

A felmérés szerint az Európai Unió 15 évnél idősebb lakosságának 30%-a internethasználó, vagyis az utolsó 14 napban legalább egyszer aktívan használta a hálót. Az USA lakossága körében ez a szám eléri az 55%-ot. Az EU felnőtt lakossága átlagban kétnaponta létesít online kapcsolatot, és egy ilyen kapcsolatot átlagban napi 41 percig tart fenn. Ez azt jelenti, hogy egy átlagos európai használó napi 6 percig használja az internetet (az USA-ban 15 percig naponta). Európában a legmagasabb használati szintet a svédek érik el (12 perc naponként), míg a legkisebb használati szintet az ibériai félsziget országaiiban mérték (2 perc naponta).

A felmérést készítő vezetők szerint 2005-ben az európai átlagos internethasználat eléri a napi 10 percet. Viszont további legalább 10 év kell ahhoz, hogy Európa is elérje az USA-beli szintet, ami meg fogja haladni a napi 20 percet. Az online idő növekedése csökkenti a tv- és videonézés idejét, valamint a telefonálással és alvással töltött időt is.

A skandináv országokban és Hollandiában, ahol az internethasználat meghaladja az 50%-os mértéket, az online kapcsolatokat használó népesség összetétele erősen közelít a teljes népesség demográfiai adataihoz. Ez elsősorban a 45 évnél fiatalabb korosztályokra igaz. Ezek az adatok hasonlatosak az USA-ban végzett felmérések eredményeihez. A Pro Active International azt várja, hogy az internet elterjedése a következő években eléri az átlagos 7%-ot.

Az elektronikus vásárlási kedv is növekszik Európában. 2001-ben 265 millió egyéni vásárlással számolnak, ami eléri a 28 milliárd eurót. Ez az érték 40%-kal haladja meg az egy évvel korábbit. Az USA-ban ez a szám mintegy ötször nagyobb, mert az online vásárlók százalékos aránya is háromszorosa az európaiaknak. 2001-ben 100 milliónyi vállalati elektronikus vásárlás várható, ami 40 milliárd euró értéket képvisel. Az USA-ban ez a szám 3-szor akkora, mint Európában.

Az érték szerinti megoszlásban vezet a számítógéhardver vásárlása (18%), a turizmus és a könyvek vétele (12%). A tartós fogyasztási cikkek vásárlása az interneten 11%-ot tesz ki. A termék kategóriákban az USA erősen eltér az európai átlagtól: az USA-ban a vásárlási érték 22%-a a turizmus területén mutatható ki, a második helyet 16%-kal a tartós fogyasztási cikkek foglalják el, a hardvervásárlások és a könyvvásárlások megosztva a harmadik helyen vannak (8-8%). Az USA-ban az 1995–96-os időszakban a vásárlások legna-

gyobb részét a számítástechnikai termékek tették ki, azóta az USA-ban a piac érettebbé vált. Európában is hasonló eltolódás volt tapasztalható a számítástechnika irányába mindaddig, míg az internet elterjedése elérte az átlagos 10%-ot.

További információ e-mailen:

I.hope@proactiveinternational.com

/ASLIB Online and CD Notes, 14. köt. 7. sz. 2001. p. 10–11./

A British Library 2000/2001. évi jelentése

Az évi jelentés arra koncentrál, hogy milyen intézkedéseket hoztak az eltelt időszakban állományaik és szolgáltatásai elérésének megkönnyítésére. A legfontosabb fejlemények:

- A British Library nyilvános katalógusának keresése 24%-kal nőtt, a megelőző évi 5,1 millióról 6,39 millióra.
- A BL meghirdetett kiállítási programjait 16%-kal több, 370 ezer látogató kereste fel.
- 2000 szeptemberében nyitották meg a könyvtár elektronikus tartalomjegyzék (zetoc) adatbázisát, amelyet az Egyesült Királyság tanintézményei ingyen használhatnak, és amely csaknem 16 millió folyóiratcikket és konferenciaközleményt tartalmaz.
- 12%-kal több tételt tett ki a köteleespéldány-állomány, mint 1999/2000-ben. A könyvtár az új időszakban többek között 104 ezer könyvet és 260 ezer folyóiratot kapott.
- Több mint 230 ezer tételt tartósítottak archiválási célra, ami az előző időszakhoz képest 36%-os növekedést jelent. Ez lehetővé teszi a könyvtár Nemzeti Publikált Archívum gyűjteményes szerepének betöltését.

A jelentés teljes szövege az interneten a www.bl.uk honlapon tekinthető meg.

/ASLIB Managing Information, 8. köt. 7. sz. 2001. p. 16./

A könyvtárosok és kiadók összefogása

A könyvtárosoknak és a kiadóknak – bármennyire hihetetlen – közös a céljuk: az információ eljuttatása a szerzőtől a végfelhasználóhoz. Ennek felismerése vezetett arra, hogy a könyvtári társulatok