

Μια μεγάλη έρευνα του ΙΕΚ ΞΥΝΗ, για τη «διείσδυση» του Internet & των νέων τεχνολογιών πληροφορικής, σε νέους 15-24 ετών

ΔΥΣΤΥΧΩΣ ΤΟ ΓΡΗΓΟΡΟ & ΦΘΗΝΟ INTERNET ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ «ΟΝΕΙΡΟ» ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΜΑΣ

Ιδιαίτερα αποκαλυπτική για τη «διείσδυση» του Internet στους νέους, το προφίλ των νεαρών χρηστών και τις απόψεις τους για το ADSL, είναι η έρευνα που πραγματοποίησε το Ερευνητικό Κέντρο του ΙΕΚ ΞΥΝΗ. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δείγμα, 2.530 νέων, ηλικίας 15-24 ετών σε Αθήνα, Πειραιά, Γλυφάδα και Θεσσαλονίκη, τον Ιανουάριο του 2006, με τη συνεργασία του τομέα Πληροφορικής - Νέων Τεχνολογιών και Marketing του ΙΕΚ ΞΥΝΗ.

Χαρακτηριστικά του δείγματος:

Μέγεθος δείγματος: 2.530 άτομα

Φύλο: Άνδρες 1.265, ποσοστό 50%

Γυναίκες 1.265, ποσοστό 50%

Ηλικία: 15-19, 1.000 άτομα, ποσοστό 39,5%

20-24, 1.530 άτομα, ποσοστό 60,5%

Γεωγραφική κατανομή: Αθήνα, 1.265 άτομα, ποσοστό 50%

Πειραιάς, 380 άτομα, ποσοστό 15%

Γλυφάδα, 253 άτομα, ποσοστό 10%

Θεσσαλονίκη, 632 άτομα, ποσοστό 25%

Επίπεδο σπουδών: Φοιτητές ΑΕΙ, ΤΕΙ, Κολλεγίων: 918 άτομα, ποσοστό 36,3%

Σπουδαστές ΙΕΚ, 612 άτομα, ποσοστό 24,2%

Μαθητές Γυμνασίων, Λυκείων: 1.000 άτομα, ποσοστό, 39,5%

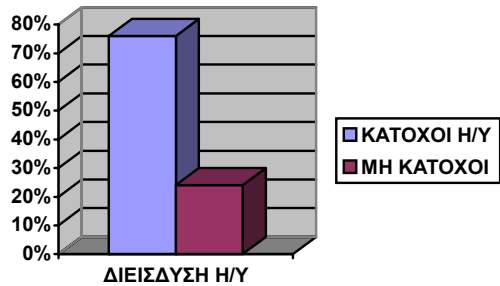
Σκοπός της έρευνας:

Ο προσδιορισμός του «προφίλ» των νέων ως χρήστες internet, ο προσδιορισμός της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς σε υπηρεσίες internet και χρήση νέων τεχνολογιών, ο προσδιορισμός της αντίληψης για το internet, το ADSL, καθώς και το ποσοστό “διείσδυσης” των Η/Υ και των συνδέσεων internet.

Τι έδειξε η έρευνα:

Αγορά Η/Υ:

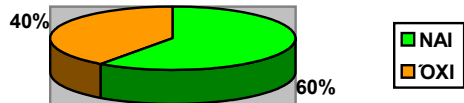
Το 76 % των νέων, ηλικίας 15-24 ετών, είναι αγοραστές ηλεκτρονικού υπολογιστή. Πιο αναλυτικά ποσοστό 75,9 % των νέων ηλικίας 15-19 ετών διαθέτει Η/Υ, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό σε νέους ηλικίας 20-24 ετών, είναι 76,04%. Πρακτικά 7 στους 10 νέους διαθέτουν δικό τους Η/Υ.



Σύνδεση Internet:

Από τους αγοραστές Η/Υ, ποσοστό 60%, είναι κάτοχοι προσωπικής σύνδεσης internet μέσω συνδρομής. Πιο συγκεκριμένα στις ηλικίες 15-19 το ποσοστό των νέων με προσωπική σύνδεση στο internet είναι 65% και αντίστοιχα στην ηλικία 20-24 είναι 55%.

Οι ερωτηθέντες που δεν κατέχουν προσωπική σύνδεση στο Internet μέσω συνδρομής, προβάλλουν ως επιχείρημα τους εξής λόγους:



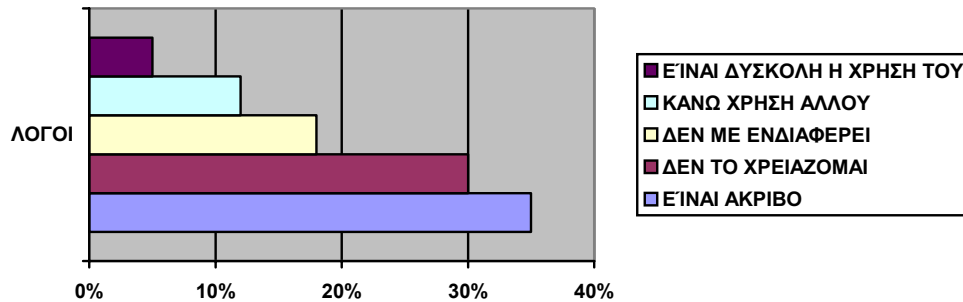
Είναι ακριβό: 35%

Δεν το χρειάζομαι: 30%

Δεν με ενδιαφέρει: 18%

Κάνω χρήση μόνο στη σχολή/εργασία: 12%

Είναι δύσκολη η χρήση του: 5%



Είδος σύνδεσης:

Από το σύνολο των ερωτηθέντων που έχουν προσωπική σύνδεση στο internet, μέσω συνδρομής, ως προς το είδος της σύνδεσης απάντησαν:

PSTN ποσοστό 68%
 ISDN ποσοστό 24%
 ADSL ποσοστό 7%
 Ασύρματο Internet 1%

Γιατί χρησιμοποιούν το Internet:

Ανεξάρτητα από το εάν διαθέτουν δικό τους Η/Υ ή δική τους σύνδεση στο Internet, ποσοστό οι νέοι είναι χρήστες Η/Υ σε ποσοστό 87%. Από τους χρήστες Η/Υ το 93% δηλώνει ότι είναι χρήστης του διαδικτύου.

e-mail: 78%
 Παιχνίδια / Διασκέδαση: 60%
 Μουσική: 62%
 Chat: 57%
 Αναζήτηση πληροφοριών: 47%
 Ενημέρωση: 44%
 Δωρεάν Λογισμικό: 31%
 Αναζήτηση Εργασίας: 26%
 Χρήση του Internet για εκπαιδευτικούς λόγους: 12%
 Ηλεκτρονικές Αγορές: 7%
 E-Learning: 4%

Διαφοροποιήσεις ως προς το φύλλο:

Αξιόλογα στατιστικά ευρήματα, ως προς το φύλλο, προκύπτουν στις παρακάτω παραμέτρους:

- Αγοραστές – Κάτοχοι Η/Υ: Άνδρες 58% , Γυναίκες 42%
- Κατοχή προσωπικής σύνδεσης μέσω συνδρομής: Άνδρες 53%, Γυναίκες 47%

- Οι Άνδρες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά από τις Γυναίκες, (απόκλιση άνω του 10%), στις ηλεκτρονικές αγορές, στην αναζήτηση δωρεάν λογισμικού, στην Ενημέρωση, και στα Παιχνίδια / Διασκέδαση.
- Οι Γυναίκες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά από τους Άνδρες (απόκλιση άνω του 10%) στην αναζήτηση πληροφοριών και στη χρήση για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Διαφοροποιήσεις ως προς την ηλικία:

Εξετάζοντας την ηλικία, εντοπίστηκαν διαφορές ως προς τους λόγους χρήσης και πιο συγκεκριμένα, στις ηλικίες 15-19, οι τρεις πρώτοι κυρίαρχοι λόγοι χρήσης είναι Παιχνίδια/Διασκέδαση, Chat, και Μουσική ενώ στις ηλικίες 20-24, οι τρεις πρώτοι κυρίαρχοι λόγοι είναι: e-mail, Ενημέρωση και Αναζήτηση πληροφοριών.

Διαφοροποιήσεις ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης:

Ως προς το μορφωτικό επίπεδο και το ακαδημαϊκό status, διαφοροποιήσεις εντοπίζονται στους φοιτητές ΑΕΙ/ΤΕΙ/ Κολλεγίων και καταρτιζομένους των ΙΕΚ, οι οποίοι σε αντίθεση με τους μαθητές Γυμνασίων και Λυκείων, χρησιμοποιούν περισσότερο το Internet για ανταλλαγή e-mail και αναζήτηση πληροφοριών για εκπαιδευτικούς λόγους.

Κύρια Συμπεράσματα – Ερμηνεία:

Είναι ιδιαίτερα απογοητευτικά τα ποσοστά των νέων που στερούνται τη δυνατότητα αγοράς ενός Η/Υ (24%), σε ένα τόσο δυναμικό κομμάτι της Ελληνικής Κοινωνίας, που μάλιστα είναι και πρωτοπόρο στη χρήση νέων τεχνολογιών συγκριτικά με το σύνολο της Ελληνικής κοινωνίας.

Εξίσου θλιβερό, είναι το ποσοστό των νέων που για διάφορους λόγους, δεν έχει πρόσβαση στην κοινωνία της γνώσης και των πληροφοριών. Αν αξιολογήσουμε ότι ένα ποσοστό 35% των νέων αυτών, δεν έχει πρόσβαση για οικονομικούς λόγους (ακριβό Internet), τότε μπορούμε να μιλάμε για τη δημιουργία ενός ψηφιακού χάσματος. Παράλληλα ο αποκλεισμός μιας μερίδας της νεολαίας από την κοινωνία της γνώσης, δημιουργεί πολιτιστικό και κοινωνικό έλλειμμα, έλλειμμα παιδείας και κουλτούρας. Μια «φωτογραφική ανάλυση» του φαινομένου, καταδεικνύει ένα υψηλό ποσοστό (48% αθροιστικά) σε εκείνους που δεν διαθέτουν προσωπική σύνδεση μέσω συνδρομής, πιστεύοντας ότι δεν τους ενδιαφέρει ή δεν το χρειάζονται. Με «πρόγραμμα πιλότο» το σχολείο, θεωρώ ότι μπορούμε να επιδράσουμε στη νοοτροπία των νέων ανθρώπων, προκειμένου στο σύνολό τους να κατανοήσουν τις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει σήμερα η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της πληροφορικής, το διαδίκτυο και η αξιοποίησή του διαδικτύου πέρα από ψυχαγωγία για εκπαιδευτικούς λόγους. Διαχρονικά πρέπει το Internet και η πρόσβαση σε αυτό, να γίνει πιο προσιτή και πιο φθηνή. Είναι ακραίο να διεκδικούμε την πρωτιά στην κατοχή κινητού και στη χρήση προηγμένων υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και να είμαστε ουραγοί στη χρήση υπολογιστών και διαδικτύου. Αναλώνονται «πολλά χρήματα» για να μάθουμε στους Έλληνες τη χρήση του

αριθμού κλήσης του τηλεφωνικού καταλόγου, πολλά χρήματα για χορηγίες στα πλαίσια κοινωνικών σκοπών και κοινωνικής ευθύνης και λίγα χρήματα για να εξοικειωθούν τα Ελληνόπουλα με το διαδίκτυο. Είναι βαθύτατα κοινωνικό, να το εντάξουν εταιρίες που προσανατολίζονται σε κοινωνικές δράσεις στα πλαίσια των χορηγικών προγραμμάτων τους.