

Hain Ferenc – Kugler Judit

A Mententudás Egyeteme közönsége

Befejeződött egy szemeszter és már a második is megkezdődött a Mententudás Egyetemén. Az első programegység vége lehetőséget ad egyfajta számvetésre, az eddig felhalmozódott tapasztalatok összegzésére. Az előzetes elvárások tükrében nem csak a szervezők részéről értékelik sikerként a kezdeményezést: sajtóvisszhangja, illetve a közvélemény-kutatások szerint a közönség megítélése is nagyon kedvező.¹

Könnyű dolgunk van, amikor a Mententudás Egyeteme első félévét akarjuk az eredeti szándékok figyelembevételével végiggondolni, hisz a célok a program indulásakor az akadémikus közvélemény számára is megfogalmazódtak a Magyar Tudomány című folyóiratban:

„A kezdeményezés lényege ugyanis, hogy a magyar tudomány nemzetközi színvonalú kutatóinak és műhelyeinek munkájára támaszkodva, az infokommunikáció közegében adaptálta a tudásterjesztés nemzetközi törekvéseit és magyar hagyományait.

„... a program célközönsége – ahogy az idézett cikkben megfogalmazást nyer – az általánosan művelt, legalább érettségi szinten képzett érdeklődők köre, ezért számukra érthető nyelvezeten előadott, szemléletesen bemutatott prezentációkra kerül sor.”²

Különös jelentősége van ennek a kezdeményezésnek és az MTA szerepvállalásának akkor, amikor a kurrens tudományelméleti viták során is többek által megfogalmazódik a klasszikus tudomány, az akadémikus tudás szerepének átértékelődése, illetve devalválódása.³

Ahogy Fehér Márta írja⁴: *„a korábbi, akadémikus fázistól eltérően ebben az új poszt-akadémikus fázisban a kutatás nem, vagy csak kisebb részt történik állami finanszírozásból, s a tudós nem apanázs-szerű ellátásban részesül, még csak nem is az egyes cégek állandó kutatás-fejlesztő laboratóriumaiban dolgozik fix fizetésért, hanem a nagy multinacionális korporációk K+F projektjeiben megjelölt cél-feladatokon dolgozik, a feladat megoldására alakult ideiglenes fluktuatív teamekben. A kutató vállalkozóvá válik, illetve teljesítménye alapján finanszírozott szellemi bérmunkásként tevékenykedik. A kutatás eredménye: a tudás nem a közjavak egyike (vagy éppen legfőbbike) többé, hanem a megrendelő magántulajdona, amelyet a jog a tulajdon egyéb formáihoz hasonlóan körülbástyáz és (még a nem-militáris vonatkozású kutatások esetében is) a titkosítás jogával is felruház.”*

Ennek nyomán idézi Fehér a Nature magazint: *„erősödik az egyetemek és az ipar összefonódása. Az ebből származó veszélyek pedig: az együttműködés és összetartozás (cohesion) meggyengülése az egyetemeken a jövedelemkülönbségek miatt, a humán-tudományok lebecsülése – noha a technológiai fejlődéssel kapcsolatos etikai*

1 A közvélemény-kutatások eredményeire ez a tanulmány szolgál majd három példával, míg a sajtóbeli siker értékelésére példa Palugyai István: Az ismeretterjesztés feltámadása. Mi áll a Mententudás Egyeteme váratlan sikerének hátterében? Népszabadság 2003. 01. 02. című írás.

2 Magyar Tudomány, 2002, 10.

3 Többek között ezt a problémát, az Akadémia rövid és hosszú távú szerepvállalásának lehetőségét és terét fejti ki a Világosság 2002/10–12. számában a program akadémiai felelőseként Fábri György, Az Akadémia és a Mententudás Egyeteme című írásban.

4 Magyar Tudomány, 2002. 04.

és társadalmi problémák, amelyekkel foglalkozhatnának, növekednek – valamint a tudományos objektivitás és a tágabb összefüggések iránti fogékonyság csökkenése.”⁵

Ebben a kontextusban érdekes tehát, és Magyarországon is egyedülálló jelenség, hogy egy olyan – s ez itt most különösen fontos – tudományos köztestületnek, mint a Magyar Tudományos Akadémia, a társadalmi, politikai változások közepette is sikerült megőriznie a presztízsét. Ez a presztízs az, ami egyfajta „brand”-ként, sajátos védjegyként tehetette vonzóvá az Akadémia intézményét egy multinacionális nagyvállalat⁶ számára, amikor az a társadalmi hasznosságát tekintve megkérdőjelezhetetlen fontosságú, de a vállalati marketing stratégia logikájához is jól illeszkedő programhoz együttműködő partnert keresett. Az együttműködés funkcionálisan is harmonikus, hisz a távközlési nagyvállalat az ismeretterjesztő program lényegét adó internetes megjelenést, az Akadémia pedig a tartalmat biztosítja.

Bár a Mindentudás Egyeteme nem klasszikusan e-learning kezdeményezés, de jól illeszkedik ahhoz az útkereséshez, amely a nemzetközi e-learning irodalomban a nyitott oktatás, nyitott művelődés modern kommunikációtechnológiai eszközök segítségével megvalósuló lehetőségeit helyezi előtérbe a piaci megfontolásokkal szemben. Míg a piaci e-learning szolgáltatók üzleti sikere egyelőre nem nyilvánvaló (ez a helyzet a nagy múltú brit távoktatási intézmény, az Open University e-learning próbálkozásai,⁷ vagy az emblematikus Egyesült Államokbeli Western Governors University⁸ esetében is), addig azt tartják, a jövő az olyan nyitott kezdeményezéseké, mint a Massachusetts Institute of Technology (MIT) „nyitott kurzustára” (az OpenCourseWare).⁹ Ez jelenleg tesztfázisban van, ám a tervek szerint 2007-re a MIT összes kurzusát ingyen hozzáférhetővé teszik.

Oktatásfilozófiája és módszertana révén válik tehát igazán újdonságértékűvé, és a modern tudásalapú társadalom működési mechanizmusai, továbbá jelenlegi alakulása szempontjából is figyelemreméltó kezdeményezéssé a Mindentudás Egyeteme (ME). Ezek azok a szempontok, amelyek visszavezetnek bennünket a ME célkitűzéseihez is, és amelyek teljesülését, illetve a célok beteljesülésének vizsgálati eredményeit e tanulmány megkísérli számba venni.

A Mindentudás Egyetemének hatásait, megítélését több kutatás vizsgálta párhuzamosan, egymást kiegészítve. A MATÁV megbízásából a TÁRKI készített országos reprezentatív mintán felmérést, amely elsősorban a program ismertségét, az előadók, és az előadások ismertségét és fogadtatását vizsgálta. Az Axelero, a ME honlapjának készítője és fenntartója az internetes megjelenés látogatottságát és fogadtatását vizsgálta, míg a Tudástársadalom Kutatóközpont kérdőíves adatfelvétel végzett az előadásokat látogatók körében.

Az előadásokon résztvevők vizsgálatát az tette indokoltá, hogy feltételezhető volt komolyabb elkötelezettségük, az egyes előadásokat látogató szakemberek nagyobb arányú jelenléte, s ez lehetőséget ígért az intenzívebb, több médiumon keresztül használati minta, illetve a szakértő/nem szakértő ME használati módjának összehasonlítására is. Emellett valószínűsíthető volt, hogy az előadásokat elsősorban a budapesti, illetve a főváros vonzáskörzetében lakó, inkább felsőfokú végzettségű, illetve még tanuló réteg látogatja. Mivel az internethasználat az előbb említett körben intenzívebb, a látogatók kérdőíves megkérdezése lehetőséget kínált a világháló kiegészítő használati módjainak és jellegének vizsgálatára is.

⁵ Uo.

⁶ A Mindentudás Egyeteme a MATÁV és az Axelero támogatásával valósult meg.

⁷ Open University, online: <http://www.open.ac.uk/>

⁸ Western Governors University, online: <http://www.wgu.edu/wgu/index.html>

⁹ Massachusetts Institute of Technology, online: <http://ocw.mit.edu/index.html>

Tanulmányunkban tehát áttekintjük az előadásra járók alapvető demográfiai sajátosságait, ME használati szokásait, a kapcsolódó attitűdöket, majd a MATÁV–Axelero és a TÁRKI vizsgálat rövid bemutatása után, azok megállapításainak kontextusában értelmezzük a kutatások során kapott eredményeket.

AZ ELŐADÁST SZEMÉLYESEN LÁTOGATÓK VIZSGÁLATA

A személyesen résztvevők körét a programsorozat 7. 10. és 12. előadásán¹⁰ kérdeztük meg ME-felhasználói szokásairól. Az előadásokat úgy válogattuk ki, hogy az akadémiai tudományterületi felosztásnak megfelelően (élettudományok, természettudományok és társadalomtudományok) mindhárom nagy tudományterület témájába vágó expozé szerepeljen. A látogatók közül önkéntes alapon összesen 1191 fő töltötte ki a program előtt szétosztott kérdőívet¹¹. A megkérdezés során az alapvető demográfiai szempontokon túl a részvételi motivációt, az aktuális előadás témájában, illetve az előadók munkásságában való jártasságot, az előadássorozat egészének különböző médiumokon keresztül való használati szokásait, illetve a ME megítélését vizsgáltuk.

A válaszadók alapvető demográfiai jellemzőit az alábbi táblázatok tekintik át.

1. tábla: A három előadás hallgatóságának alapvető demográfiai jellemzői

1.2 NEM	
Férfi	58,9%
Nő	41,1%
1.3 LAKHELY	
Budapest	69,8%
Budapest vonzáskörzete	9,7%
Megyeszékhely, megyei jogú város	10,1%
Más város	5,4%
Falu vagy község	4,9 %
1.4 ISKOLAI VÉGZETTSÉG	
Általános iskola	6,2%
Szakmunkás	0,6%
Technikusi, érettségi	27,7%
Felsőfokú szakképzés	5,7%
Egyetemi, főiskolai	55,2%
Tudományos fokozat	4,6%
1.5 JELENLEGI ELFOGLALTSÁGA	
Tanul	22,9%
Tanul és dolgozik	19,9%
Dolgozik	45,9%
Se nem tanul, se nem dolgozik	2,7%
Nyugdíjas	8,6%

¹⁰ Hámori József: Mit tud az emberi agy?; Szegő Károly: Környezetünk a Naprendszer és Ferge Zsuzsa: A társadalom, amelyben élünk.

¹¹ A 1191 válaszoló a három előadásra elérhető kb. 1700 emberből került ki. Az első előadásnak mintegy 800, a harmadiknak hozzávetőlegesen 500 látogatója volt. A második előadáson (technikai okokból) csak abban a teremben folyt a lekérdezés, ahol az előadások zajlottak. Ezt a termet minden alkalommal megtöltik a látogatók, 400 ember befogadására képes.

A látogatók között a férfiak (58,9%) voltak többségben. Az előadást megtekintők nagy része a fővárosból érkezett, és bő háromnegyedük budapesti, vagy Budapest agglomerációs körzetének lakója. Ezzel együtt a hétfő esti kezdési időpontra és az utazási költségekre is tekintettel, rendkívül jelentősnek mondható a látogatók közel egynegyedét kitevő, vidéki városokból, illetve falvakból, községekből érkezők csoportja. Az iskolai végzettség tekintetében homogénebb a minta, mint a többi demográfiai változó esetében. A válaszolók mintegy kétharmadának felsőfokú végzettsége van. Az általános iskolai végzettséggel rendelkezők szinte mindegyike (92,6%) középiskolás korú tanuló, míg az érettségivel vagy technikus végzettséggel rendelkezők 66 százaléka tanul jelenleg is, illetve munka mellett képezi magát. Az előadásokat látogatók körében tapasztalt alacsonyabb iskolai végzettség tehát egyértelműen a látogatók fiatal korával magyarázható.

Ahogy az iskolai végzettség eloszlásából is kitűnik, a személyesen érdeklődők legnagyobb része aktív dolgozó (1.5 tábla), közel egyötöde munka mellett tanul, több mint egyötöde pedig „csak” tanuló.

A fentiek tükrében különösen érdekes, hogy míg a három előadáson a kérdőívet kitöltő legfiatalabb látogató 10, a legidősebb 92 éves volt, addig az átlagéletkor alig valamivel több, mint 37 év volt.

Összességében tehát elmondható, hogy a látogatók többsége férfi, nagyobb részt fiatal, akiknek közel 80 százaléka fővárosi vagy a főváros agglomerációjából való. Fontos az is, hogy nagyobb részük dolgozik, ugyanakkor a megkérdezettek közel fele „csak” tanul, illetve munka mellett jár iskolába.

Amit a látogatókról a demográfiai mutatók eloszlásaiból megtudtunk, tovább finomítható a 2. tábla alapján, ha a témákban, Hámori József, Szegő Károly és Ferge Zsuzsa munkásságában való jártasságot vizsgáló kérdésekre kapott válaszokat vesszük szemügyre.

Az agy kutatás, a csillagászat, illetve a szociológia témakörében „szakértőnek” a válaszolók 12,3 százalékát tekinthetjük, ennyien voltak, akik az egyes előadásokon tanulmányaikhoz vagy munkájukhoz kapcsolódónak tartották az adott témát. Nehezen értelmezhető viszont, hogy ennél többen voltak azok, akik azt állították, hogy jól (4,8%) vagy többé-kevésbé (18,5%) ismerik az előadók munkásságát. Magyarátzul szolgálhat erre az, hogy viszonylag népesebb volt az előadók saját vendégeinek köre, akiről elképzelhető, hogy meghívójuk tevékenységét ismerik, ezzel szemben a konkrét tudományterületre kisebb a rálátásuk. Ugyanakkor az igazán lényeges és informatív elem, hogy a közönség tagjainak 80–90 százaléka számára a kultúrálódás, általános tájékozódás szerepét töltötte be a ME látogatása.

Ennek tükrében érdekes az előadást látogatók tájékozottsági szintje az egyes témák és előadók kapcsán.

2. tábla: Az előadások hallgatóságának a témában, az előadó munkásságában való jártassága, tájékozódási szokásai

2.1 MENNYIRE TÁJÉKOZOTT AZ ADOTT ELŐADÁS TÉMÁJÁBAN	
Nem különösebben	44,6%
Kívülállóként figyeli a tudomány fejlődését	43,1%
Tanulmányaihoz, munkájához kapcsolódik	12,3%

2.2 MENNYIRE ISMERI AZ ELŐADÓ MUNKÁSSÁGÁT	
Egyáltalán nem	42,2%
Csak hallott róla	34,6%
Többé-kevésbé	18,5%
Jól	4,8%

2.3 MEGNÉZTE-E ELŐADÁS ELŐTT A KAPCSOLÓDÓ WEBOLDALT	
Megnézte	34,9%
Nem nézte meg	65,1%

Az előadást megelőzően a résztvevők 35 százaléka megnézte az előadáshoz tartozó honlapot. Ez egyfelől magas aránynak tűnik, másfelől igazán értelmezhetővé a látogatók médiahasználati szokásainak ismeretében válik. Az aktuális programot megelőző korábbi előadásokra vonatkozóan is megkérdeztük a válaszolókat: jelen voltak-e személyesen, illetve nézték-e televízió vagy interneten, továbbá elolvasták-e a témához tartozó internetes anyagot, kitöltötték-e a kapcsolódó on-line tesztet, és hozzászóltak-e az előadás fórumához.¹²

A válaszokból kiderült, hogy igen magas azoknak az aránya, akik az egy-egy kommunikációs csatornán, médiumon keresztül eddig még nem nézték, hallgatták meg egyik korábbi előadást sem. Mindazonáltal a személyes látogatás a leggyakoribb, az internetes változat megtekintése pedig a legritkább előadás-hallgatási forma. A válaszadók 33,5 százaléka korábban nem vett részt személyesen előadáson és 41,3 százalékuk még egyetlen előadást sem nézett meg televízió. Ennek ismeretében nem meglepő, hogy a nézőknek alig ötöde (17,2%) használta már legalább egyszer az internetet az előadások kapcsán, és közülük is csak kevesen interaktív módon (fórumhasználat, tesztkitöltés).

Arra, hogy milyen médiahasználati mintázatai lehetnek a különböző ME elérési módoknak a 4. ábra és az ebben ábrázolt faktoranalízis adhat választ.

3. tábla: A különböző médiumok használatának mintái a ME kapcsán

	Minden csatornán fogyasztó	Előadásra nem járó, tévéző	Előadásra járó és tévéző
Teszt százalékosan	0,763		
Neten néz százalékosan	0,659		0,424
Online anyag százalékosan	0,645		
Fórum százalékosan	0,618		
Jelenlét százalékosan	0,452	0,688	0,426
TV százalékosan	0,410	0,684	0,506

Ahogy a 3. tábla eredményei mutatják, három nagy csoportot különítettünk el a ME kapcsán való különböző médiumhasználat és a személyes jelenlét gyakoriságának megfelelően.

Az első esetben a szórványos televíziózási és előadás látogatási gyakoriság jár együtt egy minden téren viszonylag hangsúlyosnak nevezhető ME internetes aktivitással. Tehát itt jellemző a gyakori és a ME-oldalakat sokoldalúan használó internetezés, és az ezzel együtt járó, nem túl intenzív személyes előadáslátogatás.

¹² Lényegesen különböző az, amit az előadást megelőzően, és amit azt követően a látogatók a honlapon találhatnak. Előtte csak egy rövid tájékoztató olvasható a témáról, míg a programot követően kerül fel a videóanyag, az előadás internetes szerkesztett változata, a linkgyűjtemények stb.

A második használói magatartás esetében a tv-nézés gyakorisága az előadásra járással nem vagy kevésszer jár együtt. Az ebbe a csoportba tartozók tehát televízió gyakran követik a ME-t, míg az adott előadáson való részvételük a kivételek egyike, hiszen általában nem látogatják személyesen az előadásokat.

A harmadik kategóriát az előadások televízióval való viszonylag gyakori követése és valamivel ritkább látogatása jellemzi. Az internetezés szempontjából az a sajátosság mutatkozik, hogy az e csoportba tartozók, ha interneteznek is, jellemzően nem nézik meg az előadás on-line változatát.

Fontos adalék az eddigiekhez, és a ME internetes megjelenése látogatottságának értelmezéséhez az 5. tábla két adatsora: az internethasználat gyakoriságára és az alkalmazás helyére vonatkozó kérdésekre adott válaszok.

4. tábla: Az internet-hozzáférés és az internethasználat gyakorisága

4.1 MILYEN GYAKRAN HASZNÁLJA AZ INTERNETET	
Nem internetezik	10,8%
Ritkábban, mint hetente	11,4%
Hetente	8,5%
Hetente többször	14,6%
Naponta	22,7%
Naponta több, mint egy órát	21,7%

4.2 HOL HASZNÁLJA AZ INTERNETET	
Otthon	44,5%
Munkahelyen vagy iskolában	63,0%
Barátoknál, ismerősöknél	6,2%
Közösségi-, Teleházban, könyvtárban	3,6%
Internetkávézóban	3,5%

A piaci internethasználatra vonatkozó felmérések kapcsán általánosan elfogadott, hogy ún. „heavy user”-ként a hetente legalább két alkalommal internetezőket tartják számon. Ennek a kitételnek a ME előadás látogatóinak kétharmada felel meg, ám e nélkül is látszik, hogy igen magas az internethasználat mértéke a megkérdezettek körében. Informatív, de nem meglepő az is, hogy a megkérdezettek internetezni elsősorban a munkahelyükön szoktak, de a felhasználás iránti pozitív attitűdöt tükrözi, hogy a hazai populációt tekintve átlagos (10% körüli) otthoni hozzáféréssel szemben a válaszolók 44,5 százalékának van otthonában internet-hozzáférése.

A megkérdezettek 67,5 százalékának legalább heti gyakoriságú internethasználati szokásaihoz viszonyítva nem tűnik sem kiugróan magasnak, sem alacsonynak a 34,9 százalékos arány azok körében, akik megnézik előadás előtt a témához kapcsolódó honlapot. Elárul viszont a ME-vel általában ismereteiket, műveltségüket szélesíteni igyekvő közönség tájékozódási szokásairól annyit, hogy többségük számára „nem természetes”, hogy az interneten tájékozódjanak a hallgatandó, illetve a meghallgatott előadás kapcsán. Az is a ME használati szokások fontos ismerve tehát, hogy az előadásokat, a kapcsolódó anyagokat az egyébként háromnegyedében internetező közönség mintegy ötöde nézi csak meg, használja.

A Mindentudás Egyeteme kezdeményezés megítélése egyöntetűen nagyon kedvezőnek mondható.

5. tábla: A ME hasznosságának megítélése és a további részvételi hajlandóság

ELKÉPZELHETŐNEK TARTJA-E, HOGY ELJÖN MÁSKOR IS?	
Nem, biztos, hogy nem	0,6%
Nem valószínű	2,3%
Valószínűleg igen	34,4%
Igen biztosan	62,7%

MENNYIRE TARTJA HASZNOSNAK A ME-T? (OSZTÁLYZAT 1–5)	
1	0,5%
2	0,4%
3	5,3%
4	27,5%
5	66,4%

A látogatóknak több, mint 90 százaléka (93,9%) négyes vagy ötös „iskolai osztályzattal” értékelte a Mindentudás Egyeteme kezdeményezést. Ezzel összhangban, de még nagyobb arányban, 97,1 százalék gondolta azt, hogy máskor is eljön, vagyis azoknak a nagy része is kifejezte szándékát a ME jövőbeni látogatására, akik a felkeresett előadás előtt csak közepesre értékelték a programot.

ÁLTALÁNOS VÉLEKEDÉSEK A MINDENTUDÁS EGYETEMÉRŐL¹³

A TÁRKI 2002 decemberében végzett országos reprezentatív felmérést a Mindentudás Egyeteme előadássorozat ismertségéről és megítéléséről a felnőtt lakosság körében. Az eredmények szerint a magyar lakosság egynegyede hallott már a ME-ről (legtöbbször a televízióból, elvétve a nyomtatott sajtóból, illetve az internetről, esetleg informális úton szereztek tudomást róla), és a kezdeményezésről már hallóknak kétharmada kíséri figyelemmel valamilyen gyakorisággal az előadásokat. Azok, akik látták már valamelyik előadást, nagyon pozitívan ítélik meg a ME-t összességében, illetve a közérthetőség és érdekesség tekintetében is. A vizsgálat során az előadások és az előadók ismertségét spontán említésekkel tesztelték. Így kiderült, hogy az előadások címére, témájára jóval többen emlékeznek, mint az előadók személyére. Az előadók közül inkább azokat tudták felidézni az előadások hallgatói, akik valamilyen közéleti pozíciót is betöltöttek korábban, vagy töltenek be jelenleg.

A ME követése kapcsán fontos adalék (amint az előadást személyesen követők megkérdezésekor hangsúlyosan felmerült), hogy milyen médiumokon követi a közönség az előadásokat. Az előadást valamilyen rendszerességgel követők 94 százaléka mondta, hogy látott már televízióban, 7 százalék, hogy hallgatott rádióban és 9 százalék, hogy olvasott újságban előadást. A TÁRKI vizsgálat ezres mintájában, az előadást követő válaszolók mindössze 3 százaléka állította, hogy interneten is megnézte az előadásokhoz kapcsolódó anyagot, és nem volt olyan a megkérdezettek körében, aki személyesen is részt vett volna már előadáson.

A legérdekesebbnek tartott, már elhangzott előadások, valamint a jövőben javasolt témák listáját áttekintve azt találták, hogy a természettudományos témák iránt a legkomolyabb a közönség érdeklődése, és körvonalazható egy olyan markáns

¹³ Az ismertetés a TÁRKI elemzése alapján készült, amelyet a Mindentudás Egyeteme ismertsége és megítélése kapcsán 2002. decemberi adatfelvétellel, 1020 fős, országosan reprezentatív, többlépcsős, arányosan rétegzett kiválasztással készült mintán végzett. Az Internet használatát vizsgáló felmérést fel-
dolgozásra a MATÁV bocsátotta rendelkezésünkre.

csoport is a közönségen belül, amelyik a tudományos ismeretterjesztésnek „nem az akadémiai tudományossághoz közeli változatát preferálja”.

INTERNETEZŐK A MINDENTUDÁS EGYETEMÉRŐL¹⁴

A vizsgálat megállapítása szerint a ME internetes megjelenése az internet-penetráció korlátai miatt nem válhatott a társadalom nagy részét elérő programmá: belül maradt a tudományoktól, illetve az internettől már megérintettek körén. Az interneten a ME-t követők intenzív és sokrétű internethasználók. Az adatok szerint a ME elsősorban nem a tanulók programja, az on-line megkérdezettek több mint fele (54%) dolgozik, negyede pedig dolgozik és tanul egyszerre, válaszadóiknak 9 százaléka a „csak” tanuló. A ME honlap vidékre, különösen a vidéki nagyvárosokba nagyon jól eljuttatja a ME előadásainak anyagait, hisz a látogatók mintegy kétharmada nem budapesti, 30 százaléka megyeszékhely, 18 százaléka más város lakója.

Hűségesebbeknek látszanak az on-line válaszadók, mint a TÁRKI vizsgálat reprezentatív mintájának átlaga. Az internet révén megkérdezettek 60 százaléka az első szemeszter mind a tizenöt előadását követte valamilyen módon, további 17 százalék pedig legalább 10 előadást figyelemmel kísért.

Az on-line válaszadók több mint fele jelölte meg legkedvesebb médiumaként az internetet. A második legnagyobb csoport a televíziót preferálóké, a személyes részvétel csak a válaszadók 12 százalékának a szívügye, pedig a válaszadók 44 százaléka budapesti vagy Budapest vonzáskörzetének lakója. Mindennek ellenére fontos, hogy a látogatók a Mindentudás Egyeteme honlapját elsősorban kiegészítő médiumként használják a személyes, televíziós, rádiós vagy internetes, videós megtekintés, meghallgatás mellett.

A válaszadók on-line aktivitását jelzi az is, hogy 81 százalékuk be is íratkozott a honlapon, ezzel összhangban áll, hogy bár nagyon elégedettek a honlappal, de annak az interaktivitás-dimenzióját gyengébben, összességében azonban pozitívan ítélték meg. Kevésbé elégedettek tehát az intenzív használók a fórummal, valamint a video- és hanganyaggal.

ÖSSZEFOGLALÁS

A két röviden ismertetett vizsgálat eredményeit árnyalják a Mindentudás Egyetemének internetes látogatottsági és televíziós nézettségi adatai, amelyeket a melléklet 1. és 2. táblája tartalmaz. A három csatorna (m1, m2, illetve a Duna Televízió, amelyek a ME-t közvetítik) együttes nézettségi adatai alapján a populáció egészében arányosan kevesebben nézik az előadásokat, mint ahányan a kérdőíves vizsgálat során azt magukról állították.

Érdekesek az internetes látogatottság adatai is. Egyenletesen növekszik a látogatók (a látogatások¹⁵) száma, ami január végére elérte a 15 ezret. Csökken viszont

¹⁴ Az Axelero vizsgálata egy, a ME honlapján, 2002. december végén és januárjában végzett on-line megkérdezésen alapult és belső használatra készült. A válaszadók száma 271 fő. Az anyagot feldolgozásra az Axelero bocsátotta rendelkezésünkre.

¹⁵ Egy látogatásként rögzíti a rendszer az auditált site egyazon látogatójának oldalletöltéseit a mért site-on mindaddig, amíg két egymást követő oldalletöltés között nem telik el 30 percnél hosszabb idő.

Oldalletöltésként rögzíti a rendszer minden, a látogatók által kezdeményezett HTML-oldalletöltést.

az egy látogató által megnézett oldalak száma. Nem igazán lehetséges az Axelero-vizsgálat adataiból a háttértényezőkre következtetni, hiszen a 271 önkéntesen kitöltött kérdőív nagyon kevés adatot jelent, tehát feltételezni engedi, hogy releváns szempontokból a minta nem reprezentatív. Valószínűnek tűnik például az, hogy az on-line válaszolók sokkal aktívabbak internethasználatukat tekintve, mint a demográfiai jellemzőikkel leírható populáció. Jó példája ennek, hogy 13 százalékuk vásárol rendszeresen on-line, ami az internetes tranzakciók iránti – Magyarországon szokatlan mértékű – bizalmat és habituális mintát jelent.

Ugyan általánosító vagy összehasonlító következtetések nem fogalmazhatók meg az Axelero-vizsgálat kapcsán, mégis kitűnik egy olyan csoport, amelyik a ME révén élni tud az internet kínálta tér- és idő-szabadság lehetőségével. Ezt példázza az arányaiban nagyszámú vidéki on-line felhasználó, illetve az on-line válaszolók előadás követési „szorgalma”.

Visszatérve a vizsgálatainkat indító kérdésekre, mérlegelhető, hogy az előadásokként hozzávetőlegesen 2–300 ezer televíziónéző, illetve a körülbelül 15 ezer internetes felhasználó sok-e vagy kevés egy fél éve indult, és fejlődő ismeretterjesztő kezdeményezés esetében. Nem biztos azonban, hogy egyedül ez a fogyasztószám-orientált megközelítés mércéje lehet a Mindentudás Egyetemének, hisz legalább ilyen fontos a sokrétű hallgatóság már meglévő tudományos tájékozódási igényeinek kielégítése. Ennek a célnak pedig, vitathatatlan sikerrel tesz eleget az előadásorozat. Egyfelől azzal, hogy a vizsgálatokból láthatóan, a különböző médiumokon más és más, de az eredeti célcsoportot, az általánosan művelt, legalább érettségi szinten képzett érdeklődői kört éri el a kezdeményezés, másfelől azzal, hogy a három vizsgálat eredményeiből egyöntetűen az látszik, hogy a közönség magas megelégedettségi szintjét elérve történik mindez.

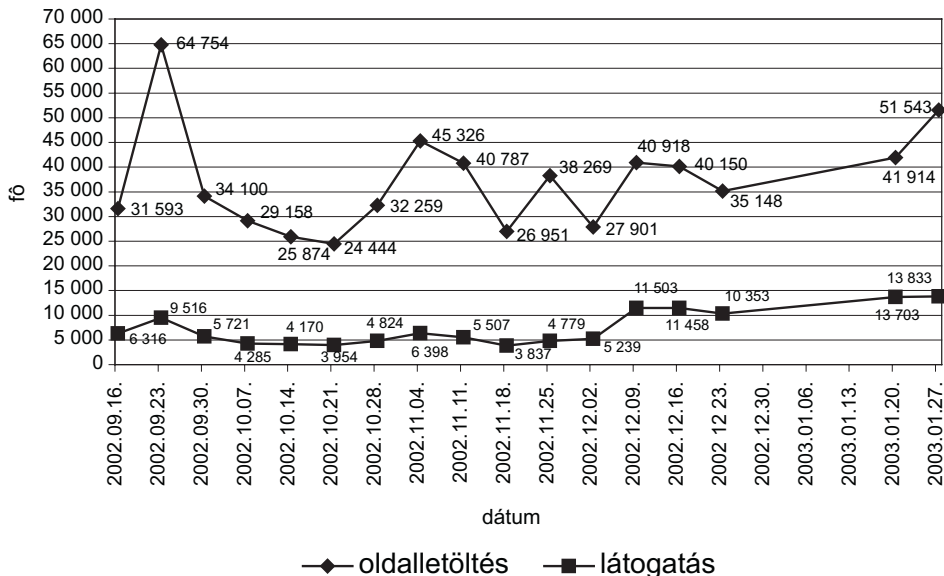
A vizsgálatunk másik aspektusa a modern kommunikációtechnológiai közegben adaptált tudásterjesztés, az oktatásfilozófiája és módszertana révén újszerű ME kezdeményezés internettel támogatott tanulási lehetőséget teremtő közege, illetve ennek fogadtatása. Ahogy a vizsgálatok eredményei mutatják, a közönség általában vett elégedettségéhez megteremtődtek a legfontosabb feltételek, mind a jó minőségű kommunikációtechnológiai háttér, mind a jó minőségű tartalom tekintetében. Az internet azonban még kiegészítő minőségében sem vált olyan általánosan használttá, mint amit az ebben a közegben egyébként jellemző, viszonylag kielégítő hozzáférési arány lehetővé tenne. Ahogy az előadást személyesen látogatók között végzett vizsgálatból látszik, a válaszadók ismeretszerzési, tájékozódási szokásaira nem jellemző, hogy egy őket érdeklő előadást követően tovább informálódjanak, kérdéseket tegyenek fel a rendelkezésre álló, kompetens szakértőnek vagy vitázzanak a hallottakról. Még azok számára sem volt inspiráló ez a lehetőség, akiknek az internet erre alkalmat teremtett (volna). Annak ellenére, hogy az előadást látogatók 80 százaléka heti rendszerességgel internetezik, alig ötöde látogatta a ME honlapot, az előadást követően.

Vagyis a Mindentudás Egyeteme létrehozásával Magyarországon egyedülálló módon valósult meg a tudományos tudásátadás infrastrukturális és tartalomszolgáltatási oldala, de az internethasználatot indukáló kultúra megteremtésének szisztematikus munkája mint nélkülözhetetlen harmadik komponens, hosszabb távú, komplexebb feladatnak látszik. Ez a tényező az internethasználat tartalom/eszköz/kultúra indukciós vitájához is érdekes adalékot jelent.

MELLÉKLET

1.tábla

Látogatások és oldalletöltések száma az előadás napján



2.tábla

A ME nézettsége

