

**Τάσεις
στη χρήση του διαδικτύου
για επικοινωνία, πληροφόρηση
και ψυχαγωγία**

Μάρτιος 2010



«Νέες τάσεις στη χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία, πληροφόρηση και ψυχαγωγία»

Δρ Α. Κουντζέρης, Μ. Κωνσταντάτος

Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας

Σταδίου 33, 105 59, Αθήνα

Τηλ.: +302103313080, Fax: +302103313086

<http://www.observatory.gr>

Το «Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας» εντάσσεται στο Ε.Π «Ψηφιακή Σύγκλιση» και συγχρηματοδοτείται σε ποσοστό 80% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και 20% από Εθνικούς Πόρους.



Μάρτιος 2010

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή.....	4
2. Εξέλιξη στη χρήση παραδοσιακών υπηρεσιών διαδικτύου	6
3. Η χρήση διαδικτύου για εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας.....	8
3.1 Αντικατάσταση παραδοσιακών υπηρεσιών επικοινωνίας με διαδικτυακές	10
3.2 Ποιοί είναι οι χρήστες εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας?	12
4. Η χρήση διαδικτύου για εξελιγμένες υπηρεσίες πληροφόρησης & ψυχαγωγίας.....	14
4.1 Αντικατάσταση παραδοσιακών υπηρεσιών πληροφόρησης & ψυχαγωγίας με διαδικτυακές	15
4.2 Χρέωση διαδικτυακού περιεχομένου	16
5. Διαπιστώσεις και συμπεράσματα	19

1. Εισαγωγή

Ήδη από το 2004, κυρίως όμως την τελευταία πενταετία, έχει παρατηρηθεί μια άνευ προηγουμένου ανάπτυξη στην ευρυζωνική κάλυψη (ευρυζωνικές συνδέσεις), μεγάλη αύξηση του πληθυσμού (αριθμού των πολιτών) με πρόσβαση στο διαδίκτυο και γενικότερα αύξηση στη διείσδυση και χρήση επιγραμμικών (online) υπηρεσιών μέσω διαδικτύου, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ27) όσο και στην Ελλάδα. Στην ΕΕ27, στα νοικοκυριά με σύνδεση στο διαδίκτυο, το ποσοστό των νοικοκυριών με ευρυζωνική σύνδεση έφτασε στο 80% το 2008 (από 48% το 2005) και το ποσοστό των πολιτών που χρησιμοποιεί συχνά το διαδίκτυο (σχεδόν κάθε μέρα) αυξήθηκε από 29% στο 43% την ίδια περίοδο. Αντίστοιχα στην Ελλάδα, στα νοικοκυριά με σύνδεση στο διαδίκτυο το ποσοστό των νοικοκυριών με ευρυζωνική σύνδεση αυξήθηκε κατά 51,7% (από 7,3% το 2005 σε 59% το 2008) και το ποσοστό των πολιτών που χρησιμοποιεί συχνά το διαδίκτυο (σχεδόν κάθε μέρα) αυξήθηκε από 11% σε 26% την ίδια περίοδο.

Έχει παρατηρηθεί επίσης ότι τα τελευταία χρόνια οι Ευρωπαίοι αλλά και οι Έλληνες πολίτες σταδιακά αλλάζουν συνήθειες ως προς τον τρόπο που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Δηλαδή προοδευτικά υιοθετούν καινούργιους και περισσότερο εξελιγμένους τρόπους και υπηρεσίες για επικοινωνία, ψυχαγωγία και αλληλεπίδραση με επιχειρήσεις, δημόσιους φορείς αλλά και μεταξύ τους. Η αλλαγή αυτή λαμβάνει χώρα παράλληλα με τη μεγάλη αύξηση στην ευρυζωνική κάλυψη, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα τη διαθεσιμότητα μεγαλύτερων ταχυτήτων αλλά και ολοένα μειούμενο κόστος πρόσβασης στο διαδίκτυο.

Στην παρούσα μελέτη εξετάζουμε αυτή ακριβώς τη διαφαινόμενη αλλαγή στο τρόπο χρήσης του διαδικτύου και εστιάζουμε στην εκτίμηση βαθμού υιοθέτησης των νέων εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών από τους πολίτες στην Ελλάδα και στην ΕΕ27. Σαν εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες προσδιορίζουμε τις υπηρεσίες αυτές που ξεπερνούν την ένα-προς-ένα επικοινωνία (one-to-one communication) και δίνουν τη δυνατότητα ανταλλαγής, επαναχρησιμοποίησης, δημιουργίας, διάδοσης και διανομής πληροφοριών, περιεχομένου και εφαρμογών πάνω σε σταθερά ή και ασύρματα ευρυζωνικά δίκτυα. Στόχος μας είναι η διερεύνηση της υιοθέτησης εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών πληροφόρησης, επικοινωνίας και ψυχαγωγίας και της τάσης των πολιτών να αγοράσουν οπτικοακουστικό περιεχόμενο, μέσα από την ανάλυση σχετικών δεικτών της πρωτοβουλίας i2010 για την χρήση των ΤΠΕ στα νοικοκυριά¹.

Στην ενότητα 2 εστιάζουμε στην εξέλιξη της χρήσης παραδοσιακών και δημοφιλών διαδικτυακών υπηρεσιών από τους Ευρωπαίους και Έλληνες πολίτες κατά την τετραετία 2005-2008 και διαπιστώνουμε την καθολική αύξηση στη χρήση του διαδικτύου αλλά συγχρόνως και τη χρόνια υστέρηση στη χρήση του διαδικτύου από τους Έλληνες πολίτες σε σύγκριση με τους πολίτες της ΕΕ. Διαπιστώνουμε επίσης ότι οι δραστηριότητες που αφορούν στην επικοινωνία μέσω διαδικτύου βρίσκονται ακόμα και σήμερα στην πρώτη γραμμή των προτιμήσεων των πολιτών.

Στην ενότητα 3 διερευνούμε τους τρόπους με τους οποίους οι Ευρωπαίοι και οι Έλληνες πολίτες χρησιμοποιούν εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας (όπως η ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο, η συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης και η δημιουργία και ανάγνωση blogs & weblogs, κ.α.). Διαπιστώνουμε ότι η τάση των Ευρωπαίων και των Ελλήνων πολιτών για χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών για επικοινωνία είναι αυξητική και ότι η υστέρηση μεταξύ Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών στη χρήση αυτών των υπηρεσιών κυμαίνεται σε πολύ μικρότερα επίπεδα από την αντίστοιχη υστέρηση στη χρήση παραδοσιακών υπηρεσιών διαδικτύου. Οι νέοι υπερτερούν αισθητά σε σύγκριση με το γενικό πληθυσμό ως προς τη χρήση όλων ανεξαιρέτως των εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας. Ακόμη όσον αφορά, στο επίπεδο χρήσης των υπηρεσιών αυτών μέσω του διαδικτύου από τους νέους, είναι το ίδιο και δεν υπάρχει καμιά υστέρηση μεταξύ Ελλάδας και Ευρώπης. Είναι ενδιαφέρον ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι νέοι Έλληνες υπερτερούν των Ευρωπαίων. Συμπεραίνουμε επίσης ότι το διαδίκτυο δεν δείχνει να αντικαθιστά προς το παρόν παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας όπως οι κλήσεις με σταθερά ή και κινητά τηλέφωνα.

Παρόμοια συμπεράσματα προκύπτουν από την ενότητα 4 όπου διερευνούμε τη διείσδυση και τους τρόπους με τους οποίους οι Ευρωπαίοι και οι Έλληνες πολίτες χρησιμοποιούν εξελιγμένες διαδικτυακές

¹ Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals,
http://ec.europa.eu/information_society/europe/i2010/benchmarking/index_en.htm

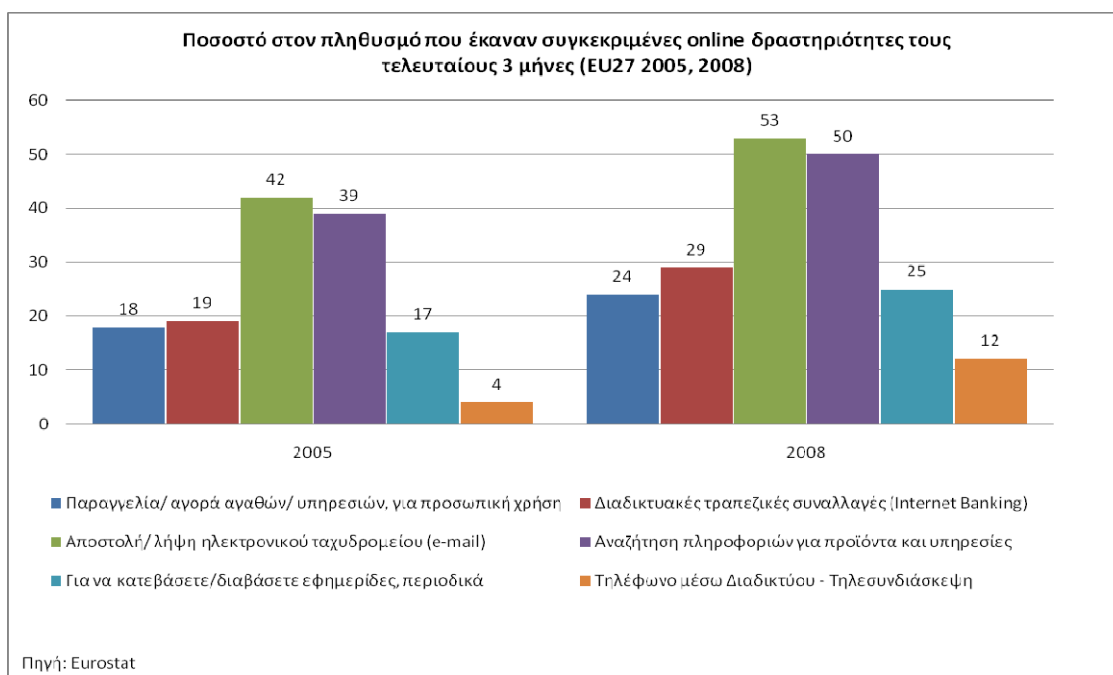
υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας, όπου αποδεικνύεται ότι ο βαθμός αντικατάστασης των παραδοσιακών υπηρεσιών πληροφόρησης και ψυχαγωγίας από αντίστοιχες διαδικτυακές είναι ακόμα σχετικά χαμηλός, με την ανάγνωση ηλεκτρονικών εντύπων και την αγορά μουσικών CDs να έχουν επιφέρει τις μεγαλύτερες αλλαγές στις συνήθειες των Ευρωπαίων και των Ελλήνων πολιτών. Επιπλέον αναδεικνύεται η αντίληψη των πολιτών ότι οι υπηρεσίες πρόσβασης σε ψηφιακό περιεχόμενο και ηλεκτρονικά έντυπα παρέχονται δωρεάν ή ότι αποτελούν μέρος της υπηρεσίας πρόσβασης στο διαδίκτυο για την οποία ήδη χρεώνονται. Για τους περισσότερους πολίτες – χρήστες διαδικτύου (και ειδικά για τους νέους) επικρατεί η άποψη ότι μέσω της σταθερής χρέωσης πρόσβασης αποκτούν απεριόριστο δικαίωμα στο «κατέβασμα» και την αντιγραφή διαδικτυακού περιεχομένου κατ' επιλογήν και απεριόριστα.

Τέλος, στην ενότητα 5 παραθέτουμε διαπιστώσεις και συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των στοιχείων και την παρακολούθηση της εξέλιξης των δεικτών, ειδικά όσον αφορά στις καινούργιες τάσεις που διαμορφώνονται στη χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία, πληροφόρηση και ψυχαγωγία από τους Ευρωπαίους και Έλληνες πολίτες.

2. Εξέλιξη στη χρήση παραδοσιακών υπηρεσιών διαδικτύου

Από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 στα νοικοκυριά για την ΕΕ27, προκύπτει ότι το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί διαδικτυακές υπηρεσίες έχει αυξηθεί σημαντικά κατά την περίοδο 2005-2008, όπως φαίνεται στο γράφημα 1.

Η μεγαλύτερη αύξηση (κατά 11%) παρατηρείται στο ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (53% το 2008), όπως επίσης και για ανεύρεση πληροφοριών για αγαθά και υπηρεσίες (50% το 2008). Το ποσοστό των πολιτών που κάνουν τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου έχει αυξηθεί κατά 10%, ενώ η χρήση άλλων λιγότερο δημοφιλών υπηρεσιών για τις οποίες απαιτούνται περισσότερες δεξιότητες στη χρήση διαδικτύου έχει επίσης διευρυνθεί, με το ποσοστό πολιτών που τις χρησιμοποιούν να έχει αυξηθεί κατά 6-8% την περίοδο 2005-2008.

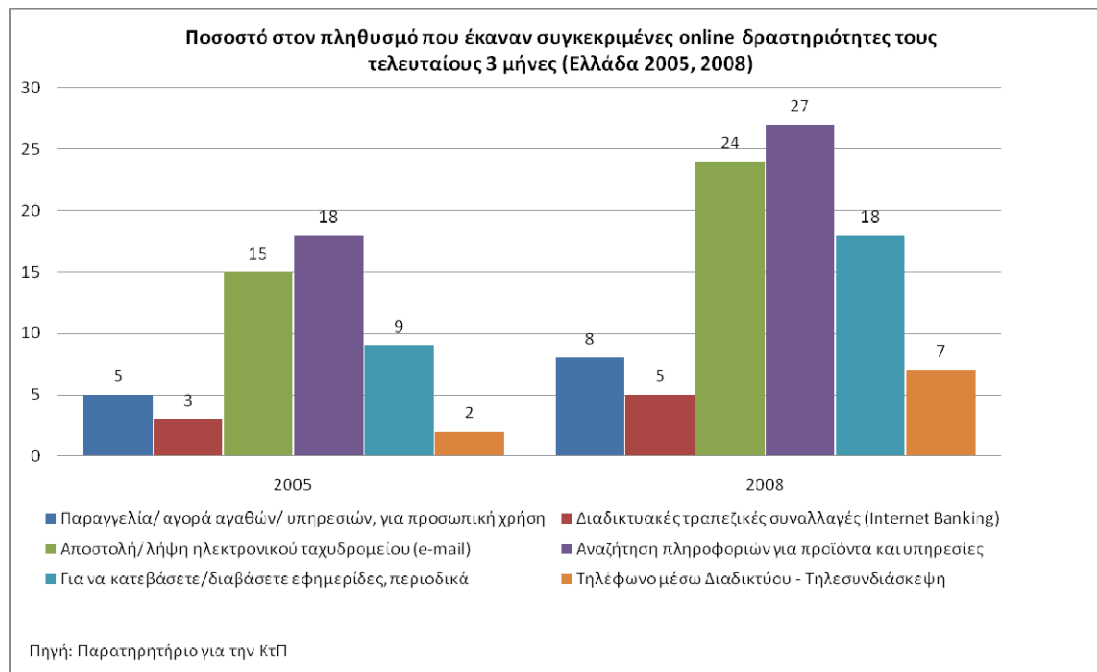


Γράφημα 1: Ποσοστό των πολιτών της ΕΕ27 που έκαναν συγκεκριμένες online δραστηριότητες τους τελευταίους 3 μήνες

Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγουμε από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 για την ίδια χρονική περίοδο στην Ελλάδα, όπως φαίνεται στο γράφημα 2. Στην Ελλάδα όπως και στην Ευρώπη σημαντική αύξηση (κατά 9%) παρατηρείται στο ποσοστό των πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (έφθασε στο 24% το 2008), για ανεύρεση πληροφοριών για αγαθά και υπηρεσίες (27% το 2008), όπως επίσης και για διάβασμα εφημερίδων και περιοδικών (18% το 2008). Το ποσοστό των πολιτών που κάνει χρήση άλλων λιγότερο δημοφιλών υπηρεσιών για τις οποίες απαιτούνται περισσότερες δεξιότητες στη χρήση διαδικτύου έχει επίσης αυξηθεί κατά 2-5%. Αξίζει να σημειωθεί ότι:

- Τα ποσοστά των πολιτών που αντιστοιχούν στις παραδοσιακές χρήσεις του διαδικτύου στην Ελλάδα είναι αισθητά μικρότερα από τα αντίστοιχα Ευρωπαϊκά, αντικατοπτρίζοντας την ευρύτερη υστέρηση (δηλαδή, τη σχετική ποσοστιαία διαφορά) στη χρήση του διαδικτύου στη χώρα μας διαχρονικά. Συγκεκριμένα, η μέγιστη υστέρηση (83%) αφορά στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου και η ελάχιστη υστέρηση (28%) αφορά στην επιγραμμική ανάγνωση εφημερίδων και περιοδικών. Η υστέρηση όσον αφορά στις υπόλοιπες υπηρεσίες κυμαίνεται από 67% για την παραγγελία/αγορά αγαθών/υπηρεσιών μέχρι 42% για υπηρεσίες τηλεφωνίας μέσω διαδικτύου. Ο μέσος όρος υστέρησης ανέρχεται στο 53% για τις υπό εξέταση υπηρεσίες.
- Ο ρυθμός αύξησης σε επίπεδο χρήσης των παραδοσιακών διαδικτυακών υπηρεσιών από τους Έλληνες πολίτες την περίοδο 2005-2008 είναι συγκρίσιμος με τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό για όλες τις υπηρεσίες, με εξαίρεση τις υπηρεσίες για παραγγελία/αγορά αγαθών/υπηρεσιών για προσωπική χρήση

και τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου, για τις οποίες τα ποσοστά των Ελλήνων πολιτών που τις χρησιμοποιούν αυξήθηκαν μόλις κατά 3% και 2% αντίστοιχα την τελευταία τετραετία. Ο ρυθμός αύξησης σε επίπεδο χρήσης των διαφορετικών διαδικτυακών υπηρεσιών από τους Έλληνες πολίτες την περίοδο 2005-2008 όμως δεν θεωρείται ικανοποιητικός, δεδομένου ότι θα έπρεπε να είναι μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό προκειμένου να επιτευχθεί σύγκλιση.



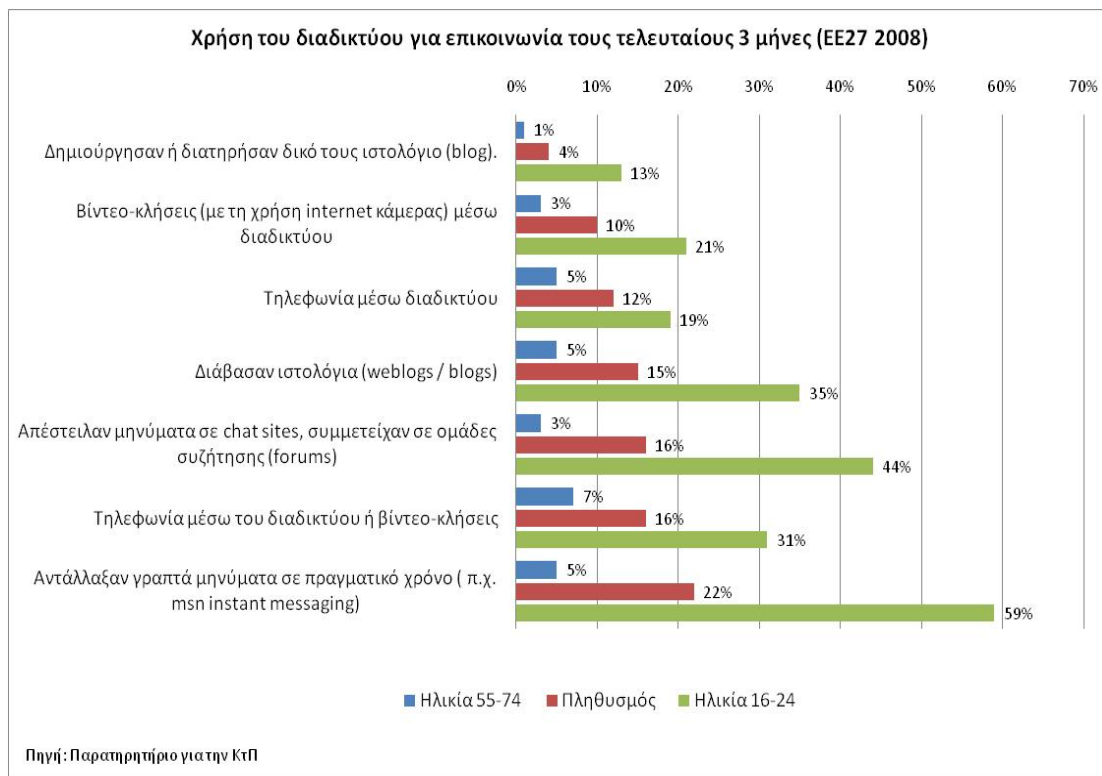
Γράφημα 2: Ποσοστό των πολιτών της Ελλάδας που έκαναν συγκεκριμένες online δραστηριότητες τους τελευταίους 3 μήνες

Με δεδομένο ότι η βασική φιλοσοφία και πηγή έμπνευσης του διαδικτύου ήταν και είναι η επικοινωνία, δεν αποτελεί έκπληξη η διαπίστωση ότι δραστηριότητες που αφορούν στην επικοινωνία μέσω διαδικτύου βρίσκονται ακόμα και σήμερα στην πρώτη γραμμή των προτιμήσεων των πολιτών. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η πρώτη υπηρεσία που είχε μαζική απήχηση στην ιστορία του διαδικτύου, αποτελεί στις μέρες μας μια παραδοσιακή πλέον υπηρεσία επικοινωνίας με 53% των Ευρωπαίων και 24% των Ελλήνων να την χρησιμοποιούν συχνά (την έχουν χρησιμοποιήσει τους τελευταίους 3 μήνες).

3. Η χρήση διαδικτύου για εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας

Η τάση των Ευρωπαίων και των Ελλήνων πολιτών για χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών για επικοινωνία είναι επίσης αυξητική. Από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 για την ΕΕ27 προκύπτει ότι το 2008, περίπου το 35% των Ευρωπαίων πολιτών και το 25% των Ελλήνων δήλωσε ότι έχει χρησιμοποιήσει εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες τους τελευταίους 3 μήνες πριν από τη διεξαγωγή της έρευνας. Οι εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας στις οποίες εστιάζουμε περιλαμβάνουν τη δημιουργία ιστολογίου (blog), την ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (instant messaging), την αποστολή μηνυμάτων σε chat sites - συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης (forum), την τηλεφωνία μέσω διαδικτύου (και με κλήσεις video), οι κλήσεις video με χρήση κάμερας διαδικτύου και η ανάγνωση blogs & weblogs.

Τα ποσοστά των πολιτών που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα για το έτος 2008, παρουσιάζονται στα γραφήματα 3 και 4, αντιστοίχως. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν στο γενικό πληθυσμό (ηλικία 16-74) αλλά και σε συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες όπως οι νέοι (16-24 ετών) και οι ηλικιωμένοι (55-74 ετών).



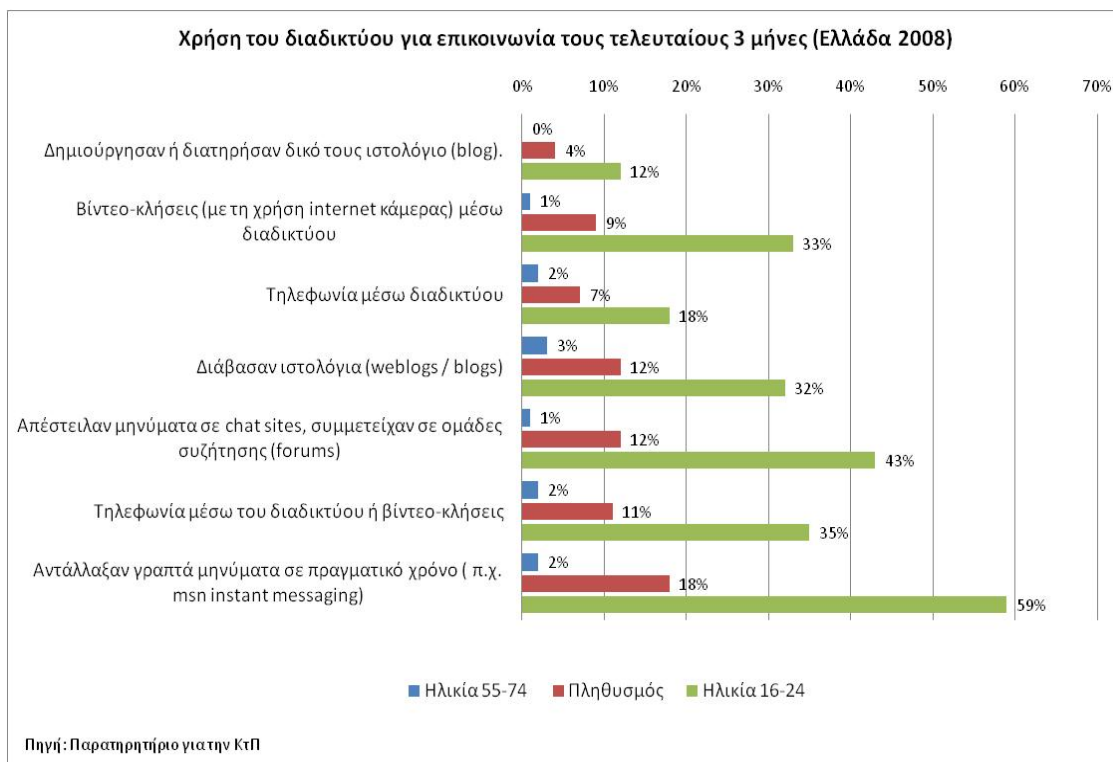
Γράφημα 3 – Χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία στους τελευταίους 3 μήνες στην ΕΕ27 (και ανά ηλικία)

Σε επίπεδο χρήσης, οι περισσότερο δημοφιλείς διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας μεταξύ των Ευρωπαίων πολιτών (βλ. γράφημα 3) φαίνεται να είναι:

- Η ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (instant messaging), με το 22% των πολιτών να τη χρησιμοποιούν.
- Η αποστολή μηνυμάτων σε chat sites - συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης (forum) και η τηλεφωνία μέσω διαδικτύου με κλήσεις video, με το 16% των πολιτών να τις χρησιμοποιούν
- Η ανάγνωση blogs & weblogs, με το 15% των πολιτών να τη χρησιμοποιούν

Αντιστοίχως, οι εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας που προτιμούν περισσότερο οι Έλληνες πολίτες (γράφημα 4) φαίνεται να είναι επίσης η ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (18%), η

αποστολή μηνυμάτων σε chat sites - συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης και η ανάγνωση ιστολογίων (12%) και η τηλεφωνία μέσω διαδικτύου με κλήσεις video (11%).



Γράφημα 4 – Χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία στους τελευταίους 3 μήνες στην Ελλάδα (και ανά ηλικία)

Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά των πολιτών του γενικού πληθυσμού που χρησιμοποιούν εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου στην Ελλάδα είναι μικρότερα από τα αντίστοιχα Ευρωπαϊκά στις περισσότερες των περιπτώσεων. Η υστέρηση όμως μεταξύ Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών στη χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας κυμαίνεται σε πολύ μικρότερα επίπεδα από την αντίστοιχη υστέρηση στη χρήση παραδοσιακών υπηρεσιών διαδικτύου (βλ. ενότητα 2, όπου η υστέρηση κυμαίνεται μεταξύ 28% και 82%, μέσος όρος υστέρησης 53%). Η μέγιστη υστέρηση (42%) στη χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας αφορά στην τηλεφωνία μέσω διαδικτύου, ενώ δεν υπάρχει υστέρηση στη δημιουργία ιστολογίων. Όσον αφορά στις υπόλοιπες υπηρεσίες, η υστέρηση κυμαίνεται από 31% (για τηλεφωνία μέσω διαδικτύου και με κλήσεις video) μέχρι 10% (για κλήσεις video με χρήση κάμερας διαδικτύου). Ο μέσος όρος υστέρησης ανέρχεται στο 21% για τις υπό εξέταση υπηρεσίες.

Από τα παραπάνω, γίνεται φανερό ότι στην ΕΕ27 αλλά κυρίως στην Ελλάδα, η ηλικία παίζει τον κυρίαρχο ρόλο στον τρόπο χρήσης του διαδικτύου για επικοινωνία. Οι νέοι υπερτερούν αισθητά σε σύγκριση με το γενικό πληθυσμό ως προς τη χρήση όλων ανεξαιρέτως των εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας. Συγκεκριμένα:

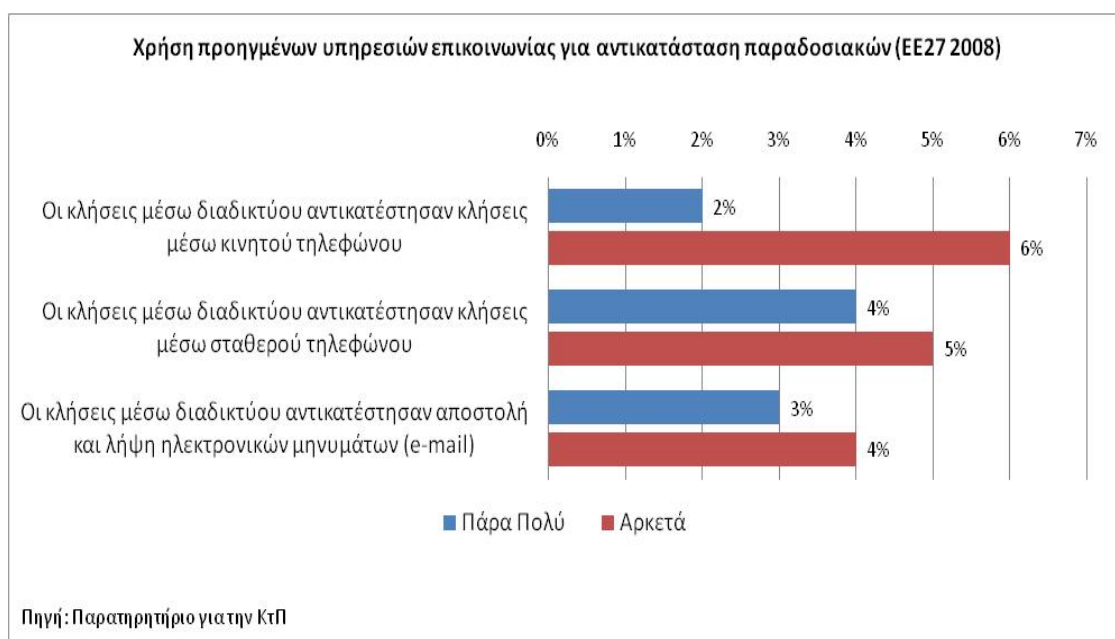
- Το 78% των νέων Ευρωπαίων και το 59% των νέων Ελλήνων χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.
- Το 59% των νέων Ευρωπαίων και το 59% των νέων Ελλήνων ανταλλάσσουν μηνύματα σε πραγματικό χρόνο.
- Το 44% των νέων Ευρωπαίων και το 43% των νέων Ελλήνων στέλνουν μηνύματα σε chat sites και συμμετέχουν σε ομάδες συζήτησης (forum).
- Το 35% των νέων Ευρωπαίων και το 32% των νέων Ελλήνων διαβάζουν ιστολόγια (blogs, weblogs).
- Το 31% των νέων Ευρωπαίων και το 35% των νέων Ελλήνων κάνουν video κλήσεις μέσω διαδικτύου

- Το 21% των νέων Ευρωπαίων και το 33% των νέων Ελλήνων κάνουν video κλήσεις με χρήση κάμερας μέσω διαδικτύου
- Το 19% των νέων Ευρωπαίων και το 18% των νέων Ελλήνων κάνουν τηλεφωνήματα μέσω διαδικτύου
- Το 13% των νέων Ευρωπαίων και το 12% των νέων Ελλήνων δημιουργούν και διατηρούν ιστολόγια (blogs, weblogs).

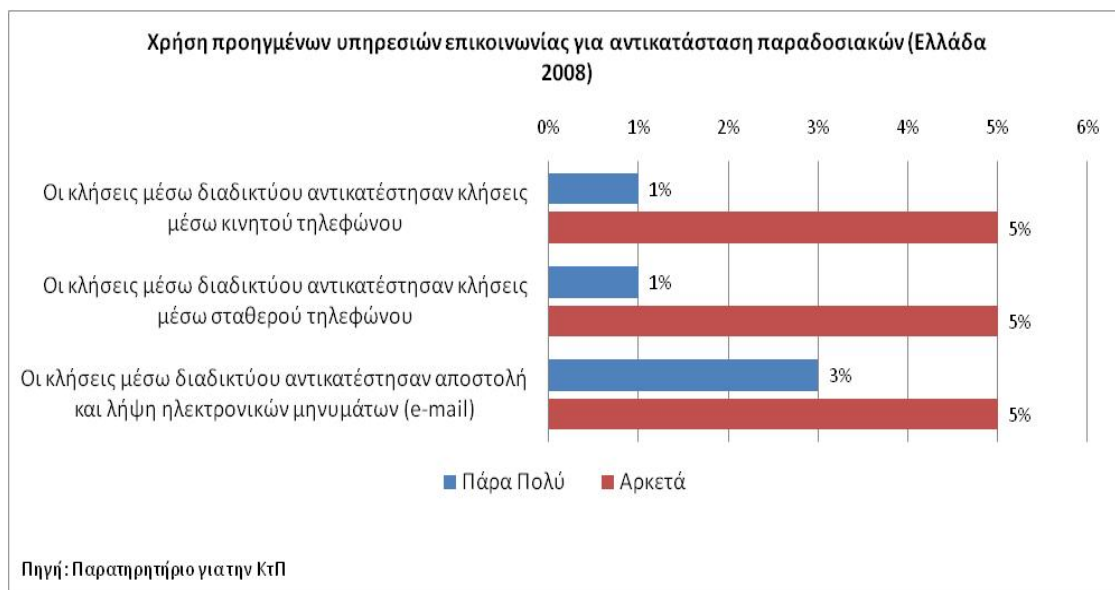
Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά των νέων που χρησιμοποιούν εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου στην Ελλάδα και στην Ευρώπη είναι παρόμοια στις περισσότερες των περιπτώσεων. Είναι ενδιαφέρον ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι νέοι Έλληνες υπερτερούν των Ευρωπαίων – ειδικά για video κλήσεις με χρήση κάμερας μέσω διαδικτύου. Συμπεραίνουμε ότι όσον αφορά στους νέους, το επίπεδο χρήσης εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου είναι το ίδιο και δεν υπάρχει καμιά υστέρηση μεταξύ Ελλάδας και Ευρώπης. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο για τους ηλικιωμένους, όπου η υστέρηση των Ελλήνων ηλικιωμένων για όλο το φάσμα των υπό εξέταση διαδικτυακών υπηρεσιών είναι έντονη σε σύγκριση με τους Ευρωπαίους.

3.1 Αντικατάσταση παραδοσιακών υπηρεσιών επικοινωνίας με διαδικτυακές

Τα αποτελέσματα της έρευνας (γραφήματα 5 για την ΕΕ27 και 6 για την Ελλάδα) δείχνουν ότι δεν υφίσταται προς το παρόν έντονη τάση για αντικατάσταση των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας με νέες εξελιγμένες χρήσεις του διαδικτύου για επικοινωνία. Παρόλο που είναι γνωστό ότι το διαδίκτυο υποστηρίζει υπηρεσίες τηλεφωνίας και κλήσεις video με μηδενικό κόστος (ανάλογα με την εφαρμογή) οι πολίτες στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα δεν δείχνουν να εγκαταλείπουν τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας.



Γράφημα 5 – Χρήση εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας για αντικατάσταση παραδοσιακών (ΕΕ27, 2008)



Γράφημα 6 – Χρήση εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας για αντικατάσταση παραδοσιακών (Ελλάδα, 2008)

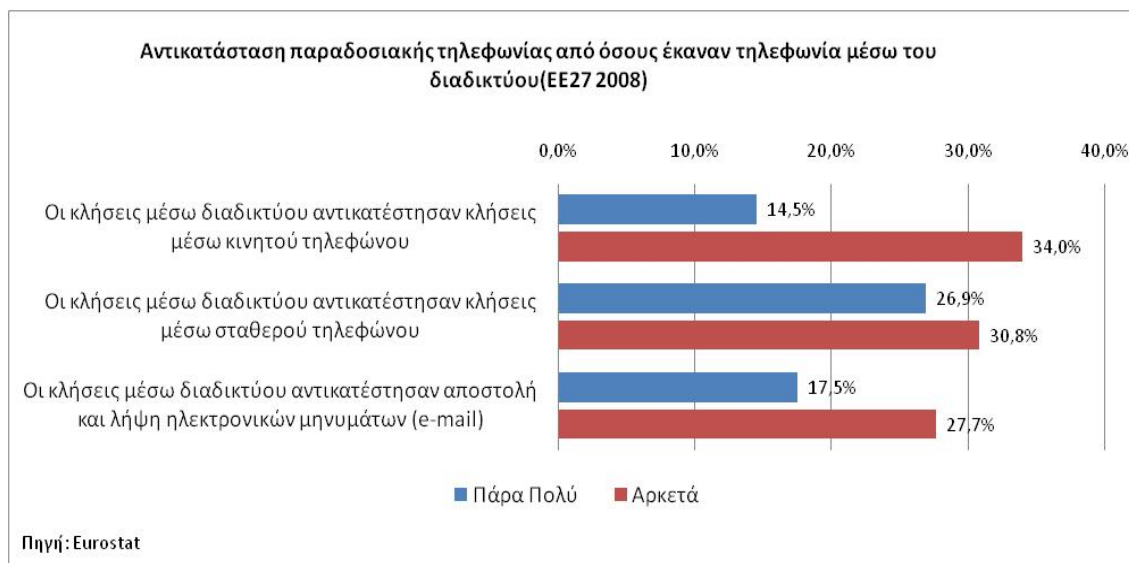
Μόλις το 2% των Ευρωπαίων και το 1% των Ελλήνων πολιτών αναγνωρίζουν ότι οι διαδικτυακές τηλεφωνικές κλήσεις έχουν αντικαταστήσει σε μεγάλο βαθμό (πάρα πολύ) τις κλήσεις μέσω κινητού (γραφήματα 5 και 6). Τα αντίστοιχα ποσοστά για την αντικατάσταση των κλήσεων μέσω σταθερού τηλεφώνου από διαδικτυακές τηλεφωνικές κλήσεις είναι 4% για την ΕΕ27 και 1% για την Ελλάδα. Όσον αφορά στη σταθερή τηλεφωνία, τα double-play πακέτα-προσφορές που περιλαμβάνουν ευρυζωνική σύνδεση συνδυασμένη με σταθερή τηλεφωνία χωρίς επιπλέον κόστος, εξηγούν εν μέρει γιατί δεν προκύπτει η ανάγκη για τους πολίτες να αντικαταστήσουν τις κλήσεις μέσω σταθερού τηλεφώνου με εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας.

Η σημαντική αύξηση στη διείσδυση και χρήση υπηρεσιών instant messaging (ανταλλαγής μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο, βλ. γραφήματα 3 και 4) θα μπορούσε δυνητικά να έχει αρνητικές επιπτώσεις στη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αυτό όμως δεν φαίνεται να ισχύει. Αντίθετα, παρατηρούμε ότι η αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι διαχρονικά σταθερή στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα (γραφήματα 1 και 2) και ότι μόλις το 3% των πολιτών σε ΕΕ27 και Ελλάδα δηλώνουν ότι οι διαδικτυακές τηλεφωνικές κλήσεις έχουν αντικαταστήσει σε μεγάλο βαθμό (πάρα πολύ) τη χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (γραφήματα 5 & 6). Άλλος ένας πιθανός λόγος που το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παραμένει δημοφιλές και η χρήση του βαίνει αυξανόμενη είναι ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία δεν είναι μόνο χρήσιμη για τους νέους χρήστες του διαδικτύου, αλλά είναι και εύκολη στη χρήση δεδομένου ότι δεν απαιτεί υψηλές δεξιότητες.

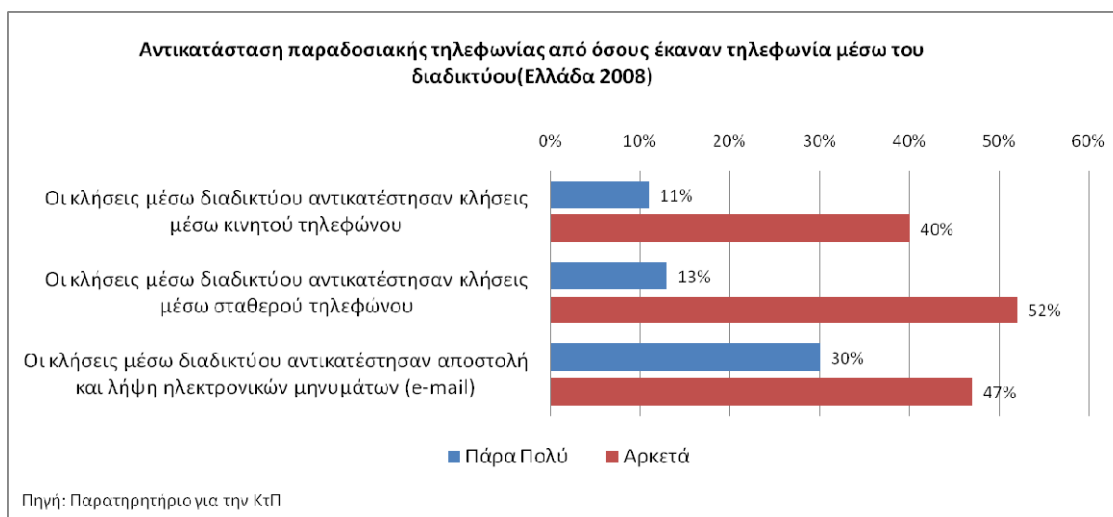
Συνολικά συμπεραίνουμε ότι οι νέες υπηρεσίες χρησιμοποιούνται παράλληλα με τις πιο παραδοσιακές, για τις οποίες όμως η ένταση και η συχνότητα χρήσης ποικίλει και ενδεχομένως μειώνεται.

Τα παραπάνω συμπεράσματα αφορούν μόνο στο γενικό πληθυσμό. Αν εστιάσουμε στους χρήστες διαδικτύου που ήδη χρησιμοποιούν τηλεφωνία μέσω διαδικτύου, διαπιστώνουμε ότι η εικόνα αλλάζει και αρχίζει να αναδεικνύεται τάση για αντικατάσταση. Τα αποτελέσματα της έρευνας στο δείγμα του πληθυσμού που ήδη κάνει τηλεφωνικές κλήσεις μέσω διαδικτύου δείχνουν ότι στην ΕΕ27 περίπου το ένα τρίτο (1/3) των χρηστών και σχεδόν οι μισοί (1/2) χρήστες στην Ελλάδα έχουν ήδη αντικαταστήσει την παραδοσιακή με τη διαδικτυακή τηλεφωνία. Η τάση αντικατάστασης (substitution effect) είναι περισσότερο έντονη όσον αφορά στην σταθερή τηλεφωνία. Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται από τα γραφήματα 7 και 8:

- Στην ΕΕ27, περίπου 27% και 40% των χρηστών δηλώνουν ότι οι διαδικτυακές κλήσεις αντικατέστησαν κλήσεις μέσω σταθερού τηλεφώνου, πάρα πολύ και αρκετά, αντιστοίχως.
- Στην Ελλάδα, περίπου 13% και 52% των χρηστών δηλώνουν ότι οι διαδικτυακές κλήσεις αντικατέστησαν κλήσεις μέσω σταθερού τηλεφώνου, πάρα πολύ και αρκετά, αντιστοίχως.



Γράφημα 7 – Τάση αντικατάστασης από διαδικτυακή τηλεφωνία (ΕΕ27, 2008).

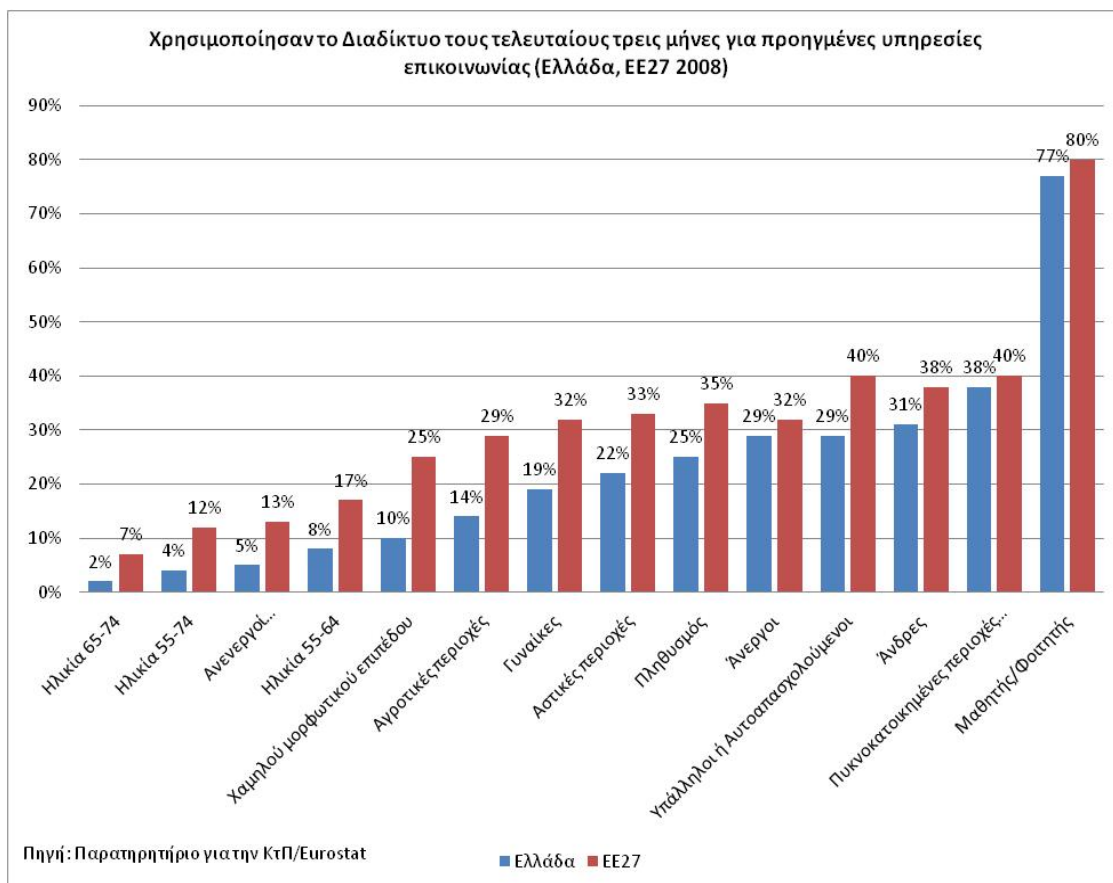


Γράφημα 8 – Τάση αντικατάστασης από διαδικτυακή τηλεφωνία (Ελλάδα, 2008).

Συμπεραίνουμε ότι όταν και εφόσον οι πολίτες μπουν στη διαδικασία να κάνουν διαδικτυακές τηλεφωνικές κλήσεις, η χρήση των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας αναμένεται να ελαττωθεί. Με δεδομένο όμως ότι προς το παρόν μόλις το 12% των Ευρωπαίων πολιτών και το 7% των Ελλήνων χρησιμοποιούν ήδη διαδικτυακή τηλεφωνία, οι επιπτώσεις από την τάση αντικατάστασης παραμένουν περιορισμένες στο άμεσο μέλλον.

3.2 Ποιοί είναι οι χρήστες εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας?

Στο γράφημα 9 παρουσιάζονται οι κατηγορίες πολιτών που χρησιμοποίησαν εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες τους τελευταίους 3 μήνες στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα (στοιχεία 2008). Η σύγκριση μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ27 είναι λογικά ακόλουθη ως προς τα ποσοστά που αντιστοιχούν στις κατηγορίες των πολιτών, παρατηρείται όμως εμφανής υστέρηση σε όλες τις κατηγορίες (πλην των μαθητών/φοιτητών και των ανέργων), που όμως κυμαίνεται από 4% έως 67%. Η μεγαλύτερη υστέρηση αφορά στους ηλικιωμένους 55-74 ετών (67%), στους ανενεργούς πολίτες (συνταξιούχους, νοικοκυρές, κλπ, 62%), στους πολίτες χαμηλού μορφωτικού επιπέδου (60%), στους κατοίκους αγροτικών περιοχών (52%) και στις γυναίκες (41%). Η μικρότερη υστέρηση αφορά στους μαθητές - φοιτητές (4%), στους κατοίκους πυκνοκατοικημένων περιοχών (5%) και στους ανέργους (9%).



Γράφημα 9 – κατηγορίες πολιτών που χρησιμοποίησαν εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες (ΕΕ27 και Ελλάδα, 2008).

Μια κατηγορία που έχει ενδιαφέρον είναι οι άνεργοι πολίτες στην Ελλάδα, δεδομένου ότι τα ποσοστά των ανέργων πολιτών που χρησιμοποίησαν εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες τους τελευταίους 3 μήνες σε ΕΕ27 και Ελλάδα είναι παρόμοια (32% & 29% αντιστοίχως). Η σύγκλιση αυτή εν μέρει μπορεί να οφείλεται στο ότι η ανεργία στην Ελλάδα πλήττει κυρίως τους νέους, οι οποίοι είναι οι πλέον ψηφιακά εγγράμματοι πολίτες και δυναμικοί χρήστες των εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας.

Εστιάζοντας στη νέα γενιά, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι στην Ευρώπη το 80% των μαθητών/φοιτητών και το 73% των νέων 16-24 ετών έχουν χρησιμοποιήσει εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας τους τελευταίους τρεις μήνες. Τα αντίστοιχα ποσοστά για την Ελλάδα είναι 77% για τους μαθητές/φοιτητές και 71% για τους νέους 16-24 ετών (γράφημα 9). Τα ποσοστά χρήσης εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών που αντιστοιχούν στους νέους είναι υπερδιπλάσια των ποσοστών που αντιστοιχούν στο γενικό πληθυσμό (στην Ελλάδα είναι τριπλάσια) και έχουν μεγάλη διαφορά (της τάξης του 40% στην ΕΕ27 και 48% στην Ελλάδα) από τα ποσοστά που αντιστοιχούν στους υπαλλήλους/αυτοαπασχολούμενους.

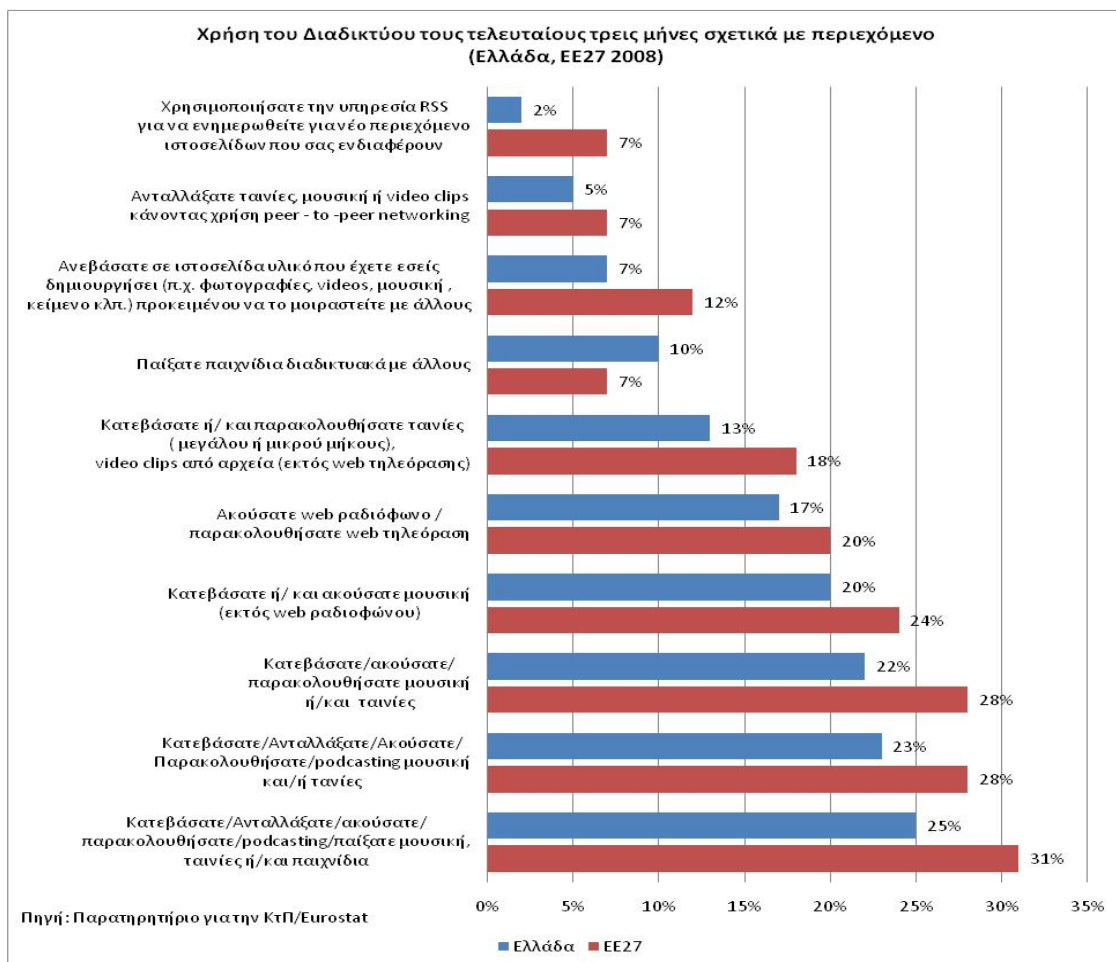
Είναι προφανές ότι σε όλες τις κατηγορίες των εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας προηγείται η νέα γενιά. Οι απόψεις τους για το διαδίκτυο και η προσέγγιση τους διαφέρουν στο ότι οι περισσότεροι δεν είναι απλά παθητικοί καταναλωτές διαδικτυακού περιεχομένου που προσφέρεται από ένα μικρό αριθμό παρόχων, αλλά πραγματικοί εξερευνητές του κυβερνοχώρου όπου το περιεχόμενο και οι υπηρεσίες προσφέρονται για «κατέβασμα», ανταλλαγή, επαναχρησιμοποίηση, διάδοση, δημιουργία και αναδημιουργία.

4. Η χρήση διαδικτύου για εξελεγμένες υπηρεσίες πληροφόρησης & ψυχαγωγίας

Παρόμοια αποτελέσματα προκύπτουν και από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 στα νοικοκυριά για το 2008, σχετικά με την εξοικείωση των πολιτών στη χρήση εξελεγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών για πληροφόρηση και ψυχαγωγία. Η τάση είναι επίσης αυξητική τόσο για τους Ευρωπαίους πολίτες όσο και για τους Έλληνες. Τα ποσοστά των πολιτών που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για εξελεγμένες υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα για το έτος 2008, παρουσιάζονται στα γραφήματα 10 και 11, αντιστοίχως. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν στο γενικό πληθυσμό (ηλικία 16-74).

Σε επίπεδο χρήσης, οι περισσότερο δημοφιλείς διαδικτυακές δραστηριότητες και υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας μεταξύ των Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών (βλ. γράφημα 10) φαίνεται να είναι:

- Το «κατέβασμα» και η ακρόαση μουσικής (εκτός web ραδιοφώνου), δραστηριότητα με την οποία ασχολείται το 24% των Ευρωπαίων πολιτών και το 20% των Ελλήνων
- Η ακρόαση web ραδιοφώνου και/ή η παρακολούθηση web τηλεόρασης, δραστηριότητα με την οποία ασχολείται το 20% των Ευρωπαίων πολιτών και το 17% των Ελλήνων
- Το «κατέβασμα» και η παρακολούθηση ταινιών ή video clips από αρχεία (εκτός web τηλεόρασης), δραστηριότητα με την οποία ασχολείται το 17,8% των Ευρωπαίων πολιτών και το 13% των Ελλήνων



Γράφημα 10 – Χρήση διαδικτύου τους τελευταίους 3 μήνες σχετικά με περιεγόμενο (ΕΕ27 και Ελλάδα, 2008).

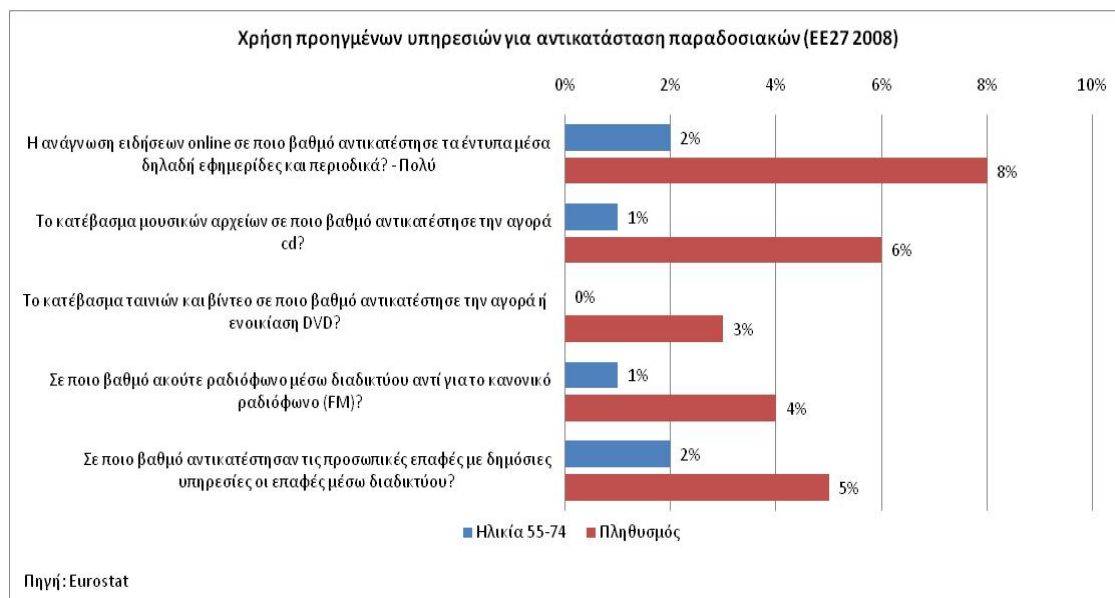
Τα διαδικτυακά παιχνίδια αφορούν στο 7% των Ευρωπαίων και στο 10% των Ελλήνων πολιτών. Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνουν «ανέβασμα» υλικού όπως είναι τα κείμενα, οι φωτογραφίες, τα video

και ή μουσική δεν είναι ακόμα εξίσου διαδεδομένες όσο οι προαναφερθείσες (που περιλαμβάνουν «κατέβασμα» υλικού) και αφορούν στο 11,6% των Ευρωπαίων και στο 7% των Ελλήνων πολιτών. Μόλις το 7% των Ευρωπαίων και το 5% των Ελλήνων δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν peer-to-peer networking για ανταλλαγές ταινιών, μουσικής ή video clips. Η ανταπόκριση των πολιτών στην υπηρεσία RSS, για ενημέρωση νέου περιεχομένου ιστοσελίδων ή του podcasting για λήψη οπτικοακουστικών αρχείων, είναι επίσης μικρή.

4.1 Αντικατάσταση παραδοσιακών υπηρεσιών πληροφόρησης & ψυχαγωγίας με διαδικτυακές

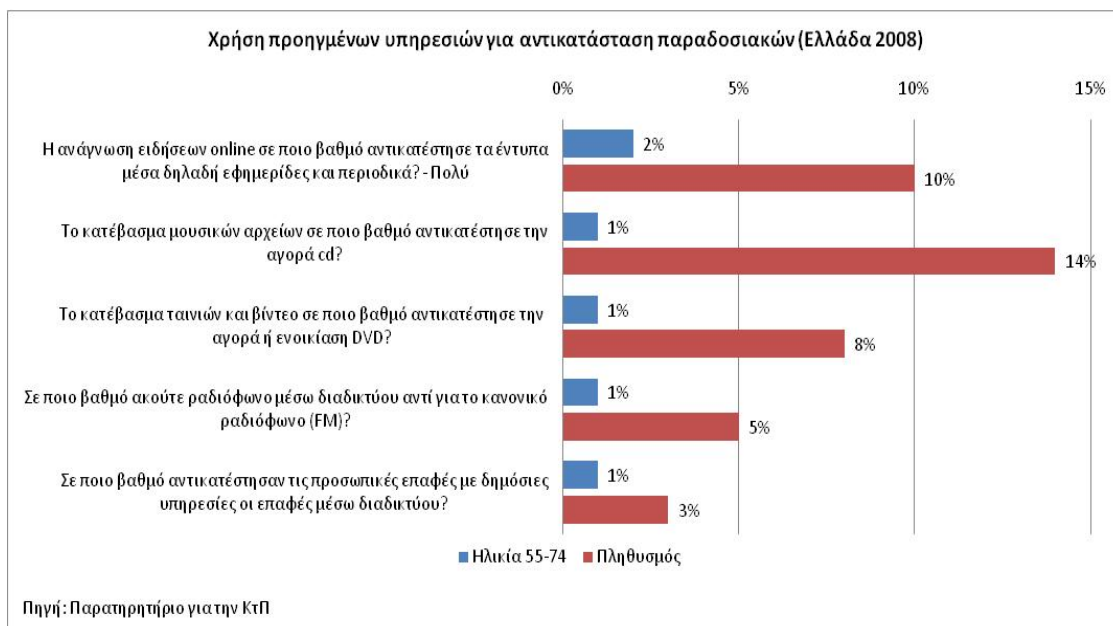
Οι τάσεις των πολιτών (όπως προκύπτουν από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 στα νοικοκυριά για το 2008), σχετικά με την αντικατάσταση παραδοσιακών υπηρεσιών πληροφόρησης και ψυχαγωγίας από αντίστοιχες διαδικτυακές, παρουσιάζονται στα γραφήματα 11 (για την ΕΕ27) και 12 (για την Ελλάδα). Διαπιστώνουμε ότι ένα μεγάλο μέρος των πολιτών δεν υιοθετεί ακόμα τις εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας. Η τάση αντικατάστασης είναι περιορισμένη για το γενικό πληθυσμό και ανύπαρκτη για τους μεσήλικες και τους ηλικιωμένους (ηλικία 55-74 ετών). Συγκεκριμένα, κατά μέσο όρο:

- Το 3% των Ευρωπαίων και το 8% των Ελλήνων πολιτών προτιμούν να «κατεβάζουν» ταινίες και video αντί να αγοράζουν ή να νοικιάζουν DVD
- Το 4% των Ευρωπαίων και το 5% των Ελλήνων ακούν ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου αντί να κάνουν χρήση παραδοσιακού ραδιοφώνου.
- Το 6% των Ευρωπαίων και το 14% των Ελλήνων προτιμούν να «κατεβάζουν» αρχεία μουσικής αντί να αγοράζουν CDs μουσικής.
- Για το 8% των Ευρωπαίων και για το 10% των Ελλήνων η ανάγνωση ειδήσεων μέσω διαδικτύου αντικατέστησε ήδη τα έντυπα μέσα, δηλαδή τις εφημερίδες και τα περιοδικά.
- Μόλις 5% των Ευρωπαίων και 3% των Ελλήνων δηλώνουν πως το διαδίκτυο έχει αντικαταστήσει τις επισκέψεις στους δημόσιους φορείς για την ολοκλήρωση των συναλλαγών τους.



Γράφημα 10 – Χρήση εξελιγμένων υπηρεσιών για αντικατάσταση παραδοσιακών (ΕΕ27, 2008).

Συνολικά, ο βαθμός αντικατάστασης των παραδοσιακών υπηρεσιών πληροφόρησης και ψυχαγωγίας από αντίστοιχες διαδικτυακές είναι ακόμα σχετικά χαμηλός, με την ανάγνωση ηλεκτρονικών εντύπων και την αγορά μουσικών CDs να έχουν επιφέρει τις μεγαλύτερες αλλαγές στις συνήθειες των Ευρωπαίων και των Ελλήνων πολιτών. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η εξοικείωση των Ελλήνων με όλες τις εξελιγμένες υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας είναι μεγαλύτερη από αυτή των Ευρωπαίων πολιτών, με εξαίρεση τη χρήση του διαδικτύου για συναλλαγές με τους δημόσιους φορείς.



Γράφημα 11 – Χρήση εξελιγμένων υπηρεσιών για αντικατάσταση παραδοσιακών (Ελλάδα, 2008).

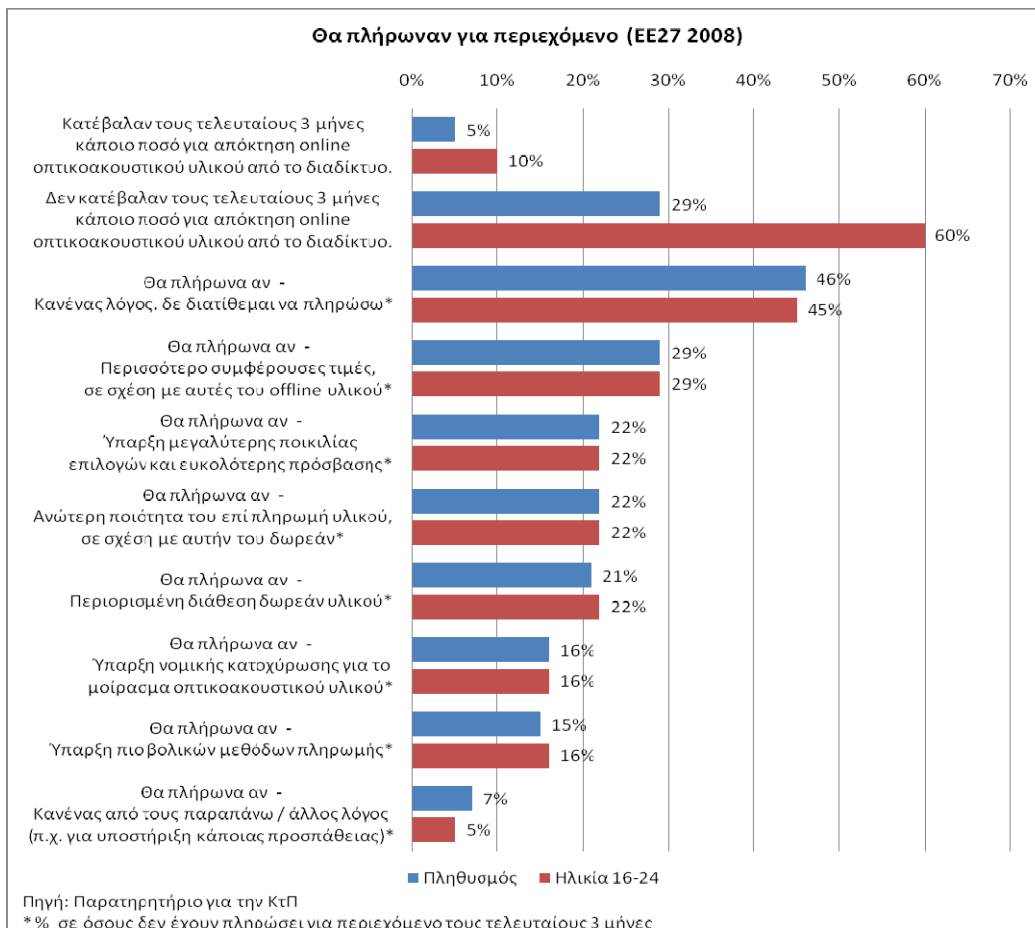
4.2 Χρέωση διαδικτυακού περιεχομένου

Σύμφωνα με τα στοιχεία της προηγούμενης ενότητας, για το 8% των Ευρωπαίων και για το 10% των Ελλήνων η ανάγνωση ειδήσεων μέσω διαδικτύου έχει ήδη αντικαταστήσει τα έντυπα μέσα, δηλαδή τις εφημερίδες και τα περιοδικά (το ποσοστό αυτό μεγαλώνει αν συμπεριληφθούν και οι περιστασιακοί χρήστες). Ένας μικρός αλλά αυξανόμενος αριθμός πολιτών ενημερώνεται μέσω προσωπικών ιστοσελίδων χρησιμοποιώντας την τεχνολογία RSS (γράφημα 10). Ο αριθμός των ιστολογίων (blogs) που χαρακτηρίζονται σαν «δημοσιογραφία των πολιτών» βαίνει αυξανόμενος και επιπλέον, προοδευτικά οι πολίτες ενημερώνονται ολοένα και περισσότερο από δικτυακούς τόπους που συγκεντρώνουν νέα και πληροφορίες από διαφορετικές ετερογενείς πηγές του διαδικτύου (news aggregators), γεγονός που ανησυχεί τις παραδοσιακές εκδοτικές επιχειρήσεις όσον αφορά στα πνευματικά δικαιώματα και στις πηγές εσόδων τους.

Δεν υπάρχει λοιπόν αμφιβολία για τις έντονες επιπτώσεις που έχει ήδη, και θα συνεχίσει να έχει, η ανάδειξη του Web 2.0 multicast μοντέλου πληροφόρησης και ανταλλαγής περιεχομένου στην έντυπη δημοσιογραφία: επιπτώσεις οι οποίες αναμένεται να επιταχυνθούν στο άμεσο μέλλον και από την διείσδυση ηλεκτρονικών βιβλίων (ebook readers) και πρόσφατων καινοτομιών όπως το iPad της Apple που έχει σχεδιαστεί και για ανάγνωση εντύπων και εφημερίδων. Όλα αυτά σηματοδοτούν μια γενικότερη αλλαγή στο χώρο της έντυπης δημοσιογραφίας και των εφημερίδων, οι οποίες βρίσκονται σε κρίση σε όλο τον κόσμο, καθώς η κυκλοφορία και τα διαφημιστικά έσοδα πέφτουν και οι αναγνώστες «μεταναστεύουν» στο διαδίκτυο. Ήδη, οι περισσότεροι διαδικτυακοί τόποι εκδοτικών ομίλων (περιοδικών & εφημερίδων) δεν είναι κερδοφόροι και χρηματοδοτούνται από τις έντυπες εκδόσεις.

Θα μπορούσε η λύση στα προβλήματα αυτά να βρίσκεται στη χρέωση για την πρόσβαση σε περιεχόμενο; Η απόφαση της News Corporation να χρεώνει τους αναγνώστες της Wall Street Journal στο διαδίκτυο είναι ενδεικτική. Το μοντέλο πληρωμών που εφαρμόζει η συγκεκριμένη εφημερίδα είναι ένα freemium μοντέλο όπου το πιο δημοφιλές μέρος του περιεχομένου και κάποιες αποκλειστικότητες προσφέρονται δωρεάν, ενώ εξειδικευμένα θέματα είναι διαθέσιμα μόνο σε συνδρομητές που πληρώνουν. Οι Times της Νέας Υόρκης ανακοίνωσαν πρόσφατα ότι από τις αρχές του 2011 οι αναγνώστες θα χρεώνονται αν θέλουν να έχουν απεριόριστη πρόσβαση στην εφημερίδα. «Η προσέγγιση αυτή [...] θα προσφέρει στους χρήστες δωρεάν πρόσβαση σε έναν συγκεκριμένο αριθμό άρθρων ανά μήνα και στη συνέχεια θα χρεώνει τους χρήστες από τη στιγμή που υπερβαίνουν αυτό τον αριθμό» αναφέρει ανακοίνωση της εταιρείας. Δεν διευκρινίστηκε ούτε το ύψος της χρέωσης ούτε ο αριθμός των άρθρων για τον οποίο η πρόσβαση θα είναι δωρεάν.

Από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 στα νοικοκυριά για το 2008, σχετικά με τη στάση και την πρόθεση των πολιτών ως προς τη χρέωση τους για πρόσβαση σε ηλεκτρονικά έντυπα (γραφήματα 12 και 13), διαπιστώνουμε ότι μόλις το 5% των Ευρωπαίων και το 3% των Ελλήνων έχουν καταβάλει κάποιο ποσό τους τελευταίους 3 μήνες για απόκτηση οπτικοακουστικού υλικού από το διαδίκτυο. Για τους νέους 16-24 ετών τα ποσοστά είναι 10% και 9%, αντιστοίχως.



Γράφημα 12 – Διάθεση των πολιτών ως προς τη χρέωση τους για πρόσβαση σε ηλεκτρονικά έντυπα (ΕΕ27, 2008).

Εστιάζοντας στους πολίτες που δηλώνουν ότι δεν έχουν πληρώσει για οπτικοακουστικό υλικό από το διαδίκτυο τους τελευταίους 3 μήνες, διαπιστώνουμε ότι οι μισοί Ευρωπαίοι και το 1/3 των Ελλήνων δηλώνουν τελείως αρνητικοί, δηλαδή ότι δεν έχουν καμιά πρόθεση να πληρώσουν για οποιοδήποτε λόγο. Για το 1/4 περίπου των πολιτών (27% των Ευρωπαίων και 25% των Ελλήνων), κίνητρο για χρέωση αποτελούν οι πιο συμφέρουσες τιμές από τις αντίστοιχες των έντυπων εκδόσεων, ενώ άλλες βελτιώσεις (όπως η μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών και η ευκολότερη πρόσβαση, η ανώτερη ποιότητα του επί πληρωμή περιεχομένου, οι καλύτεροι τρόποι πληρωμής και η έλλειψη δωρεάν πρόσβασης, κατοχύρωση για μίσθωμα του υλικού), αποτελούν κίνητρο για χρέωση για το 10-20% των πολιτών. Αξίζει δε να σημειωθεί ότι η πρόθεση των νέων ηλικίας 16-24 ετών ως προς τη χρέωση τους για πρόσβαση σε ηλεκτρονικά έντυπα είναι σχεδόν αρνητική.

Η περιορισμένη πρόθεση των πολιτών για χρέωση στο πλαίσιο των παραπάνω βελτιώσεων στην πρόσβαση φανερώνει την αντίληψη των πολιτών ότι οι υπηρεσίες πρόσβασης σε ηλεκτρονικά έντυπα παρέχονται δωρεάν ή ότι αποτελούν μέρος της υπηρεσίας πρόσβασης στο διαδίκτυο για την οποία ήδη χρεώνονται. Για τους περισσότερους πολίτες – χρήστες διαδικτύου (και ειδικά για τους νέους) επικρατεί η άποψη ότι μέσω της σταθερής χρέωσης πρόσβασης αποκτούν απεριόριστο δικαίωμα στο «κατέβασμα» και την αντιγραφή διαδικτυακού περιεχομένου κατ' επιλογήν και απεριόριστα. Πιστεύουν ότι μαζί με τις εφαρμογές που προσφέρονται δωρεάν (chats, internet telephony and videoconferencing, open source applications and free content, web pages, radio and TV, blogs, user created content) υπάρχει και

πληθώρα άλλων εφαρμογών και υπηρεσιών περιεχομένου στο διαδίκτυο που είναι διαθέσιμες επί πληρωμή, αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν παράνομα δωρεάν.



Γράφημα 13 – Διάθεση των πολιτών ως προς τη γρέωση τους για πρόσβαση σε ηλεκτρονικά έντυπα (Ελλάδα, 2008).

Τέλος, το μικρό ποσοστό των πολιτών που θεωρεί ότι η έλλειψη ή περιορισμένη διάθεση δωρεάν υλικού (περιεχομένου) είναι ικανό κίνητρο για χρέωση, θέτει υπό αμφισβήτηση το επιχείρημα των εκδοτικών επιχειρήσεων ότι αν δεν αλλάξει το παρόν μοντέλο διανομής οπτικοακουστικού υλικού (που βασίζεται εν πολλοίς στην παράνομη αντιγραφή) πολύ σύντομα θα έχουμε έλλειψη ποιοτικού περιεχομένου για τους Ευρωπαίους καταναλωτές.

5. Διαπιστώσεις και συμπεράσματα

Η εξέλιξη στη χρήση παραδοσιακών και δημοφιλών διαδικτυακών υπηρεσιών από τους Ευρωπαίους και Έλληνες πολίτες κατά την τετραετία 2005-2008 ήταν καθολικά αυξητική, όμως διαπιστώνουμε συγχρόνως και τη χρόνια υστέρηση στη χρήση του διαδικτύου από τους Έλληνες πολίτες σε σύγκριση με τους πολίτες της ΕΕ. Η μέγιστη υστέρηση (83%) αφορά στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου και η ελάχιστη υστέρηση (28%) στην επιγραμμική ανάγνωση εφημερίδων και περιοδικών. Ο μέσος όρος υστέρησης ανέρχεται στο 53% για τις υπό εξέταση υπηρεσίες. Ο ρυθμός αύξησης στη χρήση παραδοσιακών διαδικτυακών υπηρεσιών από τους Έλληνες πολίτες είναι συγκρίσιμος με τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό για όλες τις υπηρεσίες, με εξαίρεση τις υπηρεσίες για παραγγελία/αγορά αγαθών/υπηρεσιών για προσωπική χρήση και τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου. Αυτός ο ρυθμός αύξησης όμως δεν θεωρείται ικανοποιητικός, δεδομένου ότι θα έπρεπε να είναι μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό προκειμένου να επιτευχθεί σύγκλιση.

Οι δραστηριότητες που αφορούν στην επικοινωνία μέσω διαδικτύου βρίσκονται ακόμα και σήμερα στην πρώτη γραμμή των προτιμήσεων των πολιτών. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η πρώτη υπηρεσία που είχε μαζική απήχηση στην ιστορία του διαδικτύου, αποτελεί στις μέρες μας μια παραδοσιακή πλέον υπηρεσία επικοινωνίας με 53% των Ευρωπαίων και 24% των Ελλήνων να το χρησιμοποιούν συχνά.

Η χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών για επικοινωνία από Ευρωπαίους και Έλληνες πολίτες είναι μεγάλη και η υστέρηση μεταξύ Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών στη χρήση αυτών των υπηρεσιών κυμαίνεται σε πολύ μικρότερα επίπεδα από την αντίστοιχη υστέρηση στη χρήση παραδοσιακών υπηρεσιών διαδικτύου. Η μέγιστη υστέρηση (42%) αφορά στην τηλεφωνία μέσω διαδικτύου, ενώ δεν υπάρχει υστέρηση στη δημιουργία ιστολογίων. Ο μέσος όρος υστέρησης ανέρχεται στο 21% για τις υπό εξέταση υπηρεσίες. Οι εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας που προτιμούνται περισσότερο από τους πολίτες φαίνεται να είναι η ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο, η αποστολή μηνυμάτων σε chat sites - συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης, η ανάγνωση ιστολογίων και η τηλεφωνία μέσω διαδικτύου με κλήσεις video.

Η ηλικία παίζει τον κυρίαρχο ρόλο στον τρόπο χρήσης του διαδικτύου για επικοινωνία και οι νέοι στην ΕΕ27 αλλά κυρίως στην Ελλάδα, υπερτερούν αισθητά σε σύγκριση με το γενικό πληθυσμό ως προς τη χρήση όλων ανεξαιρέτως των εξελιγμένων υπηρεσιών επικοινωνίας. Τα ποσοστά χρήσης εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών που αντιστοιχούν στους νέους είναι υπερδιπλάσια των ποσοστών που αντιστοιχούν στο γενικό πληθυσμό (στην Ελλάδα είναι τριπλάσια) και έχουν μεγάλη διαφορά (της τάξης του 40% στην ΕΕ27 και 48% στην Ελλάδα) από τα ποσοστά που αντιστοιχούν στους υπαλλήλους/αυτοαπασχολούμενους. Έτσι εξηγείται το γεγονός ότι, το επίπεδο χρήσης εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας από τους νέους, είναι το ίδιο και δεν υπάρχει καμιά υστέρηση μεταξύ Ελλάδας και Ευρώπης. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα οι νέοι Έλληνες υπερτερούν των Ευρωπαίων – ειδικά για video κλήσεις με χρήση κάμερας μέσω διαδικτύου. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο για τους Έλληνες ηλικιωμένους, όπου η υστέρηση τους σε όλο το φάσμα διαδικτυακών υπηρεσιών υπό εξέταση είναι έντονη σε σύγκριση με τους Ευρωπαίους.

Η μεγάλη ανάπτυξη στη χρήση του διαδικτύου για εξελιγμένες υπηρεσίες επικοινωνίας δεν σημαίνει απαραίτητα ότι αυτές οι υπηρεσίες έχουν μειώσει τη ζήτηση για παραδοσιακές υπηρεσίες επικοινωνίας, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και οι κλήσεις με σταθερά ή κινητά τηλέφωνα. Διαπιστώνουμε ότι δεν υφίσταται προς το παρόν έντονη τάση για αντικατάσταση των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας με νέες εξελιγμένες χρήσεις του διαδικτύου για επικοινωνία. Δηλαδή ότι οι πολίτες στην ΕΕ27 και στην Ελλάδα δεν δείχνουν να εγκαταλείπουν άμεσα τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας. Τα double-play πακέτα-προσφορές που περιλαμβάνουν ευρυζωνική σύνδεση συνδυασμένη με σταθερή τηλεφωνία χωρίς επιπλέον κόστος, εξηγούν εν μέρει γιατί δεν προκύπτει η ανάγκη για τους πολίτες να αντικαταστήσουν τις κλήσεις μέσω σταθερού τηλεφώνου με εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες επικοινωνίας. Ένας πιθανός λόγος που το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παραμένει δημοφιλές και η χρήση του βγαίνει αυξανόμενη είναι ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία δεν είναι μόνο χρήσιμη για τους νέους χρήστες του διαδικτύου, αλλά είναι και εύκολη στη χρήση δεδομένου ότι δεν απαιτεί υψηλές δεξιότητες. Συνολικά συμπεραίνουμε ότι οι νέες υπηρεσίες χρησιμοποιούνται παράλληλα με τις πιο παραδοσιακές, για τις οποίες όμως η ένταση και συχνότητα χρήσης ποικίλει και ενδεχομένως να μειώνεται σταδιακά.

Τα παραπάνω συμπεράσματα σχετικά με την τάση για αντικατάσταση αφορούν μόνο στο γενικό πληθυσμό. Αν εστιάσουμε στους χρήστες διαδικτύου που ήδη χρησιμοποιούν τηλεφωνία μέσω διαδικτύου, διαπιστώνουμε ότι η εικόνα αλλάζει και αρχίζει να αναδεικνύεται τάση για αντικατάσταση – μεταξύ αυτών, περίπου το ένα τρίτο στην ΕΕ27 και σχεδόν οι μισοί στην Ελλάδα έχουν ήδη αντικαταστήσει την παραδοσιακή με τη διαδικτυακή τηλεφωνία. Η τάση αντικατάστασης (substitution effect) είναι περισσότερο έντονη όσον αφορά στην σταθερή τηλεφωνία. Συμπεραίνουμε ότι όταν και εφόσον οι πολίτες μπουν στη διαδικασία να κάνουν διαδικτυακές τηλεφωνικές κλήσεις, η χρήση των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας αναμένεται να ελαττωθεί. Με δεδομένο όμως ότι προς το παρόν μόλις το 12% των Ευρωπαίων πολιτών και το 7% των Ελλήνων χρησιμοποιούν ήδη διαδικτυακή τηλεφωνία, οι επιπτώσεις από την τάση αντικατάστασης παραμένουν περιορισμένες στο άμεσο μέλλον.

Παρόμοια αποτελέσματα προκύπτουν και από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας i2010 στα νοικοκυριά για το 2008, σχετικά με την εξοικείωση των πολιτών στη χρήση εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών για πληροφόρηση και ψυχαγωγία. Η τάση είναι επίσης αυξητική και για τους Ευρωπαίους πολίτες και για τους Έλληνες. Οι περισσότερο δημοφιλείς διαδικτυακές δραστηριότητες και υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας μεταξύ των Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών (βλ. γράφημα 10) φαίνεται να είναι το «κατέβασμα» και η ακρόαση μουσικής (εκτός web ραδιοφώνου), η ακρόαση web ραδιοφώνου και/ή η παρακολούθηση web τηλεόρασης και το «κατέβασμα» και η παρακολούθηση ταινιών ή video clips από αρχεία (εκτός web τηλεόρασης). Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνουν «ανέβασμα» υλικού όπως είναι τα κείμενα, οι φωτογραφίες, τα video και η μουσική δεν είναι ακόμα εξίσου διαδεδομένες όσο οι προαναφερθείσες (που περιλαμβάνουν «κατέβασμα» υλικού).

Διαπιστώνουμε επίσης ότι ένα μεγάλο μέρος των Ευρωπαίων και Ελλήνων πολιτών δεν υιοθετεί ακόμα τις εξελιγμένες διαδικτυακές υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας. Η τάση αντικατάστασης είναι περιορισμένη για το γενικό πληθυσμό και ανύπαρκτη για τους μεσήλικες και τους ηλικιωμένους (55-74 ετών), με την ανάγνωση ηλεκτρονικών εντύπων και την αγορά μουσικών CDs να έχουν επιφέρει τις μεγαλύτερες αλλαγές στις συνήθειες των πολιτών. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η εξοικείωση των Ελλήνων με όλες τις εξελιγμένες υπηρεσίες πληροφόρησης και ψυχαγωγίας είναι μεγαλύτερη από αυτή των Ευρωπαίων πολιτών, με εξαίρεση τη χρήση του διαδικτύου για συναλλαγές με τους δημόσιους φορείς.

Σχετικά με τη στάση των πολιτών για χρέωση διαδικτυακού περιεχομένου, διαπιστώνουμε ότι οι μισοί Ευρωπαίοι και ένας στους τρεις Έλληνες δηλώνουν τελείως αρνητικοί, δηλαδή ότι δεν έχουν καμιά πρόθεση να πληρώσουν για οποιοδήποτε λόγο. Η περιορισμένη πρόθεση των πολιτών για χρέωση φανερώνει την αντίληψη των πολιτών ότι οι υπηρεσίες πρόσβασης σε ηλεκτρονικά έντυπα παρέχονται δωρεάν ή ότι αποτελούν μέρος της υπηρεσίας πρόσβασης στο διαδίκτυο για την οποία ήδη χρεώνονται. Τέλος, το μικρό ποσοστό των πολιτών που θεωρεί ότι η έλλειψη ή περιορισμένη διάθεση δωρεάν υλικού (περιεχομένου) είναι ικανό κίνητρο για χρέωση, θέτει υπό αμφισβήτηση το επιχείρημα των εκδοτικών επιχειρήσεων ότι αν δεν αλλάξει το παρόν μοντέλο διανομής οπτικοακουστικού υλικού (που βασίζεται εν πολλοίς στην παράνομη αντιγραφή) πολύ σύντομα θα έχουμε έλλειψη ποιοτικού περιεχομένου για τους Ευρωπαίους καταναλωτές.

Είναι προφανές ότι σε όλες τις κατηγορίες των εξελιγμένων διαδικτυακών υπηρεσιών επικοινωνίας, πληροφόρησης και ψυχαγωγίας προηγείται η νέα γενιά. Οι απόψεις τους για το διαδίκτυο και η προσέγγιση τους διαφέρουν στο ότι οι περισσότεροι δεν είναι απλά παθητικοί καταναλωτές διαδικτυακού περιεχομένου που προσφέρεται από ένα μικρό αριθμό παρόχων, αλλά πραγματικοί εξερευνητές του κυβερνοχώρου όπου το περιεχόμενο και οι υπηρεσίες προσφέρονται για κατέβασμα, ανταλλαγή, επαναχρησιμοποίηση, διάδοση, δημιουργία και αναδημιουργία. Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι η πρόθεση των νέων ηλικίας 16-24 ετών ως προς τη χρέωση τους για πρόσβαση σε ηλεκτρονικά έντυπα παραμένει σε γενικές γραμμές αρνητική, με εξαίρεση ίσως τις υπηρεσίες εκείνες που προσφέρουν προστιθέμενη αξία επιπλέον από αυτή του διατίθεται δωρεάν.

Το παραπάνω γεγονός θέτει μια σειρά προκλήσεων για τους πολιτικούς, τις ελεγκτικές αρχές αλλά και την Ευρωπαϊκή βιομηχανία περιεχομένου. Παρόλο που η Ευρώπη είναι μια από τις πιο δημιουργικές περιοχές του κόσμου ως προς την παραγωγή ποιοτικού περιεχομένου και έχει υψηλό επίπεδο ευρωζωνικής διείσδυσης, δεν έχει εκμεταλλευτεί ακόμα την παγκόσμια αγορά περιεχομένου. Διαδικτυακές επιχειρήσεις από τις ΗΠΑ έχουν επικρατήσει σ' αυτή την αγορά, αντλώντας έσοδα από τη διαδικτυακή διαφήμιση με εξέχον παράδειγμα το Appstore.