

OTDK-dolgozat

2015

**A 14 ÉS 18 ÉV KÖZÖTTI IFJÚSÁG, MINT FOGYASZTÓI RÉTEG
VÁLTOZÁSA**

**CHANGING OF THE CONSUMER GROUP OF YOUTH BETWEEN
14 AND 18.**

Kézirat lezárva: 2014. december 25.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	1
2. A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az ezredfordulótól az internet elterjedéséig.....	2
2. 1. Trendek, és a társadalom a fiatalságot formáló ereje 2000-2008-ig.....	2
2.1.1. Stílusok	2
2.1.2. Stílusok hatásai	2
2. 2. Szabadidős tevékenységek	3
2. 3. Legkedveltebb termékek, szolgáltatások.....	4
2.3.1. Televízióhoz kapcsolódó eszközök.....	4
2.3.2. A könyvek.....	5
2.3.3. Sport.....	5
2.3.4. Technikához köthető termékek	5
3. A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az internet elterjedésétől napjainkig.....	9
3. 1. Napjainkról	9
3. 2. Trendek, és a társadalom a fiatalságot formáló ereje napjainkban.....	9
3. 3. Szabadidős tevékenységek	12
3. 4. Legkedveltebb termékek, szolgáltatások.....	16
3.4.1. Zsebpénz	16
3.4.2. Leggyakrabban vásárolt termékek és szolgáltatások	18
4. Értékelés, összehasonlítás	25
4. 1. Trendek, és a társadalom a fiatalságot formáló ereje	25
4.1.1. A divat változása.....	25
4.1.2. Reklámok változása	26
4.1.3. A zenei stílusok változása.....	26
4. 2. Szabadidős tevékenységek	26
4.2.1. Televízió szerepe	26

4.2.2. Baráti kapcsolatok.....	27
4.2.3. Szórakozás	27
4.2.4. Olvasás	27
4.2.5. Művészetek	28
4.2.6. Túrák és kirándulások.....	28
4.2.7 Tanulás.....	28
4. 3. Legkedveltebb termékek, szolgáltatások.....	28
4.3.1. A letöltés, mint ingyenes lehetőség	29
4.3.2. A technika fejlődése.....	29
4.3.3. Sport.....	31
4.3.4. Trendek által generált fogyasztás.....	32
5. Összegzés	33
6. Irodalmi jegyzék.....	34

Táblázat- és ábrajegyzék

1. ábra: A fiatalság szabadidős tevékenységei 2004-2008 között.....	3
2. ábra: Mobiltelefonnal rendelkezők aránya 2000-ben	6
3. ábra: Számítógéppel rendelkezők aránya 2000-ben	7
4. ábra: A baráti társasággal rendelkezők aránya.....	11
5. ábra: A hétvégi szabadidős tevékenységek	12
6. ábra: A hobbik megoszlása	14
7. ábra: Zsebpénzzel rendelkezők aránya	16
8. ábra: A kapott zsebpénz gyakorisága.....	16
9. Ábra: A zsebpénz összege.....	17
10. ábra: A zsebpénzből vásárolt termékek.	18
11. ábra: DVD filmek vásárlásának, és letöltésének aránya.	20
12. ábra: A fiatalság által igénybe vett szolgáltatások napjainkban.	22
13. ábra: Az internettel rendelkezők aránya 2000-ben.	29
14. ábra: Elektronikai termékek, melyekkel a mai fiatalok rendelkeznek.....	31

1. Bevezetés

Igyekeztem olyan témát találni, melyet mostani ismereteimmel is megfelelő mértékben ki tudok dolgozni. Így esett a választásom a középiskolások, azaz a 14 és 18 év közötti fiatalság, mint fogyasztói réteg elemzésére. A szakirodalom tanulmányozása előtt is szembetűnő volt számomra, hogy ez a vásárló erő dinamikus változáson megy keresztül. Elsőként szeretném az ezredfordulótól az internet elterjedéséig, azaz 2008-ig feltérképezni, mi volt jellemző a fiatalok fogyasztási szokásaira. Mik jelentek meg, mint *legfőbb céltermékek*, milyen *szolgáltatások* voltak a legkedveltebbek, a *társadalom* milyen „elvárásokat” tartott fent a fiatalságra, mi volt a „trendi”, illetve az internet ideje előtt mik voltak a legkedveltebb *időtöltések*. A pontos dátumát nem lehet meghatározni az internet elterjedésének, hiszen egy folyamatról beszélhetünk. Azonban a kutatások alapján ekkortól már nagymértékben elterjedt volt (Szabó és Bauer, 2009, 83. o.). Az első fő gondolatmenetem azért a világháló elterjedéséig tart, mert a kutatásokból jól kimutatható, hogy nagy hatással van ez az esemény a fiatalság szokásaira. Miután mindezt bemutattam, rátérek a mai helyzetre.

A fenti kérdéseket derítem fel kérdőívem kiértékelésének segítségével. Online kérdőívet állítottam össze. 100 középiskolást kérdeztem meg, köztük kollégistákat, gimnazistákat és szakközépiskolásokat is. A kérdőívek feldolgozása alapján igyekszem bizonyítani, alátámasztani állításaimat. Ezzel egy összehasonlítási alapot nyújtok a két fő rész között: „A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az ezredfordulótól az internet elterjedéséig” valamint „A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az internet elterjedésétől napjainkig”. Mindezek után igyekszem következtetéseket levonni arra vonatkozóan, hogy mi lehet a változások oka, és milyen hatásokkal járnak ezek a fiatalokkal kapcsolatban. Dolgozatom zárásaként Felmerült sztereotípiákat vizsgállok meg, hogy helytállóak-e, avagy sem.

2. A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az ezredfordulótól az internet elterjedéséig

2.1. A TRENDEK ÉS A TÁRSADALOM FIATALSÁGOT FORMÁLÓ EREJE 2000-2008-IG

Mindig is voltak, és lesznek a fiatalságon belül hirtelen felkapott stílusok, melyet mindenkinek követnie „kell”. Ezekben az időkben is sokféle irányzat vezette a fiatalok viselkedési, és öltözködési szokásait. Ezekből szeretnék pár jelentősebb példát hozni.

2.1.1. Stílusok

A 2000-es évek elején az Eurodance hatása még érezhető volt. Ez egy olyan zenei irányzat, melynek szövege pozitív, optimista és gyakran a béke, a tánc, a bulizás és érzelmek témaköréit járja körül. Ezek leginkább angol nyelvűek voltak. Ezáltal egy afféle „nyugatiasodás” volt megfigyelhető a fiatalságon.

Az Amerikai Pite című amerikai vígjáték stílusában felvázolja azt az életformát, amit sokan a legideálisabbnak tartottak a 17-18 évesek körében. A bulizás, az ivás és a barátok fontossága, mindez egy utópisztikus világot hozott létre a fiatalság számára. Így a haverokkal való lógás, a házibulik szervezése egyre inkább beépült már ennek a korosztálynak az életébe.

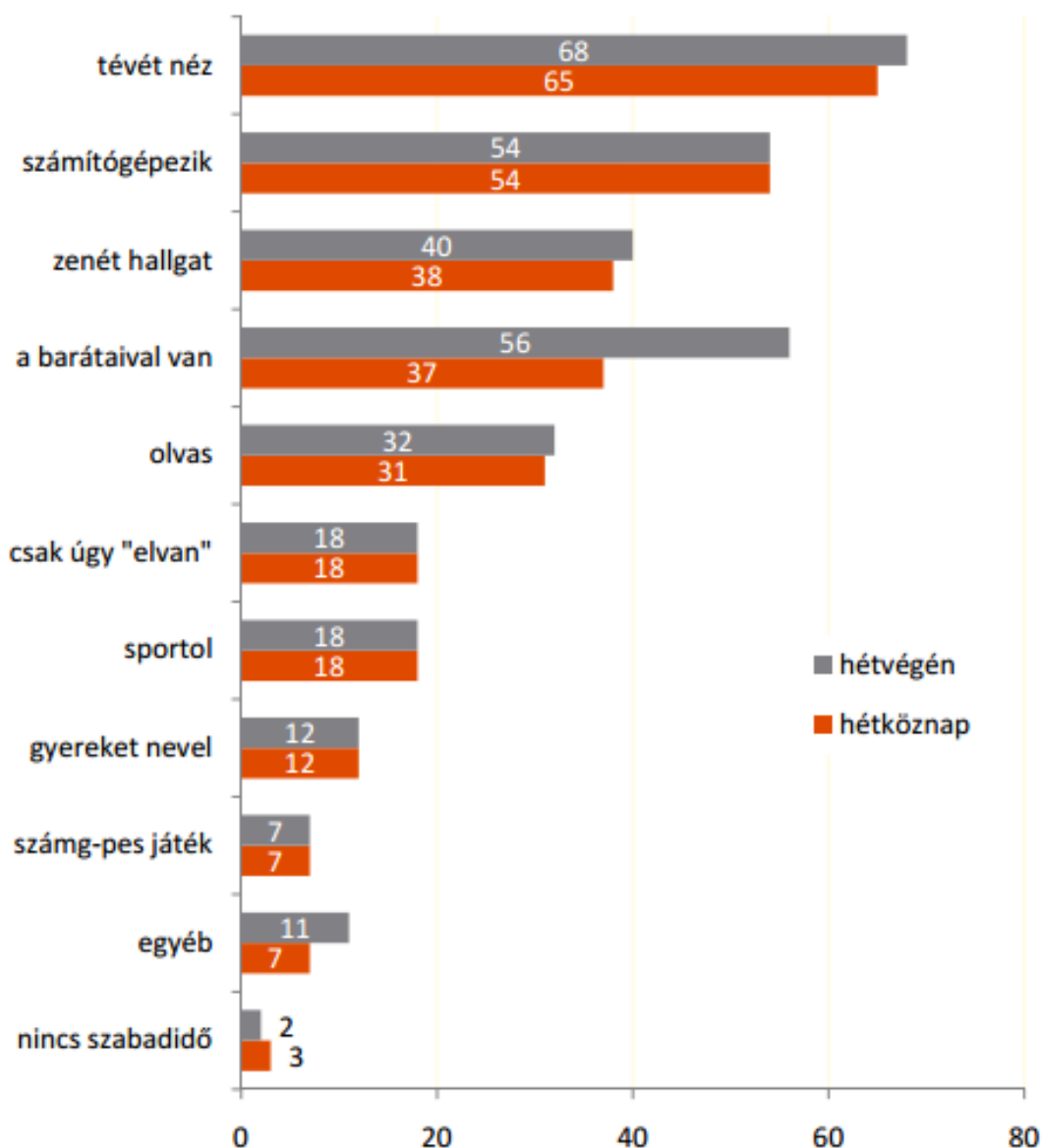
Mindezek mellett egyre erősödött az electro house. Ez a stílus a fiatalság jelentős rétegeit mozgatta meg. Ez a diszkó korszak egy modernizált feltámadása. A hangszerek egyre inkább kezdtek visszaszorulni, és a DJ-k jelentek meg most már a bulikban.

2.1.2. A stílusok hatásai

Ezek a stílusirányzatok a maguk piacára terelték az ifjúságot, akik a trendnek megfelelő ruhákat, zene CD-ket és poszttereket vettek, illetve belépőket koncertekre és bulikra. Az elektronikai cikkek folyamatos fejlődése is lázban tartotta a fiatalságot. Így már sokszor az lett a „menő”, akinek a legújabb, legmodernebb készülék állt a rendelkezésére. Viszont itt mindenképpen meg kell említeni, hogy ezekben az időkben nem volt olyannyira jellemző a kiközösítés, ha valaki nem követte a trendet. Ezáltal a ruházati cikkek folyamatos és nagymértékű vásárlása hazánkban még nem volt jellemző.

2. 2. SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEK

Az életmódunk meghatározó eleme a szabadon eltölthető idő. A középiskolás korosztály a kötelező tevékenységek mellett (iskola, szakkörök) viszonylag sok szabadidővel rendelkezik. Hétköznap 3,7, míg hétvégén 9,1 óra az, ami elmondásuk szerint rendelkezésükre állt. A 2000-2008-as időintervallumban vizsgálok, hogy az adott korosztály mivel töltötte legszívesebben a rendelkezésére álló szabadon felhasználható idejét.



1. ábra: A fiatalság szabadidős tevékenységei 2004-2008 között

Forrás: Bauer és Szabó (2009) 97. o.

Ebben a táblázatban láthatóak a legkedveltebb szabadidős tevékenységek. Erre az időszakra jellemző, hogy a televízió nézése áll az első helyen. Hétköznap a megkérdezettek 65, hétvégén 68%-a állítja, hogy ezzel tölti szabadidejét.

A számítógép használata, már ekkor is jellemző volt a korosztályra. 54% az, aki szívesen foglalkozik számítógépezéssel a szabadidejében.

A zenehallgatás népszerűsége összeköthető a technikai fejlődéssel, illetve a hordozható zenelejátszók megjelenésével.

A baráti társaságok már ekkoriban is nagy szerepet játszik a fiatalság életében. Hétköznapokon viszont elsősorban az iskola miatt nincs sok ideje a korosztálynak a barátaikkal lenni. Ez lehet az oka, a táblázatban is tapasztalható különbségnek a hétköznapok és a hétvégék eredményei között.

Az olvasás a fiatalok 32%-át mozgatja meg. Már ekkor is érezhető volt ugyan egy csökkenő tendencia, de még így is relatív magasnak vehetjük ezt az értéket.

A sport, mint szabadidős tevékenység a fiatalság közel egyötödét éri el. A számítógépes játékok a szabadidő eltöltésének szempontjából, mint láthatjuk még nem meghatározóak.

Kis számban, de találkozunk olyanokkal is, akik nem rendelkeznek szabadidővel.

2. 3. LEGKEDVELTEBB TERMÉKEK, SZOLGÁLTATÁSOK

A középiskolások szabadidős tevékenységének meghatározása sokat segít az általuk legkedveltebb termékek és szolgáltatások összegyűjtésében.

2.3.1. Televízióhoz kapcsolódó eszközök

Ebben az időben a boltban történő vásárlás, mint egyetlen lehetőség állt fent. A filmeket még videokazettán, az idő múlásával már DVD-n vásárolták meg. A polcon gyülekező videó- és DVD-tokok megszokott látványnak számítottak, sok fiatalban büszkeség érzését is keltették. Ezeknek a termékeknek a lejátszásához szükség volt külön videó-, később DVD-lejátszóra. Ide kapcsolható a kölcsönzési szolgáltatás, melynek lényege, hogy a kivett filmért az eredeti árához képes jóval kisebb összegért, megadott időre kölcsön lehetett venni. Vigyázni kellett azonban a határidő betartására, mert ha később vitték vissza, abban az esetben pótdíjat, késedelmi díjat kellett fizetni. Ezek alapján kijelenthetjük, hogy a fiatalság a videokazetta és DVD

vásárlói piacán erősen megjelent. A kölcsönzés pedig egy kedvelt szolgáltatásnak számított. (Szabó és Bauer, 2005, 74. o.)

2.3.2. Könyvek

A könyv, mint céltermék szintén keresett volt. Igaz már akkor is egyre csökkent a középiskolás olvasók száma (Szabó és Bauer, 2005, 72. o.), de még így is jelentős szerepe volt a tevékenységnek. A könyvesboltokban gyakran fordultak meg fiatalok. A könyvekhez kapcsolható szolgáltatás a könyvtár. Az olvasójegy kiváltása után ingyenesen lehetett a könyveket kivenni. Ez nagy előny volt a fiatalság számára, hiszen korlátozott anyagi körülményeik miatt nem engedhették meg maguknak, hogy minden számukra érdekes olvasmányt megvehessenek. Viszont itt is él a késedelmi díj, amiről a DVD-kölcsönzésnél már szó esett. A könyvek mellett a különböző magazinok, újságok és folyóiratok (számítógépes, ifjúsági, történelmi, divat, gasztró stb.) is a sűrűn vásárolt termékek közé tartoztak.

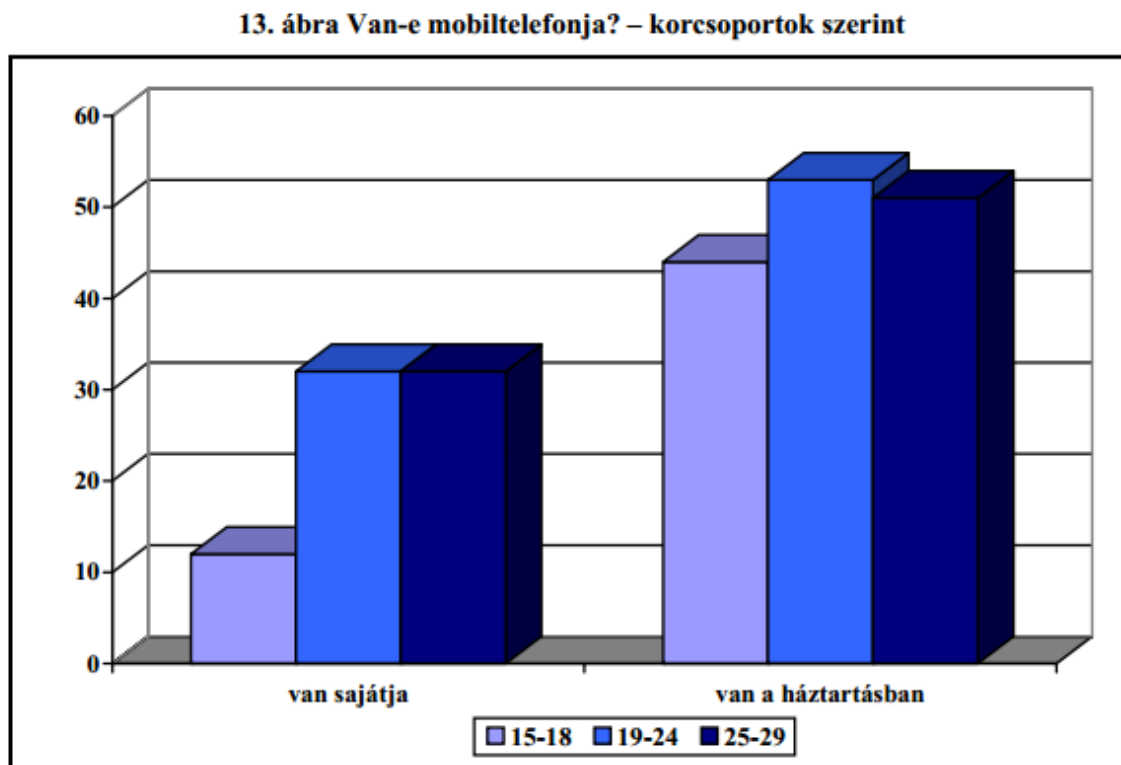
2.3.3. Sport

A szabadidősporthoz és a versenysporthoz is egyaránt kapcsolódik a sporteszközök és szolgáltatások vásárlása. A hobbiból sportolók nem tesznek komolyabb beruházásokat. Például egy amatőr futónak elegendő, ha megfelelő cipőt vásárol, de egy versenyfutónak a ruházat a különböző kenőcsök és sportorvosságok is fontosak lehetnek. A legnagyobb kereslet a hobbi-sportolók között a labdákra és a biciklikre összpontosul. A már említett amerikai stílus viszont hazánkba is behozza a gördeszkázást, mint könnyű extrém sportot. Ezt a tevékenységet már inkább nevezhetjük egy életstílus szimbólumának, mint sportnak. Az extrém sportok üzése erre a korosztályra ebben az időben nem voltak jellemzőek. (Pólusné Thiry, 2013, 11.o.) Ennek oka a megfelelő anyagi háttér hiánya. Hiszen ekkoriban még magas áron lehetett megvásárolni ezeket az eszközöket és igénybe venni ezeket a szolgáltatásokat hazánkban.

2.3.4. Technikához köthető termékek

A zenehallgatáshoz elsődlegesen használt eszközök a kazettás és CD-s magnók, a számítógépek és a rádiók. Az mp3 és mp4 lejátszók nem csak hasznosságuk, de divatosságuk miatt is egyre elterjedtebbek lettek. 2007-2008-ban a mobiltelefonokat is elkezdték felruházni a fejlesztők mp3 lejátszási képességgel. Ekkor kezdődött a mobilok rohamos fejlődése. A 2000-es években érdekességként szolgált, hogy a 15-18 éves korosztály kicsivel több, mint 10%-a rendelkezett saját mobiltelefonkészülékkel. (Szabó és Bauer, 2002, 41. o.) A diagramon láthatjuk, hogy a háztartásokban nem volt hiánytermék a készülék, csak a fiatalok nem rendelkeztek

még saját készülékkel. Ennek oka lehet, hogy a mobiltelefonok ekkoriban még nagy újdonságnak számítottak, így az árak is az egekben járt.

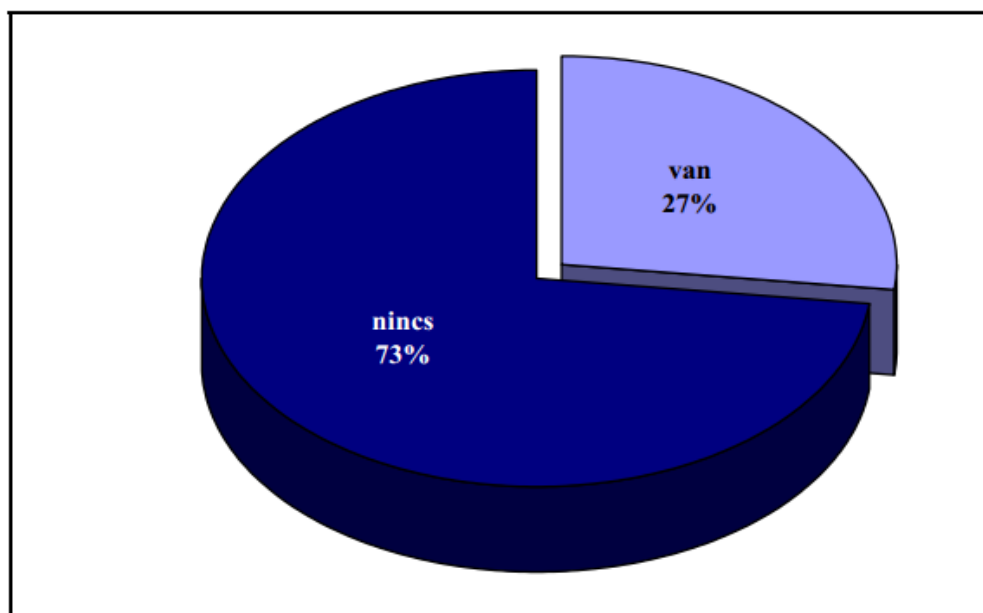


2. ábra: Mobiltelefonnal rendelkezők aránya 2000-ben

Forrás: Szabó és Bauer, (2002) 41. o.

Szabó Andrea és Bauer Béla Ifjúság 2000 című tanulmánya alapján a fiatalságnak csak 27 % - a rendelkezett saját számítógéppel. Mint a legtöbb elektronikai termék, így a számítógép is kezdetekben egy magas vételárral rendelkezett. Ennek köszönhető a tortadiagram meglepő adata. A számítógépek ekkoriban inkább számítottak munkaeszközöknek, mint játéklehetőségeknek. De azt nem jelenthetjük ki, hogy ne lett volna játék funkciójuk ezeknek az eszközöknek.

15. ábra Van-e otthon számítógépe?



3. ábra: Számítógéppel rendelkezők aránya 2000-ben

Forrás: Szabó és Bauer, (2002) 43. o.

Boltokban vásárolták a konzolos és számítógépes játékokat, amelyek CD-n jelentek meg. Ez a későbbiekre nézve igen fontos, mert a filmek után itt érzékelhető majd a legnagyobb változás napjainkban. Mivel még nem voltak az úgynevezett gépigények nagyok, így a számítógépek fejlesztésére sem volt akkora igény. Ha a komputerekhez is szeretnék szolgáltatást csatolni, akkor újra vissza kell térnem a könyvtárakba. Egy mind két fél számára kedvező óradíjért cserébe lehetett az itt található gépeket használni.

Fontos megemlíteni, hogy az édességek és a rágsálnivalók is megjelentek, mint céltermékek a fiatalok körében. A gyorséttermek egyre nagyobb teret kaptak, a középiskolások számára az iskolai büfé, mint étel és italforgalmazó hely a mai napig nagy szerepet játszik. Zsebpénzüket egy részét itt költik el. Ezeken felül megemlíthetjük a pékségeket és cukrászdákat is, mint fogyasztói színhelyeket az ifjúság életében.

A szolgáltatások sorát bővítik a már említett kölcsönzési lehetőségek mellett a szórakozási lehetőségek. Főleg a 17-18 évesek körében a diszkók és szórakozóhelyek kiemelkedő szerepet játszottak. Itt megjelentek, mint alkohol és cigaretta fogyasztóréteg, a már említett amerikai lázadó irányzat hatására.

Szolgáltatásként még a mozi az, amit mindenképpen meg kell említenem. Mivel ekkoriban a nagyképernyős tv-k és a jó minőségű hangtechnikai rendszerek még nem terjedtek el a háztartásokban, így a mozi egy különleges élményt nyújtott az oda ellátogató fiatalságnak. A film megnézéséhez a mozik büféjében ropogtatnivalókat és üdítőket vásároltak. Így nem csak a filmnézés szolgáltatását, hanem a hozzá kapható élelmiszereket is megvásárolták.

A ruházati cikkek főleg a lányok körében voltak keresettek. A fiúk számára nem volt annyira fontos a divatos öltözködés ebben a korosztályban. A tipikus farmer-póló, farmer-ing kombinációnál nem igen léptek tovább. A 90-es évek trendjei még erősen meghatározták a lányok ruházatkodási szokásait. Tehát a sportos és az elegáns fazonok keverése, a trapézgatyák, a topok és a „haspólók” ideje volt ez. Ahogy telnek az évek és közeledtünk a most vizsgált időszak végére, a divat is erős változásokon haladt át. A fiúk számára is egyre szélesebb körökben megjelentek a divat követésének igényei, ez a férfidivat ruházatának középiskolásos méretre szabásával járt.

3. A 14 és 18 év közötti ifjúság magatartása az internet elterjedésétől napjainkig

3. 1. NAPJAINKRÓL

A mai életmódunk egyik legmeghatározóbb eleme nem más, mint az internet. Ez a világot összekötő tömegkommunikációs eszköz nagy tempóban lebontja a határokat a világban. Az internetes társadalom új normákat és trendeket állított fel. Az online játékok, letölthető zenék és filmek végtelen tárháza a piacon nagy változásokat okoztak. Az interneten felhalmozott, mindenki számára elérhető tudás, egyre nagyobb hatással van a fiatalságra. Tehát a tudásvágy egy erős mozgatórugó az interneten. Ezek az információk nem feltétlenül szakmai tudást takarnak, hanem más emberek életében bekövetkező események ismereteit, mind a hírességek, mind a barátok körében. Mára már szinte minden háztartás rendelkezik számítógéppel és internet elérhetőséggel. A következő diagramok a saját kérdőívem eredményeit mutatják be. Az adatok 100 megkérdezett diáktársam válaszainak kiértékeléseként jöttek létre. Hogy a munkám reprezentatívabb legyen, igyekeztem széles köröket elérni a kérdőívvel.

3. 2. TRENDEK, ÉS A TÁRSADALOM A FIATALSÁGOT FORMÁLÓ EREJE NAPJAINKBAN

A mai világban a középiskolásokban felerősödött a kortársak irányába történő megfelelési kényszer. A külső alapján történő előítélet napjainkban egyre inkább előtérbe kerül. Ennek hatására a divat mind a fiúk, mind a lányok számára fontossá váltak. A stílusos öltözködés manapság már elvárássá nőtte ki magát. Ez az erős befolyás természetesen felébresztette a fiatalokban a lázadási szellemet, így kialakultak ellentrendek is. Ezek az irányzatok a régi idők egyszerű öltözködési szokásaihoz nyúlnak vissza, viszont számuk kevés.

”A zene, étel, ital, divatkövetés mikrotrendjei a bőségi társadalomban egyre inkább a piac által generált életstílus alkotórészei, melynek következménye, hogy eltűnnek a korosztály-specifikumok, illetve a különböző korosztályok egy-egy stílusjegyet a zenétől az öltözködésig átvesznek egymástól, melyet a különböző időszakok retro reneszánszai is mutatnak. Továbbá az életkor egymásba csúszása figyelhető meg az extrém sportoktól az élményturizmusig is.” – (Gábor K., 2009)

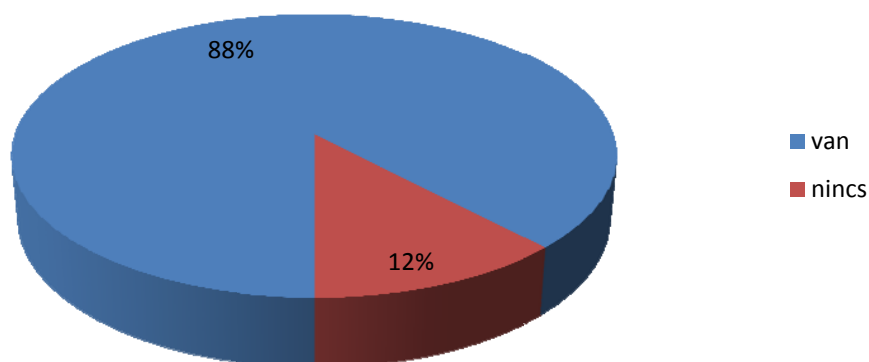
A ruházkodás mellett az elektronikai eszközök, mint „menőség faktor” növelő tényezők figyelhetőek meg. Ezek minél újabbak, minél több kiegészítővel vannak ellátva, annál inkább elnyeri a használója a társai figyelmét. Ebben az esetben a legmeghatározóbb eszköz a mobiltelefon. Maga a készülék külseje is sokat számít, de az általa elérhető alkalmazások teszik igazán vonzóvá a fiatalok számára. Hiszen egy alkalmazás is megjelenhet, mint trend. Viszont megfigyelhető, hogy a hirtelen felkapott applikációk élete a piacon rövid. Emiatt a cégek egyre újabb és újabb ötletekkel állnak elő. Viszont gyakran előfordul, hogy másolják az előzőleg felhasznált gondolatok alapjait, és minimális változtatásokkal újra piacra dobják. Hogy kézen foghatóbbá tegyem, hozok egy példát is. Egy amatőr programozó létrehozott egy igen egyszerű elven alapuló játékot, amit Flappy Bird- nek nevezett el. A játék lényege, hogy a képernyő megérintésével a kis madarunk csap egyet a szárnyával, és egy akadálypályán kell végighaladnunk. Minden egyes kikerült akadály után kapunk egy pontot. A játék azért lett híres, mert nagy ügyességet igényelt. Kihívást jelentett még a legjobb játékosoknak is. Így gyorsan terjedt a híre, és egyre többen kezdték el letölteni. Miután a keresettsége alábbhagyott, pár hónap elteltével megjelent ugyan ezen az elven egy játék, ahol egy helikopterrel kell manőverezni. Bár az ötlet nem volt új, mégis újra népszerű lett.

Az emberi kapcsolatok több irányba indultak el. A már jól megszokott személyes kontaktus és telefonos beszélgetés mellett megjelent a csetelés. Az interneten keresztüli írásban történő beszélgetés előnye, hogy ingyenes belföldön és külföldön is. A fiatalság körében ez egyre elterjedtebb lett. Az íráson keresztül viszont nem lehet minden esetben az érzelmeket megfelelően érzékeltetni. Emiatt a cseteléshez használják az úgynevezett hangulatjeleket, amelyek a kimondott szavak hangsúlya, hangereje helyett lépnek fel, mutatják érzéseinket. De ezt nem nevezhetjük kielégítő helyettesítésnek. Mivel a felek nem látják egymás tényleges reakcióját, nem hallják a másik hangját, így ez nem megfelelő mód a kommunikációra. Mindemellett a bizonytalanság is felléphet, mivel nem tudhatjuk pontosan ki ír nekünk a másik oldalról.

Az Internetes kommunikáció egy másik formája a videós beszélgetés. Ha az eszközünk rendelkezik kamerával, és mikrofonnal csak akkor végezhető ez a tevékenység. Bizonyos programok segítségével lehet megvalósítani. Ilyen például a Skype, Viber vagy akár a Facebook is. Ez már egy sokkal fejlettebb változata a világhálón keresztül történő beszélgetésnek. Nagy előnye a cseteléssel szemben, hogy a felek látják, illetve hallják egymást. Ha jó minőségű kamera áll a rendelkezésünkre, akkor a kép már-már eléri azt a hatást, mintha a másik fél ténylegesen a szobában tartózkodna. A fiatalság körében ez a kommunikációs forma elterjedt, hiszen a használata díjmentes. Viszont ha megfelelő minőségű beszélgetést szeretnénk, akkor kiváló minőségű internet, és kamera kell, hogy rendelkezésünkre álljon.

A baráti társasággal való együttlét a mai fiatalok számára igen fontos. A vágy, hogy tartozzanak valahova, képes befolyásolni a fogyasztásukat. Egy baráti körbe való asszimilálódás a kérdőívem szerint a legtöbb megkérdezettnek sikerült. Tehát sikerült alkalmazkodniuk az egymás felé felállított trend alapú elvárásokhoz. A következő tortadiagram ezt mutatja be.

Van-e olyan baráti társaságod, amellyel rendszeresen töltöd szabadidődet?

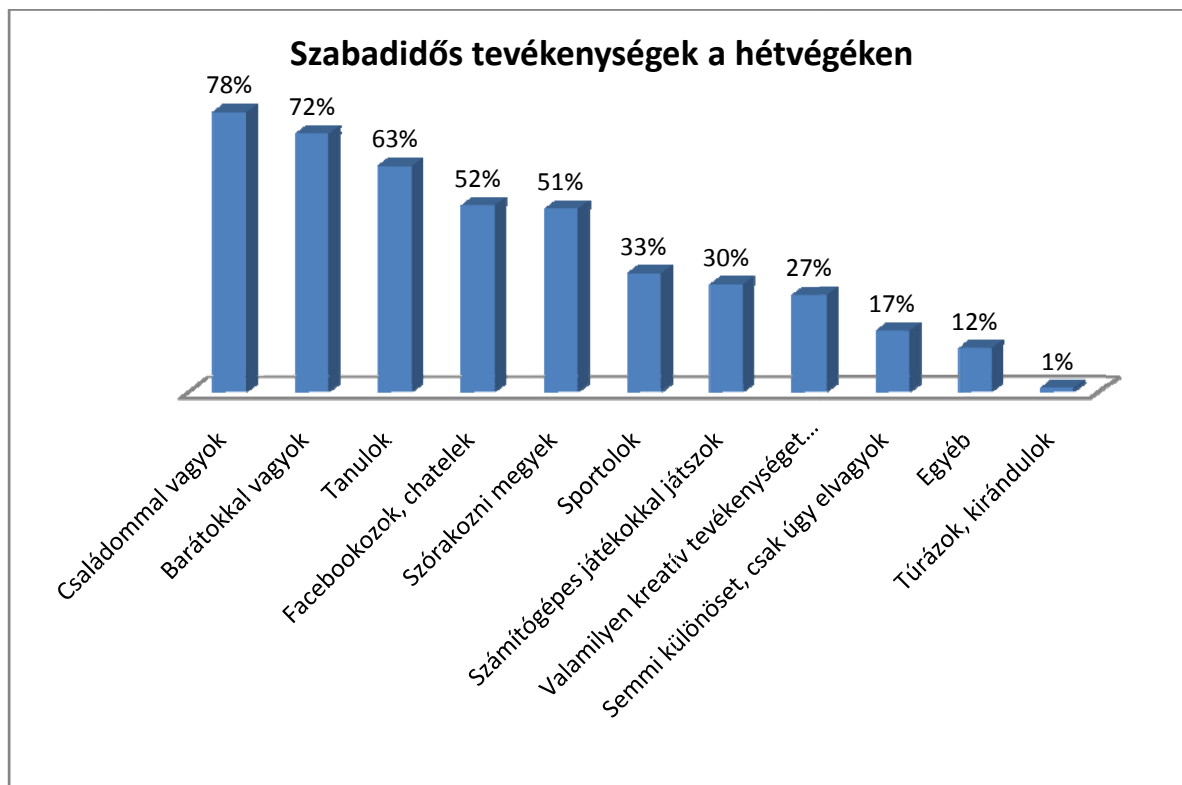


4. ábra: A baráti társasággal rendelkezők aránya

Forrás: Saját kérdőíves adatok

3.3. SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEK

„A középiskolás diákok a hétvégéken rendelkeznek a legtöbb szabadidővel.” Kérdőívem egyik pontja erre a kijelentésre irányul. A következő általam készített oszlopdiagramon megfigyelhetjük, hogy a megkérdezett 100 középiskolás diák válaszai alapján, hogyan alakulnak a hétvégi szabadidős tevékenységek.



5. ábra: A hétvégi szabadidős tevékenységek

Forrás: Saját kérdőíves adatok

A diagramról jól leolvasható, hogy a középiskolás diákok számára az első három helyet nagy fölénnyel a család, a barátok és a tanulás tölti be.

Ennél az eredménynél kétségeim támadtak. Az elolvasott szakirodalmak azt mutatják, hogy napjainkra az a jellemző, hogy az online világban annyi időt töltenek a diákok, hogy természetessé válnak számukra az ott talált stílusok, alkalmazások és programok. Mivel a szülők sok esetben nem értenek ezekhez a technikákhoz, kialakul egy generációs szakadék, így a középiskolások számára tényleg olyanok a felnőttek, mintha „a Marsról jöttek volna”. Emiatt nehezebben értenek szót egymással, ezért a fiatalság nem keresi olyan erősen a szülők társaságát. Az ok, amiért mégis a családot jelölték be sokan valószínűleg az, hogy félreértelmezték a kérdést. Hiszen az hogy otthon vannak, még nem jelenti azt, hogy velük is töltik az idejüket.

A trendeknél látott diagram is alátámasztja, miszerint a középiskolás diákok rendelkeznek olyan baráti társasággal, amellyel együtt töltik a szabadidejüket. A barátokkal való „lógás” egyre nagyobb szerepet kap. A szabadidős tevékenységek szempontjából a hétfégi találkozás a barátokkal fontos. Egy délutáni beszélgetés a közeli téren, vagy egy egész estés, mind-mind beépültek már a diákok életébe. A szórakozni megyek válaszlehetősége valószínűleg emiatt érkezett ilyen sok válasz.

Az növekvő információ mennyiség, amit tananyagként az iskolában tanulnak a középiskolások, egyre több szabadidejüket veszi el. Délutánonként sok időt szánnak házi feladatok készítésére, vagy egy dolgozatra való felkészülésre. Ha pedig közeledik az érettségi, a tanulásra fordított idő hatványozott mértékben nő.

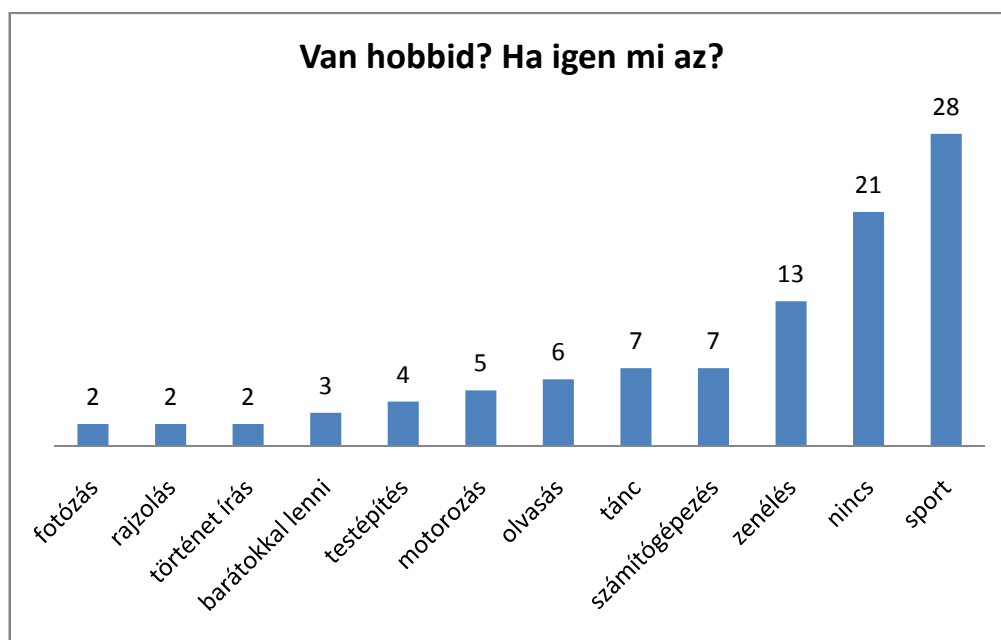
A facebook, mint kommunikációs csatorna szolgál a fiatalok számára. Hétfégén, amikor több idejük van, szívesen böngészik ezt az oldalt. Itt barátaikról tudhatnak meg többet. Illetve, ami ehhez a weboldalhoz köthető szolgáltatás a csetelés. Szabadidős tevékenységként egyre többen választják ezt a kommunikáció fajtát. Amióta az okos telefonokról is lehet egymásnak az interneten üzenetet küldeni, ez a kommunikációs forma már nem csak egy hétfégi programnak írható le, hanem egy szinte már függőséghez hasonlítható tevékenységként.

Ha a sportot figyeljük, egy érdekességet találunk. A feltételezésekkel ellentétben, miszerint egyre kevesebben sportolnak a középiskolás korosztályban, a kérdőívem alapján a hobbisportot űző fiatalok száma nagyobb, mint a 2000-es évekről írt szakirodalomban szereplőké. Az egyre szélesebb választék az elérhető sportok körében bizonyosan elősegíti ezt a fel lendülést. Emellett a külső egyre fontosabbá válása sportolásra motiválja a fiatalokat. Hiszen, aki rendszeresen sportol, annak az alakja, a külseje is dekoratívabb lesz.

A számítógépes játékokat, mint ahogy a statisztika mutatja, minden harmadik megkérdezett használja. Mivel már nem csak az úgynevezett egyjátékos mód elérhető, hanem online-, többjátékos mód is, így van, aki itt szerez barátokat, vagy akár így tartja a kapcsolatot a velük. Az egyre akciódúsabb, és izgalmasabb játékok emiatt lettek felvéve a legkedveltebb időtöltések listájára.

A kreatív tevékenységeket a megkérdezettek harminc százaléka jelölte be. Ide sorolhatjuk a különböző táncokat, hangszer használatot, a rajzolást, festést, szobrászatot, videó- és fényképezést. A mai fiatalokra egyre inkább jellemző, hogy az interneten talált videók alapján, autodidakta módon tanulnak különböző művészeteket. Ennek köszönhetően nő a hobbiművészek száma.

Érdekes megfigyelni, hogy a túrázást vagy kirándulást a száz megkérdezett fiatalból mindössze egy fő vallja hétvégi programjának. Számomra ez érdekes adat. Véleményem szerint mivel a városokban kevés a lehetőség ezekre a tevékenységekre, ezért végzik ilyen csekély számmal. Mindemellett ezt okozhatja az is, hogy az egyéb időtöltések intenzívebb benyomásokat keltenek a fiatalokban, így már nem tartják érdekesnek, ha egy sétára indulnak a természetbe.



6.ábra: A hobbik megoszlása

Forrás: Saját kérdőíves adatok

A hobbik megfigyelése számomra nagyon érdekes eredményeket hozott. A „Van hobbid? Ha igen mi az?” kérdésekre érkezett válaszokat a következő diagramon gyűjtöm össze. Az oszlopokon lévő számok azt jelzik, hogy hány fő választát jeleníti meg.

A sport egyértelműen meghatározza a fiatalság szabadidejét. A válaszadók között a kosárlabda és a labdarúgás volt a két legkedveltebb sportág. A kérdőívemben a diákok saját maguk írhatták ide a hobbijukat. A sportokat az értékeléskor egybevettem, hiszen igen sok sportágat megjelöltek a diákok. Érdekesség, hogy már ebben a korosztályban bár kis mértékben, de megjelenik a testépítés, mint hobbi.

A művészeteket vallja a kérdőívet kitöltött diákok 26%-a annak a tevékenységnek, amit szabadidejükben szívesen gyakorolnak. Megfigyelhető hogy a kreatív tevékenységek körében a hangszerek használata a legkedveltebb.

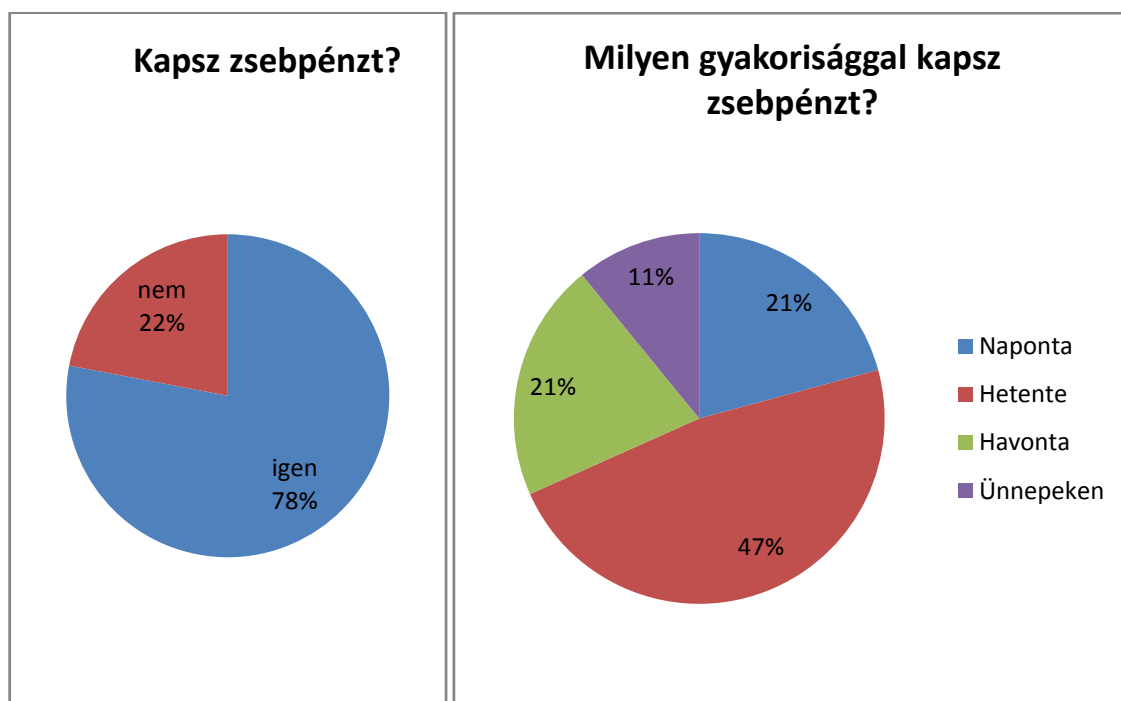
A könyvek olvasása egyre inkább csökkenő tendenciát mutat. A diákok nem tartják elég izgalmasnak ezt a tevékenységet. A fiatalságot érdekes módszerekkel próbálják motiválni a könyvek olvasására. Az egyik leghatékonyabb, hogy nagysikerű filmeket megalkotnak írásos formában is. A már ismert cselekményt így kiegészítik a karakterek gondolataival, amitől sokkal komplexebb lesz a történet. Mivel a történet már egyszer megragadta a diák fantáziáját, így ez a kiegészült világkép nagy ösztönzést nyújt az olvasásra.

Számomra a legmeglepőbb adat, hogy száz főből huszonegynek nincs hobbi. Ha nem kell valamilyen tevékenységre külön pénzt költeniük, felszabadul számukra egy összeg, amit elkölthetnek bármi másra. Így a piacon szabadabb fogyasztórétégként jelennek meg.

3. 4. LEGKEDVELTEBB TERMÉKEK, SZOLGÁLTATÁSOK

3.4.1. Zsebpénz

Most, hogy van egy kis rálátásunk a mai fiatalság szabadidős tevékenységére, könnyebben meg tudjuk állapítani, hogy mire költik a rendelkezésükre álló pénzt, azaz a „zsebpénzt”. Mielőtt azonban a vásárolt termékek és igénybe vett szolgáltatásokra térünk meg kell vizsgálnunk, hogy kapnak-e a diákok zsebpénzt, és ha igen, akkor milyen időközönként, és mennyit?



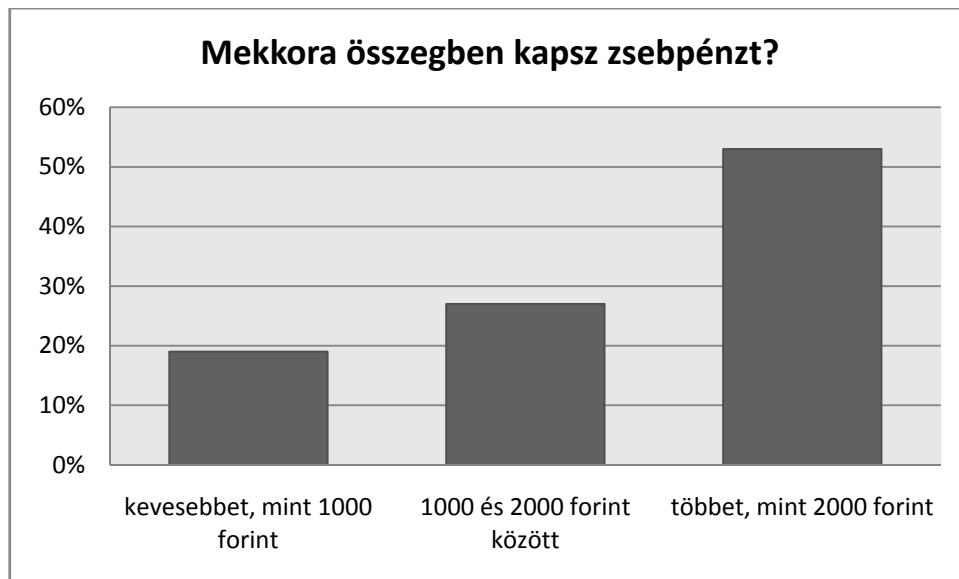
7. ábra: Zsebpénzzel rendelkezők aránya. **8. ábra:** A kapott zsebpénz gyakorisága.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

Forrás: Saját kérdőíves adatok

Kutatásomból kiderül, hogy a fiatalság többsége valamilyen formában kap zsebpénzt. Arra is fény derül, hogy a legelterjedtebb megoldás az, amikor egy hétre kapnak a középiskolások pénzt, ezzel kell gazdálkodniuk. A kollégistákra ez különösen igaz, hiszen ők csak a hétvégéken tartózkodnak otthon. Nekik így nyilvánvalóan nagyobb összegre van szükségük, hiszen a kollégiumi étkeztetés mellett sokszor szükséges ételt venni. Vannak, akik napi szinten jutnak a szüleiktől pénzhez. Ez általában kisebb összeget jelent.

Az, hogy kapnak-e zsebpénzt a fiatalok függhet a családjuk anyagi helyzetétől, a rokonság kapcsolatától és távolságától, és a hirtelen felbukkanó szükségletektől.



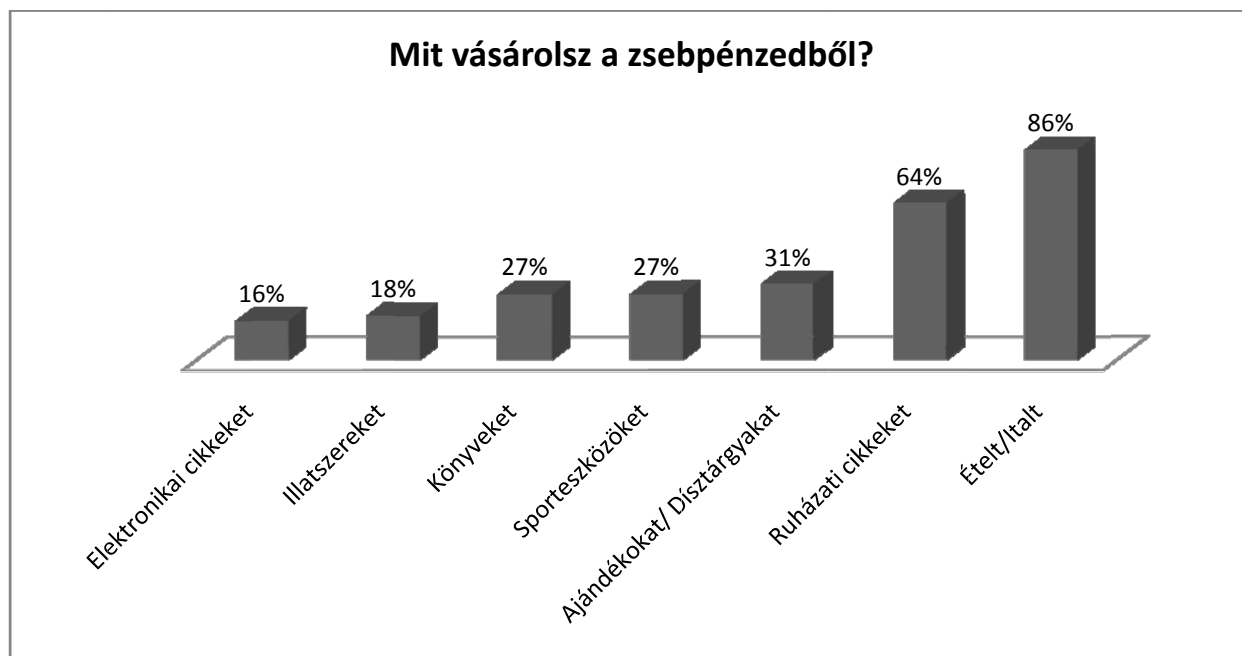
9. Ábra: A zsebpénz összege.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

Mikor ezt a kérdést leírtam a kérdőívemre, nem tudtam, hogy mi legyen az összeg, amihez kapcsoljam, hiszen nem voltak előzetes ismereteim ebben a témában. A diagramon látható határok véleményem szerint megfelelőek, hiszen jól látszanak az elhatárolódások. Láthatjuk, hogy a diákok viszonylag magas „jövedelemmel” rendelkeznek, tehát fogyasztóként is aktívnak bizonyulhatnak. Minél több a zsebpénz, annál több lehet a költség.

3.4.2. Leggyakrabban vásárolt termékek és szolgáltatások

Most, hogy jobban megismertük a mai fiatalok anyagi helyzetét, rátérhetünk a leggyakrabban vásárolt termékekre és legtöbbször igénybe vett szolgáltatásokra. A kérdéssorom tartalmazta mind a két kérdést. A következő eredmények születtek:



10. ábra: A zsebpénzből vásárolt termékek.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

A diagram jól mutatja, hogy a legtöbben ételt és italt vásárolnak. Ez betudható az uzsonnára kapott pénznek, és annak is, hogy kollégisták is kitöltötték a kérdőívem.

Mivel a divat követése napjainkban már szinte kötelező ebben a korosztályban, így nem meglepő, hogy a ruházati cikkek a második helyen állnak a sorban.

A hobbisportolók száma magas, így a piacon sokan keresik a sporteszközöket. Ilyenek például a labdák, a különböző védőfelszerelések, és ütők. A fiatalság érzékeny a termékek árára, korlátozott anyagi kereteik miatt, de a minőségre is.

A testépítés megjelenése ebben a korosztályban a teljesítménynyfokozó szerek vásárlására ösztönzi a diákokat. Ez oda vezethető vissza, hogy manapság a külső nagy szerepet játszik a diáktársadalomban való elhelyezkedésben. Így, akik a konditerembe járnak hamarabb és szembetűnőbb eredményt szeretnének elérni. Ide kapcsolható még a testépítés témájában íródott könyvek, magazinok vásárlása.

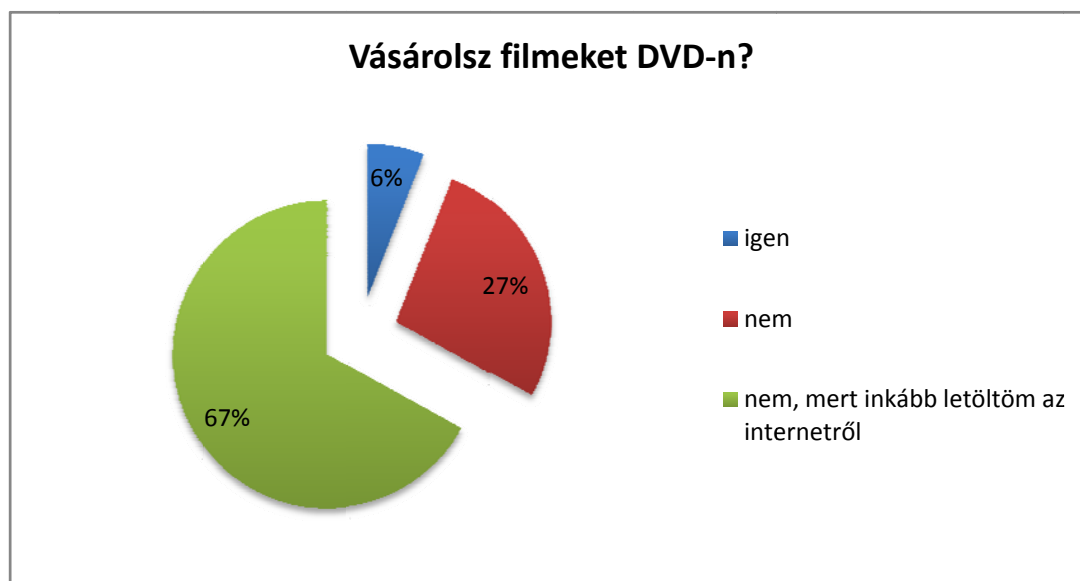
Az ajándék-, és dísz tárgyak vásárlása a család és a barátok fontosságára vezethetőek vissza. Ezek a vásárlások leginkább az ünnepek, vagy valamilyen fontos családi események köré épülnek.

Egyre elterjedtebbé válik napjainkban az interneten keresztül történő vásárlás. Ehhez elsősorban rendelkeznie kell az embernek bankkártyával. A középiskolások köreiben észrevehetjük, hogy egyre több a kártyát használók száma. Sok esetben előfordul, hogy a szülők nem a diák kezébe adják a pénzt, hanem ráteszik a számlájára, és ha szüksége lesz rá, akkor majd egy ATM automata segítségével lehívja a kellő mennyiségű pénzt. Ez azért lehet előnyös, mert kisebb az esély a pénz elvesztésének, illetve lopás esetén nem jutnak hozzá a pénzhez a kártyán, hiszen az kóddal védett. Illetve ahogy említettem a bankkártyával az online vásárlásra is lehetőségük nyílik.

Az áruk megrendelése a világhálóról, a kényelmességének köszönheti a népszerűségét. A vásárló időt takarít meg azzal, hogy nem kell boltba, vagy bevásárlóközpontba mennie, hogy megkeresse a termékeket. Elég pár kattintás, és a termék már úton is van.

Mindemellett az is előnyt nyújt az online vásárlást használóknak, hogy gyorsan és könnyen képesek a termékek árát összehasonlítani. Ha az interneten beírják a keresőbe az adott árucikk nevét, igen nagy számú lehetőséggel találják szembe magukat. És itt lehetőségük nyílik megkeresni a legelőnyösebb ajánlatot. Mindennek természetesen megvan a hátulütője is. Az interneten keresztül nem vagyunk képesek a termék valós minőségét megállapítani. Sokan vagy nem töltenek fel képet az eladandó tárgyról, vagy olyan szögből fényképezik le, amelyből nem látszanak az esetleges hibák.

Sok fiatal jelenti ki: „Az interneten mindent megtalálok”. A világhálón keresztül már képesek vagyunk ingyenesen letölteni filmeket, számítógépes játékokat, zenéket vagy akár könyveket is. Ezt a lehetőséget a mai fiatalság ki is használja. Az interneten egyre több olyan oldalt hoznak létre, amely a letölthető tartalom összegyűjtésére szolgál. Ezeket nevezzük torrent oldalaknak. Ezt elképzelhetjük úgy, mint egy nagy dobozt. Mindenki beletesz valamit a dobozba, amit mások majd kivehetnek onnan. De ha kivettük, utána vissza is kell tennünk, azaz seed-elünk kell a tartalmat. Csak akkor lehetünk tagjai az ilyen oldalaknak, ha a le-és feltöltés aránya az előírtaknak megfelel. Bár ezek az oldalak nem törvényesek, a fiatalság nem éli meg bűncselekményként a tevékenységet. Ezeken az oldalakon kívül van sok név nélküli feltöltő, akik minden garancia és biztosítás nélkül helyeznek a világhálóra adatokat. Az ilyenekkel nagyon kell vigyázni.



11. ábra: DVD filmek vásárlásának, és letöltésének aránya.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

Mivel az elérhető tartalom az interneten szinte végtelennek nevezhető, ezért én a DVD-re, vagyis a filmekre szűkítettem a kérdésem, de az eredmény így is meggyőző. A fiatalok több mint fele inkább a letöltést választja. Ebből kifolyólag egyre több DVD kölcsönző zár be. A boltokban eladott lemezek száma is csökkenőben van.

A technikához kapcsolható egyre keresettebb árucikk nem más, mint az okostelefon. Ez a technikai vívmány egy telefonba sűríti több elektronikai eszköz tulajdonságait. Például fényképezni lehet vele, adathordozóként is funkcionál, videót lehet rajta nézni, zenét lehet hallgatni és az egyre megújuló alkalmazásokkal a funkcióinak száma egyre csak nő. A mobiltelefonok egyre gyakrabban internetes kapcsolattal rendelkeznek. Ezt sok applikáció tervező cég ki is használja. Az interneten keresztül például már lehetséges ingyenesen telefonálni, vagy akár üzenetet küldeni bizonyos programok segítségével. A telefontársaságok ezzel tisztában vannak, így a mobilinternet árát emelik a bevétel kiesésének elkerülése érdekében. Mint ahogy a trendeknél már említettem a telefonok nagy fejlődésen mennek keresztül, így aki a népszerűségét meg akarja tartani, mindig a legújabb készülékkel érdemes rendelkeznie. Ezzel is tisztában vannak a mobilforgalmazó cégek. Egyre rövidebb időközönként adnak ki újabb és újabb típusokat. Ezzel folyamatos vásárlásra motiválva a diákokat.

A laptopok, később a tabletek a számítógép helyhez kötöttségének problémáját oldották meg. Bár ezek az eszközök sok esetben technikailag nem rendelkeznek olyan erősséggel, mint az asztali kompjúterek, a mobilitás mégis nagyobb előnyt jelent. Így utazás közben vagy akár az iskolában is képesek olyan tevékenységeket végezni, amelyekhez ezelőtt csak otthon az íróasztalon elhelyezett számítógépen volt elképzelhető.

Mindennek ellenére az asztali számítógép is megmaradt a diákok körében a nagy teljesítőképessége miatt. A megújuló játékok nagy igényekkel rendelkeznek, amelyeknek leginkább a számítógépek képesek megfelelni. Mindezek mellett a komputeres folyamatos fejlesztése elengedhetetlenné válik. Itt még szót kell ejtenem az Xbox és Play Station játékkonzolokról. Napjainkra már egyre újabb generációs eszközöket találhatunk. Ezekhez a játékokat sokkal körülményesebb letölteni, ezért a boltok még sikeresen adják el a játék CD-ket.

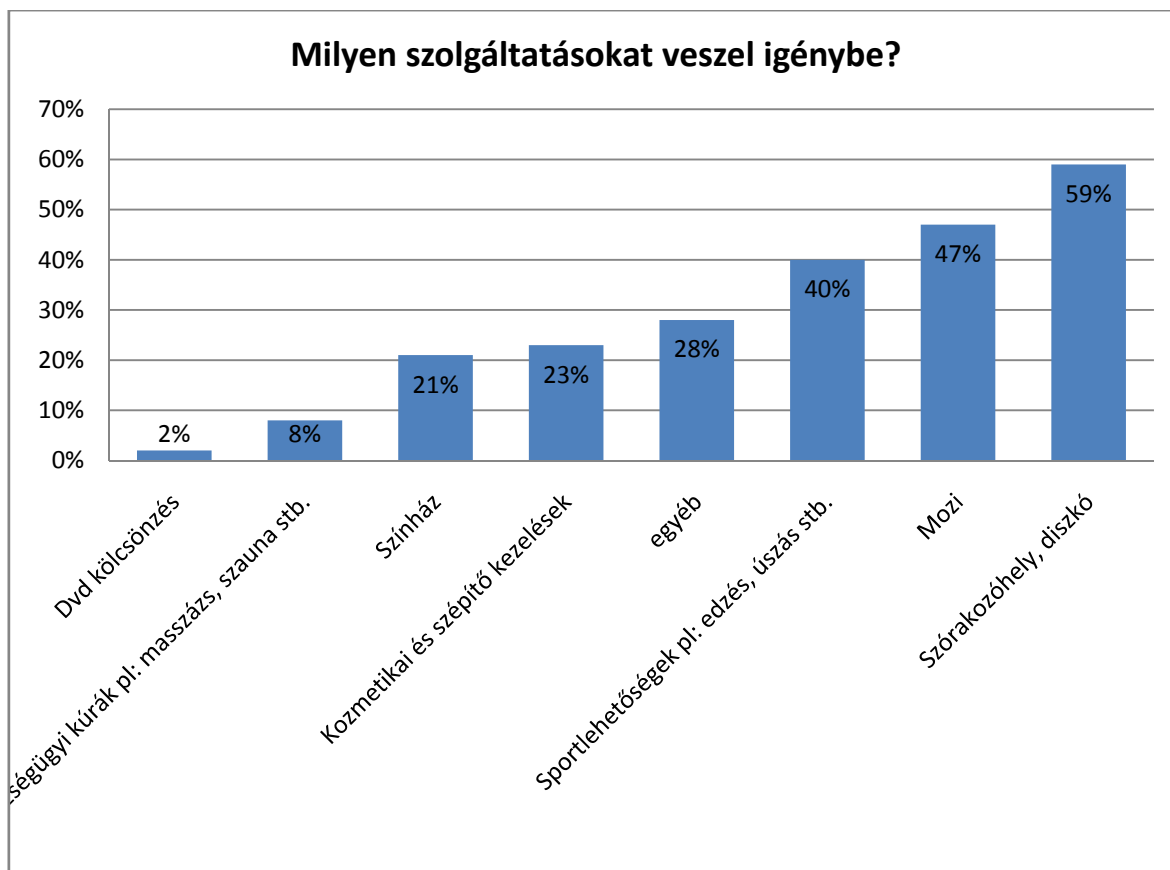
A tablet olyan akár egy nagyobb okostelefon, de csak külsőre. Nagy előnye, hogy teljesítménye magas, és olyan programok is használhatóak rajta, amik a telefonok számára nem elérhetőek. A képernyője jóval nagyobb, mint egy átlagos érintőképernyős telefoné, így könnyebb kezelni a programokat rajta.

Egy érdekesség még az E-book reader. Ez egy olyan eszköz, amelyre könyveket lehet PDF formában feltölteni. A képernyő olyan különleges módszerrel készült el, hogy az olvasó szemét ne sértse. Az eszköz nagy előnye, hogy több száz könyv is ráfér a tárhelyére, de az eszköz könnyű, és könnyen magával viheti az ember. Sokan nem csak regények vagy novellák olvasására használják, hanem tankönyveket töltenek le rá, és így nem szükséges azok megvétele.

A kérdőívem alapján a fiatalság ezeknek a termékeknek nagy részével rendelkezik. A saját zsebpénzükből elektronikai cikkekre csak kis számban költenek. Ami érdekesség, hiszen manapság szinte minden fiatal rendelkezik egy okos telefonnal. De ebből a táblázatból úgy látjuk, hogy ezt a szülők zsebpénzen kívül eső területnek tartják. Bár a szülők veszik meg a készüléket, a diákoknak jelentkezik a szükségletük a termékekre, így közvetetten, de meghatározó fogyasztók a piacon.

A könyvek és magazinok vásárlása egy folyamatosan csökkenő tendenciát mutatnak. A mai fiatalok egyre kevesebben vásárolnak saját zsebpénzükből ilyen termékeket.

A szolgáltatásokról egy táblázatban összefoglalom, hogy milyen információkhoz sikerült hozzáférnem a kérdőívem segítségével.



12. ábra: A fiatalság által igénybe vett szolgáltatások napjainkban.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

Annak ellenére, hogy az internetről a filmek letölthetőek, a mozizás továbbra is megtartotta népszerűségét. Ez részben a 3 dimenziós technikának köszönhető, amivel a számítógépek még nem rendelkeznek. Emellett olyan extra élményeket kaphatunk az erre szakosodott mozikban, mint például a szék a filmmel összehangolva mozog. Ha tegyük fel, egy olyan filmet nézünk, ahol autóverseny szerepel, akkor ahogy a filmen kanyarodik az autó a szék vele összhangban dől. Vannak olyan mozik is, ahol különböző szagokkal, vagy vízpermettel igyekeznek elérni azt, hogy a nézőközönség még inkább beleélhesse magát a film világába. Ezeknek a szolgáltatások magas árral rendelkeznek, de olyan maradandó élményt nyújtanak, ami a fiatalságban azt az érzést kelti, hogy megéri igénybe venni.

Ha a szolgáltatások témakörét járjuk körül, muszáj a szórakozást is megvizsgálnunk. Sajnos már a 14 éves korosztály rendszeresen jár szórakozóhelyre és diszkóba. Ez jó hír a tulajdonosoknak, mert a diákság így a zsebpénze egy részét ezeken a helyeken költi el, azonban a kor veszélyei (ital, kábítószer, cigaretta) egyre közelebb kerülnek, és rossz hatással vannak ezekre a diákokra. Itt szeretném érinteni a fesztiválok és koncertek témáját is. Egyre több és több az ifjúságnak szervezett rendezvény kerül megrendezésre napjainkban. Ezeknek célja, az élménynyújtás, illetve a fiatalság kimozdítása az online világból. Az ilyen eseményeken sokszor jelen vannak különféle szervezetek, amelyek egy berendezett sátorban igyekeznek minél több embert elérni. Ilyenek például a drogprevenciós szervezetek, pályaorientációs szervezetek. De vannak olyan interaktív lehetőségek, mint az elsősegély alapszintű gyakorlati bemutatása, vagy logikai feladatok megoldása. Így a fesztiválok egy komplex szolgáltatáscsomagként jelennek meg, amiket a fiatalok szívesen igénybe is vesznek.

Különféle gyógy-szolgáltatások elérhetőek olyan egészségügyi problémával rendelkező fiataloknak, akik számára ezek elengedhetetlenek, illetve akik a sportokat magas szinten űzik. Ilyenek például a masszázs a szauna. Bár ezek alapvetően a korosztályra kismértékben jellemzőek, mégis megállapíthatjuk, hogy jelen vannak.

Ahogy említettem a testépítés, mint hobbi megjelent a fiatalság körében. Ezzel kapcsolatba hozható szolgáltatás a magán edzők által tartott edzések, illetve a megfelelően felszerelt edzőtermek bérleti díjának kifizetése.

Az okos telefonoknál már többször volt szó az applikációkról. A legtöbb esetben ezek ingyenesek. Viszont vannak olyan programok, amelyekért vagy továbbfejlesztés, vagy hasznosság miatt, fizetni kell letöltésükkor.

A táblázaton megfigyelhetjük, hogy a megkérdezett 100 középiskolás diák huszonegy százaléka zsebpénzéből szívesen jár színházba. Ez a szolgáltatás kulturális élményt és műveltséget ad a fiataloknak, amire, ahogy látjuk, nem sajnálják szabad pénzüket elkölteni. A színházak népszerűsége azonban csökkenő tendenciát mutat ebben a korosztályban. Ez ellen településemen is több diákszervezet igyekszik tenni több-kevesebb sikerrel.

A lányok körében a kozmetikai kezelések igen kedveltek. A táblázatban is láthatjuk, minden ötödik megkérdezettre igaz, hogy saját zsebpénzéből kozmetikushoz jár.

Az egyéb választ adók között voltak, akik az utazást írták. Számuk nem jelentős, ez azért lehet, mert a saját zsebpénzükből a diákok nem tudnak utazásokat megengedni maguknak. Volt, aki a gyorséttermek házhozszállítását írta, mint igénybe vett szolgáltatást.

4. Értékelés, összehasonlítás

4. 1. TRENDEK, ÉS A TÁRSADALOM A FIATALSÁGOT FORMÁLÓ EREJE

Hosszú munkám során rengeteget tanultam a témáról. Sok tévhitet oszlattam el magamban. A tanulmányom átolvasásával szembetűnővé válik, hogy a modern technika nagymértékben meghatározza a mindennapjainkat. A társadalom változását leginkább az internet befolyásolja. Mivel a fiatalságban növekedő tudásvágy figyelhető meg, így a világháló egy nagyszerű lehetőség a tudásszomjuk kielégítésére. Viszont sokszor nincsenek tisztában azzal, hogy az interneten fellelhető tudás nem mindig megalapozott, vagy ellenőrzött. Mindenesetre kijelenthetjük, hogy a világhálón felhalmozott tudás elképzelhetetlenül nagy és sokszínű.

Az online társadalomhoz való tartozás egy újfajta nyomást helyez a fiatalság vállára. Mivel a „Netikett” tehát az interneten tanúsított magatartás szabályai még gyerekcipőben járnak, emiatt ott másként viselkednek a diákok, mint a való világban. Ez a személyiségüket erősen befolyásolhatja.

4.1.1. A divat változása

A divat fontossága az évek folyamán növekedett. A lányok a kétezres években sokat foglalkoztak a trendi öltözködéssel, ez napjainkig így maradt. A változás a fiúk divathoz való hozzáállásában figyelhető meg a legjobban. Amíg ez a korosztály az ezredforduló környékén még nem sokat foglalkozott az öltözködéssel, napjainkban egyre többen figyelnek oda a megjelenésükre. Ez arra enged következtetni, hogy a ruhaboltok forgalma egyre nagyobb részben függ a fiatalságtól. A divat témájának körüljárásához a frizurák változását is vizsgáltam. Az interneten rengeteg képet néztem a divatos frizurákról, és azok alakulásáról. A lányok körében folyamatos változásról beszélhetünk. Kutatásom alapján nem tudok nagyobb mérföldköveket lefektetni, amelyek hosszabb időre meghatározóak lettek volna. A fiúk frizúráiban azonban ráakadtam egy-két ilyen példára. A 2000-es évek elején a félhosszú haj volt a legkedveltebb. Majd 2010 környékén jött egy olyan korszak, amikor a rövidre nyírt haj volt a divatos. Napjainkban az úgynevezett felnyírt haj lett a felkapott. Ez azt jelenti, hogy a fej két oldalán és hátul egészen rövidre nyíratják a hajukat, de a fej felső részén meghagyják hosszabban, és ezt vagy félre fésülik, vagy lakk segítségével felállítják.

4.1.2. Reklámok változása

A 2000-2008-as időintervallumban a plakátok, szórólapok rendelkeztek az egyik legnagyobb figyelemfelkeltő, és tájékoztató hatással. Mindemellett a televízió és a rádió minősültek a leg-erősebb médiumoknak. Mára ezek mellett az internet is megjelent. A hirdetések, reklámfil-mek egymással versengve akarják elérni a diákok figyelmét. Emiatt sokszor a humor irányába indulnak el. A diákokra egyik legnagyobb hatással ez az eszköz, tehát a nevetető tartalom van. Az is megfigyelhető, hogy egyre több reklám célközönsége a középiskolás korosztály. Ennek miéértje lehet, hogy felismerték a vásárlóerői potenciált bennük.

4.1.3. A zenei stílusok változása

Ami legelsőnek szembetűnik, az nem más, mint a zene elkészítésének módja. A 2000-es években még a zenekarok nagy szerepet kaptak, de már akkor is érezhető volt az elektronikus irányzatok egyre gyorsabb térhódítása. A zenében az ezredfordulóhoz képest megnőtt az egy-szlágeres előadók száma. Manapság, amilyen hirtelen lesz sikeres egy dal, olyan gyorsan tűnik el a piacról. Egyre több irányzat alakult ki, például: trance, drum & bass, dubstep. Ezek mel-lett érdemes még megemlíteni, hogy a „mulatós” zenék a reneszánszukat élik a középiskolás korosztály körében.

4. 2. SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEK

4.2.1. Televízió szerepe

Az első dolog, amit észreveszünk, hogy a tv-nézés kissé visszaszorult.(Kitta G. 2013, 255. o.) Ennek oka, hogy a fiatalság inkább a számítógép előtt tölti idejét. A facebookozás, csetelés és számítógépes játékok használata veszi át a stafétát a legkedveltebb időtöltések között. Ez ért-hető, hiszen a televízióban látható adás, mára már az interneten is elérhető. Ezáltal a néző nin-csen időhöz kötve, és a reklámok átugrására is képes. A különböző letöltő oldalakon pedig megtalálható minden film és sorozat, amit bármilyen ok miatt a tévécsatorna nem tehet fel az internetes oldalára. Ezek a lehetőségek az internet elterjedése előtt még nem léteztek.

4.2.2. Baráti kapcsolatok

Az együttlét a barátokkal az évek folyamán mit sem veszített népszerűségéből. A régi kutatások és a kérdőívem összehasonlítása alapján észrevehető, hogy a sztereotípiákkal ellenkezőleg a fiatalság valós kapcsolatainak szükségét nem veszi át az online világban történő beszélgetés. Igaz, hogy sok időt töltenek az internet használatával, de ez nem hat ki a személyes kapcsolatokkal töltött időre. Az iskola utáni programok legtöbbször a barátokkal együtt zajlanak le. A korosztályra hatványozottan jellemző a baráti társaságok szüksége. Ez régen is így volt és manapság is ez figyelhető meg. Egyedül annyi változott, hogy ez a társaság befolyása növekedett az egyénekre. Például, ha egy társaságban divatba jött egy bizonyos viselkedési forma, vagy elektronikai cikk, akkor alkalmazkodnia kell minden egyes tagnak, hogy elfogadják egymást. A kiközösítés sajnálatos módon egyre gyakoribb manapság.

4.2.3. Szórakozás

Megfigyelhetjük továbbá, hogy az idő múlásával egyre lejjebb tolódik a szórakozni járó fiatalság kora. Régen a 17-18 évesek jártak leginkább, manapság azonban ez 14 éves korig csökkent. Az alkoholfogyasztás, a dohányzás a kiskorúaknál egyre gyakrabban előfordul, ha meglátogatnak egy szórakozóhelyet. Hiába kutattam nem találtam meg, hogy ezt mi okozhatja. Feltételezem, hogy a szülők valamiért nem olyan nagy szigorral nevelik a gyermekeiket, mint azelőtt. Sokkal többet engednek meg nekik, mint azt a koruk megengedné. De, mint mondtam, erre nem találtam pontos indokot.

4.2.4. Olvasás

Az olvasás már nem úgy jelenik meg, mint régen. Hiba lenne kijelenteni, hogy a mai fiatalság keveset olvas. Éppen ellenkezőleg. A helyesebb megfogalmazás az, hogy a diákok könyveket és újságokat, illetve ellenőrzött és kulturált szövegű írásokat egyre ritkábban olvasnak. Az interneten megtalálható elképesztő mennyiségű információ, olvasás útján jut el a középiskolásokhoz. Mindemellett, ha a facebook bejegyzéseket tekintjük ott is olvasás útján értelmezhetik társaik gondolatait. Viszont, mint ahogy írtam, ez a tartalom nem ellenőrzött, sem helyesírási-lag, sem pedig stilisztikailag. Ezáltal a fiatalok stílusára negatív hatással lehetnek, hiszen az életben is felveszik ezt a viselkedési formát, de ez erősen ütközik az illemmel és átalakítja anyanyelvünket.

4.2.5. Művészetek

A művészetek gyakorlóinak száma nem változott jelentősen az évek alatt. A hangszerek, a fotózás, a festés és egyéb kreatív tevékenységek továbbra is foglalkoztatják a fiatalság bizonyos rétegeit. A változás leginkább a hangszereknél fedezhető fel. A fiatalok egyre kevesebben járnak zenetanárhoz, vagy zeneiskolába. Az interneten megtalálható tanítóvideók alapján már bárki „elsajátíthatja” a zenélés tudományát.

4.2.6. Túrák és kirándulások

A túrák és kirándulások egyre inkább kezdenek kikopni a fiatalság szabadidős tevékenységei közül. Ennek oka az lehet, hogy nem tartják elég izgalmasnak a természetben való sétákat. A világháló és az elektronikai cikkek jóval nagyobb tudást, „élményt” biztosíthatnak a diákok számára, mint egy délutáni séta a közeli folyónál, de nem rendelkeznek azzal a nyugtató hatással. Illetve másik oka lehet még ennek az érdeklődéscsökkenésnek, hogy a város közvetlen környezete többnyire nem rendelkezik olyan hellyel, ahol nyugalmas túrákat lehetne tenni.

4.2.7 Tanulás

Mivel középiskolásokról beszélünk, ebben az életkorban még kötelező az iskola látogatása. Emiatt a tanulás mindenképpen része a diákok életének. Régebben is nagy mennyiségű tudást kellett átadniuk a tanároknak, de napjainkra ez nagymértékben nőtt. A felsőoktatásba való bekerüléshez egyre több felvételi pontot kell elérni, ami azt jelenti, hogy évről-évre jobb eredményű érettségi szükséges a továbbtanuláshoz. Ez egy nagy motiváció a mai fiatalok számára, hogy minél többet tanuljanak. Viszont azt is meg kell itt említenem, hogy a diákoknak sokkal nehezebb koncentrálni a tanulásra, mivel túl sok inger éri őket a világból. Így az ezredfordulókor és az utána való szűk nyolc évben a diákok a figyelmüket hatékonyabban tudták a tanulásra fordítani.

4. 3. LEGKEDVELTEBB TERMÉKEK, SZOLGÁLTATÁSOK

Ezekre az évekre jellemző a fiatalság tudásvágyának növekedése. Így mind a termékek, mind a szolgáltatások ebbe az irányba tartanak. A technikai fejlődés, és a stílusok változása befolyásolja a fiatalság fogyasztóként való megjelenését.

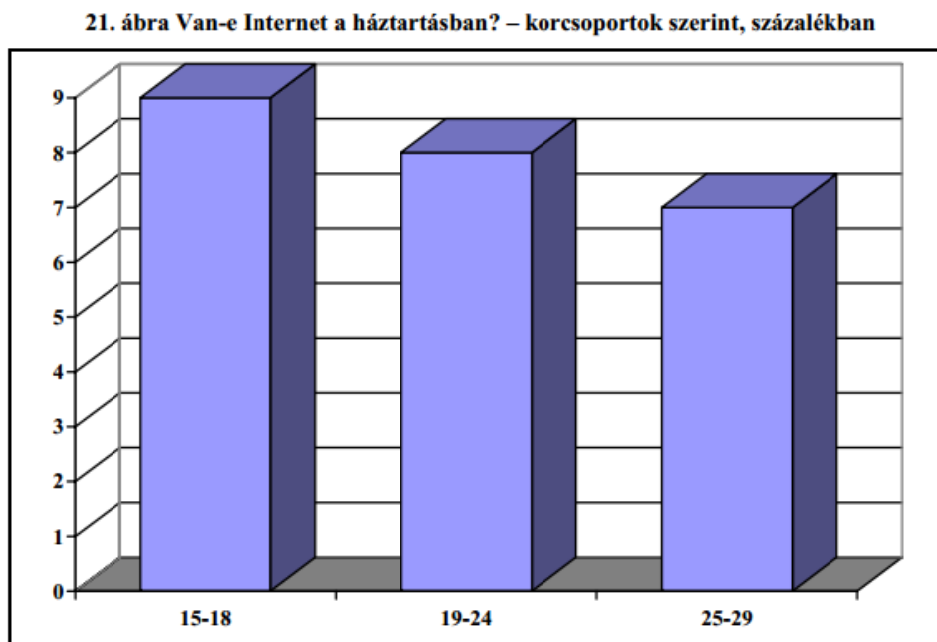
4.3.1. A letöltés, mint ingyenes lehetőség

Ami elsőként szembetűnik az a filmek, a zenelemezek, és könyvek vásárlásának gyakoriságának csökkenése. Az ezredfordulótól az internet elterjedéséig mivel más lehetőség nem volt, így minden ilyen típusú terméket megvásároltak a diákok. Viszont az internet korában egyre többen választják a letöltést, az eredeti termék megvásárlása helyett. Ennek oka, hogy így jelentős mértékben csökkenthetik kiadásait. A letöltések miatt megmaradt pénzüket más termékekre költhetik, de a fiatalság kezd eltűnni ezekről a piacokról. Ez gondot jelent az ilyen irányultságú boltoknak, mert egy nagy vásárlóerőt vesztenek el.

4.3.2. A technika fejlődése

A technika egyre nagyobb léptékű fejlődésével a fiatalság próbál lépést tartani. Ez motiválja őket az elektronikai eszközök megvételére. Amíg régen a fiatalság 27%-a rendelkezett számítógéppel, most a felmérésem szerint a száz megkérdezett személy mindegyikének van otthon. Ez már mutatja, hogy a technika egyre inkább alapvető elemmé válik az életünkben.

Az internettel kapcsolatban is hasonló adatokat találtam. A 2000-es évek elején a fiatalság 9%-a mondhatta el, hogy van az otthonukban internet. A kérdőívem minden kitöltője rendelkezik internettel. A diagram függőleges tengelye a százaléértékeket, a vízszintes pedig a korcsoportokat mutatja.



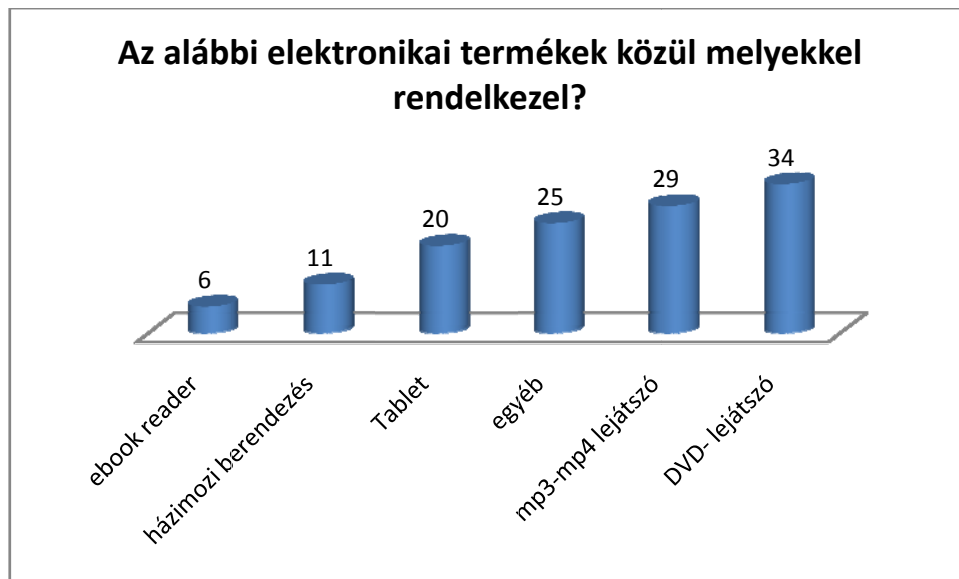
13. ábra: Az internettel rendelkezők aránya 2000-ben.

Forrás: Szabó és Bauer (2002) 47. o.

A legtöbbször vásárolt céltermék, ha a technikát tekintjük, a mobiltelefon. A kétezres évek elején a fiatalok nem sokkal több, mint tíz százaléka rendelkezett mobillal. Ezzel szemben a kérdőívem alapján a mai középiskolások mindegyike rendelkezik ilyen készülékkel. Az egyre gyorsabb fejlődés ösztönzi a diákokat, hogy mindig a legújabb okostelefonokat vegyék meg. Mára már szinte elengedhetetlen, hogy a rendelkezésre álljon egy telefon.

Napjainkban a mobilok mellett, a tabletek és a laptopok elterjedése is jellemző, hiszen nagy az igény a számítógépek mobilitására. A 2000-2008-ig tartó időszakban, a legjelentősebb szerepet az asztali gépek kapták. Viszont a helyhez kötöttségük hátrányt okozott a használatuknak. A laptopok és tabletek lehet, hogy kisebb teljesítő képességgel bírnak, viszont bárhol használhatóak. Mindemellett az árak is sokkal kedvezőbbek. Legyen szó játékról, tanulásról vagy akár csak az interneten történő időtöltésről sokkal kényelmesebb, ha kevesebb helyet foglal el az eszköz.

Megjelent egy, a könyvet helyettesítő eszköz, az E-book reader is. Ennek a segítségével több száz könyv is egyszerre a táskánkban lehet. Ez azért is előnyös, mert ha az embernek valami mást támad kedve olvasni, az is ott van ugyanazon a készüléken, míg ha a hagyományos könyveket nézzük, ott a táskánkban egyszerre kéne több kötetnek is lennie. Ezzel a könyvek „súlyát” levehetik a diákok a vállukról. Bár az élményt, hogy a kezükben tartják a könyvet így elvesztik, viszont nem kell attól tartaniuk, hogy meggyűródik, vagy összemaszatolódik egy lap. Bár az E-book reader drágább, mint egy hagyományos könyv, ez csak egy egyszeri befektetést jelent, a vásárlás után a felhasználó a köteteket már sokszor ingyenesen le tudja tölteni az internetről. Amennyiben az eszközt megfelelően kihasználják, úgy gyorsan megtérül az ára.



14. ábra: Elektronikai termékek, melyekkel a mai fiatalok rendelkeznek.

Forrás: Saját kérdőíves adatok

A diagramon azt láthatjuk, hogy a kérdőívem szerint, a fiatalság milyen eszközökkel rendelkezik. A számítógépet és a mobiltelefont nem vettem ide, mert azokra külön kérdések szóltak. A DVD korszakból visszamaradt lejátszók még sok háztartásban megtalálhatóak. Ezekből az adatokból is láthatjuk, hogy a fiatalság a 2000-es évek óta az elektronikai piacon egyre erősebb jelenléttel rendelkezik.

4.3.3. Sport

A sportot űzők száma az évek során, a szakirodalom és a kérdőívem összehasonlítása alapján kis mértékben csökkent, de még így is jelentős maradt. A fiatalság egyre tudatosabb. A sportolás esetleges hátrányaival egyre többet foglalkoznak. Így a védőfelszerelések és a kenőcsök vásárlása, a masszázs és egyéb ellazító szolgáltatások igénybe vétele, egyre növekvő tendenciát mutatnak. Az alapvető sportszereket hasonlóképpen meg kell venniük ma a diákoknak, mint ahogyan régen is. Viszont az idővel ezek az eszközök is fejlődtek. Így már sokkal inkább felhasználóbarátokká váltak.

A testépítés megjelenése a korosztályban szintén újabb vásárlási irányzatokat hozott létre. A teljesítményfokozó szerek, mint fehérje, protein, vitaminok vagy akár szteroidok bekerültek az ezzel a tevékenységgel foglalkozó diákok életébe. Ha otthon is űzni akarják ezt a hobbit, akkor súlyzókat, vagy különböző gépeket vehetnek. Így ezen a piacon is megjelennek, mint fogyasztók. Emellett szolgáltatásnak megjelenik az edzőtermek bérlete.

A sporttal kapcsolatban még meg kell említenem az egyre nagyobb igényt az egészséges, megfelelő étrendre. Mivel a sporttal egybekötött megfelelő táplálkozás dekoratív külsőt eredményez. Így már a középiskolás korosztály egyre szélesebb körökben vásárol különféle ételeket. Illetve egyre többen járnak olyan étkeztető egységekbe, ahol van lehetőség egészséges fogások fogyasztására.

4.3.4. Trendek által generált fogyasztás

A ruházatkódás, mint ahogy a trendeknél már említettem, egyre fontosabb. Az első megfigyelt periódusban, azaz a 2000-2008-as időintervallumban a ruházati cikkek vásárlásának módja közvetlenül a boltban történt. Volt lehetőség, hogy katalógusokból rendeljék meg a ruházati cikket vagy az illatszereket. Napjainkban is a fő vásárlási helyszínnek az üzletek számítanak, viszont már megjelent a lehetőség az internetről történő rendelésre. Általában ezek a termékek jóval olcsóbbak, de a kiszállítás díját viszont meg kell fizetni.

5. Összegzés

Ez a téma jóval komplexebb, mint ahogy azt előzetesen gondoltam volna. Ahhoz, hogy az ember végigjárja minden egyes lehetséges okát a fiatalság fogyasztói változásának, több évet, ha nem évtizedet kellene rászentelnie az életéből. Tanulmányommal sok számomra érdekes információ feltárult. A most következő néhány bekezdésben pedig az alapvető sztereotípiákat vizsgálom meg. Majd levonom a tanulságot, amelyet a munkám vezér mondatának is nevezhetnék.

Alapvetően a sztereotípiák szerint a fiatalság az online világ elterjedése után antiszocializálódott. Ezt a feltevést tanulmányommal cáfolni tudom, hiszen kutatásaimból kiderül, hogy a baráti társaságokkal való kapcsolattartás továbbra is fontos, csak megváltozott ennek a módja. A személyes kommunikációt természetesen nem pótolja az internet világa, mégis kitarja, kitarthatja a lehetőséget a fiatalok előtt. Különböző programok segítenek bennünket, hogy minél inkább élethűnek hasson az online beszélgetés. Videokamera és mikrofon segítségével már elérhetjük azt a hatást, mintha a személy, akivel beszélünk, ott lenne velünk a szobában. Az online világ csak egy kiegészítés, aminek a segítségével könnyebben áthidalhatunk távolságokat.

Az internet világának sok árnyoldala van, meg kell tanulni a világhálót a saját javunkra fordítva jól használni a kapcsolatok építésében, a tanulmányokhoz szükséges anyagok gyűjtésében, esetleges különféle marketing tevékenység felhasználásához és még sorolhatnánk. Mivel a „Netikett” még nem alakult ki teljesen, így az internethasználók nem érzik, hogy mit tehetnek, és mit nem.

A mai fiúk egyre többet foglalkoznak a külsejükkel. Ezt teljes mértékben alátámasztva minden kutatásomból ez derült ki.

TévHITEimet a dolgozat készítése folyamán az olvasott szakirodalom alapján kijavítottam, a saját kérdőívem pedig tanulságos eredményeket hozott. A világ rohamosan változik, ezt mi, középiskolás diákok is érezzük. A technika fejlődése, a növekvő társadalmi elvárások, az idő értékének növekedése mind-mind kihatnak vásárlói mivoltunkra.

6. Irodalmi jegyzék

SZAKIRODALOM:

BAUER BÉLA ÉS SZABÓ ANDREA (szerk.) (2002): Ifjúság 2000, In: Nemeskéri István: Informatikai eszközök fogyasztása, 33-52 o.

www.ifjusagimunkakonyvtara.hu/index.php?p=letoltes&id=53

BAUER BÉLA ÉS SZABÓ ANDREA (szerk.) (2005): Ifjúság 2004 gyorsjelentés, 49-75 o.

http://www.ifjusagsegito.hu/belvedere/ifjusag2004_gyorsjelentés.pdf

BAUER BÉLA ÉS SZABÓ ANDREA (szerk.) (2009): Ifjúság 2008 gyorsjelentés, 91-100 o.

www.ncsszi.hu/download.php?file_id=785

NAGY ÁDÁM (2013): Szabadidős tervek és tevékenységek 211. o.

http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_Ifjusag_2012_tanulmánykotet.pdf

PÓLUSNÉ THIRI ÉVA (2013): Az extrém sport, mint a posztmodern magyar társadalom válassza a változásokra, Semmelweis Egyetem Sporttudományi Doktori Iskola, 11. o.

https://repo.lib.semmelweis.hu/bitstream/handle/123456789/352/polusnethiryeva.t%C3%A9zis_magyar.pdf?sequence=4

SZÉKELY LEVENTE (2013): Magyar Ifjúság, In: Kitta Gergely: Médiahasználat a magyar ifjúság körében. Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó, 255. o.

http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_Ifjusag_2012_tanulmánykotet.pdf

INTERNETES FORRÁSOK:

GÁBOR KÁLMÁN (2009): Magyar fiatalok a világhoz tartozásukban

<http://korunk.org/?q=node/10250>

FORRÁSOK:

Testvéreimmel folytatott beszélgetések