

használat (pl. keresések) számával kell kalkulálni. A számok azonban nagyon sokféleképpen magyarázhatók. A connecticuti példában a JSTOR adatbázis ára egyik évről a másikra 33%-kal nőtt. Viszont a használat is nőtt, mégpedig 57%-kal. Ez azt jelenti, hogy az egy használatra jutó költség 15%-kal csökkent.

A folyóiratok kihasználtságának mérésére tehát sokféle módszer létezik, egyedül a számokra támaszkodva azonban kockázatos lenne döntéseket hozni. A számok nehezen összevethetők a különböző előfizetési modellek és a különböző szolgáltatók esetében, arról nem beszélve, hogy egy-egy drága folyóirat olyan értéket képviselhet az adott kar vagy fakultás részére, hogy semmiképpen sem lehet lemondani. Tehát a számszerű adatok mellett nagyon fontos a tartalomra és relevanciára vonatkozó kvalitatív méréseket is végezni.

A konzorciumok különös gondot fordítanak az ár és használat viszonyának mérésére. Az amerikai *OhioLink konzorcium* például saját szerverén tárolja az elektronikus információforrásokat, az így nyert használati adatok tehát megbízhatóbbak, és más termékekkel összevethetőbbek, mint az egyes szolgáltatóktól kapott adatok. Az OhioLink öt éve gyűjti a használati adatokat, amely látni engedi a használat hosszabb távon való kiegyenlítetttségét, vagy az esetleges ingadozásokat. A használat szerinti költség alakulásának figyelésével könnyen szembe tűnnek azok a kiadók, amelyek a többiekhez képest kiugróan nagy költséget jelentenek, és azok is, amelyeknek előfizetési árai gyorsabban emelkednek, mint a használat.

Érdekes megvizsgálni a használat szerinti költségadatokat a kiadók szemszögéből is. Az *Emerald* és az *Institute of Physics Publishing* például az ügyfelek által egy év alatt produkált összes letöltést vették alapul használatként. Az összes költségbe azonban nemcsak az online előfizetéseket számolták be, hanem a pay-per-view modellből származó

jövedelmet, és a nyomtatott előfizetések 50%-át is (ez utóbbit azért, mert mindkét kiadó kínál olyan előfizetési modellt, amelyben a nyomtatásban előfizetett folyóiratokhoz online hozzáférést nyújtanak).

A nyomtatott folyóirat-előfizetések korában a presztízs, az előfizetési ár és az olvasók vélt igényei határozták meg az előfizetésekhez kapcsolódó döntéseket. A rendelkezésre álló online használati adatok érdekes megvilágításba helyezik a nyomtatott előfizetéseket is. A connecticuti könyvtár esetében kiderült, hogy a korábban nyomtatásban előfizetett, most azonban online formában is elérhető, rendkívül drága Elsevier-folyóirat, a *Brain Research* egy online használatra vetített költsége nem is olyan sok (9,12 USD letöltésenként), és valójában a ScienceDirecten keresztül kapott folyóiratok kétharmada ennél nagyobb költségeket eredményez.

A COUNTER-hez hasonló kezdeményezések a használati adatok mérésének megbízhatóbb módjait ígrik. Ez a projekt a könyvtárosok, kiadók, előfizetési ügynökségek nemzetközi, koordinált erőfeszítésének eredményeképpen jött létre.

A fenti példák közül sok megfontolandó következtetés vonható le. Az online használati adatokon alapuló költségszámítás kézzelfogható adatokat szolgáltat az állománygyarapítás és a folyóirat-előfizetésekhez kapcsolódó döntések számára, végső soron tehát a könyvtárhasználók jobb kiszolgálását jelenti.

/FRANKLIN, Brinley: Managing the electronic collection with cost per use data. [IFLA paper] Code number: 098-E, World Library and Information Congress: 70th IFLA General Conference and Council, 22–27 August 2004, Buenos Aires, 125. Statistics and Evaluation with University Libraries. 10 p. <http://www.ifla.org/IV/ifla70/prog04.htm/>

(Balogh Anna)

Az internethasználók információszerzésének összefüggései – egy szlovákiai kutatás eredményei

2003-ban és 2004-ben Szlovákiában reprezentatív kutatásokat végeztek azoknak az összefüggéseknek a feltárására, amelyek az olvasással, az internet és a tömegkommunikációs eszközök használatával kapcsolatosak. A tervezett 1500 megkérde-

zett közül 1409 válaszadó adatait hasznosították a felmérésben.

A 2003-as adatok szerint a szlovák háztartások 39%-a rendelkezett számítógéppel, 2004-re ez az

arány 44,3%-ra emelkedett. A prognosztizálható emelkedés a következő évben várhatóan eléri az 50%-ot. Az európai elektronikus színvonalhoz képest ez nagyon kevés, aminek összetett társadalmi okai vannak.

Míg 2003-ban a háztartások 16,1%-ában volt internetcsatlakozás, 2004-ben 17,2%-ában, ami mérsékelt növekedést jelent a környező fejlett országok színvonalához képest. A számítógéppel vagy interneteléréssel rendelkező háztartások száma természetesen nem azonos a használók számával, hiszen sokan használják az internetet munkahelyükön, iskolájukban, könyvtárakban vagy internetskávézókban.

Az interneten keresett információk tartalma és célja szempontjából a foglalkozáshoz vagy oktatáshoz keresett szakmai információk iránti kereslet a legjellemzőbb kategória. Hetente legalább egyszer használja az internetet a munkájához vagy tanulmányaihoz a megkérdezettek 24,8%-a (2003-ban ez 18,9% volt). Ehhez hasonló növekedés figyelhető meg az internethasználók körében általában minden területen.

Az internetet használók és nem használók szokásaiban a 2004-es kutatás eredményei megerősítik az előző évi adatokat. Az internet használatában a nemeknek nincs határozottan megkülönböztető szerepe. A férfiak körében valamivel több a mindennapos internethasználók aránya, de döntő többséget csak a sport témájú keresésekben mutatnak (férfiak 5,5%, nők 0,7%). A nők statisztikailag valamivel gyakrabban keresnek szépirodalmat a weben, mint a férfiak (nők: 1,0%, férfiak: 0,3%).

A mindennapos internethasználók között legnagyobb arányban a 30–44 év közötti korcsoportúak fordulnak elő (szakmai információk 10,1%, belpolitika 6,3%, külpolitika 4,4%, reklám 2,5%, sport 4,9%). A legfiatalabb, 15–17 éves diákok a szórakoztató internet leggyakoribb mindennapos használói (11,2%). 2003-ban a középiskolás fiatalok 43,2%-a hetente legalább egyszer internetes szórakozást keresett, 2004-re ez az adat 51,7%-ra emelkedett. Ez a korosztály ismeri és használja kedve és érdeklődési köre szerint leginkább az internet lehetőségeit.

A nem használók köre az életkor emelkedésével folyamatosan növekszik, a legkevesebb nem használó ezért éppen a 15–17 évesek, a legtöbb pedig a 60 év felettek között található.

Rendkívül nagy különbségeket mutat az internet-használat a végzettség szerinti megoszlásban. A leggyakoribb mindennapos használók a felsőfokú végzettségűek körében vannak. Kivételt képeznek a szórakoztató információk, ahol ugyan a felsőfokú végzettségűek vannak többségben (4,4%), de a többi csoport megközelíti arányukat (középfokú végzettségűek 4,1%, szakmunkások 2,5%, alacsony végzettségűek 3,8%). A középfokú végzettséggel rendelkezők mindennapos internethasználata alig tér el az alacsony végzettségűektől vagy a szakmunkásokétól. Egyetlen információ típusban jellemző kiugró eltérés, mégpedig a szakmai információk mindennapos keresésében (felsőfokú végzettségűek 20,6%, középfokú végzettségűek 10,8%, szakmunkások 2,5%, alacsony végzettségűek 2,3%).

A nem használók köre a szakmunkások között nagyobb, mint az alacsony végzettségűeknél, ami azzal függ össze, hogy a legaktívabb 15–17 év közötti internethasználók még csak alacsony végzettséggel rendelkeznek. A szakmunkások között a nem használók aránya 80% fölött van. A legkevesebb nem használó a szakmai információt keresők körében a felsőfokú végzettségűek között található, csupán 27,5% (2003-ban 36,3%).

A kutatásban kiemelt figyelmet kapott a *tévézés* és *rádióhallgatás*. Ezáltal lehetőség nyílt annak az összehasonlítására, hogy hogyan függ össze a különböző médiumok használata az internetezéssel. A legaktívabb, mindennapos internethasználók körére terjedt ki a vizsgálat. Kiderült, hogy ebben a csoportban rendkívül kevés az olyan tévéző, aki naponta több mint 5 órát ül a tévé előtt. A teljes népesség tekintetében ezek aránya 7,7%. A mindennapos internetezők között nagyon csekély volt a „kemény” tévézők aránya (0–1,6%).

A teljes népességet tekintve 30,1% három óránál valamivel többet tölt a televízió előtt. A naponta internetezők körében ez az arány sokkal kisebb: külpolitika 14,6%, szakmai információ 18%, sport 21,5%, belpolitika 22%, szórakozás 26%.

Bebizonyosodott, hogy aki az internetes információkat kedveli, más kommunikációs csatornák iránt is aktivitást mutat. Az internetes szórakozásokat keresők állnak a legközelebb a televízióhoz, közülük kerülnek ki a sokat tévézők a legnagyobb arányban. Összehasonlítottuk az internetezők szokásait a tévézők szokásaival. A teljes népesség 9,1%-a reggel, amint fölkel, bekapcsolja a televíziót. Meglepő volt, hogy ugyanígy viselkedik

a mindennapos szakmai internetezők hasonló százaléka (10%).

A teljes népesség 16,6%-ára jellemző, hogy a televíziót folyamatosan működteti, amíg otthon tartózkodik. Hasonlóan viselkednek a mindennapos szakmai információt kereső internethasználók is (16%).

Érdekes, hogy a mindennapos internetezők között nem elég csábítóak a tévéfilmek. Ha film van műsoron, a teljes népesség 28,2%-a, a mindennapos szakmai internetezőknek csak 15%-a kapcsolja be a televíziót.

A televízió azonban a mindennapos internethasználók kulcsmédiája maradt. Azok, akik az internetet intellektuálisan kevésbé igényes témák miatt keresik fel (sport, szórakozás), a televízióval is elszakíthatatlan kapcsolatban élnek.

Akik naponta a munkájuk vagy képzésük miatt keresik az internetet, a legkevésbé hajlamosak a rossz televíziós programokban alternatívát találni. Ezzel szemben a sportot és főleg szórakoztató információt keresők hajlamosabbak erre az alternatívára.

Az internetes szórakozást intenzíven igénybe vevők kevésbé igényes tévé nézőknek bizonyultak. A többi válaszadótól eltérően ők válogatás nélkül követik a televíziós műsorokat, és nem keresnek helyettük alternatívát (könyvolvasás vagy internethasználat).

Az olvasás mint tévé nézést helyettesítő alternatíva is a kutatás tárgya volt. A mindennapos internetes szórakozásokat kedvelők között mindössze 2% akadt, aki ha nem tetszik neki a televíziós műsor, többnyire könyvet vesz a kezébe és olvas. Ez nyolcszor kevesebb, mint a teljes népesség körében. Ugyanakkor az internetes szórakozásokat kedvelők harmada soha nem vesz a kezébe könyvet, ha nem tetszik a tévé műsor, akkor sem.

Teljesen másképp viselkednek a szakmai információkat kereső mindennapos internetezők. Egyharmaduk válaszolta, hogy általában könyvet keres, ha elégedetlen a televíziós műsorral. Ebben a csoportban azok, akik ezt soha nem teszik, egyharmaddal kevesebben voltak, mint a teljes népesség körében.

A kutatásban megfigyelték, hogy a különböző információ típusokat mindennap használó internetezők körében milyen a rádióhallgatók aránya. A rádió-

hallgatás a mindennapos internetezők körében csak bizonyos specifikus részletekben tér el a teljes népesség szokásaitól. A mindennapos internetezők körében elsősorban azok száma nagyobb, akik csak autózás közben hallgatnak rádiót. A teljes népesség körében mindössze 6,9%-ra, a mindennapos internetezők között 2-3-szor nagyobb arányban jellemző ez a válasz. Ennek a magyarázata egészen banális: a mindennapos internetezők köre fizetőképesebb, mint a teljes népesség, többen rendelkeznek autóval, ezért nagyobb arányban hallgatnak vezeték nélküli rádiót.

A használói szokásokra ugyanaz jellemző, mint a szórakoztató internetezők körében: a teljes népesség 29,8%-ára jellemző, hogy felkelés után bekapcsolja a rádiót. Az internetes szórakozásokat kedvelők körében ez csak 18%, de a más típusú internetes információkat keresők között ez az arány 27–34,4%.

A teljes népesség 10,1%-a válaszolta, hogy nagyon keveset, szinte soha nem hallgat rádiót. A mindennapos internetezők között ez az arány hasonló volt (9,4–11,9%), de az internetes szórakozásokat naponta keresők között ez a válasz megduplázódott (22%).

A kutatás során bebizonyosodott, hogy az internethasználók olvasáshoz és médiumokhoz való viszonya rendkívül összetett. Gyakorlatilag nincs értelme arról beszélni, hogy az internetezők milyen tévé nézők vagy milyen rádióhallgatók, de fontos megkülönböztetni azokat az információkat, amelyeket a használók az interneten olvasnak vagy használnak.

A kutatás legfontosabb következtetése az a megállapítás, hogy a mindennapos internetezők körében a televízió kulcsmédiája maradt, annak ellenére, hogy az előtte töltött órák száma naponta ebben a csoportban valamivel kevesebb, mint a teljes népesség körében. Azok, akik az interneten a kevésbé igényes intellektuális témákat keresik, intenzívebben tévéznek. Ők jellemzően többen, mint a felnőtt lakosság többi része, kora reggel bekapcsolják a televíziót, majd szünet nélkül működtetik, és gyakran akkor is előtte ülnek, ha a műsor nem is érdekli őket.

/RANKOV, Pavol: Kontexty informačného správania používateľov internetu: výsledky výskumu. = Knihnica, 5. köt. 10. sz. 2004. p. 443–445.

(Prókai Margit)