

FEKETE MARIANN

GENERÁCIÓS SZABADIDŐ-FELHASZNÁLÁS KÉPERNYŐN INNEN ÉS KÉPERNYŐN TÚL AZ 1999/2000-ES ÉS A 2009/2010-ES IDŐMÉRLEG-VIZSGÁLAT TÜKRÉBEN*

Összefoglalás: Tanulmányomnak két célja van. Egyrészt megpróbálok választ találni arra a kérdésre, hogy az információs társadalom magyarországi kiépülése, a számítógép- és internethasználat elterjedése hogyan befolyásolja a szabadidőben végzett tevékenységek rendszerét és a kulturális fogyasztás szerkezetét. Másrészt megvizsgálom azt, hogy a tradicionális, biológiai alapon meghatározott generációfogalmak meghaladottá válása után született új elméletek felhasználásával definiált kommunikációs generációk egymástól való különbözősége mennyire érvényes társadalmunkban, különös tekintettel szabadidős orientációikra.

Kulcskifejezések: generációk, időmérleg, szabadidő, kulturális fogyasztás, internethasználat.

Abstract. My study has two primary aims: on one hand, I attempt to find an answer to the following question; namely, how the appearance of Hungarian information society, the spread of computer- and Internet usage influence the system of pastime activities and the structure of cultural consumption. On the other hand, after the traditionally- and biologically-based generation-related notions have become exceeded, I examine how valid the differences of communicative generations defined by novel concepts in our society are.

Keywords: generations, timescale, pastime, cultural consumption, Internet usage.

Bevezetés

Mind a szabadidő rendelkezésre álló mennyisége, mind felhasználási lehetőségei hűen tükrözik egy adott társadalom gazdasági, társadalmi fejlettségi szintjét, és a társadalmi egyenlőtlenségek rendszeréről is pontos képet adnak. A rendszerváltozás új gazdasági és társadalmi korszakot hozott magával, jelentős strukturális változások zajlottak le a társadalomban a piactársadalmi viszonyokra való áttérés következtében. Fokozatosan nőtt a leszakadók aránya, akik gazdasági és kulturális téren is egyre inkább perifériára szorultak. A szerkezeti átalakulások következtében megváltoztak az emberek anyagi lehetőségei, szórakozási, kulturálódási szokásai és a rendelkezésükre álló szabadidő mennyisége is. Előtérbe kerültek az otthon igénybe vehető szórakozási, szabadidő-eltöltési lehetőségek (Vásárhelyi 2005). A kereskedelmi televíziózás megindulása, majd a számítógép és az internet megjelenése a háztartásokban is ennek a folyamatnak kedvezett.

* Témavezető: Prazsák Gergely.

A szabadidő eltöltésének módját alapvetően határozza meg az egyén életmódja, életkörülményei, igényei és lehetőségei, és a trendek hagyományosan lassan változnak. Vannak azonban olyan időszakok, amikor valamilyen külső hatásra a változások felgyorsulnak, megsűrűsödnek és a társadalom széles csoportjai számára indukálnak alapvető változásokat a szabadidő-felhasználásban. Ilyen besűrűsödött, lényegi változások zajlottak le az 1970-es és az 1990-es években, amelyek a trendek elmozdulását eredményezték (Falussy 2004). A '70-es években a televíziókészülékek elterjedése a háztartásokban és az előfizetők számának dinamikus gyarapodása, majd az évtized végén a második gazdaság engedélyezése volt a figyelemre méltó változások kiinduló pontja. A '90-es évek kezdetén a gazdasági szerkezetváltás következtében (a kettős munka háttérbe szorulása, a munkanélküliség drasztikus emelkedése) a szabadidő növekedése eredményezte a szabadidős trendek újabb átalakulását.

Hipotézisem szerint *a kétezres évek, az információs társadalom kiépülése is egy ilyen intenzív időszakot* jelent, amikor a sok kis változás elkezdődik, majd összeadódik egy lényegi ugrássá, mely nagyot lendít a lassú trendek mozgásán. Ez az újabb, átalakulást hozó szakasz a számítógép-használat és az internet elterjedése révén bontakozik ki, szignifikáns változásokat hozva az élet minden területére, a társadalom valamennyi alrendszerébe. Másként végezzük munkánkat, másként tanulunk, szórakozunk, más módon kommunikálunk és töltjük meg tartalommal a munkán¹ kívüli időt, mint az információs kor kibontakozása előtti időszakokban. Hipotézisem szerint a *digitális egyenlőtlenségek rendszerében elfoglalt hely és az életkor, a kommunikációs generációba* tartozás ténye determinálja az egyén szabadidő-struktúrájának alakulását.

Hogy mennyiben más ez az idő, amit most élünk meg, mint ami az információs társadalom kiépülése előtt volt, empirikusan megvizsgálható az időmérleg segítségével. Az elvégzett mérések arra adnak választ, hogy a társadalom tagjai miként töltik el idejüket egy munkanapon, egy hétvégén vagy bármely más releváns időszakban. Az időmérleg-vizsgálatok tulajdonképpen tárgya nem maga az idő, akár mint fizikai, akár mint szubjektíve észlelt valóság, hanem inkább az, hogy a társadalom tagjai hogyan használják fel az idejüket.

A szabadidő mindig a létfenntartás biztosítását szolgáló tevékenységekre fordított életidőhöz viszonyítva válik mérhetővé és érzékelhetővé. A '60-as években jellemzően szűkösen állt rendelkezésre, elsősorban olvasásra, tanulásra, társas időtöltésre, és csekély időtartamban (átlagosan 10 perc naponta) rádiózásra és televíziózásra használták fel a társadalom tagjai. A rendszeres kereső foglalkozás, a kérdezett neme, valamint a mezőgazdasághoz fűződő kapcsolat határozta meg az időfelhasználás struktúráját. A tévézés 1977-től lett domináns szabadidős elfoglaltság, ezzel párhuzamosan a többi tevékenység mennyisége és aránya csökkent, a kulturális tevékenységekben való részvétel pedig szombatra-vasárnapra korlátozódott. A nők körében a kézimunkázás volt a legnépszerűbb szabadidős elfoglaltság ebben az időszakban, a férfiak pedig ekkor kezdték el felfedezni a testedzést, a szintén népszerű séta és kirándulás mellett.²

A '90-es évek számottevő változása volt a munkanélküliség megjelenése, ami összességében a szabadidő megnövekedésével járt. Ezt a fajtáját azonban a kötöttségek alól felszabadult időnek a kényszer szülte, ennél fog-

¹ Kereső-termelő munka: a megélhetéshez szükséges pénzbeni és természetbeni jövedelmek megszerzésére irányuló tevékenység (Falussy 2004: 10).

² Uo.

va nem válhatott „socializing”³ vagy „leisure” jellegű idővé, jellemzően „free time”-ként hasznosult. Azaz olyan kihasználatlan, „holt idő” vált belőle, melyet nem aktív, minőségi tevékenységekkel töltöttek ki a munkanélküliség által elsőként sújtottak (jellemzően alacsony iskolai végzettségű vagy képzettség nélküli, alacsony státuszú, a munkaerőpiacról kiszorultak), hanem passzív, mértéktelen televíziózással.

Módszertani kitérő

Hipotézisem ellenőrzéséhez az időmérleg-vizsgálatok két utolsó adatsorát (1999/2000 és 2009/2010) felhasználva, az empirikus szociológia módszereit alkalmazva megvizsgálom, hogy *a különböző kulturális és szabadidős tevékenységfajták mennyire jellemzőek* a magyar társadalomban; külön figyelmet szentelek *a kulturális aktivitás és az internethasználat kapcsolatának*.

Napjaink modern információs társadalmában az egyenlőtlenségek rendszerében elfoglalt helyet jelentősen befolyásolja a digitális írástudás képessége és az életkor. A fiatalság parancsa az, hogy gyakorlatilag tilos megöregedni, permanensen fittnek, naprakésznek, jól informáltaknak és ráncmentesnek kell lenni – olyan evidencia, mint évtizedekkel korábban volt a szépkorúak tisztelete. Az, hogy az egyén melyik generáció tagja, nem csupán egészségügyi állapotát determinálja, de meghatározza lehetőségeit a munkaerőpiacon, alakítja szabadidős tevékenységének szerkezetét és kultúrafogyasztási preferenciáit is.

A generáció legáltalánosabb módon a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumként határozható meg. Formálszociológiai definícióját Mannheim Károly fogalmazta meg, aki szerint a generációk a történelem menetét eldöntő születési rétegek, olyan egyének csoportja, akik hasonló módon helyezkednek el a társadalmi térben, s ez a nemzedéki elhelyezkedés az emberi létezés biológiai ritmusának létezésén alapul: az élet és a halál, a korlátozott élettartam és az öregedés tényein (Mannheim 2000: 208). Mannheim koncepciója szerint ahhoz, hogy nemzedéki összefüggésről beszélhessünk, szükség van az adott történelmi-társadalmi egység közös sorsában való részesedésének élményére is, a közös társadalmi-történelmi élettérre. Egy-egy generáció körülbelül 30 évenként váltja egymást, és az, hogy létrejön-e egy új nemzedéki stílus, a társadalmi-szellemi folyamat kiváltó erején múlik (uo.: 235).

A gazdasági és társadalmi változások, a technikai fejlődés és a születéskor várható élettartam jelentős növekedése új generációs elméletek megszületését mozdították elő, melyek igazodtak a megváltozott, felgyorsult világhoz, szűkebbre szabván a nemzedékek intervallumát. Elemzésemben McCrindle generációs modelljét használtam fel, aki a generációk szociológiai definiálása mellett érvel, ahol a generáció azoknak a kohorszát jelenti, akik hasonló időszakban születtek – a felső határ azonban csupán 15 év –, hasonló korban és életszakaszban vannak, és akiket azonos események, trendek és fejlődési fokok formáltak (McCrindle 2009, Howe-Strausse 2007).

³ Az Eurostat kód kategóriáinak osztályozási rendszere (Falussy 2002):

- szabadidő (free time): tv-re, videóra és egyéb médiára fordított passzív szabadidő;
- pihenő/ráérő idő (leisure time): sport, hobbi, aktív pihenés;
- társas idő (socializing time): szórakozás, kultúra, részvétel különböző társas tevékenységben, társadalmi élet.

A globalizáció és a technológiai fejlődés következtében a fiatalok az Egyesült Államokban, Ausztráliában, Japánban és Európában ugyanolyan trendek, technológiák és események által formálódnak, ugyanolyan módozat használói a közösségi médiának és az online technológiának, a földrajzi távolságok és kulturális különbségek már nem zárják őket elkülönült, zárt csoportokba. A generációk tagjai ugyanazokat a weboldalt nézegetik, ugyanazokat a zenét töltik le, ugyanazokat a filmeket nézik meg és ugyanazon márkák hatása alá kerülnek. Ez a globális generációk korszaka, akik földrajzi korlátok nélkül valósítják meg a Mannheim által generációs tényezőként meghatározott közös élmény megélését.

Az alkalmazott generációs felosztás a születési időszakok szerint a következő:

- 60 év feletti: Építők (1925–1946);
- 45–60 év közötti: Baby Boomerek (1946–1964);
- 30–44 év közötti: X generáció (1965–1979);
- 15–29 évesek: Y generáció (1980–1994);
- 0–14 évesek: Z generáció (1995–2009).⁴

Az *Építők* azok, akik gyermekkori szocializációját a II. világháború és a gazdasági nehézségek határozták meg. Ők alkotják a *csendes generációt*, akik túl fiatalok voltak ahhoz, hogy háborús hősök legyenek, és akik túl korán születtek ahhoz, hogy ők közvetítsék a fiatalság megújuló szellemét. Így ok nélküli lázadókká váltak (híres példa James Dean), ők a magányos tömeg részei, a kockázatkerülő szakemberek egy olyan korban, amikor divat volt a korai házasság, és úgy tűnt, hogy a számlára megmászása garantálja a karriert és a sikert. Ők a szürke inges konformisták, akik elfogadták az előttük lévő generáció által képviselt hagyományos polgári életét, értékeit és kultúrát – egészen a '60-as évek közepéig. Ekkor szakítottak a korábbi elveikkel, életstílusukkal, és a rock and roll rajongói lettek, emberi jogi és háborúellenes aktivistákká, feministákká, a fiatal lázadók mentoraivá váltak (McCrandle 2009).

A *Baby Boomerek* a II. világháborút követő „baby boom” idején születtek, amikor a legelterjedtebb információs és kommunikációs technológia a rádió volt. Felnöve a Baby Boomer generáció hangosan proklamálta megvetését a szülők által képviselt szekuláris családi modell iránt, az intézmények, a csapatmunka, a főállású anyaság, a „kertváros–nagy autó–nagy ház” szentháromságmodell is kritikáik kereszttüzebe került. Fiatalságuk idején gyorsan terjedt a kábítószer-használat, a szexuális kockázatvállalás, tudatosságuk forradalma tetőzött a vietnami – háború elleni tiltakozással és Woodstockkal (McCrandle 2009).

Az *X generáció* a digitális bevándorlók, a „gap” generáció, születésük idején a fekete-fehér televízió és tranzistoros rádió számított a modern kor technológiájának. A nemzedék tagjai fiatalként tanulták meg az infokommunikációs eszközök használatát. Nagykorúvá válásuk idején tetőzött a szexuális forradalom, emelkedett a válások száma, ők voltak a „kulcsos gyerekek”, akik a nyakukba akasztott lakáskulcsról kapták a nevüket.⁵ Az 1980-as évek közepére felépült a *kockázati társadalom* (Beck 2003), megjelent az AIDS, a fiatal felnőttek

⁴ A Z generáció kimaradt a jelenlegi elemzésből, mivel a trendek értelmezéséhez szükséges a korábbi időmérleg-adatokkal való összevetés, abba a mintába viszont nem kerülhettek be életkoruknál fogva. A Z generáció tagjainak szabadidő-felhasználásáról kitűnő elemzések olvashatók a *Másodkézből – Magyar Ifjúság 2012* tanulmánykötetben (Nagy–Székely (2104).

⁵ A jelenséget az édesanyák korai munkába állása indukálta, mielőtt még a gyermekellátási intézmények széleskörűen elérhetőek lettek volna.

között elsorvadtak az udvarlási rituálék, az X generáció tagjai óvatosan randiztak és későn házasodtak; a pop-kultúrában ez a Music Television és a hip hop megjelenésének időszaka. Ők a legnagyobb vállalkozói generáció, az ő high-tech hozzáértésük és munkaerő-piaci rugalmasságuk segítette elő az USA prosperálását a globalizáció korában (McCrindle 2009).

Az *Y generáció* tagjai az információs kor gyermekei, a digitális nemzedék első hulláma, jellemzően a Baby Boomer generáció gyermekei. Digitális bennszülötteknek, „Click’n go kids”-nek, Millennium generációnak is nevezik őket, születésük idején a színes televízió és a vezetékes telefon volt elterjedt. Számukra az infokommunikációs eszközök használata természetes dolog, már gyermekkoruktól aktív használók. Kifinomult informatikai érzékük jelzi azt, hogy együtt nőttek fel a modern technika fejlődésével és használatával. Egyfajta információéhség jellemzi a generáció tagjait, akik a 2001. szeptember 11. utáni krízisben élték meg fiatalságukat. A multikulturális környezetet könnyedén, befogadó attitűdökkel kezelik, gyorsan és jól illeszkednek be bármilyen környezetbe.

A *Z generáció* tagjai a terrorizmus, a globális recesszió és a klímaváltozás időszakában születtek. Internetgenerációnak, digitális őslakosoknak is nevezik őket, nem éltek mobiltelefon vagy internet nélküli világban. A korábbi generációkhoz képest a legidősebb átlagéletkorú anyák gyermekeként születnek, jellemzően kis létszámú családba.

Az ausztrál szerző generációs modellje azonban csak korlátozottan érvényes Magyarországon, különös tekintettel a Baby Boomerek és az X generáció első harmadában születettekre. Eltérő a szocializációs közeg, a politikai és társadalmi berendezkedés jellege, valamint a technikai fejlettség szintje hazánkban, mint a nyugati társadalmakban. A fiatal generációk közötti különbségeket erőteljesen láthatóvá tette az ifjúsági korszakváltás megkésettisége Magyarországon. A nyugati társadalmakban az 1950-es évek végén, az 1960-as évek elején elkezdődött az átmenet az iskolai ifjúsági korszakba, ami a ’80-as évek végére be is fejeződött. A korszakváltás az ifjúkor egyre nagyobb mértékű kitolódásával, az oktatásban töltött időszak meghosszabbodásával jellemezhető elsősorban (Gábor 2004). Ezzel szemben a kelet-európai társadalmakban az oktatás expanziójának megkésettiségevel összefüggésben csupán az 1980-as években indult meg és a ’90-es években gyorsult fel az ifjúsági korszakváltás. A ’80-as években a magyar fiatalság nem a ’80-as évek német fiataljaira hasonlított, hanem az ’50-es évek német fiatalságára.

Ugyanez a megkésettiség jellemző a tömegkommunikációs eszközökkel való ellátottság esetén is. Hazánkban a Baby Boomer generáció derékhada kevésbé jellemezhető a „TV-generáció” címkével, mint a nyugati társadalmak ugyanezen nemzedéke. Magyarországon a televíziózás 1957. május elsején indult hivatalosan, heti három napon sugároztak adást, a filmek mellett sport- és színházi közvetítéseket. 1958-ban 16 ezer előfizető volt mindössze, csupán 1967-ben haladta meg az előfizetők száma az egymilliót.⁶ A televízió hazánkban erőteljesebb hatást gyakorolt a Baby Boomereket követő X generáció tagjaira. Magyarországon az Y generáció tagjai hozták be a korábban felhalmozott lemaradást. A nemzedék tagjai jellemzően már a rendszerváltás után élik meg fiatalságukat, a kereskedelmi és műholdas televíziózás elterjedése, majd a mobiltelefon, a számítógép és az internet megjelenése és elterjedése kíséri végig ezt az időszakot az életükben.

Az, hogy a generációk témája a reneszánszát éli az elmúlt évtizedekben, több okra is visszavezethető. Corsten a *The Time of Generation* című tanulmányában többek között hangsúlyozza a fejlett társadalmakban lezajlott

⁶ Forrás: A Magyar Televízió története: <http://mek.oszk.hu/02100/02185/html/516.html> (utolsó letöltés: 2015. 03. 19.)

individualizációs folyamatot és a reflexív modernizációt, melynek következtében a kollektív identitások egyre jelentéktelenebbé válnak (Corsten 1999: 249). McCrindle pedig kiemeli, hogy „*Az emberek gyakran jobban hasonlítanak arra az érára, amiben felnőnek és élnek, mint a szüleikre*” (McCrindle 2009: 6). A fiatal generációkat mindem érában nagyjából hasonló vonások jellemzik: kísérletező életmód, a tekintély megkérdőjelezése, határok feszegetése, lázadás. Napjainkban a technológia, a tömegmarketing, a popkultúra és a politika jelenti a szignifikáns különbséget a korábbi ifjúsági kultúrákhoz képest McCrindle véleménye szerint. Mindezek azonban nem hagyják érintetlenül az idősebb generációk életmódját sem.

A generációk szabadidős tevékenységének vizsgálatához a különböző szabadidős tevékenységek kategorizálását Falussy Béla (2004) klasszifikációját alapul véve végeztem el, a tevékenységeket a cselekvés helye, módja és jellege alapján a következő csoportokba sorolom:

I. *A képernyőkön túl töltött szabadidő:*

- kultúraközvetítő intézmények látogatása (színház, mozi, múzeum, kiállítás, hangverseny, operalátogatás);
- társas szabadidőtöltés (baráti, családi együttlétek, társas programok);
- otthoni szabadidőtöltés, házon belüli kulturálódás (olvasás, rádió- és zenehallgatás, hobbitevékenységek végzése);
- „szabadlevegős” tevékenységek (mozgás, sport, kirándulás, horgászat, kertészkedés);
- egyéb szabadidős tevékenységek (önkéntes segítőmunka, politikai és civil szervezeteknél végzett munka, vallásgyakorlás, kocsmába, kávéházba járás, háziállat gondozása)

II. *A képernyőkön innen töltött szabadidő:*

- tévézés, videózás, DVD filmek megtekintése;
- számítógép-használat, internetezés.

Azokat a tevékenységformákat vontam be az elemzésbe, amelyek során a magas- vagy a tömegkultúra valamely alkotásának befogadása történik, továbbá olyan tevékenységeket, amelyek a társas szabadidőtöltéshez kapcsolódnak, különböző kulturális magatartásformákat jelenítenek meg, valamint azokat az aktív szabadidős elfoglaltságokat, amelyek cselekvő részvételt, fizikai és szellemi aktivitást, a személyes élettérből való kimozdulást implikálják.

Az időmérleg-adatbázisból a kiemelt tevékenységekre⁷ vonatkozó adatokat, továbbá a szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó „A”, „B” és „C” mutatókat⁸ használtam fel.

⁷ A szabadidő eltöltésének számtalan módja van. Az időmérlegnaplók alapján legjobban elemezhető adatokat a tévézésről és az olvasásról lehet nyerni. Hogy a többi szabadidős elfoglaltságról is képet kaphassunk, a személyi kérdőíven szerepel a kiemelt tevékenységekre vonatkozó kérdés, ahol azt kell megadni, hogy az egyes tevékenységet végezte-e a megkérdezett az elmúlt 3 hónapban vagy valamikor az elmúlt év során (KSH 2013: 7)

⁸ „A” mutató: a napi átlagos időfelhasználás perccadatok tartalmazó mutatója, amely a teljes népesség (vagy népességcsoport) valamennyi vizsgált tevékenységére számított átlagidő, amelyek összege 1440 perc, azaz a nap 24 órája. „B” mutató: az adott tevékenységet végzők aránya. „C” mutató: a tevékenység végzésének átlagos időráfordítása, percben kifejezve.

A generációk szabadidős struktúrája

A 2009/2010. évi időmérleg adatai szerint a 15–74 éves népesség rendelkezésre álló napi idejének csaknem felét fiziológiai szükségleteinek⁹ kielégítésére fordította, egyharmadát a társadalmilag kötött tevékenységekre¹⁰ tették ki, a maradék egyötöd jutott szabadon végzett tevékenységekre.¹¹ Az elmúlt évtized leginkább szembevetendő változása az időfelhasználást tekintve a fiziológiai szükségletek arányának növekedése volt (1. táblázat). A társadalmilag kötött tevékenységekkel töltött idő 17 perccel csökkent a tíz évvel korábbi mérés adataihoz képest, szabadidős elfoglaltságokra 12 perccel jut kevesebb. A munkával töltött idő csökkenését azonban nem a szabadidős tevékenységek bővítésére, aktív vagy passzív pihenésre, rekreációra használják fel a társadalom tagjai, hanem a test kényeztetésére.¹²

1. táblázat: A 15–74 éves népesség napi átlagos időfelhasználásának alakulása tevékenységi főcsoportok szerint

Tevékenységi főcsoport	1990/2000		2009/2010	
	perc	%	perc	%
Társadalmilag kötött tevékenység	478	33,2	461	32,0
Fiziológiai szükségletek kielégítése	683	47,4	712	49,4
Szabadon végzett tevékenység	280	19,4	268	18,6
Összesen	1440	100	1440	100

Forrás: KSH (2013: 3).

A viszonylagos szabadsággal megválasztott elfoglaltságokkal tölthető idő mennyisége és milyensége szorosan összefügg az egyén társadalmi munkamegosztásban betöltött pozíciójával, azzal, hogy aktuálisan milyen életszakaszban, milyen élethelyzetben van, továbbá alapvetően befolyásolja a társadalmi nem. Jellemzően az aktív korosztályoknak van a legkevesebb szabadideje, akik dolgoznak, gyermeket nevelnek, háztartást látnak el, illetve a döntően nyugdíjasokból álló korosztály tud átlagosan naponta legtöbb időt különböző szabadidősnek tekintett foglalatosságokkal tölteni.

Az utolsó két időmérleg-felvétel közötti évtized alatt számottevő változás nem történt (1. ábra), továbbra is az X nemzedék tagjainak jut naponta átlagosan legkevesebb ideje szabadon végezhető tevékenységekre (2000-ben 243 perc, 2010-ben 231 perc), és a legtöbb kötöttségektől mentes időt a legidősebb, az Építők nemzedéke tudja szabadidős elfoglaltságokkal tölteni 2010-ben is csakúgy (328 perc), mint az ezredfordulón (344 perc).

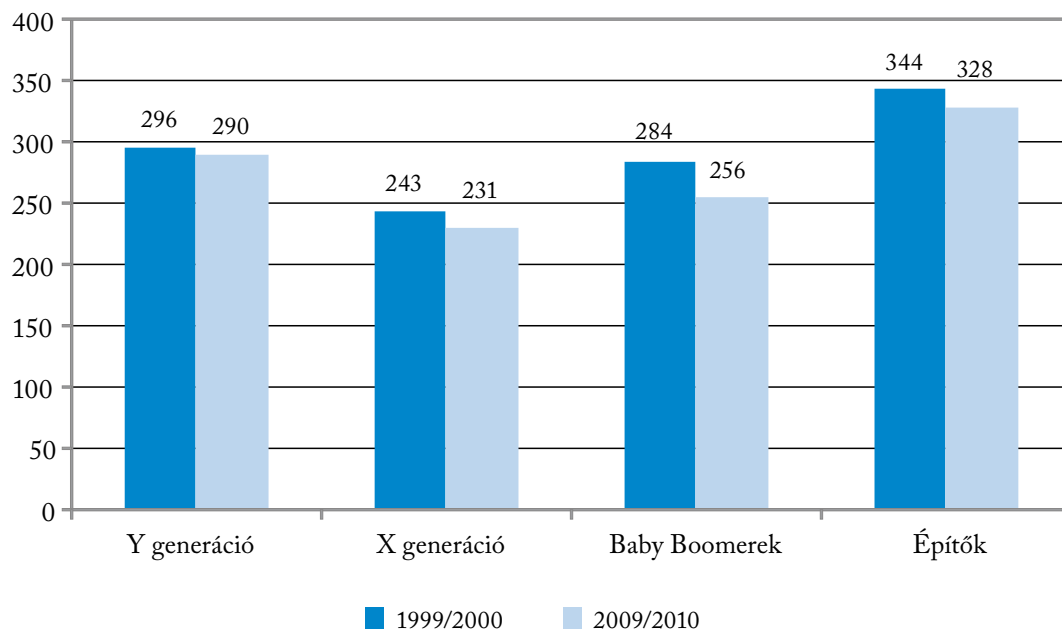
⁹ Fiziológiai szükséglet: kötött jellegű tevékenység, többnyire napi rendszerességgel, a társadalom többsége által végzett, a fiziológiai regenerációt szolgáló tevékenységek (alvás, étkezés, testi higiénia).

¹⁰ Társadalmilag kötött tevékenység: olyan tevékenységfajta, melyek végzése vagy nem végzése között nincs igazán szabad választás (jövedelemszerző tevékenység, tanulás, család ellátása, háztartási tevékenység, közlekedés).

¹¹ Szabadon végzett tevékenység: az előző két kötött időn túl fennmaradó idő, amelyben viszonylagos szabadsággal, alternatív módon választhatók a szellemi, lelki, fizikai rekreációt, feltöltődést szolgáló tevékenységek.

¹² Az elmúlt évtizedben az alvásra fordított idő 8 perccel csökkent, a testi higiéniára szánt idő 18 perccel növekedett, az étkezésre fordított idő 13 perccel emelkedett, a passzív pihenéssel töltött idő 5 perccel nőtt.

1. ábra: Szabadon végzett tevékenységekre fordított idő generációk szerinti megoszlása, „A” mutató (perc)



Az ezredfordulóhoz viszonyítva valamennyi generáció kevesebb szabad felhasználású időt tud 2010-ben beosztani úgy, hogy a pihenés segítse a feltöltődést, a rekreációt, hozzájáruljon az egészség megőrzéséhez és kielégítse a kulturális igényt is. A három fiatalabb nemzedék szabadidő-deficitje duplázódik, ahogy haladunk előre a generációk sorában: az Y nemzedék tagjai napi átlag 6 perccel tudnak kevesebb időt szabadidős tevékenységgel tölteni, mint 10 évvel korábban (az egész napjuk mintegy ötödét teszi ki ez a szabadidő), az Y generáció szabadidő-csökkenése 12 perc egy évtized alatt. A Baby Boomereknek csaknem fél órával kevesebb idejük van szabadon végzett tevékenységekre, mint az ezredfordulón (a teljes napjuk csupán 16 százaléka szabad idő), a legidősebb nemzedék tagjai pedig átlagosan negyedórával kevesebb szabadidőt osztanak be, mint korábban.

Képernyőkön túl töltött szabadidő

Az 1980-as évek végétől kezdve egyre inkább háttérbe szorultak az otthon végzett tradicionális tevékenységek (pl. kézimunkázás, barkácsolás) a szabadidő tevékeny felhasználása során, csökkent a tanulásra, az önképzésre és az olvasásra szánt idő mennyisége, és egyre népszerűbbé váltak az ún. „eljárós” programok. Ez a fellendülés 1993-tól erőteljes csökkenésbe váltott át, melyben komoly szerepet játszott a kulturális szolgáltatások árának jelentős és folyamatos emelkedése. Egyre jellemzőbbé vált a társadalom széles csoportjai esetében a beszűkülés, az otthonülő semmittevés (Tibori 2001: 521). Az ezredfordulóra a magyar lakosság kulturális, szórakoztató tevékenységekre fordítható szabad idejének négyötödét a tévézés, videózás, egytizedét a könyv- és újságolvasás tette ki, csupán egytized rész jutott egyéb tevékenységekre, melyekbe beletartozik a színház, a múzeum, a mozi és a hangversenyek látogatása is (Bárdosi–Lakatos–Varga 2003).

Legnagyobb különbség 2010-ben a generációk között a *moziba járás* esetében mutatkozik, ahová az Y tagjainak csaknem 60 százaléka látogatott el a lekérdezést megelőzően, míg az X nemzedék tagjai közül csak feleannyian (30%), a Baby Boomerek mozilátogatási aránya feleződött ehhez képest, és még az ő alacsony látogatási arányukat (14%) is megfelezték az utánuk jövő Építők (7%). Az ezredfordulón az akkori Y generáció minden egyes tagja volt legalább egy alkalommal moziban, illetve az X generáció mutatott olyan moziba járási gyakoriságot, mint 2010-ben az Y (*Függelék, F1. és F2. ábra*).

Kis különbség tapasztalható a nemzedékek között 2010-ben a *klasszikus kultúrafogyasztás* területén: alacsony részvételi szinten viszonylag kiegyenlített. A lekérdezést megelőző évben az Y generáció tagjainak harmada járt színházban, az őket követő harmincasok csaknem negyede (23%) és a két idősebb nemzedék tagjainak ötöde (19% és 20%). A komolyzene és a képzőművészet fogyasztásában a három harmincon túli generáció azonos részvételi arányt képvisel: mind az X, mind a Baby Boomerek és az Építők tagjainak csaknem ötöde (18%) járt az intézményekben legalább egy alkalommal, míg a tízen- és huszonévesek negyede (26%). Az ezredfordulón nem volt ennyire kiegyenlített a helyzet, lépcsőzetes csökkenés figyelhető meg a generációk sorában haladva, azonban az első lépcsőfok magasabbról indul, mint 2010-ben. A millenniumi évben a tízen- és huszonéves nemzedék több mint fele nézett meg legalább egy színdarabot, a harmincasok harmada, a BB nemzedék ötöde és az Építők tizede. A múzeumok, kiállítások látogatottsága hasonló volt 2000-ben, az általában kevésbé preferált hangverseny- és operalátogatás nem volt ennyire népszerű, egyik generáció esetében sem érte el a 20 százalékot a részvételi arány.

A klasszikus magaskultúra termékeinek fogyasztása alacsony részvételi arányokat mutat jelenleg és mutatott a korábbi időszakokban is,¹³ tehát a helyzet stabilizálódni látszik, ami felveti a kultúraátadás defektusait, a zenei műveltség- és ismeretterjesztés hiányosságait is – hangsúlyozza Tibori (2001).

A *szabadidő társas eltöltése* az egyik legnépszerűbb tevékenység a szabadon választható időtöltések között. A családi együttlétek, a barátokkal közös programok és a vendégfogadás valamennyi generáció életében fontos szerepet játszanak. Vendégszerető nemzetnek tartja magát a magyar, a vendéglátással kapcsolatos hagyományokat tükrözik az időmérlegadatok is. A *vendégeskedés* valamennyi generáció szabadidős tevékenységszerkezetében kiemelt szerepet játszik, a közé a néhány tevékenységforma közé tartozik, amelynek gyakorisága nem esett vissza jelentősen az ezredforduló óta eltelt időszakban,¹⁴ továbbá nincs jelentős különbség az egyes generációk között a vendégvárás és vendégségbe menés esetében; a részvételi arány nem csökken dinamikus az életkor emelkedésével párhuzamosan, ellentétben a szabadidős tevékenységek döntő többségével. Hasonló a helyzet a barátok társaságában töltött idő esetében, amely valamennyi generáció szabadidős szerkezetében hangsúlyosan jelenik meg, de a legfiatalabbak számára a legmeghatározóbb. Az Y generáció csaknem valamennyi tagja (91%) szervezett programot barátaival a felmérést megelőző évben. Az utánuk következő X nemzedék háromnegyede (77%) és a két idősebb nemzedék tagjainak is több mint fele töltötte szabadidejét baráta társaságában (61 és 55%) 2010-ben.

¹³ Az ezredfordulón az X generáció tagjainak harmada járt múzeumban és kiállításon, tizede operában. A Baby Boomerek 28%-a kiállításon, múzeumban és 9%-a operában. Az Építők 15%-a volt kiállításon, múzeumban és 6 százaléka operában.

¹⁴ Az 1999/2000-es vizsgálat idején az Y és X generáció minden egyes tagja járt vendégségben, a Baby Boomerek 94%-a, az Építők 70%-a (*Függelék, F2. ábra*).

A társas szabadidőtöltés közkedvelt formája *a társasjátékozás, a kártyázás, a sakkozás*, a barátok és családtagok közötti játékos versengés különböző formái. A harmincasok és az Y generáció tagjai között a legnépszerűbb a társasjátékozás, a nemzedékek tagjainak több mint fele játszott a lekérdezést megelőző évben (60% és 59%), őket némiképp lemaradva követi a két idősebb generáció (38% és 37%). Az ezredfordulóhoz képest valamennyi generáció aktivitása emelkedett a társasjátékokat tekintve, különösen az X generációé; 2000-ben minden harmadik harmincas játszott, 2010-re ez megduplázódott. 2000-ben az Y generáció tagjainak 43 százaléka, a Baby Boomerek több mint negyede (27%) és az Építők 17 százaléka játszott valamilyen társasjátékot a felmérést megelőző év során.

A *gyermekkel és unokával való szabadidőtöltés* az a tevékenységfajta, amelyet szignifikánsan befolyásol az életkor, a generációhoz tartozás ténye. Az életkoruknál fogva a legfiatalabb korosztályra jellemző legkevésbé ez a tevékenység,¹⁵ és a részvételi arány fokozatosan emelkedik az életkor előrehaladtával. A gyermek társaságában játékkal töltött szabadidő az X generáció esetében a leginkább hangsúlyos 2010-ben (67%), ami jelentős változás az ezredfordulóhoz képest. A legidősebb nemzedék tagjai hozzájuk hasonló időmennyiséget töltenek unokáik társaságában (63%), és a Baby Boomerek csaknem felének is megjelenik szabadidős tevékenységszerkezetében az utódokkal való játék (49%).

Lényegesen ritkábban jelenik meg a struktúrában mindkét vizsgált időpontban a gyermekekkel, unokákkal töltött szabadidő *anyag ráfordítással terhelt változata*, a különféle fizetős programok látogatása. Mindkét időpontban leginkább az X generáció tagjai tudnak áldozni (pénzt, időt) állatkertre, bábszínházra, cirkuszi előadás megtekintésére (2000-ben és 2010-ben is harmaduk), az ezredfordulón legkevésbé a legidősebb nemzedék tagjai engedhették meg maguknak ezt a fajta kikapcsolódást, 2010-ben már a legfiatalabbak közül vesznek részt legkevesebben ebben a tevékenységben (csupán 5%).¹⁶

A mozi mellett leginkább népszerűek a könnyed kikapcsolódásra lehetőséget nyújtó *szórakozóhelyek látogatása*. Ezek a létesítmények fontos helyszínei a társas együttlétnek, a közösségi élményeknek is, így a mindennapok kultúrájának meghatározó platformjai. A szórakozóhelyek látogatása jellemzően a fiatalok, az Y generáció kedvelt szabadidős elfoglaltságai közé tartoznak. Az életkorral előrehaladva egyre meredekebben csökkenő részvételt tapasztalhatunk mindkét vizsgált időpontban, azonban a részvételi arányok között jelentős különbségek vannak (a legidősebb generáció kivételével). Az ezredfordulón a tízen- és huszonevesek közül csaknem mindenki (92%) eljutott legalább egy alkalommal egy évben valamilyen szórakozóhelyre, tíz évvel később már az Y generációnak csak a háromnegyede (71%). A harmincasoknál még jelentősebb a visszaesés: 2000-ben még a nemzedék tagjainak több mint fele (59%) volt zenés-táncos szórakozóhelyen kikapcsolódni, egy évtizeddel később már csupán negyedük (26%). A negyvenesek, ötvenesek esetében is számottevő a csökkenés: 2010-ben már csupán tizede volt szórakozni a generációnak, míg korábban csaknem harmada szánt időt a kikapcsolódásnak erre a fajtájára (28%).

¹⁵ 2000-ben 5%, 2010-ben 14%-a a generációnak töltötte csupán a szabadidejét legalább egy alkalommal játékkal gyermek társaságában.

¹⁶ A 2000-es időméréshez képest az Y generáció és a Baby Boomerek fizetős gyermekprogramokat érintő aktivitása a felére esett vissza (Y: 13-ról 5%-ra, BB: 33%-ról 15%-ra). Az X generáció esetében kis növekedés tapasztalható (29-ről 32%-ra), a legidősebb nemzedék tagjai közül pedig csaknem háromszor annyian áldoztak ilyen jellegű szabadidős tevékenységre 2010-ben, mint az ezredfordulón (7%-ról emelkedett 19%-ra).

A *kocsmák, presszók és kávéházak* jellemzően nem csupán a fiatalságot tekintik célközönségnek, ennek megfelelően nem is mutatkoznak a fentihez hasonló éles különbségek a generációk összevetésében, azonban a részvételi arányok csökkenése hasonló a két időpont között, mint a szórakozóhelyek esetében. Az ezredfordulón a két fiatalabb generáció részvételi aránya között nincs jelentős eltérés (Y: 87%, X: 73%), viszont tíz évvel később a részvételi arányok számottevő mérséklődése mellett az is szembevetendő, hogy az X generáció kávéházba, kocsmába járási aránya nem a tőlük fiatalabb, azaz az Y, hanem az idősebb, a Baby Boomerek részvételi arányához hasonlít. Legkevésbé a legidősebb nemzedék szokásai változtak ezen a területen: 2000-ben csaknem ötödük, tíz évvel később tizedük volt legalább egy alkalommal kávéházban vagy presszóban.¹⁷

A „szabadlevegős” *tevékenységeknek*, a mozgásnak, sportnak és kirándulásnak egyre jelentősebb szerepe van az egészségtudatos életmód kialakításában, mely a 20. és 21. század életmódbeli változásainak ártalmas hatásait hivatott ellensúlyozni. Egyre nagyobb hangsúlyt és nyilvánosságot kap az egészség megőrzése, a testi-lelki harmónia fontossága, az egészségtudatos életmód és táplálkozás, valamint a fizikai rekreáció lényegessége. A „szabadlevegős” tevékenységek végzése nem csupán anyagi, társadalmi és kulturális élethelyzet függvénye, de erőteljes befolyással van rá az egyén életkora és egészségügyi állapota is, különös tekintettel a sportolásra. Ez a vitális adottságok által leginkább meghatározott tevékenységcsoport, amely a fizikum karbantartása révén, továbbá a társas és kulturális szükségletek kielégítésére irányuló tevékenységekkel együtt, a szabadidő optimális felhasználását teszi lehetővé. A rendszerváltozás előtt az időmérlegben viszonylag kis súllyal jelent meg a szabadban való mozgás. A nemi különbségek mellett a társadalmi helyzet is befolyásolta az időráfordítást: elsősorban a férfiak és az értelmiségiek áldoztak szabadidejükben ezekre a tevékenységekre (Andorka–Falussy–Harcza 1990: 203).

A *kirándulás, a horgászat* elsősorban a fiatalabb generációk szabadidős programja, de a két időmérleg-felvétel időpontja között eltelt 10 év jelentős változást hozott ezen a területen is – kivéve a legidősebb generációt: az Építők nemzedékének harmada volt kirándulni, horgászni az ezredfordulón és tíz évvel később is. A két fiatalabb generáció azonban jóval kevesebb időt fordít erre a kikapcsolódási formára 2010-ben, mint korábban: 2000-ben a két nemzedéknek csaknem minden tagja járt kiránduláson vagy pihent vízparton, tíz évvel később már csak a nemzedék fele. A Baby Boomereknek csak harmada szánt erre a pihenési formára időt, míg korábban csaknem háromnegyedük (70%).

A *sportrendezvények látogatása nézőként* és az egyénileg végzett *sportolás, testedzés* csaknem azonos arányban jelenik meg a szabadidős tevékenységek között. A sportrendezvények nézőként való részvétel jellemzően hétféle program, ahol elsősorban a fiatalabb generációk jelentik a nézősereget, a szurkolókat, de az idősebb nemzedék tagjai is részt vesznek ezeken az eseményeken – 2010-re a legidősebb generáció tagjai növekvő arányban. A három fiatalabb nemzedék részvétele a többi „képernyőn túli” elfoglaltságokhoz hasonlóan a sportrendezvényeken is csökkent a tíz év alatt,¹⁸ legnagyobb mértékben a legfiatalabb, az Y nemzedék esetében (2000-ben még 69%, 2010-ben már csupán 42%-uk látogatott ki valamilyen sporttal kapcsolatos eseményre).

¹⁷ Az ezredfordulóhoz képest jelentős csökkenés tapasztalható 2010-re: szórakozóhelyen az Y generáció tagjainak 92%-a járt 2000-ben, az X generáció tagjainak 59%-a, a Baby Boomereknek csaknem harmada (28%). A kocsmák, kávéházak és presszók látogatása esetében még jelentősebb a visszaesés: az Y generáció tagjainak 87%-a, az X tagjainak 73%-a és a Baby Boomerek fele (51%) járt kocsmában, presszóban vagy kávéházban 2000-ben, tíz évvel később az Y tagjainak fele, az X harmada és a Baby Boomerek ötöde.

¹⁸ 2000-ben az X generáció 44%-a, a BB harmada, 2010-ben az X nemzedék harmada, a BB ötöde járt sportrendezvényen.

A *rendszeres testedzés* feltételezi a megfelelő egészségügyi állapotot, az optimális fizikai erőnlétet, ezért elsősorban a fiatalabb korosztályok szabadidős tevékenységszerkezetében jelenik meg nagyobb súllyal – ugyanakkor kiemelném az ezredforduló óta lezajlott változásokat. Noha a fentieknek megfelelően a két fiatalabb generáció az aktívabb testedző, 2010-re 13 százalékkal csökkent azok aránya az Y, és 6 százalékkal az X generáció tagjai között, akik legalább egy alkalommal sportoltak valamit a lekérdezést megelőző évben. A két idősebb generáció tagjai között viszont nőtt azok aránya, akik az aktív pihenésnek ezt a fajtáját választották.¹⁹

A *kerti munkálatok* azon szabadidős tevékenységek közé tartoznak, ahol az idősebb nemzedékek aktivitási túlsúlya figyelhető meg. Ez a fajta szabadidős tevékenység nem elsősorban életkor, hanem lakóhely függvénye, a panellakásban, lakótelepen, tömbházban élők rendszerint kiszorulnak ebből a foglalatosságból. Az életkor emelkedésével párhuzamosan növekszik a kertészkedésben résztvevők aránya a millennium évében. 2010-ben az Y generáció tagjai közül minden második tevékenykedik a kertben legalább egyszer, a három idősebb nemzedék tagjai pedig csaknem egyforma arányban vesznek részt ebben az elfoglaltságban (több mint 60%). A kertészkedés azon kevés számú tevékenység közé tartozik, ahol az idősebb korosztályok „leelőzik” a fiatalabb nemzedékeket.

A *házi kedvencek tartása* és gondozása, a velük való játék és törődés népszerű szabadidős elfoglaltság, itt tapasztalható a legkisebb különbség a nemzedékek között. Valamennyi generáció esetében meghaladja az 50 százalékot azok aránya, akik ráérő idejüket kutyájukkal, macskájukkal, háziállataikkal is megosztják.

Az *egyházi, civil* vagy *politikai szervezetek* működésében való részvétel, az *önkéntes munka* a legalacsonyabb részvételi arányokat mutató tevékenységforma, ahol egyik generáció esetében sem éri el 10 százalékot a résztvevők aránya, akik legalább egy alkalommal közreműködtek valamely szervezet munkájában 2010-ben. Az ezredfordulón az önkéntes, segítő munkában való részvételt vizsgálták, a szervezet profiljának megjelölése nélkül. A legfiatalabb nemzedék tagjai voltak a legaktívabbak, csaknem ötödük végzett ilyen jellegű tevékenységet, majd az életkor előrehaladtával ritmikusan csökkent az elfoglaltságban való részvétel.

Az életkor emelkedésével párhuzamosan növekszik a vallásukat gyakorlók aránya az adatok alapján. *A vallás²⁰ a legidősebb generáció számára fontosabb, 40 százalékuk vett részt a hitéletben 2010-ben, míg az eggyel fiatalabb nemzedék tagjainak harmada, a harmincasok negyede, valamint az Y generáció tagjainak ötöde.*

1963-ban még az *olvasás* és a *tanulás* állt a szabadidő – ranglista élén, a férfiaknál hangsúlyosan magas időátlaggal: átlagosan 54 percet fordítottak könyvekkel való foglalatosságra (Falussy–Vukovich 1996: 81). Az olvasás népszerűségének csökkenése egyenesen arányos a televíziózás elterjedésével, a képi kultúra erősödésével, és talán nem vall túl élénk fantáziára a további csökkenés feltételezése a vizualitás kultúrájának további térnyerésével, az IKT-eszközök további széles körű elterjedésével a háztartásokban, melyek – elsősorban a fiatal generációk esetében – a szabadidős mező szélére tolják a könyvespolcokat a tartalmukkal együtt.

A három utolsó időmérleg-felvétel adatai szerint a *könyvolvasással* töltött idő két évtized alatt 40 százalékkal (5 perccel) csökkent, bár az utóbbi tíz évben ennek üteme csökkent (KSH 2013: 17). A 2. táblázat adatai az *olvasásra* szánt idő *extenzív és intenzív csökkenését* egyaránt mutatják – kivételt képez ez alól a legidősebb nemzedék. A legnagyobb visszaesés a legfiatalabb generáció esetében mutatkozik. Az Y generáció tagjai fele-

¹⁹ A BB tagjainak ötöde végzett valamilyen sporttevékenységet 2000-ben (19%), 2010-ben negyede, az Építőknek 2000-ben 8%-a sportolt, 2010-ben csaknem ötöde (18%).

²⁰ A 2000-es személyi kérdőív nem tartalmazott vallásra vonatkozó kérdést.

annyi időt szánnak átlagosan olvasásra 2010-ben, mint egy évtizeddel korábban. Az Építőkön kívül valamennyi nemzedék esetében a napi átlag 10 perc alá esett 2010-re a könyvolvasásra szánt idő, és csak a legidősebb generáció tagjai között haladta meg a 10 százalékot a lekérdezést megelőző napon könyvet olvasók aránya (11,3%). Legkevesebbet és legkevesebben a két fiatalabb generáció tagjai olvasnak, a legidősebb Építők pedig dupla annyian dupla annyit, mint a tízen- és huszonévesek. A „C” mutatók az olvasásra szánt időmennyiség csökkenését mutatják. Amennyiben egy tízen-huszonéves könyvet vesz a kezébe olvasás céljából, tíz perccel kevesebb időt fordít rá, mint egy évtizeddel korábban. A tőlük idősebb három generáció tagjai pedig valamennyien csaknem fél órával kevesebb időt szánnak a kikapcsolódásnak és a művelődésnek erre a formájára, mint az ezredfordulón. Legkevesebb időt az X generáció tagjai tudnak olvasásra használni, átlagosan egy órát (63 perc); legtöbb ideje a legidősebb korosztálynak jut olvasásra 2010-ben: 84 percet szánnak rá a szabadidejükből.

2. táblázat: Könyvolvasásra vonatkozó adatok idősoros összehasonlítása generációk szerint

1999/2000				2009/2010			
Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)	Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)
Y generáció	10	11,3	87	Y generáció	5	5,7	76
X generáció	7	8,1	87	X generáció	5	6,2	63
Baby Boomerek	10	10,2	96	Baby Boomerek	8	8,1	72
Építők	12	11,1	111	Építők	12	11,3	84
Összesen	10	10,0	95	Összesen	7	7,8	74

2000: $N=37\,272$; 2010: $N=7442$.

„A” mutató, 1999/2000: $\eta^2=0,049$, $p<0,00$, $F=30,085$; 2009/2010: $\eta^2=0,085$, $p<0,000$, $F=18,147$.

„B” mutató, 1999/2000: $\eta^2=0,043$, $p<0,000$, $F=23,353$; 2009/2010: $\eta^2=0,077$, $p<0,000$, $F=14,700$.

Összefoglalásként megállapítható, hogy 2010-re a szabadidő eltöltésének a takarékoskodást szem előtt tartó, költségkímélő formái váltak jellemzővé, az anyagi kiadásokkal, kimozdulással, utazással járó programok esetében jelentős visszaesés tapasztalható a millenniumi évhez képest. Leginkább az otthoni szabadidő-eltöltési formák dominálnak, emelkedett a népszerűsége a társas szabadidő-eltöltési formáknak, ugyanakkor tovább csökkent az olvasásra fordított idő mennyisége a fiatalabb generációk körében. Legaktívabb továbbra is a legfiatalabb generáció, szabadidejüket mozgalmasan, tevékenyen és sokszínűen töltik, sokat vannak társaságban, kirándulnak, sportolnak, szórakoznak, kulturaközvetítő intézményekbe is eljárnak – de már jóval kisebb arányban, mint az ezredfordulón. Szabadidő-eltöltési szokásaik az ezredfordulós X generációhoz teszik őket hasonlatossá.

Az X nemzedék házon kívüli, „eljárós” programjainak gyakorisága megfeleződött az évtized alatt, a Baby Boomerek generációjában csak kismértékű visszaesés történt a házon kívüli szabadidős elfoglaltságok esetében, továbbá a legfiatalabb nemzedék mellett a legidősebb az, ahol a legnagyobb mértékű változások következtek be, de ellentétes előjellel. Az Építők tagjai közül az ezredfordulóhoz képest jóval többen nyilatkoztak úgy, hogy leg-

alább egy alkalommal voltak színházban, könyvtárban, vendégségben, sportolni, sportrendezvényen nézőként, étkeztek vendéglátóhelyen, társasjátékoztak vagy vitték el unokájukat bábszínházba vagy cirkuszba.

Képernyőkön innen töltött szabadidő

A szabadidő otthoni eltöltése egyre vonzóbb lehetőséggé vált az infokommunikációs eszközök, a szórakoztató elektronika és a médiaipar fejlődése révén. Már nem csupán a „jobb híján” kategóriába tartozik a házon belüli szabadidőtöltés, reális alternatívájává vált az „eljárós”, házon kívüli programoknak a technológia fejlődésével. Az elmúlt évtizedben sorra jelentek meg a háztartásokban a modern audiovizuális eszközök, melyek használatával lehetővé vált az „élményszerű” kulturális fogyasztás az otthon falai között is, tovább csökkentve a kultúraközvetítő intézmények látogatása iránti igényt. A technológiai fejlődés hatására, mely megszabja a kultúrával való találkozás végpontjait is, a fogyasztók jó része visszavonult a nyilvános, közösségi térből, és a lakásában, kényelmes körülmények között, jó minőségben kaphatja meg azt, amit keres, amit szeret.

Castells az „elektronikus otthonoknak” nevezett új életstílus két kritikus vonását hangsúlyozza: az otthonközpontúságot és az individualizmust. Egyrészt az európai és amerikai otthonok gyarapodó elektronikus felszereltsége növelte a kényelmet, lehetővé tette, hogy az emberek otthonuk biztonságából kapcsolatba kerüljenek az egész világgal. Megnőtt az otthon töltött idő mennyisége, és a hordozható kommunikációs készülékek lehetővé teszik, hogy az egyes családtagok időben és térben a nekik megfelelő módon szervezzék a saját dolgaikat, életüket. Az elektronika segíti és egyszersmind át is alakítja az egyén életvitelét, gondolkodását. A tévézés dominanciájával kapcsolatosan a két faktor hatását hangsúlyozza: a fárasztó munkanap végén a lazítás szükségességét, továbbá a személyes kulturális részvétel egyéb lehetőségeinek hiányát (Castells 2005: 437).

Magyarországon 1993-ban a *tévézés* ideje meghaladta a tévémentes szabadidő mértékét (Falussy 2004: 17). 1963-ban még a szabadidős ranglista harmadik helyén állt a rádiózással együttesen, átlagosan napi 10 percet fordítottak rá a férfiak és 20 percet a nők. A '80-as évektől a tévézés egyre nagyobb hányadot szakított ki a rendelkezésre álló szabadidőből, egyre több fontos aktív feltöltődési forma került fokozatosan háttérbe. Bekövetkezett a szabadidő alapvető szerkezeti megosztottsága a tévé előtt töltött időre és az összes egyéb aktív elfoglaltságra fordított időre. A tévézéssel töltött időnek az összes szabadidőn belüli aránya a férfiak esetében először 1993-ban haladta meg az 50%-ot, a nők körében már 1977-ben szombaton 54 százalék volt (uo.: 23), 2000-ben már a szabadidő 58 százalékát kötötte le a tévézés (Bukodi–Harca–Vukovich 2004).

A 3. táblázat adatai alapján extenzív és intenzív csökkenés is megfigyelhető a két időmérleg-felvétel időpontja között valamennyi generáció esetében: mindegyik generáció több mint 20 perccel csökkentette a napi átlagos tévézéssel töltött idejét,²¹ de továbbra is a *televíziózás jelenti a legfőbb és a legtöbb időráfordítással járó szabadidős elfoglaltságot. Legtöbb időt a legidősebb nemzedék tölti a készülék előtt, átlagosan szabadidejük 58 százalékát fordítják tévéműsorok megtekintésére 2010-ben (191 perc), korosztályuk 94 százaléka tévézett a lekérdezést megelőző napon.*

²¹ Legnagyobb mértékben az Y generáció csökkentette a tévézéssel töltött idejét: napi átlag 35 perccel tévéznek kevesebbet 2010-ben. Az X generáció 27 perccel, a Baby Boomerek 23 perccel, az Építők 21 perccel kevesebb időt töltenek a készülék előtt szabadidejükben az ezredfordulóhoz képest.

3. táblázat: Televíziózásra vonatkozó mutatók generációk szerinti megoszlása

1999/2000				2009/2010			
Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)	Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)
Y generáció	136	81,2	167	Y generáció	101	71,8	140
X generáció	142	86,9	164	X generáció	115	82,3	139
Baby Boomerek	173	90,7	190	Baby Boomerek	150	88,3	170
Építők	212	93,5	226	Építők	191	94,0	203
Összesen	165	88,0	187	Összesen	139	84,6	163

Legkevesebb időt a legfiatalabb generáció tölt tévézéssel 2010-ben – ahogy az ezredfordulón is – napi átlag 101 percet, azaz szabadidejük csaknem harmadát. A generáció tagjainak csaknem 30 százaléka egyáltalán nem kapcsolta be a készüléket a lekérdezést megelőzően, aki mégis megtette, átlagosan 140 percig élvezte a csatornák kínálatát. Az őket követő harmincasok több mint 80 százaléka napi átlag két órát tölt tévézéssel, a negyvenesek és ötvenesek pedig további fél órával „emelik a tétet”, képernyő előtt töltött időt (150 perc). A két fiatalabb generáció televíziózási szokásai között nincs jelentős eltérés, a két idősebb nemzedék tagjai pedig egyre nagyobb arányban, egyre több időt töltenek a képernyő előtt.

A szabadidőben videózással töltött idő (4. táblázat) esetében fordított tendenciát figyelhetünk meg: az életkor emelkedésével csökken a videózással töltött idő mennyisége és a tevékenységben résztvevők aránya, azaz a videózás az idősebb generációk számára meglehetősen súlytalan szabadidős tevékenység, ennek oka lehet a készülék hiánya, a készülék működtetéséhez szükséges szakértelem hiányossága, illetve az érdektelenség.

Legtöbb időt a legfiatalabbak töltenek ezzel a szórakozási formával, és csak az Y generáció esetében haladja meg a napi átlag 10 percet a videózással töltött idő.

4. táblázat: Videózásra vonatkozó adatok generációk szerinti megoszlása, 2009/2010 ($N=74429$)

Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)
Y generáció	12	9,5	124
X generáció	4	3,8	113
Baby Boomerek	2	1,5	113
Építők	1	0,8	89
Összesen	5	3,6	110

„A” mutató: $\acute{e}ta=0,155$, $p<0,000$, $F=61,193$.

„B” mutató: $\acute{e}ta=0,166$, $p<0,000$, $F=70,523$.

„C” mutató: $\acute{e}ta=0,124$, $p<0,248$, $F=1,385$.

A televízió-központú, egysíkú szabadidő-struktúrát kezdte el árnyalni a *számítógépek* és az *internet megjelenése* a háztartásokban az ezredfordulót követően. 2000-ben a magyar háztartások internetpenetrációja – a különböző kutatási adatokat figyelembe véve – 18–20 százalék közötti volt,²² 2010-ben már a 14 évnél idősebb lakosság 53 százaléka internetezett (NMHH 2012). Megoszlásuk egyenlőtlen a különböző társadalmi csoportokban: a nők, az alacsony iskolai végzettségűek és az idősek között alacsonyabb a nethasználók aránya. *A hozzáférés dimenziójában értelmezett digitális egyenlőtlenség* esetében alacsony penetrációs szint mellett nagyobb társadalmi különbségek mutatkoznak, mint nagyobb elterjedtség esetén, de a különbségek így is tisztán kirajzolódnak (Angelusz–Fábián–Tardos 2004: 311).

2000-ben a háztartások 14 százalékában volt személyi számítógép, majd lassú növekedés után beindult a bővülés trendje, és a háztartások komputeres ellátottsága 2010-re az ötszörösére emelkedett, már a megkérdezettek 71 százaléka számolt be számítógép birtoklásáról, amikor is újabb IKT-eszközök váltak elérhetővé: okostelefon, tablet, e-könyv olvasó, internetezésre alkalmas televízió és játékkonzol, amelyek tovább színesítették és szélesítették a felhasználók médiafogyasztási és szabadidő eltöltési lehetőségeit.

Az ezredfordulón végzett időmérleg-vizsgálat során a *válaszadók 11 százaléka* számolt be arról, hogy *van számítógépe*, 9 százalék nyilatkozott úgy, hogy jelenleg nincs neki, de szeretne. A mintába került háztartásfők 77 százaléka azt az álláspontot képviselte, hogy nincs a háztartás tulajdonában számítógép, és *nem is akarja, hogy legyen*.²³ Az információs társadalomtól távol tartó materiális és kognitív gátak²⁴ jelentős része egy évtized alatt leomlott, a 2009/2010-es időmérleg-felmérés során a mintába bekerültek több mint fele (54%) használ számítógépet, és a háztartásoknak csupán 38 százaléka nem rendelkezik komputerrel (5. táblázat).

5. táblázat: Generációk számítógép-használata, 2009/2010 (%) (N= 8245)

Generáció	Szokott számítógépet használni?		Összesen
	nem	igen	
Y generáció	10	90	100
X generáció	25	75	100
Baby Boomerek	50	50	100
Építők	72	28	100

Az időmérleg adatai alátámasztják azt a tézist, hogy a digitális egyenlőtlenség elsődleges magyarázó faktora az életkor (Csepeli–Prazsák 2010b: 10), az idős és fiatal generációk komputerhasználata generációs szakadék meglétét mutatja. Az Y generáció tagjainak csupán tizede nem használja a számítógépet (vö. 5. táblázat), míg a legidősebb Építők nemzedékének csaknem háromnegyede (72%). A generációk sorában visszafelé haladva

²² Forrás: <http://ki.oszk.hu/kf/kfarchiv/2003/3/peterf2.html> (utolsó letöltés: 2015.03. 27.)

²³ 1999/2000 időmérleg: N= 11 000. A számítógép-használatra vonatkozó kérdéseket a háztartásfőknek tették fel.

²⁴ World Internet Project 2003-as felmérésében vizsgálták a kutatók, hogy milyen tényezők gátolják az embereket, hogy bekapcsolódjanak az információs társadalomba. Az adatok alapján elkülönítették a materiális gátakat, amelyek a számítógép hiányát és túlzott drágaságát hangsúlyozzák, illetve a kognitív gátakat: ahol a válaszadók arra hivatkozva maradnak távol az információs társadalomtól, hogy a számítógép „nem érdekli”, „nincs rá szüksége”, illetve „nem ért hozzá” (Dessewffy–Rét 2004: 336).

fokozatosan emelkedik a nem használók aránya, az X nemzedék negyede, a Baby Boomereknek már fele marad távol a számítógéptől.

Az *internethasználat mintázata* ehhez hasonló 2009/2010-ben (6. táblázat), legaktívabb használók az Y generáció tagjai (86% szörföl a neten), őket követi az X generáció, csupán harmaduk nem szokott internetezni szabadidejében, a Baby Boomerek több mint fele (54%) marad távol az információs társadalomtól, és legkevésbé a legidősebb Építők „gabalyodtak bele” a világhálóba (75%-uk nem nethasználó).

6. táblázat: Generációk internethasználata, 2009/2010 (%) (N= 7300)

Generáció	Szokott internetet használni?			Összesen
	nem	igen, önállóan	igen, segítséggel	
Y generáció	13	86	1	100
X generáció	29	69	2	100
Baby Boomerek	54	44	2	100
Építők	75	24	1	100

A két fiatalabb generáció esetében az internetezés bekerült a napi tízperces átlagot meghaladó tevékenységek közé (23 és 12 perc időtartammal), a két idősebb nemzedék tagjai szabadidejüknek csak csekély hányadát töltik a monitor előtt (napi átlag 6, ill. 5 percet). A használat intenzitásában nincs számottevő különbség a generációk között, aki felcsatlakozott a világhálóra, másfél órnyi időtartamot átlagosan ott is töltött (7. táblázat, lásd „C” mutatók).

7. táblázat: Internetezés generációk szerinti megoszlása, 2009/2010 (N= 4201)

Generáció	„A” mutató (perc)	„B” mutató (%)	„C” mutató (perc)
Y generáció	23	22,9	100
X generáció	12	13,4	89
Baby Boomerek	6	7,7	81
Építők	5	5,5	97
Összesen	11	11,8	92

„A” mutató: $\eta^2 = 0,169$, $p < 0,000$, $F = 72,947$.

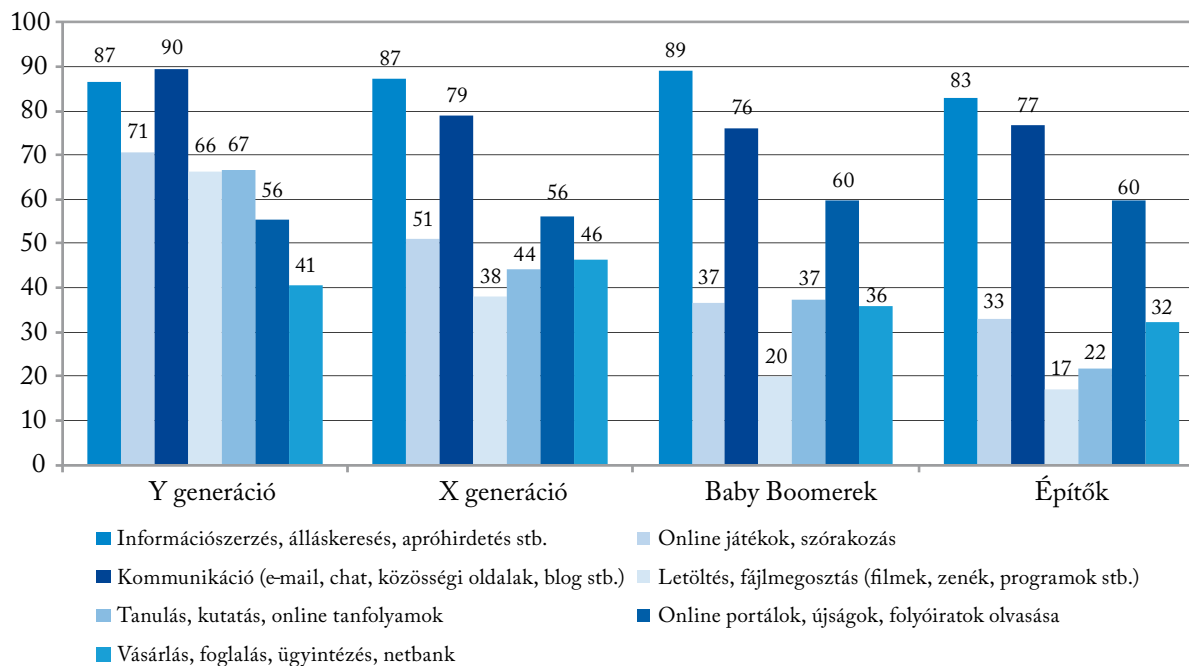
„B” mutató: $\eta^2 = 0,190$, $p < 0,000$, $F = 93,293$.

„C” mutató: $\eta^2 = 0,108$, $p < 0,016$, $F = 3,445$.

Az internethasználatban minőségi különbségeket figyelhetünk meg, az érdeklődés és igénykielégítés mögött generációs és szociokulturális különbségek húzódnak meg (2. ábra). Az információhoz való hozzájutás és a kommunikáció áll első helyen valamennyi generáció internetes gyakorlatában, tehát az információéhség kielégítésében nem tapasztalható jelentős különbség a nemzedékek között. A személyes kommunikáció, a kap-

csolatteremtés különböző online változataiban a legfiatalabb nemzedék a legaktívabb, 90 százalékuk használja ki az internet nyújtotta lehetőségeket. A többiek kissé lemaradva követik a fiatalokat, de valamennyi generáció tagjainak több mint háromnegyede használja az online kommunikáció különböző alternatíváit.

2. ábra: „Mire használja az internetet?” – a generációk internethasználati gyakorlata, 2009/2010 (%) (N= 4201)



Lépcsőzetes csökkenést figyelhetünk meg a generációk internetes gyakorlatában a tanulás és önképzés terén. A formális és informális oktatásban való részvétel korábbi időszakokra jellemző életkori korlátai felmorzsolódtak az oktatási expanzió kibontakozásával, egyre többen ültek be felnőttként újra az iskolapadba, a „lifelong learning” elméletet egyre inkább magukévá tették az idősebb generáció tagjai is. A paradigmaváltás hatása mutatkozik meg abban is, hogy a legidősebb generációnak is több mint ötöde (22%) használja a hálót tanulásra, önképzésre, illetve a Baby Boomerek több mint harmada (37%). Legaktívabbak a legfiatalabbak a tanulásban és kutatásban (67%), ami valószínűleg arra vezethető vissza, hogy közöttük a legmagasabb a tanulók aránya.²⁵ Számukra az internet nyújtotta lehetőségek ki nem merülő kincsesbányát jelentenek. Az X generáció tagjainak csaknem fele (44%) használja a netet tanulási célokra, noha csupán tizedük tanulói státuszú. Esetükben az önképzés, a folyamatos fejlődés, a gyorsan változó világgal való lépéstartás kényszere, az online tanfolyamok végzése lehet hangsúlyos.

Markáns különbségeket mutat az online játék, a szórakoztató elektronika internetes változatainak használata, továbbá a filmek, zenék és programok letöltése. A generációk sorában előrehaladva fokozatosan csökken a játékos kedvűek aránya, a legfiatalabbak csaknem háromnegyede (71%) választ az online játékok széles kínálatából, az

²⁵ A mintába került Y generáció tagok 47%-a tanuló, az X generáció tagjainak 11, a Baby Boomerek 3%-a tanuló státuszú.

őket követő X generációból minden második, a két idősebb nemzedék tagjainak valamivel több, mint harmada választja a szórakozás online formáit (37 és 33%).

Letöltés és a fájlcsere esetében hangsúlyos különbség mutatkozik a generációk nethasználati gyakorlatában: ez az a tevékenység, ahol árok húzódik a fiatal és az idősebb nemzedékek között. A filmek, zenék és különféle programok letöltése iránt az idősebb generációk csekély érdeklődést tanúsítanak (17 és 20%), a harmincasoknak is csupán 38 százaléka él ezekkel a lehetőségekkel.

Az online hírfogyasztás, az újságok és folyóiratok olvasása az a terület, ahol a két idősebb generáció megelőzi a két fiatalabbat (60% vs. 56%). Az e-commerce jellegű tevékenységek, az online vásárlás, ügyintézés és netbank az Y generáció által legkevésbé használt alkalmazások (41%), leginkább a harmincasok használják erre a célra az internetet (46%), illetve a két idősebb generáció tagjainak több mint harmada él az online ügyintézés lehetőségével. A *legfiatalabbak* használják ki leginkább *egyenletesen* az internet nyújtotta valamennyi felsorolt lehetőséget. A harmincasok „teljesítménye” hozzájuk képest hullámmzóbb; a *két idősebb generáció* internethasználati gyakorlata igen hasonló, jellemzően *praktikus, online játékok és szórakozást* inkább *mellőző preferenciát* tükröz.

Internethasználat és kultúrafogyasztás

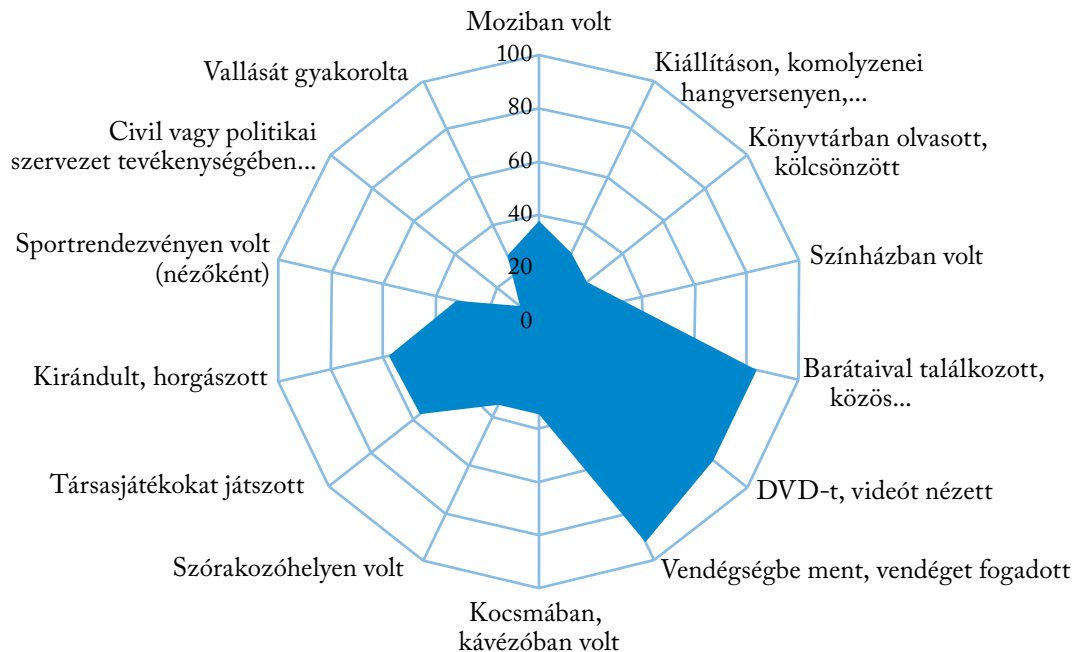
Az internethasználat és a kultúrafogyasztás összefüggéseit elemezve a kutatók gyakran hangot adtak az optimizmusnak és kifejezték abbéli reményüket, hogy a hálózati polgár nem individualizálódik, hanem ellenkezőleg, felerősödnek közösségi kötődései, továbbá többet olvas, többet jár színházba, természetbe, és többet is sportol (Z. Karvalics 2004: 150). A témában folytatott empirikus vizsgálatok²⁶ eredményei azt mutatták, hogy a kultúrához köthető viselkedésformák döntő mértékben az internetezőik körében fordulnak elő, azonban az internetezés önmagában nem segít abban, hogy az egyén minden előzmény nélkül aktív kultúrafogyasztóvá váljon. A világháló csupán abban tud segíteni, hogy felerősíti a már eleve meglévő kulturális velleitásokat.²⁷ Az internet nem varázspálca, nem tudja eltüntetni a társadalmi egyenlőtlenségeket sem. „*Az internet a jelek szerint nem orvosság a szegénységre, de gazdagabbá teheti azokat, akik gazdagok*” (Csepeli–Prazsák 2010a: 157).

A fenti megállapításokat támasztják alá a következő ábrák is. Az *internethasználók* (3. ábra) esetében a lekérdezést megelőző év szabadidős aktivitási mintázata egy kissé elszabott ujjú T-shirt-re emlékeztet, ahol a nyakkivágás, azaz a legritkábban végzett tevékenység a vallásgyakorlás, illetve a civil vagy politikai szervezetnél végzett önkéntes munka, a társas szabadidőtöltés pedig az a tevékenységtípus, ami kiölti a T-shirt jelentős részét.

²⁶ 2008-ban a Szonda Ipsos által végzett Nemzeti Médiaanalízis, vagy a 2008 októberében és novemberében a Magyar Tudományos Akadémia keretében működő Politikai Tudományok Intézetében Érték- és Kultúrakutató Műhelye végzett kutatást személyes lekérdezéssel, a Szonda Ipsos közreműködésével.

²⁷ Vö: Csepeli–Prazsák 2008 és 2010a.

3. ábra: Az internethasználók szabadidős tevékenységszerkezete a lekérdezést megelőző évben, 2009/2010 (N= 4438)



Ezzel szemben az *internetet nem használók* (4. ábra) szabadidős struktúrája számottevően szűkebbre szabott, a barátokkal közös programoknál és a vendégeskedésnél csúcsosodik ki. Meghatározó különbség a két csoport között a magas kultúrát közvetítő intézmények látogatásában mutatkozik, operába, múzeumba, kiállításra és színházba háromszor-négyszer gyakrabban járnak az internetet használók, mint a nem használók. A szabadidőtöltés otthonközpontú, technikai eszközöktől sokkal kevésbé függő, anyagi kiadással kevésbé terhelt változatait preferálják, ezekben a tevékenységformákban (gyermekkel, unokával való játék, kertészkedés, hobbiállattal törődés) nagyobb részvételi aránnyal szerepelnek, mint az internethasználók, továbbá vallásgyakorlásban is aktívabbak. Mindebben meghatározó szerepet játszik az életkor, az *internetet nem használók* döntő többsége a két idősebb generáció tagjai közül kerülnek ki döntően, akik alapvetően egy kevésbé mozgalmos, otthonközpontú, a fizikai kondíció által is behatárolt életvitelt élnek; azonban ne feledkezzünk meg arról, hogy az Y és az X generáció tagjainak összességében tekintve egy jelentős hányada (az X harmada, az Y generáció tizede) szintén nem internethasználó 2010-ben.

A kultúraközvetítő intézmények látogatása, a kultúrafogyasztási gyakorlata a nem használó csoportnak a „kultúrsivatag” kifejezéssel jellemezhető. Tehát az internethasználat megléte vagy hiánya szignifikáns összefüggést mutat a kultúrához köthető különböző tevékenységtípusok választásával illetve nem választásával.

4. ábra: Az internetet nem használók tevékenységszerkezete a lekérdezést megelőző évben, 2009/2010 (N= 3807)



A *varianciaanalízis* eredménye (8. táblázat) nem támasztja alá azokat az elsősorban a penetráció korai szakaszához köthető, az internet társadalmi dimenzióit vizsgáló elméleteket, amelyek a felhasználók elmagányosodását, izolálódását, a társadalmi tőkéjük mennyiségének csökkenését, társas kapcsolataik beszűkülését feltételezték.²⁸ Az internethasználók csoportját – ahogy már többször utaltam rá – döntő többségükben a két fiatalabb generáció tagjai alkotják, akik szabadidejükben élnek társasági életet élnek, gyakran töltik idejüket baráti, családi körben – ezen a gyakorlatukon nem változtatott a háztartásokban megjelenő számítógép és az internet sem. Az internethasználók átlagosan 9 perccel fordítanak több időt társasági életre, mint az információs társadalomtól távol maradók, több időt töltenek a társas szórakozás különböző formáival, kártyával, társasjátékkal is, illetve több időt töltenek szabad levegőn sétával, kirándulással és többet sportolnak. A vendégeskedés esetében minimális különbség van a két csoport között, ahogy a könyvolvasás terén is (8, ill. 7 perc átlagosan). Ettől számottevőbb a különbség a két csoport között az újság- és folyóirat-olvasás területén, amelyre az internetet nem használó csoport szán többet az idejéből, átlagosan 16 percet, szemben az internethasználók 11 percével. Átlagosan fél órával töltenek több időt tanulással és önképzéssel az internethasználók, ami a tanulói státusz következménye döntő mértékben, illetve több mint egy órával kevesebbet tévéznek, mint az internetet nem használók. Ahogy már korábban is láttuk, elsősorban az internetet legkisebb arányban használó idősebb generáció szabadidejében

²⁸ Vö.: Slouka elmélete szerint az online megélt élet könnyű menekülési lehetőséget kínál a való élet problémái elől; Wolton szerint az internethasználat növeli a magányosság, az elidegenedtség és depresszió kialakulásának esélyét (Castells 2005: 470). Továbbá: Gershuny 2002, Nie és Erbring 2000, Kraut et al. 1998, Pronovost 2002.

van kiemelt szerepe a televíziózásnak, mely a társaságot nem igénylő időtöltési formák közül a legáltalánosabb és a legnépszerűbb.

A három fő tevékenységi kategóriát tekintve jelentős különbség figyelhető meg a két csoport között 2009/2010-ben (vö. 8. táblázat): társadalmilag kötött tevékenységre, azaz jövedelemszerző tevékenységre, tanulásra, a család ellátására másfél órával több időt fordítanak az internethasználók, ami az életkoruk, a generációhoz tartozásuk és a társadalmi munkamegosztásban elfoglalt helyük függvénye elsősorban. Alvásra, étkezésre, higiéniai szükségleteik kielégítésére egy órával kevesebb időt fordítanak az internethasználóknak, illetve szabadon végzett tevékenységekre is fél órával kevesebb időt tudnak szánni, mint az internetet nem használók, viszont azt sokkal aktívabban, tudatosabban, élmény-orientáltabban használják fel.

8. táblázat: Az internethasználók és a nem használók csoportjának időfelhasználási átlagai, 2009/2010 ($N=8391$)

	Internethasználók (perc)	Internetet nem használók (perc)	F-stat.
I. Társadalmilag kötött tevékenységek	479	389	42,089
II. Fiziológiailag kötött tevékenységek	696	757	14,862
III. Szabadon végzett tevékenységek	271	299	6,661
Tévészés	114	183	194,715
Könyvolvasás	8	7	9,160
Szabadidő társas eltöltése	91	82	50,978
Újság, folyóirat olvasása	11	16	106,538
Vendégeskedés	6	7	13,456
Tanulás, önképzés	46	14	721,024
Sport, séta, kirándulás	17	13	51,300
Társas szórakozás (kártya, társasjáték stb.)	6	3	88,025
Hány könyvet olvasott az elmúlt 1 év során?	7,91*	7,4*	

* Az összefüggés nem szignifikáns (t -próba).

Összegzés

A modern fejlett gazdaságokban a technika változásából és fejlődéséből általános módon következik az, ahogyan elterjednek az új technológiák, a gazdasági szerkezet átalakításával megváltoztatják a tevékenységek mintázatát a hétköznapi életben. Ilyen változás volt például a '60-as években a mosógép vagy a porszívó megjelenése a háztartásokban, melyek jelentősen csökkentették a háztartás ellátásra fordított idő mennyiségét, s az így felszabadított idő a szabadidő növekedését eredményezte (Gershuny 2002: 55). Talán nem vall túl élénk képzeletre azt feltételezni, hogy a 21. század információs és technológiai forradalmának új eszközei, az internet, a menetrend

szerint érkező új „okos kütyük” hasonló mértékű befolyással lesznek a társadalom jelentős csoportjainak szabadidős programjaira és szokásaira.

Tanulmányomban arra tettem kísérletet, hogy az időmérleg-vizsgálatok adatait felhasználva választ próbáljak találni arra a kérdésre, hogy az infokommunikációs technológiák fejlődése, az internet használatának elterjedése befolyásolta-e a generációk szabadidő-felhasználását, hatással volt-e a kulturális fogyasztásuk szerkezetére?

Az ezredfordulóhoz képest valamennyi nemzedéknek csökkent a szabadon végzett tevékenységekre fordítható ideje, legnagyobb mértékben az X nemzedéké. Legtöbb szabadidőt a legidősebb, az Építők generációja tud pihenésre, kikapcsolódásra, egészségmegőrzésre fordítani, majd kissé lemaradva az Y generáció követi őket, melynek szabadidős mintázata a legszínesebb, valamennyi kultúráközvetítő intézményben, szórakozóhelyeken, moziban is a tízen- és huszonévesek jártak a legnagyobb arányban, illetve a szabadidő társas eltöltésében is ők a legaktívabbak. Az X generáció igyekszik a többiekéhez viszonyított kevesebb szabadidejét minőségi módon kihasználni, sok időt töltenek társaságban, és fontos számukra a gyermekkel töltött idő, a társasjáték, a kirándulás, a hobbiállat gondozása és a kertészkedés. A kulturális életbe való bekapcsolódásuk kevésbé aktív, mint a fiatalabb Y generáció tagjaié, jellemzően inkább az őket követő Baby Boomer nemzedékhez hasonlít 2010-ben. A két idősebb generáció szabadidő-struktúrája számottevő hasonlóságot mutat, kulturális aktivitásuk, társas szabadidőtöltésük, a „szabadlevegős” és sportos programjaik aránya közelít egymáshoz. Olvasás, vallásgyakorlás, kertészkedés, önkéntes munka és szervezeti tevékenység azok a területek, ahol a két idősebb nemzedék jár az élen. Legkevésbé preferált szabadidős elfoglaltság valamennyi generáció számára a civil és politikai szervezetek tevékenységében való részvétel és az önkéntes munka. A szabadidős programoknak az anyagi ráfordítással kevésbé terhelt, költségtakarékos módozatai váltak egyre inkább népszerűvé valamennyi generáció számára 2010-re, illetve a társas összejövetelek, családi és baráti programok. A házon kívüli, az ún. „eljárós”, költséges rendezvények, intézmények és szórakozóhelyek látogatása elsősorban az Y generációra szabadidős programjában hangsúlyos. A klasszikus kultúráközvetítő intézmények iránti érdeklődés jellemzően alacsony szintű, a mintába kerültek több mint 60 százaléka a lekérdezést megelőző évben egyetlen intézményben, egyetlen előadáson, rendezvényen sem járt.

A generációk közötti szakadék az információs társadalomba való involváltság esetében rajzolódik ki nagyon élesen. A generációk sorában előre haladva ritmikusan emelkedik a számítógépet és internetet nem használók aránya. A penetráció a legfiatalabbak esetében a legmagasabb és a legidősebb Építők generációjánál a legalacsonyabb. Az internetet nem használók nem csupán az információs társadalom által nyújtott lehetőségekből zárják ki magukat, de a szabadidő-struktúrájuk is számottevően szegényesebb, egyhangúbb, a kulturális életbe való bekapcsolódásuk minimális.

A szabadidő eltöltése még mindig a televízió körül koncentrálódik, ezen a gyakorlaton a számítógép és az internet megjelenése a háztartásokban a felmérés időpontjáig nem változtatott számottevően. Legnagyobb hatást az Y generáció szabadidő-felhasználására gyakorolta, a tízen- és huszonévesek esetében az internetezés bekerült a napi átlagos 10 percet meghaladó tevékenységek közé.

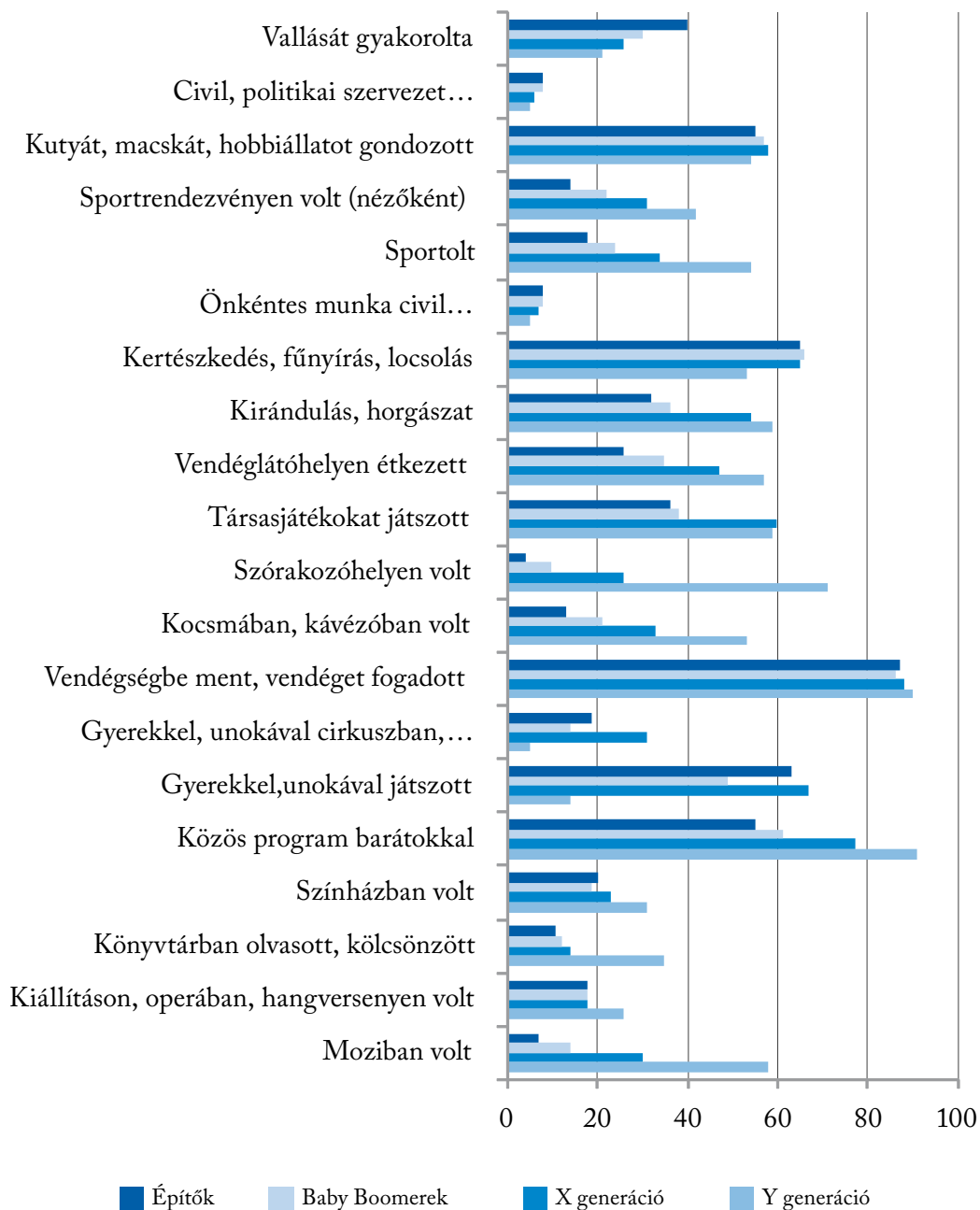
Irodalom

- Andorka R. – Falussy B. – Harcsa I. (1982): *Időmérleg. A magyar társadalom életmódja az 1976/77. évi időmérleg-felvétel alapján*. Budapest: KSH.
- Angelusz R. – Fábián Z. – Tardos R. (2004): Digitális egyenlőtlenségek és az info-kommunikációs eszközhasználat válfajai. In Kolosi T. – Tóth I. Gy. – Vukovich Gy. (szerk.): *Társadalmi Ríport 2004*. Budapest: TÁRKI, 309–331.
- Bárdosi M. – Lakatos Gy. – Varga A. (2003): *A kultúra helyzete Magyarországon*. Budapest: MTA Szociológiai Intézet: /Találkozások a kultúrával 4./ http://www.mmi.hu/palyaztk/talalk_kulturaval.htm (utolsó letöltés: 2014. 03. 30.)
- Beck, Ulrich (2003): *A kockázat-társadalom. Út egy másik modernitásba*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Bukodi E. – Harcsa I. – Vukovich Gy. (2004): Magyarország a társadalmi jelzőszámok tükrében. In Kolosi T. – Tóth I. Gy. – Vukovich Gy. (szerk.): *Társadalmi ríport 2004*. Budapest: TÁRKI, 17–47.
- Castells, M. (2005): *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora I. Gazdaság, társadalom, kultúra*. Budapest: Gondolat–Infónia.
- Corsten, M. (1999): The Time of Generations. *Time & Society*, 8, (2), 249–272.
- Csepeli Gy. – Prazsák G. (2008): eKultúra. In Kolosi Tamás – Tóth István György (szerk.): *Társadalmi Ríport 2008*. Budapest: TÁRKI, 451–470.
- Csepeli Gy. – Prazsák G. (2010a): Internet és társadalmi egyenlőtlenség Magyarországon. *XXI. század – Tudományos Közlemények*, 23, 7–19.
- Csepeli Gy. – Prazsák G. (2010b): *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. Budapest: József Műhely.
- Dessewffy T. – Rét Zs. (2004): Az info-kommunikációs technológiák terjedése – objektív és szubjektív gátak. In Kolosi T. – Tóth I. Gy. – Vukovich Gy. (szerk.): *Társadalmi Ríport 2004*. Budapest: TÁRKI, 332–356.
- Falussy B. (2002): Tevékenységosztályozási rendszerek az időmérleg-vizsgálatokban. *Statisztikai Szemle*, 85 (8), 691–714. http://www.ksh.hu/statszemle_archive/2007/2007_08/2007_08_690.pdf (utolsó letöltés: 2015. 03. 03)
- Falussy B. (2004): *Az időfelhasználás metszetei*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- Falussy B. – Vukovich Gy. (1996): Az idő mérlegén 1963–1993. In Andorka R. – Kolosi T. – Vukovich Gy. (szerk.): *Társadalmi Ríport 1996*. Budapest: TÁRKI–Századvég, 70–103.
- Gábor K. (2004): Globalizáció és ifjúsági korszakváltás. In Jancsák Cs. – Gábor K. (szerk.): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az éj évezredben*. Szeged: Belvedere, 28–72.
- Gershuny, J. (2002): Social Leisure and Home IT: a Panel Time Diary Approach. *Time & Society*, 1, (1, Summer), 54–72.
- Howe, N. – Strausse, W. (2007): The Next 20 Years. How Customers and Workforce Attitudes Will Evolve. *Harvard Business Review*, 85 (July–August), 41–55.
- KSH (2013): *Kulturálódási szokásaink. A lakossági televíziózási, olvasási jellemzőinek vizsgálata az időmérleg-felvételek segítségével*. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal. http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/kult_szokasok.pdf (utolsó letöltés: 2014. 03. 19.)

- Kraut et al. (1998): Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist*. 53, (9), 1017–1031.
- Mannheim K. (2000): A nemzedékek problémája. In uő (szerk.): *Tudásszociológiai tanulmányok*. Budapest: Osiris. 201–255.
- McCrindle, M. (2009): Generations Defined. In McCrindle, M.: *The ABC of XYZ*. Understanding the Global Generations. UNSW Press, Chapter 1. 1–22. http://mccrindle.com.au/resources/The-ABC-of-XYZ_Chapter-1.pdf (utolsó letöltés: 2014. 03. 30.)
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2012): *Internet 2010*. Lakossági internethasználat. http://nmhh.hu/dokumentum/2561/nmhh_internethasznalok_cawi_2010_web.pdf (utolsó letöltés: 2014. 02. 10.)
- Nagy Á. – Székely L. (2014): *Másodkézből – Magyar Ifjúság 2012*. Budapest: ISZT Alapítvány-Kutatópont. http://kutatopont.hu/files/2012/02/Magyar_Ifusag_2012_MASODKEZBOL.pdf (utolsó letöltés: 2014. 03. 30.)
- Nie, N. H. – Erbring, L. (2000): Internet and Society: A Preliminary Report. *Time & Society*, 1, (1, Summer), 275–288. http://www.nomads.usp.br/documentos/textos/cultura_digital/tics_arg_urb/internet_society%20report.pdf (utolsó letöltés: 2014. 03. 30.)
- Pronost, G. (2002): The Internet and Time Displacement: A Canadian Perspective. *IT & Society*, 1, 44–53.
- Tibori Tímea (2001): Kulturális magatartás- és értékváltozások. *Educatio*, 3, 517–529. <http://epa.oszk.hu/01500/01551/00017/pdf/492.pdf> (utolsó letöltés: 2014. 03. 19.)
- Vásárhelyi M. (2005): „A színház egy zárt világ?” In Tompa A. (szerk.): *Színházi jelenlét, színházi jövőkép*. Budapest: NKA Kutatások I. Országos Színháztörténeti Múzeum és Intézet, 139–217.
- Z. Karvalics L. (2004): *Bevezetés az információtörténelembe*. Budapest: Gondolat–Infónia.

Függelék

F1. ábra: Képernyőkön túl töltött szabadidős programok generációk szerinti megoszlása, 1999/2000 (%) (N= 10 997)



F2. ábra: Képernyőkön túl töltött szabadidős programok generációk szerinti megoszlása, 2009/2010 (%) (N= 10 997)

