



Magyar  
Népművelők  
Egyesülete

# Változások és tendenciák a kultúrafogyasztásban

Kerülő Judit  
Főiskolai tanár,  
Nyíregyházi Egyetem

# Induljunk a kezdetektől!

- *Semmi sem állandó, csak a változás maga” (Herakleitosz Kr. 550-475)*
- *A változatlanság látszat, a valóság a változás.*



# ..... miért nem szeretjük azóta sem a változást?

Kronocentrizmus: saját korosztály előtérbe helyezése:

*Az öregedés legbiztosabb jele, amikor azt hiszed, hogy bezzeg a Te idődben minden jobb volt, akkor még az embereket érdekelte a másik, volt idejük egymásra. Bezzeg a mai fiatalok....*



# Változások a kultúrafogyasztásban

- Egy 2013-ban készült Európai Unió felmérés azt vizsgálta, hogy 2007 óta milyen tendenciák mutathatók ki az európai országok kultúrafogyasztásában.



# Európai tendenciák

- Egyre kevesebb időt töltünk kulturális tevékenységgel
- Jelentősen visszaesett a magyarok kulturális aktivitása.
- Magyarországon az elmúlt hét évben közel duplájára, 54 százalékra emelkedett azok aránya, akik soha, nem vagy alig vesznek részt kulturális programokban.
- Ez az arány egyedül Romániában és Görögországban magasabb (a lista másik végén az aktív Skandináv és a Benelux-államok állnak.)



# EURÓPAI KULTÚRA

## Az európaiak kulturális szokásai

A megkérdezettek hány százaléka vett részt az alábbi kulturális tevékenységekben legalább egyszer az elmúlt évben és ha nem vett részt, annak mi volt az oka

### Kulturális tv/rádió műsor



magyarok 57%-a

2007 óta 30%-kal ↓

EU 72%-a

2007 óta 6%-kal ↓

Ok

- nem érdeklí
- nincs ideje rá

### Könyvolvasás



magyarok 60%-a

2007 óta 18%-kal ↓

EU 68%-a

2007 óta 3%-kal ↓

Ok

- nincs ideje rá

### Műemlék



magyarok 33%-a

2007 óta 12%-kal ↓

EU 52%-a

2007 óta 2%-kal ↓

Ok

- nincs ideje rá
- nem érdeklí

### Múzeum, kiállítás



magyarok 28%-a

2007 óta 11%-kal ↓

EU 37%-a

2007 óta 4%-kal ↓

Ok

- nem érdeklí
- nincs ideje rá

### Színház



magyarok 20%-a

2007 óta 11%-kal ↓

EU 28%-a

2007 óta 4%-kal ↓

### Mozi



magyarok 33%-a

2007 óta 3%-kal ↓

EU 52%-a

2007 óta 1%-kal ↑

### Koncert



magyarok 26%-a

2007 óta 5%-kal ↓

EU 35%-a

2007 óta 2%-kal ↓

### Táncos előadás



magyarok 10%-a

2007 óta 6%-kal ↓

EU 18%-a

2007 óta ugyanaz

# ...konklúzió??

- A legnépszerűbb kulturális tevékenység a tévén és rádión keresztüli művelődés. Az emberek mintegy háromnegyede jelölte meg, hogy az elmúlt egy évben hallgatott vagy nézett kulturális programot, és mintegy kétharmada olvasott legalább egy könyvet a legutóbbi 12 hónapban.
- A passzivitásra a legfőbb indoka általában az volt, hogy megnézik interneten, nem érdeklik őket hasonló programok, nincs rá idejük vagy nem telik rá. Magyarországon ez utóbbi volt a leggyakrabban elhangzó érv.
- A felmérés szerint az európaiak több mint fele használja kulturális tevékenységre az internetet: olvas híreket, keres kulturális információkat, hallgat zenét vagy rádiót online.
- Magyarországon az internet használók 70 százaléka nem erre használja.

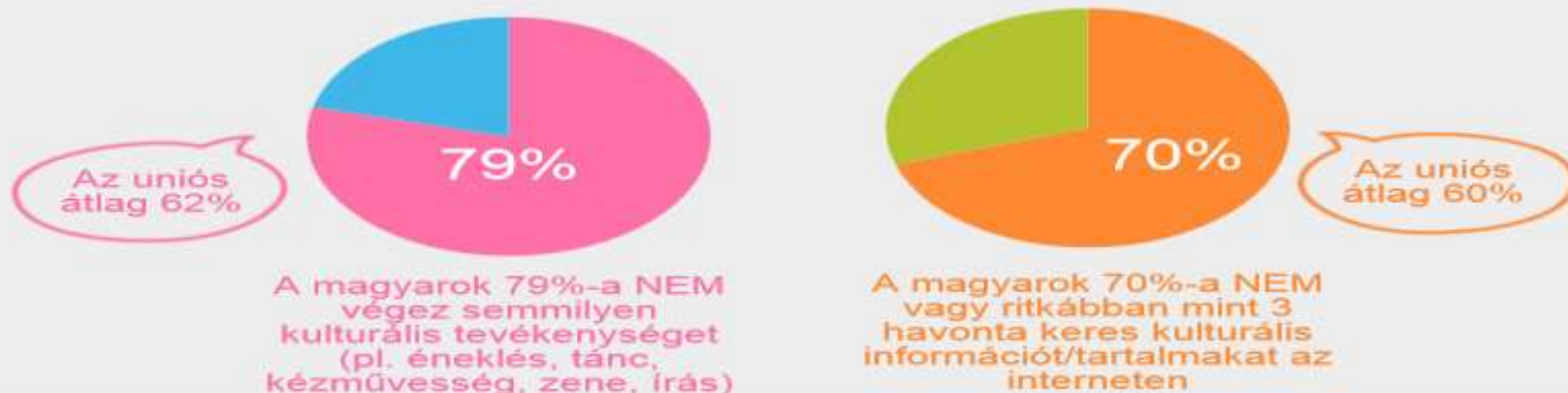
# MAGYAROK KULTURÁLIS SZOKÁSAI

## Amiben részt veszünk



A megkérdezett magyarok hány százaléka vett részt az alábbi kulturális tevékenységekben legalább egyszer az elmúlt évben

## Amit végzünk





# ..mitől függ??

## A FOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

Kulturális jellemzők	Társadalmi Jellemzők	Személyes jellemzők	Pszichológiai jellemzők
Kultúra	Referenciacsoportok	Életkor	Motiváció
- regionális és	Lakóhely	Családi életciklus	Észlelési képesség
- nemzeti identitás	- nagyváros	Foglalkozás	Tanulási képesség
Szubkultúra	- város	Gazdasági körülmények	Gondolkodásmód
Képzettség	- falu	Életmód	Attitűdök
Műveltség	Család	Személyiség és énkép	Szokások
Társadalmi osztályok	Lakásminőség		Előítéletek
	Társadalmi szerepek		
	Státuszok		

# Mit csinálnak a felnőttek?

## 2009-es Szonda Ipsos vizsgálat

Tipikus fogyasztási csoportok:

- Mindenevők (13 %) szinte minden kulturális aktivitási formában részt vesznek.
- Egysíkúak (18 %) csak bizonyos kulturális aktivitás jellemzi őket (fesztiválok, plázák)
- Válogatósak (21 %) konzervatív fogyasztás jellemzi őket (színház, mozi, magas kultúra)
- Nélkülözők (48 %) szinte sehol nem jelennek meg.



# Kik ők?



- Mindenevők: magas iskolai végzettségűek, fiatalok, nők, nagyvárosiak
- Egysíkúak: fiatalok, férfiak
- Válogatósak: diplomások, nők
- Nélkülözők: érettségínél alacsonyabb iskolai végzettség, férfiak, középkorúak

# Mit csinálnak a fiatalok?

- A fiatalok média és kultúrafogyasztása ma már egyértelműen az internet köré szerveződik. Minden más csak ezt kiegészítve, ennek alárendelve létezhet. (napi 3 óra)
- A tévézés ugyan még tartja magát, de az erre fordított idő hétköznapokon átlagosan már alig több mint másfél óra, és a hétvégéken sem nagyon haladja meg a két és fél órát. (presztízs műsorok, amiről lehet a közösségi oldalakon társalogni, sorozatok, valóságshow, tehetségkutatók, sportversenyek)
- Egyre kevesebben olvassák a nyomtatott (napi) sajtó termékeit, és hasonló tendenciát lehet látni a magazinok és a folyóiratok kapcsán is.
- A fiataloknak negyede tartozik abba a csoportba, akik lényegében soha nem olvasnak. (kaland és romantikus regények, e-book) (7. legfontosabb stb.)
- Öltözködés és zene (márkák, Apple, Iphone), az vagy, akit hallgatsz!
- Kortárscsoport
- Pláza, sport, szórakozás, mozi

# Fiatal generáció jellemzői

- Ők a világ első globális nemzedéke, ugyanazon a zenén, ételen, mozifilmen, divatirányzaton nőnek fel
- A legkisebb létszámú nemzedék, a legoktatottabb, legkisebb családban született, legidősebb anyák nevelik és a leghosszabb ideig fognak élni.



# Mit csinálnak a fiatalok?

- A kultúra fogyasztásának vannak olyan formái, amelyek szinte teljesen hiányoznak a fiatalok életéből. (pl. komolyzene, de a színház jó helyen van és a fesztiválok. Magas jegyárak!!)
- Multiplex mozik (még akkor is, ha nincs a településen) és könnyűzenei koncertek.
- Kocsmák, kávézók... és sportrendezvények, fitness-termek



# Csoportok

- Kockafejűek: internet a lételemük, csak az az igaz, ami az interneten rajta van. Főként lányok és a közösségi oldalakat látogatják (okostelefonok, facebook és instagram). A fiúk magányosabbak, játékok.
- Partyarc: a hétvége a buliról szól, mozik és a bulik, koncertek rendszeres résztvevői, kisvárosban élnek, ebbe még beletartozik a mozi is, de csak közönségfilmek.
- Unatkozók, sehova nem járnak, egyetlen szórakozásuk az internet, esetleg a tv.



# Mit csinálnak a középkorúak?

- Gyerekprogramokon való részvétel (állatkert, speciális gyermekprogramok, gyermekek különórára, speciális szolgáltatásra való részvétel) akkor megy be kulturális rendezvényre, ha a gyereke miatt megy
- Olvasás, főzés, kertészkedés – amit otthon lehet csinálni, jóval magasabb ez az arány az európai értéknél
- Kulturális intézmények látogatása főként a szabadság és a nyaralás időszakában történik, kivételes ünnepi szórakozás.





# Mit csinálnak a nyugdíjasok?

- A televíziózással eltöltött idő az ő esetükben a legnagyobb, (3-4 óra) de ők olvasnak a legtöbbet, napilapokat is. (Blikk, Nők lapja, Story)
- A férfiak a ház körüli munkákat végzik el, javítások, kertgondozás.
- Pénzkímélő szabadidős forma
- Időskori tanulás szerepe nő (idősek egyeteme, ne az öregedéssel foglalkozzon)
- Közösségi oldalak használata, később kapcsolódtak be, nagyon aktívak, itt láthatják, mi történik a családdal, unokával, kapcsolattartás (felsőfokú végzettségűek 85 %-a naponta internetezik)



Our generation

Will be the weirdest grandparents



# ...és akkor hogyan tovább?

- Az intézmények, szolgáltatások egyre inkább szakosodnak, ma már speciális intézmények, szervezetek jöttek létre rendezvények szervezésére, kis szervezetek a változásokhoz erősebben tudnak alkalmazkodni.
- Jól felkészült, társadalmi, jogi, politikai, protokoll, szociológiai, gazdasági, művelődéstudományi, szervezési kérdésekben jártas szakemberekre van szükség. Az ott dolgozók fogják az intézmény presztízsét meghatározni és nem a környezet.
- Csak a profikat fogadják el.
- Elindul a felsőfokú kulturális szakemberképzés, 2017-től ELTE, BGE, EKE, PTE, DE, NYE, KJF

.... ha tetszett

