

# TRENDEK A SZIGET-KUTATÁSBAN. AZ ÚJ FIATAL KÖZÉPOSZTÁLY KIALAKULÁSA

Gábor Kálmán–Gaul Emil–Szemerszki Marianna

A Sziget-kutatás története · A Sziget Fesztivált 1997-től kutatjuk.<sup>1</sup> Kutatásunkat az első két évben mélyinterjúkra és résztvevő megfigyelésre alapoztuk, kérdőíves adatfelvételt 1999-től végzünk. 2000-től minden évben mintegy félórás kérdőívvel 1000 fiatalt kérdezzük meg a Szigeten. 2001-től külföldieket is bevonunk a vizsgálatunkba, ami lehetővé teszi a magyar és a külföldi, mindenekelőtt a német, osztrák, illetve a határon túli magyar fiatalok közötti összehasonlítást is. A Sziget Fesztivál empirikus vizsgálatának teljes rendszerét 2002-re alakítottuk ki. A kérdőív mellett 2002-től a legfontosabb (demográfiai, iskolázottsági) adatokat tartalmazó adatlapokat (kontaktlapot) töltünk ki külön erre a feladatra felkészített kérdezőbiztosok segítségével. Ezáltal mintegy 3000 Szigetre járó magyar és külföldi fiatalra terjed ki évenkénti adatbázisunk. A kontaktálást két célra használjuk: egyrészt a külföldi és magyar látogatók arányának megállapítására, valamint a Szigetre látogatók demográfiai (nem, életkor) és szociális adatainak ellenőrzésére.

2004-től a korábbi módszerek mellett a Sziget-kutatás minden fázisát, beleértve a tematikus mélyinterjúkat is, képileg rögzítjük.<sup>2</sup> Az elmúlt évek Sziget-kutatásait a következő táblázatban foglalhatjuk össze:

Időpont	Sziget Fesztiválok					
	Kérdőív magyar		Kérdőív külföldi N	Kontaktlap magyar <sup>3</sup> N	Kontaktlap külföldi N	Internet N
	N	Átlagos időtartam				
1999	542					
2000	972	27 perc	100	próba	próba	
2001	1050	30 perc	295	próba	próba	
2002	1005	30 perc	502	1006	406	264
2003	972	42 perc	303	1074	398	
2004	1013	30 perc	-	1293	847	
2005	624	44 perc	-	594	674	
2006	1040	35 perc	-	1033	820	1071

1. táblázat. A Sziget-kutatások néhány paramétere.  
Felsőoktatási Kutatóintézet – Sziget Fesztivál 2006

A Sziget-kutatás legfontosabb témái · A kérdőíves lekérdezés kiterjed a Sziget-látogatók családi, iskolai hátterére, fogyasztói, kommunikációs és kulturális státusára. Vizsgáljuk a fiatalok életeseményeinek alakulását, értékorientációit és ifjúsági identitását, politikai, kulturális és szabadidő tevékenységét, pártszimpátiáját, ifjúsági csoportstílusokhoz való viszonyát és előítéleteit. Nézzük a fiatalok Szigethez fűződő viszonyát, kutatjuk, hogy a Sziget mint szocializációs tér milyen hatással van a fiatalokra, illetve hogy az összetételük hogyan alakult át az évek során. 1999-től tudjuk, hogy a Szigeten megforduló fiatalok iskolázottságban, nyelvtudásban, számítógép- és internet-használatban felülmúlják saját korosztályuk átlagát. Ezért külön figyelmet fordítottunk arra, hogyan alakítja a fokozott internet-használat a fiatalok életét, közösségi kapcsolatait és szokásait. Vizsgáljuk továbbá a fiatalok élettervezését, az abból fakadó konfliktusokat, és ezzel összefüggésben a feszültségoldó technikák használatát. Végül fontosnak tartjuk a fiatalok középiskolás és egyetemi éve alatt kiépített szórakozási és kulturális network-jének feltárását is.

Fordulat a Szigeten, fordulat a Sziget-kutatásban · A 2005. évi és a 2006-os vizsgálat során alapvető tartalmi változtatásokat végeztünk el. Egyik alapvető állításunk, hogy a Sziget fiataljai, a Sziget fejlődése szorosan összekapcsolódik az ifjúsági korszakváltással, az ifjúsági korszakváltás pedig a magyar fiatalok középosztályosodásával. Kérdőívünkbe ezért több olyan kérdést építettünk, amellyel korábbi állításunk érvényességét, miszerint a Sziget a középosztály szigete, kontrollálni kívántuk. Ezért mindkét évben külön rákérdeztünk a Szigetre járók osztálytudatára és tovább mélyítettük a piac világához való viszonyuk vizsgálatát, középpontba állítva olyan, az új fiatal középosztályt leíró jegyeket, ismérveket, mint a lakás, az öltözködés, a hajviselet.

A 2005. évi kutatásunk egyik kiemelt témájaként arra is választ kerestünk, hogy a fiatalok, így a Sziget fesztivál résztvevői is milyen érzésvilággal rendelkeznek, és milyen értékeket vallanak. A fiatalok érzés- vizsgálatának egyik eszköze az alap kérdőív volt, amelyben egy képsorral segített kérdés alapján módunk

volt megvizsgálni, hogy a fiatalok milyen öltözködési stílusjegyeket tartanak szimpatikusnak, s melyeket utasítják el.

A vizsgálat során használtunk egy másik – ugyancsak számos képsorral kísért – kérdőívet, amelyet kifejezetten a fiatalok ízlésvilágának a megismerése céljából készítettünk egyfajta kísérleti jelleggel. Míg az alapkérdőív előnye, hogy általa a bőségesen rendelkezésre álló háttérváltozók mentén lehetőség nyílik a Sziget-látogatók életformájának a körülrajzolására, az egyes ifjúsági szubkultúrák iránti szimpátia bemutatására, s arra, hogy jellegzetes csoportokra bontsuk a mintát, jellemezve azok sajátosságait, addig a másik kérdőívől nyerhető adatok inkább abban nyújtanak segítséget, hogy több szempontú megközelítést nyújtsanak, árnyalják a stílusképző jegyeket, s bemutassák azok egymáshoz kapcsolódását.

A vizsgálatban központi szerepet tölt be a Szigetre látogatók kérdőíve, amelyet minden évben a részletes adatgyűjtésre használunk. 2005-ben ugyanezt a kérdőívet megkérdeztük a Szigeten dolgozóktól is, akik az évek során egyre markánsabb csoportját képezik a Sziget társadalmának. Addig, amíg a Sziget-látogató fiatalok vizsgálatának a magyar fiatalok szempontjából van növekvő jelentősége, a Szigeten dolgozó fiatalok vizsgálata a magyar fiatalok civil szerveződésének megismerését segítheti nagymértékben elő.

2006-ban adatgyűjtő rendszerünkben egy új módszert, s ezzel együtt egy új kérdezési alternatívát is kipróbáltunk, amennyiben egy előzetes internetes kérdőívet állítottunk össze, amely 9 napon át volt elérhető a Sziget honlapjáról. Ebben a részvételi szándékokról, igényekről tájékozódunk. Kérdőívünknek meglepően nagy volt a sikere, hiszen több mint ezer kitöltött kérdőívet regisztrálhattunk szerverünkön.

Szigetre látogatók kérdőíve	Kontaktlap külföldi	Kontaktlap magyar	Előzetes internetes kérdőív	Kérdőív civil szervezetek körében
1040	820	1033	1071	83

2. táblázat. A 2006. évi adatfelvétel struktúrája.  
Felsőoktatási Kutatóintézet – Sziget Fesztivál 2006

A civil szervezetek növekvő szerepét a Sziget Fesztiválon mi sem jellemzi jobban, mint a Civil Falu létrejötte. A részvételi motiváción és a Szigeten végzett munkával kapcsolatos információkon túlmenően az ifjúsági problémákról és a fiatalokkal foglalkozó szervezetek munkájának feltételrendszeréről is gyűjtöttünk a résztvevők körében adatokat. A 2006. évi Sziget-vizsgálatok fókuszába tehát a civil szervezetek munkáját állítottuk.

Sokéves tapasztalatként elmondható, hogy a kérdőívek fogadtatása igen jó, 2005-ben például a kérdőívek lekérdezése után a megkérdezettek mintegy négyötöde megadta mobilszámát, e-mail címét, és közel háromnegyedük kérte, hogy küldjük meg a kutatás eredményeit. A megadott elérhetőségek alapján két fókuszcsoportot szerveztünk 2006. február 10-én illetve 11-én. Véletlenszerűen kiválasztott minta alapján dolgoztunk, olyan fiatalokat kerestünk fel, akik a fesztiválon kitöltött kérdőíveken túlmenően vállalták, hogy a későbbi kutatáshoz megadják valamely elérhetőségüket is. A kiválasztás szempontja volt, hogy a Szigetre járók népes és heterogén tábort valamely módon lefedjük, „nem” valamint „kor” alapján egyenlők legyenek az arányok, lehetőleg legyen a mintában olyan is, aki

nem budapesti. Az első csoportba kerültek azok, akik mint látogatók voltak jelen a Szigeten, a második csoportba kerültek a Szigeten dolgozók, azok, akik a kérdőív alapján magukat valamely civil szervezet, vagy kereskedelmi cég a Szigeten kint tartózkodó dolgozójaként említették. Az első csoportban öten, a második csoportban nyolcan vettek részt, vegyesen voltak budapestiek és vidékiek, a nemek aránya 2/3 fiú, valamint 1/3 lány volt. A beszélgetések körülbelül egy órán át tartottak, az eseményről hang és képfelvétel is készült. Törekedtünk arra is, hogy valamely „steril” helyen folytassuk le a kérdezést, célunk ezzel az volt, hogy ne befolyásolja a válaszadókat egy, a fiatalok által kedvelt hely légköre.

A fókuszcsoport keretein belül némileg hasonló kérdésekre próbáltunk meg válaszokat találni, olyanokra amilyenek a kérdőívekben szerepeltek, azonban azt vártuk, hogy a kötetlen beszélgetés és a csoportdinamika finomít majd a válaszokon, esetleg más eredményre jutunk, mint egy zárt kérdéssorból álló forma esetén. Szándékosan fogalmaztuk meg többértelműen a kérdéseket, hogy ezzel szabad asszociációra serkentsük a résztvevőket. Annak érdekében, hogy a válaszok ne befolyásolják egymást, törekedtünk arra, hogy a csoport tagjai válaszukat leírják, majd a moderátorok segítségével azokat közösen értékeltük, reagálásokra is ekkor volt lehetőség.

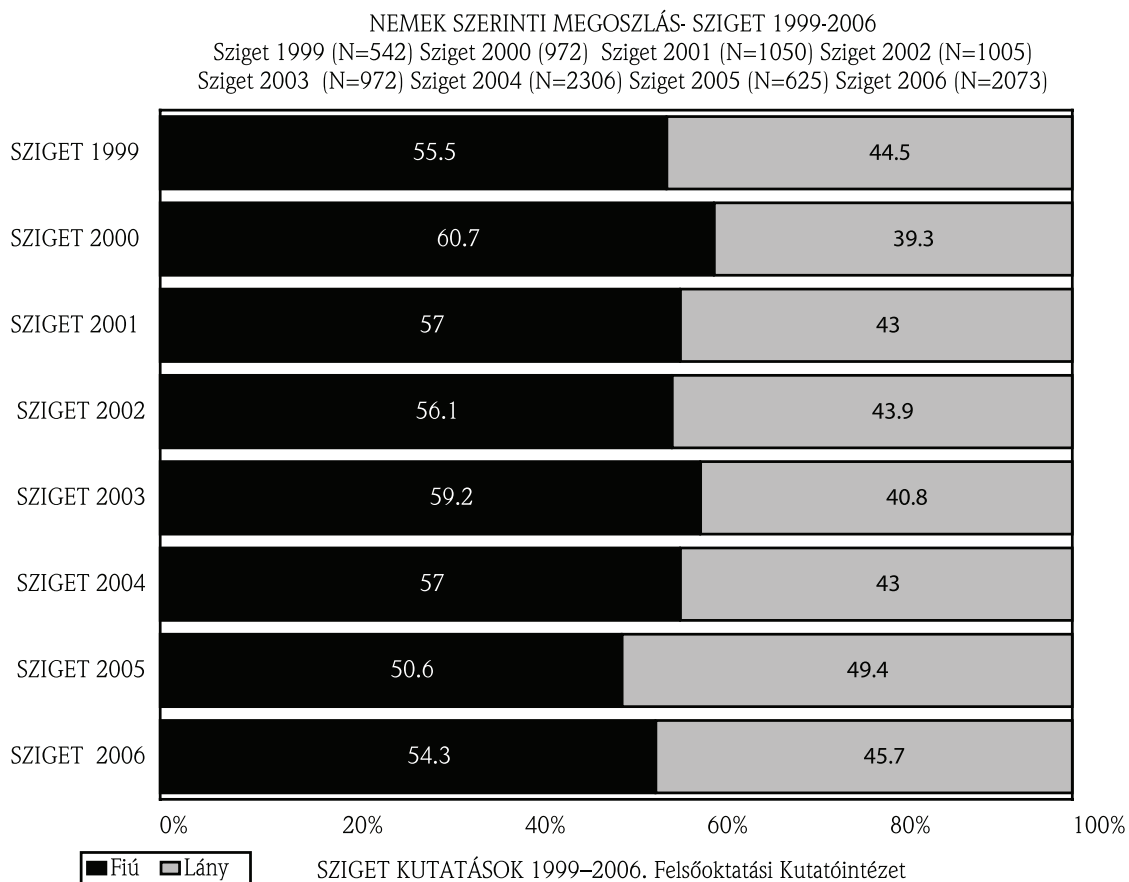
A Sziget-kutatások során 2004-ben vetődött fel filmanyag készítése. A filmanyag kétféle interjúra, az egyéni és csoportos interjúkra épül, melyet összekapcsoltunk a fesztivál térbeli, valamint időbeli ritmusának bemutatásával. Az interjúk mintájának kialakításakor arra törekedtünk, hogy képviselve legyenek a Szigetre látogatók és a Szigeten dolgozók, a legfiatalabbak és az idősebbek, megtalálhatók legyenek közöttük egyes zenei irányzatok képviselői (punkok, rockerek) és az etnikai csoportok közül a romák. Az interjúk tematikailag felölelik a kortárs csoportokhoz való viszonyt, érintik a szabadidő eltöltését, munkavállalást, családtervezést, autonómiát és előítéletességet. Központi kérdés a Sziget értékeinek és a saját célok közötti összefüggések feltárása. A csoportos interjúk azon alapulnak, hogy a Szigetre a fiatalok döntő többsége baráti körben érkezik. Az interjúk szervező elvei a korai önállósodás, az ifjúsági életszakasz meghosszabbodásának kérdése, valamint a „Sziget-jelenség” kérdése. Az interjúk terjedelme 25-35 perc. 2004-ben 21 interjú készült, ezt az anyagot 2005-ben további három és félórás filmanyaggal (interjúkkal, megfigyelésekkel) egészítettük ki. Ezen archivált anyag alapján készült el a *108 perc Sziget* c. dokumentumfilm.<sup>4</sup>

**Iskolai ifjúsági korszak és az új fiatal középosztály** · A kilencvenes években Magyarországon is megjelent az új, iskolai ifjúsági korszak. Az iskolai ifjúsági korszak összefügg az iskolában eltöltött idő megnövekedésével, a közoktatás, majd a felsőoktatás expanziójával. A gazdasági, technológiai fejlődés következtében a fogyasztás expanziója (a fogyasztási javak elterjedése, a fogyasztói és szolgáltatói ipar hihetetlen mértékű kiterjedése) kíséri az iskolai ifjúsági korszakot, melynek velejárója a társadalom középosztályosodása. A legutóbbi évek Sziget-kutatásai alátámasztják, hogy napjainkra az ifjúsági korszakváltás megtörtént és egy új fiatal középosztály alakult ki.

Az új fiatal középosztály megjelenését mutatja, hogy az elmúlt fél évtizedben a Sziget társadalmá nemek és életkor sze-

rinti összetételében átalakult. A nemek arányában 2005-re kiegyenlítődés figyelhető meg: a férfiak korábbi csaknem két-

harmados aránya a 2004. évtől fokozatosan csökken, 2006-ban már 54,3 százalék (1. ábra).



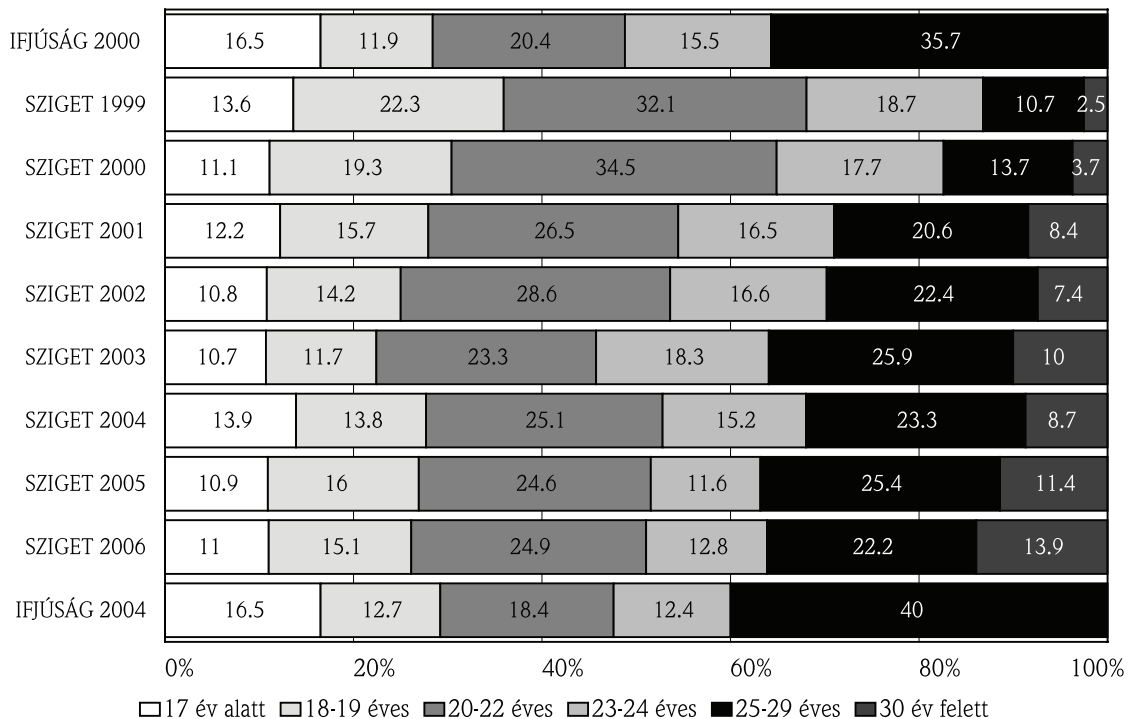
1. ábra.

Az életkor szerinti megoszlás azt mutatja, hogy 2005-re a legfiatalabb korcsoport, a 17 év alattiak és a legidősebbek, a 30 év feletti aránya hasonló (11%, illetve 11,4%), 2006-ban ez utóbbi csoport aránya 13,9 százalék volt. A 2005. és 2006.

évi adatok – a korábbi Sziget-kutatásokhoz hasonlóan – alátámasztják, hogy a Szigetre járó fiataloknál az ifjúsági életszakasz kitolódása figyelhető meg (2. ábra).

ÉLETKOR SZERINTI MEGOSZLÁS – SZIGET 1999–2006

Sziget 1999 (N=542) Sziget 2000 (972) Sziget 2001 (N=1050) Sziget 2002 (N=1005) Sziget 2003 (N=972) Sziget 2004 (N=2306) Sziget 2005 (N=625) Sziget 2006 (N=2073) Ifjúság 2004 (N=8000)



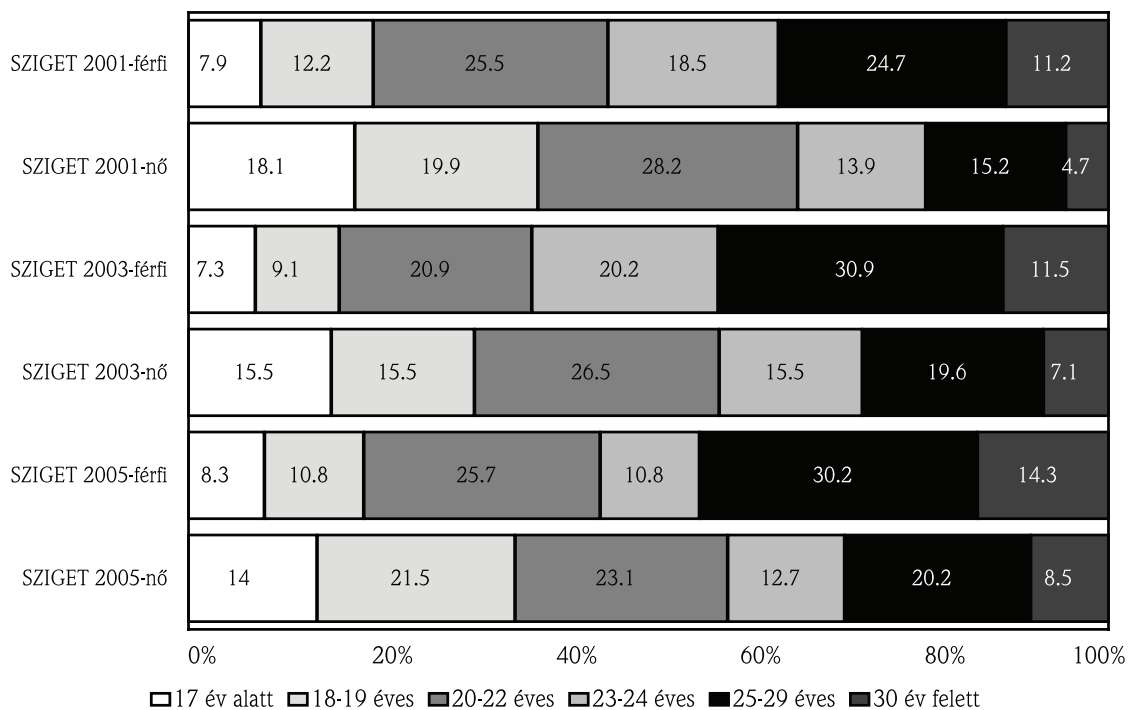
SZIGET KUTATÁSOK 1999–2006. Felsőoktatási Kutatóintézet

2. ábra.

A nemek közötti kiegyenlítődést az életkorral összefüggésben vizsgálva azt látjuk, hogy az ifjúsági életszakasz kitolódása egyre inkább nemcsak a férfiakra, de a nőkre is vonatkozik. 2001-ben a 30 éven felüli nők aránya 4,7 százalék, 2003-ban 7,1 százalék, 2005-ben pedig már 8,5 százalék volt. A 30 éven felüli férfiak aránya 2000-ben 11,2 százalék, 2003-ban 11,5

százalék volt, 2005-re pedig 14,3 százalékra nőtt. Azaz az ifjúsági életszakasz kitolódása a férfiak és nők közötti különbségek csökkenésével jár együtt, másképpen fogalmazva a fiatalok élettervezésének megváltozása a nőkre és a férfiakra egyaránt vonatkozik (3. ábra).

ÉLETKOR MEGOSZLÁS NEMEK SZERINT - SZIGET 2001-2005  
 Sziget 2001 (N=1050) Sziget 2003 (N=972) Sziget 2005 (N=625)

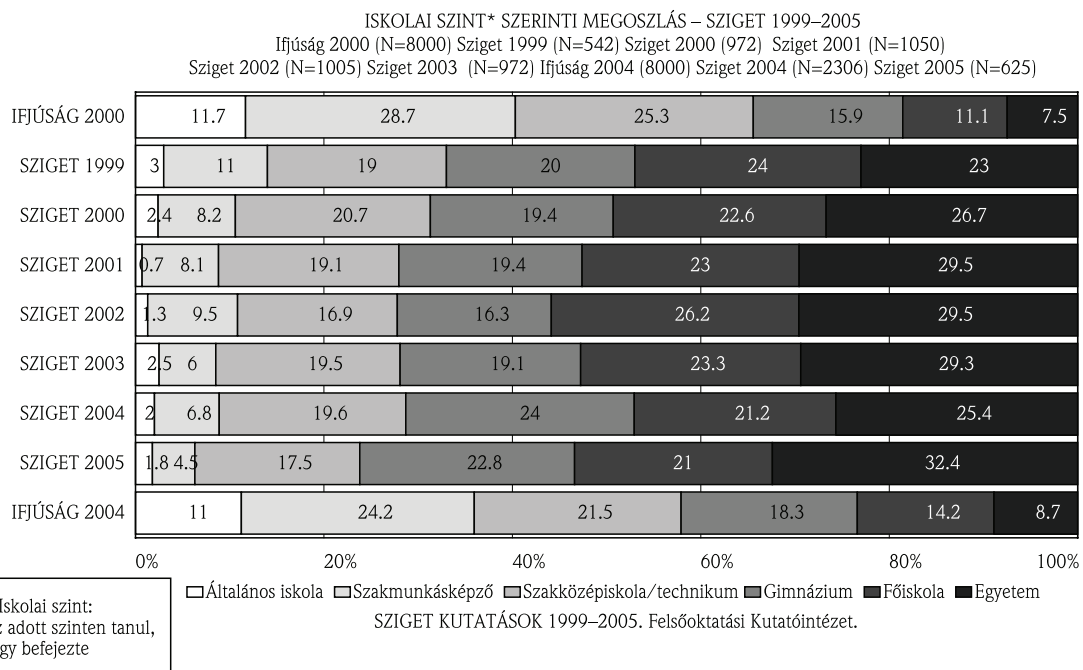


SZIGET KUTATÁSOK 1999–2005. Felsőoktatási Kutatóintézet

3. ábra.

A Szigetre látogatók iskolázottság szerinti összetétele már 2000-ben azt mutatta, hogy a Szigetre mindenekelőtt az új ifjúsági korszakba lépő fiatalok járnak. A Szigetre látogatók csaknem fele járt 2000-ben főiskolára, egyetemre, illetve rendelkezett felsőfokú végzettséggel, ugyanebben az évben a 15-29 éves magyar fiatalok között a felsőfokú intézményben végzettek, illetve odajárók aránya érte el az egyötödöt és 2004-ben sem haladta meg a magyar fiatalok egynegyedét. 2005-ben pedig már a Szigetre járóknak csaknem egyharmada egyetemet végzett

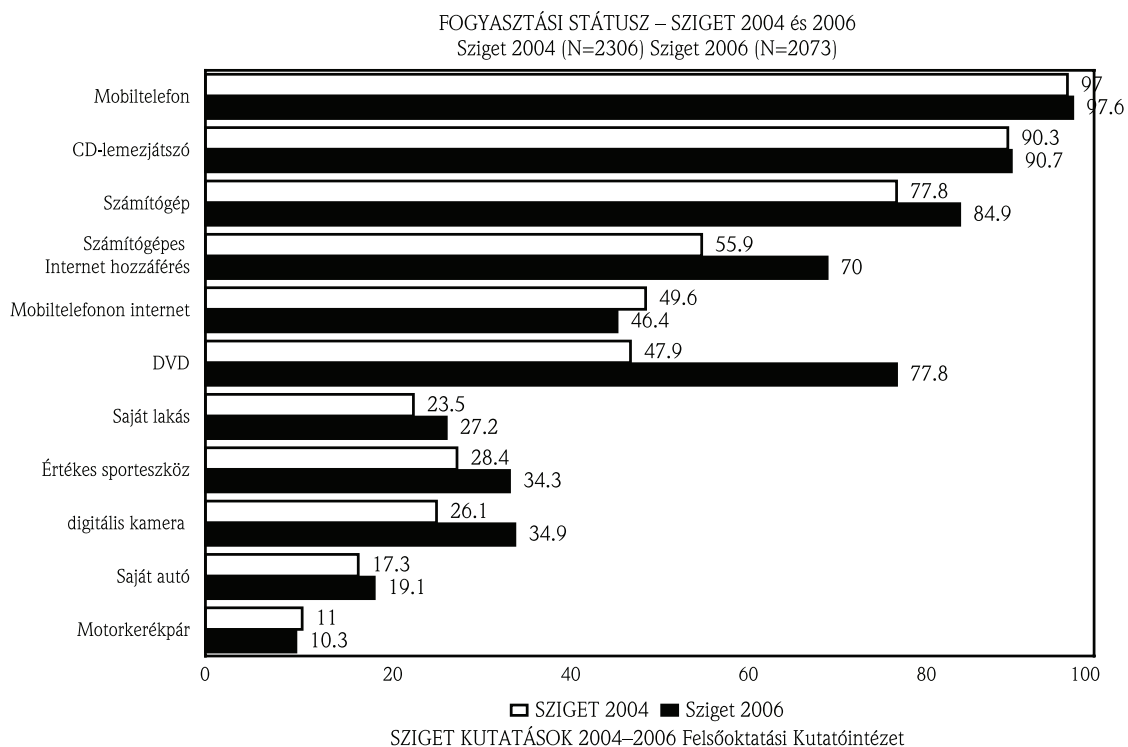
vagy még egyetemista volt, több mint egyötödük pedig főiskolát végzett, illetve főiskolás volt<sup>5</sup> (4. ábra). Az is kiderült napjainkra, hogy miközben a Szigetre látogatók mintegy előre jelzik a magyar fiatalok ifjúsági korszakváltását, ez a korszakváltás a középosztályosodás mellett a fiatalok egyes csoportjainak ki-rekesztődésével jár együtt. Ezt mutatja a Szigetre látogatók között a szakmunkásképzőbe járók és szakmunkásképzőt végzettek egyre csökkenő aránya.



4. ábra.

A Szigetre látogatók fogyasztói helyzetének alakulása azt is mutatja, hogy az iskolázottsági szint növekedése a kommunikációs és szórakoztató eszközök használatának emelkedésével jár együtt (5. ábra). A 2003. és 2006. évi adatok összehasonlítása jól mutatja, hogy a Szigetre látogatók már egyre inkább az információs társadalom tagjává válnak, a mindennapi érint-

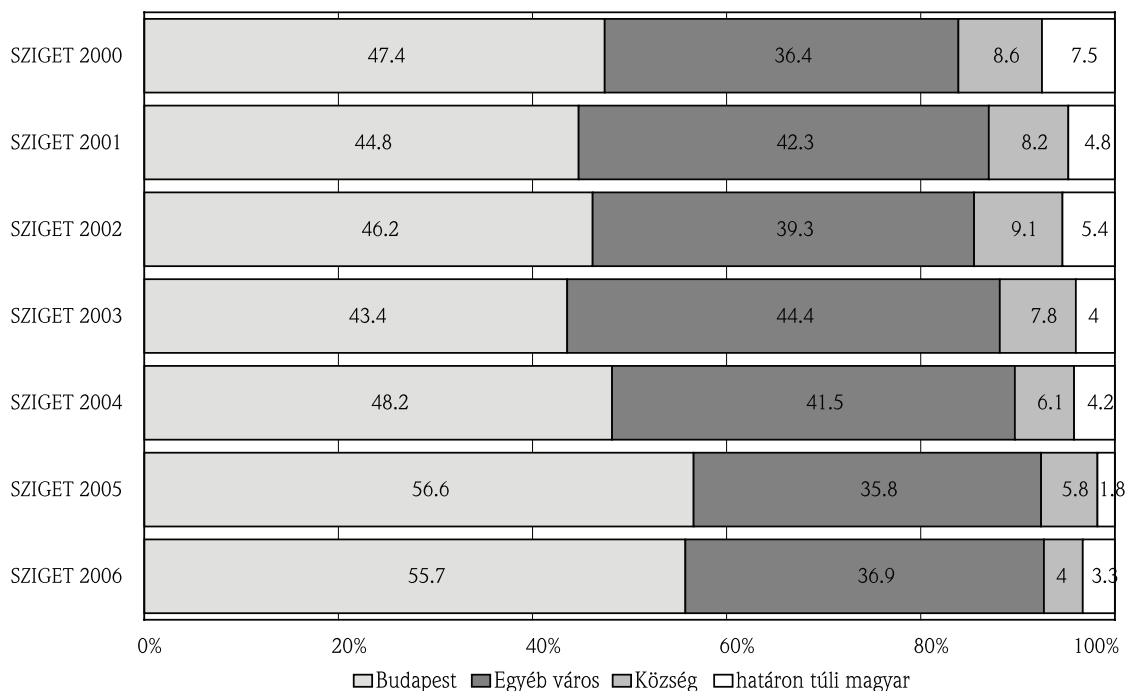
kezés nélkülözhetetlen eszköze a mobiltelefon és számítógép, és mindkét eszköznél a világháló. Az ugrásszerű növekedések egyes eszközöknél pedig azt mutatják, hogy egyre újabb és újabb eszközök válnak a mindennapi érintkezés, a kommunikáció, az élmények rögzítésének továbbításának eszközövé (dvd, a digitális kamera stb.).



5. ábra.

A Szigetre látogató új fiatal középosztály zömmel város- városban, sőt kilenctizedük az év legnagyobb részét itt tölti (6. kó fiatalokból áll: háromnegyedük él Budapesten vagy egyéb ábra). Ez a városi fiataltság rendkívül nyitott a világra.

ÁLLANDÓ LAKÓHELY (az év legnagyobb részében) – SZIGET 2000–2006  
 Sziget 1999 (N=542) Sziget 2000 (972) Sziget 2001 (N=1050) Sziget 2002 (N=1005)  
 Sziget 2003 (N=972) Sziget 2004 (N=2306) Sziget 2005 (N=625) Sziget 2006 (N=1040)

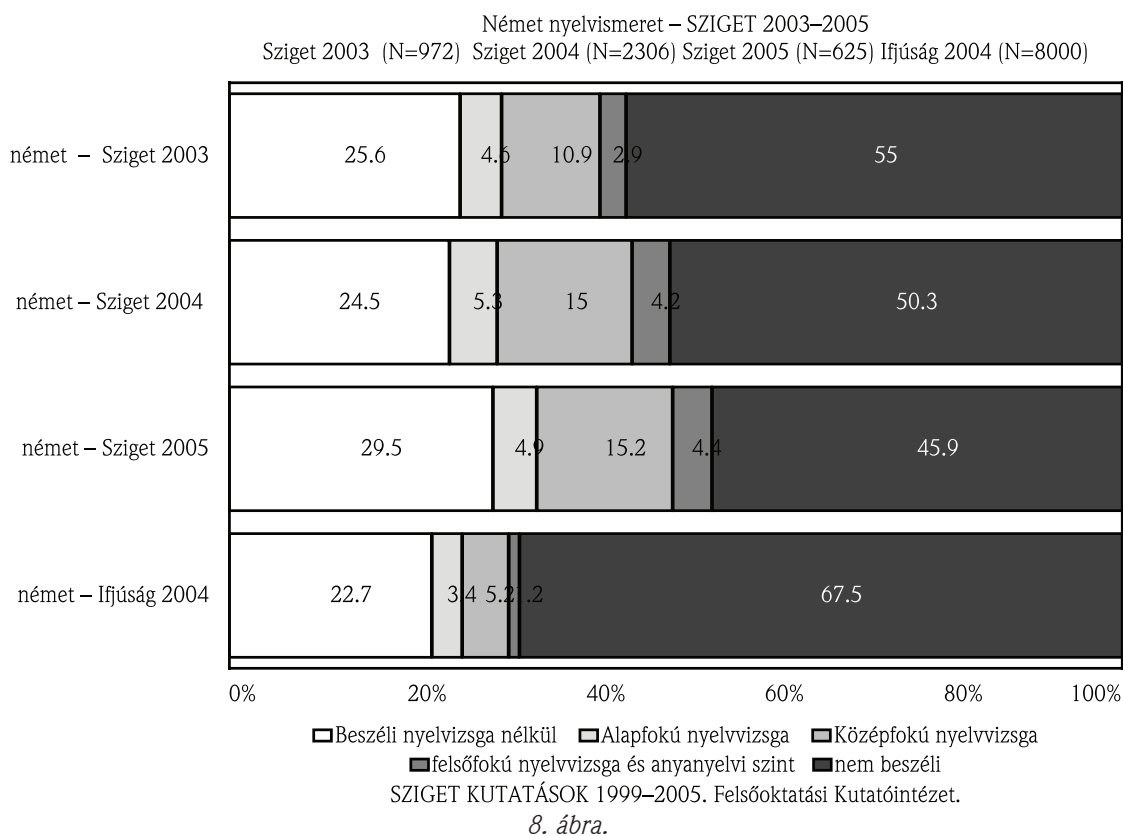
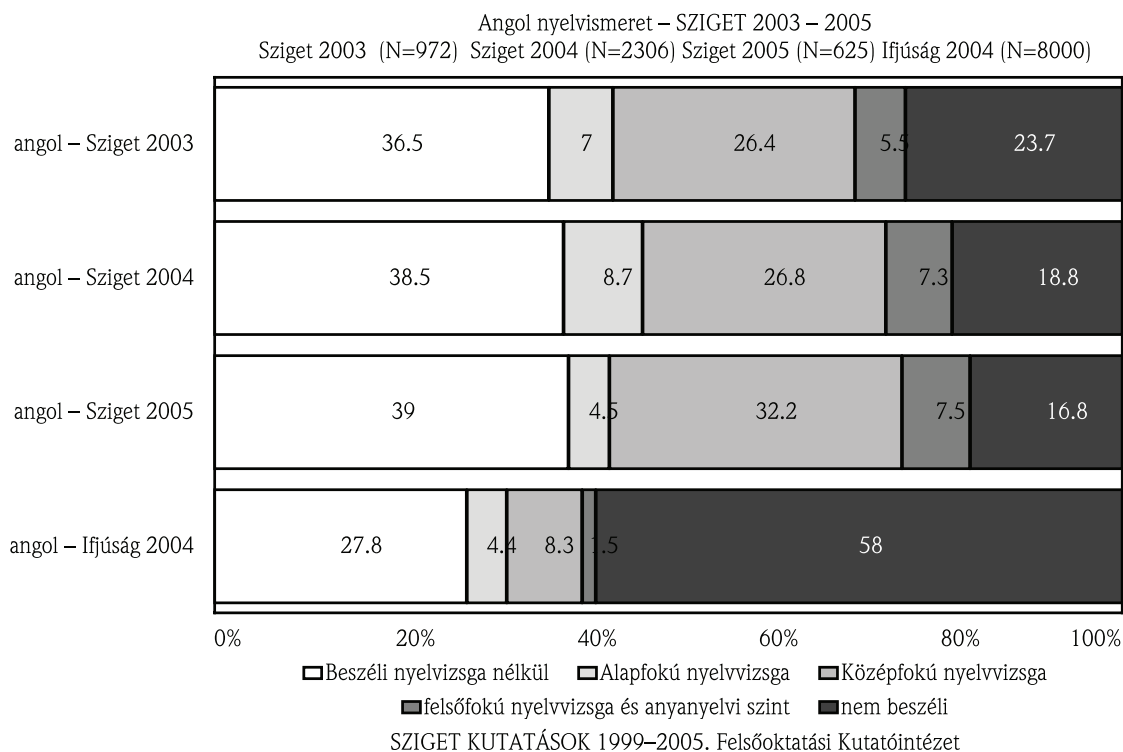


□ Budapest ■ Egyéb város □ Község □ határon túli magyar  
 SZIGET KUTATÁSOK 1999–2006 Felsőoktatási Kutatóintézet

6. ábra.

2005-ben az összes Sziget-látogató 16,8 százaléka, a 2004. évi országos reprezentatív vizsgálat szerint<sup>6</sup> a fiataloknak viszont 58 százaléka nem beszélt angolul. A németül nem tudóknál pedig 55 százaléka, illetve 67,5 százaléka a fenti arány (7.

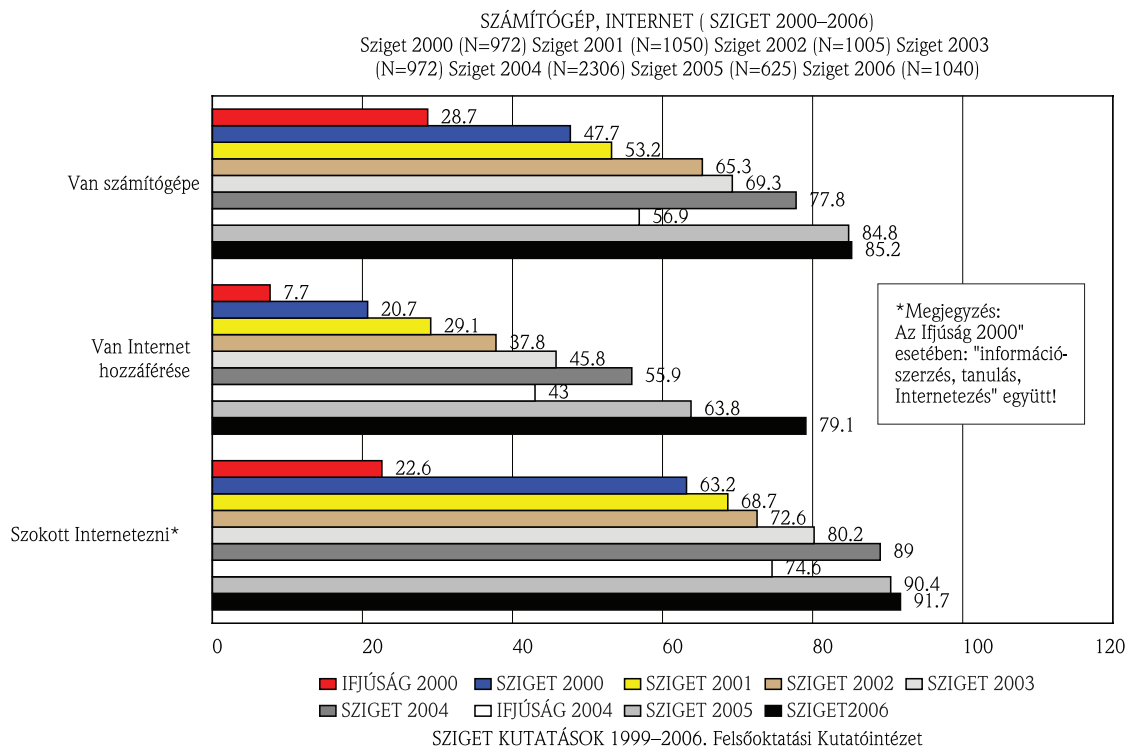
és 8. ábra). Az is figyelemre méltó, hogy 2003-tól és 2006-ig 23,7 százalékról 16,8 százalékra csökkent az angolul, 55 százalékról pedig 43,8 százalékra csökkent a németül nem tudók aránya



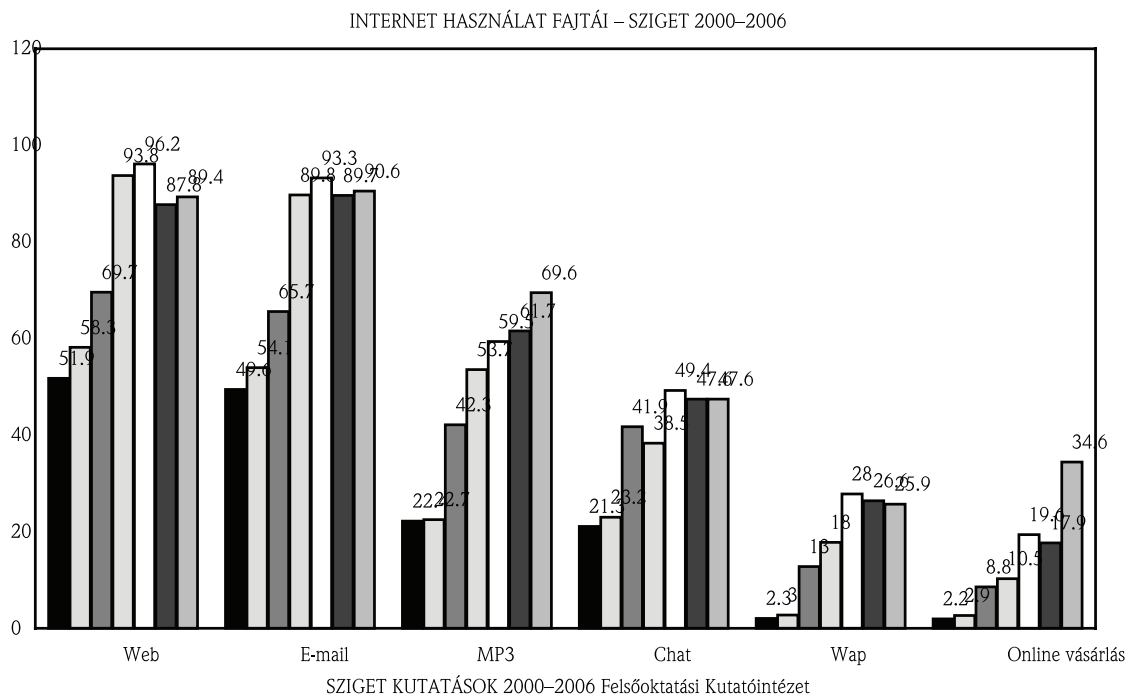


Az új fiatal középosztály az információs társadalom fiatalja: több mint négyötödük rendelkezik számítógéppel, 2006-ra négyötödre emelkedett az internetre csatlakozók aránya, és mintegy kilenczetedük internetezik (9. ábra). Az is jól látható, hogy az országos arányokhoz képest a Szigetre járó fiatalok sokkal inkább részei az információs társadalomnak, mint általában a magyar fiatalok. 2006-ra az internethasználatban, mindenekelőtt a wappolás és az online vásárlás válik a fiatalok mindennapi gyakorlatává, azaz az internet a fiatalok fogyasztási státuszának válik egyre szerveesebb részévé.

lok sokkal inkább részei az információs társadalomnak, mint általában a magyar fiatalok. 2006-ra az internethasználatban, mindenekelőtt a wappolás és az online vásárlás válik a fiatalok mindennapi gyakorlatává, azaz az internet a fiatalok fogyasztási státuszának válik egyre szerveesebb részévé.



9. ábra.



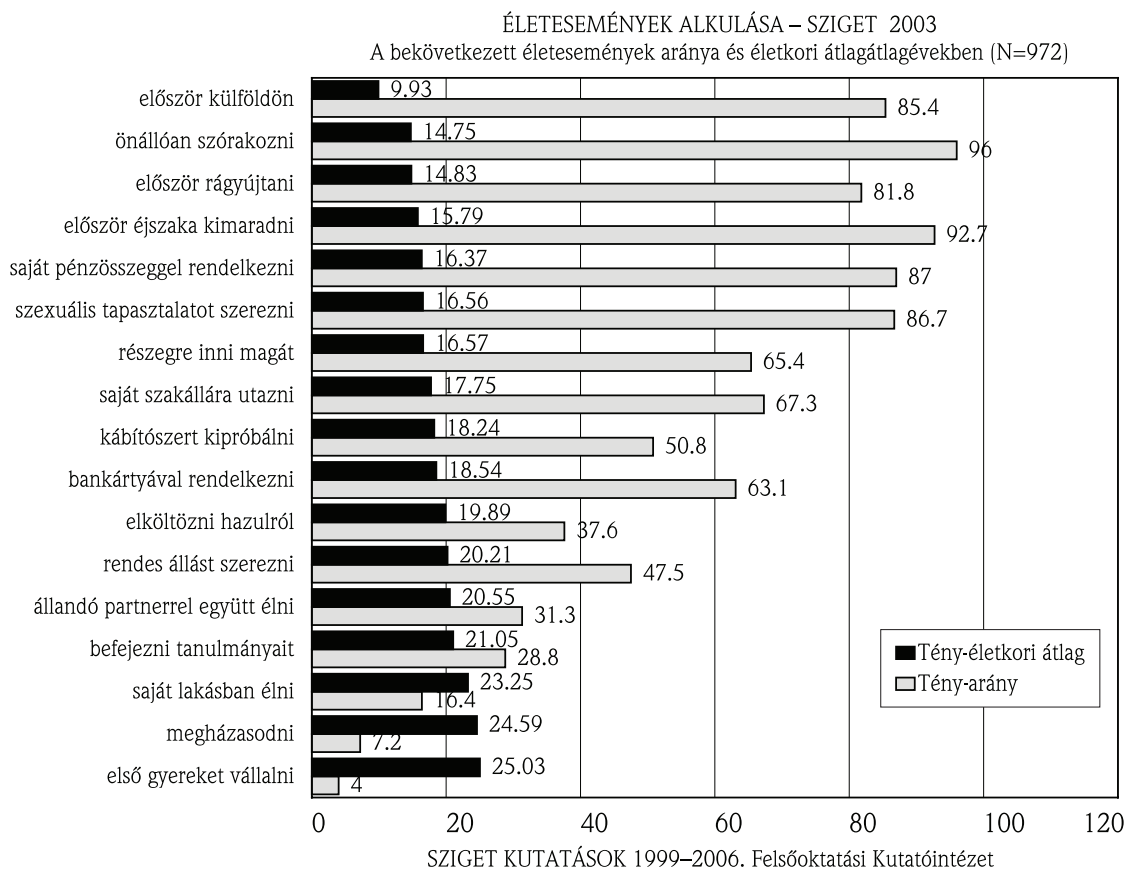
10. ábra.

Az új fiatal középosztálynak – az ifjúsági korszakváltással összhangban – alapvető jellemzője az élettervezés, az életformák megváltozása. A változás lényege az ifjúsági életszakasz olyan fontos eseményeinek, mint a tanulmányok befejezésének vagy a végleges állásba kerülésnek a kitolódása.

A fiatalok életében ugyanis a piac szerepének növekedése azt is jelenti, hogy az oktatási lehetőségek, képzések, éppen úgy mint az életstílusokról hozott döntések tárháza kiszélesedett, vagyis sok fiatal – megszabadulva a szülők, az autoritás vagy a megélhetés biztosításának hagyományos kényszereitől – szabadabban mérlegeli a különböző lehetőségeket. Egyre inkább tőlük függenek olyan döntések, mint szexuális vagy magánéletük alakítása, vagy az, hogy milyen típusú oktatási és képzési lehetőségeket választanak egy, a választási lehetőségek egyre szélesebb skáláját kínáló világban. A tanulmányi idő meghosszabbodásával és a munkavállalás kitolódásával egy időben megváltozik a fiataloknak a szülői házzal való kapcsola-

ta: a szülői otthon elhagyása korábbra esik, mint a munkába állás, a munkavállalás nem követi, hanem megelőzi a tanulás befejezését, illetve összekapcsolódik azzal.

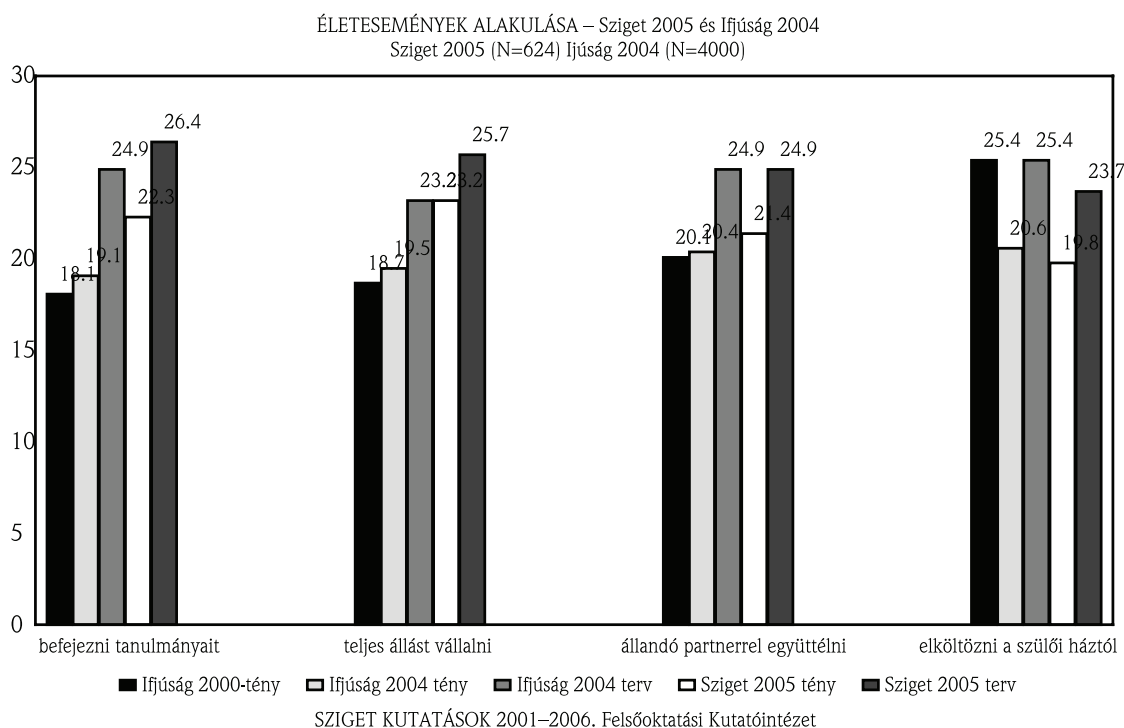
A Sziget-kutatások során már 2001-ben azt találtuk, hogy a tanulmányok befejezése a látogatók többségénél 26 éves korra tolong. Az állandó munkaviszony megkezdésének időpontja kitolódik ugyan, de megelőzi a tanulás befejezését. Ezzel egy időre tervezik a fiatalok, hogy összeköltöznek állandó partnerükkel, és/vagy elhagyják a szülői házat. Az ifjúsági életszakasz kitolódását jelzi továbbá, hogy saját családalapításra, házasságkötésre terveik szerint átlagosan 29 évesen, gyerekvállalásra 30 évesen kerül sor. A 2003. évi Sziget-vizsgálatban már azt is jól érzékelhettük, hogy az ifjúsági életszakasz meghosszabbodása a korai önállósodással, a korai önállósodás pedig a feszültségoldó technikák egyre fiatalabb korban történő kipróbálásával, azaz egyre több kockázattal, a fiatalok növekvő sebezhetőségével jár együtt (11. ábra).



11. ábra.

A Szigetre látogató fiatalokhoz hasonlóan a 15-29 éves magyar fiatalok körében is megfigyelhető, hogy 2000-ről 2004-re mind az iskola befejezése, különösen a tervek esetében, mind

a tanulmányok befejezése, mind pedig az állandó munkavállalás kitolódása (12. ábra).<sup>7</sup>



12. ábra.

A bekövetkezett életesemények mellett fontos azt is megvizsgálni, hogy a fiatalok hány éves korra tervezik az egyes életesemények bekövetkeztét.<sup>8</sup>

A Sziget-látogatók nemcsak későbbre tervezik tanulmányaik befejezését, illetve a munkába állást, de lényeges különbség figyelhető meg ezek sorrendiségben is. Országosan a fiatalok körében az életesemények kitolódása ugyanúgy megfigyelhető, mint a Sziget-látogatóknál, előbbieknél ellenben nem változott azok sorrendisége: a tanulmányok befejezése után munkába állnak, a tartós párkapcsolat megelőzi az elköltözést a szülői házból stb. A Sziget-látogatóknál nemcsak a tanulás és munkavállalás cserélődhet fel, illetve kapcsolódhat össze, de ezeket megelőzheti a tartós párkapcsolat kialakítása, a tartós párkapcsolatot pedig az elköltözés otthonról.

Az új fiatal középosztály jellemzője az életutak erőteljes differenciálódása, sorrendiségük sokfélesége, amely következménye az individualizálódás folyamatának. „Az individualizálódás ebben az értelemben azt jelenti, az ember életrajza kitolódik az eleve adott kötöttségekből, nyitottá, döntéstől függővé válik, és az egyes ember feladatává lesz. Csökken a döntések számára zárt élethelehetőségek aránya, és nő a döntések számára nyitott, magukat előállító életrajzoké. Az életút individualizálódása azt is jelenti, hogy az életrajzok 'önreflexív' válnak: a társadalmilag adott életrajz átalakul önmagát létrehozó életrajzzá, méghozzá oly módon, hogy az egyén válik 'saját életének megformálójává' s ezzel 'ő eszi meg, amit főzött'. A hivatás, a képzésforma, a lakóhely, a házastárs megválasztása, a gyermekek száma stb. a maguk al- és al-al-döntéseivel nemcsak meghozható döntések, de meg is kell hozni őket, e döntéseket senki sem veszi le az ember válláról.” (Beck 1999, 448-449. o.)<sup>9</sup>

Az új fiatal középosztály életeseményeiben bekövetkező változások egyik legmarkánsabb kifejezője a korai önállósodás, amely egyre korábbi gazdasági önállóságot és tudatosabb gazdálkodást is jelent.

A korai önállósodás azzal jár, hogy a fiatalok egyre hamarabb válnak a piac szereplőivé, egyre korábban és egyre több pénzzel rendelkeznek. A 150 ezer Ft feletti havi jövedelemmel rendelkezők aránya 2001-hez képest 2005-re megduplázódott: napjainkban ennyivel gazdálkodhat minden tizedik Szigetre járó. A fiatal középosztály további karakterisztikuma, hogy mind korábban kialakul fogyasztói státusa, és egyre növekszik a fogyasztói és szórakoztató eszközökkel való ellátottsága. Vizsgálataink alapján azt találtuk, hogy a fiatalok fogyasztói státusához a gazdasági önállóság is hozzátartozik, mindenekelőtt az, hogy önállóan döntenek az adott fogyasztási cikkek megvásárlásáról. A piaci szereplővé válást mutatja a fiatalok körében a fesztiválok térnyerése, a kereskedelmi rádió- és tévécsatornák térhódítása.

A fiatalok korai önállósodása, ezen belül a gazdasági önállósodás, egyre inkább kitapinthatóvá válik a Szigetre látogatóknál, de ez a trend megjelenik országosan is a magyar fiatalok körében. Ez a korai önállósodás az egyénre (első szexuális tapasztalat), az egyén szabadidő tevékenységének néhány elemére (önálló szórakozás, utazás stb.) vonatkozik. Korábban meghatározó döntéseket viszont, mint például a szakmaválasztást, később hoznak meg. A pénzgazdálkodás tehát egy olyan ifjúsági szakaszban válik részévé, amelyben központi szerepet tölt be a szabadidő (például egyre többet költenek, illetve terveznek költeni szórakozásra, szórakozási eszközökre, CD-re és így tovább) és a személyiség külső megjelenítésére (öltözködés, frizúra, kozmetika), valamint mind több pénzt áldoznak tartó-

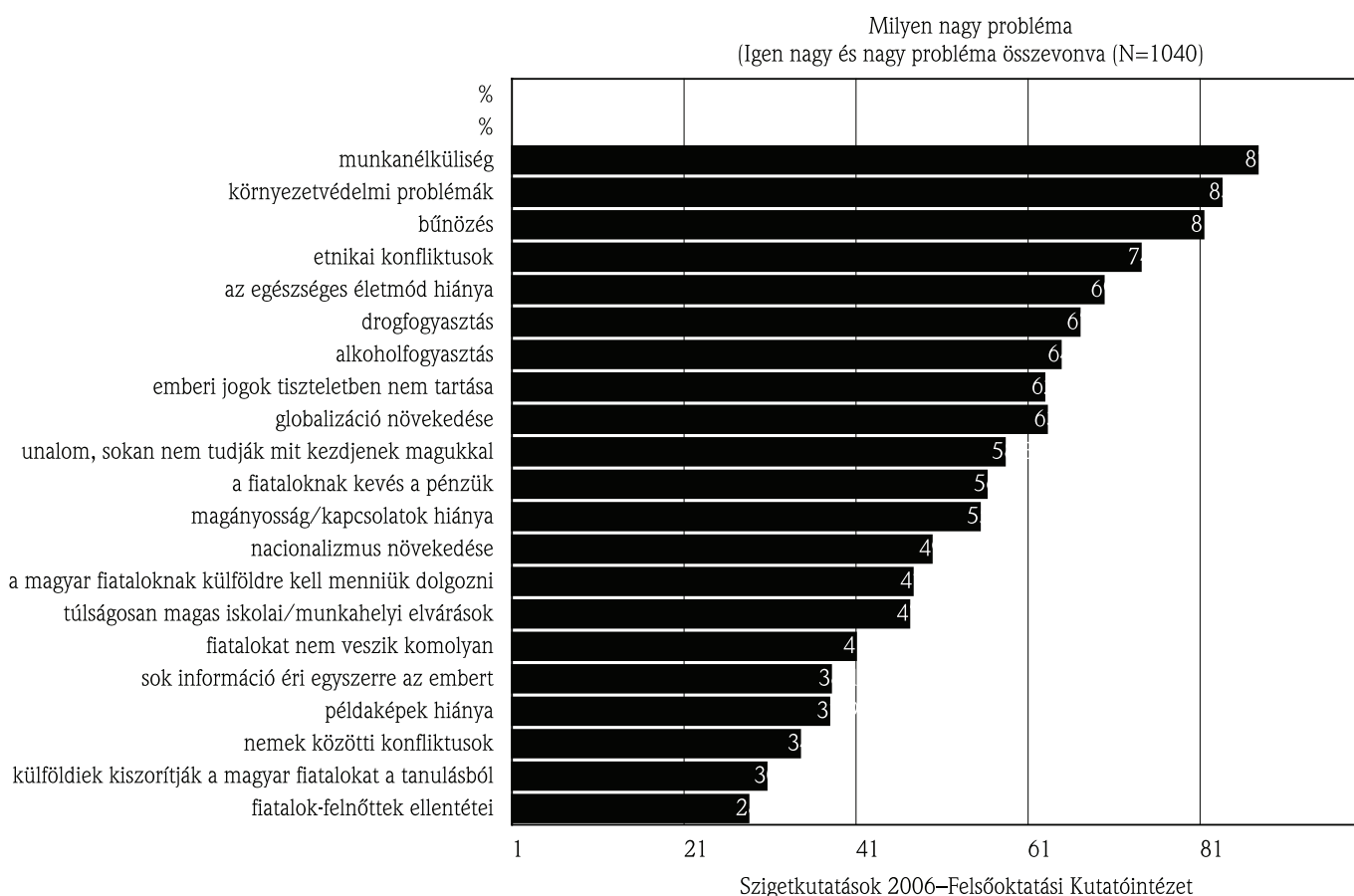
sabb és drágább javakra – például autóra. Figyelemre méltó az is, hogy a pénzgazdálkodásban a meghatározott célú megtakarításoknak nő a szerepe.

Az új fiatal középosztály és a Szigetre látogatók egyik fő jellemzője a nemek közötti különbségek csökkenése, már-már eltűnése az életutak tervezésében, amely szinte az életsemények minden típusára kiterjed. Ezek a változások jelentősen kihatnak a fiatalok munkához való viszonyára, jövőbeli életmodelljére, lakástervezésére.

**A Sziget-látogatók problémaérzékenysége és jövőképe** · A Szigeten megforduló fiatalok korosztályuk szempontjából a legnagyobb problémának a lakáshoz jutás nehézségeit és a pályakezdő fiatalok munkanélküliségét látják. A lakásszerzést 2005-ben a megkérdezettek 57,4 százaléka, 2006-ban 62 százaléka, a pályakezdők munkanélküliségét 2005-ben 59,9 százalék, 2006-ban 64,8 százalék tartotta nagyon nagy problémának, s alig akadt olyan, aki egyáltalán nem tulajdonított ezeknek fontosságot. A családtámogatás jelenlegi rendszere – talán éppen amiatt, hogy a Szigetet felkeresők jelentős része még nem igazán szembesült a családalapítással járó problémákkal (egyitizedük nem is tudott ezzel kapcsolatban véleményt mondani) – kisebb nehézségeket rejt magában a fiatalok szerint, s még kevesebben látják problémásnak a felsőfokú továbbtanulást, illetve a fiatalok párkeresését, kapcsolatteremtését.

A lányok valamivel borúsabban ítélik meg a fiatalok helyzetét, főleg, ami a munkanélküliséget és a párkeresést illeti. A munkanélküliséggel kapcsolatos nehézségeket a 20-24 évesek érzékelik a legnagyobbobbnak, amiben nyilvánvalóan közvetlen tapasztalataik is visszatükröződnek. Hozzájuk képest mind a még kevésbé érintett fiatalabbak, mind a már kevésbé érintett „idősebbek” kisebb problémának tartják az álláskeresést. A kérdezés időszakában a még friss érettségi és felvételi emléke, a személyes érintettség is hozzájárulhat ahhoz, hogy a 20 év alattiak az átlagnál sokkal nagyobb problémának érzékelik a főiskolára, egyetemre való bejutás nehézségeit, körükben – a szinte minden korcsoportban első helyen álló lakásproblémák mellett – 2005-ben ez a problémakör váltotta ki a legnagyobb érdeklődést.

Amennyiben nem csak a fiatalokat, hanem a társadalom egészét érintő problémákat is górcső alá vesszük, a munkanélküliség továbbra is listavezető, szorosan mögötte azonban megjelennek a környezetvédelmi és egyéb társadalmi problémák. A bűnözés a fiatalok négyötöde szerint nagy vagy igen nagy probléma ma Magyarországon, s az alkohol- illetve drogproblémákat is csupán egytizednyien nem ítélik egyáltalán súlyosnak. A közösségi kapcsolatok kiüresedését, a magányt, unalmat a fiatalok fele inkább a problémák közé sorolta, de még ennél is többen vélik úgy, hogy az etnikai konfliktusok és az emberi jogok tiszteletben nem tartása is súlyos teherként nehezdednek a mai magyar társadalomra.



13. ábra.

A fiatalok helyzetértékelése nem független általános jövőképektől. Azok, akik a saját jövőjüket, illetve a társadalom jövőjét pesszimistábban látják, általában az egyes problémaköröket is súlyosabbnak vélik. Megfigyelhető az is, hogy a Sziget-látogatók saját jövőjüket illetően kevésbé pesszimisták, mint az ország egészére vonatkozóan: saját jövőjét mindössze bő egytizedük látja pesszimistán, 72%-uk optimistán, míg az ország egészére vonatkozóan az utóbbi két évben 53% körül volt a borúlátók és 29-30% a derülátók aránya. E nagyfokú eltérés oka részben az lehet, hogy a Sziget-látogatók maguk is úgy érzik, hogy az átlagosnál jobb körülményekkel és esélyekkel indulnak neki az életnek. (A fiatalok túlnyomó többsége a középosztályba, sokan közülük a felső középosztályba sorolta magát.) A fiatalok esélyeiről általában viszont már kevésbé kedvezően vélekednek, ami feltehetően részben személyes tapasztalataikra, részben a média által közvetített képre vezethető vissza.

**A Sziget-látogatók és a munka világa** · Jelenleg a Szigetre látogató fiatalok egyharmada dolgozik, egyötödük pedig munka mellett tanul is. Ennél többen is rendelkeznek már valamilyen munkatapasztalattal, hiszen az utóbbi évek vizsgálatai azt mutatják, hogy a kérdezettek csaknem kétharmada dolgozott már életében hosszabb ideig, legalább 3 hónapig. A kérdésre adott válaszok azt mutatják, hogy az életkor emelkedésével nő a már munkatapasztalatot szerettek aránya. Még a 18 év alattiak körében is akadtak néhányan, a 25 évesnél idősebb korosztályból pedig szinte alig bukkantunk olyanokra, akik még egyáltalán ne szembesültek volna a munka világával.

A 2005-ös adatok azt mutatják, hogy a Szigetre látogató fiatalok többsége - bár nem teljesen ért egyet azzal a kijelentéssel, hogy az ember életében a legfontosabb tevékenység a munka - akkor is dolgozna, ha egyébként nem lenne szüksége pénzre. A középosztályosodó fiatalok körében ugyan a munka csak kevesek értékrendjében áll a legfontosabb helyen (mindössze 4,2%), ennek ellenére a többség számára - a pénzkereseti lehetőségeken túlmenően - önmagában is bír valamilyen értékkel. Különösen a képzetebbek és a lányok vélekednek úgy, hogy akkor is dolgoznának, ha nem volna szükségük pénzre.

A kérdés megítélésében a felsőfokú végzettség, illetve a felsőoktatásban való részvétel, ezen belül is elsősorban az egyetemi vagy annál magasabb szintű tanulmányok végzése bizonyult „vízválasztónak”. Az ilyen státusú fiatalok az átlagnál gyakrabban vallották, hogy akkor is dolgoznának, ha anyagilag nem szorulóknak rá, fordítva pedig körükben a legkisebb az ezzel egyet nem értők aránya. Érdekes módon a kérdezettek munkatapasztalata és életkora csak igen kis mértékben befolyásolta a válaszokat, ami arra utal, hogy a munkával kapcsolatos felfogás valószínűleg egy, már az első munkahely megkezdése előtt többé-kevésbé kialakult értékrendszer egyik elemeként jelenik meg a fiatalok gondolkodásában. Bár a munka mint értelmes és önmagában is fontos „életcél” szempontjából a munkatapasztalat nem tűnik igazán befolyásoló tényezőnek, annál inkább az (mégpedig motiváló) a munkához, tanuláshoz való hozzáállás tekintetében.

2005-ben vizsgáltuk először, hogy a fiatalok szerint mi szükséges igazán egy jó álláshoz. Meglepő módon a 2006-ban megismételt kérdéssor az előző évvel teljesen megegyező eredményekre jutott. Ahhoz, hogy valaki megfelelő állást tudjon

találni a piacképes szakmai képzettség és az idegen nyelv ismerete is igen fontos kritériumnak számít a fiatalok szerint, mégis a legtöbben a magabiztos fellépést és a jó kommunikációt értékelték a leginkább a felsoroltak közül. A diplomának önmagában viszont a kérdezettek kisebb jelentőséget tulajdonítanak, mint akár a szakmai gyakorlatnak, vagy a konkrét szaktudásnak. Ez arra utal, hogy a fiatalok nagyon jól érzékelik még a diplomások elhelyezkedési esélyei közötti különbségeket is. A szakmai, emberi kvalitásokon túlmenően azonban a megfelelő álláshoz többségük számára a baráti, rokoni kapcsolatok is elengedhetetlenek, ugyanakkor az egészséges életmód szerintük kevésbé fontos szempont a munkavállalás terén.

	2005	2006
Magabiztos fellépése legyen	4,56	4,57
Jó legyen a kommunikációs készsége	4,52	4,52
Jól beszéljen idegen nyelveket	4,41	4,4
Piacképes szakmai képzettsége legyen	4,34	4,35
Szakmai gyakorlattal rendelkezzen	4,13	4,12
Legyenek megfelelő rokoni, baráti kapcsolatai	4,10	4,13
Gazdaságilag fejlett térségben lakjon	3,96	4,08
Diplomával rendelkezzen	3,75	3,7
Egészséges életmódot folytasson	2,70	2,72

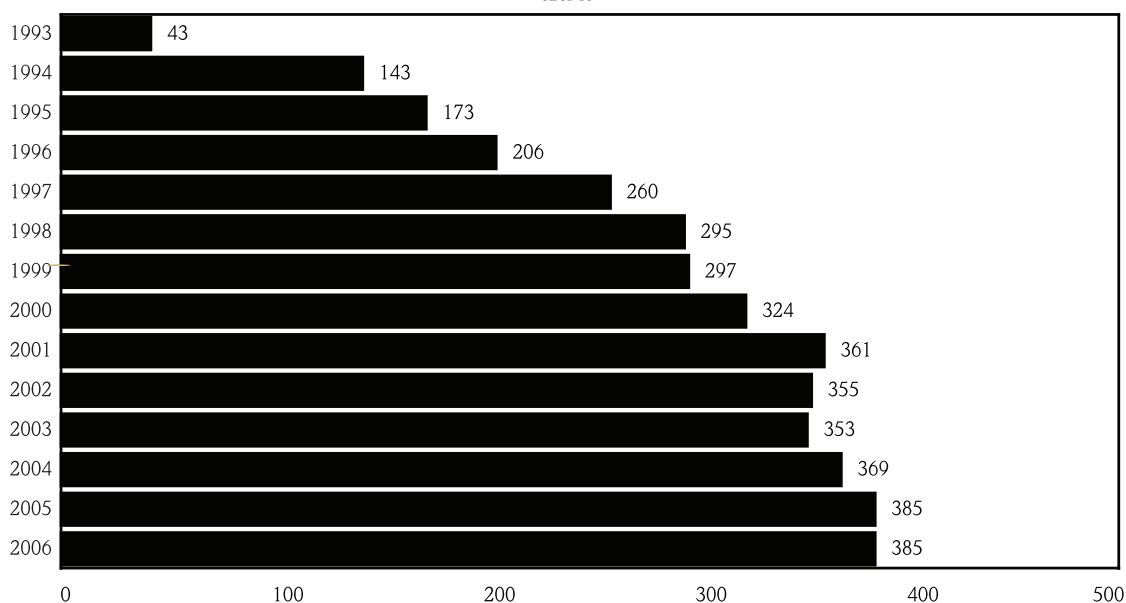
*3. táblázat. Az alábbiak közül melyik mennyire fontos ahhoz, hogy valaki megfelelő állást találjon? ((az ötfokú skála átlagértékei. Felsőoktatási Kutatóintézet 2006*

**A fesztiválok ifjúsága. A Sziget és más fesztiválok** · Az iskolai ifjúsági korszak alapvető változásokkal jár akár a fiatalok helyzetét, akár a fiatalok és a felnőtt-társadalom (család, a felnőtt-társadalom más intézményei, mint például az iskola, a kulturális, illetve politikai intézmények) viszonyát tekintve. A fiatalok iskoláztatásának kiterjedése ugyanis olyan körülmények között megy végbe, hogy csökken a család és az iskola, általában véve a felnőtt-társadalom ellenőrző szerepe, ezzel párhuzamosan egyre fiatalabb korra helyeződik a fiatalok önállósodása, és egyre fokozódik a fiatalok individualizálódása. A fiatalok korai önállósodása és individualizálódása olyan körülmények között megy végbe, hogy egyre inkább növekszik a fiatalok életében a médiák és a fogyasztói ipar szerepe.

Ez a változás a fesztiválok ifjúságának kialakulásához vezet. Az Ifjúság 2004<sup>10</sup> országos reprezentatív vizsgálat szerint minden tizedik 15-29 éves fiatal volt a Szigeten az elmúlt három évben és közel negyede tervezte, hogy elmegy az elkövetkező három évben. A Budapest Paradén részt vevők aránya 13,1 százalék volt 2005-ben és minden negyedik tervezte, hogy elmegy a jövőben. A Sport Szigeten 8,7 százalék és 20,2 százalék, a Művészetek Völgyében pedig 6,4 százalék, illetve 20,7 százalék volt a fenti arány. A 2003. májusában a nappali tagozatos egyetemi hallgatók körében végzett kutatás során pedig azt tapasztaltuk, hogy közülük minden harmadik volt a Sziget Fesztiválon, minden hatodik mondta, hogy részt vett a Budapest Paradén, illetve a Művészetek Völgyében és alig többen vettek részt az EFOTT-on.

A fesztiválózó fiatalok növekvő számát jól alátámasztja a Szigetre látogatók számának alakulása is.

SZIGET LÁTOGATÓK SZÁMÁNAK 1993–2005  
ezer fő



SZIGET KUTATÁSOK 1999–2006 Felsőoktatási Kutatóintézet

14. ábra.

Azt látjuk tehát, hogy a fesztiválózó ifjúság növekvő verseny is indukál a fesztiválok piacán: a fiatalok egyre nagyobb csoportja többféle, jellegében és közönségében eltérő fesztiválokon vesz részt.

Az utóbbi években azt találtuk, hogy a Sziget Fesztivál a fiatalok négyötöde számára már nem ismeretlen, ők már jártak ezen a rendezvényen a megelőző évek valamelyikében. Nyilvánvalóan életkori jellemzőkkel magyarázható, hogy az időben visszafelé haladva egyre inkább csökken azoknak az aránya, akik az adott években jártak a Fesztiválon. Megfigyelhető, hogy míg az előző évekre vonatkozóan mitegy kétharmadnyian számoltak be részvételükről, addig a 2000. előtti időszak kapcsán már a mostani Sziget-látogatók kevesebb mint egyötöde. Ezek az adatok azt mutatják, hogy *vannak olyan rendszeres Sziget-látogatók, akik nyári programjában évről-évre visszatérően szerepel a Sziget.* Amennyiben összesítve vizsgáljuk a 2006-os év adatait, azt találjuk, hogy bár az idei vendégek többsége nem először van a Szigeten, jellemzően azért legfeljebb 5-ször jártak már ott. A kérdezettek között az egyes években hetijeggyel rendelkezők aránya jellemzően meghaladja a napijegyesekét, ami ugyancsak a fesztivál iránti nagyfokú elköteleződésre utal.

Nem volt	20,9
1-szer volt	17,9
2-szer volt	13,8
3-szor volt	10,2
4-szer volt	8,3
5-ször volt	4,9
6-9-szer volt	14,4
10-13-szor volt	9,8
Átlagosan (db)	3,49

4. táblázat. A mostani Sziget-látogatók a megelőző években hányszor voltak már a Sziget Fesztiválon?  
(%-os arányok, N=1040)

Sziget-kutatás 2006 - Felsőoktatási Kutatóintézet

A fővárosiak gyakrabban számoltak be arról, hogy jártak már a Szigeten a korábbi évek valamelyikében, s természetesen az életkor emelkedésével növekszik azoknak az aránya, akik voltak, illetve többször voltak a Fesztiválon.

A Sziget-látogatók többsége nem csupán erre a rendezvényre, hanem más kulturális-zenei rendezvényre is kíváncsi volt, hiszen kétharmaduk az általunk felsorolt 9 ilyen esemény közül legalább egyet megjelölt a legutóbbi időszakra vonatkozóan. Közülük a legtöbben 1-2 eseményt említettek, s ritkán akadtak olyanok, akik a felsoroltak közül 5 vagy annál is több esetben jelezték részvételüket, ugyanakkor megfigyelhető, hogy a tavalyi évhez képest 2006-ban a fesztivállátogatók átlagosan több ilyen eseményen vettek részt, s a fesztiválok struktúrája is átrendeződni látszik. Évek óta a legnépszerűbbek közé tartozik a Sport Sziget és a Budapest Parádé, ugyanakkor 2006-ban fordult elő elsőként, hogy a kapolcsi Művészetek Völgye és az EFOTT (nyilvánvalóan a Szigeten megforduló egyetemis-

ták magas aránya miatt is) megelőzi ezeket. A listán szereplő másik két, kifejezetten zenei fesztivál valamivel alacsonyabb említési aránnyal szerepel az előzőekhez képest, ugyanakkor ezek és a külföldi fesztiválok szerepe ugyancsak növekvő tendenciát mutat. Mindez arra utal, hogy a fiatalok körében kezd kialakulni egy olyan réteg, amelyik fokozott figyelemmel kíséri a fesztiválokat, jóllehet az egyes fesztiválok célközönsége részben eltérő.

	Igen
Sport Sziget	21,0
Budapest Paradé	18,3
Művészetek Völgye, Kapolcs	23,6
EFOTT	22,1
Szegedi Ifjúsági Napok	9,3
Hegyalja Fesztivál	14,8
Wan2 Fesztivál, Mezőtúr	10,3
Volt Fesztivál	16,1
külföldi fesztivál	12,2

5. táblázat. A legutóbbi alkalommal voltál-e az alábbi fesztiválokon? (%-os arányok, N=1040).

Sziget-kutatás 2006 – Felsőoktatási Kutatóintézet

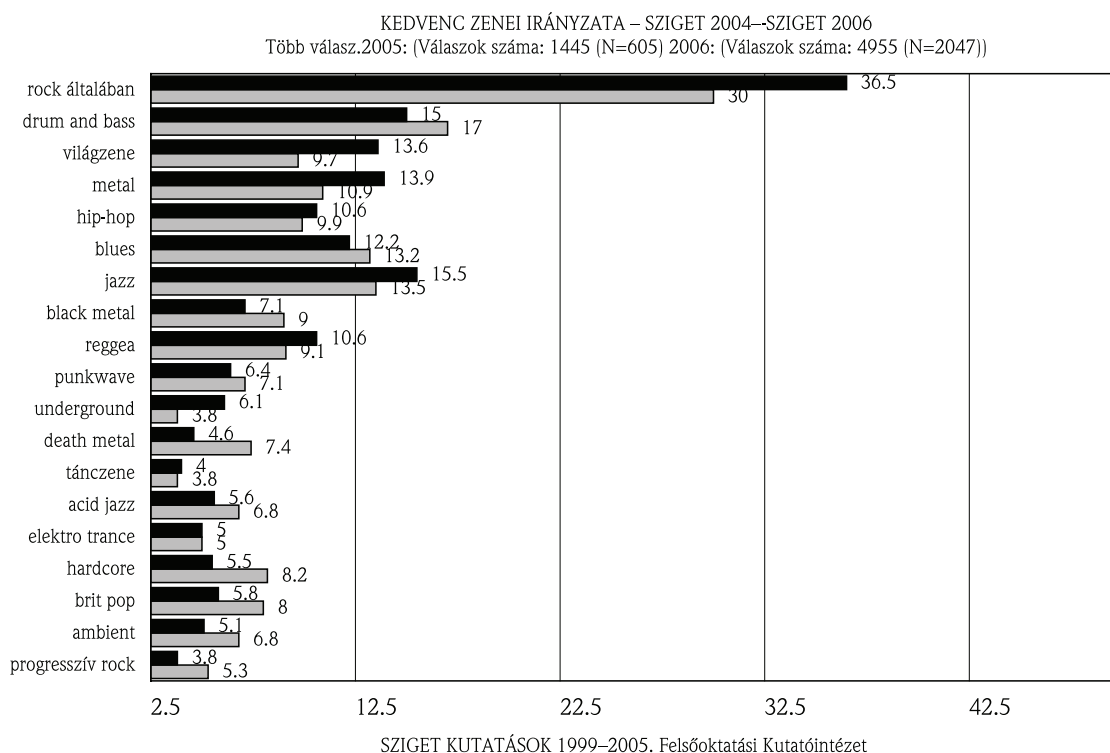
A más fesztiválok iránti érdeklődés valamivel nagyobb a fővárosban és a nagyvárosokban élők körében, s a fesztiválok szempontjából a leginkább érintettek a 18-22 évesek, azaz azok, akik túlnyomórészt jelenleg még inaktív, többnyire tanulói státuszban vannak. A kulturális fogyasztás egyéb dimenzióival is összefüggésben van a fesztiválok látogatása: minél sokrétűbb valaki a kulturális tevékenységek illetve a szórakozás terén, annál valószínűbb, hogy legalább egy helyszínen járt az általunk felsoroltak közül.

Nem volt ilyen	31,1
1 fesztiválon volt	27,6
2 fesztiválon volt	21,1
3 fesztiválon volt	10,6
4 fesztiválon volt	5,5
4-nél több fesztiválon volt	4,3
Átlagosan (db)	1,48

6. táblázat. A valamilyen más fesztiválon résztvevők aránya. (%-os arányok, N=1040).

Sziget-kutatás 2006 – Felsőoktatási Kutatóintézet

### Zenei irányzatok, zenei ízlés, öltözködés



15. ábra.

A fesztiválok ifjúságának éppen úgy, mint a *Sziget fiataljainak érdeklődésében központi helyet foglal el a zene*. Adataink azt mutatják, hogy a rock zene rajongótábora képviseltette magát leginkább a Szigeten, a kedvenc zenei irányzatok kö-

zött a megkérdezetteknek több mint egyharmada jelölte meg a rock zenét általában. 2005-ben az előző évhez képest nagyobb arányban jelentek meg a Szigeten a jazz-rajongók, ami valószínűleg részben a Sziget-fesztivál korábbinál „idősebb” korössze-

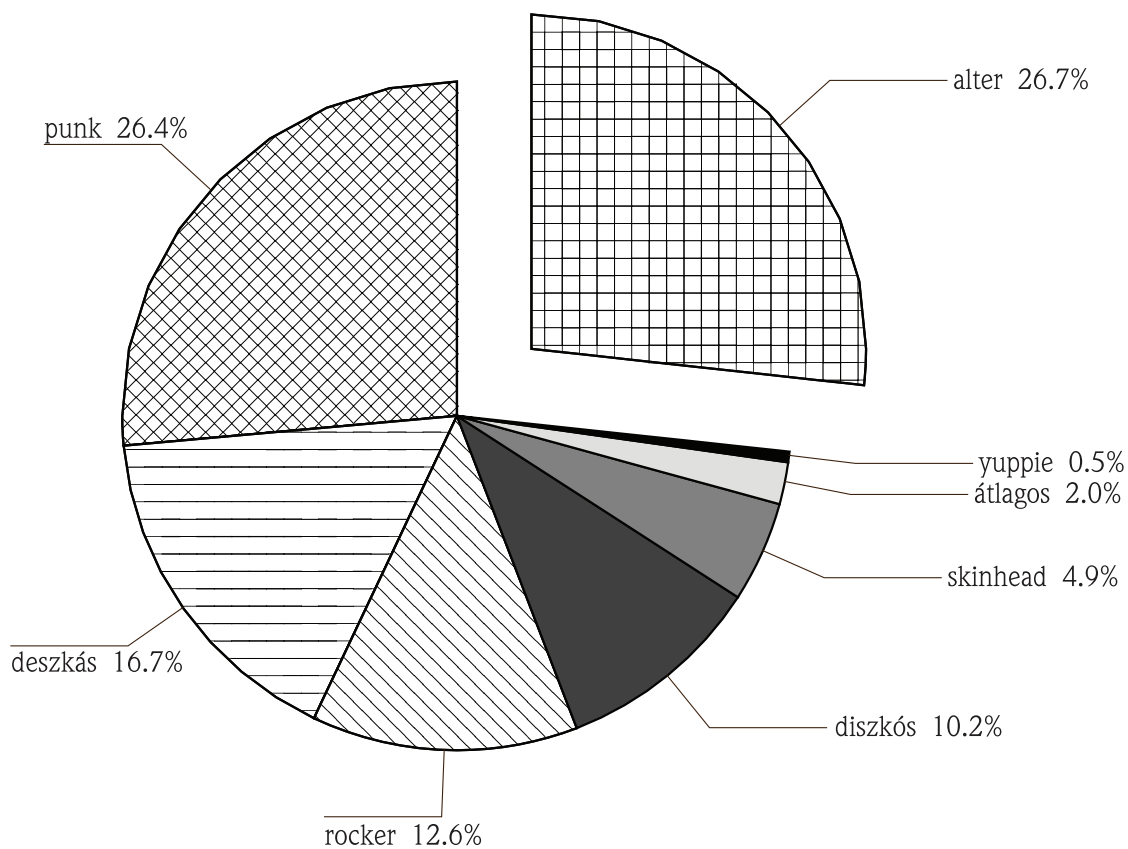
tételének is betudható, hiszen a jazzt az első három hely valamelyikén említők aránya jóval magasabb a 23 év felettiek, s ezzel összefüggésben az iskoláikat már befejezők, a diplomával rendelkezők körében. 2006-ban az előző évhez képest is egyre árnyaltabbá válik a szigetlakók zenei ízlése, illetve a következő zenei irányzatok 2005-höz képest nagyobb arányban kerültek említésre: drum and bass, death metal, black metal, hardcore, ambient, britpop, progresszív rock.

A nemek szerinti eltérés a gyakrabban említett zenei irányzatok közül csupán néhány esetben érhető tetten: míg a me-

tálzene rajongótáborában több a fiú, addig a világzene és a hip-hop a lányok körében örvend nagyobb népszerűségnek. A fiatalok nagy többsége a Sziget rendezvényei közül is elsősorban az általuk kedvelt zenei irányzat(ok) művelőit választja ki, legalábbis 68,7 százalékuk a kiválasztott programokat egy-egy zenei irányzathoz köti. Ez arra utal, hogy a Szigetre látogatók többsége kialakult (vagy legalább is az adott időszakra, az adott életkorra jellemző) zenei ízléssel rendelkezik, s szabadidős programjait ehhez kapcsolódóan szervezi.

### SZIGETEN LEGINKÁBB ELŐFORDULÓ FIÚ/LÁNY ÖLTÖZÉK – SZIGET 2005

Több válasz. A válaszok száma: 1740. A válaszok százalékában. (N=624)



SZIGET KUTATÁSOK 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet

16. ábra.



A Szigeten leggyakrabban előforduló öltözékek közül a megkérdezettek fele az alteros, illetve punk öltözéket említette.

Igen izgalmas összefüggések rajzolódnak ki a kedvelt öltözködési stílusok illetve a zenei ízlés 2005. évi vizsgálata kapcsán. Az öltözködési stílusok közül az általunk „átlagosnak” illetve „alternek” nevezett stílusok a legszimpatikusabbak, az előbbiről a fiatalok 55,3 százaléka, az utóbbiról 36,9 százaléka mondta azt, hogy közel áll hozzájuk, s alig egytized körül volt azoknak az aránya, akik utálják az effajta öltözködést.

A Szigetre látogatók által kedvelt öltözködési stílusokat részletesen vizsgálva a lányok inkább az „alteros” vonalat képviselik, de a lányoktól sem áll távol a diszkós, deszkás sőt a yuppie stílus sem. A fiúk pedig a yuppies, valamint az átlagos öltözködési stílust kedvelik leginkább.

A zenei ízlést tekintve a jazz és a rockzene kedvelői tartoznak különösen az „átlagos”, mai utcai öltözködési stílus elfogadói közé. A rockzene, illetve a metál-irányzat kedvelői a „diszkós” öltözéket állhatják a legkevésbé, de a kemény-rock kedvelői sokkal jobban szimpatizálnak a rockerekkel, mint azok, akik „általában” szeretik a rockot. A hip-hop kedvelők körében az átlagosnál szimpatikusabb a „diszkós” öltözködés, 39 százalékuknak nagyon rokonszenves, kevésbé rokonszenves viszont a punkos szerelés. A metál zene kedvelői közül minden második utálja a yuppie stílust, a „deszkás” stílus esetében pedig a drum und bass zenei irányzat kedvelői körében erőteljes a szimpátia, kevésbé szimpatikus azonban ugyanez az öltözködési stílus a metálzene kedvelőinek.

Az is megfigyelhető ugyanakkor, hogy az egyes divatstílusokkal való egyértelmű szimpatizálás kevésbé gyakori, mint azok elutasítása. Ezt az is mutatja, hogy míg a fiatalok átlagosan 1,93 stílusról állították azt, hogy közel áll hozzájuk, nagyon szimpatizálnak vele, addig átlagosan 2,66 stílusirányzatról mondtak egyértelműen negatív kritikát, jelezve, hogy utálják azokat. Az egyes stílusok elutasítását mutató átlagérték azonban korántsem tekinthető nagynak, ha figyelembe vesszük, hogy összesen 8 stílusirányzatot kellett értékelniük a kérdezetteknek, s tekintetbe vesszük azt is, hogy a Sziget-látogatók többsége legfeljebb 3-ról állította azt, hogy az számára nagyon ellenszenves. A több stílust is elutasítók aránya ehhez képest nagyon csekély, a fiatalok alig több mint egytizede állította 5 vagy több esetben azt, hogy utálja őket. *Az adatok tehát egyidejűleg utalnak az öltözködésben megnyilvánuló stílus- és ízléskülönbségek nagyfokú szerepére a fiatalok mindennapjaiban, ugyanakkor a Sziget-látogatók körében általában megfigyelhető toleranciára.*



	a nagyon szimpatikusnak tartott stílusok száma	a nagyon ellenszenvesnek tartott stílusok száma
Nem említett egyet sem	19,7	13,9
1-et említett	19,6	11,1
2-t említett	29,3	22,0
3-at említett	17,6	24,2
4-8-at említett	13,7	28,9
Átlagosan (db)	1,93	2,66

7. táblázat. A megkérdezettek hány öltözködési stílusról mondtak pozitív és negatív véleményt (az egyes öltözködési stílusok képei alapján mondott vélemények összesítése, N=624). Sziget-kutatás 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet.

A különböző stílusirányzatok egymással való korrelációjának értékei az „alter” és az „átlagos” esetében a legmagasabbak, míg bizonyos stílusok kifejezetten „ütik egymást”, így pl. a diszkós és a rocker. Erősebb pozitív korrelációs kapcsolat jellemzi még az „átlagos”, valamint a yuppie illetve a diszkós stílus kapcsolatát a velük szimpatizálókat tekintve. Az ellenszenv terén megnyilvánuló „együttlomogások” hasonló jelenséget mutatnak: a punkok és a rockerek iránti ellenszenv (legalább is a bemutatott képek alapján) igen erős kapcsolatot mutat, de ezúttal is megfigyelhető az átlagos és az alter valamint a diszkós és az alter, illetve a yuppie és a diszkós együtt járása.

Miután a fiatalok öltözködési stílussal kapcsolatos vélekedéseinek esetében az ellenszenvnek valamivel nagyobb szerepe van, mint a rokonszenvnek, az ellenszenv alapján próbáltuk a fiatalokat csoportokba sorolni. A klaszterelemzés során 3 csoport különíthető el, amelyek közé az elsőbe azok tartoznak, akik a „diszkós-yuppie-deszkás” stílusokat kedvelik a legkevésbé. Ide tartozik a Sziget-látogatók egynegyede. A második csoport tagjai a rockerek-punkok, kisebb részt a skinheadek ellenszenvvezői, ők valamivel több mint egyharmadnyian vannak. Egy másik, ennél kissé népesebb csoport (38%) tagjai azok közé tartoznak, akikre – bár egy-egy stílussal kapcsolatban jeleznek némi intoleranciát – alapvetően az elfogadó álláspont a jellemző. Ők az öltözködés szempontjából ellenszenvüket nem, vagy csak mérsékelten nyilvánítják ki.

Az ifjúsági csoportok néhány jellemzője · Az öltözködési stílusok további vizsgálatánál maradvány számításokat végeztünk, hogy az egyes csoportokkal szimpatizálók milyen háttérjellemzőkkel bírnak, milyen az egyes öltözködési stílusok korrelációja a nemmel, az életkorral, a lakóhellyel, a végzettséggel, a jelenlegi és jövőbeli lakástípussal, a fogyasztási szokásaikkal és az életeseményeikkel.<sup>11</sup>

A *fiú/lány arány* három alcsoportban kiegyenlített, míg a diszkósoknál, a punkoknál és a yuppieknél több a fiú, addig a deszkásoknál és az altereknél több a lány. A szélsőségebbek (skinhead, rocker, punk) között ugyan nincs lány többségű, de a „szolidabbak” között viszont van fiú többségű (yuppie, diszkós) csoport.

A 19 éves korig tartó legfiatalabb korcsoportban nagyon nagy a szórás, a deszkások kétharmada, és a punkok, rockerek egyharmada ide tartozik, míg a yuppieknak csak hatoda. A 20–22-évesek csoportja kiegyenlített, alacsony a szórás, az egyes csoportok negyede-ötöde tartozik ide. A 23–24 és a 25–29 évesek között már markánsan megjelenik a yuppiek, alteresek, átlagosok többsége és a punkok és rockerek elenyészően alacsony száma.

A lakóhely vizsgálatánál három kategóriát különítettünk el, a budapesti, a vidéki városi és a községekben élő fiatalok csoportját. A fiatalok átlagosan 41 százaléka Budapesten, 47 százaléka vidéki városban és csak 12–13 százaléka él községekben. Az ifjúsági kulturális csoportok eloszlása elég egyenletes, nem mutat nagy eltérést az átlagtól. A punkok és deszkások inkább pestiek (48–48%), a skinheadek és a rockerek pedig inkább vidéki városiak (50,6–49,6%). Érdekes, hogy a skinheadek aránya falun 5,9 százalékos, a 12 százalékos átlagos eloszlásnak csak a fele.

A Sziget-látogatókra a középfokú végzettség a jellemző, mintegy 2/3-uk tartozik ide, a csak általános iskolát végzetek há-

nyada elenyésző, közel 1/3-os a befejezett felsőoktatási végzettség a mintában. (Hozzá kell azonban tennünk ehhez, hogy a középiskolát végzettek jelentős része még nem a végleges iskolai végzettséggel rendelkezik.) *A legképzettebbek a yuppiek és a legalacsonyabb iskolázottságúak a rockerek.*

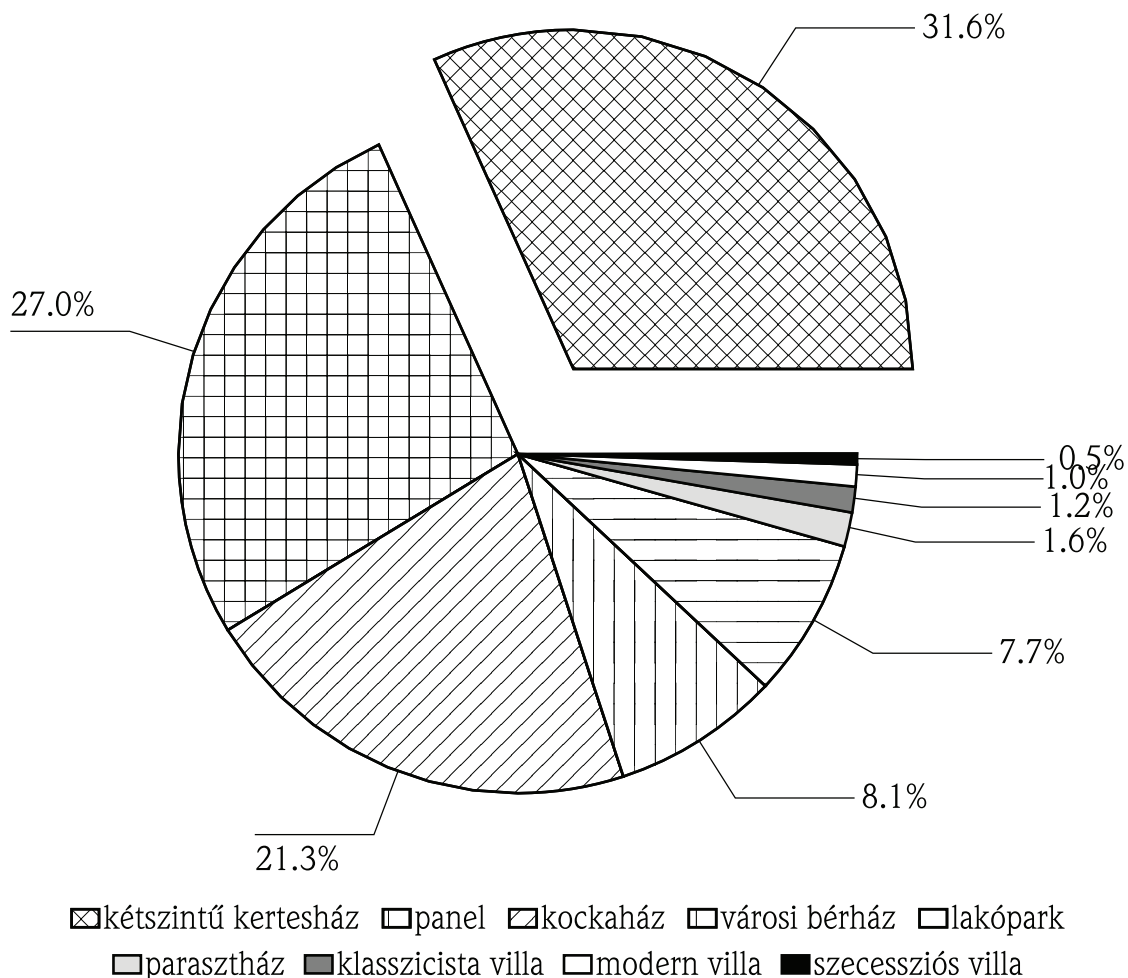
Csoport	8 általános (%)	Középiskola (%)	Főiskola, egyetem (%)
Yuppie	0	26,0	73,9
Átlagos	0,9	39,0	59,6
Punk	2,5	59,3	38,3
Rocker	2,8	69,2	20,6

8. táblázat. Az iskolai végzettség szempontjából szélsőségesen eltérő csoportok. Sziget-kutatás 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet.

A legtöbb pénzzel a yuppiek rendelkeznek, a legszegényebbek pedig a punkok. A fogyasztás szerkezetében nem térnek el az egyes öltözködési stílusok szimpatizánsai. Mindegyikben a legnagyobb tétel a szórakozás (23–29%) és azt az öltözködésre fordított kiadások követik (14–19%).

Az életeseményekben is igen kicsi a szórás az egyes csoportok értékei között, ami azt mutatja, hogy nem annyira az élet lényeges szempontjaiban tér el az ízlésük, hanem inkább a különbözőség, az egyedi élet kifejezésének vágya (Simmel) hajthatja őket a különféle ifjúsági csoportstílus követésében. Talán annyi megkockáztatható, hogy a rockerek és a punkok szimpatizánsai önállóknak legkorábban, míg az átlagosak és a yuppiek kedvelői későbbben költöznek el otthonról, később szánják rá magukat megállapodottabb párkapcsolatra.

HÁZTÍPUS, AHOL LAKIK – SZIGET 2005  
(N=624)



SZIGET KUTATÁSOK 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet  
17. ábra.

A kilenc tipikus ház fotóját tartalmazó stíluslap alapján a megkérdezett fiatalok közel egyharmada egyemeletes, kertes

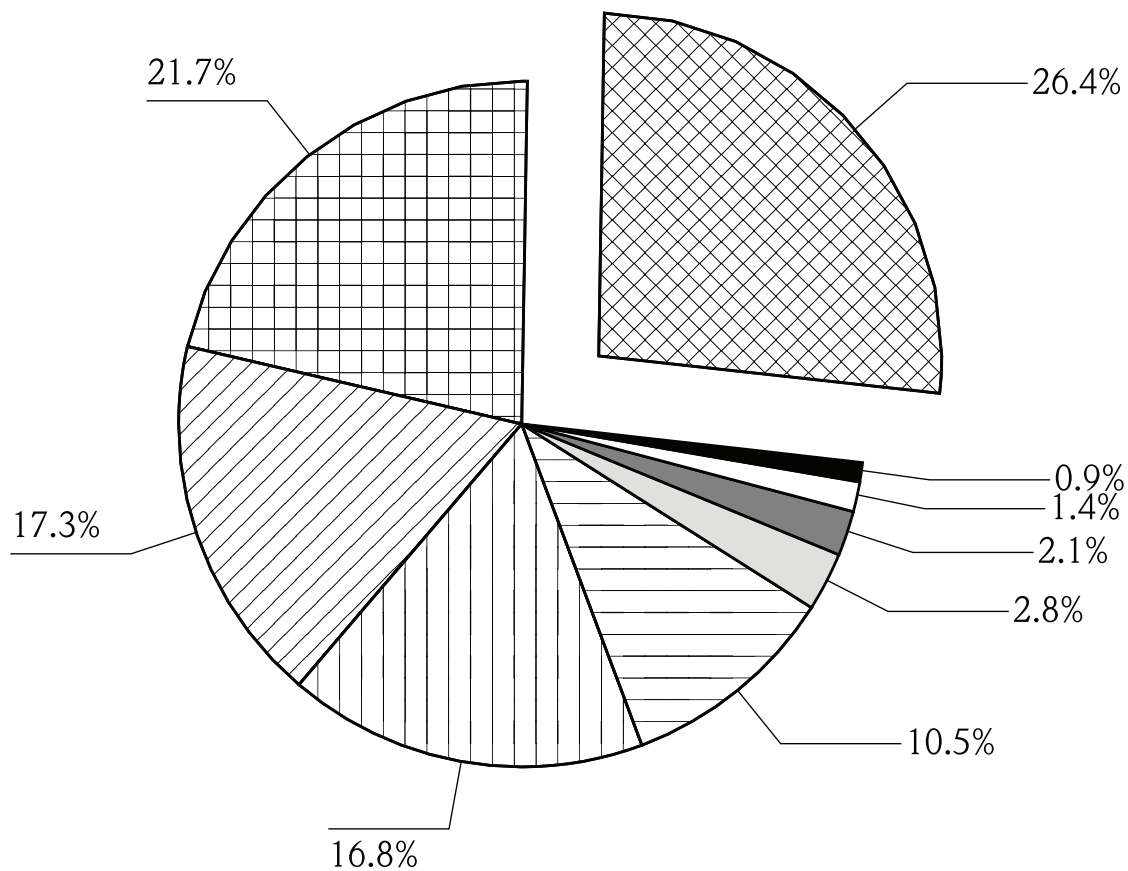
házban lakik, 27%-uk panelházban, további 21,3% pedig úgynevezett kockaházban.



Az egyes ifjúsági csoportok eltérése az átlagtól nem mindenütt jelentős, a kiemelkedőbbek közé tartozik, hogy a panelházakban egy kicsit több punk, skinhead és rocker él, kevesebb

yuppie és deszkás, az utóbbiaknak viszont a villákban magasabb a jelenléte.

## HÁZTÍPUS, AHOL VAN/LESZ ELSŐ LAKÁSA – SZIGET 2005 (N=624)



panel  
  lakópark  
  kétszintű kertesház  
  városi bérház  
  kockaház  
 parasztház  
  klasszicista villa  
  modern villa  
  szecessziós villa

SZIGET KUTATÁSOK 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet

18. ábra.

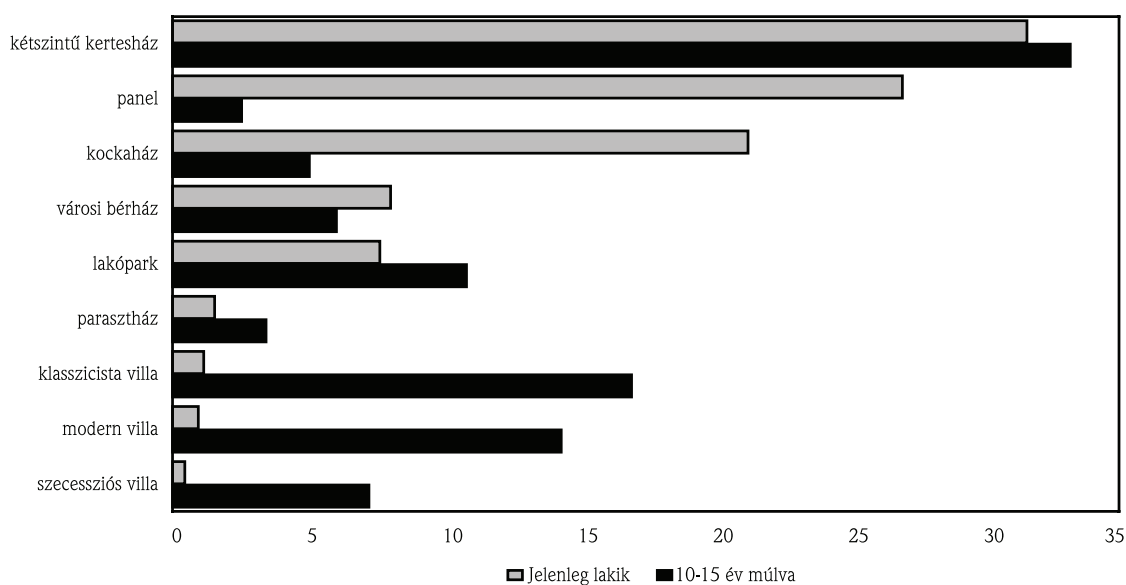
A következő kérdés arra vonatkozott, hogy milyen házban lesz az első önálló lakásuk. Tekintve, hogy már a megkérdezés pillanatában 20 százaléknak volt saját lakása, és 24 éves korra teszik az elköltözést, a kérdés aktuális, valóságos. A válaszok

szerint a legtöbben panelban kezdenek (26%), lakóparkba, vagy bérházba költöznek (21+17=38%), vagyis 2/3-uk úgy látja, hogy nagy társasházakban kaphat megfizethető árú lakást.



A „10–15 év múlva” kezdetű kérdésre adott válaszokban azt láthatjuk, hogy harmaduk szüleihez hasonlóan megszerzi az emeltes kertes házat, vagy egy szép lakást egy lakóparkban, és innen talán elszabadul a képzelet, mert a jelenlegi 3 százalékot kitevő villalakók létszáma megsokszorozódik és 39 százalékra

emelkedik! A leglátványosabb a panelházak „kiürülése” (27-ről 3%-ra), és a kockaházak elnéptelenedése (21%-ról 5%-ra). A bérházak, lakóparkok, parasztházak 3-10 százalékos, alacsony népszerűség mellett, szám szerint őrzik a lakóikat.

HÁZTÍPUS, JELEN ÉS JÖVŐ – SZIGET 2005  
(N=624)

SZIGET KUTATÁSOK 2005 – Felsőoktatási Kutatóintézet

19. ábra.

Attól eltekintve, hogy mennyire reális és mennyire álmodozás a távoli jövőt firtató kérdésre adott válasz, az világosan kirajzolódik, hogy míg a közeljövőben társasházban, addig a távolabbi jövőben 80 százalékban kertes családi házban gondolkodnak a fiatalok. A választások között nincs nagy szórás az egyes csoportokat illetően, bár akad egy-két kiugró érték, például a parasztházat a megkérdezettek átlagosan 5 százaléka választotta, de a deszkásoknak 14,3 százaléka igyekszik oda. A panelt csak 2 százaléka tartja távolatosan vonzósnak, a rockereknek azonban 8,4 százaléka képzeletben a jövőjét panelházban.

A különböző ízléscsoportok karakteresztikus vonatkozásait a következők:

**Diszkósok szimpatizánsai** · A legtöbb mutatóban nem nagyon térnek el az átlagtól, erőteljesebb tendencia nem rajzolódik ki náluk. A kétharmadában fiúkból álló csoport tagjainak fogyasztói stílusára jellemző, hogy ők költenek a legtöbbet ruhára (19,4%), és ők vágnak kertes házba, leginkább klasszicista villába (24,6%), tehát fontos nekik a szép megjelenés.

**Punkok szimpatizánsai** · A többségében fiúkból (63%) álló csoport tagjai a fiatalabb korosztályhoz tartoznak, a középiskolai és felsőfokú végzettségűek aránya 60 és 40 százalékkörüli. Közel felük budapesti lakos, az átlagnál magasabb arányban élnek panelházakban és kertes házakban. Pénzben a legrosszabbul „elerszett” csoport (61 400 Ft/hó) mégis ők költik a legtöbbet szórakozásra (29,7%), korán veszítik el a szüzességüket (15,9 éves korban), és korán állnak munkába (20 évesen). Szegény, de szabadságra, önállóságra vágyó fiatal fiúkból álló csoport.

**Skinhead szimpatizánsok** · A kapott értékek eloszlása szinte sehol sem tér el az átlagtól. A települések között a vidéki városokban sokkal többen élnek az átlagnál (50,6%). Az eszményi háztípus számukra a kertes ház, abban is a huszadik században épült nem kirívó külsejű épület. Az átlagos iskolázottságú, idősebb korosztályhoz tartozó fiatalok alkotják ezt a csoportot.

**Yuppie szimpatizánsok** · Ez a minta nagyon sok értékben tér el az átlagtól, igen jellegzetes. A fiú/lány arány 60 és 40 százalék, és a legidősebb a többi csoporthoz képest, a legkevesebb 19 évesnél fiatalabb és a legtöbb 25-29 éves van közöttük. Ők messze a legiskolázottabbak a 73,9 és 26,2 százalék felsőfokú/középfokú végzettségű arányukkal, és a legtöbben tőlük jönnek villalakásból és még többen fognak a későbbiekben is villában lakni, és a legmagasabb az egy főre jutó saját rendelkezésű pénzük (95 000 Ft/hó). Minden életeseeményük mintegy fél, egy évvel később következik be az átlagnál, később állnak munkába (talán amiatt is, hogy egyetemre járnak), később kötöznék el otthonról, később kezdenek együtt élni a párjukkal. Gazdag, megfontolt, sikeres csapat.

**Rockerek szimpatizánsai** · A minta tagjai nagyon fiatalok és a legalacsonyabb az iskolai végzettségük is (69,2 és 20,6% felső/középfokú). Jellemző rájuk hogy többen laknak vidéki városban, azon belül is panelben (34,6%). Viszonylag kevesen vágnak közülük kertes családi házba, villába és ugyanakkor többen még panelházba is mennének! A rocker szimpatizánsok szegények (70 500 Ft/hó) és a legfiatalabban költöznek el otthonról, legkorábban, 16 évesen kezdik a nemi életet, és legfiatalabban állnak munkába.

**Deszkások szimpatizánsai** · Ebben a csoportban a lányok vannak többségben (46,0/54%) és ők messze a legfiatalabbak, a saját csoportjukon belül 59,2 százalékos a 19 éveseknél fiatalabbak aránya. Többen élnek Budapesten, és érdekes módon közülük igyekeznek a legtöbben parasztházba (14,3%). A többi mutatójuk nem tér el az átlagtól.

**Alterek szimpatizánsai** · Az alternatív stílusú ruházatúakra szavazók között túlsúlyban vannak a lányok (43,5-56,2%), és a magasabb iskolai végzettségűek (42,0-56,5% közép/felső).

**Átlagosok szimpatizánsai** · Ebben a mintában az idősebbek vannak túlsúlyban, és olyanok, akiknek magasabb az iskolai végzettsége (39,2/59,6%), és a legkésőbb szerzik az első szexuális tapasztalatot (16,9 év), és későn költöznek el otthonról.

Összegezve megállapíthatjuk, hogy a Sziget-látogatók különböző csoportjai életmódban alig térnek el egymástól (lásd életesemények majdnem azonos bekövetkezése), ezért többségük nem nevezhető szubkultúrának. *A csoportok megkülönböztetésére inkább az jellemző, hogy azonos a viseletük, azonosak a szokásaik, a külsőségeik. Úgy is fogalmazhatjuk, hogy az egyes csoportok a szubkultúrák stílusára épült üzleti stílusnak, a termelők és szolgáltatók által kínált tipikus stílusú javak fogyasztói, tehát nem a szubkultúrák életformáját valószínűsítják meg, hanem csak a stílusukat vásárolják meg, fogyasztják, viselik.*

A fogyasztói és „viselési” szokások hasonlósága mellett kitárható még egy összefüggés. Úgy tűnik, hogy az években és a tapasztalatokban megragadható életkor, az iskolázottság, az anyagi javak birtoklása többé-kevésbé együtt fordul elő a vizsgált minta több csoportjában, így megfogalmazhatunk néhány szabályszerűséget.

#### Kétszer négy állítás

*A deszkások a legfiatalabbak, de a punkok és a rockerek is fiatalok*

*A rockerek és a punkok kezdik legkorábban a felnőtt életet.*

*A rockerek és a punkok a legalacsonyabb iskolázottságúak*

*A punkok és a rockerek a legszegényebbek, utánuk jönnek a deszkások*

*A yuppiek a legidősebbek, utánuk jönnek az átlagosak, az alterek és diszkósok.*

*A yuppiek talán egy kicsit később kezdik a felnőtt életet a többiekénél*

*A yuppiek messze a legiskolázottabbak, utánuk jóval jönnek az átlagosak és az alterek*

*A yuppiek a leggazdagabbak, utánuk jönnek a diszkósok*

Csoport, stílus	Életkor	Élettapasztalat	Iskolázottság	Pénz, vagyon
Punk	Fiatal	Korai	Alacsony	legszegényebb
Rocker	Fiatal	Korai	Legalacsonyabb	szegény
Deszkás	Legfiatalabb	Átlagos	Átlagos	Átlagos
Alter	Idősebb	Átlagos	Magas	átlagos
Átlagos	Idősebb	Később	Magas	átlagos
Yuppie	Legidősebb	legkésőbbi	Legmagasabb	leggazdagabb

#### 9. táblázat. Jellegzetes csoportok jellegzetes változói.

Ezen állítások alapján néhány következtetést kockáztathatunk meg. Beigazolódott az a régi mondás, hogy „fiatalság - bolondság!” A szélsőséges megjelenésű punkok és rockerek ugyanis többségében fiatalok, míg a yuppiek, átlagosak, alterek és diszkósok az idősebb korosztályhoz tartoznak. A deszkások a jobb módú, a punkok és rockerek pedig a szegényebb fiatalok.

A diszkósok, átlagosak és alterek iskolázott, nem kirívó, felnőtt öltözködésű, idősebb fiatalokból összetevődő csoportok a yuppiektől például abban térnek el, hogy nem öltözködnek

olyan „hivatalosan”, felnőttesen, amit talán azért is tehetnek meg, mert a munkájuk nem kívánja meg, de lehet, hogy ez csak ízlés kérdése. Az ízléssel eltérést úgy fogalmazhatjuk meg, hogy például a diszkós lányok egy kicsit szexesebbek, a fiúk divatosabbak, az alteresek pedig érdekesebb, fűszeresebb darabokat vesznek föl, olyanokat, amelyek inkább a lelki tulajdonságaikat fejezik ki.

**Életmód, fogyasztás** · Bár a Szigetre látogató fiatalok többsége szívesen kirándul a természetbe, 56,7 százalékuk soha nem szokott fitness-szalomba, vagy konditerembe járni, egyötödnyi pedig soha sem keresik fel az uszodát. A többiekre is inkább a kevésbé intenzív sportélet jellemző, legalábbis ha azokat a helyszíneket nézzük, amelyek e téren nyújtanak szolgáltatásokat. A legalább heti gyakorisággal ilyen jellegű mozgást (kirándulás, úszás, fitness, kondi) végzők aránya 2005-ben az összes megkérdezett 37 százalékára volt tehető. Jóllehet a sporttevékenységnek léteznek egyéb – e helyszínekhez kevésbé köthető – formái, ez az arány az életkori jellemzőket is figyelembe véve sem túlságosan magas, igaz az iskolai tornaórák valószínűleg javítanak e képen.

A fiúk valamivel intenzívebb sportéletet élnek, mint a lányok, s az is megfigyelhető, hogy a kulturális, de bármilyen más szabadidős tevékenységek és a sporttal kapcsolatos tevékenységek végzése igen nagy arányban összekapcsolódik. Mindez arra utal, hogy a szórakozásra vagy a kulturális tevékenységre fordított idő a fiatalok esetében kevésbé gátja a sportolásnak, a sporttevékenységek hiánya mögött valamilyen más tényezőt kell keresnünk. Ez lehet a más jellegű leterheltség (például munka, család), vagy az infrastruktúra illetve az anyagi hiánya. Adataink szerint a jelenleg dolgozók valóban kevésbé jelölték meg bármilyen általunk felsorolt sporttevékenység heti szintű gyakorlását, ugyanakkor ez nem mondható el azokra, akik munka mellett még tanulnak is, pedig jó eséllyel az ő terheik talán még nagyobbak is lehetnek. Valószínű, hogy e tekintetben is inkább egy általános attitűddel állunk szemben, amely sok fiatal esetében a megfelelő infrastruktúrális, illetve anyagi feltételek ellenére – a sporttevékenységet a szabadidős tevékenységek közül meglehetősen hátra sorolja.

Ezt jól mutatja az is, hogy a jelenlegi kiadásszerkezetben a sportra, sporteszközökre kiadott pénzösszeg mindössze 5 százalék körüli arányt képvisel, s a fiatalok vágyait tekintve sem kerül a rangsorban előrébb. Természetesen azok körében, akik jelenleg is járnak uszodába vagy más sportlétesítménybe, a kiadásszerkezetben a sport előkelőbb helyen szerepel. A jelenlegi kiadásokat vizsgálva egyébként a szórakozás, nyaralás, utazás áll az első helyen, amelyet a ruházkodás követ, de harmadik legfontosabb tényezőként megjelenik a takarékoskodás is.

A Sziget-látogatók szórakozási és étkezési kultúrájának része a gyorséttermek igénybevétele, amelyet mindössze a fiatalok 16,8 százaléka nem szokott felkeresni. Bár a többség azért nem mindennapos vendég ott, több mint egyötödük legalább hetente felkeresi valamelyik hálózat éttermét. A kocsmalátogatás nagyfokú intenzitása már előre vetíti az e helyekhez köthető játékok (pl. biliárd, darts, bowling) magas fokú igénybevételét, s az összefüggés valóban egyértelmű: ezeket a szolgáltatásokat sokkal gyakrabban veszik igénybe azok, akik rendszeresen – legalább havonta – eljárnak kocsmázni, s adataink szerint eb-

ből a szempontból az alkohol-fogyasztásnak és a dohányzásnak is fontos szerepe van. Ez a fajta tevékenység a 25 év alattiakat a többieknél gyakrabban jellemzi, s elsősorban a tanulói státusz egyik velejárójának tekinthető. A kozmetikus, szolárium igénybevétele az átlagnál sokkal erőteljesebben jellemzi a lányokat, míg az ő esetükben kétharmad körüli, a fiúk esetében egyötödnyi azok aránya, akik erre bármennyi időt is fordítanak.

**Szabadidő – szórakozás és kultúra** · A könnyedebb szórakozás területéről 2005-ben olyan tevékenységeket soroltunk fel kérdőívünkben, amelyek a fiatalokra leginkább jellemzőek lehetnek. Ezek közé tartozik a moziba járás, a házibulik, partik, a könnyűzenei koncertek, valamint a kocsmázás, kávézóba járás. A fiatalok leggyakrabban e két utóbbit említették meg a szórakozással kapcsolatos tevékenységek közül: kocsmába/sörözőbe/borozóba alig egytizedük nem jár soha, de csaknem kétharmadnyian legalább minden héten eljutnak ide a Sziget-látogatók közül. A teázók/kávézók népszerűsége valamelyest kisebb, bár a kérdezettek hasonlóan nagy arányban válaszoltak úgy, hogy szoktak ilyen helyekre járni, a látogatások intenzitása valamelyest alacsonyabb. A házibulik, a könnyűzenei koncertek és a multiplex mozi ugyancsak azok közé a helyszínek közé tartoznak, amelyeket csaknem minden fiatal megemlégett az általuk látogatottak között, nyilvánvaló azonban hogy – részben a megfelelő lehetőségek hiányában, részben a költségtényezők miatt – a látogatások gyakorisága jóval alacsonyabb, jellemzően a többség havonta vagy annál is ritkábban jár ilyen rendezvényekre. A partik és a klubok látogatása jobban megosztja a Sziget-lakókat, hiszen igen sokan egyáltalán nem járnak ilyen helyekre, a leginkább azonban a diszkó az a hely, amely a Szigetet felkereső fiatalok körében egyáltalán nem népszerű: 56,6 százalékuk soha nem jár ide, s mindössze egytizedük jár legalább hetente diszkóba.

Úgy tűnik, hogy a könnyedebb szórakozás és a „nehezebb” műfajok jól megférnek egymás mellett, s ez által vannak csoportok, amelyek a szabadidő eltöltése szempontjából kevésbé aktívak, s vannak olyanok, amelyek e szempontból meglehetősen „nyüzsgő”, változatos életet élnek. Az életkor emelkedésével összességében valamelyest csökken a szabadidős tevékenységek száma, s a munkába állás is sok tekintetben befolyásolja a szabadidő-eltöltés intenzitását, az igényeket, amelyek mögött természetesen az eltérő lehetőségek is fellelhetők. A lakóhely szerint leginkább az életvitelszerűen a községekben lakók körében alacsonyabb bármilyen kulturális, szabadidős tevékenység. Ugyanakkor vannak különbségek is a két szabadidő-eltöltési „stratégiában”, amennyiben például a fiúk a könnyedebb műfajokban aktívabbak, míg a lányok a kulturális jellegű szabadidő-eltöltés terén, s a könnyedebb műfajokban kevésbé érvényesülnek az iskolai végzettség szerinti eltérések is.

Mindazonáltal a könnyedebb szórakozási lehetőségeken belül is különbségek láthatók még ebben a viszonylag homogén csoportban is: így szembevetendő, hogy a lányok inkább a teázókat, kávézókat említették gyakrabban, a fiúk pedig a kocsmákat, sörözőket a szórakozóhelyek közül. E két hely vonatkozásában az iskolai végzettség szerinti eltérések is megfigyelhetők. A klubok azokat vonzzák leginkább, akik jelenleg is valamely felsőoktatási intézményben tanulnak, nyilvánvalóan elsősor-

ban a miatt is, hogy e helyek sok esetben ténylegesen is egy-egy főiskolához, egyetemhez vagy annak kollégiumához kötődnek.

**A Sziget látogatók középosztálytudata** · A 2005. évi Sziget Fesztivál vizsgálatok rákérdeztünk a fiatalok osztálytudatára.<sup>12</sup> A fiatalok osztálytudatának alapja a viszonyítási keret, amelyben a csoportokat meghatározták, ez egyénekenként változó volt, voltak, akik egészen szűk keretben gondolkodtak – mint például a Sziget –, illetve voltak olyanok, akik az egész társadalomra vonatkozatható szempontokat említettek. Ezek közé tartoztak például: a kor, nem, képzettség, politikai meggyőződés, anyagi szempontok (kereset formája, mértéke, általános anyagi helyzet, tartós anyagi javak tulajdonlása), foglalkozási csoport, etnikai csoport, családi állapot, szubkultúrák, életmód, aktív/inaktív, társadalmi csoport kategóriák, vallásosság, lakhely, és más szubjektív besorolási módok.

Az első látásra nagyszámú, sokféle kifejezés között van néhány meglehetősen gyakran használt kategória: szegények, gazdagok, felső tízezer, középréteg, középosztály, hajléktalanok, újjgazdagok, munkanélküliek, nagyon gazdagok, közép, szegény, nagyon szegények, nyugdíjasok, felső osztály, értelmiség stb. Ezen kifejezések közül egyesek nagyon hasonlóak, mégis óvatosan kell bánni velük, mivel nagyon különböző kontextusokban jelentek meg.

Tartalmi szempontból az egyik legérdekesebb kifejezés a „közép”, rengeteg nagyon különböző formában jelenik meg: egymagában, összetett szóban, szókapcsolatokban. Az említések gyakorisági sorrendjében ezek a következők: „középréteg”, „középosztály”, „közép”, alsó középosztály, felső középosztály, alsó közép, felső közép, közép osztály, közép réteg, felső közép osztály, jómódú középosztály, alsó közép osztály, középső, középosztály, értelmiség, közép felső, alsóközép, közép gazdagok, szűk középréteg, középkeresetűek, alsó középréteg, alsóközéposztály, nagyon kicsi középréteg, nagyon vékony középréteg, közép szegényebb, viszonylag szűk középosztály, középpolgárság, középvezetők, elszegényedett közép, középmódú polgári réteg, közép szint, középkorú, közép felső réteg, felső középosztály ezeket sújtja ma a politika, minimális középréteg, nem dolgozó középkorúak, középső vékony réteg kevesen vannak, középvállalkozók, középosztály vállalkozók, közép alsó, budapesti középosztály, felső közép, értelmiségi középosztály, középpolgár, középvezető, középosztálybeliek, alkalmazotti középréteg, középosztályszegények, középbeliek, közép szellemi réteg, szakközép, érettségi, középosztály ezeket sújtja ma a politika, felsőközép, közép polgári, középréteg felső, leszakadó, lecsúszó középosztály, szellemi felső középréteg, kis- és középvállalkozó, dolgozó középkorúak, közép és alsóosztály, középben, fiatal középosztály, munkásosztály, középosztály, polgári középréteg, diplomás, közép kategória, minimális középosztály, kis- és középvállalkozók, középszint, vékony középréteg, megfáradt középosztály, közép alsó lecsúszó, szegény közép, középkorúak, gyengébb középosztály, közép-alsó osztály, erős középosztály, kis középréteg, közép szegények, gyenge középréteg, felsőközéposztály, kispolgár alsó középosztály, felső közép réteg, vidéki középosztály, megfelelő egzisztenciális színvonal, középosztály, alsó közép réteg, kö-

zepszerűen élők, közép-középosztály, közép osztály alsó, alsó, közép, abszolút közép, középréteg szellemi, közép kategória, közép polgárosodott, közép vékony, középszegény.

A „közép” kifejezéshez kapcsolódva a két legfontosabb kifejezés a „réteg” és az „osztály”. Talán az „osztály” kifejezést, mint társadalomfelosztó kategóriát általánosságban következtetesebben használják a válaszadók, mint a „réteg” kifejezést, de természetesen egyéneknél nézve nagyon eltérő példákat is lehet találni.

Mi lenne, ha a magyar társadalmat a fenti kifejezések segítségével próbálnánk meg összerakni? Az osztály és réteg megkülönböztetésen kívül szembetűnik a „felső”, „közép”, „alsó” kategóriák használata, szinte az összes lehetséges kombinációjuk megjelenik a felsorolásban. A „közép” szó egyéb értelmében is megjelenik: korra, vállalkozás méretére, gazdagság mértékére, anyagi helyzetre vonatkozóan, iskolázottság szintjének megnevezésében, életmódbeli mutatóként, viszonyfoglalomként, pozicionáló funkcióval.

Elkülöníthetünk tehát fontosabb dimenziókat vagy választóvonalakat, amelyek a nyitott kérdésnek köszönhetően árnyaltabbá válnak: kor, anyagi helyzet gazdag vagy szegény, kereset mértéke, formája (szellemi vagy fizikai), aktív vagy inaktív, foglalkozási csoport, gazdasági szerep szerint, képzettség, lakhely (budapesti, városi, vidéki), életmód illetve életminőség szerint (polgár, jómód).

A társadalmi csoport állapota szerint: mérete (minimális, szűk), helyzete (leszakadó, megfáradt) és ennek időbeli változása szerint (már beállt vagy folyamatban lévő állapotváltozás).

Az eddigi módszert követve, vagyis a leggyakrabban használt kifejezések illetve kifejezés kapcsolatok vizsgálatával a másik lényeges és szembetűnő fogalompáros a „szegény” és a „gazdag” amivel külön is érdemes foglalkozni, mert mint társadalmi kategóriák önállóan is megjelennek a fiatalok társadalomképében, nemcsak mint a felosztás anyagi dimenziói. A gazdagság és a szegénység kifejezésére számtalan nyelvi forma megjelenik, különböző fokozati különbségekkel. A kifejezések elemzésével olyan megítélési kritériumokat találunk, amelyek alapján beazonosíthatók a társadalmi csoportokhoz tartozók. A gazdag réteg méretét szűknek és szélesnek egyaránt látják a fiatalok, mértéke, vagyis, hogy mennyire gazdag valaki szintén fontos szempont és viszonyítási alap (lásd közép gazdag, nem gazdag kifejezések). A legtöbbször első helyen említik a besorolási sorrendben, de a többi pozícióban is előfordul, a gazdagság különböző fokozatai jelennek meg. A anyagi javak birtoklása és a hozzá kapcsolódó életmód is a gazdagság mutatója. Helyileg is meghatározható: városi tehetős, rózsadombi<sup>13</sup>. A gazdagság fogalmához jellemző pozíciók, beosztások, gazdasági tevékenységi formák kapcsolódnak: bankár, csúcsvezető, politikai és gazdasági elit. A gazdagság fogalma kapcsolódik a felső fo-

galmához. Az „újjgazdag”, mint társadalmi réteg együtt szerepel a menedzser pozícióval, a feltörekvés gondolatával. (Ez nem jelenti azt, hogy ezek a kifejezések többször szerepelnek együtt, viszont árnyalják a képet, ami az újjgazdag kifejezés mögött, mint társadalmi kategória mögött a fiatalok gondolataiban megjelenik.) A gazdagság és a gazdag csoportok megítélése nem feltétlenül pozitív, mivel olyan értékelő jellemzők jelennek meg, mint: csaló, gengszter, nem dolgozó, öröklött, befolyásos, kulturális háttér nélküli, kapcsolati.

A gazdag fogalmához tehát a *felső, vezető, elit, újjgazdag és felső tízezer* fogalmak kapcsolódnak.

A szegénység fogalma az előző párja. A szegénység mértéke, ha egyáltalán van rá utalás, akkor szélesnek tűnik. A szegényeket, mint társadalmi csoportot is leggyakrabban első helyen említik, minden rangsorban megjelenik. A kifejezési módok itt talán még változatosabbak, de beszédesebbek is. Megjelennek a fokozatok: nagyon, még-, leg-, legesleg-, kifejezetten, teljesen. A szegénység különböző dimenziói jelennek meg: anyagi helyzet vagyis jövedelem vagy segély, illetve a létminimumhoz viszonyított helyzet, lakás, munkaviszony vagy annak hiánya, társadalomhoz viszonyított helyzet (belül vagy kívül), lakhely (város, falu), kor (fiatal, nyugdíjas), etnikai hovatartozás, család mérete, egyéb hátrányos helyzetet teremtő körülmények. A hajléktalanok külön társadalmi csoportként kerülnek a fiatalok látóterébe, nagyon szegény, létminimum alatt élő, kirekesztett, munkanélküli, nyomorgó kifejezések kapcsolódnak hozzá. A munkanélküliség kapcsán a kor (idősebb), az iskolai végzettség (diplomás), az eltartottság merül fel. Az elszegényedés, leszakadás viszont a társadalom más rétegeit is fenyegetheti: a parasztságot, a polgárságot, a pályakezdőket, a nyugdíjasokat. A közép fogalma is tartozhat a szegény kategóriába.

Az értelmiség részben azonos a középosztállyal, egyfajta életmódot jelent, ami lehet kispolgári, a korcsoportok közül a fiatalok önmagukat, tanulókat azonosítják ezzel a csoporttal elsősorban.

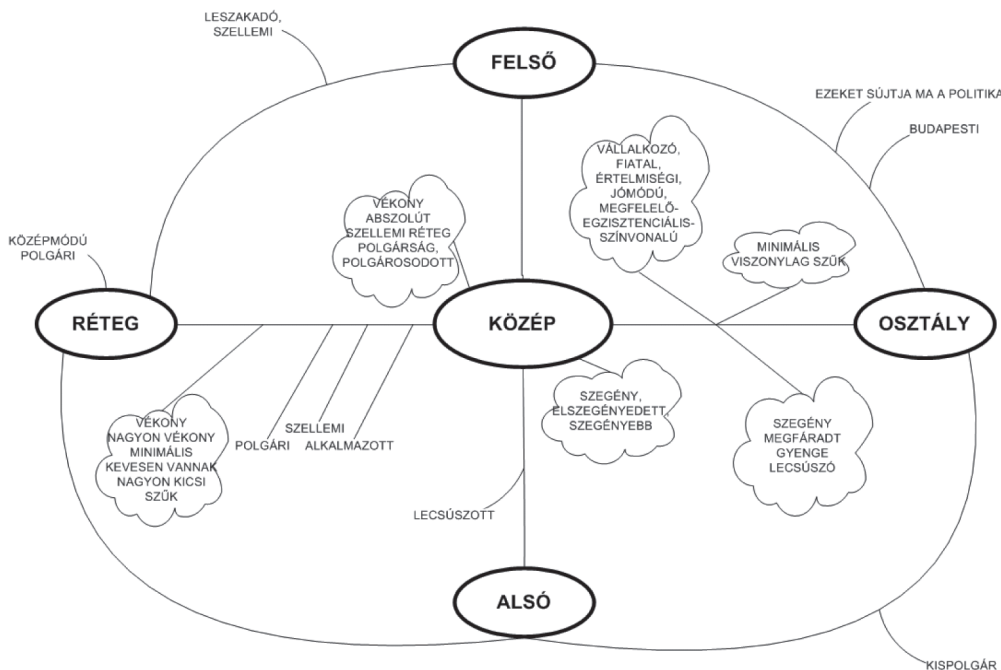
Egy érdekes fogalom még az átlag, mint csoport: vagy jól élőknek vagy szegényeknek azonosítják őket. Egyéb semleges kifejezések is vannak például „pénzből és fizetésből élők”, „normális emberek”, „hétköznapi”, amelyeknek az önbesorolás szempontjából van szerepük.

Az önbesorolás szempontjából nézve az adatokat fontos volt, hogy egyáltalán hány csoportot említ valaki. Amikor csak két csoportot említ valaki, legtöbbször az anyagi dimenzió mentén osztja fel a társadalmat, önmagát kevésbé jó anyagi körülményekkel rendelkezőnek vallja. A három társadalmi csoport, a felső – közép – alsó társadalmi csoport említése az anyagiaknál szélesebb osztály-réteg kategóriában a két véglet mellett a köztes állapot felvázolása a cél, melynek során a fiatalok a köztes állapotba tartozónak sorolják magukat.



A Szigetre járók osztályképét a következő ábrán foglalhatjuk össze: Az osztálystruktúrát a piachoz kapcsolódó vállalkozói osztály testesíti meg, melynek két szélső pólusa a gazdagság és szegénység és ez fejeződik a kulturális tőkeviszonyhoz inkább kötődő rétegfelfogásban, melyben a vállalkozói osztályhoz hasonlóan meghatározó szerepet játszik a piac, másképpen fogal-

mazva a polgárosultság anyagai szintje, amely mint az előzőekben kifejezésre jut az öltözködésben, és végső soron a lakás körülmények jövőterveiben. hangsúlyozni kell azt is, hogy a középosztálytudatot a piac által meghatározott ifjúsági kultúra erősíti fel. A Sziget mint az élmény kultúra<sup>14</sup> közvetítőjeként válik a középosztálytudat kialakításának fontos terévé.



20. ábra. A Sziget látogatók középosztálytudata.

## JEGYZETEK

1. A Sziget Fesztivál 1993-ban kezdődött. 1994-ben a szervezők az akkor 25 éves Woodstocki fesztiválnak kívántak emléket állítani. Az „Eurowoodstock”-ra keresztelt rendezvényre százezerrel többen jöttek el, mint egy évvel korábban. Az 1996-ban a Pepsivel kötött három éves szerződés biztonságot nyújtott a szervezőknek. 1997-ben a látogatók száma elérte a 260 ezret, a programok száma pedig a hatszázat. 1998-ban a 268 ezer látogató újabb rekordot jelentett. 2000-ben 324 ezer vendég először hallgathatta a világzenét. 2002-ben 361 ezren voltak a Hajógyári szigeten 50 helyszínen 1000-nél több program - köztük 80 nemzetközi sztár - szórakoztatta a közönséget. 2004-ben a látogatók száma 369 ezer volt és a 2004 évi 8000 fős 15–29 éves fiatalokra reprezentatív vizsgálat szerint az elmúlt három évben minden tizedik fiatal volt a Sziget Fesztiválon. 2005-ben 385 ezren látogatták a Szigetet, a látogatóknak több mint egyharmada külföldi volt. A Sziget Fesztivál mind Magyarországon, mind Európában a fiatalok egyik legnagyobb kulturális rendezvénye.

2. A Szigetről és a kutatásról készülő filmet Jurek Kaminski forgatta és rendezte: 108 perc Sziget.

3. A „magyar” kifejezés jelen esetben a magyar anyanyelvű fiatalokat, tehát a határon túli magyar fiatalokat is jelenti.

4. Lásd részletesen: Sziget Fesztivál 2004–2005 film dokumentáció. Szerkesztette: Gábor Kálmán. Az interjúkat készíteték: Király Erzsébet, Kerényi Tamás, Pató Erika, Paksi Ágnes.

5. Forrás: *Ifjúság 2000; Ifjúság 2004*. Kormányzati megrendelésre készült vizsgálat, amelyet a Nemzeti Ifjúságkutató Intézet koordinált.

6. Az *Ifjúság 2004*. évi országos reprezentatív vizsgálat, amelyet a Mobilitás Nemzeti Ifjúsági Iroda koordinált. A kutatás a 2000. évi survey folytatása. A mintanagyság: 8000 fő.

7. Az *Ifjúság 2000*-ben csak a tényadatokat kérdezték.

8. Ez azért is indokolt, mert a fiatalok egy részénél mind több életesemény toldódik egyre későbbre. Például míg a 2004. évi vizsgálatban a 15–29 éves fiatalok egyötödének volt már gyereke, addig a Sziget-látogatóknál ugyanez az arány mindössze 4,5%.

9. Ulrich Beck: Túl renden és osztályon? Társadalmi egyenlőtlenségek, társadalmi individualizációs folyamatok és az új társadalmi alakulatok, identitások keletkezése. In Agelusz Róbert (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei*. Budapest, 1999, Új Mandátum.

10. Az *Ifjúság 2004* országos reprezentatív vizsgálat, amelyet a Mobilitás Nemzeti Ifjúsági Iroda koordinált. A vizsgálat az *Ifjúság 2000* évi survey folytatása. A mintanagyság: 8000 fő.

11. Ebben a részben – némi leegyszerűsítéssel - azt feltételezzük, hogy az egyes fiatalok számára a nagyon szimpatikus csoport egyben a saját vonatkoztatási csoportot is jelenti. A vizsgálat adatbázisát a 2005. évi „főkérdőív” és ízlés kérdőív adta.

12. Ez a kérdés kérdésként lett feltéve, vagyis a válaszadók szabadon, saját fogalmi készletükkel építhettek fel azt a társadalmi szerkezetet, amelybe önmagukat besorolták. A rendelkezésre álló adatok alapján kirajzolódó főbb dimenziók, illetve az ezeknek megfelelő társadalmi kategóriák, minden személyes meghatározottságtól függetlenül is szerkezetté rendeződnek, ha tartalmi elemzésnek vetjük alá az adatokat. Megtudhatjuk tehát, hogy milyen elképzelések élnek általában a fiatalok tudatában a magyar társadalomról. A szabad önkifejezés másik előnye, hogy nem csupán a kategóriák említési sorrendjéről tudhatunk meg valamit, hanem az egyes kategóriákhoz való viszonyokról is, az értékelő megjegyzésekből, illetve az egyes csoportok méretére vonatkozó megjegyzésekből árnyaltabb képet kaphatunk arról, hogy a társadalom tagoltságán túl, mekkorának érzélik a csoportokat. Közvetve talán azt is megsejthetjük, milyen csoportokra irányul elsősorban a fiatalok figyelme

a saját csoportjukon kívül. Az egyéni értékelések jelezhetik a fiatalok, társadalmi csoportokat érintő, problémaérzékeléseit. Ez a társadalmi rétegződés vagy osztálytudat elemzés és az egyéni jó közérzethez illetve boldoguláshoz fontosnak tartott értékek összevetésének izgalmas kérdése még jobban árnyalhatja a sziget fiataljairól kialakítható képet. A feldolgozási munkákat Bíró Krisztina végezte.

13. pl. Rózsadomb Budapestnek egy hagyományosan „elit” része, jóllehet a városszerkezeti átalakulás és az agglomeráció felé irányuló kiköltözés miatt a tehetősebb rétegek jelentős része ma már lakóhelyként kevésbé preferálja. Mindazonáltal ez egy ma is élő fogalom, ami a gazdagságot szimbolizálja.

14. Az élmény kultúra kifejezést Schulze nyomán használjuk. Ld.: Gerhard Schulze (1998) A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása. In Wessely Anna (szerk.): *A kultúra szociológiája*. p. 186–204., Osiris-Láthatatlan Kollégium.