

# eKultúra

*Csepeli György – Prazsák Gergő*

## *1. Bevezetés*

Az internet megjelenése óta a legváltozatosabb elképzeléseket és érzéseket keltette fel mind a kívülállóknak, mind azokban, akiknek ez az új technológia, ha nem is azonnal, de hétköznapi életük részévé vált. Hamarosan kiderült, hogy az internet nemcsak a világot átfogó kommunikációs hálózat, mely a „kis világok” építkezésére jellemző logika szerint igen közel tud hozni bárkit bárkihez (Barabási 2008), és jelentős közösség-szervező potenciál szunnyad benne, hanem az is nyilvánvalóvá vált, hogy megváltoztatja a tudás szerkezetét és reprodukcióját. A „részvételi architektúra” egyben korábban nem látott üzleti lehetőségeket kínál mindazoknak, akik az internet által megnyílt piacot új tartalmak és új szolgáltatások kifejlesztésére és eljuttatására használják fel (Tapscott–Williams 2007).

Az internethasználók akkor érik el a kritikus tömeget, amikor az internet elveszti technológiai újdonságértékét, s összekapcsolódik a kultúrával. A kultúra közegeként elismert internet normalizálja, s a legitim szükségletek sorába építi mindazt a sok lehetőséget, mely az internethasználat révén megnyílik a felhasználók számára. Ezáltal marginalizálódnak mind azok, akik az internetben egy digitális utópiát és a társadalom megváltásának eszközét látják, de azok is, akik az internetet démonizálják, s az emberiség kulturális gyökereinek végleges elmetszésével vádolják.

Magyarországon a lakosság körében az internethasználat kínos lassúsággal bontakozott ki, s ma sem éri el a 45%-ot. Ugyanakkor látnivaló, hogy hazánk osztozik a többi közép-kelet-európai ország sorsában, s nem lóg ki kirívóan a sorból. A Magyarországon is évente megismételt World Internet Project kutatások egyértelműen jelzik, hogy az internettel szemben elzárkózók körében folyamatosan csökkennek a kvázi-rationális közgazdasági érvek, s előtérbe kerülnek a fóbák, szorongások, előítéletek, melyek minden innovációt sújtanak (Fábián *et al.* 2007).

Kutatásunk<sup>1</sup> arra irányult, hogy a magyarországi internethasználók körében feltárja az internet és a kultúra általuk látott lehetséges kapcsolódásait, s megvizsgálja, hogy mindez hogyan függ össze a kultúra korunkban változó fogalmával, valamint az internethasználat jellegzetességeivel.

A következőkben először az internethasználók reprezentatív kérdőíves vizsgálatának segítségével bemutatjuk a 15 éven felüli internetezők kultúrafelfogását. Ezek után az internet és a kultúra kapcsolatáról alkotott válaszmintázataik nyomán elkülönítjük a jellemző attitűdcsoportokat. Az internethasználat jellege, az internetezés gyakorisága, valamint a gyakorlati számítógép-használói ismeretek alapján bemutatjuk a „netpolgárokat” és a „netokrátákat”. Végül pedig feltérképezzük e három tipológia közötti összefüggéseket annak érdekében, hogy világosabb képet kapjunk az internethasználóknak a kultúra és internet közötti kapcsolatra vonatkozó vélekedéseiről.

## 2. A kultúrafogalom változatai

Kutatásunk során először egy olyan eljárást dolgoztunk ki, amely szemantikai módszerrel méri a kultúra fogalmának szélességét. A kérdőívben harminc tevékenységet soroltunk fel, s a megkérdezetteknek az volt a feladatuk, hogy mindegyik esetében állapítsák meg, milyen mértékben illik az a számukra érvényes „kultúra” fogalmába<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Kérdőíves vizsgálatot végeztünk a 15 év feletti, legalább hetente egyszer internetet használó, otthoni internet-hozzáféréssel rendelkező magyar állampolgárok körében. Az adatfelvételt a Szonda-Ipsos 2008. május 10. és június 2. között végezte, személyes lekérdezéssel, a mintába összesen 1000 megkérdezett került. A piackutató intézet számos terméke nagymintás vizsgálatokra épül (pl. Nemzeti Médiaanalízis), így ezekből a reprezentatív vizsgálatokból válogatták ki a mintába került személyeket (a kiválasztás két szempontja: az otthoni szélessávú internet-hozzáférés, illetve a legalább heti rendszerességgel internethasználat volt). A korábbi teljes népesítésre kiterjedő vizsgálatok alapján az internetezők alapsokaságának demográfiai jellemzőiről ismert információk segítségével biztosítani lehetett a „kvázi-reprezentativitást”. Ennek megfelelően kerültek kialakításra a súlyok is. A súlyozásnál iterációs eljárást alkalmaztak, ami egyrészt a mintavételből eredő aránytalanságokat hivatott kiegyensúlyozni, másrészt pedig a populáció arányait állítja be a mintában. A súlyozás kétdimenziós keresztábrákkal iterált nyolc cikluson keresztül nem, életkor, iskolai végzettség, településtípus és régió dimenziókban. A továbbiakban ezt a kvázi-reprezentatív mintát, reprezentatív mintaként említjük.

<sup>2</sup> A próbakérdőívben 88 tevékenységet soroltunk fel, majd a Miskolci Egyetem, valamint az ELTE nappali tagozatos szociológus, kulturális antropológus és politológus szakos hallgatóit arra kértük, hogy töltsék ki a kérdőívet. Összesen 60 hallgatótól érkezett vissza kitöltött kérdőív. A kérdőívekből nyert adatokat többváltozós elemzésnek vetettük alá. A módszer ígéretesnek tűnt, ám 88 kérdés túl sok volt ahhoz, hogy országos reprezentatív mintán kérdezzük meg, ezért a próbakérdés adatai alapján nyert faktorokból kiválogattuk a legmeghatározóbb (a legjobban illeszkedő) tevékenységeket, és csak azok kapcsán tettük fel a szemantikai kérdést. Ezáltal a lista

2008 májusában a kérdezőbiztosok felkeresték a 15 éven felüli internetező, otthoni internet-hozzáféréssel rendelkező lakosság országos reprezentatív mintájába került tagjait. Az 1000 megkérdezett 95%-a mindegyik kérdésre érvényes választ adott, s mindössze 1,5% volt azok aránya, akik kettőnél több kérdés esetében nem adtak értékelhető választ.

A harminc kérdést faktoranalízissel elemeztük. Az analízis hét faktort különített el. A létrejött faktorok alapján főkomponens analízist végeztünk<sup>3</sup>, de csak 29 kérdésre, mert az egyik tevékenység-item („Sziget fesztivál látogatása”) egyik főkomponensre sem illeszkedett megfelelően.

## 2.1. A kultúrafogalom mintázatai

A 29 kérdésből készült, hét főkomponens mindegyike egy-egy jól körülhatárolható kultúrafelfogás szerint rendezi a megkérdezetteket (1. táblázat). Minden érvényes választ adó megkérdezett értéket kapott a főkomponenseken, ezért nem kizárt, hogy egyes válaszolók több főkomponensen is magas vagy éppen ellenkezőleg: alacsony értékkel rendelkeznek. Mint ahogy hétköznapi tapasztalataink sem zárnak ki olyan eseteket, hogy valaki szívesen néz sportközvetítéseket, miközben kedvenc zeneszerzője Wagner. A következő főkomponensek magas értékei az adott kultúrafelfogással való egyetértést, míg az alacsony értékek annak elutasítását jelzik.

1. táblázat. A kultúrafogalom mintázatai (főkomponensek)

Főkomponens	Item	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia, %
1. Tömeg-kultúra	Sláger Rádió hallgatása	0,54	0,73	42
	Barátok közt c. filmsorozat nézése	0,45	0,67	
	Sportesemény látogatása	0,44	0,66	
	Cigány zene hallgatása	0,38	0,62	
	Horgászás	0,32	0,57	

harmincra csökkent. A válaszokat ötfokú Likert-skálán mértük, ahol az 1: egyáltalán nem tartozik bele; 5: teljesen mértékben beletartozik választ jelenti.

<sup>3</sup> A faktorelemzés eredményeit felhasználva „vissza lehet lépni” a főkomponens elemzéshez, figyelembe véve, hogy az ezzel a módszerrel kialakított főkomponensek nem lesznek tökéletesen függetlenek (Székelyi–Barna 2002: 106).

Főkomponens	Item	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia, %
2. Turizmus	Városnézés	0,74	0,86	62
	Utazás	0,75	0,87	
	Természetjárás	0,66	0,81	
	Fényképezés	0,35	0,59	
3. Új média	Blog-írás	0,63	0,8	59
	Fájlcserélés	0,74	0,86	
	Chatelés	0,51	0,72	
	Honlap-készítés	0,68	0,82	
	Hírkeresés	0,38	0,62	
4. Tudás-transzfer	Tanulás	0,68	0,82	70
	Tanítás	0,79	0,89	
	Kutatás	0,76	0,87	
	Olvasás	0,59	0,77	
5. Mindennapi kultúra (Culture)	Kertészkedés	0,56	0,75	55
	Divatos öltözködés	0,47	0,69	
	Borászat	0,45	0,67	
	Lakberendezés	0,66	0,81	
	Sütés-főzés	0,62	0,79	
6. Otthoni kultúra	Bartók Rádió hallgatása	0,73	0,86	68
	Bélyeggyűjtés	0,77	0,88	
	Otthoni zenélés	0,54	0,74	
7. Magas kultúra	Opera-, koncert-, illetve színházlátogatás	0,89	0,95	89
	Tárlat- és múzeumlátogatás	0,92	0,96	
	Könyvtárlátogatás	0,85	0,92	

## 2.2. A kultúrafogalom változatai alapján létrejött csoportok

Miután létrehoztuk a hét főkomponenst, elkülönítettük a csoportképző válasszimintázatokat. K-Means eljárással,<sup>4</sup> stabil klaszterközéppontokkal a következő négy csoport jött létre (2. táblázat).

<sup>4</sup> Ezerfős minta révén a hierarchikus klaszterelemzés átlagos kapacitású számítógéppel nem volt járható út, ezért a nem hierarchikus K-Means módszert alkalmaztuk. Itt is és a következőkben is több klaszterstruktúrával próbálkoztunk. A négyklaszteres megoldás melletti döntésünket az egyes klaszterek relevanciája (klaszterközéppontok különbségei), a klaszterbe tartozó esetek száma és mindebből következően a klaszterek interpretálhatósága vezérelte.

2. táblázat. A kultúrafogalom közössége alapján létrejött csoportok (klaszterközepponatok, klaszterek – kultúrafelfogások)

Kultúrafelfogás mintázatai (főkomponensek)	Kultúrafelfogások			
	Populáris	Magas	Nihilista	Heterogén
Tömegkultúra	0,38	-0,77	-0,41	0,67
Turizmus	0,06	-0,18	-1,21	0,78
Új média	0,26	-0,72	-0,56	0,82
Tudástranszfer	-0,39	0,27	-1,40	0,76
Mindennapi kultúra	0,50	-0,81	-0,74	0,81
Otthoni kultúra	-0,26	0,003	-1,02	0,77
Magas kultúra	-0,56	0,60	-1,45	0,64
Elemszám	232	277	165	278
(%)	(23,2)	(27,7)	(16,5)	(27,8)

1. *Populáris kultúrafelfogásúak*: E csoport tagjainak kultúrafelfogását közepesen erősen határozzák meg a tömegkulturális tevékenységek. A turizmus véleményük szerint átlagos mértékben eleme a kultúrának. Ennél valamivel nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az online tartalomkészítő, -megosztó tevékenységeknek. A tudás átadását viszont átlag alatti mértékben tekintik a kultúra részének. A mindennapi kultúra részét képező tevékenységeket a kultúrához sorolják, ugyanakkor az otthoni kultúra (bélyeggyűjtés, zenélés) kevésbé illik be az általuk definiált kulturális térbe. Hasonlóképpen a magas kultúrához sorolt tevékenységek – az opera-, koncert- és színházlátogatás, valamint a múzeum- vagy könyvtárlátogatás – sem.

2. *Magas kultúrafelfogásúak*: Akik ebbe a csoportba kerültek, azok a populáris kultúrát, a turizmust, az online tartalomkészítést, kommunikációt nem tekintik a kultúra részének. Nem barátai a mindennapi kultúrafogalomnak. Ugyanakkor a tudástranszfer (a tanulás, tanítás és kutatás) véleményük szerint a kultúra részét képezi, és még ennél is jelentősebb mértékben kultúra szerintiük a színház-, illetve a könyvtárlátogatás. Az otthoni tevékenységek (zenélés, bélyeggyűjtés, Bartók Rádió hallgatása), ha nem is jelentős mértékben, de beleillenek e csoport kultúrafelfogásába.

3. *„Kulturális nihilisták”*: Ebben a csoportban azok vannak, akiknek a felkínált tevékenységek egyike sem felel meg, ha arról van szó, hogy referens keressenek a kultúra fogalmához. Félő, hogy számukra ilyen referens nincs is, ezért neveztük ezt a csoportot nihilistának.

4. *„Heterogén” kultúrafelfogásúak*: A „kulturális nihilistákkal” ellentétben a „heterogén” kultúrafelfogást magáénak valló csoport tagjai számára a kérdőívben felsorolt tevékenységek között nem akadt olyan, amelyet ne tud-

tak volna besorolni a kultúrába. Ezzel együtt nyilvánvaló, hogy az online világ és a mindennapi kultúra jóval inkább beillik az általuk vallott kultúrafogalomba, mint a német értelemben vett „Kultur”, azaz a magas kultúra tevékenységi köre.

### 3. Internet és kultúra

#### 3.1. Az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdök

Az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdöket 29 állítással mértük. Olyan állításokat választottunk, amelyek jellegzetes pro vagy kontra hozzáállást fogalmaztak meg az internet és a kultúra között lehetséges kapcsolat jellegéről. Arra kértük a megkérdezetteket, hogy Likert-skála<sup>5</sup> segítségével fejezzék ki véleményüket az állításokról.<sup>6</sup> A faktor- és a főkomponens analízis eredményei alapján 25-re csökkentettük az elemzésbe bevont állításokat. Végül hat főkomponenst kaptunk.

3. táblázat. Az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó főkomponensek

Főkomponens	Item	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia, %
1. Az internet fölöslegessé teszi a hagyományos intézményeket	Az internet fölöslegessé teszi a könyvtárakat.	0,81	0,90	84
	Az internet fölöslegessé teszi a múzeumokat.	0,86	0,93	
	Az internet fölöslegessé teszi a levéltárakat.	0,86	0,93	
	Az internet fölöslegessé teszi a mozikat.	0,81	0,90	
	Az internet fölöslegessé teszi a színházakat.	0,83	0,91	

<sup>5</sup> Ötfokú skála, ahol 1: egyáltalán nem ért egyet; 5: teljes mértékben egyetért.

<sup>6</sup> A megkérdezettek 95%-a 26-nál több kérdés esetében adott értékelhető választ. Első lépésben a 29 állítást faktoranalízissel elemeztük, majd miként a kultúrafogalom mintázatainak főkomponensei esetében tettük, visszatértünk a főkomponens analízishez.

Főkomponens	Item	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia, %
2. Az internet növeli a kulturális szabadságot	Az internet megkönnyíti a kulturális tartalmakhoz való hozzájutást.	0,51	0,71	59
	Az internet megkönnyíti a kulturális alkotó folyamatot.	0,55	0,74	
	Az internet minden korábbinál nagyobb szabadságot ad a kulturális fogyasztók számára.	0,64	0,80	
	Az internet minden korábbinál nagyobb szabadságot ad a kulturális alkotók számára.	0,66	0,81	
3. Az internet tönkreteszi a kultúrát	Az internet tönkreteszi a képzeletet.	0,50	0,70	49
	Az interneten lévő tartalmak örökre eltűnhetnek.	0,26	0,51	
	Az internet tönkreteszi a kultúrát.	0,62	0,79	
	Az internet múló divat.	0,55	0,74	
4. Internet: a kultúra radikális átalakítója	Ami egyszer rákerül az internetre, az megmarad.	0,45	0,67	44
	Az internet radikálisan megváltoztatja a kultúrát.	0,45	0,67	
	A kulturális örökség megőrzésének az internet a legjobb közege.	0,44	0,66	
	Az internet közegében új kultúra jön létre.	0,43	0,66	
5. Kulturális közösség	Az interneten az alkotók minden korábbihoz képest szorosabb kapcsolatot alakíthatnak ki a közönségükkel.	0,59	0,77	46
	Az internet a kulturális közösségépítés eszköze.	0,68	0,82	
	Az internet az amatőr kulturális alkotóknak kedvez a leginkább.	0,28	0,53	
	Elég egy honlap és mindenki megismeri az új alkotót.	0,29	0,54	
6. Web 2.0 kultúra	Az internet elmosza a kultúra alkotói és fogyasztói közötti határokat.	0,44	0,66	43
	Az interneten elérhető tartalmak esetében a szerzői jogok betarthatatlanokká válnak.	0,51	0,71	
	Az interneten mindenki szerző lehet.	0,46	0,68	
	Az interneten verseny folyik az alkotók között a látogatottság érdekében.	0,29	0,54	

A válaszadók főkomponenseken kapott skálaértékeit, K-Means klaszterelemzéssel csoportosítottuk. A stabil klaszterközéppontokat a 19. lépésben kaptuk meg. Az adathiányos eseteket ezúttal „pairwise” módszerrel kezeltük, azaz akkor nem került egyetlen csoportba sem egy megkérdezett, ha a hat főkomponens közül egyben sem rendelkezett érvényes skálaértékkel (adathiány). Ennek alapján a megkérdezettek 98,9%-át csoportosítottuk.

4. táblázat. Az internet és a kultúra egymáshoz való viszonyának megítélése – az internet és a kultúra egymáshoz való viszonyának megítélése alapján létrejött csoportok ((klaszterközéppontok, klaszterek)

Főkomponensek	„Párhuzamosok”, sosem találkoznak	„Optimisták”	„Békés egymás mellett élés”	„Szkeptikusok”
Az internet fölöslegessé teszi a hagyományos kulturális intézményeket.	-0,17	-0,46	-0,43	0,93
Az internet növeli a kulturális szabadságot.	-1,05	0,91	0,37	-0,20
Internet: a kultúra radikális átalakítója.	-1,02	1,17	-0,20	0,22
Internet: kulturális közösség fejlesztése.	-0,90	0,73	0,01	0,22
Web 2.0 kultúra	-0,84	1,14	-0,06	0,05
Az internet tönkreteszi a kultúrát.	-0,18	-0,49	-0,57	1,09
Esetszám (%)	221 (22,0)	198 (20,0)	295 (29,5)	275 (27,5)

Ezek alapján összesen négy klasztert különítettünk el (4. táblázat).

1. „Békés egymás mellett élés”: A mintában a relatív többséget (29,5%) azok alkották, akik nem látnak ellentmondást a kultúra és az internet között. „Békés egymás mellett élésben” gondolkodnak, ami azt jelenti, hogy szerintük az internet nem váltja ki a hagyományos kulturális intézményeket, és nem is alakítja át radikálisan a kultúrát, ennek következtében nem is teszi tönkre. Ugyanakkor megnöveli a kulturális szabadságot, de a kulturális közösség fejlesztésére nincs igazán hatással. A második generációs webes alkalmazások kultúraalakító szerepét nem tartják jelentősnek.

2. „Szkeptikusok”: A második legnépesebb klaszter (27,5%) tagjai nem hisznek abban, hogy az internet pozitív hatást képest gyakorolni a kultúrára. Azt is mondhatnánk, hogy e csoport tagjai kifejezetten ellenségesek, ha az internetnek a kultúrára gyakorolt hatásairól van szó. Véleményük szerint az internet pusztító hatást gyakorol a kultúrára: fölöslegessé teszi a hagyományos kulturális intézményeket és tönkreteszi az általuk hordozott tartalmakat

és gyakorlatokat. A kulturális közösség fejlesztésén kívül semmilyen pozitív hatást nem ismernek el.

3. „Párhuzamosok”: A válaszadók 22%-a az internet és a kultúra viszonyát sosem találkozó párhuzamosokként látja. A csoport tagjai szerint az internet nem teszi fölöslegessé a hagyományos kulturális intézményeket, és a kultúrát sem teszi tönkre. Ugyanakkor az internet „pozitív” hozadékait nem tartják jelentősnek: véleményük szerint az internet nem növeli a kulturális szabadságot, nem alakítja át a kultúrát, nem gondolják, hogy az internetnek szerepe lenne a kulturális közösségek kialakulásában, valamint a web 2.0 logikájára épülő kultúrafelfogás sem áll közel hozzájuk.

4. „Optimisták”: A minta egyötöde (20%) áll legközelebb a „digitális utópia” látomásához. Ugyanakkor az optimisták közül senki sem hiszi, hogy az internet fölöslegessé tenné a hagyományos kulturális intézményeket, és nem gondolják azt sem, hogy az semmissé teszi az internet megjelenése előtti kultúrát. Ezzel szemben kiállnak amellett, hogy az internet növeli a kulturális szabadságot, sőt radikálisan át is alakítja a kultúrát. A csoport tagjai szerint az internet komoly hatással van a kulturális közösségek fejlesztésére, amelyben jelentős szereppel bírnak a második generációs webes alkalmazások.

5. táblázat. Az internet és a kultúra egymáshoz való viszonyának megítélése alapján létrejött csoportok néhány szociodemográfiai jellemzője

	„Békés egymás mellett élés”	„Szkeptikusok”	„Párhuzamosok”	„Optimisták”	Cramer's V <sup>7</sup>
Nők aránya, %	48,9	44,4	59,1	42,1	0,12
Átlagos életkor, év	34,6	35,0	34,6	33,4	
Községekben élők aránya, %	19,0	25,8	21,7	14,1	0,10
Iskolai végzettség, %					0,10
Legfeljebb 8 általános	11,9	15	21,7	27,8	
Szaktanácsképző	15,3	15,7	9,5	16,2	
Érettségi	44,4	42,3	43,4	31,8	
Főiskola, egyetem	28,5	27	25,3	24,2	
Átlagos háztartásnagyság, fő	3,2	3,1	3,3	3,6	R <sup>2</sup> : 0,02
Aktív keresők aránya, %	62,7	69,1	64,5	51,0	0,13

<sup>7</sup> Khí-négyzet-statisztika az összefüggés létét, az abból származtatott Cramer's V és kontingencia koefficiens az összefüggés erősségét jelzik (0: tökéletes függetlenség; 1: determinisztikus kapcsolat). Szimmetrikus mutatók, azaz nincs különbségtétel függő és független változó között (Sajtos–Mitev 2007: 142).

Társadalmi meghatározók szerint az „*optimisták*” különböznek a legjobban az összes többi csoporttól. Körükben valamelyest magasabb a fiatalok, a férfiak, a viszonylag alacsony iskolai végzettségűek és az aktív keresők aránya. Ezzel szemben a „*szkeptikusok*” körében a legmagasabb az átlagos életkor, itt a legmagasabb az aktív keresők aránya, s a többi csoporthoz képest feltűnően sokan élnek közülük községekben. Az internet és a kultúra *párhuzamosságát*, a két jelenség függetlenségét vallók körében magas a nők aránya, viszonylag sokan élnek közülük községekben. A magas iskolai végzettségűek legnagyobb arányban azok között találhatóak, akik az internet és a kultúra között nem látnak antagonizmust.

#### 4. Az internethasználat típusai

Az internethasználat vizsgálata során megnéztük, hogy milyen célokra veszik igénybe az internetet a felhasználók. Ezt követően azt is megmutatjuk, hogy jelenleg mely tevékenységek a leggyakoribbak, s melyek tartoznak a ritkábban végzetek sorába. Egyes kérdésekkel a használat ismereti, készség oldalát is felderítettük. Mutatóink együttesen alkalmasak lesznek arra, hogy az internethasználat minőségére derítsenek fényt.

##### 4.1. Az internet használata tevékenységtípusok szerint

Az adatfelvétel során olyan tevékenységeket soroltunk fel, amelyek az internet segítségével végezhetőek, majd arra kértük a megkérdezetteket, hogy jelezzék, ha a felsoroltak közül valamelyiket végezték az elmúlt egy hónapban.

Ez alapján a 6. *táblázatban* látható megoszlást kaptuk.

Az 58 tevékenység közül átlagosan 17 tevékenységet végeztek az internethasználók az elmúlt egy hónapban, a szórás 9,1. A különböző internet segítségével folytatható tevékenységek igénybevételének gyakorisága alapján, egyszerű összeszámlálással egy új változót képeztünk, amely az interneten való aktivitást méri, s maximális értéke 58, minimális értéke 0.

6. táblázat. A következők közül melyik tevékenységet végezte az internet használata során az elmúlt egy hónapban? – a kérdésre adott válaszok gyakorisága (%)

Tevékenység	%	Tevékenység	%	Tevékenység	%
E-mail küldése, fogadása	97	Játékok letöltése	34	Gyerekekkel játék	14
Zenehallgatás	71	Rádió hallgatása, tv nézése az interneten keresztül	32	Gyerekek tanítása	14
Online napilapok, hírportálok olvasása	66	Telefonálás, videokonferencia interneten keresztül	32	Áruk és szolgáltatások eladása	13
Egyéb információ keresése vagy egyéb online szolgáltatás	61	Utazási és szállodai információk keresése	31	Pornó nézése	13
Filmnézés	56	Skype-olás	30	Blog-írás	11
Digitális fényképek küldése	56	Hivatalos ügyek intézése	30	Szerencsejáték	11
Információkeresés árukról, szolgáltatásokról	55	Kártyázás	29	Színház/mozijegy rendelése	10
Chatelés	54	Fájlcseré	28	Biztosítási ügyek intézése	10
Időjárás tájékozódás	53	Álláskeresés, álláspályázat beküldése	26	Szállodai szoba foglalása	10
Szakmai információk keresése	48	Blog-olvasás	26	Számlát kapott	9
Tanulás	46	Banki szolgáltatások igénybevétele interneten keresztül	25	Múzeumlátogatás	9
Zenék, filmek letöltése	46	Tanulmányi ügyek intézése	25	Repülőjegyrendelés	9
Kulturális információk keresése	45	Wikiciiklopédia olvasása	21	Társkeresés	9
Szakmai folyóiratok, cikkek olvasása	44	Webcamerával felvételek készítése és küldése	21	Mesehallgatás	8
Archív anyagok keresése	41	Hivatalos képzés	21	Videoblog készítése	7
Online játékok játszása	40	Adóbevallás	21	Múzeumi jegyrendelés	5
Egészségügyi információk keresése	39	Kollektív játékokban való részvétel	19	Vonatjegyrendelés	5
Munkavégzés	36	Videoblog nézése	19	Élelmiszer vásárlása	5
Gazdasági információk keresése	36	Könyvvásárlás	17	Műtárgyvásárlás	2
Szoftverek letöltése	34				

#### 4.2. Az internetezés gyakorisága

Aki sokféle alkalmazást használ az interneten, és sokféle tevékenységet végez, az gyakrabban használja az internetet, mint aki kevesebb tevékenységet végez. A 7. táblázat azt mutatja, hogy hol, milyen gyakorisággal interneteznek az országos reprezentatív minta tagjai.

7. táblázat. Az internethasználat helye és gyakorisága (%)

„Milyen gyakran internetezik.....”	...otthon?	...munkahelyén?	...közösségi helyen?	...szabadtérén?
Naponta többször	36,4	15,1	0,1	0,1
Naponta egyszer	30,1	8,3	0,4	0,3
Hetente többször	19,4	6,9	2,0	0,1
Hetente egyszer	6,3	2,9	2,8	0,1
Ritkábban, mint hetente	7,3	7,3	6,9	2,2
Soha	0,5	59,6	87,8	97,1
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0
Átlag	4,8	2,4	1,2	1,1

Megjegyzés: Hatfokú skála, ahol 1: soha; 6: naponta többször.

Nem meglepő, hogy az otthoni internetezés a leggyakoribb a megkérdezettek körében. Az internetezés gyakoriságának mérése céljából a négy változót aggregáltuk. Az egyes változókon mért értékeket összeadtuk, s így megkaptuk minden személyre az internetezés gyakoriságának indexét. Ennek alapján az internetezés gyakorisági indexén minden megkérdezett maximum 24, minimum négyes értéket érhetett el. (A mért legmagasabb érték 24, a legalacsonyabb 5 volt. Az átlag 9,5, a szórás 2,7.)

#### 4.3. Gyakorlati számítógép-használói ismeretek

Már a web 1.0 alkalmazásoknál is előnyt jelent, ha a felhasználó nem csak alapszintű számítástechnikai ismeretekkel rendelkezik. A web 2.0 esetében nélkülözhetetlen, hogy a felhasználó képes legyen akár adatbázisokat kezelni, vagy akár egyszerűbb-bonyolultabb programozási nyelveket alkalmazni (pl. wiki-szoftvert installálni stb.). Több mint tíz éve nyitva áll a lehetőség, hogy ismereteinkről egész Európában elismert számítógép-használói jogosítványt szerezzünk be az ún. ECDL-vizsga útján. Azzal a céllal, hogy felmérjük a

megkérdezettek számítógép-használói ismereteit, az ECDL vizsgamoduljait hívtuk segítségül, kiegészítve néhány további számítógép-használói ismerettel. A következő 8. táblázat ezt mutatja be.

8. táblázat. Számítógép-használói ismeretek gyakorisága a kérdezettek körében (%)

„Tud-e (képes lenne /csinálta-e már)...”	Igen (%)
...számítógépes levelezőrendszert használni?	91,8
...információt keresni a weben?	88,9
...fájlokat kezelni (másolás, törlés stb.)?	87,4
...felsorolni a számítógép fontosabb tartozékait?	87,3
...számítógépes szövegszerkesztő programot használni?	86,8
...új eszközöket csatlakoztatni, installálni (nyomtató, modem stb.)?	78,3
...számítógépes táblázatkezelőt használni?	77,9
...fájlokat tömöríteni?	70,3
...számítógépes prezentációt készíteni?	55,6
...számítógépes programot írni speciális programnyelv használatával?	19,2

A legtöbben levelezőrendszert képesek használni, míg a legkevésbéen számítógépes programot tudnak írni speciális programnyelv használatával. A fenti tíz változóból hoztuk létre a gyakorlati számítógép-használói ismeretek indexet.<sup>8</sup>

#### 4.4. „Netpolgárok” és „netokraták”

Főkomponens analízissel létrehoztunk egy új változót, amely aggregálja az előzőekben kialakított internethasználattal kapcsolatos három indexet. Az új változó a felhasznált változók információtartalmának 58%-át őrzi meg.

9. táblázat. Az internethasználat jellege főkomponens

	Kommunalitás	Faktorsúly
Internet használata tevékenység típusok szerint	0,62	0,79
Internetezés gyakorisága	0,53	0,73
Gyakorlati számítógép-használói ismeretek	0,60	0,77

<sup>8</sup> Az egyes tevékenységekre adott igen válaszokat tevékenységek szerint sztenderdizáltuk, majd az így kapott értékeket összeadtuk. Ezáltal a megkérdezettek 96,4%-ának adtuk skálaértéket.

A megkérdezettek 96,3%-a kapott érvényes értéket a változón. A főkomponensen felvett értékeket elég robusztus módszerrel két csoportba soroltuk: az első csoportba került az alsó 50%, a második csoportba került a felső 50%. „Netpolgárnak” neveztük azokat, akik a mediánhoz képest ritkábban használják az internetet, ha pedig használják, akkor nem túl sok alkalmazást vesznek igénybe, s számítógép-használói ismereteik szegényesek. Ezzel szemben „netokratáknak” neveztük azokat, akik a mediánnál gyakrabban és szélesebb körben használják az internetet, valamint számítógép-használói ismereteik szerteágazóak.

### 5. A kultúrafogalom változatai, az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdök szerint képzett csoportok, valamint az internethasználat típusai

Áttekintve a kultúrafogalom változatait, s az azok mentén kialakított csoportokat, megvitatván az internet és a kultúra közötti összefüggések lehetséges mintáit, valamint megnézvén, hogy milyen internethasználói típusok különböztethetők meg, most azzal a kérdéssel foglalkozunk, hogy miként függ össze ez a három kérdéscsoport.

10. táblázat. A keresztáblaelemzések eredményei<sup>9</sup>

Keresztáblák	Érték	Pearson chí-négyzet		Az összefüggések erőssége	
		Szabadságfok	Szignifikancia	Cramer's V	Kontingencia koefficiens
Kultúrafogalom változatai X internet és a kultúra kapcsolatra vonatkozó attitűdcsoportok	84,8	9	0,000	0,17	0,29
Kultúrafogalom változatai X internethasználat típusai	27,3	3	0,000	0,17	0,17
Internethasználat típusai X internet és kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdcsoportok	15,4	3	0,000	0,13	0,13

A 10. táblázat egyértelműen azt mutatja, hogy mindegyik tipológia összefügg mindegyikkel. Az összefüggés erősségét jelző statisztika alapján azt

<sup>9</sup> Lásd 8. lábjegyzet.

mondhatjuk, hogy a legerősebb összefüggés a kultúrafogalom változatai szerint képzett csoportok és az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdcsoportok között van. Azaz a három változó közül e kettő függ össze leginkább, vagyis kauzális viszonyt feltételezve a kultúrafelfogás meghatározóbb magyarázóerőnek tűnik, mint az internethasználat gyakorisága, a használathoz szükséges képességek megléte, valamint az internethasználat kiterjedtsége. A leggyengébb kapcsolat pedig az internethasználat típusai, és az internet és kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdcsoportok között mérhető.

Mivel ebben az elemzésben eredendően azt keressük, hogy az internet és a kultúra kapcsolatára vonatkozó attitűdcsoportok hogyan függnek a kultúrafogalom változatai, valamint az internethasználat típusai alapján létrejött csoportoktól, a kultúrafogalom mentén létrejött négy csoportot és az internethasználat típusa alapján kialakított két csoportot kombináltuk. Az összevonás eredményeként nyolc csoportot kaptunk:

1. Populáris kultúra felfogású netpolgárok,
2. Populáris kultúra felfogású netokraták,
3. Magas kultúra felfogású netpolgárok,
4. Magas kultúra felfogású netokraták,
5. „Nihilista netpolgárok”,
6. „Nihilista netokraták”,
7. „Heterogén netpolgárok”,
8. „Heterogén netokraták”.

A 11. táblázatra tekintve megállapíthatjuk, hogy a kultúrát populáris terminusok szerint meghatározók esetében nagyon magas azok aránya, akik szerint az internet tönkreteszi a kultúrát, s következésképpen alacsony azok aránya, akik optimistán nézik ezt a viszonyt.

A „netokraták” körében ez a látásmód jellemzőbb, mint a „netpolgárok” között.

A magas kultúra fogalmaiban gondolkozók között jellemzően kevesen vannak, akik szerint az internet elpusztítja azt, amiben hisznek, és amit szeretnek. Sok köztük az „optimista”, valamint sokan hisznek közülük a parallelizmusban és a koegzisztenciában. A magas kultúra fogalmaiban gondolkozó netokraták körében a kultúra és az internet kapcsolatát optimistán látók aránya 4%-kal, a „békés egymás mellett élésben” gondolkozók aránya pedig 6%-kal magasabb, mint a „magas kultúra felfogású netpolgárok” között.

11. táblázat. Az internethasználat, a kultúrafelfogás, valamint az internet és a kultúra közötti kapcsolat megítélése<sup>10</sup> (esetszámok, %)

	„Párhuzamosok”	„Optimisták”	„Békés egymás mellett élés”	„Szkeptikusok”	Összesen (N, %)
Populáris kultúra felfogású netpolgárok	20 (21,5)	13 (14,0)	23 (24,7)	37 (39,8)	93 (100,0)
Populáris kultúra felfogású netokraták	10 (7,8)	13 (10,2)	36 (28,1)	69 (53,9)	128 (100,0)
Magas kultúra felfogású netpolgárok	43 (29,3)	32 (21,8)	44 (29,9)	28 (19)	147 (100,0)
Magas kultúra felfogású netokraták	37 (29,8)	32 (25,8)	45 (36,3)	10 (8,1)	124 (100,0)
Nihilista netpolgárok	35 (37,6)	12 (12,9)	28 (30,1)	18 (19,4)	93 (100,0)
Nihilista netokraták	11 (19,6)	16 (28,6)	15 (26,8)	14 (25)	56 (100,0)
Heterogén netpolgárok	26 (23,4)	19 (17,1)	27 (24,3)	39 (35,1)	111 (100,0)
Heterogén netokraták	21 (13,4)	36 (22,9)	57 (36,3)	43 (27,4)	157 (100,0)
Összesen (N)	203	173	275	258	909

*Megjegyzés:* A sok cella és az ebből következő sok alacsony esetszám miatt felmerülő kérdések megelőzése érdekében ezúttal a keresztáblában az esetszámokat is közöljük. Zárójelben a sor-százalékok találhatóak.

A nihilista kultúrafelfogást valló „netpolgárok” és a „nihilista netokraták” között jelentős különbség van mind az „optimisták”, mind a „szkeptikusok” aránya tekintetében. Míg a „nihilista netpolgárok” körében az internet és a kultúra kapcsolatáról a parallelizmus véleményén lévők jelentik a modális kategóriát, addig a „nihilista netokraták” körében az optimista vélemény a leggyakoribb.

A heterogén kultúrafelfogás „netpolgár” hívei pesszimizmán látják az internet és a kultúra lehetséges viszonyát. Ezzel szemben a kultúrát tágran meghatározó netokraták a két szint békés egymás mellett élését vallják, és körükben magasabb az „optimisták” aránya is, mint „netpolgár” társaiknál.

<sup>10</sup> A khí-négyzet-statisztika szignifikáns kapcsolatot mutat ( $\chi^2 = 117,08$ ; sz.f.: 21; szign.: 0,000). A kapcsolat nem csak szignifikáns, de elfogadható erősségű is, hiszen a Cramer's V értéke 0,207. Az aszimmetrikus Lambda értéke az internet és a kultúra közötti kapcsolat megítélése alapján létrejött csoportokat függőváltozóként kezelve: 0,11.

## 6. Következtetések

Ez a vizsgálat még nem ért véget. Eddigi elemzéseink alapján megállapíthatjuk, hogy a kultúrafelfogás jellege, az internet használatának gyakorisága, módja, a számítógép-használati ismeretek mennyisége és minősége, valamint az internet kultúrára vélt hatása között van összefüggés. Minél átfogóbb kultúrafelfogásban gondolkodik valaki (ide értve a magas kultúrafelfogást is), annál kisebb a valószínűsége annak, hogy az internet negatív kulturális ágensként jelenik meg, és valószínűbb az internet pozitív kultúrára gyakorolt hatásának nézete. Valószínű, hogy az internet használatának gyakorisága, kiterjedtsége, a használathoz szükséges ismeretek is belejátszanak az internet és a kultúra kapcsolatáról alkotott elképzelések alakulásába. Minél gyakrabban, minél szélesebb körben használja valaki az internetet, és minél kiterjedtebb számítógép-használói ismeretekkel rendelkezik valaki, annál inkább lát pozitív kapcsolatot a kultúra és az internet között, s annál inkább relevánsnak látja a kétféle közegben létező kultúra összefüggését. Ez az eredmény arra utal, hogy az internet és a kultúra közötti kapcsolat a mai magyar internet-használók számára jóval kevésbé problematikus, mint azt a kívülállók gondolják.

## IRODALOM

- Barabási A.-L. 2008: Behálózva. Budapest: Helikon.  
Fábián Z. – Galác A. – Gerhardt E. – Kollányi B. – Körner J. – Ságvári B. – Székely L. 2007: A digitális jövő térképe. A magyar társadalom és az Internet. Budapest: ITHAKA.  
Sajtos L. – Mitev, A. 2007: SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest: Alinea.  
Székelyi M. – Barna I. 2002: Túlélőkészlet az SPSS-hez. Budapest: Typotex.  
Tapscott, D. – A.D. Williams 2007: Wikinómia. Budapest: HVG.