

Kulturális szegmentáció: „mindenevők”, „válogatósak”, „egysíkúak” és „nélkülözők”? Az „omnivore-univore” modell alkalmazhatósága Magyarországon

Sági Matild

I. Bevezetés

A kulturális fogyasztás témaköre az elmúlt időszakban kiemelkedő szerepet kapott a társadalmi rétegződéskutatásokban. Ez a figyelem Chan és Goldthorpe erre vonatkozó munkásságának köszönhető (Chan–Goldthorpe 2004, 2005, 2006, 2007, 2010). E kutatások a társadalmi osztályok és státuscsoportok, valamint a kulturális fogyasztás, illetve viselkedés közötti kapcsolat elemzésére fókuszálnak. Megközelítésük szerint e témakörben három fő elméleti megközelítés versenyez egymással: (1) a homológiákat feltételező, (2) az individualizáció-elméleti és (3) az „omnivore-univore”¹ modell.

A *homológiák feltételezése* Pierre Bourdieu *habitus-elméletében* jelenik meg (Bourdieu 1984 [1979]). Bourdieu álláspontja szerint a weberi „osztály” és „rend” (*Stand*) nem egymástól jól elkülönülő és elkülönítendő rétegződési kategóriák. Szerinte a státuszpozíciót (és az életstílust) a társadalmi osztály olyan szimbolikus aspektusának kell tekinteni, amely szoros egységet alkot az osztállyal, életstílus és osztályhelyzet nem formálhatnak különböző variációkat. Központi fogalma a *mező*, amely bizonyos (objektíve mérhető) pozíciók közötti viszonyok összessége, valamint a gondolkodási és cselekvési diszpozíciókat jelző *habitus*, amely szocializációs folyamatok öntudatlanná vált eredménye². Mező és habitus kölcsönösen feltételezik egymást, homológia-viszonyban állnak. A mezőben való sikeres működés jellegzetes habitust igényel, amely azután olyan gyakorlati cselekvéseket generál, amelyek erősítik a mező kohézióját, de módosíthatják is annak struktúráját. Az osztályhelyzet és az egyéni cselekvések, életstílusok között az *osztályhabitus* közvetít, az azonos társadalmi osztályba tartozók hasonló módon cselekednek és

¹ „Mindenevő” és „egyfélét fogyasztó”.

² Ebben a megközelítésben a cselekedetek „pre-reflexív” bázison jönnek létre: ezeket nem a formális normák tudatos betartása generálja, és nem is a racionális kalkuláció eredményeként becsült kimenet elérése motiválja.

hasonló az ízlésük is. A homológiai megközelítés szerint tehát a társadalmi struktúrában elfoglalt (osztály-)pozíció, és a kulturális rétegződésben elfoglalt hely egymással szorosan összekapcsolódik: a magasabb pozícióban levők alapvetően a „magas kultúrát” vagy az „elit kultúrát” preferálják, az alsóbb osztályok tagjaira pedig a „tömegkultúra” élvezete jellemző³.

Az *individualizáció-elmélet* legmarkánsabb képviselői szerint az egyének társadalmi osztálytól, rétegtől, társadalmi-demográfiai jellegzetességektől függetlenül alakítják ki az életstílusukat, ami az önmegvalósításukat szolgálja (Featherstone 1987, 1991). Az irányzat mérsékeltebb képviselőinek álláspontja szerint ugyan van összefüggés a társadalmi rétegződésben elfoglalt pozíció és a kulturális fogyasztás, viselkedés között, de a hagyományosan „kemény” egyenlőtlenségi mutatók (foglalkozás, jövedelem stb.) helyett ezt a kapcsolatot inkább a demográfiai jellemzők (nem, életkor, etnikai csoport-hovatartozás) befolyásolják (Giddens 1991; Beck 2003). Beck szerint ennek legfőbb oka az, hogy a hagyományos (osztály-) társadalmi szerkezet – amely a javak egyenlőtlen elosztási mechanizmusain alapul, és fő intézményes formája a munkaerő-piaci pozíció – napjainkban jelentős strukturális változáson megy át. A kockázatinak nevezett társadalomban a fenti „kiszámítható” dimenziók mintegy felaprózódnak, az egyének elszakadnak a hagyományos integráló intézményektől, individualizálódnak – és ennek megfelelően a kulturális minták is függetlenednek az osztályhelyzettől.

Az „*omnivore-univore*” megközelítésmód⁴ először Peterson és Simkus (1992) zenei ízlés és a társadalmi státus kapcsolatát elemző művében jelenik meg, majd pár évvel később Peterson–Kern (1996) támasztják alá empirikus adatokkal. E megközelítés szerint Bourdieu homológiaiakat feltételező habitus-elmélete meghaladott, de az individualizációs modell sem állja meg a helyét. Eredményeik szerint a fogyasztói társadalomban új kultúra-fogyasztási típusok jelentek meg, amelyek újfajta összefüggésben állnak a társadalmi egyenlőtlenségi viszonyrendszerben elfoglalt pozícióval. A magasabb társadalmi státusú egyének nem korlátozzák kulturális fogyasztásukat a „magas kultúrára”, a „közepes”, sőt „alacsony státusú” kulturális aktivitásuk és fogyasztásuk is igen jelentős. Az exkluzív kultúrafogyasztók helyett vagy mellett tehát megjelennek a „mindenevők” (*omnivore*) is, míg az egyetlen típusra korlátozódó (*univore*) kulturális aktivitás inkább az alacsonyabb társadalmi státusúakra jellemző. A választóvonal nem az elit- és a tömegkultúra fogyasztói

³ Az osztályfogalom és a bourdieui elmélet összekapcsolódásának ezt az értelmezését Weininger (2005) fejti ki bővebben. Köszönettel tartozom Wessely Annának az ide vonatkozó értékes megjegyzéséért.

⁴ Az „*omnivore-univore*” megközelítésmód bemutatása jelentősen épül Chan és Goldthorpe (2010) összegzésére.

(*snob* vagy *slob*) között húzódik, hanem a mindent fogyasztók (*omnivores*) és a csak bizonyos típusú kulturális aktivitást felmutató fogyasztók (*univores*) között.

Warde szerint az „omnivo-re-univo-re” megközelítés valahol félúton helyezkedik el a kulturális homológia elve és az individualizációs megközelítés között. A „mindenevők” olyan magas státusú, toleráns, esetenként kozmopolita személyek, akik a kulturális fogyasztásukat nem elkülönítő státusmegjelentésre, hanem önmegvalósításuk eszközeként használják – tehát ebből a szempontból inkább az individualizációs megközelítést erősíti a létük. Ugyanakkor a „mindenevők” tömegkultúra-fogyasztása gyakran önironikus, folyamatosan jelzik, hogy tisztában vannak vele, hogy ezek nem tartoznak a magasabb rendű kulturális aktivitások közé. A „mindenevők” határozottan elzárkóznak az olyan tömegkultúra-fogyasztástól, amely egyes alacsony társadalmi csoportok státusához kötődik, és gyakran lekezelően nyilatkoznak azokról, akik kizárólag egyféle kultúrát fogyasztanak. Tehát ebből a szempontból pedig az „omnivo-re-univo-re” megközelítés inkább a kulturális homológia tézissel mutat rokon vonásokat (Warde 1996; Warde–Tomlinson–McMeekin 2000)

Ezt a gondolatmenetet vezette tovább Goldthorpe és Chan, amikor arra a kérdésre fókuszáltak, hogy milyen összefüggés van az osztálypozíció, a státuszpozíció és a kulturális fogyasztás között. Eredményeik szerint – a zenei fogyasztás és ízlés tekintetében – az individualizáció elméletet, illetve a homológiai megközelítésmód érvényessége megkérdőjelezhető, ugyanakkor nem lehet határozott empirikus megerősítést adni az „omnivo-re-univo-re” elméletnek sem (Chan–Goldthorpe 2007, 2010).

2. Korábbi hazai vizsgálatok

2.1. A kezdetek

Magyarországon az egyének, társadalmi csoportok kulturális szokásainak vizsgálata az 1970-es évek elején kezdődött, és kezdetekben alapvetően Vitányi Iván nevéhez fűződött. Az első ilyen irányú vizsgálatot 1968-ban a Tömegkommunikációs Kutatóközpont keretei között végezték (Vitányi 1972), majd 1972-től a Népművelési Intézetben, illetve a Művelődéskutató Intézetben, majd a Magyar Művelődési Intézetben folytatódott, gyakorlatilag tíz évente (Biskup–Filiás–Vitányi 1984), 1995-ben a Kulturális Minisztérium megbízásából folyt a kutatás (Vitányi 1997), később 2003-ban a következő kutatás már az MTA Politikai Tudományok Intézete és Szociológiai Kutató-

intézetének „Kultúrakutató Műhelye” irányításával zajlott (Vitányi 2006). A korai vizsgálatokban alapvetően négy, bourdieau-i értelemben felfogott habitus-csoport jelenlétét tárták fel a magyar társadalomban: (1) passzív, instabil; (2) kapaszkodó, rekreációs; (3) akkumulatív, s végezetül (4) autonóm, autentikus, stabil, kultúraorientált. E csoportok ebben a sorrendben hierarchikus viszonyban állnak egymással, s az eredmények szerint szoros kapcsolatot mutatnak a társadalmi rétegződési csoportok hierarchiájával (Vitányi 2006).

Hidy Péter ugyancsak négy elemből álló hierarchikus tipológiát állított fel 2000-ben a kulturális intézmények látogatási gyakorisága alapján, melyek a következők voltak: (1) sehova sem járók; (2) alig eljárók; (3) alkalmi látogatók; és (4) rendszeres látogatók. (Idézi: Vitányi (2006).)

2.2. A társadalmi státus és az életstílus kapcsolatának vizsgálatai Magyarországon

Magyarországon a társadalmi státus és az életstílus közötti kapcsolat vizsgálatára először a *Rétegződésmodell vizsgálat* keretei között került sor. A Rétegződésmodell vizsgálat a nyolcvanas évek legnagyobb volumenű és hatású rétegződéskutatása volt Magyarországon, a Társadalomtudományi Intézetben, 1982-ben indult Kolosi Tamás vezetésével. A 16 000 fős adatfelvételt követően a kutatás eredményei a nyolcvanas évek közepén kilenc kötetben jelentek meg⁵, amelyeket hazai és nemzetközi publikációk sora követett. Az életstílust a fogyasztás alapján elemezték a kutatók, s tíz életstílus csoportot különböztettek meg: (1) elit, (2) intellektuális, (3) mintakövető, (4) családorientált, (5) tárgyorientált, (6) kapcsolatgazdag, (7) második gazdasággal kompenzáló, (8) kapcsolatszegény, (9) robotoló, és végül (10) elesett (Utasi 1984). A társadalmi státust meghatározó végső modellben⁶ az életvitel jellemzői két fő csoportban jelennek meg: külön egyenlőtlenségi dimenziót alkot az anyagi fogyasztás, és a kulturális életmód (kulturális fogyasztás).

A kutatás eredményei szerint legnagyobb súllyal a kulturális életmód-dimenzió befolyásolta a társadalmi státuscsoportba való hovatartozást a nyolcvanas évek Magyarországon – hatása erőteljesebb volt, mint a munkamegosztásban elfoglalt pozíciónak vagy az anyagi-jövedelmi helyzetnek

⁵ A kilenc kötet közül a témánk szempontjából leginkább releváns hármát emeljük ki: Kolosi Tamás: *Státusz és réteg* (1984); Utasi Ágnes: *Életstílus-csoportok és fogyasztási preferenciák* (1984); valamint Róbert Péter: *Származás és mobilitás* (1986).

⁶ A végső modell a társadalmi egyenlőtlenségek nyolc fő dimenzióját határozta meg: érdekérvényesítés, munkamegosztás, második gazdaság, területi egyenlőtlenségek, lakás, anyagi helyzet, anyagi fogyasztás és kulturális életmód (kulturális fogyasztás).

(Kolosi 1987). A vizsgálat eredményei szerint a kulturális státus generációk közötti átörökítésének is kiemelkedő szerepe volt (és van) a társadalmi egyenlőtlenségek újratermelésének folyamatában (Róbert 1984, 1991; Ganzeboom–Graaf–Róbert 1990).

Nemzetközi összehasonlító vizsgálatok arra is rámutattak, hogy ugyan a kulturális egyenlőtlenségi viszonyrendszerben elfoglalt pozíció minden modern társadalomban jelentős mértékben befolyásolja a társadalmi státust, de a szocialista társadalmakban ennek megkülönböztetett, kiemelkedő jelentősége volt (Simkus 1982; Kolosi–Peschar–Róbert 1985). Későbbi kutatások pedig arra hívták fel a figyelmet, hogy a szülők kulturális státusának az egyén elért státusára gyakorolt hatása a volt szocialista országokban a piacgazdaságra való áttérést követően is változatlanul kiemelkedő mértékű és jelentőségű (Kraaykamp–Newbeerta 2000; Domanski 2000; Luijckx *et al.* 2002).

2.3. A „sokoldalú-egyoldalú” megközelítés első magyar eredményei

Az „omnivore-univore” szemlélet csíráiban megjelenik már a 2003-as magyar kutatások eredményeiben is. Vitányiék ugyan e vizsgálatukban is a kezdetekben kialakított négy életmódtípus megjelenését és jellegzetességeit vizsgálják, de Hunyadi Zsuzsa a részletesebb elemzésekben már megkülönbözteti a „sokoldalú” és „egyoldalú” kulturális fogyasztói főcsoportokat – igaz, a nemzetközi modellre való hivatkozás nélkül (Hunyadi 2005; Vitányi 2006: 192–202). Hunyadi eredményei szerint a „sokoldalú” kulturális fogyasztók gyakorlatilag életkor szerint két csoportra válnak: a „fiatalos mindenevők” és a „konzolidált, hagyományosan kulturálódók” csoportjára. Az egyoldalú szegmensben pedig eredményei szerint négy alcsoport található: a „mozizós-bulizós”-ok, a „művelődési házba járók”, az „otthonülő olvasósok” és a „sivár” életformát élők, akiknek az egyetlen szórakozási formáját a televízió jelenti.

Bukodi Erzsébet a KSH Társadalomstatistikai Főosztály által 1999/2000-ben lebonyolított *Életmód és időmérleg-vizsgálat* adatait elemezve explicit módon is vizsgálja a kulturális aktivitás „omnivore-univore” megközelítésmódjának érvényességét, valamint az osztályhelyzetnek, a státuszpozíciónak és a társadalmi mobilitásnak a kulturális fogyasztással való kapcsolatát (Bukodi 2007; 2010). Három területet vizsgált (zene, színház és mozi, valamint képzőművészet) és ezeken belül megkülönböztette a „mindenevőket” (*omnivores*), az egyféléket fogyasztókat (*univores*), az exkluzív kulturális fogyasztókat, és az inaktívakat. Eredményei szerint ugyan szoros kapcsolat mutatkozik a társadalmi rétegződésben elfoglalt pozíció (és különösen az

iskolai végzettség), valamint a kulturális fogyasztás között – a legmagasabb iskolai végzettségűek lényegesen nagyobb valószínűséggel tartoznak a „mindenevők” közé, mint akár az exkluzív kulturális fogyasztók, akár pedig az egyféle kulturális aktivitást mutatók közé, míg a kulturálisan inaktívak leginkább az alacsony társadalmi helyzetűek köréből kerülnek ki – mégsem állítható az, hogy a rétegződésben elfoglalt hely és a kulturális fogyasztás közötti kapcsolat markáns és áthatolhatatlan. Bukodi eredményei szerint mind a homológiai, mind pedig az individualizációs megközelítés elvethető (de legalábbis megkérdőjelezhető), nem lehet azonban határozottan megerősíteni az „univore-omnivore” elmélet érvényességét sem. További kiemelendő eredménye az, hogy azoknak az egyéneknek, akiknek a társadalmi státusa különbözik a szüleikétől, a kulturális viselkedését leginkább az a közeg befolyásolja, amelyben gyerekkorukban szocializálódtak.

3. A kutatás célja, adatai és módszerei

Elemzésünk során egyrészt azt fogjuk vizsgálni, hogy milyen kulturális fogyasztásbeli és ízlésbeli jellegzetességek alapján különülnek el a mai magyar társadalom tipikus kulturális szegmensei, másrészt elemezni fogjuk ezek társadalmi-demográfiai befolyásoló tényezőit. Választ keresünk arra a kérdésre, hogy a társadalmi rétegződésben elfoglalt hely és a kulturális fogyasztás közötti összefüggést a homológiaiakat feltételező modell, az individualizáció elmélet vagy az „omnivore-univore” megközelítésmód segítségével lehet leginkább értelmezni és magyarázni. Az elemzés során az MTA Politikai Tudományok Intézetének Érték-, és Kultúrakutató Műhelye irányításával, a Nemzeti Kulturális Alap támogatásával, a Szonda Ipsos közreműködésével 2008–2009-ben végzett *Változásfolyamatok a kultúrában* című kutatás személyes megkérdezésre alapozott lakossági adatait használtuk⁷.

⁷ A minta a felnőtt magyar népességet reprezentáló, 3002 elemszámú valószínűségi minta volt. A személyes megkereséses kérdőíves adatfelvétel során gyűjtött sokirányú, részletes és alapos kérdéssorból mi a nyilvános kulturális eseményeken való részvétel gyakoriságára, valamint az egyes stílusirányzatok kedveltségére vonatkozó kérdéseket használtuk, kiegészítve a személyes adatokkal. Az általunk elemzett kulturális aktivitásokra vonatkozó kérdésekre 2907 személy válaszolt, így elemzésünket ezekre az adatokra korlátoztuk. Köszönettel tartozunk az adatgazdáknak azért, hogy az adatokat ezen elemzés céljára a rendelkezésünkre bocsátották, és külön köszönettel tartozunk az NKA elnökének, Harsányi Lászlónak. E kutatás első eredményei a *(Vész)jelzések a kultúráról* című kötetben olvashatók (Antalóczi–Füstös–Hankiss 2009). Elemzésünk szempontjából különösen jelentős a kötet I. fejezetének második cikke, melyben Csepeli György és Prazsák Gergő elemzi a digitális egyenlőtlenség kulturális hatásait (Csepeli–Prazsák 2009).

A munka során először azt kellett eldöntenünk, hogy milyen ismérvek alapján, és milyen módszerrel határozzuk meg a kulturális szegmentáció tipikus csoportjait. Az első eldöntendő kérdés az volt, hogy a kulturális fogyasztás vagy az érdeklődés/ízlés alapján végezzük el az osztályozást, esetleg mindkettő figyelembe vételével vizsgáljuk a kulturális szegmentáltságot. Döntésünk során egyrészt azt a ténytet figyelembe, hogy ugyan az elméleti megközelítések (és különösen a bourdieu-i modell) szempontjából az ízlés nagy jelentőséggel bír, de a társadalom többsége csak a cselekvéseket észleli, így ezek jelennek meg potenciális stukturáló tényezőként. Másrészt, okkal feltételezhetjük, hogy az ízlés és a cselekvés között erős korreláció van: akik egy stílust, irányzatot kedvelnek, azok valószínűleg ezen irányzatok meghatározó eseményein is gyakrabban vesznek részt, mint azok, akik kevésbé vonzódnak hozzájuk. Ezért a kulturális szegmentációt a nyilvános kulturális eseményeken való részvétel gyakorisága alapján határoztuk meg.

A kérdőívben 23 felsorolt nyilvános esemény legutóbbi látogatásának időpontjáról kellett számot adniuk a kérdezetteknek, a következő bontásban: ebben a hónapban, 2-3 hónapon belül, fél éven belül, egy éven belül, 2-3 éven belül, régebben, vagy soha sem vettek részt ilyen jellegű eseményen.⁸ Ezen változók alapján K-Means klaszteranalízis segítségével⁹ határoztuk meg a tipikus kulturális osztályokat/szegmenseket, majd az így formálódó tipikus kultúra-fogyasztói csoportok stíluspreferenciáit (ízlését) is vizsgálat tárgyává tettük, hogy világosan lássuk: a kulturális cselekvések tipikus csoportjai egyben a hasonló ízlésűek tipikus csoportjait is jelentik-e. Ezt követően elemeztük a társadalmi-demográfiai pozíció és a kulturális viselkedési minták közötti kapcsolatot. Ennek során a szokásos leíró statisztikákat követően a tipikus kulturális csoportok mindegyikére vonatkozó (páronkénti) logisztikus regresszió analízis módszerét alkalmaztuk.

⁸ A kérdőívben szereplő kulturális tevékenységi formák közül az iskolai kulturális rendezvényeken való részvétel olyan szoros kapcsolatot mutatott a tanulói jogviszonnnyal, a nem színházi épületben való színházi előadásra való részvétel pedig a településtípussal, hogy a társadalmi-demográfiai tényezőkkel való kereszt-korrelációk elkerülése érdekében e két tevékenységi formát nem vettük figyelembe a tipikus kulturális fogyasztói csoportok meghatározása során. Ugyanakkor a könyv olvasást – hasonlóan Csepeliék megoldásához (Csepeli–Prazsák 2009) további meghatározó tényezőként bevontuk az elemzésünkbe.

⁹ A módszer megválasztásának indoklását és részletezését lásd a következő fejezetben.

4. Kulturális szegmentáció

A kulturális szegmentálódás vizsgálata során alapvetően azt kívántuk megállapítani, hogy a kulturális fogyasztásnak milyen tipikus „együttjárás kombi-nációi”, „csoporthozzájárások” vannak jelen a társadalomban, hogy a kulturális fogyasztás mérhető paraméterei milyen nem mért (látens) alcsoportokat határoznak meg. Szemléletes formában ezt úgy lehet elképzelni, mintha a kiindulásként figyelembe vett 22 db kulturális cselekvési formát egy 22 dimenziós kereszttáblába rendeztük volna, és e 22 dimenziós térben keresnénk az egyének tömörülési pontjait. Optimális esetben ezen célunk módszertani megvalósítását a látens osztályelemzés¹⁰ tenné lehetővé – mint ahogy tették ezt többek között Chan és társai is (Chan szerk. 2010). Sajnos, nem állnak rendelkezésünkre a látens osztályelemzéshez szükséges technikai eszközök, ezért módszerünk megválasztásánál azt a logikai menetet követtük, hogy ha a látens osztályelemzés a K-Means klaszteranalízis diszkrét továbbfejlesztésének tekinthetjük¹¹ akkor a K-Means klaszteranalízis dummy¹² változókra redukált variánsa megfelelő „pótlása” lehet a látens osztályelemzésnek. Ennek megfelelően, első lépésben az általunk alapul vett, hétfokú skálán mért kulturális aktivitási formákat a „legalább három éven belül végzett ilyen aktivitást – régebben vagy soha nem végzett ilyen aktivitást” választóvonal mentén dummy változóvá alakítottuk¹³, majd különböző számú klaszterre vonatkozó K-Means klaszteranalízist hajtottunk végre. A modellünk négy klaszter esetén megfelelő stabilitást mutatott (többszöri, egymástól független ismétlésre is ugyanazok a klaszterek formálódtak ki, s a klaszterekbe tartozó egyének szintjén is csak 0–5 fős eltérés mutatkozott), ezért az így formálódó négy klasztert tekinthetjük a nyilvános kulturális események (+ olvasás) látogatása alapján meghatározott kulturális szegmentáció jellegzetes csoportjainak.

¹⁰ A látens osztályelemzést először Lazarsfeld alkalmazta (1950), majd Goodman (1974) fejlesztette tovább oly módon, hogy lehetővé tette a modell paramétereinek maximum-likelihood becslését. A módszer előnyeit és lehetőségeit lásd bővebben: Clogg (1995), Vermunt–Magidson (2002).

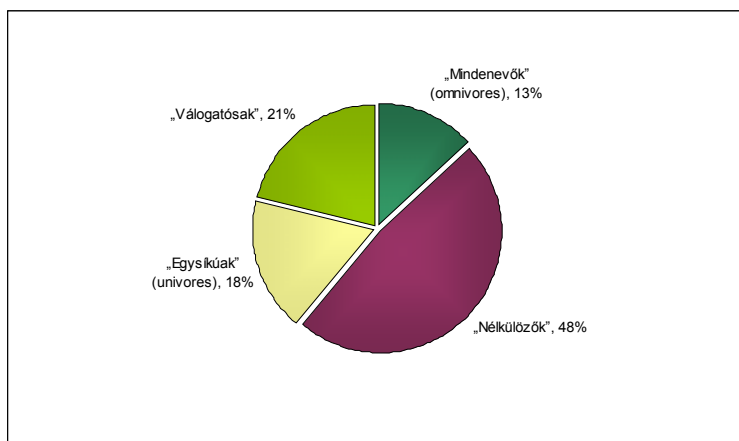
¹¹ Mint ahogy többen is annak tekintik, lásd például Vermunt–Magidson (2002).

¹² 0–1 értékű kategoriális változó.

¹³ A hétfokú skála helyének meghatározásakor nemcsak a változók gyakorisági megoszlása befolyásolt bennünket a döntésben, hanem az is, hogy Csepeliék (Csepeli–Prazsák 2009) ugyancsak ezt a választóvonalat alkalmazták az ugyanezen az adatbázison végzett elemzésük során. Azzal, hogy mi is ugyanazon érték mentén redukáltuk a változónkat, lehetővé tettük, hogy – legalább alapszinten – az azonos adatbázison végzett elemzések eredményei összehasonlíthatóak legyenek.

A négy klaszter fő jellemzőit az 1. ábrában és az 1. táblázatban foglaltuk össze, a karakterisztikáik (későbbiekben ismertetett) elemzése alapján megválasztott elnevezéseiket is megjelenítve.

1. ábra. Tipikus kulturális fogyasztói csoportok százalékos megoszlása a magyar társadalomban – a felnőtt lakosság körében (%)



A legnagyobb létszámú csoportot a „nélkülözők” alkotják. Ők azok, akik jellemzően nem vesznek részt egyetlen általunk vizsgált kulturális aktivitási formában sem, domináns aktivitásuk a tévzés (amit általános elterjedtsége miatt nem vontunk be az elemzésbe). Körükben az (otthoni) könyvolvasás a legkevésbé ritka aktivitási forma, de még erre vonatkozóan is csak az mondható el, hogy minden negyedik-ötödik e szegmensbe tartozó egyén (23%) kezdett el az elmúlt három évben legalább egy könyvet olvasni. Tíz ebbe a csoportba tartozó személy közül csak egy-kettő fordult elő az elmúlt három évben művelődési házban, plázában, sportpályán, könyvesboltban vagy valamilyen fesztiválon, a többi nyilvános kulturális formától pedig alapvetően távol tartják magukat. Ennél valamivel nagyobb létszámú (60%) passzív csoportot észlelt Hunyadi a 2003-as felnőtt lakossági adatok alapján „otthonülőknek” nevezve e csoportot (Hunyadi 2005). Még nagyobb (70% feletti) inaktivitási arányt észlelt Bukodi az 1999/2000. évi Életmód és Időmérleg-vizsgálat adataira alapozva (Bukodi 2007) – igaz, ő leginkább a „magas kultúra” három területére fókuszált elemzése során.

1. táblázat. Az egyes kulturális aktivitások gyakorisága a kultúra-fogyasztási szegmensek szerint – az egyes kulturális aktivitást az elmúlt 3 évben legalább egyszer végzők (%)

Tevékenység helyszíne	A tevékenységet végzők előfordulási aránya az adott osztályban**				Együtt
	„Minden- evők”	„Nélkülö- zők”	„Egysíkú- ak”	„Váloga- tások”	
Pláza nem (csak) vásárolni	89,4	15,4	85,1	56,4	46,2
Sportpálya, sportsarnok	88,9	13,1	75,7	32,6	38,4
CD/DVD bolt	87,6	6,5	74,2	32,7	34,8
Szórakozóhely (diszkó)	77,0	7,1	72,1	9,9	28,6
Mozi	89,2	6,8	69,1	52,3	38,2
Könyvesbolt	96,8	13,8	67,9	87,3	49,6
Fesztivál	88,1	13,7	63,2	39,9	37,8
Könnyűzenei koncert	87,6	4,6	56,0	22,9	28,6
Kávéház	81,3	5,2	54,2	27,6	28,9
Videotéka	60,9	3,7	46,2	9,9	20,2
Művelődési, közösségi ház	81,7	17,3	45,7	51,9	38,8
Múzeum, kiállítás	95,5	5,9	43,5	75,9	38,7
Könyvolvasás	78,6	22,8	38,3	75,5	43,7
Színházi előadás*	90,0	6,3	34,2	64,7	34,3
Könyvtár	79,7	3,8	31,1	35,5	25,2
Internet café	46,7	0,8	19,4	5,2	11,1
Táncművészeti előadás	61,9	4,2	19,1	22,8	18,2
Kiállítás, galéria	87,6	2,1	16,0	45,4	24,6
Klub	53,2	1,9	15,1	7,0	12,0
Jazzkoncert	40,7	0,7	3,8	5,7	7,8
Komolyzenei hangverseny	50,4	1,0	2,6	16,8	11,0
Opera	32,0	1,0	0,8	13,6	7,6
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N	378	1402	530	597	2907

Megjegyzés: * hagyományos színházi épületben.

** Az összes itt bemutatott kétutas keresztábra 0,000 szinten szignifikáns kapcsolatot jelez a változók között a chi-négyzet statisztika szerint, ezért ezeket az értékeket nem jelöltük külön a táblázatban. Az 50% feletti gyakoriságokat a könnyebb értelmezés kedvéért dőlttel szedtük.

Minden ötödik (21%) felnőttet sorolhatunk a kulturális lehetőségek között erőteljesen „válogatók” csoportjába. E csoport nem jellemezhető sem a hagyományos értelemben vett „univore”, sem pedig az „exkluzív” jelzőkkel.

Ugyan gyakran járnak moziba, művelődési házba, s a plázákba is szórakozás céljából – tehát jellemzőek rájuk a hagyományos populáris, vagy „univore” aktivitási formák – de kiemelkedő arányban olvasnak könyvet és járnak könyvesboltba is (könyvtárba viszont nem), emellett háromnegyedük előfordul múzeumokban, kiállításokon, és kétharmaduk színházba is jár néhanéha. Ugyanakkor határozottan elzárkóznak a zenétől – nemcsak az operától és a komolyzenei hangversenyektől, de a könnyűzenei koncertektől is, és hasonló mértékben tartják távol magukat a szórakozóhelyektől, kluboktól, kávéházaktól és internet cafétól. Ha nem járnának plázába, akár azt is mondhatnánk, hogy konzervatív kulturális aktivitás jellemző rájuk – bizonyos aktivitásoktól való határozott elzárkózásuk azonban nem teszi lehetővé, hogy „sokoldalú, konzervatív” jelzővel illessük őket.

A „*egysíkúak*” tipikus képviselői az „univore” kulturális fogyasztási csoportnak. Egysíkú, uniformizált aktivitásokat folytatnak. Jellemző rájuk, hogy viszonylag nagy tömegben, együttesen vesznek részt a kulturális programokban, eseményeken. Tipikusan plázákba, sportpályákra, szórakozóhelyekre, moziba és könnyűzenei koncertekre járnak, de nagy tömegben fordulnak elő CD/DVD boltokban, könyvesboltokban, kávéházakban és videotékákban is. Minden második „univore” fogyasztó művelődési, közösségi házakat is látogat, minden harmadik néhanéha egy könyvet is a kezébe vesz, könyvtárba vagy színházba megy – de a komolyzenei előadásoktól, s a képzőművészettől határozottan távol tartják magukat.

Végül, de nem utolsó sorban említjük a „*mindenevők*” (*omnivores*) csoportját. A felnőtt lakosság bő tizedét (13%) kitevő csoport szinte minden tagja szinte minden kulturális aktivitási formában részt vesz legalább hébe-hóba – csak a dzsesszkoncertek és az opera élvezetében mutatnak jelentős eltérést, de e két kulturális aktivitást is az átlagosnál négyszer-öttször többen művelik körükben (1. ábra és 1. táblázat).

5. Valóban mindenevők a „mindenevők”? Kedvelt stílusirányzatok a kultúra-fogyasztási szegmensekben

Elemzésünkben a nyilvános kulturális eseményeken való részvétel gyakorisága alapján határoztuk meg a tipikus kulturális fogyasztási csoportokat, de feltételeztük, hogy a kulturális fogyasztás és az ízlés között jelentős összefüggés van. A következőkben azt tekintjük át, hogy vajon a kulturális aktivitásokra alapozott tipikus kultúra-fogyasztási csoportok tagjainak ízlése mutatja-e a csoport jellemzőit, vagy inkább az egyéni eltérések jellemzőek rájuk. E témakör teljes, részletekbe menő elemzése meghaladja jelen vizsgálat kere-

teit, így az ízlés és az aktivitás szerinti szegmentáció összefüggéséről most csak jelzésszerű áttekintést adunk.

A kérdőíves kutatás során mindazokat, akik életük során legalább egyszer részt vettek valamilyen kulturális tevékenységi formában (tehát pl. életükben legalább egyszer már voltak színházban) arra kérték, hogy a felsorolt stílusok, irányzatok mindegyikéről mondják el, hogy érdeklődnek-e irántuk, vagy sem. Ily módon kulturális területenként eltérő számú, egyszerű igen-nem válaszok dichotóm adataihoz jutottunk. Jelenlegi áttekintésünkben csupán összeadtuk az adott terület esetében felsorolt stílusok, irányzatok közül a „kedveltek” számát, és nem foglalkoztunk magukkal a stílusokkal. Azokat, akik még életükben nem vettek részt egy adott aktivitási formában (s így az erre vonatkozó ízlésükről sem kérdezték őket) automatikusan a „nem kedveli” kategóriába soroltuk.

Eredményeink szerint mind a hat általunk vizsgált aktivitási forma esetében (színház, fesztiválok, könyvek, tv-műsorok, rádióműsorok, újságok) erőteljes, statisztikailag szignifikáns¹⁴ összefüggés mutatkozik az aktivitási csoportok, és a csoporttagok által kedvelt műfajok, stílusirányzatok száma között. Legtöbb kedvelt stílust, irányzatot minden esetben a „mindenevők” említették. Ez után következnek a „válogatósak”, majd az „egysíkúak”, és minden esetben legkevesebb kedvelt stílust a „nélkülözők” említették (*F1–F6. táblázatok*). A kedvelt stílusok, irányzatok számának csoportok szerinti meghatározottságát vizsgáló variancia-analízis magyarázó ereje a színház és a könyv olvasás esetében 22%, illetve 21%, a fesztiválok és az újságok esetében 14% és 13%, míg a médiák (tv és rádió) esetében minimális.

Megállapíthatjuk tehát, hogy a „mindenevők” stílus-választása, ízléspreferenciája valóban az átlagosnál lényegesen nagyobb terjedelemben mozog. Ugyanakkor még a „egysíkúak” stílusválasztéka is meghaladja az átlagos mértéket. Ezt a jelenséget a „nélkülözők” különösen nagy száma magyarázza – az ő leszűkült választásuk jelentős mértékben lehúzza a teljes átlagot.

6. A kulturális fogyasztási csoportok társadalmi-demográfiai jellemzői

Leíró statisztikai elemzésünkben a kulturális aktivitások mentén formálódó szegmensek társadalmi-demográfiai jellemzőit mutatjuk be. A fordított irányú kapcsolatról (tehát arról, hogy a társadalmi-demográfiai jellemzők mek-

¹⁴ Variancia-analízis F-próba statisztikai értékei.

kora mértékben befolyásolják az egyes kulturális szegmensbe való bekerülés valószínűségét) a következő fejezetben számolunk be.

A „mindenevő” csoport tagjai az elméleti alapvetés szerint a magasabb társadalmi státusú csoportokból kerülnek ki. Leíró szintű elemzésünk ezt csak részben támasztja alá. Ugyan valóban igaz az, hogy a nagyvárosi, magas iskolai végzettségű, gazdaságilag aktív, a foglalkozási hierarchia szerint magasabb státusban levők az átlagosnál lényegesen nagyobb arányban képviselik magukat e csoportban, de a csoport tagsága nem kizárólag a magasabb társadalmi pozíciójú egyénekből formálódik. Viszonylag nagy arányban találhatóak körükben kifejezetten alacsony iskolai végzettségűek (legfeljebb 8 általános: 20%) – igaz, fele annyian, mint amekkora az arányuk a teljes népességben. Ugyanakkor a „mindenevők” csoportjának jelentős életkori/generációs jellegzetessége is van: minden második „mindenevő” a legfiatalabbak közül kerül ki, további ötödük a 30–39 éves korosztályból, az 50 év felettiek csoporton belüli aránya pedig átlag alatti (2. táblázat).

2. táblázat. Az egyes társadalmi-demográfiai csoportok kulturális szegmenseken belüli aránya (%)

Társadalmi-demográfiai csoport*	Kulturális szegmensek				Együtt
	„Mindenevők”	„Nélkü-lözők”	„Egy-síkúak”	„Válo-gatóság”	
Nem					
Nő	59	54	37	64	54
Férfi	41	46	63	36	46
Településtípus					
Budapest	21	15	13	23	17
Megyeszékhely	24	15	19	21	18
Város	38	30	37	32	32
Község	17	40	31	24	32
Korcsoport					
18–29 éves	50	9	44	14	22
30–39 éves	20	13	28	18	18
40–49 éves	14	16	16	18	16
50–59 éves	9	21	8	24	18
60–x éves	6	41	4	26	27

Társadalmi-demográfiai csoport*	Kulturális szegmensek				Együtt
	„Mindenevők”	„Nélkülözők”	„Egy-síkúak”	„Válogatóságok”	
Iskolai végzettség					
Legf. 8 általános	20	54	20	21	37
Szaktanácsképző	9	23	31	16	21
Érettségi	43	17	38	40	29
Főiskola, egyetem	29	6	11	22	13
Gazdasági aktivitás					
Aktív	51	35	65	51	46
Kismama	4	3	4	3	3
Nyugdíjas	9	51	6	34	34
Munkanélküli	2	5	7	4	5
Tanuló	31	1	17	6	9
Egyéb nem aktív	1	4	1	1	3
Adathiány	2	0	0	0	1
Foglalkozás					
Vállalkozó	8	5	6	8	6
Felsővezető	4	2	2	4	3
Középvezető	5	3	3	6	4
Beosztott diplomás	16	2	5	12	7
Irodista	15	9	9	20	12
Könnyű fizikai munkát végző és szolgáltató	9	12	18	15	13
Szaktanács	7	26	26	15	21
Szakképzetlen munkás	1	31	10	9	19
Sose dolgozott	26	6	16	6	10
Adathiány	11	5	5	5	6
<i>Összesen</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Esetszám	378	1403	530	596	2907

Megjegyzés: *Az összes itt bemutatott kétutas keresztábra 0,000 szinten szignifikáns kapcsolatot jelez a változók között a chi-négyzet statisztika szerint, ezért ezeket az értékeket nem jelöltük külön a táblázatban.

A kulturálisan alulfogyasztó „nélkülözők” csoportjának társadalmi-demográfiai összetétele ugyancsak a rétegződési és a demográfiai jellegzetes-
ségek kettős karakterisztikáját mutatják. A csoport tagjai ugyan tipikusan az
alacsony társadalmi státusúak (alacsony iskolai végzettségű, kis településen
élő szaktanácsok vagy szakképzetlen munkások), de markáns életkor sze-

rinti jellegzetességeik is vannak: leginkább az idősek, és különösen az idős inaktívok (nyugdíjasok) képviseltetik magukat körükben.

Az „egysíkú” (univore) csoport tagjairól viszont egyáltalán nem mondható az el, hogy jellemzően alacsony társadalmi státusú egyének alkotnák. Tipikus tagjai közepes iskolai végzettségű, gazdaságilag aktív, fiatal férfiak – tehát sokkal inkább a demográfiai jellegzetességek mentén jellemezhető ez a csoport, semmint a társadalmi egyenlőtlenségi viszonyrendszerben elfoglalt helyük alapján.

A „válogatóság” csoportját pedig jellemzően idősebb, közép- vagy felső-fokú végzettségű, beosztott diplomás vagy irodista nők alkotják. Van tehát társadalmi státusbeli jellegzetessége e csoportnak, de legalább ilyen mértékben a demográfiai jellegzetességek is kimutathatóak benne. (2. táblázat)

7. A társadalmi rétegződésben elfoglalt helyzet befolyásoló hatása a kulturális szegmentációra

A társadalmi rétegződésben elfoglalt helyzetnek a kulturális szegmensekbe tartozásra gyakorolt befolyásoló hatását logisztikus regresszió módszerével elemeztük, külön-külön modellt építve fel minden egyes kulturális csoportba való tartozás magyarázatára. A modellek függő változói („mindenevők”, „nélkülözők”, „egysíkúak” és „válogatóság”) referenciaértékeit minden esetben az adott csoportba nem tartozó *összes többi* személy formálta. Két okból választottuk ezt az elemzési technikát (a multinomiális logit modell lehetőségével szemben). Egyrészt így nem kellett információvesztésre ítélnünk egyik kulturális aktivitási csoportot sem – amely információvesztés törvényszerűen bekövetkezik a multinomiális modellek referencia-csoportjai esetében. Másrészt, egy-egy csoport tagjainak az összes többihez való viszonyítása véleményünk szerint jobban tükrözi a társadalmi csoportok tagjainak összehasonlítási-elkülönítési gyakorlatát, mintha egy, általunk (esetlegesen) kijelölt csoport vonatkozásában vizsgálnánk őket. Álláspontunk szerint a kulturális aktivitás, a kulturális fogyasztás nemcsak „önmagáért való jó”, de egyben életstílus-jellemző, státus-marker is, a csoporttagoknak a „többiektől” – tehát nem a többiek egy részecsoportjától – való elkülönülésének jelzésére is szolgál. Modelljeink minden csoport esetében a „mi és a többiek” dichotómia jellegzetességeit tárják fel.

A négy logisztikus regressziós modell számszerű eredményeit a 3. táblázatban foglaltuk össze. Az együtthatók azt mutatják meg, hogy a referencia-kategória tagjaihoz képest hányszor nagyobb az esélye egy adott társadalmi-demográfiai kategóriába tartozó személynek arra, hogy inkább a függő válto-

zó által jellemzett csoportba tartozzon, mint abból kimaradjon. Az 1-nél nagyobb értékek lényegi (statisztikailag szignifikáns) pozitív *odds*-ot, az 1-nél kisebb értékek lényegi negatív *odds*-ot jeleznek. A nem szignifikáns értékeket a táblázatban nem számszerűsítettük.

Itt kívánjuk megjegyezni, hogy sajnos a rendelkezésünkre álló adatok nem tették lehetővé, hogy az itt bemutatottnál részletesebb társadalmi csoport-hovatartozást (EGP osztály-hovatartozást, vagy státuszpozíciót) vegyünk figyelembe, a jövedelem figyelembe vételét pedig a nagy mértékű (35%-os) adathiány miatt vetettük el.

Eredményeink szerint a kulturális „mindenevők” (omnivores) csoportjába való tartozást jelentős mértékben befolyásolja a foglalkozási pozíció és az iskolai végzettség, de erőteljes demográfiai meghatározottsága is van. Ugyan a felsővezetők a könnyű fizikai munkát végzőknél kétszer nagyobb eséllyel tartoznak inkább a „mindenevők”, mint bármilyen más kulturális szegmensbe, a szakképzetlen munkások pedig közel fele akkora mértékben (tehát a felsővezetők szakképzetlen munkásokhoz viszonyított *odds*-a kb. négyszeres), és a diplomások is két és félszer nagyobb valószínűséggel „mindenevők”, mint a legfeljebb 8 osztályt végzettek, de a legfiatalabbak megfelelő előnye hét és félszeres (!) a legidősebbekhez képest, a 30–35 éveseké is ötszörös, és még a középkorúaké is négyszeres. Valamivel kisebb az esély arra, hogy egy férfi kulturális „mindenevő” legyen, mint egy nő. Az életkori és a társadalmi rétegződésbeli helyzet együttes hatását jelzi az, hogy a tanulói státus önmagában (tehát az életkori és iskolai végzettségbeli hatáson túl) ötszörös *odds*-ot jelent a kulturális mindenevők csoportjába való tartozásnak (3. táblázat).

A kulturális „nélkülözők” csoportjába való tartozást is egyaránt befolyásolják társadalmi és demográfiai jellemzők. Az alacsony iskolai végzettség és alacsony foglalkozási pozíció valóban jelentős mértékben valószínűsíti az e csoportba való tartozást, de az összefüggés nem markáns és kizárólagos. Iskolai végzettség szerint az érettségi léte vagy nem léte jelenti a választóvonalat. Foglalkozás szerint pedig ugyan a beosztottak foglalkozási hierarchiában elfoglalt helyzete és a „nélkülözők” csoportjába való tartozás között lineáris összefüggés mutatható ki, de a vállalkozók és a vezetők esetében nincs statisztikailag lényeges kapcsolat. Az idősebb életkor és a nem (férfiak) is jelentős mértékben valószínűsíti azt, hogy valaki a kulturális nem fogyasztók táborát szaporítja.

3. táblázat. Az egyes kulturális szegmensekbe való tartozást befolyásoló tényezők – logisztikus regressziós modellek együtthatóinak exponenciális értékei (Exp (b))

Magyarázó változók	„Minden- evők”	„Nélkü- lözők”	„Egysí- kúak”	„Váloga- tósak”
Nem				
Férfi	0,707	1,235	1,910	0,536
Településtípus				
Budapest	nsz.	nsz.	nsz.	nsz.
Nagyváros	1,750	0,699	nsz.	nsz.
Város	2,116	0,618	nsz.	nsz.
Korcsoport				
18–29 éves	7,469	0,315	7,633	0,277
30–39 éves	5,227	0,389	5,010	0,579
40–49 éves	4,168	0,606	2,971	nsz.
50–59 éves	2,171	nsz.	nsz.	nsz.
Iskolai végzettség				
Szaktunókásképző	0,552	nsz.	nsz.	1,505
Érettségi	1,255	0,368	nsz.	2,279
Diploma	2,412	0,273	nsz.	2,259
Gazdasági aktivitás				
Aktív	nsz.	0,548	2,814	nsz.
Munkanélküli	nsz.	0,423	2,592	nsz.
Kismama	nsz.	nsz.	2,326	nsz.
Tanuló	5,192	0,037	1,962	2,790
Foglalkozás				
Vállalkozó	nsz.	nsz.	nsz.	nsz.
Felsővezető	1,962	nsz.	nsz.	nsz.
Középvezető*	nsz.	nsz.	nsz.	nsz.
Beosztott diplomás	nsz.	0,569	nsz.	1,641
Irodista	nsz.	0,904	0,635	nsz.
Szaktunókás	nsz.	1,379	nsz.	nsz.
Szakképzetlen munkás	0,062	2,535	nsz.	0,550
Sose dolgozott	nsz.	3,166	nsz.	nsz.
Konstans	0,022	3,649	0,021	0,201
<i>Nagelkerke-féle R²</i>	<i>0,310</i>	<i>0,387</i>	<i>0,240</i>	<i>0,132</i>

Megjegyzés: *A középvezetők közé soroltuk azokat a felsővezetőket is, akiknek ötnél kevesebb beosztottjuk van. Referencia-kategóriák: nő, faluban él, 60 évnél idősebb, legfeljebb 8 általános iskola, nyugdíjas, könnyű fizikai munka és szolgáltatói munkakör.
nsz.: nem szignifikáns.

Az „egysíkúak” (univores) kulturális csoporthoz való tartozást alapvetően nem a társadalmi rétegződésbeli helyzet, hanem a demográfiai jellegzetességek befolyásolják és magyarázzák. Minél fiatalabb valaki, annál nagyobb a valószínűsége hogy egysíkú a kulturális fogyasztása. A férfiak a nőkhez képest kétszer nagyobb valószínűséggel választják inkább a kulturális „készételeket”, mint bármi mást, míg a foglalkozási jellegzetességek közül csak az aktív kornak van előnye a nyugdíjas léttel szemben, és ezen belül az már nem számít, hogy valaki aktív kereső, vagy munkanélküli, vagy gyesen, gyeden levő kismama, vagy aktív korú tanuló. A jelenlegi vagy legutolsó foglalkozás is csak minimális mértékben befolyásolja az e csoportba való tartozást.

A kulturális „válogatók” csoportjába való tartozás jelentős befolyásoló tényezői a középfokú és magasabb iskolai végzettség, a diplomás foglalkozás és a női nemhez való tartozás (3. táblázat). A nők a férfiaknál kétszer akkora valószínűséggel tartoznak inkább ebbe a csoportba, mint bármelyik másikba. A legfeljebb 8 általános iskolai végzettségűeknél a szakmunkásképzőt végzeteknek másfélszer, az érettségizetteknek és a diplomásoknak pedig több, mint kétszer akkora az esélye arra, hogy inkább „kulturális válogatók” stílusjegyeket mutasson fel, mint bármi mást. Önmagában a tanulói jogviszony, és a beosztott diplomás foglalkozási pozíció is jelentős mértékben valószínűsíti az e csoportba való tartozást, míg a szakképzetlen munkások fele akkora valószínűséggel tartoznak ebbe a csoportba, mint a könnyű fizikai munkások és szolgáltatási jellegű beosztásban dolgozók.

8. Összegzés és következtetések

Elemzésünk során az egyéni szintű kulturális szegmentálódás tipikus csoportjainak meghatározására, ezek társadalmi-demográfiai jellegzetességeinek és meghatározottságának feltárására törekedtünk. Tanulmányunkban három, egymással polemizáló elméleti modell – a homológákat feltételező habitus-elmélet, az individualizáció-elmélet és az „omnivore-univore” modell – magyarországi érvényességének vizsgálatára fókuszáltunk. Eredményeink szerint a mai magyar társadalom kulturális fogyasztási csoportjai között erőteljes mértékben van jelen a kulturális mindent fogyasztás jelensége, a „minden-évők” csoportja markánsan elkülönül a többi kulturális fogyasztási szegmens-től, és jelentős (magas státusú) társadalmi meghatározottsága van. A magas státusúak tehát nem az elit kultúra képviselői és fogyasztói, sokkal inkább az jellemző rájuk, hogy sokféle kulturális formára, lehetőségre, stílusra és irányzatra nyitottak, ezek között válogatnak – és ha különböző intenzitással is –, de szinte mindegyikből választanak is. Ezek az eredmények a bourdieau-i

osztályhabitus érvényességi körének korlátozott voltára hívják fel a figyelmet. Ugyanakkor ennek a csoportnak is jelentős a demográfiai meghatározottsága. Ez utóbbi tényert értelmezhetjük az individualizáció-elméleti megközelítés mérsékelt irányvonala beigazolódásának, (tehát, hogy a társadalmi osztály- és státuszjellemzőket a demográfiai jellegű tényezők váltják fel a kulturális fogyasztás és az életstílus magyarázó tényezőinek sorában), de nem kizárt, hogy a kulturális fogyasztásra is kiható társadalmi átalakulási folyamat idődimenziója jelenik meg az életkori csoportok hatásaként. Lehetséges, hogy a demográfiai hatások egyszerűen csak annak köszönhetőek, hogy az idősebb generáció továbbra is a szocialista társadalmi berendezkedésre korábban jellemző, „elitista” kulturális fogyasztási szokásokat preferálja, hiszen ők egy másik, kulturális dominanciára (is) épülő társadalmi berendezkedésben szocializálódtak. Nem kizárt, hogy az évek előrehaladtával, ahogy az új társadalmi strukturális viszonyokban szocializálódott fiatalok elérik a középkorúságot, ez az életkori hatás lassan eltűnik.

Megjelent a tipikus kulturális fogyasztási csoportok palettáján az „univore” típus is, de távolról sem olyan tiszta formában, mint ahogy azt az elméleti alapvetések alapján feltételezni lehetett. Alig befolyásolja az e csoportba tartozást a társadalmi pozíció (a foglalkozás és az iskolai végzettség), sokkal inkább az életkor és a nem. Értelmezésünk szerint lehetséges, hogy ez a tény az individualizáció-elmélet érvényességét támasztja alá, de az is lehetséges, hogy a társadalmi osztály/réteg meghatározottság hiánya leginkább annak köszönhető, hogy a más, gazdaságilag fejlettebb társadalmakban tipikusan „univore” életstílust folytató csoportok megfelelői a mai Magyarországon gazdasági okból leszorulnak a kulturálisan „nélkülözők” közé, így a társadalmi egyenlőtlenségi rendszerben elfoglalt kevésbé előnyös helyzetükkel az kulturális „nélkülözők”, és nem az „egysíkú” kulturális fogyasztók táborát erősítik. E magyarázat megerősítését vagy cáfolatát elősegítené, ha a következő vizsgálatokban az anyagi helyzet jellemzőit is figyelembe tudnánk venni a kulturális inaktivitás, illetve az „univore” magatartásforma magyarázata során.

Eredményeink szerint, úgy tűnik, a mai magyar társadalomban a kulturális magatartásformák lényegi választóvonalát nem az „omnivore-univore” tengely mentén helyezkedik el, sokkal inkább az „mindenevő-nélkülöző” megkülönböztetés mentén. Ez utóbbi esetében – az ugyancsak lényeges életkori hatások mellett – jelentős magyarázó tényezőként jelenik meg a foglalkozási jellegzetesség (amely, ha korlátozott mértékben is, de enged következtetni az osztálypozícióra és a státuszpozícióra). Az, hogy ez a hatás magyar nemzeti sajátosságaként értelmezhető, vagy csupán az anyagi helyzet foglal-

kozási pozícióban való látens hatását jelzi, egy későbbi vizsgálatban az anyagi-jövedelmi helyzet magyarázó tényezőként való bevonásával ellenőrizhető.

Végezetül el kellene helyeznünk a kulturális „válogatósak” csoportjára vonatkozó eredményeinket a homológia-individualizáció-„omnivore/univore” megközelítésmód vitájának keretei között. Jelen vizsgálatban nem tudunk választ adni arra a kérdésre, hogy e csoport társadalmi-demográfiai meghatározottsága az „exkluzív” kulturális fogyasztás sajátos megjelenési formájaként, vagy – hasonlóan az „omnivore” típus értelmezésénél már kifejtett lehetséges magyarázathoz – a kulturális elitista beállítottsággal is jellemezhető korábbi társadalmi berendezkedésből való átmenet ideiglenes (és lassan eltűnő) jelenségeként értelmezhető.

Kutatási eredményeink tehát erőteljesen megkérdőjelezzik a homológiai megközelítésmód érvényességét, de sem cáfolni, sem meggyőző módon alátámasztani nem tudják az „omnivore-univore” modellt, illetve az individualizáció-elmélet érvényességét a mai magyar társadalomban.

IRODALOM

- Antalóczy T. – Füstös L. – Hankiss E. 2009: (Vész)jelzések a kultúráról. Budapest: MTA PTI.
- Beck, U. 2003 [1986]: Kockázat-társadalom. Út egy másik modernitásba. Budapest: Századvég.
- Biskup, M. – V. Filias – I. Vitányi eds. 1984: The family and culture. An investigation in seven East and West European countries. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Bognár V. 2002: A kultúra közönségtípusai. Statisztikai Szemle, 80. évf., 5-6. sz.
- Bourdieu, P. 1984 [1979]: Distinction: A social critique of judgement of taste. London: Routledge&Kegan Paul.
- Bukodi E. – Altorjai Sz. – Tallér A. 2005: A társadalmi rétegződés aspektusai. Társadalomstatistikai füzetek, Budapest: KSH Népeségtudományi Kutatóintézet.
- Bukodi, E. 2007: Social stratification and cultural participation in Hungary: A post-communist pattern of consumption? Working Paper. Badia Fiesolana (Italy): European University Institute.
- Bukodi, E. 2010: Social stratification and cultural participation in Hungary: a post-communist pattern of consumption? In: Chan, T.W. (ed.): Social status and cultural consumption. Oxford: University of Oxford.
- Chan, T. W. – J. H. Goldthorpe 2004: Is there a status order in contemporary British society? Evidence from the Occupational Structure of Friendship. European Sociological Review, vol. 20, no. 5, 383–401. p.
- Chan, T. W. – J. H. Goldthorpe 2005: The social stratification of theatre, dance and cinema attendance. Cultural Trends, vol. 14, 193–212. p.
- Chan, T. W. – J. H. Goldthorpe 2006: Class and status: The conceptual distinction and its empirical relevance. Sociology Working Papers 2006–03, Oxford: Department of Sociology, University of Oxford.
- Chan, T. W. – J. H. Goldthorpe 2007: Social stratification and cultural consumption: Music in England. European Sociological Review, vol. 23, no. 1, (2007. november) 1–19. p.

- Chan, T. W. – J. H. Goldthorpe 2010: Social status and cultural consumption. In: Chan, T. W. ed.: Social status and cultural consumption. Oxford: University of Oxford.
- Chan, T. W. ed. 2010: Social status and cultural consumption. Oxford: University of Oxford.
- Clogg, C. C. 1995: Latent class models. In: Arminger, G. – C. C. Clogg – M. E. Sobel eds.: Handbook of statistical modeling for the social and behavioral sciences. New York: Plenum Press. 311–359. p.
- Csepeli Gy. – Prazsák G. 2009: Új szegénység. A digitális egyenlőtlenség kulturális hatásai. In: Antalóczy T. – Füstös L. – Hankiss E. 2009: (Vész)jelzések a kultúráról. Budapest: MTA PTI, 87–115. p.
- Domanski, H. 2000: Culture and lifestyle. In: Domanski, H. (ed.): On the verge of convergence. Social stratification in Eastern Europe. Budapest: CEU Press.
- Dudás K. – Hunyadi Zs. 2005: A hagyományos (színház, hangverseny, kiállítás) és a modern tömegkultúra (mozi, könnyűzenei koncert) helye és szerepe a kulturális fogyasztásban. Budapest: Magyar Művelődési Intézet.
- Featherstone, M. 1987. Lifestyle and consumer culture. *Theory, Culture and Society*, 4. 55–70. p.
- Featherstone, M. 1991. Consumer culture and postmodernism. London: Sage.
- Ganzeboom, H. B. G. – P. de Graaf – P. Róbert 1990: Cultural reproduction theory on socialist ground: Intergenerational transmission of inequalities in Hungary. In: Kallberg, A. L. ed.: Research in social stratification and mobility. Volume 9. Greenwich. JAI Press.
- Giddens, A. 1991: Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Cambridge: Polity.
- Goodman, L. A. 1974: The analysis of system of qualitative variables when some of variables are unobservable. Part I: A modified latent structure approach. *American Journal of Sociology*, vol. 79, 1179–1259. p.
- Hagenaars, J. A. – A. McCutcheon 2002. Applied latent class analysis. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hidy P. 1997: Válaszok az UNESCO kérdéseire. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- Hunyadi Zs. 2005: Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok. Találkozások a kultúrával sorozat 7. sz. Budapest: Magyar Művelődési Intézet.
- Kolosi, T. – J. Peschar – P. Róbert 1985: On reduction of social reproduction. A Hungarian–Netherlands comparison on the changing effects of social origin and education on the occupational position. In: M. Kaiser – R. Nuthmann – H. Stegmann eds.: *Berufliche Verbleibsforschung in der Diskussion. Materialband 2*, Nuremberg: IAB, pp. 3–28. (Magyarul: A reprodukció redukciója? Magyar-holland összehasonlító vizsgálat a társadalmi származásnak és az iskolai végzettségnek a foglalkozási pozícióra gyakorolt hatásáról. *Szociológia*, 1986. 3–4 sz., 307–324. p.)
- Kolosi T. 1984: Státusz és réteg. Rétegződésmodell vizsgálat III. Budapest: Társadalomtudományi Intézet.
- Kolosi T. 1987: Tagolt társadalom. Budapest: Gondolat.
- Kraaykamp, G. – P. Newbeerta 2000: Parental background and lifestyle differentiation in Eastern Europe: Social, political and cultural intergenerational transmission in five former socialist societies. *Social Science Research*, vol. 29, 92–122. p.
- Lazarsfeld, P. F. 1950: The logical and mathematical foundation of latent structure analysis & The interpretation and mathematical foundation of latent structure analysis. In: Stouffer, S.A. – L. Guttman – E. A. Suchman – P. F. Lazarsfeld – S. A. Star – J. A. Clausen eds.: *The American soldier: Measurement and prediction*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 367–472. p.
- Luijckx, R. – P. Róbert – P. M. de Graaf – H. Ganzeboom 2002: Changes in status attainment in Hungary between 1910–1989. *European Societies*, vol. 4, no. 1, 107–140. p.

- Peterson, R. A. – R. M. Kern 1996: Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, vol. 61, no 5., 900–907. p.
- Peterson, R. A. – A. Simkus 1992: How musical tastes mark occupational status groups. In: Lamont, M. – M. Fournier ed.: *Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality*. Chicago: University of Chicago Press, Chapter 7, 152–186. p.
- Róbert P. 1986: Származás és mobilitás. Rétegződésmodell vizsgálat VII. Budapest: Társadalomtudományi Intézet.
- Róbert, P. 1991: The role of cultural and material resources in the status attainment process: The case of Hungary. In: Tóth, A. – L. Gábor eds.: *Beyond the great transformation*. Budapest: Research Review on the Hungarian Social Sciences Granted by the Government. 145–171. p.
- Simkus, A. 1982: Comparative stratification and mobility. In: Ammer, J. M. – R. S. Marsh eds.: *Comparative sociological research in the 1960s and 1970s*. Leyden: Brill.
- Utasi Á. 1984: Életstílus-csoportok, fogyasztási preferenciák. Rétegződésmodell vizsgálat V. Budapest: Társadalomtudományi Intézet.
- Utasi Á. 1993: Középosztályi életformák és életstílusok reprodukciója és új elemei. Kutatási részjelentés. Budapest: MTA Politikai Tudományok Intézete.
- Vermunt, J. K. – J. Magidson 2002: Latent class cluster analysis. In: *Applied latent class analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 89–106. p.
- Vitányi I. 1972: A szabadidő rétegek szerinti vizsgálata, különös tekintettel a közművelődésre. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóintézet.
- Vitányi I. 1981: Társadalom, kultúra, szociológia. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Vitányi, I. 1984: Constancy and change – historically developed samples within the living culture of the different types of families in Hungary. In: Biskup, M. – V. Filias – I. Vitányi eds.: *The family and its culture. An investigation in seven East and West European countries*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Vitányi I. 1997: A magyar társadalom kulturális állapota. Budapest: Maecenas Kiadó.
- Vitányi I. 2006: A magyar kultúra esélyei. Budapest: MTA Társadalomkutató Központ.
- Warde, A. 1997: *Consumption, food and taste*. London: Sage.
- Warde, A. – M. Tomlinson – A. McMeekin 2000: Expanding tastes? Cultural omnivorousness and cultural change in the UK. The University of Manchester CRIC Discussion Paper No. 37.
- Weininger, E. B. 2005: Pierre Bourdieu on social class and symbolic violence. In: Wright, E. O. ed.: *Approaches to class analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, Chapter 4, 116–165. p.
- Wessely A. 1998: *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Wright, E. O. 2005 szerk.: *Approaches to class analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Függelék

F1. táblázat. *Kedvelt színházi stílusok száma kulturális osztályonként – 16 felsorolt színházi stílusirányzatból a „kedveltek” száma (db)*

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	7,29	7	4,10	378
„Válogatóságok”	5,74	5	3,25	597
„Egysíkúak” (univores)	4,29	3	3,28	530
„Nélkülözők”	2,66	2	2,87	1402
Együtt	4,19	3	3,63	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 21,8%.

F2. táblázat. *Kedvelt fesztiváltípusok száma kulturális osztályonként – 17 felsorolt fesztivál-stílusból a „kedveltek” száma (db)*

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	6,76	6	4,18	378
„Válogatóságok”	5,44	4	3,93	597
„Egysíkúak” (univores)	5,05	4	3,66	530
„Nélkülözők”	2,90	2	3,17	1402
Együtt	4,32	3	3,85	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 14,1%.

F3. táblázat. *Kedvelt könyvtípusok száma kulturális osztályonként – 26 felsorolt könyvtípusból a „kedveltek” száma (db)*

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	6,91	6	4,75	378
„Válogatóságok”	5,64	5	4,05	597
„Egysíkúak” (univores)	3,77	3	3,53	530
„Nélkülözők”	2,09	1	2,99	1402
Együtt	3,75	3	4,03	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 20,6%.

F4. táblázat. Kedvelt tv-műsor típusok száma kulturális osztályonként – 15 felsorolt tv-műsor típusból a „kedveltek” száma (db)

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	5,42	5	2,68	378
„Válogatóságok”	5,70	5	2,80	597
„Egysíkúak” (univores)	5,33	5	2,59	530
„Nélkülözők”	4,99	5	2,64	1402
Együtt	5,25	5	2,68	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 1,1%.

F5. táblázat. Kedvelt rádióműsor típusok száma kulturális osztályonként – 14 felsorolt rádióműsor típusból a „kedveltek” száma (db)

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	3,25	3	2,61	378
„Válogatóságok”	3,24	3	2,39	597
„Egysíkúak” (univores)	2,93	3	2,38	530
„Nélkülözők”	2,55	2	2,35	1402
Együtt	2,85	2	2,42	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 1,6%.

F6. táblázat. Kedvelt újságtípusok (online és/vagy nyomtatott) száma kulturális osztályonként – 17 felsorolt újságfajtából a „kedveltek” száma (db)

Kulturális szegmensek*	Átlag	Medián	Szórás	N
„Mindenevők” (omnivores)	4,75	4	3,83	378
„Válogatóságok”	3,74	3	3,08	597
„Egysíkúak” (univores)	3,44	3	2,98	530
„Nélkülözők”	1,84	1	2,15	1402
Együtt	2,90	2	2,98	2907

* F-statisztika szignifikancia szint: 0,000; Eta²: 13,3%.