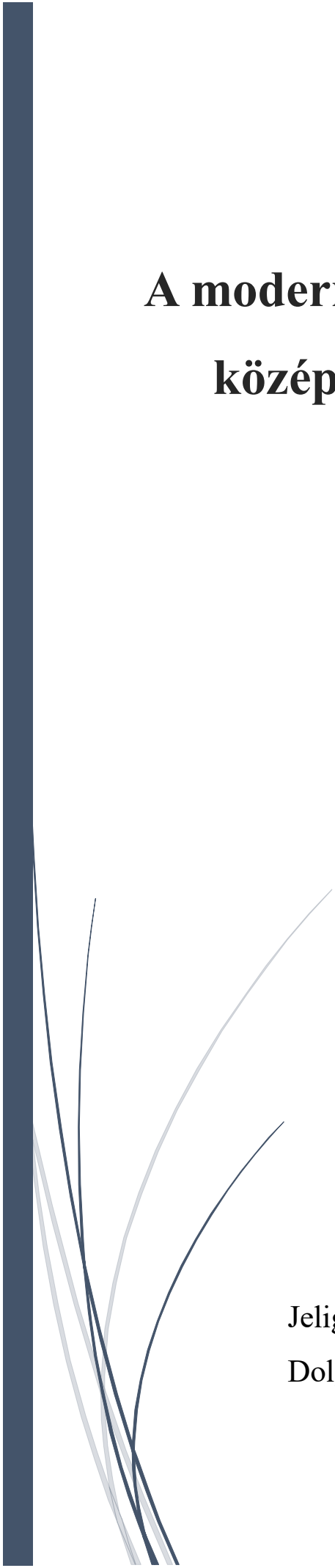


A thick dark blue vertical bar is positioned on the left side of the page. From its base, several thin, curved lines in shades of blue and grey extend upwards and outwards, creating an abstract, organic shape.

A modern kulturális fogyasztás hatása a középiskolások eredményességére

Jelige: CFS116

Dolgozat lezárásának ideje: 2025.01.04

Tartalom

Absztrakt	2
1. Bevezetés	3
2. Tőkefajták és a kulturális tőke	4
2.1. Kulturális tőke és a tanulmányi eredményesség	5
3. A kultúrafogyasztás típusai	6
3.1. Magaskultúra és tömegkultúra	6
3.2. Kulturális mindenevők és nélkülözők	8
4. A modern kulturális fogyasztás	9
4.1. A modern kulturális fogyasztás fogalma	9
4.2. A modern kulturális fogyasztás előnyei és hátrányai	10
4.3. Az internet és a közösségi média megjelenése az iskolában	12
5. Szabadidőeltöltés a fiatalok körében	12
5.1. A fiatalok szabadidőeltöltésének módjai	13
5.2. A szocio-demográfiai tényezők hatása	14
6. Kutatási kérdések és hipotézisek	15
7. Módszertan bemutatása	17
8. Eredmények	19
9. Összegzés	26
10. Konklúzió	27
Felhasznált irodalom	28

Absztrakt

Kutatásunk legfontosabb kérdése a szülők iskolai végzettségének és a fiatalok modern kulturális fogyasztásának hatása a tanulmányi eredményességre. A modernizáció kihat a kulturális fogyasztásra is, melynek egy része a digitális eszközök által történik, továbbá Magyarországon kimutatható a társadalmi háttér erős hatása a diákok tanulmányi eredményességre, mely témaválasztásunkat indokolja. További kutatási kérdésünk, hogy jellemző-e a fiatalokra a kulturális mindenevők elmélete. Kérdéseinket egy saját kérdőíves adatfelvétel segítségével (N=112), kétváltozós módszerekkel (összehasonlító átlagok és Pearson féle korreláció) vizsgáltuk meg. A minta két vidéki gimnázium 12. és 13. évfolyamára reprezentatív, a visszajuttatási arány 90%-os volt. Eredményeink alapján megállapítható, hogy azok a diákok, akiknek a szülei magasabban iskolázottak, nagyobb rendszerességgel fogyasztanak kultúrát és eredményesebbek is az iskolában, mint társaik. A fiatalokra jellemző emellett a kulturális mindenevők elmélete. Ez nemcsak abban nyilvánul meg, hogy egyaránt fogyasztanak tömeg- és magaskultúrát, hanem hogy használják az online formát is a klasszikus offline mód mellett. Eredményeink alapján az internet használatának nincs egyenlősítő hatása, mivel például a magaskultúra fogyasztás online formája inkább azokra jellemzők, akik offline is fogyasztják. Ebből kiindulva a hátrányos helyzetű diákokat már az általános iskolában érdemes megtanítani a kultúrafogyasztás online formáira, melynek hosszútávon homogenizáló hatása lehet.

Kulcsszavak: társadalmi háttér, eredményesség, klasszikus és modern kultúrafogyasztás, kulturális mindenevők, középiskolások

1. Bevezetés

A kulturális tőke sok mindenre kihatással van. Szelényi Iván elmélete alapján 1968 előtt főleg a politikai tőke kellett ahhoz, hogy valaki a hatalmi osztályba kerülhessen. 1968 után az erőviszonyok megváltoztak, és előtérbe került a kulturális tőke is.

Napjainkban a társadalmak egyik legfontosabb mobilizációs csatornája a kulturális tőke által érhető el. Az alsóbb társadalmi rétegek számára egy felfelé ható mobilizációs erő lehetőségét rejti, míg a felsőbb rétegek számára egy pozícióbiztosító eszköz lehet. A fiatalok gyakran sokáig maradnak az oktatásban, az idősebb generáció pedig szívesen ül vissza az iskolapadba, abban bízva, hogy ezzel növelhetik munkaerőpiaci értéküket.

Kutatásom témáját a mai fiatal, középiskolás generáció kulturális fogyasztása adja. Bourdieu (1998) a kulturális tőke három típusát különbözteti meg, az intézményesült, az objektívált és az inkorporált kulturális tőkét. Az 1960-as években, Bourdieu „francia iskola” kutatása szerint az iskolák az inkorporált kulturális tőke mentén szelektálják a diákokat, és ezzel tartósítják a fennálló egyenlőtlenségeket, és gyengítik a mobilitási lehetőségeket. Munkámban támaszkodom továbbá DiMaggio (1982) kutatására, mely a szülők iskolai végzettségének hatásairól szól. DiMaggio eredményei alapján a szülők iskolai végzettsége közvetlen, valamint közvetett módon is hat az iskolai eredményességre a magas kultúra fogyasztásán keresztül. Azonban, ha napjainkban már szinte mindenki hozzáférhet a műveltséghez (Bauer 2011, Ságvári 2011), akkor Bourdieu és DiMaggio eredményei megdőlni látszanak, és ezzel párhuzamosan egy nagyobb mobilitási lehetőségekkel bíró társadalmat kellene kapnunk. Vajon ez mennyire lehet igaz a mai magyar társadalomra?

Kutatásomban két vidéki középiskola diákjai körében végeztem kérdőíves kutatást, melyben vizsgálom a szülő végzettségének közvetlen és közvetett hatását a diákok eredményességére. Kutatásomban a klasszikus kulturális fogyasztás mellett helyet kap egy olyan újfajta fogyasztási stílus, mely napjainkban már nem elhanyagolható részét képezi a kulturális fogyasztásnak, ez a modern kulturális fogyasztás. Olyan új eszközök válnak mindenki számára elérhetővé és természetessé, mint az Internet, számítógép, okostelefon, melyek által a kulturális értékekhez való hozzáférés egyszerűbbé válik. Ezzel a folyamattal párhuzamosan megjelenik egy „új műveltség” Bauer elnevezése alapján. Azonban fontos kérdés, hogy a fogyasztás módjában rejlik-e csak a tőke típus újszerűsége, vagy inkább annak tartalmában. Sági (2010) és Bocsi, Fényes és Markos (2023) emellett rámutat, hogy napjaink fiataljaira jellemző a „kulturális mindenevő” elmélet. Eszerint, elsősorban a jó háttérű fiatalok magas és populáris kultúrát egyaránt fogyasztanak, tehát Bourdieu és DiMaggio eredményeinek tesztelése napjainkban

emiatt is fontos. További kutatási kérdés Bauer és Ságvári nyomán, hogy van-e homogenizáló hatása a modern kulturális fogyasztásnak azáltal, hogy mindenki számára elérhető a műveltség. Dolgozatomban ezeket a kérdéseket járom körbe.

A dolgozat elméleti részében a kulturális tőkéről és annak szerepéről lesz szó a diákok eredményességében, valamint bemutatjuk a kultúrafogyasztást és annak típusait. Kitérünk emellett a modern kulturális fogyasztásra, illetve foglalkozunk a szabadidő eltöltésének sajátosságaival és azok változásával is a fiatalok körében. Az empirikus kutatás elején megfogalmazom kutatási kérdéseimet és hipotéziseimet a szakirodalom alapján, valamint bemutatom kutatásom módszertanát. Ezután kétváltozós módszerekkel (az összehasonlító átlagok módszere és a Pearson-féle korrelációs elemzés) vizsgálom meg kutatási kérdéseimet és tesztelem hipotéziseimet. Ez követően megfogalmazom a dolgozat korlátait, a további kutatási terveket és a legfontosabb konklúziókat.

2. Tőkefajták és a kulturális tőke

A tőke fogalmát a szociológia a közgazdaságtanból kölcsönözte. Fontos különbség, hogy a szociológia már nem csak fizikai és anyagi javak szintjén értelmezi a tőkét. Bourdieu (1998) nevéhez kapcsolhatjuk a gazdasági, kulturális és társadalmi tőke fogalmát. A gazdasági tőke az anyagi javakat takarja, míg a társadalmi, vagy kapcsolati tőke a társas kapcsolatokból és interakciókból származik.

A kulturális tőkét Bourdieu (1998) három típusra bontotta. Megnevez inkorporált (bensővé tett) kulturális tőkét, mely a családi szocializáció során szerezhető meg. Az objektívált (tárgyasult) kulturális tőke, azokat a kulturális javakat (festmények, CD, fényképek, könyvek) takarja melyeket az egyén csak az inkorporált kulturális tőke segítségével képes értékelni. Harmadik típus az intézményesült kulturális tőke, amely tárgyasult bizonyítéka a megszerzett kulturális kompetenciáknak (bizonyítványok, címek, kitüntetések). A tőkék fontos tulajdonsága a konvertálhatóság. A gazdasági tőke közvetlenül pénzzé konvertálható, illetve a többi tőkefajta megszerzésére is lehetőséget ad. A gazdasági tőke kulturális és társadalmi tőkévé konvertálható, a kulturális és társadalmi tőke pedig gazdaság tőkévé. (Czövek 2015)

2.1. Kulturális tőke és a tanulmányi eredményesség

Bourdieu (1978) francia iskolákban végzett kutatása alapján egy kulturális tőke típus emelkedett ki a többi közül az 1960-as években. Azok a diákok voltak sikeresek a tanulmányi eredményeiket tekintve, akik nagy mennyiségben rendelkeztek inkorporált kulturális tőkével. Ezzel elit családok gyermekei rendelkeztek nagyobb arányban.

Az inkorporált kulturális tőke a legnehezebben elsajátítható fajta. Megszerzése erőfeszítés nélküli, észrevétlenül a családi szocializáció útján történik. Ez a kultúra elsajátításának egy ösztönös formája. Bourdieu (1978) ezt a kultúrát meghatározhatatlan magatartásformák rendszereként értelmezi és ez a típusú műveltség bizonyult a legkamatoztathatóbbnak az iskola falain belül. A pedagógusok közel azonos nyelvi kódokkal rendelkeznek, mint a jó háttérű fiatalok, így a közös munka is egyszerűbb.

A középosztályra jellemző a nagy tantárgyi tudás felhalmozása, mellyel a hiányzó inkorporált kulturális tőkét szeretnék pótolni. Ezzel próbálják lemaradásukat ellensúlyozni az elitréteghez képest. Az iskola ezt a fajta igyekezetet nem értékeli eléggé, azonban mégsem tagadhatja meg az elismerést azoktól a diákoktól, akik az oktatási intézmények által sajátítanak el kulturális tőkét, ezzel alátámasztva az oktatás intézményrendszerének fontosságát (Bourdieu 1998).

Nemzetközi kutatások szerint az iskolai eredményességet egyértelműen befolyásolja a családi háttér, melyet a magyarországi kompetenciamérések is alátámasztottak. Magyarország azok közzé az országok közé tartozik, amelyekben az OECD átlag felett érvényesül a családi háttér meghatározó szerepe (Szemerszki 2015).

DiMaggio kutatása alapján a magas kultúra fogyasztása pozitív irányba mozdítja elő a diákok tanulmányi eredményességét. Kutatásai alapján a kulturális tőkének ugyanolyan erős hatása van, mint a vele született képességeknek, azaz a jó iskolai teljesítményhez többre van szükség a mérhető képességeknél, a mért intelligencia az iskolai teljesítmény mindössze 15-30%-át adja. Ezzel párhuzamosan megállapítható, hogy a magas statusú szülők gyermekeinek nagyobb a magaskultúra fogyasztása, és emiatt a tanulmányi eredményük is jobb, mint rosszabb háttérű társaiké. Az iskolai eredményességet tekintve DiMaggio kutatási alapján megfigyelhető az is, hogy a magasabb társadalmi osztályba tartozó családoknál minél magasabb az apa iskolai végzettsége, annál jobb a lányaik tanulmányi eredménye. Ezzel párhuzamosan, a középosztálybeli családoknál inkább az anya magasabb iskolai végzettsége a mérvadó a gyermekek tanulmányi eredményességét tekintve (DiMaggio 1982).

Ma már a jó anyagi helyzetű, magas gazdasági tőkével rendelkező fiatalok, akik szülei nem feltétlenül magasan iskolázottak, is elit iskolákba járnak és intézményesült kulturális tőkét szereznek, ezzel kialakítva egy új reprodukciós stratégiát (Pusztai 2020). Ennek legfőbb helyszíne az iskolarendszer. Az iskola segíti az elit osztály reprodukcióját, ezzel stabilizálja a társadalmi egyenlőtlenségeket. Bourdieu elmélete szerint az egyének habitusuknak megfelelően fogyasztanak kultúrát. A habitust az a társadalmi osztály határozza meg, amelybe az egyén tartozik. Ezért az egy osztályba tartozó egyének kultúrafogyasztási szokásai hasonlóak. Klaus Mollenhauer kutatása alapján az értékorientációk rétegspecifikusak, és ezek, valamint a családi szocializáció jellege, a szülők iskolázottsága és az anyagi helyzet egyaránt kapcsolatban állnak az iskolában nyújtott teljesítménnyel (Mollenhauer 1996). Összességében tehát a különböző társadalmi osztályok más-más mennyiségben birtokolják a kulturális tőkét és nem azonos a kulturális tőkére való igényük akár a mennyiségét, akár a minőségét tekintve. Ezek a folyamatok, olyan következményekkel járnak, melyek elősegítik a társadalmi reprodukciót.

Kevés olyan gyermek van, aki képes reziliensként reagálni a hátrányokra. Azokat a tanulókat nevezzük reziliensnek, akik társadalmi hátrányaik ellenére eredményesek az iskolában. Ezekből diákokból nagyon kevés van például a kelet-magyarországi egyetemeken. Ceglédi Tímea kutatásai alapján 2009-ben 26% volt a reziliens tanulók aránya ebben a régióban, míg 2015-re ez az arány 19,3%-ra csökkent. Ez azt jelenti, hogy egyre kevesebb gyermek képes kitörni a nehézségekből és jól teljesíteni az iskolában hátrányos helyzete ellenére. (Ceglédi 2018).

3. A kultúrafogyasztás típusai

A kultúrafogyasztásnak több típusát tudjuk megkülönböztetni. Vannak olyan fogyasztási stílusok, melyek csak a társadalom bizonyos tagjai számára elérhetőek, de vannak olyan típusok, melyek szinte mindenki számára hozzáférhetőek.

Korábban nagy szerepe volt a kultúra tagolódásának (alacsony, közepes, magas), azonban mára már nem ennyire nyilvánvaló ennek a hangsúlyossága (Herbert 1998).

3.1. Magaskultúra és tömegkultúra

Nemrégiben még nagy hangsúlyt kapott a kultúratípusok tagolódása, melyben megkülönböztethettünk elit vagy magas és tömegkultúrát. azonban mára már nem ennyire nyilvánvaló ennek a hangsúlyossága. A magaskultúra nemcsak a szimbolikus termékekre vonatkozik, mint a képzőművészet vagy a klasszikusok, hanem a kultúrafogyasztás

gondolkodási és érzelmi stílusára is. Korábban a magas, vagy más néven elit kultúrához való hozzáférés az alsó társadalmi osztályok számára lehetetlen volt, és csak az elit osztályra volt jellemző (Herbert 1998).

Az utóbbi években megfigyelhető, hogy habár a szülőknek nem volt, vagy nincs lehetősége a magaskultúrában való részvételre, gyermekeiknek már próbálják megadni ezt a lehetőséget. Ide tartozik a diákok különórán való részvételének biztosítása is. Ezek szoros kapcsolatban állnak a társadalmi reprodukcióval és a mobilitással. Ezeknek a fiataloknak már van lehetősége azon társadalmi, valamint szociális terek látogatására, amely segíti őket a magaskultúra megszerzésében, mely által a magaskultúra értékke is válik számukra (Bocsi, Fényes, Markos 2023). Ahogy már láttuk, a magaskultúrának fontos szerepe van DiMaggio szerint a tanulmányi eredményességben. A tanárok jobban tudnak kommunikálni azokkal a diákokkal, akik elitkultúrát fogyasztanak. Van azonban egy olyan réteg, akiknek nincs lehetőségük a magaskultúrával, vagyis elitkultúrával találkozni és ennek pótlására elsősorban csak az iskolai keretek között van lehetőségük (DiMaggio 1982, Bocsi, Fényes, Markos 2023).

Napjainkban a tömeg vagy populáris kultúra, mely a magaskultúrától jól megkülönböztethető, egyfajta pejoratív kifejezésként funkcionál. A tömegkultúra fontos kritikája, hogy negatív hatása is van a társadalomra és a közösségre is. Horkheimer és Adorno (1990) szerint a művészet a hatalom és a tekintély megszilárdításának eszköze lett, erősíti a fennálló rendszert, eltorzítja és homogenizálja a gondolkodást, és gátat szab az emberek sokszínűségének. A kultúripar monopóliumok által uralt tömegkultúra, mely mindenhol azonos, azonos igényeket elégít ki, egyfajta sorozatgyártás, lényege az ismétlés, és kizárja az újítás lehetőségét.

A tömegkultúrát sokáig azzal a váddal illették, hogy a magaskultúrából táplálkozik és önálló kulturális termék létrehozására nem képes, azonban magaskultúrára és tömegkultúrára egyaránt jellemző, hogy egymástól kölcsönöznek bizonyos kulturális termékeket, azaz nincs szó arról, hogy ez a kölcsönzési folyamat egyirányú lenne. A magaskultúra és tömegkultúra között sok hasonlóság van, csupán használói más mércével mérik őket (Herbert 1998).

Az 1950-es évek végén a Német Szövetségi Köztársaságban a munkatársadalom felbomlását követően, habár még mindig a munka állt az élet központjában, a fizikai szükségletek javarészt már kielégültek, és egy befelé orientált életfelfogás vette kezdetét. Akkoriban a kultúrafogyasztást a társadalmi miliókba való tartozás határozta meg, és szétvált a magas és a tömegkultúra fogyasztása. Az 1960-70-es években kulturális konfliktusok következményeképpen az életstílusok pluralizálódtak, és egy ember életében egyidőben helyet kaptak a magas és tömegkulturális elemek (Schulze 1998).

Érdemes megemlíteni, hogy napjainkban valaki nem csak értékei vagy habitusa kifejezéseképpen fogyaszthat egy bizonyos típusú kultúrát, hanem azért is, mert jobban kedveli az egyiket, mint a másikat, azaz az egyén társadalmi elhelyezkedése már nem határozza meg a kulturális fogyasztás mennyiségét vagy minőségét. (Herbert 1998).

3.2. *Kulturális mindenevők és nélkülözők*

Peterson és Kern nevéhez fűződik a „kulturális mindenevők” fogalma, amely egy olyan kultúrafogyasztási minta, amelyben a magaskultúra és tömeg kultúra fogyasztása keveredik (Bocsi, Fényes, Markos 2023). Elképzelésük szerint az osztályhelyzethez köthető kulturális fogyasztást leginkább a mindenevők és egyoldalú fogyasztók kettősségével magyarázható, nem elég a hagyományos megközelítés, miszerint a kulturális fogyasztást az elit és tömegkultúra szembenállása határozza meg. Elméletük fontos fogalma a „kulturális mindenevőség”, mellyel elkezdik feloszlatni a társadalmi osztály alapján történő megkülönböztetést (Szabó 2018). A kulturális tőke megszerzésének folyamatában ezek alapján egyre nagyobb szerepet kap a fiatalok önállósága, valamint az individualizáció folyamata. A kulturális fogyasztás módja és minősége egyéni döntésként van jelen, nem pedig mint osztályhelyzetet mutató tényező (Beck 1983). Sági Matild is foglalkozott ezzel a témával. Eredményei kimutatta, hogy hazánkban a kulturális mindenevők magasabb státusú családokból származnak és csoportjukat nagy arányban fiatalok alkotják. Ezek a fiatalok többségében gazdaságilag nem aktívok és valószínűleg még az oktatásban vannak (Sági 2010). Sági 2010-es kutatásának eredményeit, Szabó 2018-ban végzett kutatási részben alátámasztotta. A mindenevők csoportja valóban egy magasabb státusú fogyasztói stílus, amely több tényező mentén differenciálható, mint például az iskolázottság, vagy foglalkozási pozíció (Szabó 2018).

Fontos ugyanakkor megemlítenünk az „elveszett nemzedéket”, akiknek akár a magas akár a tömegkultúra fogyasztása alacsony. Ságvári 2011-es kutatása alapján az alacsony kultúrafogyasztás és az internethasználat között összefüggés állapítható meg. Az „elveszett nemzedék” tagjaira nem jellemző a napi internet használat. Használnak számítógépet, azonban internethozzáférésük nincs, ezáltal a digitális kultúraszerzés sem reális alternatíva számukra (Ságvári 2011).

Bukodi (2010) szerint a kulturális viselkedésünket az a környezet határozza meg leginkább, amiben gyermekként szocializálódtunk. Emiatt lehetséges az, hogy Magyarországot napjainkban inkább a „mindenevő-nélkülöző” ellentét jellemzi, vagyis vannak olyan emberek, akik nagy mennyiségben fogyasztanak mind, magas, mind tömegkultúrát, és vannak olyanok,

akik mindkettőt nélkülözik, egyfajta kulturális kívülállóként vannak jelen a társadalomban (Sági 2010).

4. A modern kulturális fogyasztás

4.1. A modern kulturális fogyasztás fogalma

A kultúra anyagi, vagyis az ember által létrehozott tárgyak, normatív, azaz a társadalmi viselkedés és normák, valamint kognitív, a tapasztalaton alapuló tudás összessége (Andorka 2006).

Napjainkban azonban gondolkodásban, a mindennapokban és a tudományban egyaránt helyet kap az internet. A digitalizáció a COVID járvány alatt csak tovább fokozódott, például az online oktatással, azonban problémákról is beszélhetünk a téma kapcsán. Annak ellenére, hogy 2020-ban a fiatalok 93%-nak volt internethozzáférése, a regionális lefedettség továbbra sem volt tökéletes. A járványhelyzet előtt a gyermekek nagy százalékának hiába volt internet hozzáférése, a COVID járvány alatt a diákok mégis lassabban tudtak fejlődni. A magyar oktatási rendszer nem volt felkészült egy ilyen globális problémára. Azoknak a tanulónak, akik jó háttérrel rendelkeznek, legkedvezőbb esetben is egy év lemaradásuk van. Azon tanulók, akik akkor 3. évfolyamosok voltak, a lemaradásuk a 10.évfolyamra elérheti akár 1,5 évet is, ha nem kapnak addig semmilyen fejlesztést (Lannert 2022). Ezen adatok alapján megállapítható, hogy a COVID-19 járvány okozta online oktatásnak egyáltalán nem volt egyenlítő szerepe, sem az iskolabezárások alatt, sem pedig azok után. Habár a hiányosságok és lemaradás nagysága különböző lehet a különböző háttértényezők miatt, mégis egyértelmű, hogy egyenlítő hatás nem állapítható meg.

A fiatalok nagy része rendelkezik infokommunikációs eszközökkel, amelyek segítségével könnyen segítségül hívhatja az internetet. Jelen vannak az internetelérhetőséggel rendelkező televíziók és fénykorukat élik a streaming szolgáltatások is. 2020-ban a fiatalok 97%-nak volt okostelefonja. Növekedett azon fiatalok aránya is, akiknek van a telefonjukon internet előfizetés. Elterjedtek a táblagépek, az okosórák és a játékkonzolok is. Az elmúlt években az internet átvette a televízió vezető szerepét a szabadidős tevékenységek rangsorában. A fiatalok jelentős része folyamatosan az online térben van (Domokos-Kántor-Pillók-Székely 2022).

A fiatalok a Z generációhoz tartoznak, akik szinte folyamatosan jelen vannak online térben, jól használják az internetet és pillanatok alatt képesek elérni bármilyen információt. Őket nevezik „digitális bennszülöttek”-nek. A Z előtti generáció az X és Y generáció, ők csak

„digitális bevándorlók”. Internetfelhasználásuk különbözik a Z generációtól, mivel nekik van offline múltjuk, illetve nem annyira járatosok a nethasználatban. Míg a Z generáció azonnali reakciót vár, és előnyben részesíti az internet általi kommunikációt más szövegekkel szemben, addig az X és Y generáció több ideig tud egy dologra koncentrálni, egybefüggő szövegeket értelmezni és elméleti gondolatmeneteket követni. Ezek a képességek a Z generációból hiányoznak, mivel az internet gyors világában ezen képességeknek nem veszik hasznát (Tószegi 2021).

A kulturális fogyasztás napjainkra szorosan összekapcsolódik a digitalizációval és az internettel, hiszen a társadalom jelentős része rendelkezik valamilyen okoseszközzel. A kulturális fogyasztás jelentős változáson ment át az elmúlt évek alatt. Csepeli és Prazsák úgy fogalmazták meg a kultúra és internet összekapcsolódását, hogy a technológia valójában legitimizálja a kultúra létezését a piacon (Csepeli-Prazsák 2008).

Kutatásomban azt a kulturális fogyasztást fogom modernnek tekinteni, ahol a kultúra megszerzése és megtapasztalása valamilyen új, modern technológiához és/vagy a médiához kapcsolódik.

4.2. A modern kulturális fogyasztás előnyei és hátrányai

A magyarországi fiatalok nagyrésze, a 2020-as években napi internetező és rendelkezik saját okostelefonnal. 2021-ben Sütő (2021) kutatásának mintáj már nem mutatott digitalizálatlan, vagyis digitális eszközökkel nem rendelkező személyeket. 2010-ben Ságvári adatai szerint is a kiskorúaknak csak a 7%-a rekedt a digitalizációs körön kívül. Ságvári azonban homogenizáló hatást is jósol az internet terjedésének. 2011-es kutatásában megfogalmazza, hogy ha a jövőben mindenki számára elérhetőek lesznek az internet adta lehetőségek, akkor miért ne használná ki azt mindenki a saját maga elmaradottságainak/hiányosságainak pótlására. Ez a folyamat hosszútávon az egyenlőtlenségek csökkenését segíthetné elő (Ságvári 2011). Több kutatás is kimutatta, hogy az internethasználat és a kultúrafogyasztás között összefüggés mutatható ki. Megfigyelhető, hogy az internetezők szívesen fogyasztanak kultúrát, és azok, akik nem használnak internetet, azoknak a kultúrafogyasztása is alacsonyabb (Fekete 2015). Mindazonáltal a modern kulturális fogyasztásnak vannak előnyei és hátrányai is.

Az elektronika átalakítja az ember mindennapjait. Az új technológiai lehetőségek segítenek a kreativitás felszabadulásában. Az emberek nemcsak fogyasztanak, hanem létre is hoznak kultúrát az internet segítségével. Ezáltal az egyén kiteljesedhet a saját globális világában (Fekete 2015).

A digitális eszközök fokozzák az interaktivitás lehetőségét és segítik az egyéni kultúrafogyasztás testre szabását is. Az internet alkothat élményközösségeket, amelyeknek az otthon kényelméből lehetnek részesei az emberek, valamint lehetőség teremődik arra, hogy a nagy mennyiségben kultúrát fogyasztó személyek tovább szélesítsék és színesítsék kulturális palettáikat az internet használatával. Ez azonban visszavonulást jelent a szociális terekből. A házon kívüli minőségi kikapcsolódás igénye csökken és a jelenkor fiataljainak mindennapjait a virtuális tér határozza meg. Ezért is fontos, hogy a modern kultúrafogyasztást is tanulmányozzuk, a klasszikus típus mellett (Nagy-Fazekas 2012, Fekete 2015).

A fent említett okok miatt egy jelentős visszaesés figyelhető meg a klasszikus (az otthoni szintén kívüli) kultúrafogyasztásban, amely egyaránt érintette a magas- és a tömegkultúrát. A mai magyar társadalomra jellemző lett az otthoni képernyő vagy monitor centrikus szabadidőeltöltés. Csökkent az érdeklődés a kultúraközvetítő intézmények iránt. Megnőtt az otthon töltött idő mennyisége, és a hordozható digitális eszközök lehetővé teszik, hogy az emberek a nekik legkényelmesebb módon fogyasszák a kultúrát (Fekete 2015). Ennek ellenére fontos kiemelni, hogy bár a fiatalok véleménye alapján a kultúra radikálisan átalakul és szabadabb lesz, azonban nem teszi feleslegessé a klasszikus kulturális intézményeket, valamint a modernizáció előtt született kulturális termékeket sem. A kulturális intézmények hasznosak maradnak a kulturális közösségek fejlesztésében (Csepeli-Prazsák 2008).

Az internet az egyik fontos közvetítője az olyan tömegmédiát közlő platformoknak, mint például a közösségi oldalak (TikTok, Instagram, Facebook). Emiatt több negatív jelző is érte. Az emberek többnyire akkor nézik a tömegmédiát, ha unatkoznak, vagy ha magányosak, és ezáltal az egyén képessége a valódi élet átélésére csökken. Ennek ellenére több kutatás is megerősítette, hogy a legtöbb tömegmédiát használó ember nem elszigetelt, és többségük részese valamilyen közösségnek. Azt is kimutatták, hogy az emberek azzal töltenek időt virtualitáson, akivel a valóságban is, így az internetnek egyfajta megerősítő és nem átalakító, vagy változtató szerepe van (Herbert 1998). Kimutatták azt is, hogy az internet nem tud olyan embereket kultúrafogyasztásra bírni, akik korábban sosem fogyasztották azt. Azonban a meglévő preferenciákat felerősíti, és még gazdagabbá teszi a fogyasztását azoknak, akik eddig is fogyasztották. A magaskultúra fogyasztás is gyakoribb az internetet használók körében, és ők háromszor gyakrabban látogatják a klasszikus kulturális intézményeket is (Fekete 2018).

4.3. Az internet és a közösségi média megjelenése az iskolában

Az internet terjedésének egyik következménye, hogy a digitális eszközök, a média és a közösségi oldalak helyet kapnak az iskola falain belül is. Az internet és a közösségi média használata a legtöbb fiatal mindennapjainak szerves része lett. Kimutatták, hogy az internet világába új belépők egyre fiatalabbak, és akkor lesznek „hálópolgárok”, amikor kortársaik (Vajda 2008), tehát megállapítható, hogy erős a kortársi szocializáció hatása ezzel kapcsolatban.

A magyarországi fiatalok többsége tagja valamilyen közösségi oldalnak, melyek közül 2020-ban a Facebook volt a legnépszerűbb. A fiatalok ezeket a platformokat többnyire szórakozásra és tájékozódásra használják (Domokos-Kántor-Pillók-Székely 2022).

Napjainkban az iskolában a Z generáció tagjai vannak, akik már másmilyen gondolkodásmódot képviselnek mind elődeik, a digitalizációt érintő kérdésekben. Ők a technológiai eszközök használatába születtek bele, önállóak és fontos számukra az online jelenlét, valamint tagjai az online közösségeknek is. A kulturális és szórakoztató tartalmakat is azonnal akarják megkapni (Fekete 2018). Horkai a „screenager”-nek nevezi el őket. Ez a csoport az, akik már számítógépen és elektronikus zenén nőnek fel az internet közelségében. Generációjukat érintő probléma, hogy ők és tanáraik nem rendelkeznek azonos nyelvi kódokkal, mely megnehezíti az iskolai kommunikációt. Ez intézményi, valamint családon belüli konfliktusokhoz is vezethet. Az internet segítségével a diákok elsajátítanak különböző problémamegoldó képességeket, viselkedési módokat, amellyel a tanárok és szülők idősebb generációja nem rendelkezik. (Horkai 2002)

Fontos megemlítenünk, hogy a közösségi média és az internet elterelheti a diákok figyelmét a tanulásról és megszakíthatja koncentrációjukat. A digitalizáció gyengíti a helyesírási képességeket is. Sok diák csak az interneten megszerzett információra támaszkodik, mely gyengíti a klasszikus formájú tanulást. Kialakulhat internetes függőség is, mely által a közösségi oldalak gátolhatják a személyes kommunikációt és annak képességét. A képernyőidő növekedésével olyan pszichológiai problémák léphetnek fel, mint a társas kapcsolatok hiánya, a kirekesztettség és kommunikációs problémák (Bodó 2013).

5. Szabadidőeltöltés a fiatalok körében

A szabadidő, definíciója szerint a kötelezettségeken túli időkeret. Középiskolás korban a kötött és kötetlen idő elkülönülése nagyobb jelentőséggel bír. A szabadidőeltöltés meghatározza az identitást, önkifejező funkciója erősebb, mint a későbbiekben. A KSH háromféleképpen

csoportosítja a tevékenységeket. A társadalmilag kötött, fiziológiailag kötött és szabadon választható tevékenységek. A szabadidő egyfajta gyűjtőfogalom, sok minden tartozik alá, illetve aktív és passzív típusra is bonthatjuk. A szabadidős tevékenységek egyszerre elégítenek ki egyéni, családi és társadalmi igényeket. Az időfelhasználás korlátozott erőforrásokra épül és befolyásolja ezt az egyén életmódja is. Ha az egyén nem érzi jól magát a kötelezettségekkel töltött óráiban, ez felértékeli a szabadidő jelentőségét (Bocsi-Fényes-Markos 2023).

A fiatalok szabadidőjének fontos részét képezi az online tér, szinte folyamatosan elérhetőek online, így ez nagyban befolyásolja szabadidőeltöltésüket is. Ebből kifolyólag a szabadidő tárgyalásának kihagyhatatlan részei lettek az online tevékenységek is az offline mellett. A szabadidőeltöltést továbbá jellemzi a már említett „kulturális mindenevő” elmélet. A kulturális mindenevők többsége szinte minden kulturális aktivitási formában részt vesz valamilyen gyakorisággal (Sági 2010, Bocsi, Fényes, Markos 2023)

5.1. A fiatalok szabadidőeltöltésének módjai

Az internet megváltoztatta a kultúrafogyasztást és a szabadidő eltöltését is. Megállapítható, hogy hétvégén van a középiskolásoknak a legtöbb szabadidője, azonban a magaskultúra fogyasztása nem jelenik meg hangsúlyosan a fiatalok életében (Bocsi-Kovács 2018).

2012-es adatok szerint a fiatalok szabadidőeltöltésének legfőbb színtere a saját otthonuk. Előtérbe került még a rokonoknál töltött idő és háttérbe szorult a különböző kulturális intézmények látogatása. Jelentős a korosztálynak az a hányada is, akik a semmittevést preferálják. Veszítettek népszerűségükből a kreativitást igénylő elfoglaltságok, a kirándulás, sőt még a sportolás is. A fiatalok hétfégi és hét közbeni időeltöltése nem mutat nagy különbséget, kivéve a barátokkal töltött időt, ami főleg a hétvégére jellemző időtöltés körökben (Nagy-Fazekas 2012).

Bauer (2011) hívja fel a figyelmet az egyéni aktivitás megjelenésére a kulturális tőke megszerzésében. A 21. században kevésbé népszerűek azok a közösségi terek, ahol a hagyományos kulturális tevékenységek zajlanak. Előtérbe kerülnek az olyan típusú szabadidő eltöltések, amelyekben már nincs szükség társaságra. Ezáltal a kulturális tőke megszerzése is kezd áthelyeződni a virtuális térbe (Ságvári 2011).

A kutatások alátámasztották, hogy a screentime többnyire a fregmentált, vagyis pár másodperces szabadidőre is jellemző, és gyakran szimultán történik valamilyen másik cselekvéssel. A tevékenységek közti határok sokszor összefolynak, így a screentime-ot nem sorolhatjuk egyértelműen a szabadidőeltöltés különálló típusába. Egy korábbi kutatás alapján

megállapíthatjuk azt is, hogy az egyetemisták ritkán használják az okostelefont a magaskultúra elsajátításához, illetve a művelődési tartalmak fogyasztásához, de összességében is elég alacsony a magaskultúra fogyasztásuk (Bocsi-Kovács 2018).

Összességében Magyarországon csökken a klasszikus kultúrafogyasztás és csökken azoknak a száma is, akik bármilyen mástípusú kulturális tevékenységet folytatnak. 2013-ben a népesség több mint fele volt alacsonyszintű kultúrafogyasztó. A fiatalok kultúraigénye csökkent, emellett a szellemileg és fizikailag aktív szabadidő aránya is csökkent, miközben a passzív szabadidőeltöltés aránya nőtt. (Nagy-Fazekas 2012). A „digitális bennszülöttek” szabadidőjében a hagyományos információszerzési módok kiszorultak, és helyébe a számítógép és internet lépett. De a fiatalok már nem elégednek meg a passzív fogyasztással, ők is a részévé válnak a folyamatnak, saját világot teremtenek, melyben jól érzik magukat (Fekete 2018).

5.2. A szocio-demográfiai tényezők hatása

A fiatalok szabadidő felhasználása az utóbbi években jelentős változásokon ment keresztül. A Z generáció szabadidős elfoglaltságai függenek a családjuk szocio-demográfiai jellemzőitől is (Bocsi-Kovács 2018, Bocsi-Fényes-Markos 2023). Korábbi kutatások alapján elmondható, hogy a kulturális fogyasztást befolyásolja a társadalmi hovatartozás és a gazdasági helyzet. Például az elitkultúra inkább csak a felsőbb osztály számára elérhető, ugyanúgy, mint a konditerem vagy a kávéházak, melyekhez viszont elsősorban gazdasági erőforrások szükségesek (Domokos-Kántor-Pillók-Székely 2022). A diplomás szülők gyermekei jellemzően szórakozás orientáltak és olyan helyeket látogatnak, melyek szorosan összefüggenek a gazdasági és társadalmi status tényezőkkel. Azok a fiatalok, akik rosszabb anyagi háttérrel rendelkeznek, nem tudnak színházba, komolyzenei koncertekre járni. Azok a tanulók, akik ezen magaskulturális tevékenységek hiányában nőnek fel, sokkal kisebb eséllyel fogják keresni ezen lehetőségeket felnőttként is. Idegen világot képez számukra a magaskultúra, így többnyire nem is vágnak annak megtapasztalására (Bukodi 2010).

Különbség állapítható meg a rendelkezésre álló szabadidő mennyiségét tekintve is. A magasabb társadalmi csoportba tartozóknak több szabadidőjük van, és ezt változatosabb módon tölthetik el, ezért számukra a szabadidő többnyire tartalmasabb és magasabb minőséget képvisel (Bocsi-Fényes-Markos 2023).

A szabadidőben fogyasztott magaskultúrában jelentkező egyenlőtlenség az iskolatípusok szerint is jelen van. A gimnazisták például gyakrabban látogatnak kulturális intézményeket

szabadidőjükben, mint a szakiskolások. Bocsi és Kovács (2018) kutatási eredményei alapján azonban nincs szignifikáns eltérés a különböző típusú középiskolákban a tanulók szabadidőjének mennyiségében. Azonban az megállapítható, hogy a szakiskolák tanulói sokkal egysíkúbban töltik szabadidőjüket, míg a gimnazistáknál tetten érhetőek az értelmiségi habitus jelei. A szabadidő mennyiségét befolyásolhatják a különórák is, melyek főleg a teljesítményorientált iskolákban és a gimnáziumokban tanulókra jellemzőek.

Megfigyelhetők különbségek a magas és tömegkultúra fogyasztását illetően is. A magaskultúrát fogyasztó fiatalok többnyire lányok és az anyai nevelésnek, illetve az anyák iskolai végzettségének van fontos szerepe. Ha az anyának magasabb az iskolai végzettsége, a tanuló annál nagyobb valószínűséggel fogyaszt magaskultúrát is, amely DiMaggio kutatása alapján növeli a tanulmányi eredményességet is (DiMaggio 1982).

Fontos azonban megemlíteni, hogy a szabadidő eltöltésének formáit nemcsak az anyagi erőforrások vagy a társadalmi helyzet határozza meg, hanem vannak szabadon választható elemei is. Számít az értékrend, hogy ki mit kedvel jobban, mire szánja szívesebben az idejét (Herbert 1998). A szabadidő eltöltésére hatást gyakorolhat az egyén életstílusa, vagy az, hogy milyen szubkultúrához, vagy miliőhöz tartozik.

A miliőfogalom magába foglalja az individuális belső (szubjektív) és az egyénre ható külső (objektív) tényezőket is. Hradil szerint, azok tartoznak egy miliőbe, akik hasonló világnézettel, értékorientációval, szociális helyzettel, életmóddal és életstílussal rendelkeznek. Schulze szerint ezek a miliők adják a mai nagycsoportok alapját (Sütő 2021).

Az életkor napjaikban már nem olyan meghatározó az életstílus tekintetében, az egyes generációnak közös élménymegélése van. A globalizáció következtében a világ minden pontján az emberek életstílusát ugyanazok a trendek, oldalak, közösségi média formálják, így a generációk közti különbség inkább a vallott értékekben és normákban érhető tetten (Fekete 2018).

6. Kutatási kérdések és hipotézisek

Korábbi kutatások alapján megállapítható, hogy a szülők iskolai végzettsége befolyásolja a diákok eredményességét, valamint kultúrafogyasztási szokásaikat is. Azok a gyermekek, akiknek a szülei magas iskolai végzettséggel rendelkeznek, gyakrabban fogyasztanak magaskultúrát, amely elősegíti a tanulmányi eredményességet. Bourdieu kutatásai alapján a diákok eredményességét elsődlegesen a családi háttér befolyásolja (Bourdieu 1998, DiMaggio

1982), amit Szemerszki 2015-ös magyarországi kutatási eredményei is megerősítenek. Korábbi megállapítások szerint, a diákok által legjobban hasznosítható kulturális tőke az iskolában az inkorporált kulturális tőke. Ennek birtoklása azonban a privilegizált családok gyermekeinek kiváltsága, melyet családon belül örökölnék és örökíthetnek tovább (Bourdieu 1998). Bauer azonban azt mondja, hogy a család szerepe gyengül a kulturális tőke elsajátításának folyamatában és a családi keretek szerepét az internet veszi át, ahol a fiatalok egyedül fogyasztanak kultúrát (Bauer 2011). Célunk a fenti megállapítások jelenkori vizsgálata, valamint a Z generáció kultúrafogyasztási szokásainak pontosabb ismerete és annak hatása az iskolában nyújtott teljesítményre. Vizsgáljuk továbbá a szülők iskolai végzettségének befolyásoló erejét, valamint a kultúrafogyasztás sokszínűségét a fiatalok körében.

Kutatási kérdéseink az elemzés során:

1. Hogyan befolyásolja a szülők végzettsége a diákok iskolai eredményességét és kultúrafogyasztását?
2. Hogyan hat a kultúrafogyasztás az eredményességre?
3. Mennyiben igaz a kulturális mindenevők elmélete, hogy függ össze a magas, populáris, klasszikus és modern kultúrafogyasztás?
4. Kikkel végzik a diákok az adott tevékenységeket?

A dolgozatban az elméleti rész alapján a következő **hipotéziseket** fogalmaztuk meg:

H1: A modern kulturális tőke (a digitális eszközök által elért műveltség) szintén felhajtóerőt jelent a diákok eredményességére, és egyfajta homogenizáló hatása van, azaz a származás hatása az eredményességre gyengül (Ságvári 2011).

H2: A fiatalok a magaskultúrát többnyire egyedül, modern technológia segítségével sajátítják el, vagyis gyengül a család, valamint a kortársak szerepe a kulturális tőke gyarapításában (Bauer 2011).

H3: A szülők iskolai végzettsége befolyásolja a tanulmányi eredményességet, és az esetleges magasabb kulturális tőkefogyasztás ebben közvetítő szerepet játszik (DiMaggio 1982).

H4: A diákok kulturális mindenevők, azonban már nem csak a tömeg és magaskultúra fogyasztásának olvasatában, hanem az online és offline mód párhuzamosságát tekintve is, ennek a „mindenevőség” -nek pedig homogenizáló hatása van (Szabó 2018).

7. Módszertan bemutatása

Elemzésemben saját kvantitatív kérdőíves kutatásomnak adatait használtam fel, amelyben 12. és 13. évfolyamos középiskolásokat kérdeztem (N=112), akik mindannyian a Z generáció tagjai. A felmérést két kelet-magyarországi középiskolában végeztem, A két középfokú oktatási intézmény egyike egy debreceni elit gimnázium, a másik pedig egy vidéki oktatási intézmény. A minta 85,7%- a gimnáziumba jár, míg 14,3%-a technikumban tanul. A diákok 73,2%-a az elit gimnázium tanulója, a vidéki intézmény tanulói a minta 26,8%-át teszik ki. A minta reprezentatív a két iskola 12. és 13. évfolyamára nézve, a lekérdezés teljeskörű volt, 90%-os visszajuttatási aránnyal. A kérdőívek kitöltése intézményi keretek között csoportosan és papír alapon zajlott. Az adatok SPSS softwerbe való rögzítését a szerző végezte el.

A kérdőívben a fiatalokat főleg az online és offline szabadidőeltöltésükről, társadalmi háttérükről, iskoláik jellemzőiről, valamint a tanulmányi eredményességükről kérdeztük. Bocsi 2013-as kutatásának kérdőíve a szabadidős blokk összeállításánál volt segítségünkre, illetve felhasználtuk Fényes és Mohácsi 2010-es kutatásának kérdőívét, amely a legfontosabb háttérváltozók létrehozásában volt segítségünkre a szerzők engedélyével. Kérdőívünk legfontosabb blokkja a szabadidő eltöltésével kapcsolatos rész volt, melyből a jelen kutatásban csak azt a részt vizsgáltuk, hogy a fiatalok milyen típusú kultúrát fogyasztanak, valamint milyen gyakorisággal élnek ezen lehetőségeket.

Az adatok elemzésére az IBM SPSS Statistics 29.0.1.0 programot használtuk és kétváltozós módszertant alkalmaztunk. A kulturális fogyasztás online és offline formáinak összefüggéseit Pearson-féle korrelációval vizsgáltuk, ahol 0,05 alatti szignifikancia esetén vettük figyelembe az összefüggést. A szülők (anya és apa) iskolai végzettségét két kategóriára bontottuk, diplomásra és nem diplomásra. Ennek hatását vizsgáltuk a diákok tanulmányi eredményességére és a kulturális fogyasztás változóira az összehasonlító átlagok módszerével, itt is a 0,05 alatti szignifikanciát vettük figyelembe. A diákok eredményességét több 5 fokú változó mérte (lásd a 2. táblázatot), volt ahol az összes variánst, volt pedig ahol csak az érdemjegyek alapján való önbevallást vettük figyelembe. A kulturális fogyasztás itemjeit szintén egy 5 fokú skála mérte, az adott tevékenység gyakorisága szerint (1: soha, 2: évente, 3: havonta, 4: hetente, 5: naponta). A diákok kulturális fogyasztását két csoportra bontottuk, online és offline tevékenységekre, továbbá vizsgáltuk azt is, hogy kivel végzi a különböző offline tevékenységeket.

1. Táblázat: A minta alapvető jellemzői

Kitöltő neme	Fiú kitöltő	33,9%, N=38
	Lány kitöltő	66,1%, N=74
Az iskola típusa	Gimnázium	85,7%, N=96
	Technikum	14,3%, N=16
Az iskola településtípusa	Vidéki középiskola	26,8%, N=30
	Megyeszékhelyi elitgimnázium	73,2%, N=82
Az apa/nevelőapa iskolai végzettsége	Diplomás	47,1%, N=53
	Nem diplomás	52,7%, N=59
Az anya/nevelőanya iskolai végzettsége	Diplomás	54,4%, N=61
	Nem diplomás	45,5%, N=51

2. Táblázat: Diákok eredményességi mutatóinak átlaga és szórása (1-5 fokú skálán) a mintában

	Átlag	Szórás
a jegyek alapján	4,35	0,81
a társak véleménye alapján	4,23	0,89
a tanárok véleménye alapján	4,2	0,81
saját véleménye alapján	4,08	0,84
szülei véleménye alapján	4,38	0,79

A diákok átlagosan szüleik véleménye alapján (4,38) a legeredményesebbek, illetve ennek átlagához közel áll a jegyek szerinti eredményesség (4,35). Furcsa módon a diákok magukat értékelik a legkedvezőtlenebbül. A további elemzésekben elsősorban a jegyek szerinti eredményességet fogjuk figyelembe venni, de lesz ahol az összes mutató szerepelni fog.

3. Táblázat: Az online és offline kultúra fogyasztás gyakoriságának átlaga és szórása a mintában (1-5 fokú skálán)

	Átlag	Szórás
ONLINE		
szépirodalom olvasás	2,31	1,17
populáris irodalomolvasás	2,56	1,38
komolyzene hallgatás	2,25	1,35
művészfilm nézés	2,03	1,14
színházi előadás	1,42	0,74

	Átlag	Szórás
múzeum	1,26	0,69
könnyűzene hallgatás	4,59	0,96
TV nézés	3,05	1,51
OFFLINE		
szépirodalom olvasás	2,65	1,26
populáris irodalomolvasás	2,83	1,46
komolyzene hallgatás	1,72	0,91
művészfilm nézés	1,48	0,79
színház	2,01	0,83
múzeum	1,87	0,7
könnyűzene hallgatás	2,52	1,41
hangszeren játszás	1,73	1,14
Fesztivállátogatás	1,96	0,81
TV nézés	3,07	1,53
Multiplex mozi látogatás	2,51	0,75

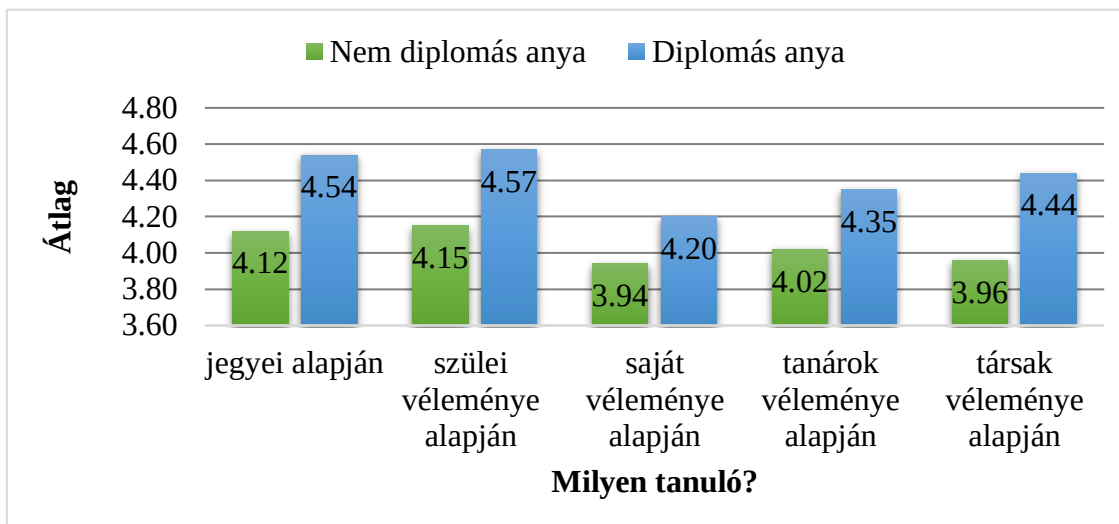
A fiatalok leggyakrabban könnyűzenét hallgatnak online, valamint az online és offline TV nézés gyakorisága is átlagosan 3 feletti, azaz gyakoribb, mint havi rendszerességgű. Évente vagy ennél is ritkábban (2 vagy ez alatti gyakoriság) jellemző az online színház vagy múzeumlátogatás, az offline komolyzene hallgatás, művészfilm nézés, múzeumlátogatás, hangszeren való játék, illetve a fesztiválokon való részvétel.

8. Eredmények

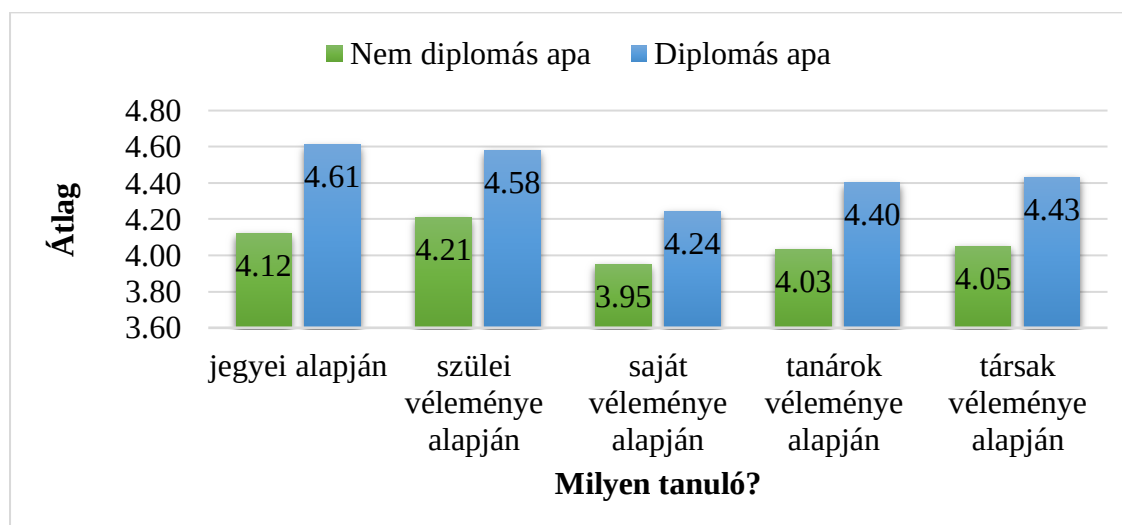
Ahogy láttuk az 1. táblázatban, a mintában valamivel több diplomás anya (54,46%) van, mint nem diplomás (45,54%). Az apáknál fordított az összefüggés, ott valamivel több a nem diplomás apa (52,68%), mint a diplomás (47,32%). Ezután a szülők végzettsége és a diákok eredményességének összefüggését vizsgáltunk az összehasonlító átlagok módszerével, ahol a szülő végzettsége két kategóriás változó volt. Az adatok egyértelmű összefüggést mutattak (mindkét szülő esetében $p < 0,005$) a szülők iskolai végzettsége és a fiatalok tanulmányi eredményességének itemei között. A diplomás szülők gyermekei eredményesebbek az

iskolában, mit társaik, valamint megállapítható, hogy az anya és apa magasabb iskolázottsága egyaránt pozitív hatással van a tanulmányi eredményekre.

1. Grafikon: Diákok iskolai eredményessége az anya iskolai végzettsége alapján



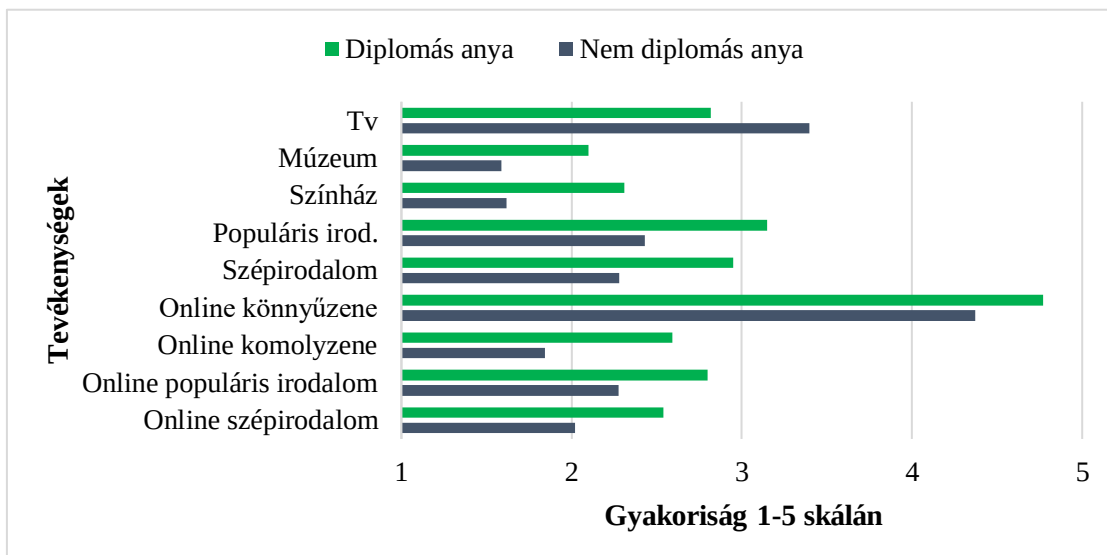
2. Grafikon: Diákok iskolai eredményessége az apa iskolai végzettsége alapján



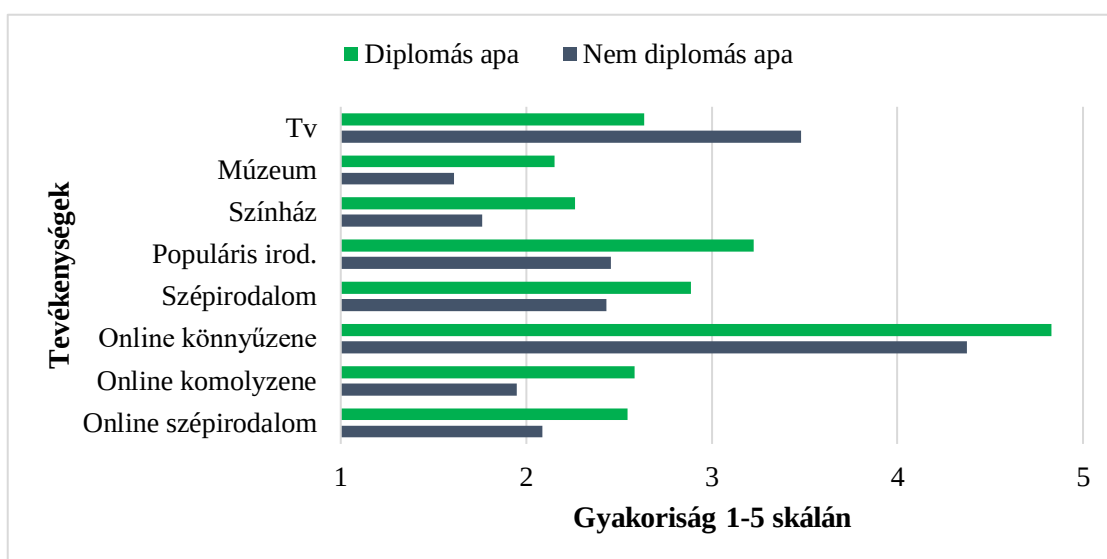
A továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy a szülők végzettsége hogyan függ össze a kulturális fogyasztással. Eredményeink alapján megfigyelhető, hogy az anya és az apa magasabb iskolai végzettsége pozitív hatással van a gyermekek kultúrafogyasztási szokásaira, akár magas, akár populáris, akár online, akár offline fogyasztásról van szó. Bourdieu és DiMaggio eredményeivel szemben tehát nemcsak a magaskultúra fogyasztására van felhajtó ereje a jobb háttérnek. A szülők végzettsége szerint szignifikánsan eltérő ($p < 0,05$) eredményeket a 3. és 4. grafikonon láthatjuk. Az online populáris irodalomolvasásra csak az anyák magasabb végzettségének volt

felhajtó ereje, az apák esetén nem volt szignifikáns hatás, a többi esetben (múzeum, színház, populáris irodalom, szépirodalom, online könnyűzene, online komolyzene, online szépirodalom) a szülők magasabb végzettsége növelte a fogyasztást. A televízió gyakoribb nézése viszont épp a nem diplomás szülők gyermekei esetében volt magasabb, összhangban a várakozásokkal. Egyik szülő iskolai végzettsége sem hatott az offline komolyzene és könnyűzene hallgatásra, valamint a művészfilmek nézésére, a multiplex moziba és fesztiválra járásra és a hangszerhasználatra, továbbá a színházi darabok, múzeumi kiállítások, televízióadások és a művészfilmek online megtekintésére sem.

3. Grafikon: A diákok kulturális tevékenységeinek gyakorisága (1-5 skála átlagai) az anya iskolai végzettsége alapján (csak a szignifikáns összefüggések)



4. Grafikon: A diákok kulturális tevékenységeinek gyakorisága (1-5 skála átlaga) az apa iskolai végzettsége alapján (csak a szignifikáns összefüggések)



A következő lépésben a kultúrafogyasztás és a diákok eredményessége közti kapcsolatot vizsgáljuk korrelációs elemzéssel. A 4. táblázatban látható, hogy a diákok jegyek szerinti eredményességét növelik az elit és tömeg kultúra egyes elemei, valamint online és offline fogyasztás is, szintén részben szemben a várakozásokkal. Az online szépirodalom- és populáris irodalomolvasás, valamint ezek offline típusai, az online könnyűzene hallgatás, illetve a színház-és múzeumlátogatás mind felhajtóerőt jelent a diákok tanulmányi eredményességére ($p < 0,05$). A televíziózás itt is másképp hatott, és a gyakoribb tévézés negatív hatással volt a diákok eredményességére. Nem volt azonban szignifikáns összefüggés a jegyek és az online történő művészfilm nézés, komolyzenehallgatás, színházi darabok és múzeumi kiállítások megtekintése között, valamint az offline komolyzene és könnyűzene hallgatás, művészfilm nézés, a hangszer használat, és televíziónézés között, valamint a fesztiválra és multiplex moziba járás között sem.

4. Táblázat: A jegyek alapján meghatározott eredményesség szignifikáns korrelációi a kulturális fogyasztással.

Online szépirodalom	Online populáris irodalom	Online könnyűzene	Online Tv	Szépirodalom	Populáris irodalom	Színház	Múzeum
0,33**	0,26**	0,26**	-0,19*	0,42**	0,41**	0,31**	0,33**

Az elemzés következő lépésében a kulturális mindenevők elméletet teszteljük. Elsőként az online tevékenységek egymással való korrelációját vizsgáljuk, ahol szerepelnek magas és populáris fogyasztási típusok is. A populáris irodalom gyakoribb olvasása online növelte, mint az online történő múzeumi kiállítások megtekintését, mind az online szépirodalom olvasást, ami összhangban van a kulturális mindenevők elméletével. Azonban a többi szignifikáns kapcsolat a magas kulturális aktivitások összefüggésére utal. Az eredmények a 5. táblázatban láthatók.

5. Táblázat: Az **online** tevékenységek egymással való korrelációi.

	Szépirod	Populár. irod	Komolyzene	Művészfilm	Színház	Múzeum	Könnyűzene
Populár.irod.	0,45**						
Komolyzene	0,35**	0,05					
Művészfilm	0,28**	0,14	0,40**				
Színház	0,15	0,13	0,19*	0,37**			
Múzeum	0,17	0,28**	0,02	0,17	0,07		
Könnyűzene	0,18	0,15	0,14	0,19	-0,03	0,01	
Tv	-0,06	0,18	-0,08	-0,07	0,04	0,11	-0,17

A következőkben az offline tevékenységek korrelációját vizsgáljuk, az eredmények a 6. táblázatban láthatók. A mindenevők elmélettel összhangban az offline aktivitásoknál is a populáris irodalomolvasás összefüggött a gyakoribb szépirodalom olvasással, múzeum- és színházlátogatással, a gyakoribb könnyűzene hallgatás együtt járt a gyakoribb komolyzene hallgatással és művészfilm nézéssel, a multiplexmozi látogatás pedig a múzeumlátogatással. A többi szignifikáns kapcsolat elsősorban a magas kulturális aktivitások együtt járására utal.

6. Táblázat: Az **offline** tevékenységek egymással való korrelációi.

	Szépirod	Populár. irod.	Komolyzene	Művészfilm	Színház	Múzeum	Könnyűzene	Hangszer	Fesztivál	Tv
Populár.irod	0,55*									

	Szépirod	Populár. irod.	Komoly- zene	Művész- film	Színház	Múzeum	Könnyű- zene	Hangszer	Fesztivál	Tv
Komolyzene	0,06	0,13								
Művészfilm	0,17	0,1	0,43* *							
Színház	0,29* *	0,23*	0,22* *	0,26* *						
Múzeum	0,36* *	0,41* *	0,19* *	0,13	0,38* *					
Könnyűzene	0,03	0,13	0,31* *	0,30* *	0,06	0,01				
Hangszer	0,08	-0,02	0,37* *	0,03	0,02	-0,12	0,14			
Fesztivál	-0,11	-0,15	0,1	0,11	0,10	0,01	0,05	0,05		
Tv	-0,08	-0,05	0,10	0,04	-0,04	-0,14	0,17	0,02	0,05	
Multiplex mozi	-0,07	-0,00	0,13	0,13	0,05	0,32* *	- 0,10	0,00	0,29* *	0,0 2

Ezután az online és offline tevékenységek korrelációját vizsgáljuk, az eredmények a 7. táblázatban láthatók. A kulturális mindenevők elméletével összhangban szignifikáns korreláció mutatkozott a populáris irodalom és online szépirodalom, szépirodalom és online populáris irodalom és online könnyűzene, a komolyzene és online TV nézés, a színház és online könnyűzene, múzeum és online populáris irodalomolvasás között. A többi esetben a magas és tömeg kultúra online és offline verzióinak együtt járása figyelhető meg. A 7. táblázat alapján megállapítható az is, hogy az internetnek nincs egyelőssítő hatása a magaskultúrafogyasztásra. Azok a diákok, akik offline fogyasztják a magaskultúrát, azok keresik az online lehetőségeket is.

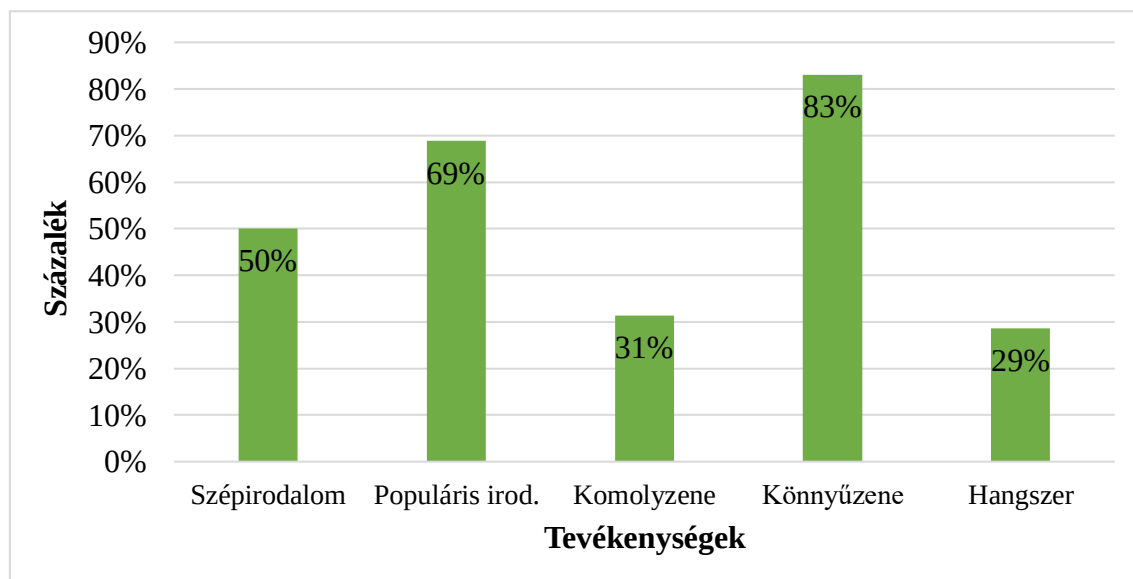
7. Táblázat: Az **offline** és **online** tevékenységek egymással való korrelációi

	ONLINE							
OFFLINE	Szépirod.	Populár irod.	Művész- film	Színház	Múzeum	Könnyű- zene	Tv	Komoly- zene

Szépirod.	0,57**	0,44**	,021*	0,08	0,20*	0,24*	-0,16	0,3**
Popular- irod.	0,46**	0,5**	0,1	0,09	0,02	0,28**	0,04	0,09
Komoly- zene	0,14	0,18	0,30**	0,21*	0,35**	0,08	0,21*	0,47**
Művészfilm	0,17	0,09	0,58**	0,25*	0,14	0,08	0,04	0,3**
Színház	0,29**	0,16	0,38**	0,4**	0,01	0,23*	-0,11	0,16
Múzeum	0,43**	0,42**	0,18	0,13	0,29**	0,13	0,04	0,11
Köny- nyűzene	0,14	0,08	0,13	0,03	0,06	0,26**	0,06	0,14
Hangszer	-0,04	-0,09	0,05	0,02	0,03	0,06	0,01	0,26**
Fesztivál	-0,07	-0,10	0,01	0,15	0,08	-0,28**	0,04	0,03
M.mozi	0,11	0,07	0,13	0,14	0,04	-0,16	0,19*	-0,01
Tv	-0,1	0,08	-0,07	0,09	0,08	-0,02	0,55**	-0,1

Végül megvizsgáltuk azt is, hogy a fiatalok kikkel végzik a kulturális tevékenységeket. Megállapítható, hogy a fiatalok többnyire egyedül fogyasztanak magas és tömegkultúrát is. Az 5. grafikonon azok a kulturális tevékenységek láthatóak, amiket a diákok legnagyobb arányban egyedül fogyasztanak. A százalékszámok azt mutatják, hogy a diákok hány százaléka végzi önállóan az adott tevékenységeket.

5. Grafikon: A diákok leggyakrabban egyedül végzett kulturális tevékenységei



9. Összegzés

A dolgozat legfőbb célja a diákok tanulmányi eredményességére ható tényezők vizsgálata volt, olyan tényezőké, mint a kulturális fogyasztás típusai, gyakorisága, módja, valamint a szülők iskolai végzettsége. Kutatásomban saját kérdőíves felmérésem (N=112) adataival dolgoztam, és kétváltozós elemzéseket végeztem Kelet-Magyarország két középiskolája 12. és 13. évfolyamos diákjai körében. A továbbiakban az elméleti rész alapján megfogalmazott hipotéziseimet tesztelem.

Az első hipotézis csak részben igazolódott be. Habár a modern kulturális fogyasztás valóban felhajtó erőt jelent a diákok eredményességére, az internet homogenizáló hatása nem valósul meg (Bauer 2011, Ságvári 2011). Az internetnek inkább egyfajta megerősítő szerepe van a kultúrafogyasztásban. Mindenféle előzmény nélkül szinte lehetetlen, hogy valakiből aktív kultúrafogyasztó legyen, ezzel leküzdve lemaradásait (Fekete 2015). Megállapítható az is, hogy a származás hatása az eredményességre nem gyengül (Bourdieu 1998). A szülők iskolai végzettségének továbbra is nagy szerepe van abban, hogy gyermekeik eredményesek legyenek az iskolában. Ezzel igazolódik DiMaggio elmélete is, miszerint a szülők iskolai végzettségének közvetlen hatása van a fiatalok iskolai eredményességére (DiMaggio 1982). Azok a fiatalok, akiknek szüleik magas iskolai végzettséggel rendelkeznek, eredményesebbek az iskolában (DiMaggio 1982, Bourdieu 1998).

Az első hipotézishez szorosan kapcsolódó harmadik hipotézisünket is részben igazoltuk, hiszen a szülők iskolai végzettsége valóban befolyásolja a tanulmányi eredményességet és ebben a magas kultúrának közvetítő szerepe van. Ezzel DiMaggio elmélete újra teljesül, hiszen a szülők iskolai végzettségének nem csak közvetlen szerepe van a diákok eredményességére, hanem közvetett szerepe is fent áll. Azok a gyermekek, akiknek szüleik magasan iskolázottak, nagyobb eséllyel lesznek eredményesek az iskolában, valamint azok a diákok, akiknek szüleik magas iskolai végzettséggel rendelkeznek, több magaskultúrát fogyasztanak, mely szintén elősegíti a tanulmányi eredményességet (DiMaggio 1982). Azonban nemcsak a magaskultúra fogyasztására jelentett felhajtó erőt a szülők magasabb végzettsége, hanem a tömegkultúra egyes elemeire is, illetve ahogy írtunk az online fogyasztási szokásokra is nagy hatása van a társadalmi háttérnek.

Második hipotézisünk szintén csak részben igazolódott, mivel a diákok javarészt tényleg egyedül sajátítják el a magaskultúrát és az önállóságnak valóban nagy szerepe van a kultúrafogyasztásban (Bauer 2011), azonban a szülők szerepe nem teljesen függetleníthető a fiatalok magas kulturális fogyasztásától (DiMaggio 1982, Bourdieu 1998). Eredményeink

szerint, azok a diákok, akinek szülei diplomával rendelkeznek gyakrabban fogyasztanak magaskultúrát, mint társaik, akiknek szülei alacsonyabban iskolázottak.

A negyedik hipotézisünk az adataink alapján igazolódott. A korrelációs táblázatok alapján megállapíthatjuk, hogy a diákokra valóban jellemző a kulturális mindenevőség (Szabó 2018, Bocsi, Fényes, Markos 2023). Egyaránt fogyasztanak tömeg és magaskultúrát is, illetve az online fogyasztási formák is népszerűek a hagyományos formák mellett. Szignifikáns összefüggés volt azonban a tömeg és magaskultúra online és offline fogyasztása között. Például azok a fiatalok olvasnak online szépirodalmat, akik offline is teszik ezt. Bukodi (2010) is rámutat, hogy azok a diákok fogyasztják az online a kultúrát, akiknek gyermekkori szocializációjuknak része volt az adott kultúra klasszikus, offline fogyasztása is. Adataink alapján is tetten érhető tehát az internet kultúra fogyasztási szokásokat megerősítő szerepe (Fekete 2015). Ez alapján újra kijelenthető, hogy az internetnek inkább egy egyenlőtlenségeket fenntartó, azokat mélyítő szerepe van. Észrevehetők a korrelációk alapján úgynevezett „kapukultúrák” is. Ezek olyan kulturális tevékenységek, melyek végzése fogékonyabbá teszi az egyént a további kultúrafogyasztásra (Fekete 2018). Kutatásunkban ilyen például az online szépirodalom olvasás, valamint a művészfilmek és színházi előadások offline megtekintése.

Kutatásunk korlátozó tényezője volt, hogy csak kétváltozós elemzéseket végeztünk, illetve nem differenciáltuk az adatokat az iskolatípusok szerint. Tervezzük, hogy a későbbiekben többváltozós elemzéseket is végezzünk, többek közt faktor analízist, annak érdekében, hogy megfigyelhessünk a kultúra fogyasztás típusait, és az iskolatípusok különválasztásával tovább differenciáljuk az eredményeinket.

10. Konklúzió

Kutatásunk alapján megállapítható, hogy az internet általi modern kulturális fogyasztásnak nincsen egyenlősítő hatása. Sokkal inkább fenntartja és mélyíti a különbségeket. Az internetnek egyfajta megerősítő szerepe van a kultúrafogyasztásban, mintsem átalakító vagy formáló.

Ezzel párhuzamosan megállapítható, hogy a kulturális mindenevők elmélete kiterjesztésre szorul, hiszen már nemcsak arról beszélhetünk, hogy a fiatalok tömeg és magaskultúrát egyaránt fogyasztanak, hanem megállapítható, hogy az online és offline fogyasztási módot egyszerre használják. A diákok tehát nemcsak a kultúra típusát tekintve mindenevők, hanem annak fogyasztási módját tekintve is.

Korábbi kutatások alapján megállapítható, hogy bár az iskolának szerepe lehet az egyenlőtlenségek csökkentésében, azonban inkább konzerválja és megerősíti azt azzal, hogy az inkorporált kulturális tőkét értékeli (Mollenhauer 1996, Bourdieu 1998). Ezzel párhuzamosan jelen van az internet egyenlőtlenségeket fenntartó hatása is (Fekete 2015).

Azonban hogyha sikerülne kialakítani a kulturális fogyasztásra való igényt már az általános iskolában, akiknél ez a gyermekkori szocializációból kimaradt, ezáltal csökkennének a társadalmi egyenlőtlenségek. Ezen hiányosságok pótlására kiváló lehetőség lenne az internet és a modern digitális eszközök. A diákok megismerkedhetnének esetlegesen hátrányos helyzetük ellenére az internet adta kulturális fogyasztás digitalizáció adta lehetőségeivel, ennek pedig hosszútávon pozitív velejárója lenne, hogy elkezdnék offline formában is kultúrát fogyasztani, illetve inkorporált kulturális tőkét szerezni. Ezen folyamat távlati eredménye az iskolában jelentkező egyenlőtlenségek csökkenése lenne.

Felhasznált irodalom

Andorka, R. (2006). *Bevezetés a szociológiába*. Osiris Kiadó, Budapest

Bauer, B. (2011). A kulturális szemlélet spiráljai a magyar fiatalok kulturális és szabadidős szokásainak különbözőségei az ezredfordulón. In: Bauer B., Szabó A. (szerk.): *Arctalan nemzedék*, (pp. 221-248.) Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet Budapest

Bocsi, V., Fényes, H., & Markos, V. (2023). A szabadidő-felhasználás és az önkéntesség kapcsolatának vizsgálata a magyarországi fiatalok körében. *Önkéntes Szemle*, 3(1), 25-56.

Bocsi, V., Kovács, K. (2018). A szabadidő mintázatai a középiskolákban. *Metszetek*, 7(3), 64-78.

Bodó J. (2013). Internethasználat és oktatás. In: Biró A. Zoltán, Bodó Julianna (szerk.): *Internet használat vidéki térségben. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra*. (pp. 138-157) Státus kiadó, Csíkszereda

Bourdieu, P (1998): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke In: Lengyel Gy. Szántó Z. (szerk.): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája* (pp. 155-177.), Aula, Budapest

Bourdieu, P. (1978): Rekonverziós stratégiák. In Bourdieu, P.: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. (pp. 350–378), Gondolat Kiadó, Budapest

Ceglédi, T. (2018). *Ugródeszkán. Reziliencia és társadalmi egyenlőtlenségek a felsőoktatásban*. Oktatáskutatók könyvtára, Debrecen

Czövek, A., Fazekas, I. (2015). Tőke-konverziós folyamatok vizsgálata az IKT térben.: internethasználati szokások és társadalmi egyenlőtlenségek összefüggéseinek vizsgálata, In: Torgyik Judit (szerk.): *Százarcú Pedagógia* https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/6105/1/441_449_Cz%C3%B6vek.pdf

Csepeli, G., Prazsák, G. (2008). eKultúra. In: Kolosi T.–Tóth I. Gy. (szerk.): *Társadalmi Riport 2008*. (pp 451-467), TÁRKI, Budapest,

DiMaggio, P. 1998. A kulturális tőke és az iskolai teljesítmény: A státuskultúrában való részvétel hatása az egyesült államokbeli középiskolások jegyeire. In: Róbert Péter (szerk.): *Társadalmi mobilitás. Hagyományos és új megközelítések*. (pp. 198–218.) Budapest, Új Mandátum Kiadó,

Domokos, T., Kántor, Z., Pillók, P., & Székely, L. (2021). Kérdések és válaszok - Fiatalokról, fiataloktól. *A Magyar Fiatalok 2020*. 35 – 48.

Fekete, M. (2015). Intenzív kultúrafogyasztók a hálón: Szabadidő-struktúra, internethasználat, kultúrafogyasztás. Generációs kultúrafogyasztás a digitális korban, *Replika* 1(2), 99-116.

Fekete, M. (2018). *Eidő, avagy a szabadidő behálózása*. Belvedere Kiadó, Budapest.

Gans, H. J. (1998). Népszerű kultúra és magaskultúra. In: Wessely Anna (szerk.): *A kultúra szociológiája*, (pp. 114-150.), Osiris–Láthatatlan Kollégium, Budapest

Horkheimer, M., Adorno, T. (1990): A kultúripar. In: Uők (szerk): *A felvilágosodás dialektikája*, (pp. 141.201.) Atlantisz, Budapest

Lannert, J. (2022). A pandémia miatti iskolabezárások és a digitális oktatás hatása a tanulók felkészültségére a közoktatásban és a felsőoktatásban In: Kolosi Tamás – Szelényi Iván – Tóth István György (szerk.): *Társadalmi Riport 2022* (pp. 307-323), TÁRKI, Budapest

Mollenhauer, K. (1996). Szocializáció és iskolai eredmény. In: Meleg Csilla (szerk.): *Iskola és társadalom: Szöveggyűjtemény*, (pp. 149-172.), Tanárképző Int. Ped. Tanszék, Pécs JPTE

Nagy, Á., Fazekas, A. (2012). Szabad és még szabadabb idők In: Nagy, Á., Székely, L. (szerk.): *Negyedszázad Magyar Ifjúság 2012* (pp. 202 – 242.) Juvenis Ifjúság szakmai Műhely – ISZT Alapítvány – Excenter Kutatóközpont – Új Ifjúsági Szemle Alapítvány,

Sági, M. (2010). Kulturális szegmentáció: „mindenevők” „válogatóság” „egysíkúak” és „nélkülözők”? Az „omnivore-univore” modell alkalmazhatósága Magyarországon. In: Kolisi T.- Tóth I. Gy. (szerk.) *Társadalmi riport 2010*, (pp. 288-311), TÁRKI, Budapest

Ságvári, B. (2011). A net generáció törésvonalai, kultúrafogyasztás és életstílus csoportok a magyar fiatalok körében, In: Bauer B., Szabó A. (szerk.): *Arctalan nemzedék*, (pp. 221-248.) Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet Budapest

Schulze, G. (1998). A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása, in.: Wessely Anna (szerk.): *A kultúra szociológiája*, (pp.186-204.) Osiris-Láthatatlan Kollégium, Budapest

Sütő, A. (2021). Merre tovább, netgeneráció? *Metszetek*, 10(3), 124-142.

Szabó, J. (2018). Kulturális szegmentáció az erdélyi magyar fiatalok körében. *Társadalomtudományi Szemle*, 8(3), 62-79.

Szemerszki, M. (2015). A tanulói eredményesség dimenziói és háttértényezői. In: Szemerszki Mariann (szerk.): *Eredményesség az oktatásban. Dimenziók és megközelítések*. (pp. 52-91.) Oktatásfejlesztő és Kutató Intézet, Budapest

Tószegi, Zs. (2021). Digitális bennszülött hallgatók, digitális bevándorló tanárok. In: Kiszl Péter, Boda Gáborné Köntös Nelli (szerk.): *Valóságos könyvtár – könyvtári valóság. Könyvtár- és információ tudományi tanulmányok 2020*, (pp. 75–86.) ELTE BTK Könyvtár- és Információ tudományi Intézet. Budapest,

Vajda, Zs. (2008). Tudáshalászat: Az internet és a tanulás. *Educatio*, 17(2), 241-252.