

Mohos Edina

ELTE PPK Neveléstudományi Doktori Iskola

ORCID:0009-0008-2991-6967

„Így változik a szabadidő” – avagy a médiatér hódítása

Absztrakt

Katonai, szervezetfejlesztői fogalommal élve VUCA világban élünk, amit állandó gyors és hirtelen változások jellemeznek. Az elsősorban technológiai változások talán az ifjúsági korosztályt érintik leginkább. A digitalizáció, a különböző online platformok térnyerése évtizedek óta hatást gyakorol a szabadidő-eltöltési, illetve a kultúrafogyasztási szokásokra. Emiatt a közművelődési és kulturális intézményeknek számos könnyen elérhető passzív és rekreatív szórakozási lehetőségekkel kell versenyezniük a célcsoport figyelméért. Előadásomban, illetve a tanulmány keretein belül korábbi, vegyes módszertannal végzett kutatásaim eredményei mentén mutatom be a probléma forrásait, szabadidőfelhasználás modern jellemzőit, illetve az alkalmazkodási lehetőségeket. Kitérek a fiatalok modern szórakozási szokásai mellett a közművelődési intézményekben tapasztalt kihívásokra is.

Kulcsszavak: ifjúság, szabadidő-felhasználás, kultúrafogyasztás

Abstract

"How leisure time is changing" – or the conquest of media space

Abstract: In military, organisational development terms, we live in a VUCA world of constant rapid and sudden change. The youth are perhaps the most affected by these changes, which are mainly technological. Digitalisation and the rise of various online platforms have been influencing leisure and cultural consumption patterns for decades. For this reason, public cultural and leisure institutions have to compete for the attention of this target group with a wide range of easily accessible passive and recreational entertainment options. In my presentation and in the framework of the study, I will present the sources of the problem, modern characteristics of leisure consumption and adaptation options, based on the results of my previous research using mixed methodologies. In addition to the modern leisure habits of young people, I will also discuss the challenges faced by young people in public cultural institution.

Keywords: youth, freetime activities, culture consumption

Bevezetés

Dinamikusan fejlődő, változó világunkban a legnagyobb előrelépések, fejlesztések a technológia területén jelennek meg, azonban hatásuk túlmutat a IT szűk határain. Évtizedek óta tapasztaljuk, érezzük, látjuk és kutatjuk hogyan hat a különböző eszközök megjelenése és elterjedése a társadalom életére. Jelen konferencia keretein belül a szociológiai, kulturális aspektus érdekes, ezért az előadásban és ebben a tanulmányban is erre a területre került a fókusz.

A közművelődés, illetve a kultúra iránti érdeklődés csökkenése évtizedek óta megfigyelhető tendencia. A nagymintás ifjúságkutatások lekérdezéseiből kiderül, hogy az online tevékenységekkel szemben ezek a szabadidős területek egyre kevésbé vonzóak a fiatalok számára (Székely 2013; Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Nagy 2022). Az online lehetőségek elterjedése egyfajta versenyhelyzetet is teremtett az offline, kultúraközvetítő intézményekkel szemben, ami állandó kihívás jelenthet a szakembereknek. Fontos azonban azt is kiemelni,

hogy ezek a kutatások nem vizsgálják a fiatalok online aktivitásának területeit, vagyis arról nincs információnk, hogy a különböző webes és social media felületeken milyen kategóriába tartozó tevékenységeket végeznek a szabadidejükben, milyen témájú tartalmakat fogyasztanak. Ennek nyomán feltételezhetjük viszont, hogy nem teljes elpártolásról beszélhetünk a kulturális szféra vonatkozásában, sokkal inkább egy átalakulásról, ami a közvetítő platformot illeti.

Fontos megemlíteni továbbá a figyelemfelkeltés és az elérés nehézségét, ugyanis a különböző kommunikációs felületeken számos impulzus éri egyszerre az egyéneket, ezen információk mennyisége viszont lehetetlenné teszi, hogy mindegyik valóban célba is érjen. Hirdetésekkkel számos helyen találkozhatunk, azonban nem mindegy, hogy milyen célcsoportot milyen módon és felületen próbálunk elérni. Ez a megállapítás különösen igaz a fiatalok esetében.

Jelen tanulmányban a 2012-es nagymintás ifjúságkutatásoktól indulva, egy saját, 2020-as, kis-mintás szakdolgozati lekérdezésen keresztül egészen a legfrissebb, 2020-as eredményekig tekintjük át a fiatalok szabadidős szokásainak átalakulását, fókuszban a médiatér térnyerésével. Az összegzés alapját a nagymintás ifjúságkutatások áttekintése és az eredmények újra értelmezése mellett saját, korábban elvégzett szakdolgozati, OTDK dolgozati, illetve a mesterszakos diplomamunkához köthető kutatások adják¹.

„Ilyenek a fiatalok!” – helyzetkép az ifjúsági korosztályról

Az ifjúsági korosztály – korszakoktól függetlenül – sosem volt egy egységesen értelmezhető korcsoport, kategória. Általánosságban azonban igaz rájuk, hogy a legtöbb újítás bevezetésekor elsőként jelentek meg a felhasználók között. Ez a kijelentés különösen igaz a technológiai fejlesztésekkel kapcsolatban, amelyek igencsak népszerűek a fiatal generáció körében.

A változásokhoz való gyors alkalmazkodás és azok könnyű adaptálása mellett azért fontos kiemelni, hogy egy számos szempontból érzékeny, vagy jobb szóval élve bizonytalan korcsoportról van szó. Az ifjúság pontos meghatározása nem könnyű feladat, hiszen egy olyan korosztályról van szó, amelyen belül többféle különböző élethelyzet lehetséges, mint például a továbbtanulás, a családalapítás, a munkavállalás vagy akár ezek együttes fennállása. A felhasznált szakirodalmak (Stumpf 1992; Nagy et al. 2014; Kabai et al. 2018) áttekintése után a kutatásokban a 15-29 éveseket tekintettük az ifjúsági korosztály tagjainak, ami lényegében egy átmeneti időszak a serdülőkor és a teljesértékű felnőttkor között. Ez a megközelítés kulturális szempontból a „dél-európai” modellnek (Nagy et al. 2014), valamint az Európai Ifjúsági Stratégiát megelőző Európai Unió és Európa Tanácsi közös álláspontnak felel meg. (Nagy et al. 2014)

Stumpf István 1992-ben megalkotott definíciója már több, mint 30 éves, de tartalmát tekintve a mai napig helytálló: „az ifjúkor az intellektuális és szociális képességek kifejlődésének szakasza, a felelősségtudat, értékek és normarendszer még nem stabil, így az egyén még nem önálló és teljes önrendelkezésre még nem alkalmas” (Stumpf 1992). Kiegészítésként érdemes megemlíteni egy másik elméletet is, a posztadoleszcens életszakasz megjelenéséről. A fogalom értelmezéséhez Zinnecker (1982) és Vaskovics (2000) munkáit használjuk, melyek szerint az egyéni életutak változatos alakulása során sok esetben bizonyos területeken kitolódás, felcserélődés, átfedés alakulhat ki, melyek hatására nem jön létre fiatal felnőttkorban a teljes függetlenedés a szülőktől. Ebben az életszakaszban pszichológiai és biológiai érettség megfigyelhető, de szociális és anyagi értelemben vett önállóság már kevésbé. Az ifjúsági korosztály tehát továbbra sem egy 100%-ban homogénnek tekinthető csoport, ugyanis az egyéni élethelyzet itt is minden egyes egyénnél meghatározó. Ennek ellenére a csoport egészét tekintve megfigyelhetünk néhány általánosnak mondható jellemzőt, melyeket kutatási eredményeink tükrében mutatunk be.

A fentebb említett elméletekből és fogalmakból látszik, mennyire nehéz egységesen értelmezni az ifjúsági korosztályt. Korábbi kutatásaink során azonban kirajzolódott néhány olyan elem, melyek közös jellemzőkként értelmezhetők a csoport nagy részére nézve. Az alábbi ábra (1. ábra) ezek közül szemléltet néhányat, melyek talán a legfontosabbak az ifjúság megismerése és a velük való foglalkozás, munka során. A tanulási idő kitolódása a posztadoleszcens

¹ A felhasznált kutatások módszertana és elemszáma a mellékletekben található.

életszakasszal áll összefüggésben, ugyanakkor megfigyelhető egy ezzel párhuzamos jelenség is, vagyis a fiatalok nagyobb mértékű munkavállalása. A diákmunkák vagy teljes állások vállalása, illetve a számtalan különóra miatt évről évre csökken a szabadidejük mennyisége, emellett a szabadidős aktivitásuk is leginkább a passzív, fogyasztáshangsúlyos tevékenységek, illetve kifejezetten a tartalomfogyasztás felé tolódik el az élményközpontúság, a bulik és fesztiválok látogatása mellett, illetve a több energiát, elkötelezettséget igénylő aktivitásokkal szemben. Az évek óta fennálló közművelődési és kulturális programok, lehetőségek iránti érdeklődés erősiója – az időközben lezajlott járványhelyzettől függetlenül – továbbra is tart. (Székely 2013; Szabó, Székely 2017; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Nagy 2022; Mohos, Ponyi 2021; Horváth, Mohos 2022)



1. ábra Az ifjúság jelenlegi helyzetét szemléltető fontosabb jelenségek
Forrás: Saját szerkesztés

Az ifjúsági korosztály rövid áttekintése azt a célt szolgálja, hogy a további eredmények értelmezése, illetve a gyakorlati munka során is tisztában legyünk a célcsoport általános tulajdonságaival, helyzetével. Mivel a fő témánk a szabadidő változása, illetve a médiatér hódítása, így elengedhetetlen, hogy ismerjük az azokat befolyásoló tényezőket specifikusan az ifjúság vonatkozásában.

Összegzésképpen fontos kiemelni, hogy a fent említett megközelítések mellett az egyéni élethelyzet és a szociokulturális háttér sokszor meghatározóbb, ami akár felül is írhatja a felsoroltakat. A konferenciaelőadásban, illetve jelen tanulmányban is az általánosságban megfigyelhető jelenségekre került a fókusz.

A médiatér megjelenése és összefüggése a szabadidős szokások átalakulásával

Az internet évtizedek óta az életünk részét képezi. Jelentősége vitathatatlan, ugyanis számos területen meghatározó tényezővé vált. Ilyen többek között a szabadidő és a szocializáció is. A fiatalok szabadidős szokásainak bemutatása előtt érdemes áttekinteni a kapcsolódó fogalmakat.

Murányi (2006) szerint a szocializáció olyan folyamat, melynek során megerősödik az egyén személyisége, önismerete, továbbá különböző tudásra, képességekre tesz szert. Ez a folyamat interakciókon keresztül megy végbe, azonban különböző közegekben is megvalósulhat. Alapvetően három szocializációs közeget tudunk elkülöníteni, melyek az utóbbi évtizedekben bővültek ki a médiatérrel, ami az internet világára és annak hatásaira utal. Az eredeti három közé tartozott a család, az iskola és a munkahely, valamint a kortárs csoportok, barátok köre. Mind a négy közeg hozzájárul az egyén szocializációjához és az internalizációhoz egyaránt, azonban saját szabályaik és eszközeik által. Mindegyik közegnek megvan a maga szerepe, fontosságuk az egyén életkorának előrehaladásával folyamatosan változik, sok esetben átfedések is kialakulnak (Nagy et al. 2014). A médiatér, illetve a kortárs csoportok közössége meghatározó a fiatalok életében. Ezek által számos különféle hatás éri őket a mindennapokban, különösen a szabadidő esetében.

A szabadidős szokások meghatározása és elemzése egyszerű feladatnak tűnhet, de ennél jóval összetettebb kérdés. Először is érdemes tisztázni, hogy mit nevezünk szabadidőnek. Arisztotelészig visszanyúlva az alapokat a visszamaradott idő koncepciójánál találjuk. Szerinte ez az az idő, amit az egyén a kötelességei mellett és szükséges feladatainak elvégzése után más egyéb tevékenységekre fordíthat. Természetesen évezredek alatt a szabadidő koncepciója is folyamatos átalakuláson ment keresztül. Hazai viszonylatban az egyik ilyen mérföldkövet a rendszer-váltás jelentette, amikor a nyugati nyitás hatására a szabadidő is megváltozott, lassan kialakult a szabadidős társadalom. Manapság azt láthatjuk, hogy az elkülönítés egyre nehezebb, hiszen számos esetben nincs éles határ a munkával vagy kifejezetten szabadidővel kapcsolatos tevékenységek között. Összességében elmondhatjuk, hogy a szabadidő mennyisége helyett a minőség kérdése vált fontossá, érdekessé. A mai szabadidős társadalom középpontjában az egyén áll, akinek a legfőbb célja az önmegvalósítás és a fejlődés. A szabadidő fogalmán belül ráadásul további kategóriákat is elkülöníthetünk. Ilyen például a szubjektív és objektív szabadidő kérdése, melyet az alábbi ábra is szemléltet (2. ábra). Ezen kívül beszélhetünk társas és egyéni szabadidő-eltöltésről is (Nagy et al. 2014).

Szubjektív	Objektív
<ul style="list-style-type: none"> • külső tényezőktől független • az egyén azzal foglalkozik, amivel szeretne 	<ul style="list-style-type: none"> • munkán kívül fennmaradó tevékenységek • szükségletek elvégzése

2. ábra: Szubjektív és objektív szabadidő
Forrás: Saját szerkesztés Nagy et al. 2014

A szakirodalomban számos más kategória is fellelhető, hiszen különböző gondolkodók más-más szempontból közelítették meg a kérdést. Az elvégzett kutatásokban, valamint a nagymin-tás lekérdezésekben is megjelenik Vitányi (1995) koncepciója a szabadidős tevékenységek elkülönítésére, így a továbbiakban ezt használjuk az eredmények bemutatására. Ezen elmélet szerint megkülönböztethetjük a passzív, rekreatív, akkumulatív és inspiratív kategóriákat. A passzív szabadidős tevékenységek közé tartozik minden, ami kevés energiát igényel, az egyén elsősorban fogyasztóként van jelen, ezzel szemben a rekreatív kategória képviselői már könnyed, populáris szórakozási lehetőségeket részesítenek előnyben, valamint ide tartoznak a különböző sportok is. A magaskultúrához tartozó tevékenységek körét az utolsó két kategóriába tudjuk besorolni. Az akkumulatív szabadidős tevékenységek fogyasztóit széles érdeklődési kör jellemzi, azonban ez általában kipróbálás szinten valósul csak meg, nincs tartós elköteleződés. Az inspiratív szabadidő jelöl minden tartós, önfejlesztő, hosszútávon elköteleződés igénylő tevékenységet (Nagy et al. 2014; Székely 2013).

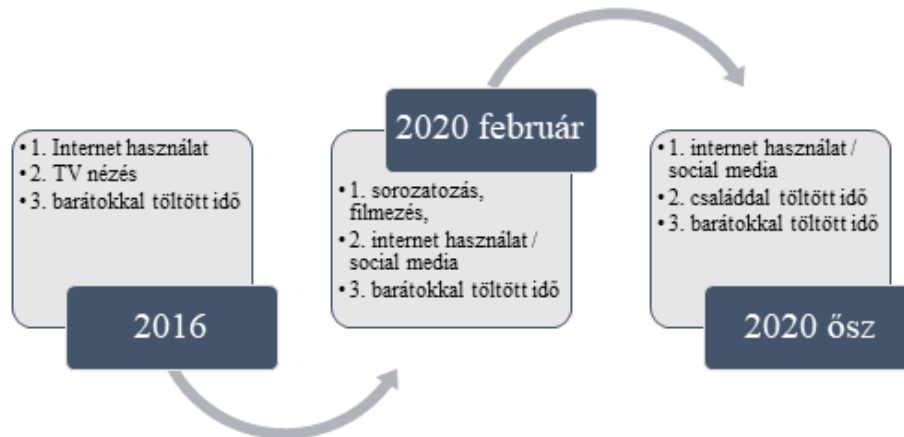
A korábban említett felhasznált kutatások (Székely 2013; Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Nagy 2022; Mohos, Ponyi 2021; Horváth, Mohos 2022) eredményei mentén az előadásban és ebben a tanulmányban is elsődlegesen a legnépszerűbbnek ítélt tevékenységek változására került a fókusz. A fiatalokra jellemző szabadidős szokások ismertetését 2016-tól kezdjük, hiszen a korábbi, 2012-es kutatáshoz képest négy évvel később már sokkal lényegesebbé vált a médiatér a szabadidő területén végzett térnyerése által, mely a témánk szempontjából különösen releváns. 2016-ban a fiatalok szabadidő-eltöltését három tevékenység jellemezte leginkább: a barátokkal töltött idő, a tévézés és az internethasználat. A *Margón kívül* tanulmánykötet egyik tanulmányában említik a „szabadidős szentháromság” fogalmat, mely erre a három kiemelkedő tevékenységre utal (Fekete, Tibori 2018). A 2016-ban végzett kérdőíves kutatás eredményei szerint ez volt a fiatalok szabadidejét meghatározó három legfontosabb tevékenység. Ezekhez képest elenyésző többek között az olvasás és a sportolás is. Fontos megjegyezni, hogy a barátokkal való időtöltés minősége nem feltétlen minőségi időtöltés, annak ellenére, hogy személyesen találkoznak. A legtöbben „csak úgy elvannak”, lógnak, beszélgetnek (Székely 2016; Domokos et al. 2020), ami inkább a passzív kategóriába tartozik a Vitányi-féle modellben (Vitányi 1995).

2020 kutatási, statisztikai szempontból érdekes év, hiszen itt több okból kifolyólag is bizonyos háttérinformációk mentén kell értelmeznünk az eredményeket. Egyrészt februárban jelent meg a Covid-19 Magyarországon, ami gyökeresen alakította át az élet megszokott rendjét, különösen, ami a szabadidős tevékenységeket és a közösségi találkozásokat illeti. Ez is egy olyan fontos tényező, amit nem hagyhatunk figyelmen kívül az eredmények értelmezésekor. A korábbi szakdolgozathoz készített, 294 fő részvételével lezajlott kérdőíves kutatást² márciusban zártuk le, a szigorúbb járványintézkedések, kijárási tilalom, illetve különböző szolgáltatók, intézmények és találkozási pontok bezárása előtt. Ezzel szemben a nagymintás ifjúságkutatás lekérdezésére ősszel került sor, amikor már tartósan a pandémia alatt éltünk, számos járványügyi intézkedéssel együtt. Ez tehát az egyik tényező, amiről nem szabad megfeledkeznünk. A másik érdekesség, ami valamilyen szinten torzíthatja az adatokat, az az internethasználatban bekövetkezett attitűd vagy értelmezési, illetve felhasználási szintű változás. A Covid-19 pandémiától függetlenül is sokat változott az internethasználat a korábbi lekérdezési időszakhoz képest, amit a járványügyi korlátozások bevezetése csak tovább erősített, felgyorsított. A nagymintás kutatás kérdőívének kérdéseit átnézve arra a következtetésre juthatunk, hogy számos kategórián nem változtattak 2016-hoz képest, annak ellenére, hogy az internethasználat és az abban rejlő lehetőségek 4 év alatt jobban kiszélesedtek. Ez az észrevétel más, gyakorlottabb kutatóknak is feltűnt, olvasható *A lábjegyzeten is túl* tanulmánykötetben, ami az eredmények másodelemzésére épül (Nagy 2022). Tapasztalatainkból is láthatjuk, hogy az elmúlt években (2023-ig nézve) a platformok száma drasztikusan megnövekedett. 2016-ban a jelenlegi népszerű social media oldalak közül csak a Facebook, illetve az Instagram létezett, ehhez képest ma már számtalan, kifejezetten fiataloknak szóló applikáció között lehet válogatni. Ebből kifolyólag az internetezés, mint tevékenység önmagában már nem ad nekünk megfelelő információt, ahogy a facebookozás sem, hiszen tudhatjuk, hogy a 15-29 évesek már kevésbé vannak ezen a felületen jelen (Horváth, Mohos 2021). Érdekesebb lenne az internet különböző oldalain fogyasztott tartalmaikat, online tevékenységeiket kutatni és elemezni. Feltételezhető, hogy ezen elfoglaltságok között még akár kultúrával kapcsolatos tartalmat is találnák, hiszen a különböző streaming szolgáltatók kínálatában is számos klasszikus film megtalálható. A 2020-as adatfelvételek értelmezésénél tehát ezeket a változásokat is figyelembe kell venni a helyes következtetések érdekében.

2020-ban a „szabadidős szentháromság” (Fekete, Tibori 2018) átalakul. A szakdolgozati kutatás eredményei szerint a barátokkal töltött időre, az internet/social media használatra és a sorozatok, filmek nézésére cserélődött (Mohos, Ponyi 2021), míg a nagymintás kutatás szerint a barátok és a közösségi média mellett a családdal töltött idő került még a dobogóra (Domokos et al. 2020; Fekete 2022). A két 2020-as eredmény eltérése magyarázható a Covid-19 megjelenésével, hiszen – ahogy fentebb említettük – két eltérő járványügyi időszakban történt a lekérdezés. A reprezentatív vizsgálat alatt a kijárási korlátozás, digitális oktatás és a home office kötelezettség érvényben volt (3. ábra). Fontos megemlíteni, hogy a fentebb ismertetett háttérinformációk ezeknél az eredményeknél látszanak leginkább. Míg a nagymintás kutatásban tévézés kategória szerepelt, amely nem került fel a dobogóra, addig a kismintás kutatásnál a modernebb formában értelmezhető „sorozatozás” és „filmezés” lett a legnépszerűbb tevékenység. Továbbá a kis minta kérdőívében is szerepelt a családdal töltött idő, ami nem emelkedett ki a többi opció közül a válaszok alapján.

A fenti ábra mutatja a Covid-19 járvány kutatási eredményekre gyakorolt hatását, a következőn pedig az internethasználatához tartozó egyéb tevékenységek elkülönítésének torzítása figyelhető meg a szabadidős szokások változásának bemutatása közben. Az alábbi ábrán (4. ábra) látható egy drasztikus csökkenés, ami az internethasználatot illeti. E szerint 2016 és 2020 között 43-37%-kal csökkent a fiatalok internethasználatára. Mindkét adatfelvételi mintában ugyanúgy 8000 fő szerepelt, mindkettő reprezentatívnak minősült a 15-29 évesekre nézve. Különösen érdekes ez a statisztikai eredmény a tapasztalataink vonatkozásában, hiszen úgy gondoljunk mindannyian inkább az internethasználat teljes hegemoniáját érzékeljük, mintsem

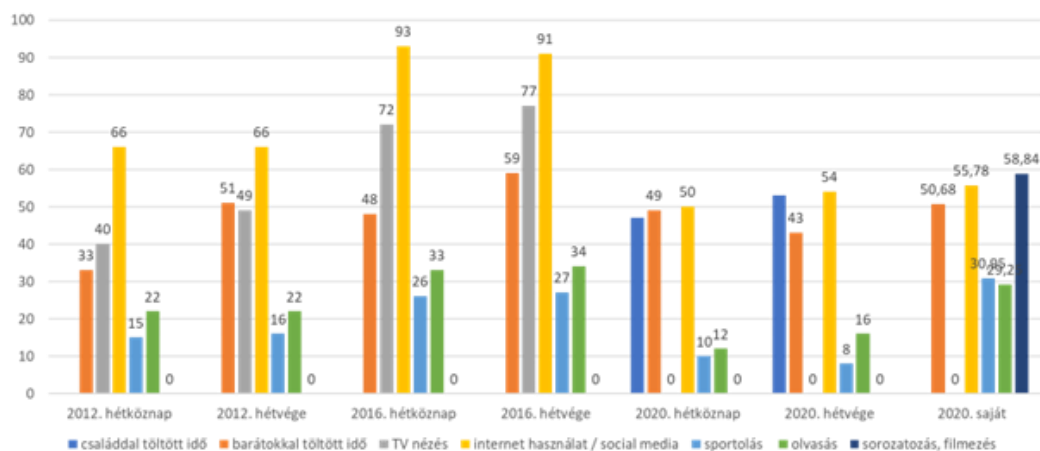
² A kutatás mintájában 294 15 és 29 év közötti magyar fiatal szerepelt, akiket hólabda módszerrel értünk el. A nagymintás kutatással való összehasonlítás korlátait a reprezentativitás hiánya jelenti, ennek ellenére azonban az eredmények meglehetősen hasonlóak a 8000 fős mintáéival. A kismintás kutatás mérőeszköze a nagymintás kérdőív témakörei és kérdései alapján került összeállításra.



3. ábra A „szabadidős-szenháromság” (Fekete, Tibori 2018) átalakulása az eltérő időszakokban felvett vizsgálati eredmények értelmében.

Forrás: Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Fekete 2022; Mohos, Ponyi 2021 alapján saját szerkesztés

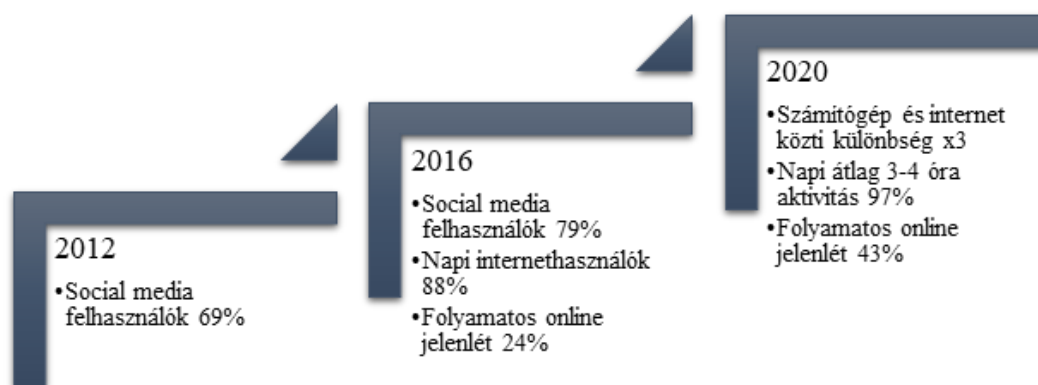
csökkenését. Ez a jelenség vélhetően azzal magyarázható, hogy az internethasználat, mint önálló tevékenység már nem, vagy legalábbis nehezen értelmezhető, hiszen a fiatalok számos más, korábban önálló szabadidős tevékenységet is a hálózat segítségével végeznek. Erre jó példa a sorozatozás és a filmezés mint passzív tevékenység, amit manapság online streaming szolgáltatókon keresztül folyik televízió helyett. Ha feltételezzük, hogy a fiatalok ezeket a tartalmakat nagy részben valóban csak online fogyasztják, akkor a saját, kismintás 2020-as kutatás sárga és sötétkék oszlopát összeadva azt kapjuk, hogy a fiatalok vélhetően 100%-a esetében lényeges eszköze a szabadidőnek az internet maga.



4. ábra A szabadidős szokások változása 2012 és 2020 között.

Forrás: Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Fekete 2022; Mohos, Ponyi 2021 alapján saját szerkesztés

A feltételezést alátámasztják az internethasználattal kapcsolatos adatok is. Ezen a területen érdemes megnézni egyrészt a felhasználók számát, az eszközellátottságot és az online töltött idő mennyiségét, valamint ezek növekedését is. 2012-ben már jelen volt a social média az életünkben. Magyarországon az akkori 15-29 év közöttiek 69%-a volt regisztrált felhasználó (Székely 2013). Ez a szám 10%-kal emelkedett a következő lekérdezésig, párhuzamosan nőtt a napi szintű vagy a folyamatos online jelenlét is (Szabó, Székely 2016; Nagy 2018). 2020-ra számos nagyobb változást is megtapasztalhattunk, ilyen például az is, hogy az internetelőfizetések száma háromszorosa a számítógépellátottságnak, vagyis az internetezés eszköze elsődlegesen az okos telefon lett (Domokos et al. 2020). Kimondható, hogy a fiatalok napi szinten jelen vannak a médiatérben, 97%-uk átlagosan 3-4 órát tölt ott, míg 43%-uk folyamatosan elérhető (Koltói, Varga 2022). A változásokat szemlélteti az alábbi ábra is (5. ábra).



5. ábra Az internet elterjedése 2012 és 2020 között.

Forrás: Saját szerkesztés, Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Domokos et al. 2020; Fekete 2022; Mohos, Ponyi 2021 alapján

A bemutatott eredmények alapján, illetve a kutatások következtetései szerint is elmondható, hogy a fiatalok többsége továbbra is a passzív és rekreatív kategóriát képviseli a szabadidős tevékenységek vonatkozásában. Természetesen vannak köztük a magasabb kultúra fogyasztói is, azonban a teljes populációt tekintve a számuk elenyésző a másik két kategóriához képest. A médiatér térnyerése egyértelműen igazolható az eredmények tükrében. Ez a szocializációs közeg nemcsak a fiatalok szabadidejét, hanem a mindennapi tevékenységeiket is meghatározza, legyen szó bármilyen területről.

Kultúrafogyasztási és közösségi aktivitási szokások alakulása a közművelődési intézmények tekintetében

A korábbi kutatásokban a fiatalok mellett a közművelődési intézményekre helyeztük a hangsúlyt, mint a másik oldal képviselőire, akik évek óta tapasztalják az ifjúság szabadidő eltöltésének változásait. Ettől függetlenül azt gondoljuk, hogy az eredmények nemcsak a közművelődés területén értelmezhetőek, hanem minden olyan szakterület esetén, ahol fiatalokkal foglalkoznak.

2020-ban elvégzett kvalitatív, interjú kutatásunkban két kulturális központ igazgatóját kérdeztük a változásokról. A konferenciaelőadásban, illetve a tanulmány ezen részében az eredményeket kiegészítettem a mesterszakos diplomamunka, Pest megyében történt fókuszcsoporthoz tartozó lekérdezésének eredményeivel³, illetve kitekintünk a szakdolgozati kvantitatív adatok mellett a nagymintás kutatások megállapításaira is.

A kvalitatív eredmények ismertetése előtt érdemes átnézni a korábbi kutatások statisztikai adatait is. A nagymintás ifjúságkutatásokban, illetve a felhasznált szakdolgozati kutatásban is helyet kapott a lekérdezések során a kultúrafogyasztásra és a közéleti aktivitásra vonatkozó egy-egy kérdéscsoport, melyek kapcsolódnak a közművelődés intézményrendszerében végzett tevékenységekhez. A kultúrafogyasztás csökkenése a rendszerváltás óta megfigyelhető tendencia hazánkban, melyet tovább fokozott a digitális lehetőségek térnyerése (Hunyadi 2005; Kuti 2009; Szabó, Székely 2016). Ahogy a korábbi eredményekből is láthattuk a fiatalokat elsősorban a passzív, rekreatív szabadidős tevékenységek érdeklik, így nem meglepő, hogy a kulturális intézményeket kevésbé látogatják a korosztály tagjai. A 2012-es kutatástól kezdve áttekintve, a különböző kulturális színtereket soha nem látogatók száma meglehetősen magas. Ennek a tendenciának a megállítása pedig a pandémia sem segített, hiszen ez idő alatt az intézmények zárva tartottak, illetve a szabadtéri közösségi, kulturális programok is lemondásra kerültek. Az alábbi táblázat a 2020-as nagymintás kutatás eredményei alapján szemlélteti, hogy a

³ A fókuszcsoporthoz tartozó résztvevői Pest megyében működő közművelődési színterek és intézmények szakmai dolgozói, vezetői voltak. Összesen 7 fő vett részt a vizsgálatban.

fiatalok hány százaléka nem jár soha a különböző kultúrákövetítő intézményekbe (1. táblázat). Gyakoriságot tekintve minden szintér esetében fellelhetőek az évente, többször, havonta, hente jellegű válaszok, azonban mindegyiknél a soha válaszlehetőség jelölték meg a legtöbben.

Soha nem látogatott helyek:	15-29 évesek
	2020
színház	62
art mozi	76
multiplex, mozi	36
kiállítás, múzeum	65
hangverseny	85
könyvesbolt	51
könyvtár	59
opera	88

1. táblázat Kultúrákövetítő intézmények soha nem látogatottsági aránya 2020-ban (%)
Saját szerkesztés, Domokos et al. 2020 alapján

Fontos megjegyezni azonban azt is, hogy a fiatalok elpártolása nem teljes. Lakhelytől, iskolai végzettségtől függően akad köztük olyan, aki előszeretettel keresi a magaskultúra lehetőségeit, azonban a 15-29 évesek nagyobb hányada elkerüli ezeket az opciókat. Természetesen a média hatása sem elhanyagolható, hiszen azt már a kétezres évek elejétől tudjuk, hogy a fiatalok figyelmének megragadása a gyorsaságon múlik, amire az online világ tudatosan alapoz. Ha valami nem köti le a figyelmüket gyorsan váltanak (Horkai 2004), a döntést pedig másodpercek töredéke alatt hozzák meg. A kutatásokból az is kiderül, hogy a fiatalok elsősorban modernnek tartják magukat, szemben a hagyománykövetéssel (Székely 2013), kulturális programok esetén is inkább az újdonságot nyújtó, izgalmas, modernizálható lehetőségeket részesítik előnyben, ilyen többek között a mozi, az olvasás és a színház, melyek a legkedveltebb kultúrákövetítő tevékenységek, azonban ezeket is csak ritkán választják a korosztály képviselői (Mohos, Ponyi 2021).

A közművelődés és a különböző típusú intézményei a kultúrákövetítés mellett a közösségi élet, aktivitás és tanulás színterei is. Éppen ezért fontos megvizsgálunk a fiatalok közösségi aktivitására vonatkozó eredményeket is. Kutatások igazolják, hogy a fiatalok nagyjából a rendszerváltástól kezdődően az individualizált életformában hisznek (Oross, Monostori 2018). Megfigyelhető az intézményekbe vetett bizalmuk megrendülése, a szervezetektől való elfordulásuk. A szervezettípusok tekintetében egyedül a sporttal kapcsolatos vagy a diákok által működtetett iskolai, egyetemi közösségekben vannak jelen (Szabó, Székely 2016; Nagy 2018; Mohos, Ponyi 2021). Az inaktivitás oka számos dolog lehet, legvalószínűbbek azonban a növekvő érdektelenség, valamint az a tény, hogy a szervezetek nem érik el a fiatalokat, nem ugyanazonokon a csatornákon kommunikálnak, mint ők (Oross, Monostori 2018). A kutatásokból kiderül, hogy a fiatalok saját településeiken sem aktívak, illetve önkéntes munkát is nagyon kevesen vállalnak, ráadásul nagyon ritkán. 2020-ban az országos ifjúságkutatás alkalmával a válaszadók 83% a választotta a soha nem végzett ilyen tevékenységet (Domokos et al. 2020). Ezen a ponton meg kell említenünk, hogy az önkéntes munka nem keverendő össze a kötelező iskolai közösségi szolgálattal, amivel kapcsolatban viszont előszeretettel keresik fel a közművelődési intézményeket a fiatalok (Mohos 2021). Fontos megemlíteni azt is, hogy a fiatalok kis része ismeri csak a civil szervezeteket, országos vagy lokális szerveződésekről a legtöbben nem is hallottak (Mohos, Ponyi 2021), ami alátámasztja a korosztály megszólításának problémáját.

A kultúrafogyasztási és a közösségi aktivitásra vonatkozó eredményekből láthatjuk, hogy a fiatalok nem, vagy csak nagyon kis mértékben jelennek meg a közművelődés színtereiben. Azonban, hogy teljes képet lássunk a problémáról, érdemes áttekinteni az intézmények álláspontját is. Az interjú és fókuszcsoportos vizsgálatok eredményei alapján elmondhatjuk, hogy az intézményekben dolgozó szakemberek egyértelműen tapasztalják a fiatalok életében domináló médiatér hatását, illetve ebből kifolyólag úgy érzik, nehézséget jelent a megszólításuk, illetve a figyelmük, érdeklődésük felkeltése. A médiatér dominanciájának érzékelése miatt marketing stratégiájukban elkezdtek építeni az internetre és a social média-felületekre, azonban tapasztalataink szerint ezen a területen eltérés figyelhető meg az intézmények, illetve a fiatalok által használt applikációk között. Sok esetben a szakemberek a Facebookra alapozzák a

hirdetéseiket, azonban a fiatalok ennél jóval több közösségi média-platfornon jelen vannak, a legtöbbet pedig más-más funkcióra használják (Horváth, Mohos 2021). Az absztraktban használt VUCA (*Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous*) világ kifejezés, talán ezen a területen értelmezhető a leginkább, hiszen a fiatalok által kedvelt kommunikációs csatornák megjelenése, elterjedése és fejlődése rohamos ütemben halad, ezért sem elég csak egy felületen jelen lenni. Ezen a ponton fontos megjegyezni, hogy a legtöbb vizsgált intézmény csak marketing és kommunikációs szinten foglalkozik a digitalizáció kérdéskörével, az állandó, illetve az ideiglenes programjaik kínálatában ez a lehetőség már nem igazán jelenik meg (Mohos 2021). A legtöbb helyen internethozzáférés, szabadon használható számítógép elérhető, azonban fejlettebb, a fiatalok számára izgalmas, korszerű digitális eszközök és programok már nincsenek a kínálatban. A kutatásokból az is kiderül, hogy a közművelődési intézményeknek nagy szerepe lehet a felzárkóztatásban, illetve a fiatalok informális tanulásának támogatásában (Hegyi-Halmos et al. 2022), azonban ehhez szükséges, hogy a korcsoport számára széleskörben ismert legyen ez a lehetőség. A korábban megkérdezett intézményvezetők tapasztalatai szerint a 15 és 29 év közötti látogatók körében nem mutatkozott akkora csökkenés, mint amekkorára a statisztikai adatokból következtetni lehet. Ők azt tapasztalják, hogy ebben a korosztályban is jelen vannak az inspiratív és akkumulatív szabadidő képviselői, akik továbbra is nyitottak az ilyen jellegű szabadidő-eltöltésre. Kiemelték továbbá, hogy az egyének esetében szerintük a szociokulturális háttér sokkal meghatározóbb a szabadidős szokások kialakulásában, mint a generációs hatások (Mohos 2021).

A kvalitatív kutatásokban résztvevő közművelődési intézmények szempontjából láthatjuk, hogy a fiatalok között is vannak olyanok, akik a mai napig nyitottak a kultúrára és a közösségi aktivitásra, a vizsgált 15 és 29 év közötti mintát tekintve azonban a számuk meglehetősen alacsony. A szakemberek azzal viszont egyetértettek, hogy a médiatér hódítása egy számottevő kérdés, amivel mindenképp foglalkozni kell.

Összefoglalás, konklúzió

A bemutatott eredmények tükrében láthatjuk, hogy a médiatér markánsan jelen van a szabadidős tevékenységek területén is, a fiatalok esetében pedig ez hatványozottan igaz. Az ő korosztályuk találkozik legkorábban a különböző fejlesztésekkel, a legújabb applikációkkal. Ahogy a korábbi vizsgálatainkban is láttuk, az új social média felületek folyamatos megjelenése funkcióváltozást eredményez a korábbiak esetében (Horváth, Mohos 2021), vagyis a 15-29 év közöttiek már nem feltétlenül arra használják a Facebookot, mint korábban, illetve amire az idősebb generációk. A korábban is említett „szabadidős szentháromság” kategória, ami a barátokkal való időtöltést, a TV nézést és az internetezést foglalta magába (Fekete, Tibori 2018), 2020-ra átalakult. A 2020-as nagymintás ifjúságkutatás szerint a családdal, barátokkal töltött idő és a social média használata került előtérbe, azonban ezt erősen befolyásolta a Covid-19 okozta bezártság, kijárási korlátozás. A járvány megjelenése előtt felvett kismintás adatokból láthatjuk, hogy az új, három, dobogós tevékenység meglehetősen hasonlít a 2016-os eredményekhez, csak a felület és az eszközök szintjén történt változás, hiszen toronymagasan a sorozatozás/filmzés, a közösségi média használat és a barátokkal töltött idő vezet mint kedvelt szabadidős tevékenység. Az eredmények, illetve a korábban felvázolt háttérinformációk tükrében valószínűsíthető, hogy 2020-tól indulva ma a szabadidő preferált tevékenységei a pandémiát megelőző kismintás kutatás eredményei szerint alakulnak. Vélhetően a 2020-as nagymintás kutatás eredményei a korlátozások tükrében lettek eltérőek, így kerülhetett a családdal töltött idő az első három legnépszerűbb tevékenység közé. Feltételezhetjük, hogy az új „szabadidős szentháromság” a Netflix, illetve más streaming szolgáltatók, a social média használat, valamint a barátokkal való időtöltés, mely tevékenységek között számos esetben átfedés is lehet. Ezt a megállapítást vélhetően a következő nagymintás eredmények tudják majd teljesen igazolni, hiszen 2020 óta nem csak azért történhetett újabb változások ezen a területen mert elmúlt a járványhelyzet, hanem mert három év alatt jelentős fejlődés mehetett végbe a médiatér vonatkozásában.

Minden változás, fejlődés ellenére vannak mára már állandósult tendenciák, amelyek jellemzik a fiatalokat. Alapvetően modernnek tartják magukat, de természetesen köztük is van olyan, aki nyitott a hagyományok és a magas kultúra iránt. Szabadidős tevékenységeik nem változnak

drasztikusan. Továbbra is a passzív, rekreatív kategória lehetőségeit részesítik előnyben, azonban módosult a felület, a színtér, ahol ezeket a tevékenységeket végzik. A közművelődési intézmények dolgozóinak, illetve a más területen fiatalokkal foglalkozó szakembereknek ezekre az apró, de lényeges változásokra kell odafigyelniük, illetve ezekhez érdemes alkalmazkodniuk. A fiatal generáció tagjai lesznek a jövőben azok a felnőttek, akik vagy élnek közösségi és kulturális életet vagy nem, ezért is fontos az érdeklődésüket már ebben a korban felkelteni, hosszútávú nyitottságukat megalapozni. Érezhetően versenyhelyzet alakult ki az offline programok és az online lehetőségek tárháza között, melyben a fődíj a fiatalok figyelme. Ez komoly kihívást jelent a szakembereknek, hiszen a folyamatosan megújuló, innovatív opciókkal nehéz lépést tartani, ugyanakkor érdemes legalább törekedni rá. Ahogy a régi mondás tartja: „Ha valamit nem tudsz megakadályozni, annak állj az élére!” (Charles de Gaulle). A szakemberek és intézmények szempontjából ezt tartjuk optimális lehetőségnek a probléma megoldására, hiszen a tanulmányban bemutatott eredmények és tendenciák vélhetően nem fognak változni a jövőben, sőt, a technológia még magasabb szintű fejlődése csak fokozni fogja ezt. Ne felejtjük el azonban, hogy a médiatér számos lehetőséget tartogat a számunkra, ezért is fontos aktívan figyelemmel kísérni a változásokat. A különböző trendek felismerése és ezek felhasználása egy jó eszköz a jelenség pozitív irányú kihasználására, ezekre lehet építeni marketing vagy program szinten egyaránt. Fontos azonban, hogy ezen a szinten kérjük a fiatalok segítségét, vonjuk be őket az ötletelésbe, a tervezésbe, adjunk nekik komoly feladatokat, hiszen önmagukat, a korosztályukat csak ők ismerik igazán (Nagy, Szabó 2018).

Az eredmények tanulsága, hogy a médiatér dominanciája megkerülhetetlen, de ha a fiatalokkal akarunk foglalkozni, akkor nem is érdemes megpróbálni figyelmen kívül hagyni. Adjunk teret a változásoknak és adjunk teret a fiataloknak, hogy ők maguk formálják a változást, legyen szó akár a szabadidő, a kultúra, a közművelődés, vagy bármilyen más területről.

Irodalom

- Domokos T., Kántor Z., Pillók P., Székely L. (2020). *Kérdések és válaszok - Fiatalokról, fiataloktól – Magyar fiatalok 2020*. Társadalomkutató Kft., Budapest.
https://www.academia.edu/62944950/Magyar_fiatalok_2020 Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Fekete M. (2022). Ifjúsági szabadidőfelhasználás – az utolsó 20 év. In: Nagy Á. (szerk.): *A lábjegyzeten is túl – magyar ifjúságkutatás 2020*. 259–290. Szociális Demokráciáért Intézet – Excenter Kutatóközpont.
- Fekete M., Tibori T. (2018). Az ifjúság szabadidő-felhasználása a fogyasztói társadalomban. In: Nagy Á. (szerk.): *Margón kívül – magyar ifjúságkutatás 2016*. 258–283. Budapest: Excenter Kutatóközpont.
- Hegy-Halmos N., Mohos E., Babos Z. (2022). Az élethosszig tartó tanulás szemlélete a Pest megyei közművelődési intézményekben és közösségi színtereken. *Kulturális Szemle*, 22. 56–72.
<https://kulturalisszemle.hu/22-szam/nemzetkozi-kitekintes/hegyi-halmos-nora-mohos-edina-d-babos-zsuzsanna-az-elethosszig-tarto-tanulas-szemlelete-pest-megyei-kozmuvelodesi-intezmenyekben-es-kozossegi-szintereken> Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Horkai A. (2004). Screenagerek. Kultúrák közötti kommunikáció az iskolában. In: Gábor K., Jancsák Cs. (szerk.): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben*. Belvedere, Szeged. 122–139.
- Horváth F., Mohos E. (2022). „Ilyenek vagyunk mi!” – Hogyan érzük el a fiatalokat a közművelődés területén? *ACTA Andragogiae et Culturae*. (sajtó alatt)
- Hunyadi Z. (2005). *Kulturálódási és szabadidős eltöltési szokások, életmód csoportok*. Magyar Művelődési Intézet.
- Kabai I., Iharosi T., Kabainé Tóth K. (2018). A társadalmi rétegződés empirikus vizsgálata a fiatalok körében egy speciális többdimenziós modell segítségével. In: Nagy Á. (szerk.): *Margón kívül – magyar ifjúságkutatás 2016*. 372–401. Excenter Kutatóközpont.
- Koltói L., Varga Á. (2022). Digitális jelen – Fiatalok IKT eszközök és közösségimédia-használata társadalmi háttértényezők és a COVID19 tükrében. In: Nagy Á. (szerk.): *A lábjegyzeten is túl – magyar ifjúságkutatás 2020*. 291–328. Szociális Demokráciáért Intézet – Excenter Kutatóközpont.
- Kuti É. (2009). A kultúra iránti érdeklődés és a kultúrafogyasztás alakulása a Nemzeti Médiaanalízis adatai alapján. In: Füstös L., Antalóczy T., Hankiss E. (szerk.): *(Vész)jelzések a kultúráról*. MTA PTI. 151–200.
- Mohos E. (2021). A közművelődési intézmények alkalmazkodása az ifjúság megváltozott szabadidő-felhasználási és kultúrafogyasztási szokásaihoz. *Kulturális Szemle*, 21. 102–110.

- <https://www.kulturalisszemle.hu/21-szam/junior-kutato-i-muhely/mohos-edina-kozmuelodesi-intezmenyek-alkalmazkodasa-az-ifjusag-megvaltozott-szabadido-felhasznalasi-es-kulturfogyasztasi-szokasaihoz> Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Mohos E., Ponyi L. (2020). Az ifjúság szabadidő-felhasználási és kultúrafogyasztási szokásai. *Kulturális Szemle*, 14. szám. <https://kulturalisszemle.hu/14-szam/junior-kutato-i-muhely/mohos-edina-ponyi-laszlo-az-ifjusag-szabadido-felhasznalasi-es-kulturfogyasztasi-szokasai> Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Murányi I. (2006). *Identitás és előítélet*. Új Mandátum Könyvkiadó.
- Nagy Á. (2011). *A harmadlagos szocializációs közeg és az ifjúságügy, mint önálló terület elméleti alapjai*. Oktatókutató és fejlesztő Intézet. <https://ofi.oh.gov.hu/nagy-adam-harmadlagos-szocializacios-kozeg-es-az-ifjusagugy-mint-onallo-terulet-elméleti-alapjai> Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Nagy Á. (szerk. 2018.). *Margón kívül – magyar ifjúságkutatás 2016*. Excenter Kutatóközpont. <https://mek.oszk.hu/18600/18654/18654.pdf> Utolsó letöltés: 2023.07.10.
- Nagy Á. (szerk. 2022). *A lábjegyzeten is túl – magyar ifjúságkutatás 2020*. Szociális Demokráciáért Intézet – Excenter Kutatóközpont. <https://mek.oszk.hu/23200/23269/23269.pdf> Utolsó letöltés: 2023. 07. 10.
- Nagy Á., Bodor T., Schád L. (2014). *Ifjúságügy*. Enigma Kiadó 2001.
- Nagy Á., Szabó N. (2018.). *Motiválás a közösségi művelődésben és az ifjúság bevonása*. NMI Művelődési Intézet nonprofit Közhasznú Kft.
- Oross D., Monostori K. (2018). Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan! – Ifjúságügy és civil világ. In: Nagy Á. (szerk.): *Margón kívül – magyar ifjúságkutatás 2016*. 350–371. Excenter Kutatóközpont.
- Stumpf I. (1992). Az ifjúság problémák értelmezése – Ifjúsági kihívás az ezredfordulón. In Gázsó T., Stumpf I. (szerk.): *Rendszerváltozás és ifjúság*. 9–12). MTA Politikai Tudományok Intézete.
- Szabó A., Székely L. (szerk. 2016). *Magyar ifjúságkutatás 2016 – Az ifjúságkutatás első eredményei – Ezek a mai fiatalok!* Új Nemzedék Központ Nonprofit Kft. <http://real.mtak.hu/119224/>
- Székely L. (2013.). *Magyar ifjúság 2012 – tanulmánykötet*. Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó: Budapest.
- Vaskovics L. (2000). A posztadoleszcencia szociológiai elmélete. *Szociológiai Szemle* 4. 3–20.
- Vitányi I. (1995.). Társadalmi idő – szabadidő, a szabadidő új problémái a társadalomban. In: *Uő. Szabadidős és társadalmi átalakulás*. Budapest: Magyar Szabadidő Társaság.
- Zinnecker, J. (1982). Jugend 1981: Porträt einer Generation. In *Jugend'81*. 80–122. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mellékletek

1. számú melléklet: A felhasznált kutatások módszertana

Közösségszervezés BA szakdolgozat, 2020: Az ifjúság szabadidő-felhasználási és kultúrafogyasztási szokásai

- kvantitatív kutatás – nagymintás ifjúságkutatások másodelemzése N=8000
- online kérdőív N=294

OTDK dolgozat, 2021: A közművelődési intézmények alkalmazása az ifjúság megváltozott szabadidő-felhasználási és kultúrafogyasztási szokásaihoz

- szakdolgozat eredményeire épül
- kvalitatív kutatás – félig strukturált interjú N=2

Emberi erőforrás tanácsadó MA diplomamunka, 2022: Pest megyei közművelődési intézmények működése az informális és nem-formális tanulás tükrében

- vegyes módszertan
- online kérdőív N=135
- online fókuszcsoport N=7

Nagymintás ifjúságkutatások:

- 2012, 2016, 2020 N=8000