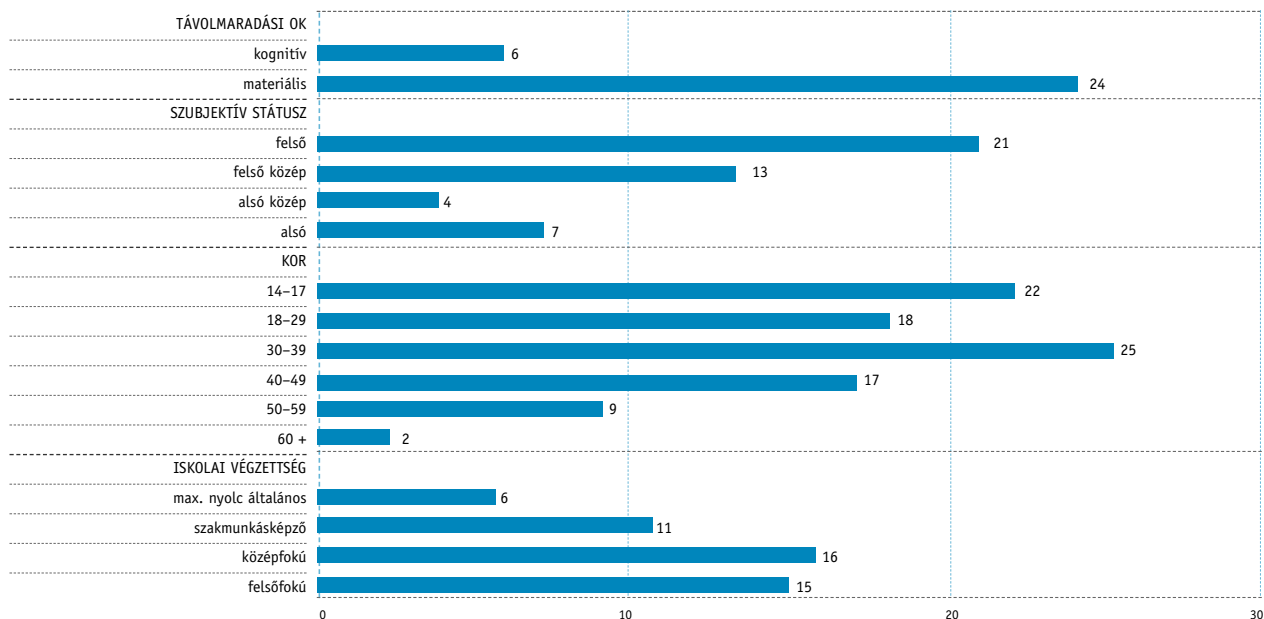
Iskolai végzettség szerint vizsgálva a kérdést kiderül, hogy az iskolai végzettség növekedésével – kis mértékben ugyan, de nő a kognitív gátakkal küzdők aránya, a materiális okokra viszont nincs szignifikáns hatással az iskolai végzettség.

A jövő internetezői

A világhálótól tartózkodók alig 10%-a gondolja úgy, hogy egy éven belül rendszeres internethasználó lesz, vagyis legalább havonta egyszer fog internetezni (2006-ban ez az arány 9% volt, vagyis pont annyi, amennyivel a használók tábora növekedett).

Vizsgáljuk meg alaposabban, hogy kik azok, akik terveik szerint a közeljövőben rendszeresen internetezni fognak (19. ábra). Ha megnézzük, hogy a kognitív, illetve a materiális indokokat hangoztatók közt van-e különbség e tekintetben, akkor azt látjuk, hogy a kognitív indokokkal érvelők 6%-a, míg a materiális gátakkal küzdők 24%-a gondolja úgy, hogy egy éven belül rendszeres internethasználóvá válik. Ez tehát azt jelenti, hogy a materiális gátak leküzdése kisebb kihívást jelent, mint a kognitív akadályoké.

19. ÁBRA: Azok aránya a távolmaradási indokok, az anyagi helyzet, a kor és az iskolai végzettség szerinti csoportokban, akik egy éven belül tervezik, hogy internetezők lesznek, %



Akik tervezik, hogy a közeljövőben elkezdjenek rendszeresen internetezni, azok közül minden harmadik 30–39 év közötti, minden negyedik 40 és 49 közötti, valamivel több mint ötödük jár az ötvenes éveiben, és csupán 8%-uk idősebb hatvan évesnél. Azaz a középkorúak és az idősek közül már csak nagyon kevesen tartják elképzelhetőnek, hogy a közeljövőben rendszeres internetezővé válnak. A tavalyihoz képest pedig éppen azok mutattak hajlandóságot az internetezésre, akik eddig is a legnagyobb számban voltak jelen a világhálón. A korcsoportok szerinti digitális szakadék a legidősebbek és a legfiatalabbak közt tehát tovább nőhet, de a harmincasok megkezdték a fiatalokhoz való felzárkózást.

A jövő potenciális internetezői többnyire a jobb anyagi státuszúak köréből kerülnek ki. Az is elmondható, hogy minél jobb anyagi helyzetben vannak, illetve minél jobb anyagi helyzetben levőnek tartják magukat, annál inkább mondták azt, hogy valószínűleg a közeljövőben rendszeres internetező válik belőlük. Jelentős változás a tavalyi évhez képest a rossz anyagi státuszúak körében történt; akik rosszabb körülmények között élnek, azok kisebb hajlandóságot mutatnak az internetezésre. A digitális szakadék tehát az anyagi helyzet tekintetében tovább mélyülhet.

Elmondható, hogy alapvetően az iskolai végzettség növekedésével nő az internetezési hajlandóság. Azonban az is látszik, hogy az érettségivel és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők közt 2007-ben nincs különbség e tekintetben. 2006-hoz viszonyítva viszont jelentősen visszaesett az internetre csatlakozni szándékozók száma a felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében. Ennek következtében az iskolai végzettség tekintetében csökkenhet a digitális szakadék.

HOL, HOGYAN ÉS MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?

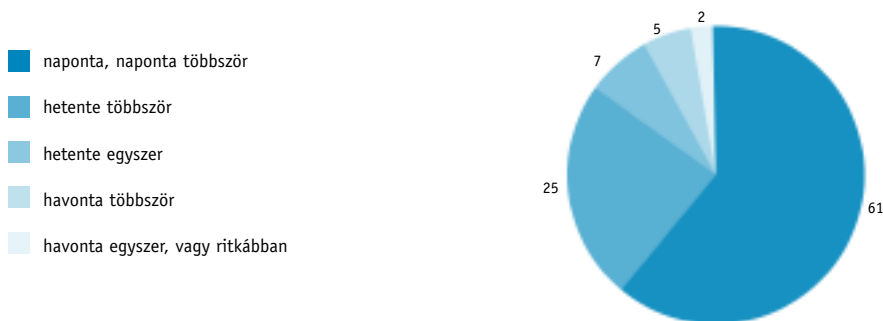
HOL, HOGYAN ÉS MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?

AZ INTERNETEZÉS HELYSZÍNE ÉS MÓDJA
MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?
FELHASZNÁLÓI CSOPORTOK
INTERNETES KERESKEDELEM

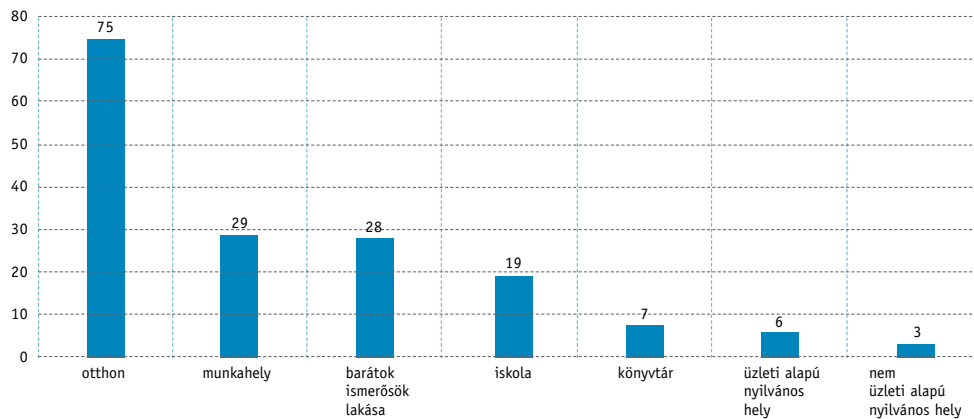
AZ INTERNETEZÉS HELYSZÍNE ÉS MÓDJA

A 2007-es adatok szerint a magyar internetezők többsége rendszeres, aktív internetezőnek számít. Az internethasználók többsége (61%) naponta vagy naponta többször, harmaduk (32%) legalább hetente egyszer használja a világhálót, és mindössze az internetezők töredéke (7%) használja a világhálót alkalmasszerűen, vagyis ritkábban mint hetente (20. ábra).

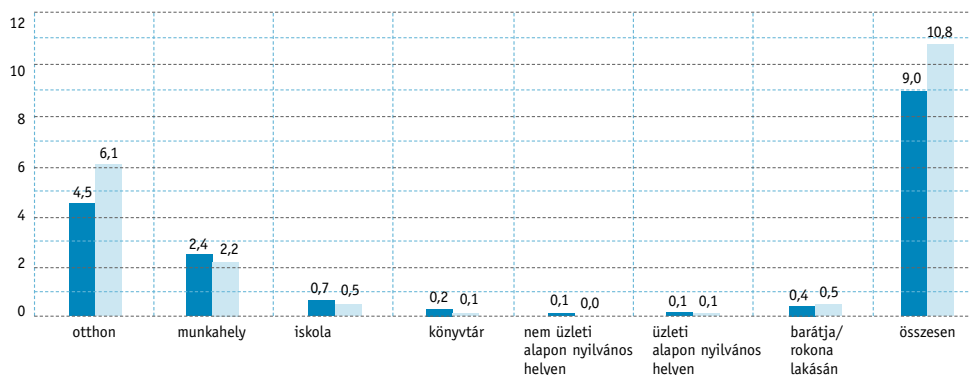
20. ÁBRA: Milyen gyakran használja az internetet? (az internethasználók körében), %



Jellemző az internetezőkre, hogy legtöbbször otthonról (is) internetezik (75%), és mindössze negyedük állította azt, hogy otthon nem szokott internetet használni. Az internetezés további fontos helyszínei az iskola és a munkahely. Bár a teljes internethasználói népességben belül az iskolában (is) internetezők csupán 19%-ot jelentenek, az iskoláskorúak 71%-a használja a világhálót az iskolában (is). Ugyanez mondható el a munkahely kapcsán: a gazdaságilag aktív internethasználók fele internetezik a munkahelyén. A többi helyszín közül igazán jelentős csak a közeli barát, rokon lakása, ahol a kérdezettek több mint negyede szokott internetezni. A nyilvános hozzáférési pontok, akár ingyenesek, akár nem, kevésbé népszerűek a hazai internetezők körében (21. ábra).

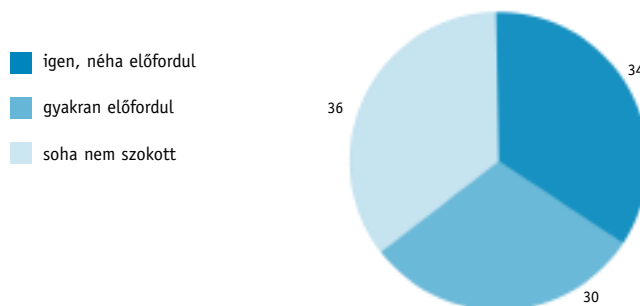
21. ÁBRA: A különböző helyszíneken internetezők aránya (az internethasználók körében), %

Az utóbbi egy évben jelentősen növekedett az internetezésre fordított idő átlagos mennyisége is. Egy átlagos internetező 2007-ben csaknem heti tizenegy órát töltött a világhálón, közel két órával többet, mint 2006-ban. A növekedés szinte teljes egészében az otthoni internetezés mennyiségének emelkedésével magyarázható, 2006-ban átlagosan 4,5 órát, míg 2007-ben 6,1 órát interneteztek otthon a kérdezettek.

22. ÁBRA: Az internetezéssel töltött idő a különböző helyszíneken (az internethasználók körében), 2006–2007, óra/hét

Az eszközök konvergenciája, illetve a szélessávú internetezés miatt megváltozó használati szokások („always on” használati mód) miatt természetesen egyre nehezebb meghatározni az internetezéssel töltött idő pontos mennyiségét. Az minden esetre biztosnak látszik, hogy az internetezés az adatok szerint nem feltétlenül olyan tevékenység, amit csakis önmagában végeznek a felhasználók – gyakran háttértevékenység, illetve olyan időtöltés, amellyel párhuzamosan más is végezhető. Az internethasználók közel kétharmada (64%) több-kevesebb gyakorisággal internetezés közben mással is foglalatoskodik, például zenét hallgat vagy televíziót néz. Ezzel szemben a használóknak 36%-át teszik ki azok, akik internetezés közben soha nem végeznek más tevékenységet (23. ábra).

23. ÁBRA: Szokott internetezés közben más tevékenységet is végezni? (az internethasználók körében), %



Az internetes tartalmak nagy része nem magyar nyelven íródott, így érdekes kérdés, hogy a használók szoktak-e idegennyelvű oldalak között böngészni. 2007-ben az internetezők 43%-a állította, hogy szokott nem magyar nyelvű oldalakat látogatni, ez három százalékpontos emelkedés tavaly óta. Az angol nyelvű tartalmak a legnépszerűbbek: az idegen nyelvű tartalmakat is olvasók 86%-a angolul íródott honlapokat látogat. A német nyelvű oldalakat már kevesebben látogatják (26%), egyéb nyelven pedig már csak az idegen nyelvű tartalmakat is olvasók 7%-a keres.

MIRE HASZNÁLJUK AZ INTERNETET?

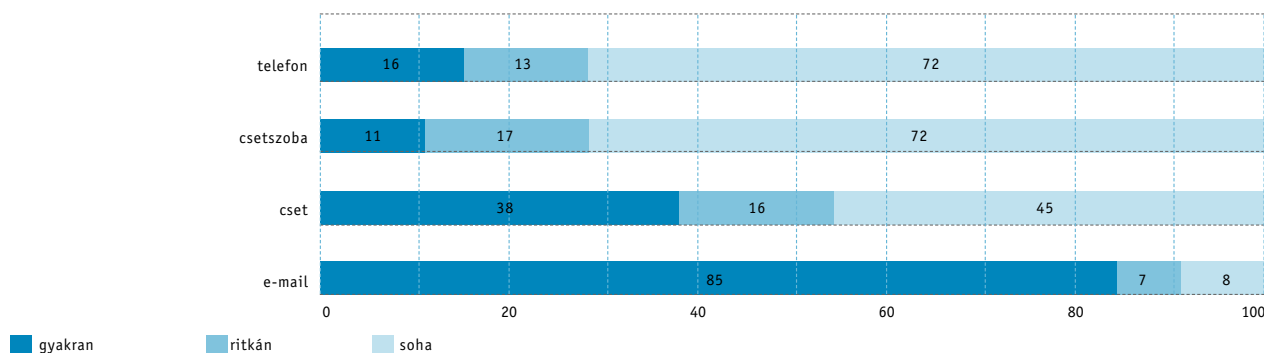
Az internethasználat társadalmi bázisának növekedése egyre heterogénebb felhasználói csoportok megjelenését eredményezi. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a különböző online szolgáltatásokhoz, alkalmazásokhoz kapcsolódó használati szokások terén egyre összetettebb képet kapunk. Emellett egyes vélemények szerint a digitális megosztottságok a használati módok különbségében élnek tovább, vagyis a használói szokások vizsgálata a penetráció előrehaladtával egyre fontosabb lesz annak érdekében, hogy a használók közti törésvonalak láthatóvá váljanak. Ezt felismerve a 2007-es adatfelvétel során a korábbiaknál jóval alaposabban vizsgáltuk a használati szokások kérdését: a kérdőív összesen harminc különböző alkalmazási forma használati gyakoriságára kérdezett rá.

A vizsgált felhasználási formák hat nagyobb alkalmazáscsoportba sorolhatóak aszerint, hogy az adott tevékenységnek mi áll a középpontjában. A kommunikációs és az információszerzésre irányuló alkalmazások mellett a szórakozást és a játékot, az online szolgáltatások igénybevitelét, a tanulással, oktatással kapcsolatos alkalmazásokat, és végül az ún. „webkettes” lehetőségeket vizsgáltuk.

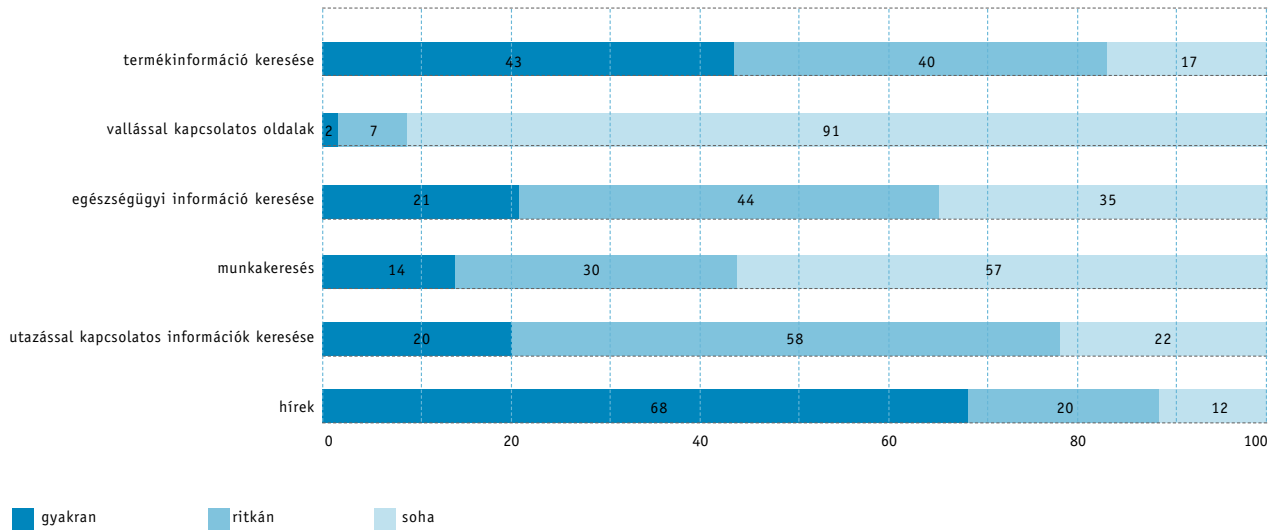
Az összes alkalmazás közül még mindig a legelterjedtebb az e-mailezés: a használók 92%-a szokott elektronikus üzeneteket küldeni és fogadni valamilyen gyakorisággal. Csaknem hasonlóan elterjedt felhasználási mód a hírek olvasása (88%) valamint a tények, adatok keresése, ellenőrzése (86%).

A kommunikációs felhasználási módok közül (mint már említettük) egyértelműen kimagaslik az e-mailezés, amit a felhasználók 85%-a végez nagy gyakorisággal, és további 7% alkalmanként. Ezt követi a csetelés (38%), míg az internetes telefonálást és a csatszobában való részvételt a megkérdezettek 72–72%-a egyáltalán nem használja ki. Noha ennek valódi okaira vonatkozóan nincsenek adataink, az első esetben ez feltehetően a technológia újszerűsége miatt alakult így, a második esetben pedig egy élethelyzethez-életkorhoz szorosan kapcsolódó szolgáltatásról van szó (24. ábra).

24. ÁBRA: A kommunikációs alkalmazási módok gyakorisága az internethasználók körében, %

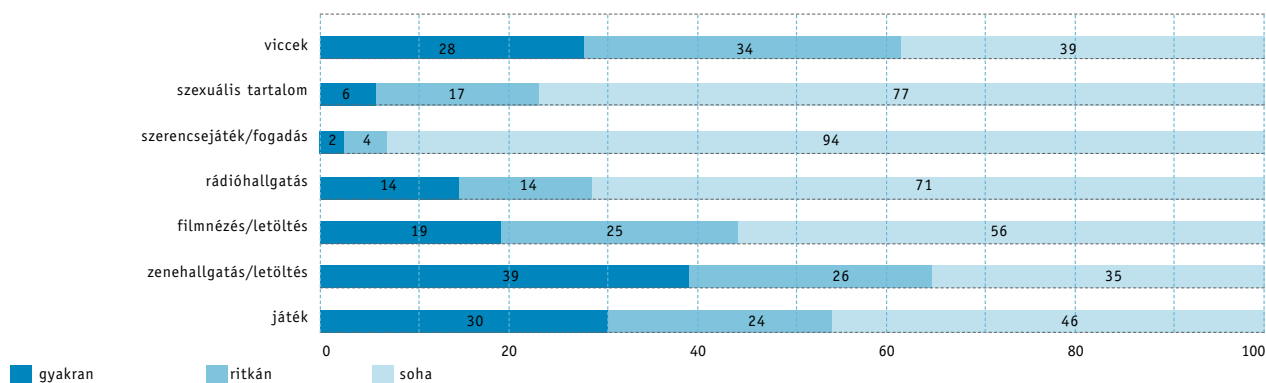


Az információszerzés terén a hazai internetezők többsége leginkább hírek olvasására szorítkozik (csupán a válaszadók 12%-a mondta, hogy soha nem szokott híreket keresni a neten). A különböző termékekkel kapcsolatos információszerzés szintén elterjedt: a használók 83%-a szokott ilyen tartalmakat keresni, 43% pedig gyakran teszi ezt. Az egészségügyi és utazási információk keresése szintén népszerű: 65, illetve 78% állította, hogy valaha keresett ilyen (ami tekintve, hogy ezek nem állandó jelleggel merülnek fel, jó aránynak mondható). Munkakeresés esetében már csak 44% használta ki az internetben rejlő lehetőségeket. A vallási oldalak látogatása esetében található a „soha” válaszok legnagyobb aránya, 91%. Mindent összevetve azonban az információszerzésre irányuló tevékenységek közt találunk legtöbb esetben népszerű tevékenységeket, vagyis ez a felhasználási forma a leginkább elterjedt a hazai netezők körében (25. ábra).

25. ÁBRA: Az információszerezésre irányuló alkalmazási módok gyakorisága az internethasználók körében, %

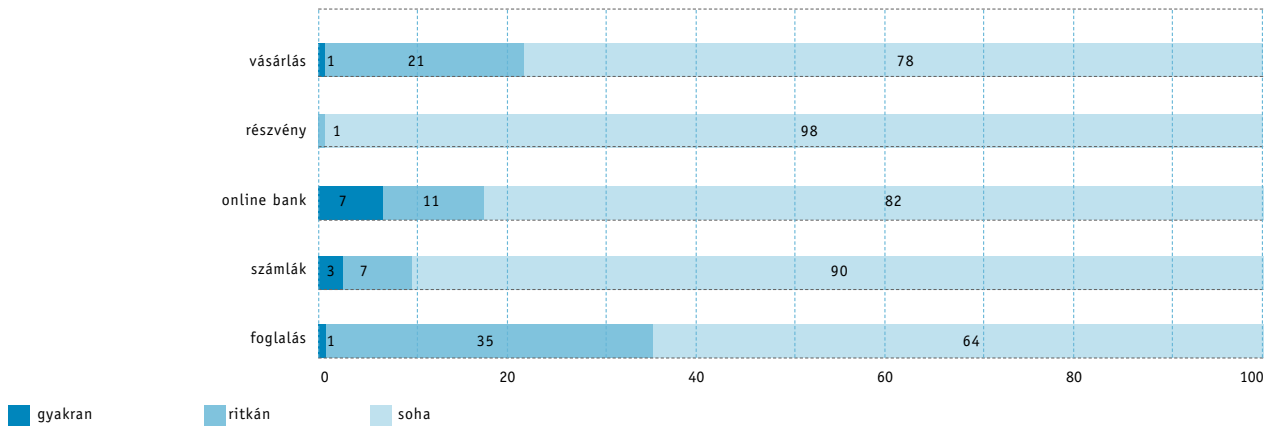
Az internet szórakozási célú alkalmazásainak csoportjában már kevesebb a széles körben elterjedt alkalmazás (26. ábra). A hétköznapiak tekinthető felhasználási formák (játék, zeneletöltés/-hallgatás, humoros tartalmak keresése) a megkérdezettek több mint 50%-ánál bukkannak fel valamilyen gyakorisággal. Filmek letöltésére, nézésére 44% használja az internetet, míg rádióhallgatásra 28%, a szerencsejáték vagy nyereményjáték valamilyen fajtájára csak 6%. A szexuális tartalmú oldalak böngészése esetében 77% mondta, hogy soha nem végez ilyen tevékenységet, de a kérdés jellegeből fakadóan ez az arány feltehetően torzított.

26. ÁBRA: A szórakozásra irányuló alkalmazási módok gyakorisága az internethasználók körében, %



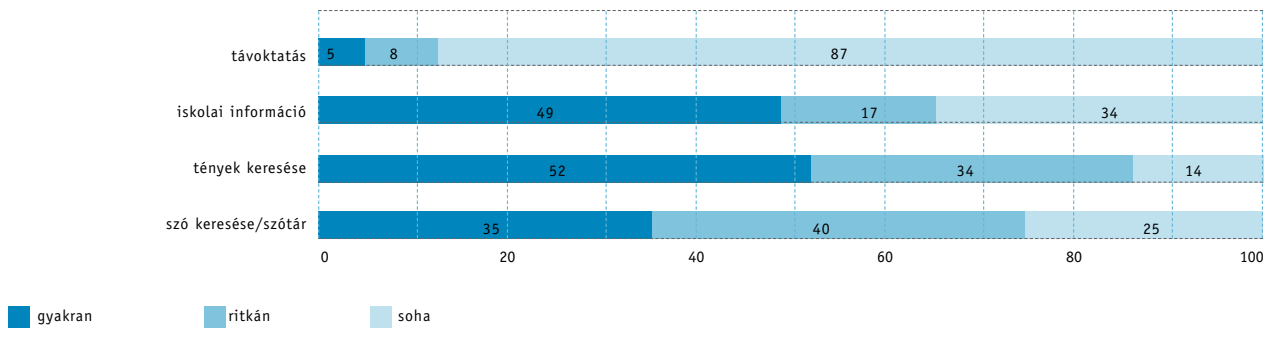
Az online ügyintézés esetében általánosan alacsony felhasználási mutatókkal találkozhatunk (27. ábra). A hely- és szobafoglalás esetében a legjobb az arány: a használók 36%-a végzi ezt a tevékenységet valamilyen rendszerességgel. Az interneten keresztüli vásárlás, rendelés viszont továbbra sem túlságosan elterjedt: mindössze a használók 22%-a szokott ily módon termékeket beszerezni, vagy szolgáltatásokat igénybe venni. Szembetűnő továbbá a különböző online banki, illetve egyéb pénzügyi szolgáltatások kihasználatlansága. A magyar internethasználók 82%-a sosem intézi bankügyeit online, ugyanez az arány a számlafizetésekkel kapcsolatos ügyintézés esetében pedig már 90%, míg az (egyébként leginkább szűk társadalmi rétegnek szóló) értékpapír-kereskedelemtől 92%.

27. ÁBRA: Az online ügyintézési módok gyakorisága az internethasználók körében, %



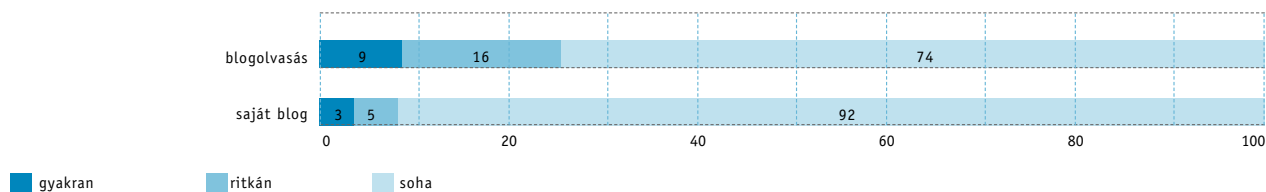
Az oktatással, tanulással kapcsolatos tevékenységeknél a konkrét intézményi formához kevésbé kötődő alkalmazási módok esetében a legjobbak a felhasználási arányok (28. ábra). Egy szó meghatározása, vagy tények, adatok keresése, ellenőrzése az internetezők 75, illetve 86%-ánál merül fel. A tanulók, illetve a felnőtt képzésben résztvevők 66%-a veszi igénybe a világhálót tanulmányaival kapcsolatos információk keresésére, vagyis az internet sokak számára már beépült a rutin tanulási eszközök közé. Ezzel szemben a távoktatás, illetve a munkahelyi képzéssel kapcsolatos tanulás továbbra sem elterjedt, a megkérdezettek 87%-a soha nem használta e célból az internetet.

28. ÁBRA: Az oktatáshoz, tanuláshoz kapcsolódó alkalmazási módok gyakorisága az internethasználók körében, %



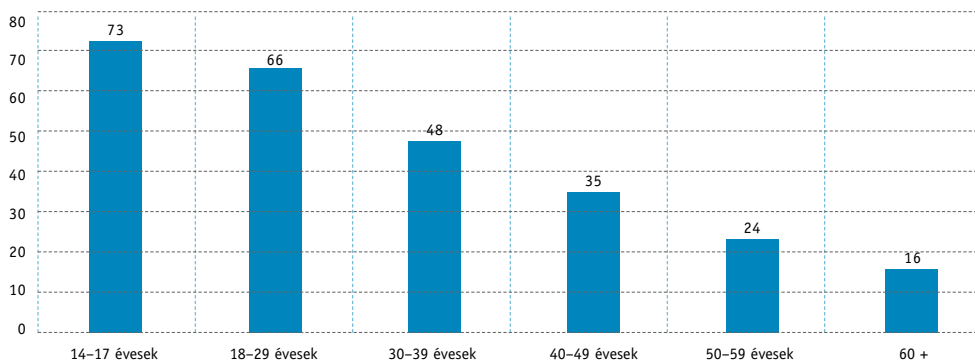
A webkettes alkalmazások körében a blogok nem mondhatók különösen népszerűnek: a használók 25%-a szokott valamilyen rendszerességgel internetes naplót olvasni. Saját blogja a használók 8%-ának van, ami viszont tekintve a tevékenység jellegét, nem tekinthető kevésnek (29. ábra).

29. ÁBRA: A blogokhoz kapcsolódó alkalmazási módok gyakorisága az internethasználók körében, %



A blogoknál sokkal népszerűbb azonban a közösségi oldalak világa: a megkérdezettek 51%-a tagja valamilyen online közösségnek. Ezek a szolgáltatások egyértelműen a fiatalok körében a legnépszerűbbek, de egyáltalán nem csak az ő felségterületük: a 30–39 éveseknek csaknem a fele, és a 40–49 éveseknek több mint a harmada szintén használja ezeket az oldalakat.

30. ÁBRA: Azok aránya a különböző korcsoportokban, akik tagjai valamilyen online közösségnek, (az internethasználók körében), %



Az egyes alkalmazási módok elterjedtségének vizsgálatából megállapítható, hogy a hazai internetezők többsége az egyszerűbb, kisebb felhasználói tudást igénylő alkalmazásokat használja a világhálón. Különösen népszerűek az alapvető információszerezéssel (hírek, utazással és egészséggel kapcsolatos információk) és oktatással, ismeretszerzéssel kapcsolatos funkciók (tények és szavak keresése), és persze az örök első helyezett az e-mailezés. Viszonylag kevésbé népszerűek azonban a bonyolultabb, illetve interaktívabb felhasználási módok, különösen ami az online pénzügyekkel és tranzakciókkal kapcsolatos szolgáltatásokat, illetve a kommunikációs alkalmazások viszonylag újabb formáit illeti.

FELHASZNÁLÓI CSOPORTOK

Az eddigiekben általánosságban tekintettük át az egyes alkalmazási csoportokon belül jellemző felhasználási gyakoriságokat. A fejezet bevezetőjében említett differenciálódási folyamatot azonban abban az esetben tudjuk alaposabban vizsgálni, ha olyan felhasználói csoportokat keresünk, amelyekben belül hasonló használati mintázatok mutatkoznak – így elkülöníthetjük a jellemző internethasználati csoportokat.

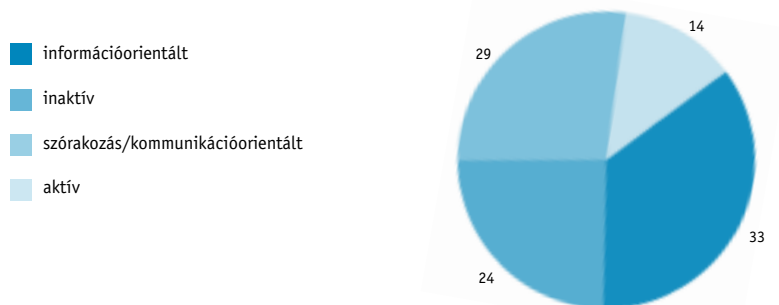
A klaszterelemzés segítségével elvégzett vizsgálat szerint ma négy ilyen felhasználói csoportot lehet elkülöníteni a magyar internethasználók körében (31. ábra).

Az aktív felhasználók jellemzően minden felhasználási területen többféle alkalmazást is használnak, és különösen az online banki és pénzügyi szolgáltatások köréből a többi csoporthoz képest kimagaslóan sok szolgáltatást vesznek igénybe.

Az információorientált felhasználók csoportjának megkülönböztető jegye, hogy – amint azt a csoport neve is sugallja – az ide tartozók a világhálót elsősorban információszerezéssel kapcsolatos tevékenységekre használják.

A szórakozás/kommunikációorientált csoport tagjai elsősorban a szórakozás- és kommunikációfókuszált alkalmazásokat használják ki: különösen fontos, hogy az ebbe a csoportba tartozók körében a webkettes alkalmazások is nagyon népszerűek. Végül az inaktív felhasználók az aktív felhasználók ellenpólusának számítanak, nagyon kis arányban vesznek igénybe bármilyen alkalmazási csoporton belüli lehetőségeket.

31. ÁBRA: Internetfelhasználói csoportok megoszlása az internethasználók körében, %



A négy csoport közül az információorientált a legnépesebb: ide sorolható a magyar használók 33%-a. A szórakozás/kommunikációorientált felhasználók a használói társadalom 29%-át jelentik. Az inaktív csoport 24%-ot, az aktív pedig 14%-ot képvisel.

Hogy az előbbi csoportok mögött meghúzódó jellegzetességeket még jobban meg tudjuk ragadni, érdemes a kérdőív egyéb kérdéseiből szerzett információk vonatkozásában is megvizsgálni őket. A fentieket összegezve már komplexebb képet kaphatunk a felhasználói csoportokról. A legfontosabb demográfiai változók vizsgálatának eredményeit az 5. táblázat foglalja össze.

5. TÁBLÁZAT: A felhasználói csoportok jellemző tulajdonságai

Csoport	Aktív	Információorientált	Szórakozásorientált	Inaktív
Jellegzetességek	Jellemzően fiatal, nyelveket beszélő, tapasztalt internethasználó diplomások.	Jellemzően házas, magasan iskolázott nők.	Jellemzően nyelveket beszélő fiatalok, tinédzserek.	Jellemzően bizonytalan felhasználók.

A táblázatból látható, hogy az aktív felhasználók csoportját leginkább a 18–29 éves korosztály alkotja, végzettség szerint jellemzően diplomások. 18 év alattiak szinte alig találhatók közöttük. Noha a legnagyobb arányban alkalmazottak, érdemes megjegyezni, hogy az önálló vállalkozók aránya itt a legjelentősebb (11%). 73%-uk beszél valamilyen idegen nyelvet, ami az internetes tartalmak fogyasztása esetében hozzájárul a nem magyar nyelvű oldalak látogatásához is. Nagy részük jónak, illetve kiválónak ítéli meg mind a számítógépkészítési, mind az internetfelhasználói tudását, és 56%-uk 5 évnél régebben használja az internetet.

Az információorientált felhasználók esetében a kiemelkedő adatok közé tartozik a nemek közötti megosztottság: az ide sorolhatók 62%-a nő. A felsőfokú végzettség is itt a legjelentősebb, ezen kívül a csoportba tartozók 58%-a házas.

A szórakozás/kommunikációorientált csoport 25%-a 18 év alatti, ami összhangban áll azzal, hogy az általános iskolai végzettség, valamint az egyedülálló és a nem dolgozók részesedése a csoportból itt a legnagyobb arányú. Ezen kívül az idegen nyelvtudás terén is magas arányszámot képviselnek.

Az inaktív korosztályi összetételében a 60 év felettiiek erőteljesebben képviseltetik magukat (7%), mint bármely másik csoportban. Végzettség terén nem mutatnak kiemelkedő értéket, egyenlő arányban osztozik rajta mind a négy kategória. 55%-uk nem beszél idegen nyelvet. A többiekhez képest nagy arányban gyengének ítélik meg számítógépes, illetve internetes ismereteiket.

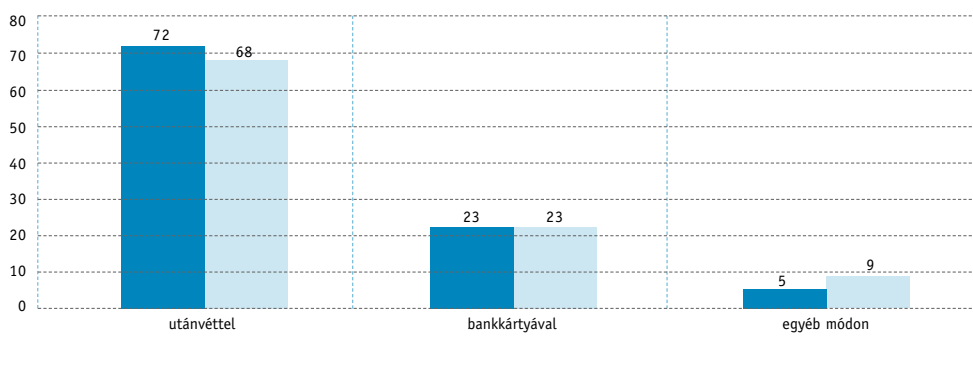
INTERNETES KERESKEDELEM

Korábban a használati szokásokkal kapcsolatban már megemlítettük, hogy az online vásárlás, rendelés nem igazán elterjedt az internethasználók körében. Emellett azok aránya, aki vásárolnak, vagy rendelnek online gyakorlatilag nem növekedett az elmúlt egy évben: 2006-ban az internetezők 21%-a nyilatkozott úgy, hogy szokott a világhálón vásárolni valamilyen rendszerességgel, míg 2007-ben 22% állította ugyanezt.

Még azok is, akik élnek az online kereskedelem nyújtotta lehetőségekkel, azok sem teszik ezt túlságosan gyakran: csupán az internetezők 1%-a szokott legalább hetente egyszer, vagyis gyakran vásárolni a világhálón. A többség inkább havonta néhány-szor, vagy ennél is ritkábban vesz igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat.

Annak ellenére, hogy az online vásárlók aránya egy év alatt nem változott, az online elköltött pénzmennyiség a tavalyi visszaesés után ismét növekedett. 2004-ben a vásárlók átlagosan havi 16 ezer forintot költöttek online vásárolt termékekre és szolgáltatásokra, ez az összeg 2006-ra 11 ezer forintra esett vissza. 2007-ben a havi átlagos költés 13 ezer forint volt.

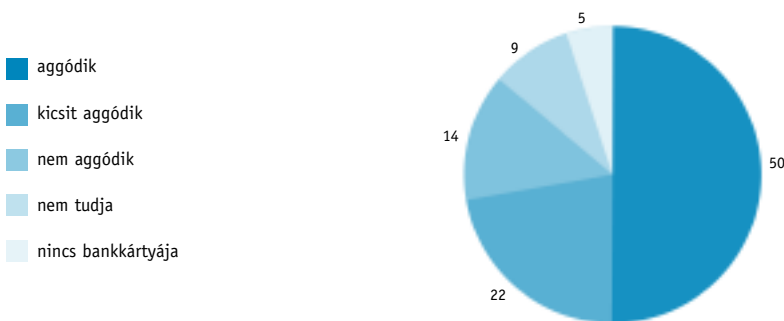
32. ÁBRA: Jellemzően milyen módon fizet online vásárláskor?
(azon internethasználók körében, akik szoktak online vásárolni) 2006–2007, %



Az online vásárlás egyik legfontosabb mutatója a fizetés módja. Magyarországon a bankkártyával való fizetés nem túl népszerű, és ez nem is változott az idők folyamán: 2002 óta folyamatosan 23% azok aránya, akik általában ilyen módon fizetik ki számlájukat. A számlák nagy részét utánvétellel egyenlítik ki – a vásárlók 68%-a többnyire így fizet (32. ábra).

A bankkártyás fizetés alacsony arányát több tényező is okozhatja. Elképzelhető, hogy maguk a szolgáltatók nem kínálják fel ezt a lehetőséget, és az is lehetséges, hogy a használók nem szívesen adják ki kártyaadataikat az interneten. Míg az előbbi tényező vizsgálatára nincs módunk, az utóbbi faktor elemzésére igen. Az erre a témára vonatkozó kérdésre adott válaszokból az látszik, hogy könnyen lehet, hogy a bizalom hiánya szab gátat a bankkártyás fizetéseknek (33. ábra). A használók 50%-a komolyan aggódik vagy aggódna kártyainformációi miatt internetes vásárláskor, további 22% pedig ha nem is nagyon, de egy kicsit azért aggódna. Csupán a használók 14%-a adná ki nyugodt szívvel ezeket az adatokat a világhálón.

33. ÁBRA: Mennyire aggódik/aggódna bankkártya-információinak kiadása miatt internetes vásárláskor? (az internethasználók körében), %



INTERNET A MINDENNAPOKBAN



INTERNET A MINDENNAPOKBAN

**INTERNET A KAPCSOLATOKBAN ÉS A HÁZTARTÁSBAN
INTERNET A MUNKAHELYEN
TECHNOLÓGIÁVAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK**

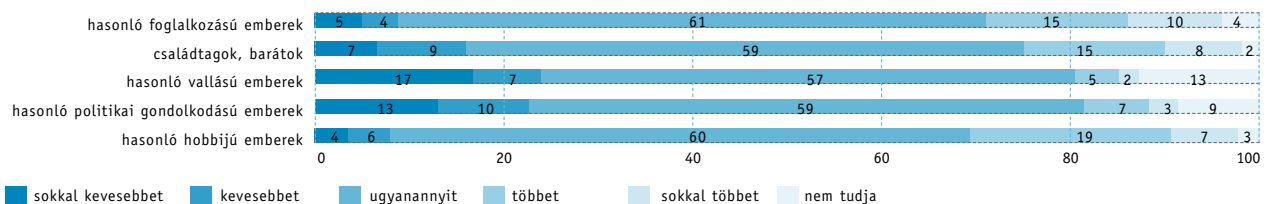
INTERNET A KAPCSOLATOKBAN ÉS A HÁZTARTÁSBAN

Az internethasználat terjedésének kezdete óta folyik arról a vita, hogy milyen hatással lesz az új technológia a személyközi viszonyokra, az emberek közti kapcsolatokra. Vajon az internet kínálta kommunikációs lehetőségek megerősítik ezeket a kapcsolatokat, vagy épp ellenkezőleg, a képernyő csábítása miatt egyre kevesebb időt töltünk majd családtagjainkkal és barátainkkal?

A WIP-kutatások során minden évben azt találtuk, hogy a világháló, legalábbis egyelőre, viszonylag semleges szerepet játszik ezen a területen, illetve bizonyos esetekben kis mértékben a kapcsolatok megerősödését eredményezi.

Amint azt a 34. ábrán láthatjuk, akármelyik csoportot tekintve a válaszadók nagyjából 60%-a úgy nyilatkozott, hogy a világháló nem jelentett számottevő változást az adott körbe tartozókkal való kapcsolattartásban. Egyes esetekben az internethasználat következtében a válaszadónak több kapcsolata lett: ez különösen igaz a hasonló foglalkozású, vagy hasonló hobbijú emberekre.

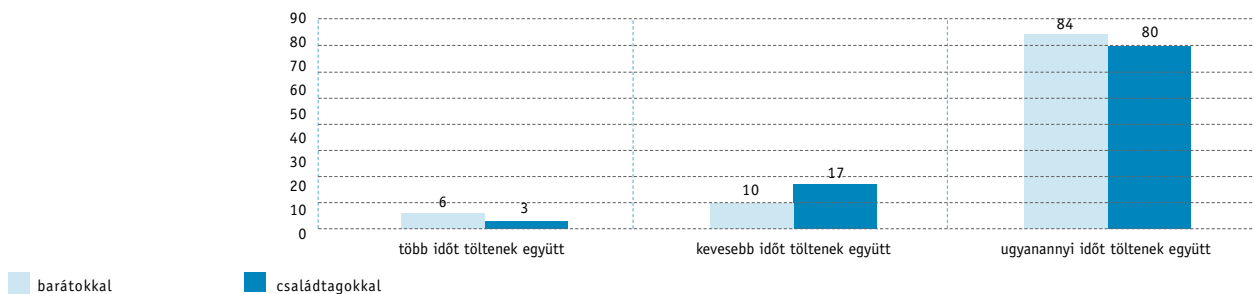
34. ÁBRA: Az internet használata következtében többet, vagy kevesebbet érintkezik az alábbi csoportokba tartozó emberekkel? (az internethasználók körében), %



A családi kapcsolatok terén is a válaszadók 24%-a tapasztalt javulást, bár 16%-uk arról számolt be, hogy az internethasználat következtében kevesebbet érintkezik családjával, barátaival. Úgy tűnik, hogy a hasonló politikai gondolkodású, illetve az ugyanolyan vallású emberekkel való kapcsolatok terén az internet ugyanakkor nagyobb arányban eredményez eltávolodást.

A semleges hatásról árulkodik az is, hogy az otthoni internetkapcsolattal rendelkező internetezők 84%-a úgy tapasztalta, hogy ugyanannyi időt tölt barátaival, mint mikor nem volt otthon internete, és 80% állította ugyanezt a családtagokkal kapcsolatban.

35. ÁBRA: Amióta van otthon internetük, több vagy kevesebb időt tölt családtagjaival, és barátaival? (az otthoni hozzáféréssel rendelkező internethasználók körében), %

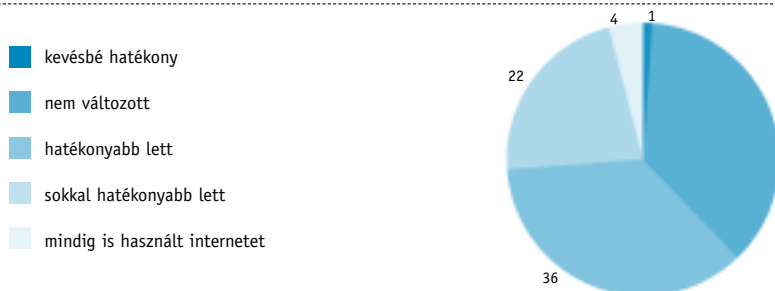


Ugyanakkor az esetek egy részében az otthoni internet-hozzáférés következtében csökken az együtt töltött idő, és ez nagyobb arányban fordul elő a családtagokkal kapcsolatban. A válaszadók 17%-a szerint mióta van otthon internet, kevesebb időt tölt együtt háztartásának többi tagjával.

INTERNET A MUNKAHELYEN

Ami a munkát illeti, ezen a területen egyértelműen pozitívak az internetezők tapasztalatai. Több mint fele azoknak, akik munkájuk során használják a világhálót azt tapasztalta, hogy munkája az internethasználat következtében hatékonyabb vagy sokkal hatékonyabb lett, és csupán 1%-uk számolt be a hatékonyság csökkenéséről.

36. ÁBRA: Hogyan változott munkájának hatékonysága, mióta használja az internetet? (azon internethasználók körében, akik munkahelyükön (is) interneteznek), %

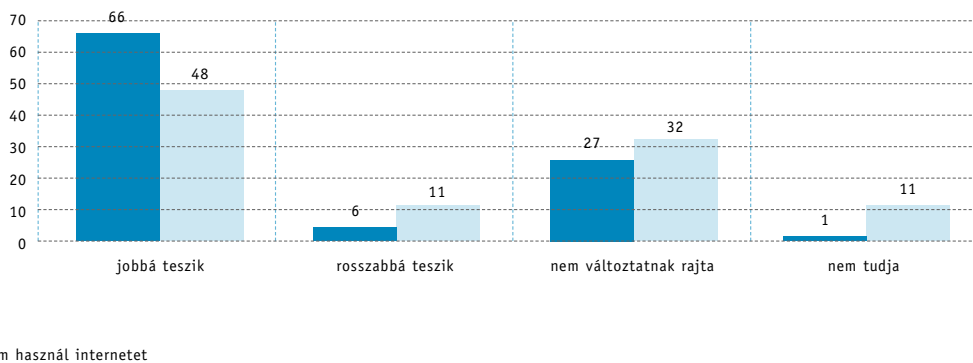


TECHNOLÓGIÁVAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

A WIP-kutatások kezdete óta vizsgáljuk a kérdést, hogy mit gondolnak a magyar válaszadók az új technológiák szerepéről, illetve azok hasznosságáról. Idén is nagyjából hasonló tapasztaltunk, mint a korábbi években: a magyarok általánosságban pozitívan tekintenek az új eszközök terjedésének folyamatára. Csakúgy mint tavaly, idén is a válaszadók 55%-a vélte úgy, hogy az új technológiák jobbá teszik a világot, és csak 9%-uk gondolja ennek ellenkezőjét. 29% vélekedik úgy, hogy ezek az eszközök nem igazán változtatnak a világ állapotán.

Szignifikáns különbségeket találunk az arányokban, ha külön vizsgáljuk az internet-használók és a nem internetezők csoportját (37. ábra). A használók jóval optimistábbak, bár azt, hogy a digitális eszközök terjedése kifejezetten rosszat tesz a világnak, a nem használóknak is csak 11%-a gondolja. Úgy tűnik emellett, hogy a világháló használói magabiztosabban tudnak véleményt nyilvánítani a kérdésben: míg körükben csupán 1% nem tudott választ adni a kérdésre, ugyanez az arány a nem használóknál 11%.

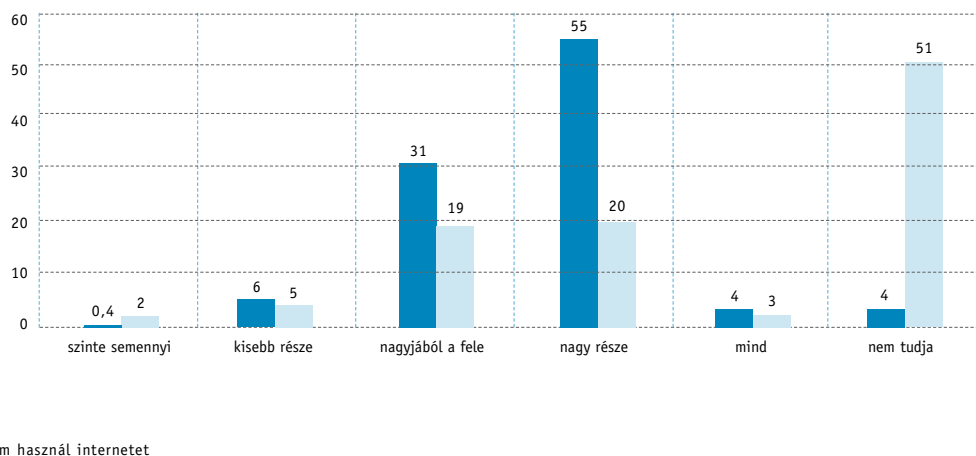
37. ÁBRA: Az új technológiák jobbá, vagy rosszabbá teszik a világot? (az internethasználók és a nem használók körében), %



Joggal vetődik fel a kérdés, hogy az arányok közti különbségeket nem a két csoport eltérő demográfiai profilja okozza-e. A kérdést ugyanazon korcsoportokban vizsgálva azonban arra az eredményre juthatunk, hogy a különbség használók és nem használók körében így is megmarad. Ez arra utal, hogy a technológiákkal kapcsolatos nyitottság a demográfiai tényezőktől függetlenül is szerepet játszhat a használat adoptálásában.

Az internettel kapcsolatban mindig fontos kérdés, hogy az emberek mennyire találják megbízhatónak az online tartalmakat. Ez persze nem független attól, hogy valaki használja-e a világhálót vagy sem.

38. ÁBRA: Ön szerint a világhálón található információk mekkora része megbízható és pontos? (az internethasználók és a nem használók körében), %

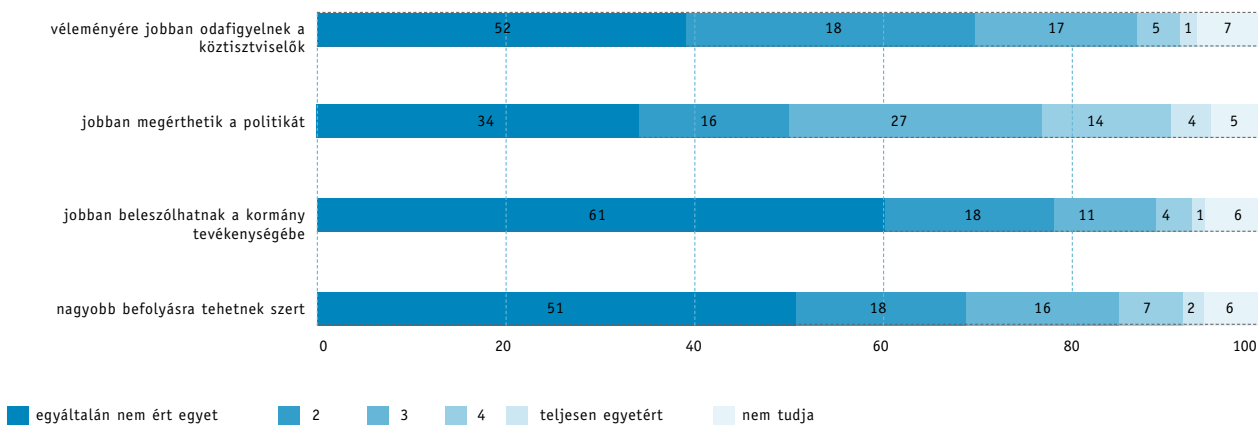


Mint láthatjuk a nem használók több mint fele érthető módon nem tud állást foglalni az ügyben, ugyanez az arány az internetezőik körében csak 4%. A nem használók 20%-a emellett úgy véli, hogy a tartalmak nagyobb része megbízható, míg további 19% szerint az információk nagyjából fele pontos. A használók 55%-a úgy véli, az információk nagyobb része pontos, de csupán 4% gondolja azt, hogy mind az. 31% szerint a tartalmak fele megbízható. Akár használókról, akár nem használókról van szó, viszonylag kevesen vannak azok, akik szerint csak kis, vagy semekkora része sem pontos az online információknak.

Az általános pozitív attitűdök ellenére, ami az internet politikára, politikusokkal és köztisztviselőkkel való kommunikációra gyakorolt hatását illeti, az internethasználók nem túlságosan optimisták. A használók leginkább azzal értenek egyet, hogy az internet segít a politika megértésében, vagyis az egyetlen olyan állítással, ami a világháló passzív, információszerző oldalát hangsúlyozza. A párbeszédet, interaktivitást lehetővé tevő eszközök hatásában nem bíznak a használók: 61%-uk egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy az internet használatával az emberek jobban

beleszólhatnának a kormány tevékenységébe, és mindössze 5% tartja ezt valamilyenre valószínűnek. Nem sokkal jobb a helyzet a köztisztviselőkkel kapcsolatos, és a politikai befolyásra vonatkozó kérdések esetében sem: a használók több mint fele egyáltalán nem hisz abban, hogy véleménye az internet segítségével fontosabb lesz, és 10% alatt van azok aránya, akik pozitív változásra számítanak.

39. ÁBRA: Mennyire ért egyet az alábbi kijelentésekkel? Az internet segítségével az emberek...
(az internethasználók körében), %



INTERNET ÉS MÁΣ MÉDIUMOK



INTERNET ÉS MÁŠ MÉDIUMOK

A MÉDIAFOGYASZTÁS MENNYISÉGE
AZ INTERNET MINT INFORMÁCIÓFORRÁS ÉS MINT SZÓRAKOZÁSI
LEHETŐSÉG
AZ INTERNET ÉS A TELEVÍZIÓ

Az internet szerepének vizsgálatok a pusztán hozzáférési és használati mutatókon kívül fontosnak tartjuk azt is elemezni, hogy hogyan formálja át a világháló azt a közeget, amelyet igazán magáénak mondhat, vagyis a média világát. Különösen érdekes a televízió, mint vezető információszolgáltató és szórakoztató médium és az internet viszonya.

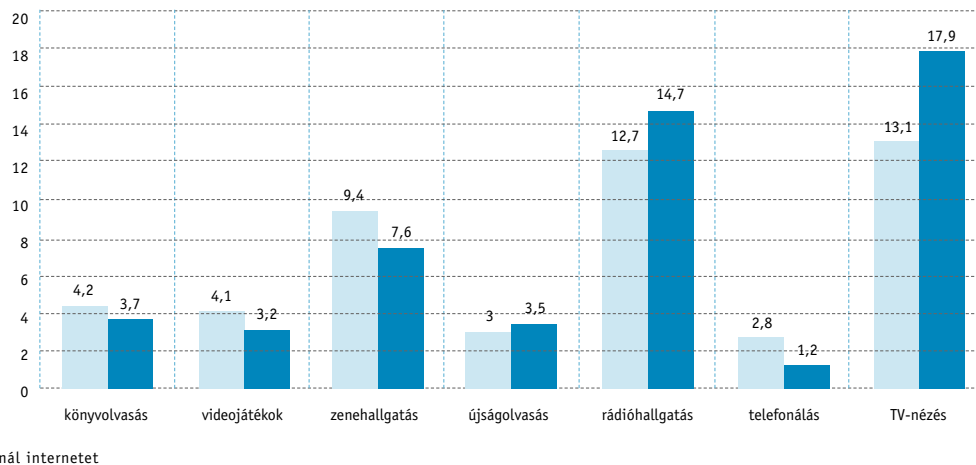
A következőkben bemutatjuk, hogy az internet hogyan alakítja át a médiafogyasztásunkat és az egyes médiumokról való gondolkodásunkat. A téma feltérképezéséhez az ideji kutatás különösen sok adattal szolgál, ugyanis a WIP 2007-es kérdőívébe lehetőségünk volt a szokásoshoz képest részletesebb médiablokkot beépíteni.

A MÉDIAFOGYASZTÁS MENNYISÉGE

A WIP 2007-es adatai szerint a 14 éven felüliek átlagosan nagyjából heti 40 órát töltenek „médiafogyasztással”, vagyis televíziózással, rádióhallgatással, újságolvasással, könyvolvasással, telefonálással, valamint videojátékozással. Habár az internetezők és a nem internetezők alig különböznek egymástól aszerint, hogy összesen mennyi időt szánnak ezekre a tevékenységekre, ugyanakkor az internethasználók emellett átlagosan 11 órát interneteznek is, vagyis a két csoport médiafogyasztási struktúrája valójában eléggé különbözik egymástól.

Az internet és a hagyományos médiumok használatát vizsgálva évek óta érvényesnek látszik az a megállapítás, hogy az internethasználók médiafogyasztása leglátványosabban a televízió és a rádió előtt-mellett töltött idő tekintetében különbözik az internetet nem használókéval. A 40. ábra tanúsága szerint az internetet nem használók heti öt órával többet néznek televíziót, két órával több időt töltenek rádióhallgatással és mintegy fél órával több időt szánnak újságolvasásra, mint az internetezők. Az internethasználók ezzel szemben több időt töltenek zenehallgatással, illetve a telefonálással.

40. ÁBRA: Médiafogyasztásra szánt idő heti átlagos értékei az internethasználók és a nem használók körében, óra/hét



AZ INTERNET MINT INFORMÁCIÓFORRÁS ÉS MINT SZÓRAKOZÁSI LEHETŐSÉG

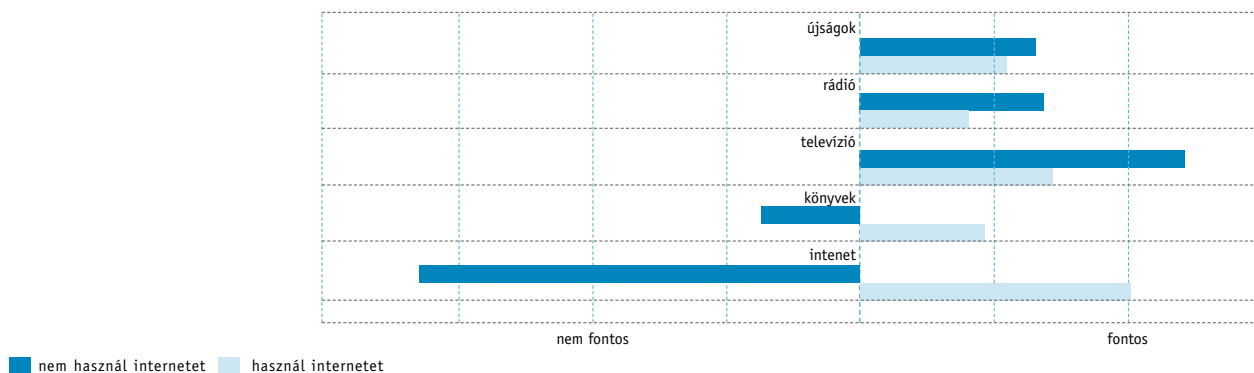
Az internethasználat elterjedésével megváltozik a médiafogyasztás szerkezete. Főleg a már digitálisan szocializált fiatal korosztályok esetében figyelhető meg, hogy az internetnek nem pusztán kiegészítő szerep jut, hanem több terepen akár maga mögé utasítja a hagyományosan vezető szerepet betöltő televíziót.

Ez különösen igaz az információk beszerzésére, ahol a használók körében az internet egyértelműen fontosabb mint a tévé. A világháló használói ma már nagyrészt az internetről tájékozódnak, számukra az online információ a legfontosabb.

Mindemellett internetezők és internetet nem használók között jelentős különbségeket találunk szinte mindegyik médium fontosságának megítélésben. Az alábbi grafikont vizsgálva azt is láthatjuk, hogy az internetezők az információszerzés szempontjából minden médiumot inkább fontosnak tartanak. A nem használók körében a televízió és a rádió az információszerzés fő forrásai, míg a könyveket, és érthető módon az internetet nem tartják igazán fontosnak ebből a szempontból⁷.

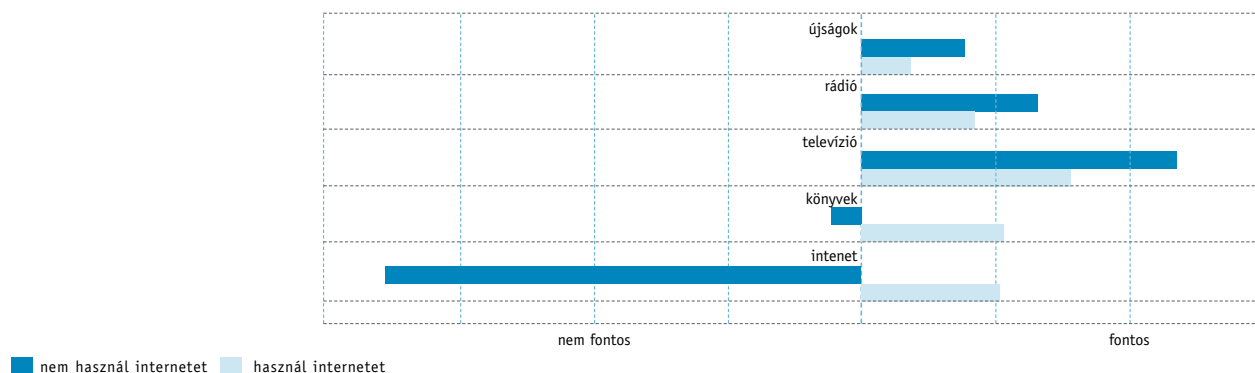
⁷ A fontosságot a válaszadók egy ötfokozatú skálán határozhatták meg, ahol az „1”-es érték jelentette, hogy egyáltalán nem fontos, míg az „5”-ös, hogy nagyon fontos.

41. ÁBRA: Az egyes médiumok fontosságának megítélése információforrásként az internethasználók és nem használók körében



Szórakozás szempontjából a televízió egyelőre verhetetlen mindkét csoportban, de ebben az esetben is vannak különbségek az internetezők és a távol maradók között. Az internetezők körében a szórakozás esetében is fontosak a könyvek, illetve általában minden felsorolt médium. A nem használók ezzel szemben egyrészt érthető módon egyáltalán nem tartják fontosnak az internetet, másrészt a könyveket is inkább a nem fontos források közé sorolják.

42. ÁBRA: Az egyes médiumok fontosságának megítélése a szórakozás forrásaként az internethasználók és nem használók körében



Az idei adatokat a korábbi eredményekkel összevetve azt tapasztaljuk, hogy a médiumok fontosságának megítélése az internethasználók között változóban van: egyre fontosabbá válik számukra az internet, különösen ami az információk megszerzését illeti. Erre utal azoknak a megfigyeléseknek egy része is, amelyek kifejezetten az internethasználattal és a televíziózási szokásokkal kapcsolatosak.

AZ INTERNET ÉS A TELEVÍZIÓ

Az internet és a televízió tehát részben versenyeznek a figyelemért (főként ami a tájékoztatást illeti), másrészt viszont az eszközök konvergenciájával a két médium közeledik is egymáshoz. A televíziós programok egy része online is követhető és letölthető, míg a digitális televíziózással lassan megérkeznek az internetezésre is alkalmas, multifunkcionális televíziókészülékek. Ebben a környezetben érdemes lehet megvizsgálni, hogy milyen jellemző televíziózási szokásokkal írható le a magyar társadalom, illetve milyen különbségeket találhatunk a használók és nem használók között.

Habár az internettől távolmaradók lényegesen több televíziót néznek mint az internetezők, mégis kevesebb lehetőségük van a csatornák közti válogatásra. Míg az internetezők négyötöde (79%) több mint 21 csatorna közül válogathat, addig a nem használóknak csupán fele (53%) teheti meg ugyanezt, jó részük (14%) csupán a három földi sugárzású csatornát képes fogni. Elmondható tehát, hogy az infrastruktúrát tekintve az internetezők a hagyományos televíziós világban is előnyt élveznek és a nagyobb választékot ki is használják. Ez a megállapítás abban az esetben is többnyire igaz, ha azonos korú, vagy azonos anyagi lehetőségekkel bíró kérdezetteket vizsgálunk meg.

Ha a televíziócsatornákat jellegük szerint csoportosítjuk, azt látjuk, hogy mind a használók, mind a nem használók körében kiemelkedően a kereskedelmi csatornák a legnépszerűbbek, és ennél jóval kisebb a jelentősége a közszolgálati adóknak. Az internethasználók számára mindkét csatornatípus valamelyest kevésbé népszerű, ezzel szemben a kisebb, tematikus csatornákat szívesebben nézik, mint a nem használók. Ez – hasonlóan a csatornák számánál tapasztaltnak – abban az esetben is többnyire igaz, ha azonos korú, vagy azonos anyagi lehetőségekkel bíró kérdezetteket vizsgálunk meg.

A 2007-es kérdőív arra is rákérdezett, hogy milyen típusú műsorokat és milyen gyakorisággal néznek az emberek. Az összesen tizenöt típusú műsorból faktoranalízissel⁸ három típust hoztunk létre. Ezek egyike a „hírek, közélet” faktor, amely azt méri, hogy valaki sok vagy kevés olyan műsrot néz, amelynek a központjában hírek, információk, közélet állnak. A „kultúra” faktor olyan műsrotípusokat takar, mint például a dokumentumfilmek, természetfilmek stb. A harmadik faktor a szórakoztató műsorokat gyűjti össze, így a filmeket, vetélkedőket, show-kat.

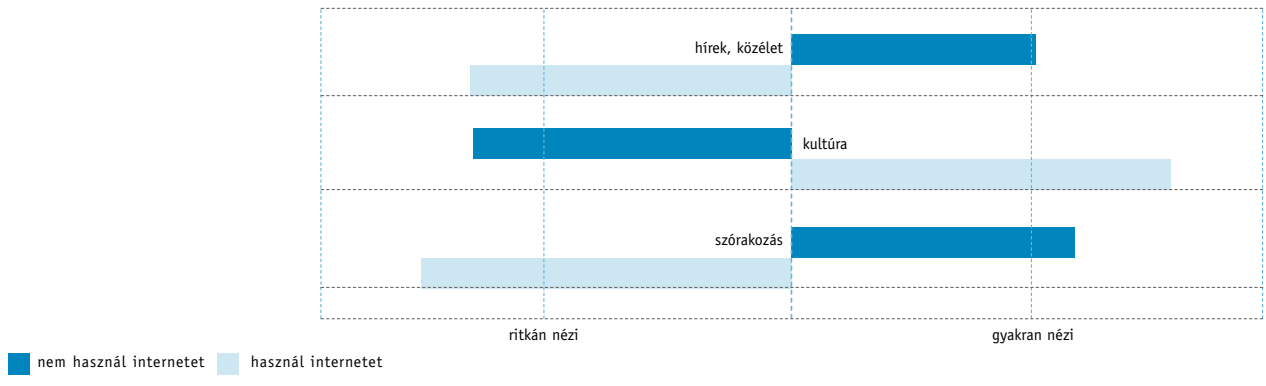
6. TÁBLÁZAT: Az egyes faktorokba tartozó műsrotípusok

Faktorok	Szórakozás	Kultúra	Hírek-közélet
	Filmek	Kulturális műsorok	Hírműsorok
	Filmsorozatok	Dokumentumfilmek tudományos ismeretterjesztő vagy vitaműsorok	Riportműsorok
	Vetélkedők, kvízműsorok	Életmódmagazinok	Közéleti műsorok
	Szórakoztató műsorok, show-k		

Az alábbi grafikon azt mutatja, hogy a kérdezettek az átlagos nézettséghez képest inkább gyakrabban, vagy inkább ritkábban nézik az említett típusú műsorokat.

⁸ A faktoranalízis olyan adatredukciós eljárás, amely során a változószett látens stuktúrájának fel-tárásával több változót egybe tudunk sűriteni, viszonylag kis információvesztéssel.

43. ÁBRA: Műsortípusok népszerűsége az internethasználók és a nem használók körében



Az internetezők láthatóan kevesebbet néznek hírekkel, közélettel foglalkozó adásokat vagy szórakoztató műsorokat, mint a nem használók. Ez azonban valószínűleg nem azt jelenti, hogy a használókat kevésbé érdekelnék a hírek. Valószínű, hogy ez az adatsor ugyanarról a jelenségről árulkodik, amit korábban az egyes médiumok fontosságánál már feltártunk: az internetezők egyre inkább a világhálóról tájékozódnak, a híreket online keresik és olvassák. Ezzel szemben ha leülnek a tévé elé, akkor inkább kulturális, ismeretterjesztő adásokat néznek meg. A nem használók híreket és szórakoztató műsorokat is szívesen néznek a tévében, viszont körükben kicsit kevésbé népszerűek a kulturális, ismeretterjesztő adások.

MÓDSZERTANI LEÍRÁS

MÓDSZERTANI LEÍRÁS

A WORLD INTERNET PROJECT 2007. ÉVI ADATFELVÉTELÉNEK
ISMERTETÉSE

A NEMZETKÖZI WORLD INTERNET PROJECT
A KUTATÁSBAN RÉSZTVEVŐ INTÉZETEK BEMUTATÁSA

A 2007. ÉVI MAGYARORSZÁGI WORLD INTERNET PROJECT ADATFELVÉTELÉNEK MÓDSZERTANI ISMERTETŐJE

Az adatfelvételt a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. végezte.

A minta elkészítéséhez többlépcsős, arányosan rétegzett, valószínűségi mintavételi eljárást alkalmaztunk. A rétegzés első lépcsőjében minden megyéből kiválasztottuk azokat a településeket, amelyek a mintába kerültek. Ennek során általános szabályként azt az elvet alkalmaztuk, hogy Budapest és a megyeszékhelyek szerepeljenek a mintában, ezen túlmenően minden megyéből egy városnak, és legalább egy falunak is be kellett kerülnie a mintába. Ez alól Pest megye kivételt képezett, innen két város és négy község került a mintába. Ezt követően meghatároztuk, hogy az egyes megyékből, és ezen belül az egyes településtípusokból hány személynek kell szerepelnie a mintában. A konkrét elemszámok kialakításakor azt az elvet követtük, hogy minden megye minden településtípusából akkora arányban kerüljenek a mintába kérdezettek, amekkora az alapsokaság (felnőtt lakossági minta esetén a 14 éven felüli lakosok) aránya a teljes népességen belül, megyékre, és megyén belüli településtípus lakosságára lebontva.

Az adatfelvétel során ún. címlistás, csökkenő mintás eljárást alkalmaztunk. Ennek lényege, hogy nem alkalmazunk pótcímeket, hanem a mintavételi eljárás során eleve kalkulálunk a válassz megtagadások és egyéb okok miatt várhatóan kieső címek számával. Tehát az elvártnál nagyobb elemszámú indulómintát határozunk meg, és azt vártuk el a kérdezőktől, hogy az indulómintába bekerült összes személyt keressék fel, és kérdezzék le.

A rétegenként lekérdezendő személyek számának meghatározását követően a minta konkrét kialakításához címlistát vásároltunk a Központi Népszámítás Nyilvántartó Hivataltól. A vásárolt címlista esetében az általunk meghatározott településekről, az általunk meghatározott esetszámú egyén adatait kaptuk meg a szolgáltatótól, amely a címeket a teljes listából egyszerű véletlen mintavételi eljárással választotta ki. Alkalmazott mintavételi eljárásunk tehát valószínűségi minta, így a minta segít-

ségével begyűjtött adatokból levont következtetések – a statisztikai hibahatár mértékén belül – általánosíthatóak a teljes célcsoportra.

A mintába került személyeket kérdezőbiztosaink személyesen keresték meg. A kutatás során 6462 címet adtunk ki, melyből 3059 sikeres interjú készült el.

A minta címkiesésből adódó torzulását súlyozással korrigáltuk. A súlyozás során a négy társadalmi-demográfiai tényező (nem, életkor, iskolai végzettség és településtípus) együttes megoszlását vettük figyelembe. Így a súlyozott minta nem, életkor, településtípus és iskolai végzettség szerinti megoszlása jól illeszkedik a 14 éves kor feletti népesség megfelelő adataihoz. A vizsgálatban minden megkérdezett személy egy háztartást is képvisel, mivel háztartásonként csak egy ember került a mintába. Számos kérdésben nem a személyek jelentik a vizsgált sokaságot, hanem a magyar háztartások. A háztartás súlyt a háztartásfők korcsoportja, a háztartások létszáma és a településtípus szerinti együttes megoszlása alapján készítettük el. Többdimenziós súlyozási eljárással a KSH 2005-ös mikrocenzusában megfigyelt eloszlásokhoz igazítottuk a mintában megfigyelt megoszlásokat.

Dencső Blanka – Fábíán Zoltán

A NEMZETKÖZI WORLD INTERNET PROJECT

A World Internet Project (WIP) a kaliforniai UCLA és a szingapuri NTU School of Communication Studies kezdeményezéseként indult útjára 1999 nyarán. A WIP-kutatás több olyan sajátossággal bír, amely különlegessé teszi az internet társadalmi hatásait vizsgáló és örvendetesen növekvő számú vizsgálatok sorában.

A vizsgálat kiterjesztése a használókra túl a nem használókra

Az eddigi, főleg a használókra fókuszáló kutatásokkal szemben a WIP egyik fontos újítása, hogy a nemhasználókra is kiterjeszti a vizsgálódást. Így lehetővé válik a használók és nem használók csoportjai közti átjárások, a változások dinamikájának vizsgálata, továbbá a két csoport vélekedéseinek és attitűdjeinek széles körű összehasonlítása. Ily módon fény derülhet arra, hogy mik lehetnek a „távolmaradás” okai.

Longitudinális kutatás

A WIP nem csak egy bizonyos aspektusból vizsgálódik, hanem az internet általános társadalmi hatását kívánja feltérképezni. Ennek érdekében tíz éven keresztül, évről évre megismételt, úgynevezett longitudinális kutatás tervét dolgoztuk ki. Ez lehetővé teszi, hogy a változásokat folyamatosan nyomon kövessük és kiderítsük, hogy milyen rövid- és hosszútávú hatást gyakorol az emberek vélekedéseire, szokásaira, kapcsolataira, valamint a háztartások életére az internethasználat. A WIP elemzései arra is lehetőséget nyújtanak, hogy az üzleti és kormányzati politikában a változások követésével kellően rugalmas és mindig az éppen legjellemzőbb kérdéseket, problémákat előtérbe helyező stratégiák születhessenek.

Nemzetközi összehasonlítás

A kutatás nemzetközi összehasonlító jellegű. Így a világhálózathoz kötődő társadalmi változásokról különböző országok és régiók esetében is képet nyerünk. A minden nemzet kérdőívében szereplő kérdések között az általános „társadalmi közérzetet”, az elektronikus technológiákkal és az internettel kapcsolatos nézeteket, továbbá a különböző intézményekbe vetett bizalmat mérő változók is helyet kaptak. Ezáltal az összehasonlítások ezeken a területeken is megtörténhetnek. Az egyes országok kutatói a témát érintő egyéni érdeklődésüket is kielégíthetik azáltal, hogy a közös kérdések mellett a kérdőívekben speciális, az adott országra vonatkozó egyedi kérdések és témák is szerepeltethetők. A World Internet Projectben részt vevő kutatócsoportok rendszeres, évenkénti konferenciákon tájékoztatják egymást az elért eredményekről, és megosztják tapasztalataikat, következtetéseiket.

A KUTATÁSBAN RÉSZT VEVŐ INTÉZETEK BEMUTATÁSA

ITHAKA

Az ITHAKA Kht.-t 2004-ben szociológusok alapították azzal a céllal, hogy keretet teremtsenek a jelenkori társadalmi változások feltérképezésének intellektuális feladatához. A ITHAKA munkatársai a társadalomtudományos megközelítés hívei; kutatásaikban a klasszikus szociológiai látásmódot és a kreatív alkotómunka ötvözetét érvényesítik. Az ITHAKA kutatói a kezdetektől részt vesznek a World Internet Project magyar kutatásában és nemzetközi együttműködésében.

W W W . I T H A K A . H U

BME ITTK

Az ITTK Műegyetem központú, hálózatba szerveződő kutatói közösségnek otthont adó intézmény. Küldetésnyilatkozatának megfelelően az információs társadalom formálódó tudományának (information society studies) egyes területeit multidiszciplináris társadalomtudományi háttérrel rendelkező kutatóival műveli meg, akiknek a tevékenysége egy-egy témakör igényes és folyamatos gondozása érdekében szakmai műhelyekben folyik. A fiatal kutatók bevonását „utánpótlás-nevelő” intézményünk segíti. Az évek óta nagy sikerrel működő szakmai klub a vita, a gondolatcsere, a témákkal és szerzőkkel való ismerkedés fóruma. 2001 óta minden ősszel Információs Társadalom Szakmai Napokat szervezünk. A Központ a World Internet Project egyik magyar gazdája.

W W W . I T T K . H U

TÁRKI

A Társadalomkutatási Intézet Zrt. – Közép-Európa első jogilag magán-kutatóintézete – alapítása óta (1985) az empirikus társadalomtudományi kutatások területén több mint húsz év tapasztalatát gyűjtötte össze. Az országosan és nemzetközi viszonylatban a társadalom- és piackutatásban elismert kutatóintézet empirikus kutatásaival – amelyek a társadalom átalakulásának átfogó folyamataival foglalkoztak – megalapozott hírnevet szerzett, és szakmailag egyedülálló, hozzáférhető adatbázistárat hozott létre. A TÁRKI 2001 óta végez a World Internet Project számára évenkénti adatfelvételt.

W W W . T A R K I . H U