

Csepeli György*, Prazsák Gergő**

INTERNET ÉS TÁRSADALMI EGYENLŐTLENSÉG MAGYARORSZÁGON

A szakirodalom Al Gore nyomán a „szakadék” (*gap*) metaforájával írja le azt a társadalmi megosztottságot, mely nem jöhetett volna létre az internet nélkül. A megosztottság joggal nyerte el a „digitális” jelzőt, hiszen az internetezés előfeltétele a digitális kommunikációs technológia eszközeihez való hozzáférés és a digitális írástudás (Galács és Ságvári, 2008). Ugyanakkor a kifejezés horizontális megosztottságot sejtet, míg az adatok inkább azt, hogy a megosztottság az egyenlőtlenség paradigmájával írható le jobban, mivel ez a tényező a társadalmat az aktorok előnyeit és hátrányait meghatározó, rétegzett vertikális szerkezetként láttatja.

Hegel találóan írja, hogy „külső dolgokban nem lehet egyenlőség: az egyenlőség benne rejlik a külső fogalmában”. A társadalmi egyenlőtlenség a társadalmi lét mérhető, tehát külső megnyilvánulásainak velejárója, amit a hatalom, a gazdaság, a kultúra, a testi és lelki jegyek dimenzióiban egyaránt tetten érhetünk. Az egyenlőség ezzel szemben a szabadság ideális, belső állapota, melyhez mérten jelentkeznek az egyenlőtlenségek. Tények állnak értékekkel szemben, emiatt is oly nehéz állást foglalni abban a kérdésben, hogy az egyenlőség vagy a szabadság a fontosabb az életben (Prazsák, 2009).

A mai magyar társadalomban az egyenlőtlenség napi tapasztalat, melyet a szociológia a deprivációk válfajaival és azok számosságával ír le. Depriváció forrása lehet az élet méltó éléséhez szükséges javakhoz való hozzáférés korlátozottsága (éhezés, fázás), az európai higiénés normáknak megfelelő lakáskörülmények hiánya, alapvető háztartási felszerelések nélkülözése valamint a szegénység érzete. Az 1. táblázat mutatja a lakosság megoszlását aszerint, hogy kik élnek deprivációban és kik nem, valamint, hogy a depriváltak hányféle deprivációt szenvednek el.

* egyetemi tanár, Eötvös Loránd Tudományegyetem

** a Szociológiai Doktori Iskola titkára, Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

1. táblázat

A lakosság megoszlása a deprivációk kiterjedtsége szerint 2007-ben

Nincs depriváció	39
Egy depriváció	31
Két depriváció	18
Három depriváció	8
Négy depriváció	4
Összesen	100

Forrás: Szívós, 2008: 105

Az új infokommunikációs technológiák rohamos elterjedése a világban azt az ígéretet rejti magában, hogy a hagyományos deprivációkat okozó tényezők hatalma meggyengül, s létrejön a kommunikációs kompetenciára alapozott új világ. A kommunikációs kompetencia jellegzetesen az ember belső lényegének jegye, s e nemben az emberek közötti egyenlőség egyik legfontosabb lehetősége. Azt feltételezzük, hogy az új infokommunikációs eszközök megjelenése felpuhítja azokat a korlátokat, amelyeket a nem kommunikációs típusú kemény egyenlőtlenségek hoznak létre az emberek között. E feltételezés tesztelése érdekében 2008-ban vizsgálatot végeztünk a magyarországi internetezők körében, akikről – legalábbis eszköz oldalról nézve – állíthatjuk, hogy benne élnek az információs társadalom új világában.

Az internetezők társadalmának vizsgálata azt mutatja, hogy az új infokommunikációs technológiák használati módjai mentén különböző rétegek írhatók le, melyek megkülönböztetése éppen aszerint lehetséges, hogy milyen előnyöket illetve hátrányokat tartogatnak az egyes rétegek tagjai számára.

Az internetezők reprezentatív, 1000 fős mintáján 2008 májusában a Szonda-Ipsos vizsgálatot végzett, melynek célja többek között az új infokommunikációs technológiák használatának módjai szerint leírható rétegek megkülönböztetése volt. A válaszadóktól adatokat kértünk a mobiltelefonálásra és az elektronikus posta használatára vonatkozóan. Az adatok alapján négy réteget tudtunk elkülöníteni. A *kontaktokraták* rétegébe azokat soroltuk, akik napi mobiltelefon-forgalma átlagosan 21 hívás volt, elektronikus postaforgalma 27 üzenet. A teljes minta 9 %-a tartozott ebbe a kommunikációs szempontból elitnek tekinthető rétegbe. A *levelezők* rétegébe azokat soroltuk, akik e-mailforgalma nagy (átlagosan napi 16 üzenet), de mobiltelefonálási aktivitásuk viszonylag lanya volt (naponta átlag 14 hívás), *beszélgetőknek* neveztük azokat, akik kevésbé voltak aktívak az elektronikus postai üzenetek továbbításában (napi átlag 9), de annál aktívabbak voltak mobiltelefonálásban (átlag naponta 19 hívás). A legkevésbé aktív kommunikációs szereplőket (napi átlagos hívásgyakoriság: 11, napi átlagos elektronikus postai üzenetváltás 8) kis túlzással *kontaktoproletárnak* neveztük, tudva-tudván, hogy a nem internetezőkhez képest helyzetük korántsem kilátástalan.

A kommunikációs egyenlőtlenségek láthatóan nem voltak függetlenek a társadalmi egyenlőtlenséget mérő egyes mutatóktól. A vagyoni helyzetet megbízható és érvényes jövedelmi adatok hiányában a megkérdezettek háztartásában található kommunikációs technológiai eszközök számával mértük. Összesen 20 tárgyat vettünk fel a listára, melynek minden egyes darabjáról megkérdeztük, hogy van-e vagy nincs ilyen a háztartásban. A válaszok alapján hoztuk létre

a háztartás felszereltségi indexét, melynek kiszámításakor csak azokat a tárgyakat vettük figyelembe, amelyek előfordulási gyakorisága 50 % alatt maradt.¹ Ezáltal kiszűrtük az olcsó, széleskörűen elterjedt, konvencionális tárgyakat. A nem konvencionális eszközökkel való felszereltségi index és a kommunikációs státusz szoros kapcsolatára utal, hogy adataink szerint a kontaktokraták valamennyi csoport közül átlagosan több nem konvencionális eszközzel rendelkeznek a háztartásban, szemben a kontaktoproletárokkal, akik háztartásában átlagosan a legkevesebb nem konvencionális új kommunikációs eszköz van

2. táblázat

Kommunikációs státusz és nem konvencionális új kommunikációs eszközökkel való felszereltség

Kontaktokraták (N=91)	2.98
Levelezők (N=125)	2.58
Beszélgetők (N=119)	2.64
Kkontaktoproletárok (N=371)	2.28

Társadalmi státusz szerint vizsgálva a kommunikációs rétegződés adatait azt találtuk, hogy a kontaktokraták jelentősen túlerepresentáltak a magas státusú, magas iskolai végzettségű csoportokban. Ezzel szemben a munkások és az eltartottak körében a mintában elfoglalt arányukhoz képest jóval kevesebben vannak olyanok, akik előnyös kommunikációs státussal rendelkeznek. A kitörési pontot a mobiltelefon jelentheti, mely csak lehetőség, amíg beszédszolgáltatásra használják. Az eredményeket részletesebben ismertetjük egy másik cikkben (Csepeli – Prazsák, 2009).

A kérdés voltaképpen az, hogy a digitális egyenlőtlenség milyen hatással van a társadalmi egyenlőtlenség egyéb megnyilvánulásaira. Az MTA PTI Érték- és Kultúrakutató Műhely a Szonda-Ipsos közreműködésével 2008 végén a magyar felnőtt lakosságot reprezentáló 3000 fős mintán kutatást végzett, melynek célja a kultúrához való viszony, a kulturális viselkedések mintáinak felderítése volt. Mivel a kutatásban szerepelt az internetezésre vonatkozó kérdés, a válaszok elemezhetők és összehasonlíthatók aszerint, hogy a válaszadók interneteznek-e vagy sem. Ezáltal lehetőségünk nyílik arra, hogy kilépve az internetezők társadalmából, összehasonlítsuk az internetezők és a nem internetezők szociológiai jellemzőit és kulturális viselkedési mintáit, ami szempontokat adhat a digitális egyenlőtlenség és a társadalmi egyenlőtlenségek közötti viszonyra vonatkozó eredeti kérdés megválaszolásához.

¹ DVD-felvevő, notebook, digitális kamera, webkamera, szkennel, projektor, GPS helymeghatározó eszköz, WIFI, házimozi.

Internetezők és nem internetezők

Az internetezők és a nem internetezők halmazait szociodemográfiai változók szerint vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a két halmaz jelentősen különbözik egymásról, miközben vannak átfedések is közöttük. Elsőként azt vizsgáljuk meg, hogy egyes demográfiai és szociológiai szempontokból milyen különbségek vannak az internetezők és a nem internetezők között. A különbségek feltérképezését követően kísérletet teszünk arra, hogy meghatározzuk az internetezéshez vezető út néhány meghatározó állomását.

Az országos reprezentatív minta eredményei azt mutatják, hogy 2008 végén, Magyarországon még többségben voltak a nem internetezők (56 %).² A Szonda-Ipsos felmérésében a megkérdezettek közel 45 %-a számolt be arról, hogy van otthoni internet-hozzáférése. Ez az érték valamelyest alacsonyabb, mint amit a hivatalos statisztikák mutatnak: az Eurostat oldalain található adatok szerint a magyar háztartások 48 %-ában van internet, s 42 %-ában szélessávú internet, azaz a háztartásokban található internet-előfizetések 87,5 %-a szélessávú internet-előfizetés (Eurostat, 2008: 2). A „széles sáv” fogalma ma még nem egyértelmű. A magyarországi „széles sáv” fogalom kisebb és lassúbb adattovábbító kapacitást feltételez, mint ami Európa nyugati felén elfogadott. A hozzáférés jellegzetesen aszimmetrikus, ami azt jelenti, hogy a tartalmak letöltése jóval könnyebben és gyorsabban megy, mint a tartalmak feltöltése. Ez a technológiai korlát ma még behatárolja Magyarországon az internetben rejülő társadalomszervező, üzleti és kulturális lehetőségeket.

Az internetezők és a nem internetezők közötti különbségeket 5 alapvetően fontos demográfiai és szociológiai változó szerint vizsgáltuk. A különbségek egyik esetben sem véletlenszerűek. Az internetezők körében több a férfi, mint a nő, míg a felnőtt társadalom egészében fordított a helyzet. A két halmaz között a legmarkánsabb különbséget az életkor mentén találjuk. Az internetezők átlagos életkora 36 év, míg a nem internetezők esetében az átlagos életkor majdnem 20 évvel több (55 év). Mivel a fiatalabbak általában véve magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, mint az idősebbek, nem meglepő, hogy az internetezők körében a nem internetezőkhöz képest jóval kevesebb az alacsony iskolai végzettségű, s jóval több a magas iskolai végzettségű. A viszonylag fiatal életkor és a viszonylag magas iskolai végzettség együtt jár a gazdasági aktivitással. Ennek az összefüggésnek az ismeretében nem meglepő, hogy az internetezők zöme (62 %) gazdaságilag aktív, míg a nem internetezők többsége (66 %) gazdaságilag inaktív.

3. táblázat

Internetezés és a lakóhely településtípusa (2008)

	Nem internetezők	Internetezők	Teljes minta
Budapest	14,5 %	21,8 %	17,7 %
Többi város	45,7 %	55,6 %	50,1 %
Község	39,8 %	22,6 %	32,2 %
Összesen	100 %	100 %	100 %

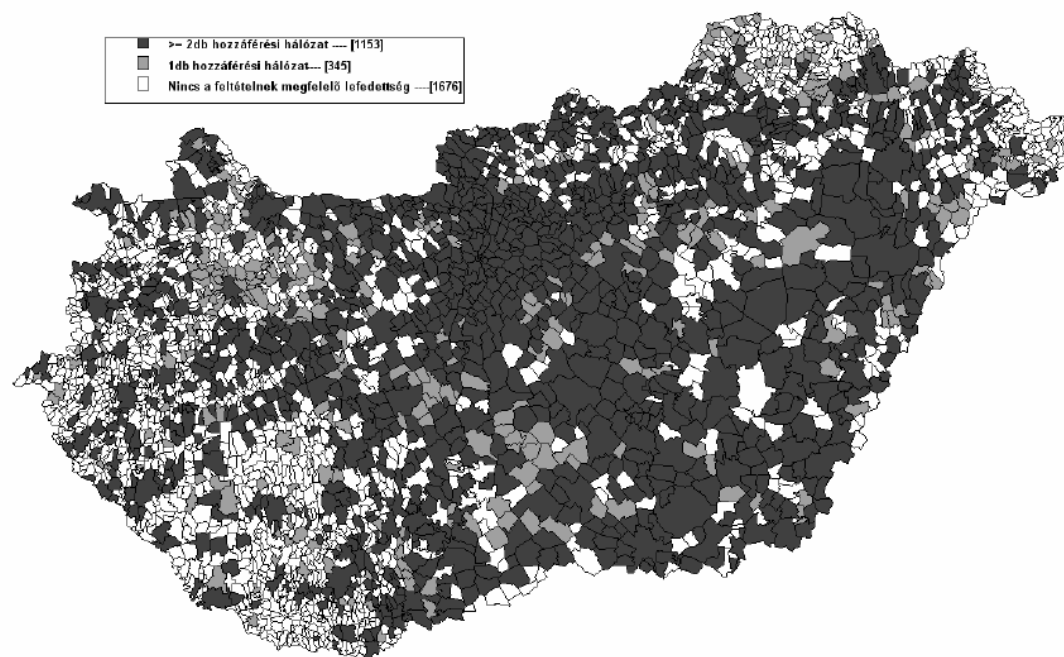
² A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint, 2007-ben a 16–74 éves korosztály 51,6 %-a használta a kérdés előtti három hónapban az internetet (KSH, 2008: 3).

Ha csak az iskolai végzettséget és a gazdasági aktivitást nézzük, azt mondhatjuk, hogy az internetezők egészében véve előnyösebb helyzetben vannak a nem internetezőkhez képest. A lakóhelyül szolgáló település szerint vizsgálva a két halmazt, érdekes tendenciára bukkanunk. Az internetezők általában véve vett előnyösebb helyzetének ismeretében nem meglepő, hogy az internetezők körében a fővárosiak túlréprezentáltak és a nem internetezők alulréprezentáltak. Az internetezők 22 %-a él a fővárosban, míg a nem internetezőknek csak 14 %-a fővárosi. (A teljes lakosság 18 %-a él Budapesten.) A vidéki városokban viszont még nagyobb mérvű az internetezők túlréprezentáltsága. Az ország lakóinak 50 %-a él vidéki városban. Ehhez képest magas az 56 %, mely a vidéki városokban élő internetezők arányát mutatja. A nem internetezők viszont alulréprezentáltak ebben a körben (46 %). Az internetezés ezek szerint a vidéki városokban élő fiatalok, magas iskolai végzettségűek és gazdaságilag aktívak számára jelent lehetőséget, ami ellensúlyozza a centrumtól való távolság esetleges hátrányait. Hasonló lehetőséget jelenthetne az internetezés a községekben élők számára is, ha mindenütt elérhető lenne széles-sávú internet. 2008-ban az internetezők 22 %-a élt községekben, míg a nem internetezők 40 %-a élt hasonló jellegű településen (szemben az országos 32 %-os átlaggal).

1. térkép

Szélessávú (legalább 4Mbit/s sebességre képes) hozzáférési hálózatok

– Optikai felhordó hálózat, 2009

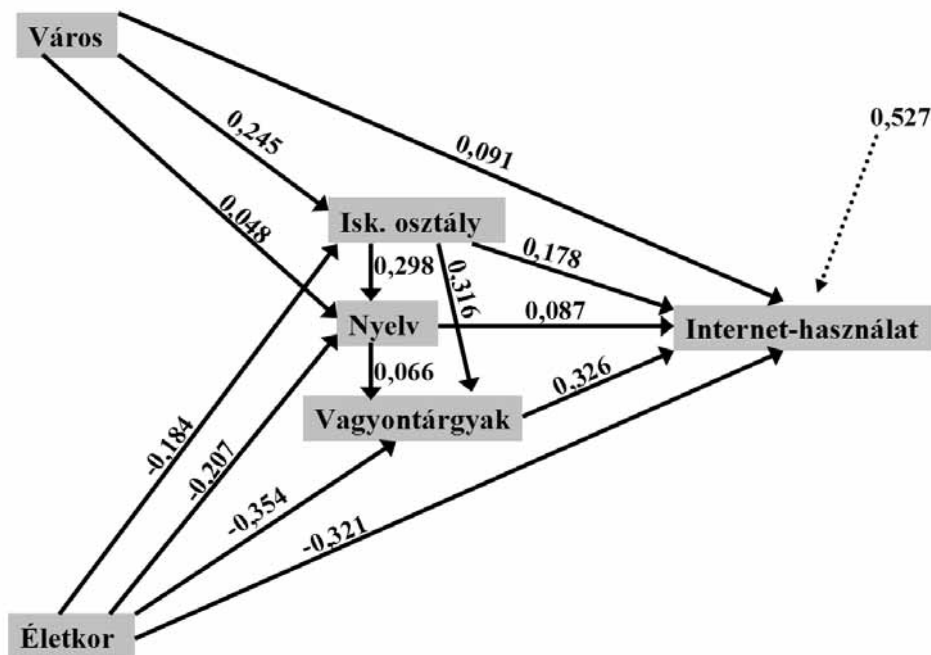


Forrás: Nemzeti Hírközlési Hatóság, 2009

Minden harmadik magyar állampolgár községben él: olyan településeken, ahol mind a fizikai, mind a „szellemi” infrastruktúra, azaz mind a korszerű modernizációs eszközökkel való ellátottság (közlekedési eszközök, egészségügyi intézmények stb.), mind a korszerű kulturális eszközökkel való ellátottság (színház, oktatási intézmény, múzeum stb.) alacsonyabb. Esetükben a szélessávú internetkapcsolat tölthetné ki azokat a kulturális piaci réseket, amelyek betöltésére sem a központi, sem az önkormányzati költségvetésnek nincs lehetősége, s amelyek betöltése – az egyes községekben élők alacsony lélekszáma miatt – nem tűnik előnyös üzleti célnak a kulturális vállalkozások számára sem.

Nem kétséges tehát, hogy az internetezés és a társadalmi egyenlőtlenségek szempontjából hagyományosan figyelembe vett szociodemográfiai jellemzők között szoros összefüggés van. Eddigi elemzéseink azonban mit sem mondtak arról, hogy az egyes magyarázó változók milyen viszonyban vannak egymással, milyenek a kereszthatások közöttük. Készítettünk egy útmodellt, mely az internet használatát meghatározó változókat egymásra hatásuk figyelembevételével mutatja be.

1. ábra
Az internet használatát meghatározó tényezők



Az út végén lévő internethasználatot egy olyan (*dummy*-nak nevezett) változóval írtunk le, melynek csak két értéke van. Ha az érték 0, akkor nincs internethasználat, ha pedig az érték 1, akkor van internethasználat. Amikor az egyes szociodemográfiai változók és az internethasználat közötti kapcsolatot külön-külön vizsgáltuk, akkor azt láttuk, hogy a nem és a gazdasági aktivitás összefügg az internethasználattal. Az útmodellből azonban ez a két változó eltűnt, ami azt

jelenti, hogy a közvetlen hatás elfedte más magyarázó változók szerepét. Az útmodell az internethasználatot az életkor, a lakóhelyiül szolgáló település típusa, az iskolai végzettség, a beszélt idegen nyelvek száma és a vagyoni helyzet függvényében magyarázza elsősorban.

Az életkor természetes változó. A „város” a lakóhely színteréül szolgáló település változója, mely szintén *dummy*-változó. Ha értéke 1, akkor város, ha értéke 0, akkor község. Az „iskolai osztály” változó az elvégzett iskolai osztályok számát foglalja magába. A „nyelv” változót annak alapján hoztuk létre, hogy mit válaszoltak a megkérdezettek az idegennyelv-tudásukra vonatkozó kérdésre, mely azt firtatta, hogy az anyanyelven kívül még hány nyelven és milyen szinten beszélnek. Maximum öt nyelvet lehetett megjelölni, egyenként három szinttel (alap-, közép-, felsőfok). Ezeket az értékeket összeadtuk, s az így kapott változó 0-10 terjedelemben jelöli minden megkérdezett esetében az idegennyelv-tudás mértékét. A „vagyon” változó azt mérte, hogy a megkérdezett háztartásában a kérdőívben kérdezett 15 „vagyon tárgy”³ közül hány található meg.

Az útmodell nem ad 100 %-os magyarázatot az internethasználatra. Öt ok irreálisan kevés lenne egy 100 %-os magyarázathoz. Nem rossz eredmény azonban, hogy az útmodellbe végül is bekerült öt ok az internethasználatot meghatározó okok mintegy 47 %-ára terjed ki. Az útmodell jól mutatja, hogy az internethasználatot közvetlenül és közvetve is meghatározza mind-egyik magyarázó változó. A legnagyobb közvetlen hatást a háztartás anyagi státuszát jelző „vagyon tárgyak” változó fejt ki. A +.326-os érték azt jelenti, hogy minél több vagyon tárgy van a megkérdezett háztartásában, annál valószínűbb, hogy a megkérdezett használja az internetet.

Az életkor esetben szintén erős hatást látunk (-.321). A hatás fordított irányú, ami azt jelenti, hogy minél fiatalabb valaki, annál nagyobb valószínűséggel internethasználó. Ezt az összefüggést a keresztábrás módszer alkalmazásakor is láttuk. Azt azonban már csak az útmodell mutathatja, hogy az életkor nem csak közvetlenül, de közvetett úton is (tehát más változókon keresztül) is közrejátszik az internethasználat létrejöttében. Az életkorból közvetlen utak visznek a nyelvtudás, a vagyoni állapot, az iskolai végzettség felé, ahonnan az internethasználatra kifejtett hatás már közvetlen. Ha internethasználatról beszélünk, az alacsony életkor tehát önmagában is lényeges hajtóerő, de még inkább azzá válik, ha vagyonos helyzettel, idegennyelv-tudással és magas iskolai végzettséggel párosul.

Az útmodell megerősíti a korábbi elemzés kapcsán született megállapításunkat, miszerint a városokban élők nagyobb valószínűséggel interneteznek, mint a községekben élők. Még nagyobb az internetezés valószínűsége, ha a személy nemcsak városi, hanem magas iskolai végzettsége van, és idegen nyelveket is beszél.

Mind az egyszerű keresztábrás elemzés, mint a többváltozós elemzés azt mutatja, hogy a digitális egyenlőtlenségek elsődleges magyarázó tényezője az életkor. Ugyanakkor azt is láttuk, hogy a digitális egyenlőtlenségek egyáltalán nem függetlenek a társadalmi egyenlőtlenségek kialakulásában és fennmaradásában szerepet játszó tényezőktől (iskolai végzettség, vagyoni helyzet, lakóhelyi település jellege). Az alacsony életkor esélyt ad arra, hogy a személy kitörjön a társadalmi hátrányok fojtogató gyűrűjéből, de az esély megragadása nyilván nehezebb, ha a fiatal hátrányos társadalmi helyzetű családban él.

³ Korábbi vizsgálatunkkal ellentétben (Csepeli és Prazsák, 2004) nem tettünk különbséget infokommunikációs eszközök és egyéb háztartási eszközök között. A „vagyon” változó ennek alapján a megkérdezett háztartásában található következő vagyon tárgyak meglétét méri: személyi számítógép, internet-hozzáférés, videomagnó, házimozsi, személygépkocsi, CD-lejátszó, mikrohullámú sütő, mosogatógép, hétvégi ház, 3000 m² feletti termőföld, egyéb ingatlan, videokamera, automata mosógép, mobiltelefon, faxkészülék.

A Sulinet Program 1996-tól minden iskolás számára lehetőséget adott a digitális írástudás elsajátítására. Az idő előrehaladtával várható, hogy egyre többen lesznek a „digitális bennszülöttek”, csökken a korábban született „digitális bevándorlók” száma, és kihalnak a „digitális írástudatlanok”. A teljes digitális egyenlőség természetesen utópia, hiszen a jövő internet adta lehetőségeinek kihasználása és terjedése is a jól ismert Rogers-féle eloszlást fogja követni, ami a másodlagos digitális egyenlőtlenségek kialakulásának lehetőségére figyelmeztet.

A mai helyzetben azonban még az elsődleges digitális egyenlőtlenségek a lényegesek. A következőkben azt vizsgáljuk, hogy ezek az egyenlőtlenségek milyen kapcsolatban vannak a kulturális részvétellel.

Kulturális viselkedés, kultúrafogyasztás

A társadalmi előnyök és hátrányok meghatározzák, hogy kik milyen kulturális viselkedésre hajlandók és képesek. Érdekesnek tartottuk azt a kérdést, hogy az emberek milyen kulturális viselkedésekről számolnak be. A kérdezőbiztosok 23 kultúrafogyasztási formát / helyszínt soroltak fel a megkérdezetteknek, és arra kérték őket, hogy mondják meg, hogy voltak-e az adott helyszínen, rendezvényen. A válaszokat 0-tól 6-ig terjedő skálán kellett elhelyezni, ahol 0 a „soha”, míg a 6 az „ebben a hónapban” értéket jelentette.

A 4. táblázatban mutatjuk be, hogy a felsorolt 23 kultúrafogyasztási helyszínen a megkérdezettek mekkora része fordult meg három évnél nem régebben. (A könyvolvasás esetében a legalább havonta egyszer könyvet olvasók arányát mutatja a táblázat.)

4. táblázat

Kulturális viselkedések mintái (főkomponensek)

Viselkedés tipizáció	Tevékenység	A tevékenységet végzők aránya (%)	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia (%)
Populáris	pláza				48,27
	(nem vásárlási céllal)	46	0,51	0,71	
	sportpálya, sportcsarnok	38	0,41	0,64	
	mozi	38	0,54	0,74	
	CD/DVD-bolt	34	0,58	0,76	
	szórakozóhely (diszkó)	29	0,57	0,76	
	könnyűzenei koncert	29	0,48	0,69	
	kávéház	29	0,5	0,71	
	videotéka	20	0,42	0,65	
	internet café	11	0,34	0,59	
Outdoor	művelődési ház	38	0,52	0,72	52,12
	fesztivál	38	0,53	0,73	
	iskolai rendezvény	35	0,51	0,71	
	táncművészeti rendezvény	18	0,53	0,73	
Irodalom Képzőművészet	könyvesbolt	50	0,67	0,82	58,15
	könyvolvasás	44	0,44	0,66	
	múzeum, kiállítás galéria, kiállítóterem	39	0,64	0,8	
	könyvtár	25	0,63	0,79	
Előadói művészetek	színházi előadás, színházban	34	0,59	0,77	53,14
	színházi előadás, máshol	28	0,46	0,68	
	komolyzenei hangverseny	11	0,62	0,78	
	opera	8	0,53	0,73	
	jazzkoncert	8	0,46	0,68	

Leszámítva a tévénezést, nincs olyan kulturális viselkedés, melyet az elmúlt három évben mindenki folytatott. A válaszadók több mint ötöde semmilyen kulturális viselkedésről nem számolt be. Három viselkedés van, melyről a válaszadók több mint 40 %-a ad számot (könyvesboltok és plázák látogatása, könyvolvasás). A viselkedések többsége abba a kategóriába esik, melyről a válaszadók legalább 20 %-a beszámolt. Az opera, a komolyzene, a jazz, a tánc és az internetcafé viszont 20 % alatti említést kapott.

A 4. táblázat egyúttal azt is mutatja, hogy az egyes kulturális viselkedések milyen minták szerint szerveződnek. Négy mintázat különült el. A *populáris* minta egyesítette az olyan viselkedéseket melyek helyszíne a pláza, a könnyűzenei koncert, a diszkó, a videotéka, a CD/DVD-bolt, a mozi, a sportpálya. Az *outdoor* minta különböző jellegű kulturális viselkedéseket rendez egybe, melyek egyetlen közös jegye, hogy külső környezetben végbemenő, ad hoc jellegű kulturális történésekre irányulnak. Ide tartozik a fesztiválok, a művelődési házak, iskolai rendezvények, táncestek látogatása. A *magaskultúra* ígézetében létrejött viselkedések két minta szerint különültek el. Az egyik minta az *irodalom és a képzőművészet*, a másik minta az *előadói művészetek* jegyében jött létre.

5. táblázat

A kulturális viselkedés mintái és az internetezés

	Nem internetezők	Internetezők	Eta ²
Populáris	-0,51	0,65	0,34
Outdoor	-0,31	0,4	0,12
Irodalom és képzőművészet	-0,42	0,54	0,23
Előadói művészetek	-0,31	0,39	0,12

A nem internetezők és az internetezők között a különbség nem abban van, hogy az egyik csoport tagjai egyes kulturális viselkedéseket inkább preferálnának, mint másokat. Az 5. táblázat alapján azt mondhatjuk, hogy bármilyen mintát is kövessen, kulturális viselkedés csak az internetezők körében fordul elő. Ha visszaemlékszünk az útmodellre, mely a két csoport közötti társadalmi különbségeket tárta fel, ez az eredmény nem meglepő. Arra utal, hogy az internetezés önmagában senkinek sem segít abban, hogy mindennapi életében erősödjön a kultúra vonzása, definiáljuk bármiképpen is a kultúrát. Az internetezés arra jó, hogy felerősítsen már meglévő kulturális velleitásokat.

A következőkben megnézzük, hogy a kulturális viselkedés mintái alapján elkülöníthetők-e csoportok, melyek tagjaira azonos jellegű kulturális viselkedés jellemző. A 6. táblázat mutatja be a kapott csoportokat.

6. táblázat
Kulturális viselkedési csoportok (klaszterközpontok)

Viselkedési minták	Kulturális viselkedési csoportok			
	Kulturális gazdagok	Kulturális szegények	A tömegkultúra közönsége	A magaskultúra közönsége
Populáris	1,31	-0,68	0,98	0,01
Outdoor	1,43	-0,64	0,91	-0,08
Irodalom- képzőművészet	1,69	-0,71	0,21	0,58
Előadói művészetek	1,99	-0,53	-0,18	0,36
Elemszám (%)	341 (11,4)	1475 (49,1)	565 (18,9)	607 (20,3)

Az országos reprezentatív minta majdnem fele (49%) semmilyen kulturális viselkedést nem tanúsít. Őket soroltuk be a *kulturális szegények* csoportjába. Legkisebb lett a *kulturális gazdagok* csoportja (11 %), melynek tagjai nem válogatnak a kulturális viselkedések fajtái között, s mindenféle eseményen rész vesznek, ha van idejük, kedvük és pénzük. A minta 20 %-a nevezhető a *magaskultúra közönségének*, mely érdeklődik az irodalom és a képzőművészet, valamint az előadói művészetek iránt. Hasonló arányú (19 %) a *tömegkultúra közönsége*, mely a népszerű kulturális események iránt érdeklődik, s látogatja a plázákat, könnyűzenei koncerteket, sporteseményeket stb.

A korábban ismertetett adatok birtokában egyáltalán nem meglepő, hogy az internetezés léte és hiánya szignifikáns összefüggést mutat a kulturális viselkedés típusai szerint képzett csoportokkal. A kulturális szegények 80 %-a nem internetezik, ami arra utal, hogy akik nem interneteznek, azok igen nagy valószínűséggel kulturális szegények is egyben. Fordított a helyzet a kulturális gazdagok körében, akik 84 %-a internetező. Kisebb arányú, de még mindig domináns az internetezők jelenléte a tömegkultúra és a magas kultúra közönségében. A magaskultúra közönsége mindazonáltal jelentős arányban (45 %) van jelen a nem internetezők között is.

7. táblázat

Kulturális viselkedési csoportok és internetezés

	Nem internetezik	Internetezik	Összesen
Kulturális gazdagok	13,7 %	86,3 %	100 %
Kulturális szegények	80 %	20 %	100 %
A tömegkultúra közönsége	29,9 %	70,1 %	100 %
A magaskultúra közönsége	45,1 %	54,9 %	100 %

Chi-négyzet érték: 777,96 df: 3 szig. 0,000 Cramer's V: 0,51

Új gazdagok – új szegények

Ha csak a könyvolvasást és az internet útján történő informálódást nézzük, akkor a mai magyar társadalmat négy csoportra oszthatjuk. Az első csoportba azok tartoznak, akik nem interneteznek, és nem olvasnak könyvet. Ez a csoport a legnépesebb (37 %). A második legnépesebb csoport (25 %) internetezik is, olvas is. A „Gutenberg-árvák” interneteznek, de nem olvasnak (19 %). Olvas, de nem internetezik 19 %. A nem internetező, nem olvasó szegmens megegyezik a régi értelemben vett szegénységgel. Életkoruk átlagosan magas, iskolai végzettségük alacsony, életlehetőségeik beszűkültek. Az információszerzési hátrányok a csoport tagjait bezárják a szegénységbe, ahonnan információ hiányában nem nyílnak számukra kivezető utak. A szociális szegénység és a kognitív szegénység egymást erősíti.

A régi szegények ellenpólusa a régi gazdagok csoportja, melynek tagjai olvasnak, de nem interneteznek. Életkoruk átlagosan magas. Kapcsolatuk csak a kultúra múltjával van, a jövővel szemben zártak. Az új szegények interneteznek, de nem olvasnak. Életkoruk átlagosan alacsony, iskolai végzettségük a korosztályi átlagnak megfelelően viszonylag magas. Mindent tudnak, amit az internetet használva megtudhatnak. E csoportokkal szemben van az új gazdagok csoportja, akik olvasnak és interneteznek. Fialatok, magas iskolai végzettségűek. A régi és az új információszerzési módok együttesen lehetővé teszik számukra, hogy a kultúra régi és új tartalmait egyaránt megismerve egyszerre lehessenek a kultúra folytatói és megújítói.

Az internetezés a jelek szerint nem orvosság a szegénységre, de gazdagabbá teheti azokat, akik gazdagok.

Felhasznált irodalom

Csepeli György – Prazsák Gergő (2004): *Paradigm Change in Sociology*. Review of Sociology, 10. évf., 2. sz., 39-46.

Csepeli György – Prazsák Gergő (2009): *Új technológiák, kommunikációs rétegződés, társadalmi státus*. Információs Társadalom, 9.évf., 2. sz., 80-91.

Eurostat 2008. News Release, 2008/169.

Galács Anna – Ságvári Bence (2008): *Digitális döntések és másodlagos egyenlőtlenségek: a digitális megosztottság új koncepciói szerinti vizsgálat Magyarországon*. Információs Társadalom, 8. évf., 2. sz., 37-52.

Központi Statisztikai Hivatal, 2008. Statisztikai tükör, 2. évf., 147. sz.

Nemzeti Hírközlési Hatóság: *Szélessávú internetelés helyzete Magyarországon 2004Q2-2009Q2* www.nhh.hu

Prazsák Gergő (2009): *A teve az oroszlán és a gyermek. Nietzsche emberképe az információs társadalom tükrében*. Információs Társadalom, 9. évf., 2. sz., 51-67.

Szívós Péter (2008): *A háztartások életkörülményei*. In: Kolosi Tamás – Tóth István György (szerk.): *Társadalmi Riport 2008*. Társadalmi Riport, 89-107.

