



TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058

Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése

Projektvezető: Dr. Szerb László PTE KTK egyetemi tanár

5. tevékenység: Az ökológiailag fenntartható technológiák társadalmi elfogadottságának vizsgálata

A tevékenység vezetője: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár

A magyar felnőtt lakosság online aktivitása, szabadidős szokásai – országos megkérdezés eredményei

Készítette: Nagy Ákos András

PTE KTK Gazdálkodástudományi Intézet, Marketing tanszék, tanársegéd

Kiadó: Pécsi Tudományegyetem

ISBN 978-963-642-990-4

Pécs, 2013

Tartalom:

1	A kutatás háttere	2
2	A minta demográfiai jellemzői	2
3	Online aktivitás	3
4	Szabadidős szokások	11
5	Összefoglalás	15

1. A kutatás háttere

A következő megállapítások a TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058, Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése projekt keretében megvalósult személyes megkérdezés eredményein alapulnak. A 2000 főt magában foglaló minta – a magyar lakosságot alapsokaságnak tekintve reprezentatív nem, kor, településtípus és legmagasabb iskolai végzettség szerint.

A kutatás témakörei közül jelen tanulmány a következőkre terjed ki:

- demográfiai változók (nem, kor (korcsoport, generáció), településtípus, családtípus, gyermekek száma, jövedelmi helyzet, lakóingatlan típusa)
- szabadidős internethasználat rendszeressége,
- napi rendszerességgel internetezők internetezéssel töltött ideje,
- napi rendszerességgel internetezők közösségi oldalakon töltött ideje,
- napi rendszerességgel internetezők online tartalmak fogyasztására vonatkozó attitűdjei,
- napi rendszerességgel internetezők online aktivitása,
- otthoni, mobil internetelérés lehetősége,
- szabadidős tevékenységek – intézmények, események, helyszínek látogatása

2. A minta demográfiai jellemzői

A nemek mintabeli megoszlását vizsgálva 52,2%-ban nők, míg 47,8%-ban férfiak reprezentáltak. A válaszadók többségében középiskolai végzettséggel rendelkeznek (41,4%),

emellett a szakiskolai, szakmunkásképzőben szerzett képesítéssel rendelkezők szerepelnek magasabb arányban (27,5%) a főiskolai (14,2%) és egyetemi (4,5%) illetve általános iskolai (9,6%) végzettségűekhez viszonyítva. A családi házban élők mintegy 57,4%-át teszik ki a mintának. Korcsoport szerint a 18-29 évesek 24,8%-ban, a 30-39 évesek 18,6%-ban, a 40-49 évesek 21,7%-ban, az 50-59 évesek 16,9%-ban, míg a 60 év feletti 18,1%-ban találhatóak a mintában. A válaszadók 41,6%-a házas, 33,9% partnerrel és gyerekekkel él egy háztartásban, 21,9% partnerrel gyerek nélkül.

A részletes demográfiai megoszlásokat az alábbi 1. táblázat mutatja.

1. táblázat: A minta demográfiai jellemzői.

Neme		Településtípus	
Férfi	47,8%	Budapest	18,0%
Nő	52,2%	megyei jogú város	22,9%
Korcsoport		10.000+ település	22,3%
18-29 éves	24,8%	2.000-10.000 település	22,0%
30-39 éves	18,6%	2.000 főnél kisebb település	15,0%
40-49 éves	21,7%	Ingatlan típusa	
50-59 éves	16,9%	családi ház	57,4%
60 év feletti	18,1%	sorház	5,2%
Legmagasabb iskolai végzettség		emeletes ház (tégglából)	13,7%
általános iskola	9,6%	panelház	23,4%
szakiskola, szakmunkásképző	27,5%	egyéb	0,4%
középiskola	41,4%	Családi állapot	
főiskola	14,2%	egyedülálló	22,1%
egyetem	4,5%	párkapcsolatban él	16,5%
Jövedelmi helyzet		házas	41,6%
Arra sem elég a havi jövedelem/ünk, hogy az alapvető dolgokat megvegyem/ük	6,4%	elvált	8,6%
Az alapvető dolgokat meg tudom/juk vásárolni, de másra nincs	41,6%	özvegy	6,9%
Meg tudom/juk vásárolni az alapvető dolgokat és egy-két extrát	42,3%	élettársi kapcsolatban él	4,4%
Könnyedén meg tudom/juk vásárolni, amire szükségem/ünk van	5,6%	Generációhoz tartozás	
Háztartás típusa		nem válaszolt	0,5%
szülőkkel együtt	19,2%	fiatal generáció	41,9%
szülőkkel, nagyszülőkkel együtt	1,3%	középgeneráció	43,3%
kortársaimmal együtt (közös lakásbérlet)	0,4%	idős generáció	14,2%
egyedül	14,1%	Átlagos testsúly	
partnerrel gyerek nélkül	21,9%	Átlagos testmagasság	170,94 cm
partnerrel gyerekekkel	33,9%	Átlagos havi jövedelem	
partner nélkül gyerekekkel	6,5%	Átlagéletkor	43,21 év
egyéb	2,7%	Érzett átlagéletkor	
		Érzett átlagéletkor	39,88 év

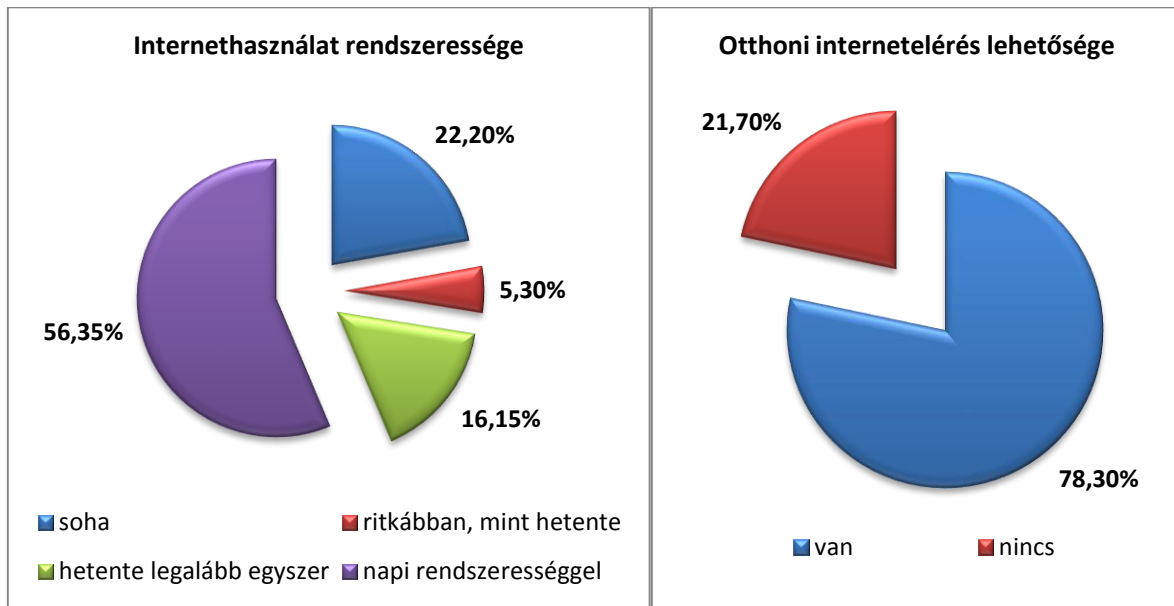
Forrás: saját szerkesztés

3. Online aktivitás

A válaszadók több mint fele – mintegy 56,35% – napi rendszerességgel használja az internetet. Ellenben a minta 22,2%-a említette, hogy soha nem internetezik. Az összes válaszadó 78,30%-a rendelkezik otthon interneteléréssel, közülük 69,7% napi rendszerességgel tölti szabadidejének egy részét e tevékenység végzésével. Megoszlást

tekintve a válaszadók csupán 8,1%-a használja szabadidejében napi rendszerességgel az internetet úgy, hogy nem otthonról éri el (2. ábra). Mindezek alapján egyértelműen látszik az a tény, miszerint az internethasználat gyakorisága összefügg az otthoni elérés lehetőségével és emellett az is megállapítható, hogy aki internetet használ, azt gyakran – leginkább napi rendszerességgel – teszi szabadidejében.

2. ábra: Szabadidős internethasználat rendszerességének és az otthoni internetelés megoszlása a teljes minta elemszámot (n=2000) tekintve. Forrás: saját szerkesztés

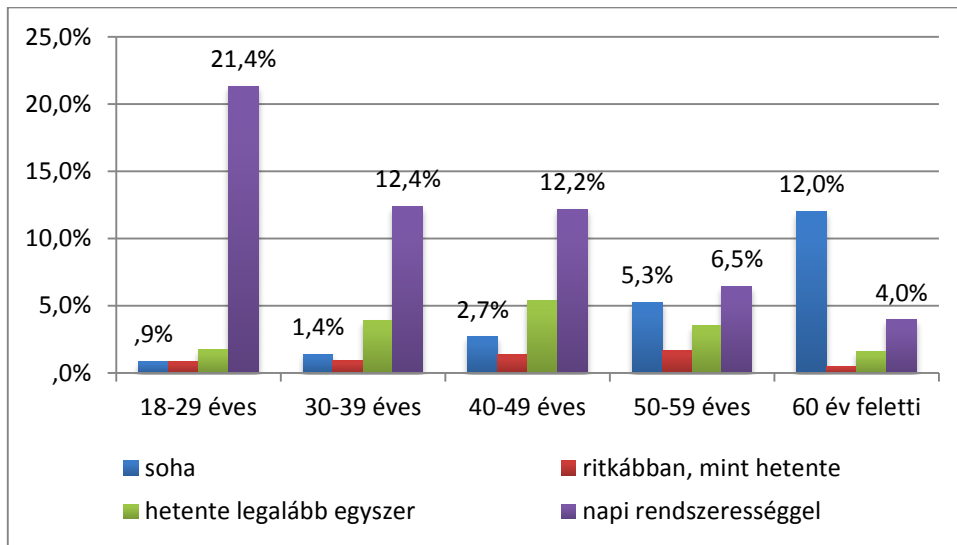


A minta alapján megállapítható, hogy a szabadidős internethasználat nem függ össze a válaszadók nemével. Ezzel ellentétben a gyakori szabadidős internethasználat különbözik az egyes generációk¹ esetében ($\chi^2=556.45$, $\lambda=0.188$, Φ (Phi)=0.545, Cramer V=0.315; $p<0.000$). A napi rendszeresség inkább a fiatal, egyedülálló, gyermektelen, (legmagasabb) középiskolai végzettséggel rendelkező, szülőkkel, vagy partnerrel együtt élő, jobb anyagi helyzettel rendelkezőkre jellemző.

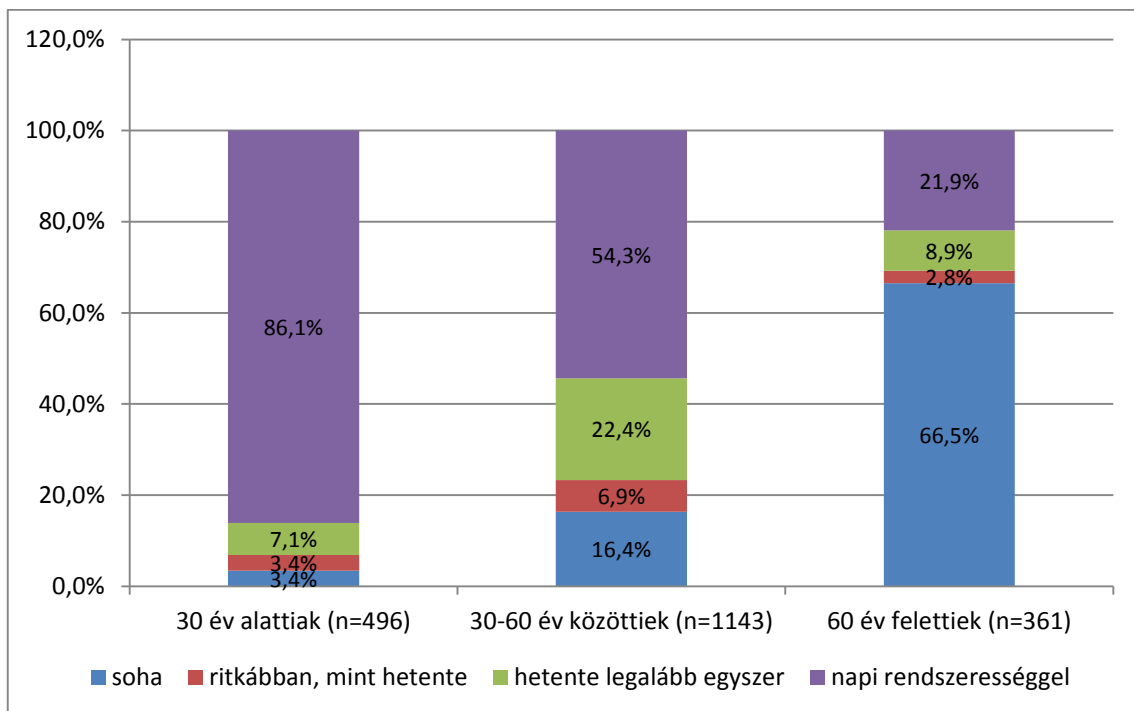
Az egyes tényezők közül egyértelműen a korcsoport bír meghatározó jelentőséggel (a többi részben ezzel összefüggő faktor), szignifikáns, pozitív kapcsolatot mutat a napi szabadidős internethasználattal ($\chi^2=700.37$, $\lambda=0.199$, Φ (Phi)=0.606, Cramer V=0.350; $p<0.000$). Míg a 18-29 évesek 86,1%-a napi rendszerességgel használja az internetet, addig a 60 év felettiekre ez csupán 21,9%-ban jellemző, illetve esetükben a legmagasabb – mintegy 66,5% – nem internetezők aránya (ld.: 3. és 4. ábra).

¹ Három nevesített generációra (fiatal-, közép-, idősgeneráció) vonatkozó kérdés mentén.

3. ábra: Szabadidős internethasználat korcsoportok szerinti megoszlása a teljes mintában (n=2000)². Forrás: saját szerkesztés



4. ábra: Szabadidős internethasználat generációk szerinti megoszlása (n=2000). Forrás: saját szerkesztés

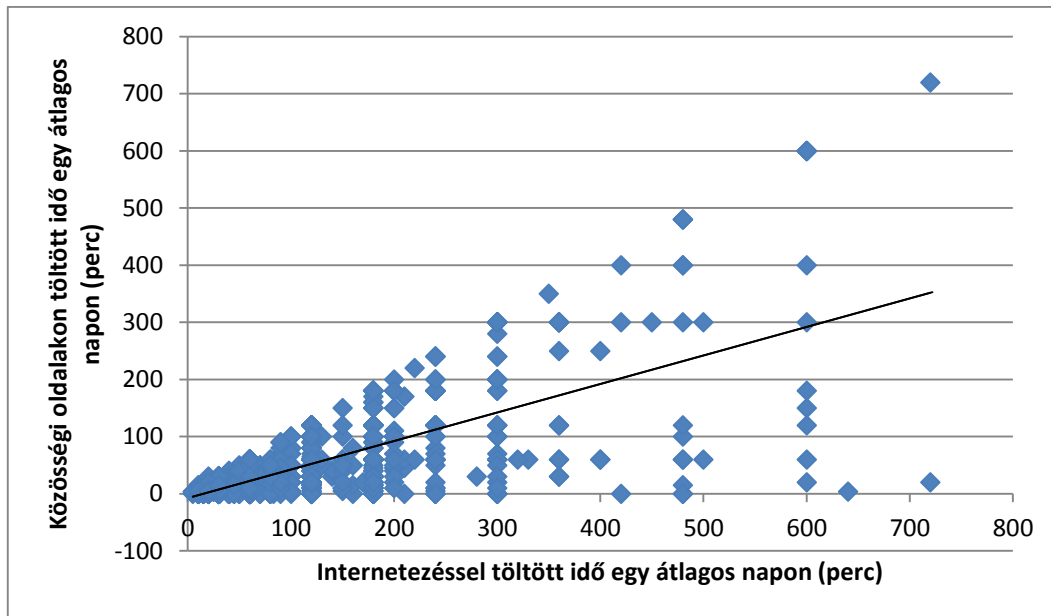


A szabadidejükben napi rendszerességgel internetezők megközelítően 2 órát (átlag: 117,19 perc; szórás 106,98 perc) töltenek az interneten, egy átlagos napon, amiből 51 perc közösségi oldalakra szánnak. A két változó közötti korreláció erős 0,626-os értékkel jellemezhető. Érdekes azonban, hogy a válaszadók (n=1124) 12,1%-a egyáltalán nem tölt időt e közösségi felületeken. Amennyiben a közösségi oldalakon eltöltött időt tekintjük függő

² A mintabeli megoszlás egy tizedesre kerekített százalékos megoszlásai a „napi rendszerességgel” és a „soha” kategóriák esetében kerültek csak feltüntetésre az átláthatóság és összehasonlíthatóság érdekében.

változó, az internetezéssel töltött időt pedig magyarázó változó, szignifikáns ($F=1024,27$; $p<0,000$) lineáris regressziós modellt ($B=0,499$) kapunk, 48,1%-os magyarázó erővel (R^2) (5. ábra).

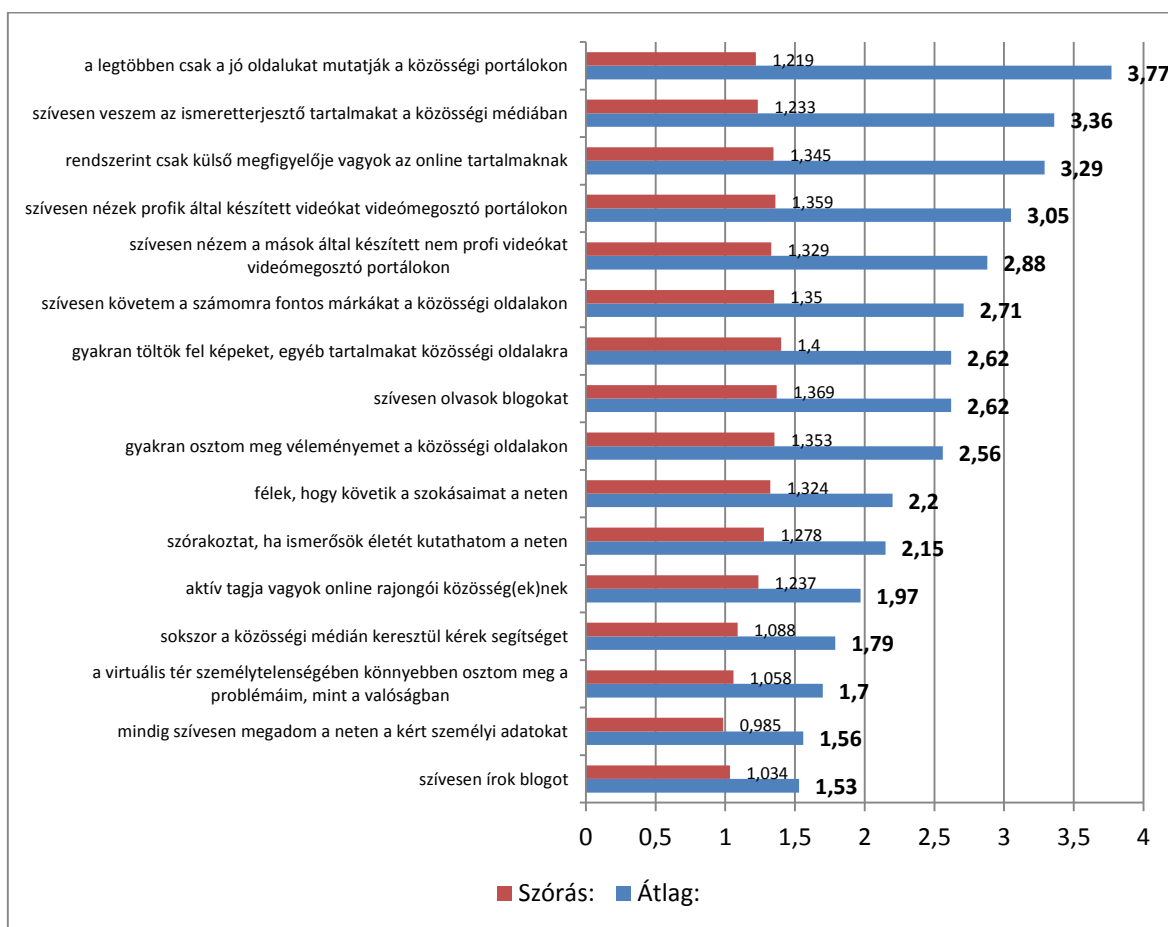
5. ábra: A napi internethasználat és a közösségi felületek közötti lineáris regresszió ábrázolása (n=1124). Forrás: saját szerkesztés



A napi rendszerességgel internetet használók közösségi online aktivitását attitűdállításokkal – 1-5-ig terjedő Likert skála segítségével – vizsgálva elmondható, hogy inkább a passzív, szemlélődő magatartásra vonatkozó kijelentésekkel értettek egyet a válaszadók (6. ábra).

Az elkötelezettséget és kitartást igénylő blogírás végzett az átlagértékeket tekintve a legutolsó helyen. Emellett azonban fontos kiemelni, hogy a skála léptékénél nagyobb szórásértékek a válaszadók magas heterogenitását mutatják. Egyedül a személyi adatok féltése, pontosabban ennek ellentét állítása, esetében tapasztalható egynél alacsonyabb szórás. A többihez viszonyítva rendkívül erős egyetértést mutatott az az állítás, amely szerint „a legtöbb csak a jó oldalukat mutatják a közösségi portálokon”.

6. ábra: A közösségi felületek használatára vonatkozó állítások átlag és szórásértékei.
Forrás: saját szerkesztés



K-közepű klaszterelemzés eredményeképpen a szabadidejükben napi rendszerességgel internetezők (n=1064 válaszadó) négy elkülönülő csoportba sorolhatóak. Valamennyi elemzésbe került közösségi médiahasználatra vonatkozó állítás (ld.: 7. ábra) szignifikáns megkülönböztető szereppel bír a klaszterek tekintetében. A négy csoport közötti különbségek egyrészt a tartalomgenerálási aktivitás mértéke, másrészt speciális érdeklődési körök mentén adódnak.

Az első csoport passzív tartalomfogyasztással jellemezhető, viszont annak mértékében kiemelkedik a többi klaszterhez képest. Különösen jellemző ez a közösségi médiában közölt ismeretterjesztő tartalmak, a blogok és a videók irányába. E szempont alapján őket „ismeretgyűjtő, blogolvasó videófüggőknek” (213 fő (10,65%-a a teljes mintának)) nevezhetjük a továbbiakban. Demográfiai jellemzőiket tekintve inkább fiatalok, egyedülállóak, szülőkkel, nagyszülőkkel élnek együtt, Budapesten, vagy valamely megyei jogú városban és nem rendelkeznek önállóan elkölthető jövedelemmel. Interneten számos barátjukkal tartják a kapcsolatot (16-30 fővel is akár), zenét, filmeket töltenek le, blogokat

olvasnak és írnak, barátokkal beszélgetnek, közösségi oldalakat használnak. Szabadidejükben szívesen járnak házibulikba, kocsmákba vagy kávézóba, szórakozóhelyekre, fesztiválokra.

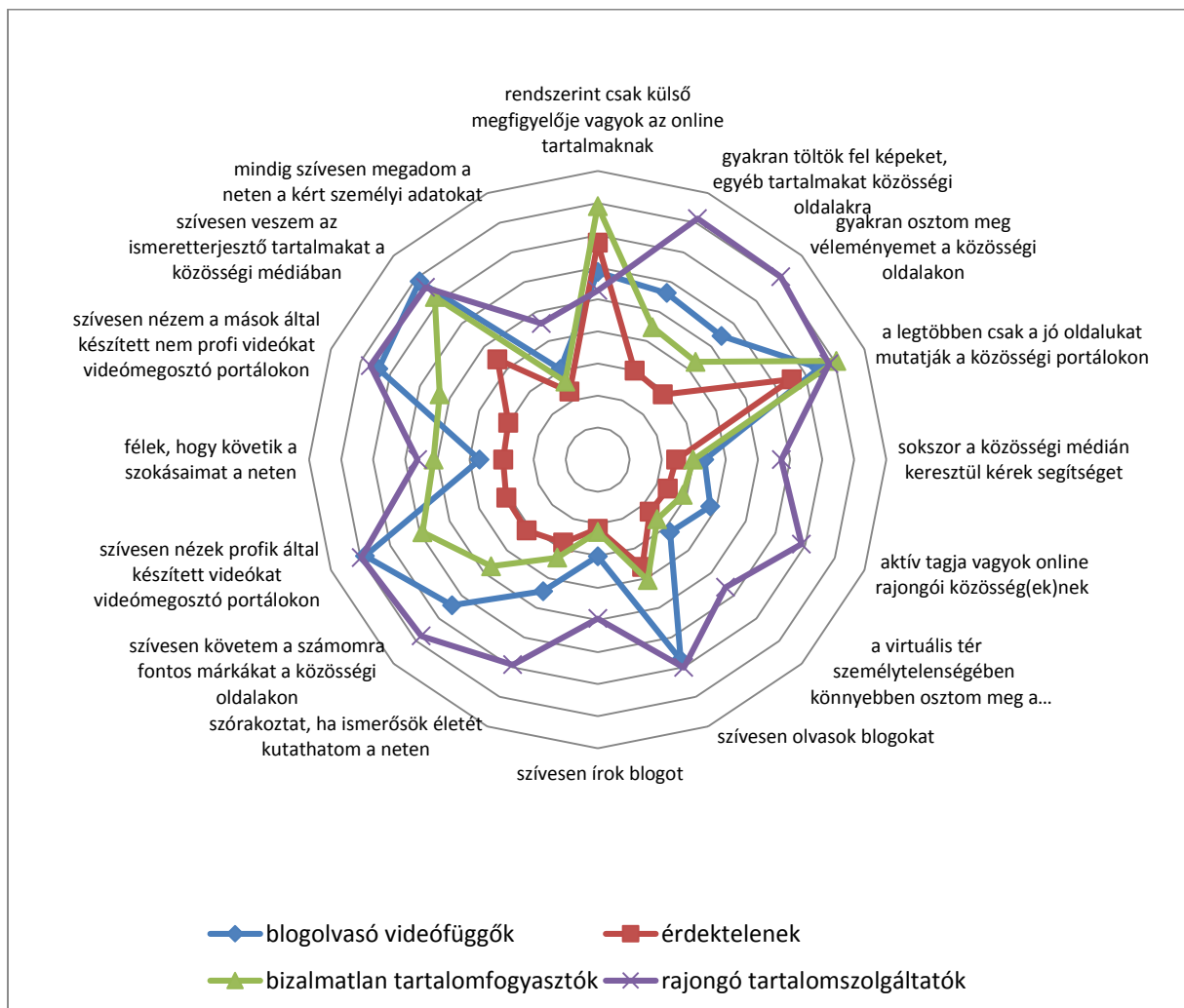
A második csoport a legkevésbé ért egyet az állításokkal, igazából úgy tűnik, hogy egyáltalán nem érintett, érdekelt a közösségi oldalak használatában, vagy csak külső megfigyelőként olvas tartalmakat, nem néz videókat, de azért vannak közöttük, akik érdeklődést mutatnak az ismeretterjesztő célú információk iránt. E megfontolások alapján őket „*passzívoknak*” (256 fő (12,8%-a a teljes mintának)) nevezhetjük. Demográfiai jellemzőiket tekintve inkább 40-49 évesek, vagy 60 év feletti, élettársi kapcsolatban, vagy megözvegyülten gyermekkel együtt, 2000-10000 fős városokban élnek, jobb anyagi helyzetben, azonban a legrosszabb anyagi körülményekkel rendelkezők körében is felülreprezentáltak. Nem tartják barátaikkal interneten keresztül a kapcsolatot, szabadidejükben inkább múzeumba, kiállításokra, komolyzenei koncertekre, ismeretterjesztő, tudományos témájú előadásokra, könyvtárba járnak, de egyáltalán nem aktívak e tevékenységek végzésében, hiszen 10 szabadon eltölthető estjükből keveset töltenek otthonukon kívül. Gyakoribb online tevékenységeik között szerepel a hírek olvasása, a levelezés, a termékekről, árakról történő informálódás. Interneten keresztül nem ápolják baráti kapcsolataikat.

A harmadik csoportra jellemző az aktív tartalomfogyasztás, azonban, amikor személyes adatok megadására kerül a sor, bizalmatlanná válnak, és e bizalmatlanság jellemzi őket akkor is, amikor másokról kell ítéletet alkotniuk a közösségi portálok mutatói alapján, illetve félnek, hogy követik szokásaikat az interneten. Őket tehát „*megfigyelőknek, bizalmatlan tartalomfogyasztóknak*” (317 fő (15,85%-a a teljes mintának)) nevezhetjük. Jellemzőik, hogy inkább 30-39 vagy 50-59 évesek, főiskolai, vagy egyetemi szintű a legmagasabb iskolai végzettségük, 10 000 fő feletti településen, párkapcsolatban élnek, de még nem feltétlenül van gyermekük. Jól mutatja a csoport bizalmatlanságát, hogy körükben a legmagasabb azok aránya, akik nem válaszoltak a havi elkölthető jövedelem megadására irányuló kérdésre. Szívesen járnak színházba, étterembe, kocsmába/kávézóba, illetve akár fesztiválokra is, de jellemző rájuk a könyvolvasás is, mint szabadidős elfoglaltság. Online tevékenységeik között szerepel a hírek olvasása, a levelezés, a termékekről, árakról informálódás és a vásárlás is, illetve a közösségi oldalak használata, a barátokkal beszélgetés. Interneten 1-10 ismerősükkel, barátjukkal tartják a kapcsolatot.

A negyedik csoport a legaktívabb, mind a tartalomfogyasztást, mind a tartalomgenerálást illetően. Szívesen olvas blogokat, néz videókat, akár el is kötelezi magát egy-egy márka közösségi oldalán, legalábbis a többi csoportot meghaladó mértékben involvált a rajongói

közösségekben. Sokban hasonlít az első csoportra, azonban magasabb aktivitást mutatnak tagjai, ami az önálló tartalomgenerálás mellett abban is tükröződik, hogy érettebben gondolkodnak, félnak, hogy követik szokásaikat az interneten, míg az első csoporthoz tartozók ezt a lehetőséget nem tartják valószínűnek. A negyedik csoportot így „*rajongó tartalomszolgáltatóknak*” (278 fő (13,9%-a a teljes mintának)) nevezhetjük el. Jellemzően fiatalok (18-29 évesek) alkotják a klasztert, inkább középiskolai, szakiskolai legmagasabb iskolai végzettséggel, egyedülállók, kortársaikkal együtt élnek (közös lakásbérlet), 15 000 Ft és 40 000 Ft közötti összegből gazdálkodnak. Számos barátjukkal, 30-nál többel is, interneten keresztül tartják a kapcsolatot. Szabadidejükben is magas aktivitásuk mutatkozik meg, járnak színházba, komolyzenei hangversenyre, házibuliba, kocsmába/kávézóba, szórakozóhelyekre, könnyűzenei koncertekre, fesztiválokra és sportrendezvényekre. Online aktivitásuk nem csak a közösségi oldalakra terjed ki, hanem szeretnek játszani, zenétet, filmeket letölteni, fórumokat látogatni, barátokkal beszélgetni.

7. ábra: Négy klaszter jellemző válaszai a kérdőívben szereplő attitűdállításokra.
Forrás: saját szerkesztés



Az egyes klaszterek ismertetése során használt szempontok mentén a tagokra leginkább jellemző tulajdonságokat a 2. táblázat foglalja össze. Amely szempontok esetében külön nem került feltüntetésre, ott szignifikáns statisztikai különbség tapasztalható az egyes csoportok között.

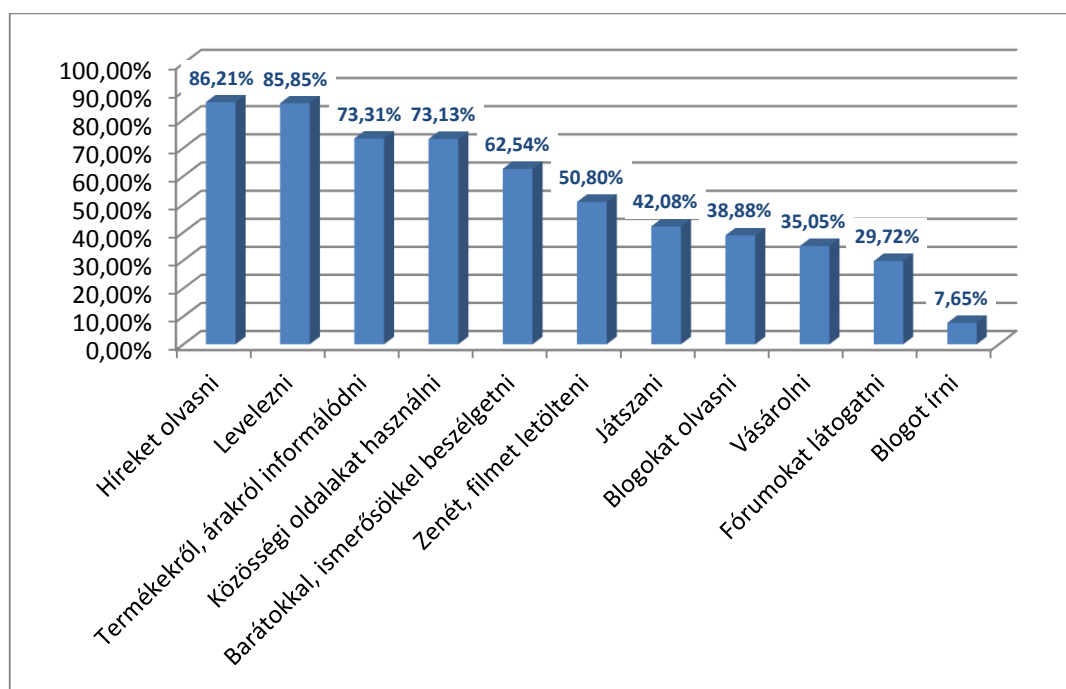
2. táblázat: A négy klaszter fontosabb jellemvonásai.

	„ismeretgyűjtő, blogolvasó videófüggőknek”	passzívak	megfigyelők, bizalmatlan tartalomfogyasztók	rajongó tartalomszolgáltatók
Elemszám	213	256	317	278
Nem (nincs szignifikáns különbség a csoportok között)	53,5% férfi, 46,5% nő	45,3% férfi, 54,7% nő	50,8% férfi, 49,2% nő	51,1% férfi, 48,9% nő
Korcsoport	18-29 évesek	40-49 évesek és 60 év felettiek	30-39 évesek és 50-59 évesek	18-29 évesek
Legmagasabb iskolai végzettség (nincs szignifikáns különbség a csoportok között)	általános iskola, vagy főiskola, vagy egyetem	szakiskola, vagy egyetem	főiskola, vagy egyetem	középiskola, vagy szakiskola
Településtípus (nincs szignifikáns különbség a csoportok között)	Budapest, vagy megyei jogú város	2000-10000 fős település	10000 fő feletti település	2000 fősnél kisebb, vagy Budapest, vagy megyei jogú város
Családi állapot	egyedülálló	özvegy, vagy élettársi kapcsolatban élő	párkapcsolatban élő, vagy házas, vagy elvált	egyedülálló
Háztartás típusa	szülőkkel, nagyszülőkkel együtt, vagy egyedül	partnerrel gyerekekkel, vagy partner nélkül gyerekekkel, vagy egyedül	partnerrel gyerekekkel vagy gyerek nélkül illetve partner nélkül gyerekekkel	kortársakkal együtt (közös lakásbérlet)
Anyagi helyzet	nem rendelkezik önálló elköltendő jövedelemmel	120 00 Ft-nál több	nem válaszolt, vagy 15 000 Ft-nál kevesebb és 12 000 Ft-nál több	15 000-nál több, de 40 000 Ft-nál kevesebb
Barátokkal való internetes kapcsolattartás során a barátok száma	16-20 és 20-30 között	egyel sem	1-5 és 6-10 között	30-nál több
Szabadidős tevékenység (nincs szignifikáns különbség a csoportok között)	házi buli, szórakozóhely, kocsmák/kávézó, fesztivál	múzeum, nyitott előadások, ismeretterjesztő tudományos témában, színház, kiállítás, komolyzenei hangverseny, könyvtár	színház, étterem, kocsmák/kávézó, fesztivál, könyvolvasás	színház, mozi, kiállítás, komolyzenei hangverseny, könnyűzenei koncert, házi buli, szórakozóhely, kocsmák/kávézó, sportrendezvény, fesztivál
Internetes aktivitás (nincs szignifikáns különbség a csoportok között)	közösségi oldalak használata, blogok olvasása, zene-, filmletöltés, blogírás, barátokkal beszélgetés	levelezés, termékekről, árakról informálódás, hírek olvasása	hírek olvasása, levelezés, termékekről, árakról informálódás, közösségi oldalak használata, vásárlás, barátokkal beszélgetés	játék, közösségi oldalak használata, blogok olvasása, zene-, filmletöltés, fórumok látogatása, blogírás, vásárolás, barátokkal beszélgetés

Forrás: saját szerkesztés

A naponta internetezők leggyakoribb online aktivitása azonban nem a közösségi oldalak használata, hanem a hírolvasás, közel 86%-uk végez ilyen tevékenységet szabadidejében e platformon (9. ábra). Emellett a levelezés emelhető ki 85,85%-os részarányával és harmadik helyen szerepel a termékekről, árakról történő informálódás (73,31%) is.

8. ábra: Különböző online aktivitások megoszlása a szabadidejükben napi rendszerességgel internetezők körében (n=1124 fő). Forrás: saját szerkesztés



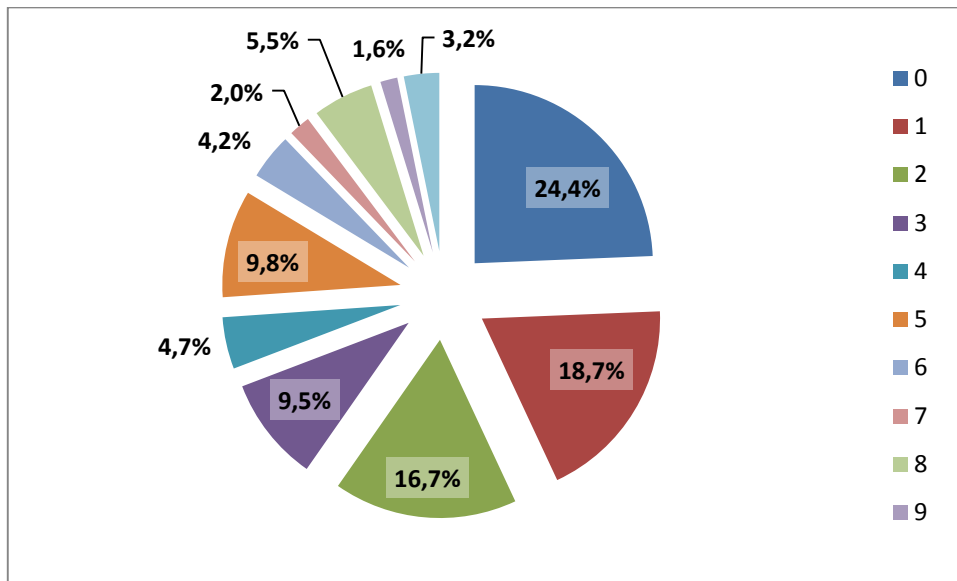
Ezt követi a közösségi oldalhasználat (73,13%), illetve a barátokkal és ismerősökkel történő beszélgetés (62,54%). A válaszadók közel fele – 50,80% - tölt le zenéket és filmeket szabadidejében az interneten, míg 42,08%-uk játszik is a világhálón. Blogokat kicsivel kevesebb, mint 40%-uk olvas (38,88%), ellenben csupán 7,65% szolgáltat ilyen jellegű tartalmat. Érdekes emellett, hogy az internet indulását követően tapasztalt gyakori fórumlátogatás napjainkra lecsökkent, a napi internetezők csupán 29,72%-a keres fel ilyen oldalakat, míg az interneten történő vásárlás 35,05%-ra jellemző.

4. Szabadidős szokások

Az internet szabadidőben játszott meghatározó szerepe mellett érdemes megvizsgálni, hogy milyen egyéb szabadidős szokásokkal rendelkeznek a válaszadók.

A válaszadók (n=2000) mintegy 24,3%-a 10 szabadon eltölthető estéből egyszer sem keres magának otthonon kívüli tevékenységet. A megoszlásokat vizsgálva inkább az 1-2 estét választók szerepelnek még 10%-ot meghaladó súlyokkal (10. ábra).

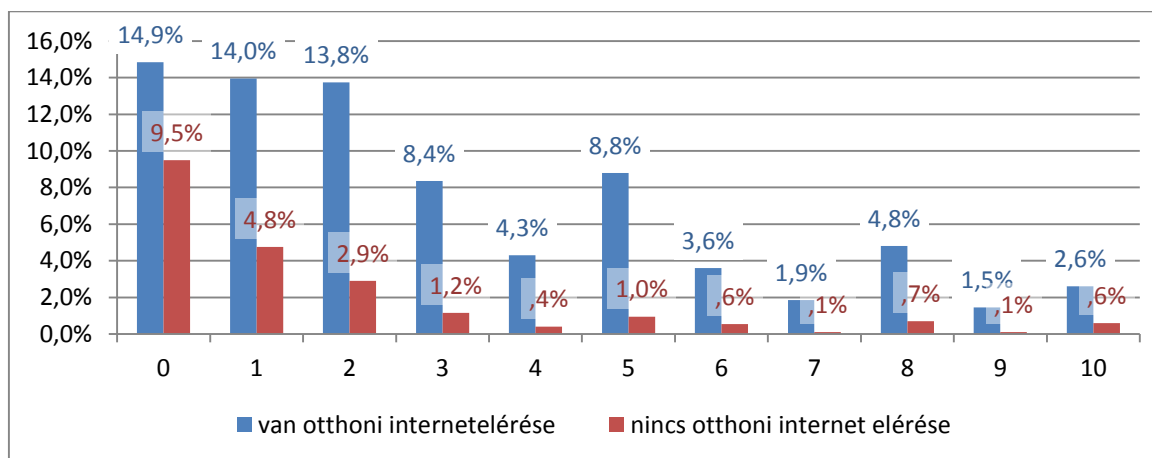
9. ábra: „Hány alkalommal keres magának otthonon kívüli tevékenységet 10 szabadon eltölthető estéből?” kérdésre adott válaszok megoszlása. Forrás: saját szerkesztés



Az otthonon kívüli tevékenységgel töltött napok száma 10 szabadon eltölthető estéből szignifikáns kapcsolatot mutat az életkorral. Korcsoportokat vizsgálva a 18-29 évesek jellemzően több estét töltenek otthonukon kívül, míg az idősebb korosztályok kevésbé mozdulnak ki szabadidejükben ($\chi^2=508.72$, $\lambda=0.100$, Φ (Phi)=0.504, Cramer V=0.252; $p<0.000$). Érdekes továbbá, hogy inkább a férfiakra jellemző az otthonukon kívüli időtöltés gyakorisága ($\chi^2=33.56$, $\lambda=0.03$, Φ (Phi)=0.13, Cramer V=0.13; $p<0.001$), míg a nők esetében magasabb részarányban vannak jelen azok, akik egyszer sem, vagy 1-2 alkalommal töltik máshol szabadidejüket. Összefüggésben a kor meghatározó szerepével, azok, akik szülőikkel együtt élnek jellemzően 2-5-8 alkalommal mozdulnak ki, míg a partnerrel élők esetében ez a 10-ből csak 3 alkalom fordul elő gyakrabban. Az anyagi helyzet megítélése is szignifikáns kapcsolatot mutat az otthonon kívüli szabadidős tevékenységekkel. Akik kedvezőbb jövedelmi viszonyok között élnek többször mozdulnak ki otthonukból ($\chi^2=122.73$, $\lambda=0.052$, Φ (Phi)=0.253, Cramer V=0.146; $p<0.000$). Érdekes továbbá hogy a legmagasabb iskolai végzettséggel, illetve a településtípussal nem mutatható ki szignifikáns összefüggés. Fontos következtetésként levonható az is, hogy az otthoni internetelés nem teszi „otthonülővé” az embereket. Akiknek van otthoni internetelésük, magasabb arányban jelölik meg a gyakoribb otthonon kívüli szabadidő töltési alkalmakat ($\chi^2=148.43$, Φ (Phi)=0.272, Cramer V=0.272; $p<0.000$) (11. ábra).

10. ábra: 10 szabadon eltölthető estéből otthonon kívüli tevékenységgel töltött alkalmak számán belül az otthoni internetelés két kategóriájának részesedése (%) (n=2000).

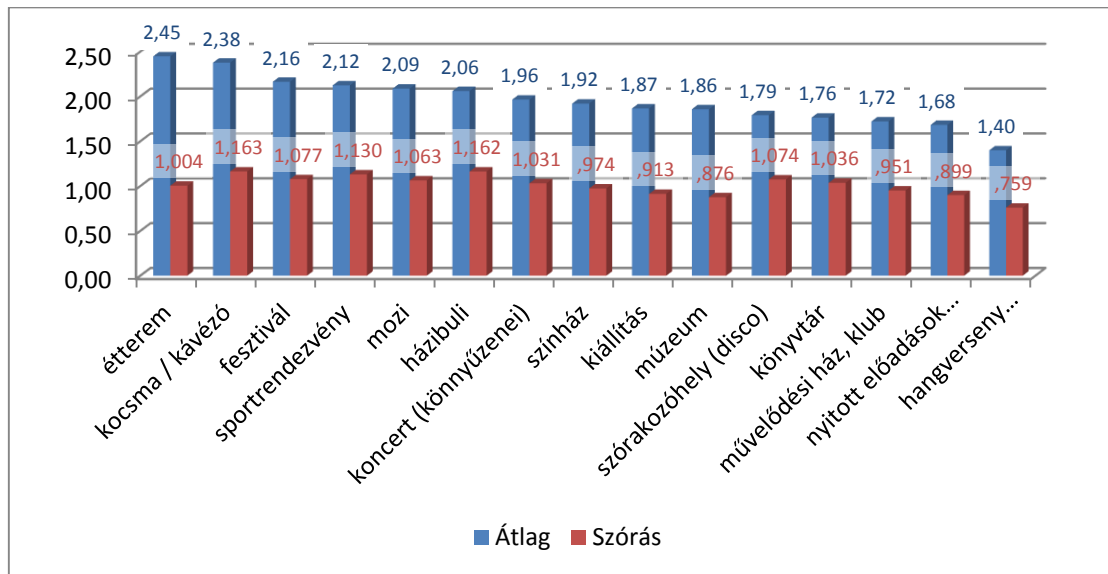
Forrás: saját szerkesztés



Otthonon kívüli tevékenységek közül a leggyakrabban látogatott helyek, események, kulturális és egyéb szabadidős programok közül az étterem, illetve kocsmá/kávézó szerepelnek legelől. Ezt követik a fesztiválok, sportrendezvények és a mozi. „Könnyedebb” kategóriákként a gyakorisági sorrendben előrébb szerepel a házibuli és a könnyűzenei koncert is. A színház, kiállítás és múzeumlátogatás csak ezután következnek, már mind 2-es gyakorisági érték alatti átlaggal és a többi kategóriához mért viszonylag alacsony szórással. Legkevésbé a komolyzenei hangversenyek, nyitott előadások látogatása számít gyakori szabadidő-töltési programnak, a könyvtár és a művelődési ház, illetve klubok is megelőzik a sorban. A szórakozóhelyekre (diszkóba) járás sem számít a teljes mintát tekintve rendszeres tevékenységnek a megadott kategóriák között. A teljes mintát elemezve, 1-5-ig terjedő gyakorisági skálán mérve a válaszokat, az előbbi kategóriák a 12. ábrán látható átlag és szórásértékekkel jellemezhetőek.

Természetesen korcsoportonként eltérő szabadidő-töltési preferenciákat várunk, azonban nem valamennyi kategória bír megosztó erővel. A múzeumba járás, nyitott előadások, színház, kiállítások, komolyzenei koncert, könyvtár, művelődési ház, illetve klubok látogatásának gyakorisága nem tér el szignifikáns módon az egyes korcsoportok között. Emellett azonban egyértelműen kirajzolódik a fiatalabb korcsoportok könnyűzenei koncertek, mozi, házibulik, diszkók, kocsmák/kávézók, sportrendezvények, illetve fesztiválok iránti preferenciája. Továbbá az étterembe járás is inkább a fiatalabb korcsoportokra jellemző.

11. ábra: Szabadidős tevékenységek gyakoriságának átlag- és szórásértékei a teljes mintában (n=2000 fő). Forrás: saját szerkesztés



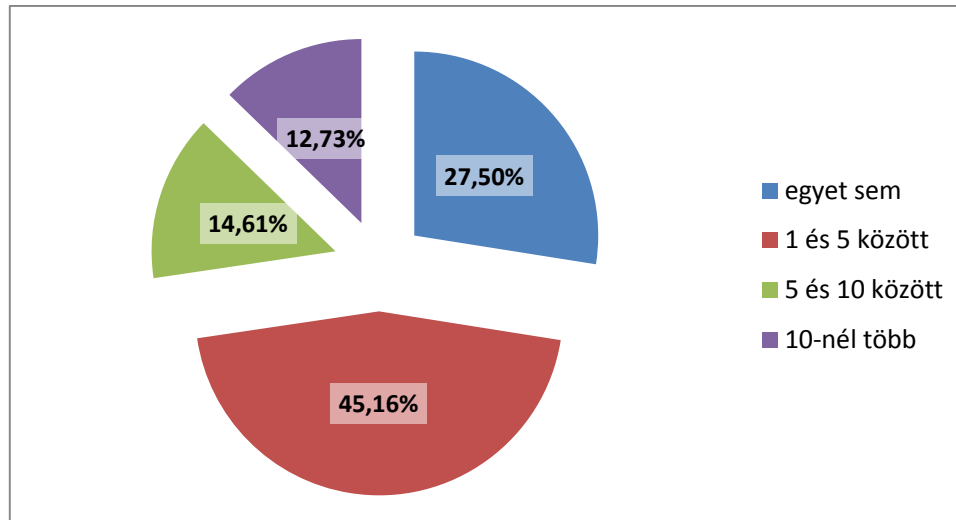
Érdekes, hogy a rendszeres múzeumlátogatás leginkább a megyei jogú városokban élőkre jellemző a minta alapján és szignifikáns módon különbözik a rendszeressége településtípusok szerint ($\chi^2=49.039$, $\lambda=0.028$, Φ (Phi)=0.157, Cramer V=0.091; $p<0.004$). Továbbá a színházba, illetve hangversenyre járásra is hasonló összefüggés a jellemző. A fővárosban élők egyetlen előre definiált gyakoriságú kategória esetében sem járnak elől. A mozi, kiállítás esetében nem tapasztalható azonban hasonló hatás. Kimutatható az is, hogy a múzeumba, színházba, kiállításra, hangversenyre járás összefügg a magasabb iskolai végzettséggel, jobb anyagi lehetőségekkel és ez alól a könyvtár, az étterem sem kivétel.

Faktorelemzés során, varimax rotációt alkalmazva (53,88%-os magyarázó erővel) a lehetséges kulturális szabadidő töltési lehetőségek közül két tényezőköteg állítható össze. Egyrészt a múzeumba, nyitott előadásokra, színházba, kiállításra, komolyzenei hangversenyre, könyvtárba, művelődési házba, klubokba való járás alkot egy csoportot, szemben a mozi, könnyűzenei koncert, házibuli, diszkó, étterem, kocsma/kávézó, sportrendezvény és fesztivál gyakori látogatásával.

A könyvolvasás kedveltségére vonatkozóan az utóbbi egy évben olvasott könyvek számából következtethetünk. 1 896 válaszadó válasza alapján az egy évben olvasott könyvek átlagos száma a mintában közel 6 könyv (6,26), a szórásérték viszont kimondottan magas mintegy 13 db (12,99), ami az olvasási szokások magas heterogenitását mutatja. Újrafordulva a válaszokat megállapítható, hogy a válaszadók 27,50%-a egyetlen egy könyvet sem olvasott el, 45,16%

legalább 1, de maximum 5 db-t, 14,61% 5 és 10 könyv közötti mennyiséget, és 12,73% 10-nél többet (13. ábra).

12. ábra: Az utóbbi egy évben elolvasott könyvek (nem kötelező olvasmányok vagy tankönyvek) számának kategóriánkénti megoszlása (n=1869). Forrás: saját szerkesztés



Az utóbbi évben elolvasott könyvek száma szignifikáns statisztikai összefüggést mutat a válaszadó nemével ($\chi^2=54.00$, $\lambda=0.034$, Φ (Phi)=0.170, Cramer V=0.170; $p<0.000$; $r_{nem}=0,150$), a nők többet olvasnak, mint a férfiak. Emellett a legmagasabb iskolai végzettség ($\chi^2=353.65$, $\lambda=0.085$, Φ (Phi)=0.435, Cramer V=0.251; $p<0.000$) és az anyagi helyzet megítélése ($\chi^2=79.68$, $\lambda=0.054$, Φ (Phi)=0.210, Cramer V=0.121; $p<0.000$) kapcsán fedezhető fel még pozitív összefüggés (Pearson féle korreláció mértéke $r_{isk. végz.}=0,379$; $r_{jöv. kat.}=0,159$) az elolvasott könyvek számával. Az otthoni internetelés, illetve mobilinternet használat esetében nem mutatható ki összefüggés a könyvolvasás mértékének alakulásával. Egyedül talán az érdekes, hogy míg az otthoni internetelés esetében magasabb az elolvasott könyvek száma, addig a mobilinternettel rendelkezők körében alacsonyabb. Az egyes korcsoportok esetében sem teljesen egyértelmű az összefüggés, azonban szembevetendő, hogy a 10-nél több könyvet olvasók legmagasabb részarányban a 60 év feletti csoportjába tartoznak. Az elolvasott könyvek száma emellett összefügg a múzeumba, nyitott előadásokra, színházba, kiállításra, komolyzenei hangversenyre, könyvtárba, művelődési házba és klubokba való járás gyakoriságával.

5. Összefoglalás

A válaszadók (2 000 fő) több mint fele – mintegy 56,35% – napi rendszerességgel használja az internetet. Ellenben a minta 22,2%-a említette, hogy soha nem internetezik. A

szabadidejükben napi rendszerességgel internetezők megközelítően 2 órát (átlag: 117,19 perc; szórás 106,98 perc) töltenek az interneten, egy átlagos napon, amiből 51 percet közösségi oldalakra szánnak. A két változó közötti korreláció erős 0,626-os értékkel jellemezhető. A naponta internetezők leggyakoribb online aktivitása azonban nem a közösségi oldalak használata, hanem a hírolvasás, közel 86%-uk végez ilyen tevékenységet szabadidejében. Emellett a levelezés emelhető ki 85,85%-os részarányával és harmadik helyen szerepel a termékekről, árakról történő informálódás (73,31%) is. A szabadidejükben napi rendszerességgel internetezők (n=1064 válaszadó) négy elkülönülő csoportba sorolhatóak. K-közepű klaszterelemzéssel: „ismeretgyűjtő, blogolvasó videófüggőknek” (213 fő), „passzívak” (256 fő), „megfigyelők, bizalmatlan tartalomfogyasztók” (317 fő), „rajongó tartalomszolgáltatóknak” (278 fő).

A válaszadók mintegy 24,3%-a 10 szabadon eltölthető estéből egyszer sem keres magának otthonon kívüli tevékenységet. Az otthonon kívüli tevékenységgel töltött napok száma 10 szabadon eltölthető estéből szignifikáns kapcsolatot mutat az életkorral. Korcsoportokat vizsgálva a 18-29 évesek jellemzően több estét töltenek otthonukon kívül, míg az idősebb korosztályok kevésbé mozdulnak ki szabadidejükben. Érdekes továbbá, hogy inkább a férfiakra jellemző az otthonukon kívüli időtöltés gyakorisága. Az anyagi helyzet megítélése is szignifikáns kapcsolatot mutat az otthonon kívüli szabadidős tevékenységekkel. Akik kedvezőbb jövedelmi viszonyok között élnek többször mozdulnak ki otthonukból. Fontos következtetésként levonható az is, hogy az otthoni internetelés nem teszi „otthonülővé” az embereket. Akiknek van otthoni internetelésük, magasabb arányban jelölik meg a gyakoribb otthonon kívüli szabadidő töltési alkalmakat. Természetesen korcsoportonként eltérő szabadidő-töltési preferenciákat várunk, azonban nem valamennyi kategória bír megosztó erővel. A múzeumba járás, nyitott előadások, színház, kiállítások, komolyzenei koncert, könyvtár, művelődési ház, illetve klubok látogatásának gyakorisága nem tér el szignifikáns módon az egyes korcsoportok között. Emellett azonban egyértelműen kirajzolódik a fiatalabb korcsoportok könnyűzenei koncertek, mozi, házibulik, diszkók, kocsmák/kávézók, sportrendezvények, illetve fesztiválok iránti preferenciája. Továbbá az étterembe járás is inkább a fiatalabb korcsoportokra jellemző.

Faktorelemzés során, varimax rotációt alkalmazva (53,88%-os magyarázó erővel) a lehetséges kulturális szabadidő töltési lehetőségek közül két tényezőköteg állítható össze. Egyrészt a múzeumba, nyitott előadásokra, színházba, kiállításra, komolyzenei hangversenyre, könyvtárba, művelődési házba, klubokba való járás alkot egy csoportot, szemben a mozi,

könnyűzenei koncert, házibuli, diszkó, étterem, kocsmakávézó, sportrendezvény és fesztivál gyakori látogatásával.

A könyvolvasás kedveltségére vonatkozóan az utóbbi egy évben olvasott könyvek számából következtethetünk. 1 896 válaszadó válasza alapján az egy évben olvasott könyvek átlagos száma a mintában közel 6 könyv (6,26), a szórásérték viszont kimondottan magas mintegy 13 db (12,99), ami az olvasási szokások magas heterogenitását mutatja. Az utóbbi évben elolvasott könyvek száma szignifikáns statisztikai összefüggést mutat a válaszadó nemével, a nők többet olvasnak, mint a férfiak. Emellett a legmagasabb iskolai végzettség és az anyagi helyzet megítélése kapcsán fedezhető fel még pozitív összefüggés (a Pearson féle korreláció mértéke $r_{\text{isk. végz.}}=0,379$; $r_{\text{jöv. kat.}}=0,159$) az elolvasott könyvek számával. Az otthoni internetelérés, illetve mobilinternet használat esetében nem mutatható ki összefüggés a könyvolvasás mértékének alakulásával.