



**Csepeli György**  
**A kreativitás új színterei -**  
**Kultúra és internet**

**„Kreativitással a kulturális  
szegénység ellen”**

**Közművelődési szakmai  
konferencia**

**2010. II. 10.**

## Kulturális viselkedések 2009-ben (n=3000, NKA-Szonda-Ipsos)

Viselkedés tipizáció	Tevékenység	A tevékenységet végzők aránya (%)	Kommunalitás	Faktorsúly	Magyarázott variancia (%)
<b>Populáris</b>	Pláza (nem vásárlás)	46	0,51	0,71	48,27
	Sportpálya, sportcsarnok	38	0,41	0,64	
	Mozi	38	0,54	0,74	
	CD/DVD bolt	34	0,58	0,76	
	Szórakozóhely (disco)	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	
	<b>Outdoor</b>	Művelődési ház	38	0,52	
Fesztivál		38	0,53	0,73	
Iskolai rendezvény		35	0,51	0,71	
Táncművészeti rendezvény		18	0,53	0,73	
<b>Irodalom- Képzőművészet</b>	Könyvesbolt	50	0,67	0,82	58,15
	Könyvolvasás	44	0,44	0,66	
	Múzeum, kiállítás	39	0,64	0,8	
	Galéria, kiállítóterem	25	0,63	0,79	
	Könyvtár	25	0,53	0,73	
<b>Előadói művészetek</b>	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	

(Tévét gyakorlatilag mindenki néz)

# Kulturális viselkedés-csoportok

Viselkedési minták				
	Kulturális Gazdagok	Kulturális szegények	Tömeg-kultúra közönség	Magas kultúra Közönség
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**

# Kulturális viselkedés-csoportok és internetezés

	Nem internetezik	Internetezik	Összesen
Kulturális gazdagok	14	<b>86</b>	100 %
Kulturális szegények	<b>80</b>	20	100 %
Tömegkultúra közönség	30	<b>70</b>	100 %
Magas kultúra közönség	45	55 %	100 %

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

# Könyvolvasás és internetezés

**Nem internetezik, nem olvas 37 % (szociális+kognitív szegénység)**

**Internetezik, olvas 25 % (új gazdagok)**

**Olvas, nem internetezik 19 % (régi gazdagok)**

**Internetezik, nem olvas 19 % (Gutenberg árvák)**

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

# Internetezőők kultúrafelfogása (n=1000, 2009, Szonda-Ipsos)

Főkomponens	Item	Kommu- nalitás	Faktor- súly	Magyarázott variancia, %
<b>Tömegkultúra</b>	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	
<b>Turizmus</b>	Városnézés	0,74	0,86	62
	Utazás	0,75	0,87	
	Természetjárás	0,66	0,81	
	Fényképezés	0,35	0,59	
	Blog-írás	0,63	0,8	
<b>Új média</b>	Fájlcserélés	0,74	0,86	59
	Chatelés	0,51	0,72	
	Honlap-készítés	0,68	0,82	
	Hírkeresés	0,38	0,62	
	Tanulás	0,68	0,82	
<b>Tudástranszfer</b>	Tanítás	0,79	0,89	70
	Kutatás	0,76	0,87	
	Olvasás	0,59	0,77	
	Kertészkedés	0,56	0,75	
	Divatos öltözködés	0,47	0,69	
<b>Mindennapi kultúra (Culture)</b>	Borászat	0,45	0,67	55
	Lakberendezés	0,66	0,81	
	Sütés-főzés	0,62	0,79	
	Bartók Rádió hallgatása	0,73	0,86	
	Bélyeggyűjtés	0,77	0,88	
<b>Otthoni kultúra</b>	Otthoni zenélés	0,54	0,74	68
	Opera-, koncert-, színházlátogatás	0,89	0,95	
	Tárlat- és múzeumlátogatás	0,92	0,96	
<b>Magas kultúra</b>	Könyvtárlátogatás	0,85	0,92	89

# Internetezők csoportjai kultúrafelfogás szerint

Kultúrafelfogás-mintázatai	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 %)	(28 %)	(17 %)	(28 %)

**(besorolhatatlan: 4 % )**

# Az internetezők mire használják az internetet?

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
Filmnézés	56	Utazási és szállodai információk keresése	31	Porno nézése	13
Digitális fényképek küldése	56	Skype-olás	30	Blogírás	11
Információkeresés árukról, szolgáltatásokról	55	Hivatalos ügyek intézése	30	Szerencsejáték	11
Chatelés	54	Kártyázás	29	Színház / mozijegy rendelése	10
Időjárás tájékozódás	53	File csere	28	Biztosítási ügyek intézése	10
Szakmai információk keresése	48	Álláskeresés, álláspályázat beküldése	26	Szállodai szoba foglalása	10
Tanulás	46	Blogolvasás	26	Számlát kapott	9
Zenék, filmek letöltése	46	Banki szolgáltatások igénybevétele interneten keresztül	25	Múzeumlátogatás	9
Kulturális információk keresése	45	Tanulmányi ügyek intézése	25	Repülőjegy rendelés	9
Szakmai folyóiratok, cikkek olvasása	44	Wikienciklopédia olvasása	21	Társkeresés	9
Archív anyagok keresése	41	Webcamerával felvételek készítése és küldése	21	Mesehallgatás	8
Online játékok játszása	40	Hivatalos képzés	21	Videoblog készítése	7
Egészségügyi információk keresése	39	Adóbevallás	21	Múzeumi jegyrendelés	5
Munkavégzés	36	Kollektív játékokban való részvétel	19	Vonatjegyrendelés	5
Gazdasági információk keresése	36	Videoblog nézése	19	Élelmiszer vásárlása	5
Szoftverek letöltése	34	Könyvvásárlás	17	Műtárgyvásárlás	2



# Internethasználók csoportjai

	Informálódók	Rejtőzködők	Extenzív felhasználók	Tanulók	Befogadók
Informálódás	<b>0,52</b>	-1,08	<b>0,67</b>	0,11	<b>0,92</b>
Üzleti szolgáltatások igénybevétele	-0,3	-0,53	<b>1,83</b>	-0,34	<b>0,78</b>
Ügyintézés	-0,21	-0,71	<b>1,08</b>	0,12	<b>1,37</b>
Tanulás és kommunikáció	-0,31	-0,76	<b>1,08</b>	<b>1,03</b>	<b>0,72</b>
Web 2.0	-0,46	-0,48	<b>1,68</b>	<b>0,9</b>	-0,1
Játék, szórakozás	-0,28	-0,35	<b>2,17</b>	-0,02	-0,15
Elemszám (százalék)	285 <b>(29 %)</b>	313 <b>(31 %)</b>	76 <b>(8 %)</b>	182 <b>(18 %)</b>	144 <b>(14 %)</b>

# A kreativitás szigetei

- **Tehetség (kíváncsiság, kreativitás, innováció, tanulás)**
- **Technológia (szélessávú internet, hardver, szoftverek, „cloud computing”)**
- **Türelem (Kulturális sokszínűség)**

Példák: Athén, Firenze, Velence (festők), London (drámaírók), Párizs (enciklopédikusok) Poroszország (filozófusok)

# Verseny

**“Minden athéninak a versengésben például annyira kellett kibontakoztatni önmagát, amennyire ezzel Athénak leginkább használt, és a legkevesebb kárt okozta. Nem létezett mértéktelen és mérhetetlen becsvágy, mint amilyen legtöbb esetben a modern nagyravágyás, ha versenyt futott, gerelyhajításban vagy dalnokként versenyzett, szülővárosa javára gondolt, annak dicsőségét akarta gyarapítani az ifjú, városa isteneinek szentelte a koszorúkat, amiket a verseny bírái megbecsülésül a fejére helyeztek. Gyerekkorától fogva ott égett a kívánság minden görögben, hogy saját városa boldogulásához a poliszok harcában eszköz legyen: ez lobbantotta lángra önzését, ez tartotta féken is és helyes mederben”**

**(Nietzsche, 1988. Ifjúkori görög tárgyú írások. Budapest: Európa. 45-46.o.).**

# Minőség forradalma?

- Technofóbia (bezárkózás, lemaradás, „anti-digitális gőg”)
- Technománia („digitális bolsevizmus”)
- Wiki-tudás (kollaboráció, új-népművészet)
- Netokrácia (kulturális evolúció, új, globális osztály)

Köszönöm a figyelmet.