

ERCSEI KÁLMÁN – PAKOT ÁGNES – VERES VALÉR

SZIGET 2014

2015

## Tartalom

<b>1. Összegzés .....</b>	<b>2</b>
<b>2. A Sziget-látogatók demográfiai profilja .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Gazdasági-anyagi helyzet .....</b>	<b>5</b>
3.1. – Külföldi alminta .....	6
3.2. – Magyar alminta .....	9
<b>4. Zenei stílusok .....</b>	<b>12</b>
4.1 – Külföldi alminta .....	12
4.2 – Magyar alminta .....	13
<b>5. Kulturális fogyasztás.....</b>	<b>15</b>
5.1 – Külföldi alminta .....	15
5.2 – Magyar alminta .....	17
<b>6. Életmód .....</b>	<b>20</b>

## 1. Összegző megállapítások

- az „átlagos” Sziget-résztevő 24 éves, a fesztiválon korcsoportok szempontjából a legnagyobb arányban a 20-22 évesek vannak jelen;
- a külföldi látogatók körében nagyobb a férfiak aránya, a magyar látogatók körében pedig a nők aránya (a férfiak átlagéletkora mindkét mintában nagyobb);
- a Hollandiából és Franciaországból érkezők átlagosan a legfiatalabbak, a Belgiumból és Németországból érkezők átlagéletkora a legnagyobb;
- a külföldi résztvevők 53%-a folytat tanulmányokat és 27%-a aktív kereső; A magyar mintában 61%-a folytat tanulmányokat (akár munkahely mellett) és 35% azok aránya, akik csak dolgoznak;
- a külföldi résztvevők 85%-a, a magyar résztvevők 72%-a rendelkezik olyan pénzüsszeggel, amellyel önállóan gazdálkodik;
- a külföldi résztvevők átlagosan 1.1130€, a magyar résztvevők 354€ összeg felett rendelkeznek egy hónapban;
- a külföldiek egy átlagos este 45 € körüli összeget költenek, a Szigeten az egy napi kiadás átlagosan 49€; lakóhely (szerinti ország) szempontjából az átlagos összeg 39-60€ között mozog;
- a magyar résztvevők egy átlagos este 20€ költenek, a Szigeten egy napi átlagos kiadás 16€; a kiadások között a legnagyobb arányt az étel-, és italfogyasztás teszi ki, amely a kiadások mintegy 60%-át jelenti;
- mind a magyar, mind a külföldi résztvevők legnagyobb arányban a rockzenét kedvelik a leginkább, melyet a különböző elektronikus zenei irányzatok követnek;
- korosztály szerinti bontásban, míg a külföldi megkérdezettek esetében valamelyest idősebb csoport (23-25, illetve 26-30 évesek) körében a legnépszerűbb a rock zene, a magyarok esetében a legfiatalabb korosztály hallgat a legnagyobb arányban rock zenét; a legfiatalabb magyarok, azonban nagy arányban képviseltetnek az egyes elektronikai zenei irányzatok rajongótáborában is;
- a kulturális fogyasztás itemei 3-3 faktorba rendeződnek a két almintán; bár nem teljesen azonosak, mindkét almintán keletkezik egy szociális tevékenységeket csoportosító faktor, egy egyéni szabadidő-eltöltést összefogó, illetve egy kulturális elemeket magába foglaló faktor;
- korcsoport szerinti bontásban, mindkét alminta esetében a legfiatalabbakra leginkább a szociális tevékenységek előnyben részesítése jellemző, míg a „legidősebb” korosztály arányosan leginkább a (magas)kulturális fogyasztás terén jeleskedik
- azok a külföldi megkérdezettek, akik dolgoznak<sup>1</sup>, leginkább az egyéni szabadidőeltöltési tevékenységekből vesznek vissza, ezzel szemben, a hasonló helyzetben levő magyar megkérdezettek, a szociális tevékenységekben jelennek meg átlagosan kisebb arányban;

<sup>1</sup>A nem dolgozók táborát jelen esetben alapvetően a diákok teszik ki.

- az életmóddal összefüggő szabadidős illetve wellness tevékenységeket a magyar és külföldi megkérdezettek közel hasonló arányban végezték, látogatták a különböző szórakozóhelyeket; különbség abban figyelhető meg, hogy a külföldiek sokkal kisebb arányban választották valamely elemre, hogy azt nagyon ritkán vagy soha nem végeznék; a külföldiek csupán a kozmetika és szolárium látogatásban maradnak kissé alul a magyar megkérdezettekhez képest;

## 2. A Sziget-látogatók demográfiai profilja

A Sziget-látogatók átlagéletkora mintegy 24 év (azonban a magyar almintán belüli szórás nagyobb a külföldi almintáéhoz képest). A férfiak átlagéletkor 25 év, a nők átlagéletkora 23-24 év között mozog. A külföldi látogatók körében a férfiak aránya a nagyobb (53%), a magyar látogatók között pedig a nők aránya (54%).

1. táblázat: Nem szerinti eloszlás és nem szerinti átlagéletkor

	Nem szerinti megoszlás		Nemek szerinti átlagéletkor	
	Külföldi almintá (N = 668)	Magyar almintá (N = 638)	Külföldi almintá (N = 668)	Magyar almintá (N = 638)
Férfi	53,3%	45,7%	25,2	24,9
Nő	46,7%	54,3%	23,3	23,8
Teljes almintá	100%	100%	24,3 *	24,3 **

\*Szórás = 5,38; \*\* Szórás= 6,94

Bár a két minta átlagéletkor a nem különbözik, a korcsoportok szerinti bontás alapján megfigyelhetők különbségek: a külföldiek körében kisebb a 20 évnél fiatalabbak és 30 évnél idősebbek aránya, illetve miközben nagyobb a 23-25 évesek aránya. Mindkét mintában a 20-22 éves korosztály teszi ki a legnagyobb arányt, az alminták mintegy 28%-át.

2. táblázat: Nem és korcsoportok szerinti eloszlás, %

	Külföldi almintá (N = 668)			Magyar almintá (N = 638)			A két almintá közötti különbségek
	Fiú	Lány	Együtt	Fiú	Lány	Együtt	
20 évnél fiatalabb	8,7	17,6	<b>12,9</b>	13,7	32,6	<b>24,0</b>	<b>11,1</b>
20-22 éves	23,7	34,0	<b>28,5</b>	31,6	25,1	<b>28,0</b>	<b>-0,5</b>
23-25 éves	28,2	25,0	<b>26,7</b>	20,6	14,7	<b>17,3</b>	<b>-9,4</b>
26-30 éves	27,9	14,7	<b>21,7</b>	20,6	13,3	<b>16,7</b>	<b>-5</b>
30 évesnél idősebb	11,5	8,7	<b>10,2</b>	13,4	14,4	<b>14,0</b>	<b>3,8</b>
Összesen	100	100	<b>100</b>	100	100	<b>100</b>	-

A külföldi résztvevőket körében nemek vonatkozásában az Olaszországból, Franciaországból, Németországból és Belgiumból érkezők esetén nagyobb a férfiak aránya. A Hollandiából, Egyesült Királyságból és Írországból érkezők esetén pedig nagyobb a nők aránya.

A lefiatalabb résztvevők Hollandiából és Franciaországból (23 év), továbbá az Egyesült Királyságból és Írországból (24 év), Olaszországból (25 év) érkeznek. Belgiumból és Németországból érkeznek azok a résztvevők, akiknek átlagéletkora a legmagasabb (25 év),

### 3. táblázat: Nem szerinti eloszlás és átlagos életkor országok szerint, %

Külföldi almintá (N =668)	Férfi	Nő	Összesen	Átlagéletkor
Olaszország	72,9	27,1	100	<b>25,1</b>
Franciaország	70,0	30,0	100	<b>23,5</b>
Németország	64,7	35,3	100	<b>27,0</b>
Belgium	56,5	43,5	100	<b>26,8</b>
Hollandia	47,9	52,1	100	<b>23,2</b>
Egyesült Királyság és Írország	38,3	61,7	100	<b>24,3</b>
Más országok	43,8	56,2	100	<b>24,1</b>
<b>Együtt</b>	<b>53,4</b>	<b>46,6</b>	<b>100</b>	<b>24,3</b>

### 3. Gazdasági-anyagi helyzet

A munkapiaci helyzet a két mintában különböző formában volt megkérdezve. E szerint a külföldi látogatók 53%-a tanul, 27%-a dolgozik és 3%-ra tehető a munkanélküliek száma.

### 4. táblázat: Munkapiaci helyzet – külföldi almintá, %

Tanul	52,7
Dolgozik (termelésben)	6,6
Dolgozik (szellemi munkát)	21,2
Munkanélküli	3,3
Egyéb	16,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

A magyar résztvevők 61%-a folytat tanulmányokat valamilyen formában. Teljes vagy részmunkaidős formában 37% dolgozik. Azok aránya, akik tanulnak is és dolgoznak is 4%.

### 5. táblázat: Munkapiaci helyzet – magyar almintá, %

	Teljes vagy rész-munkaidőben dolgozik	Alkalmi munkákat vállal	Nem dolgozik	Összesen
Tanul	17,6%	16,1	27,3	61,0
Nem tanul	36,6%	0,8	1,6	39,0
<b>Összesen</b>	<b>54,2%</b>	<b>16,9</b>	<b>28,9</b>	<b>100,0</b>

A külföldi résztvevők 85%-a, a magyar résztvevők 72%-a rendelkezik olyan pénzüsszeggel, amellyel önállóan gazdálkodik. A külföldiek átlagosan 16-17 koruktól kezdődően rendelkeznek saját pénzüsszeg felett, a magyar résztvevők inkább csak 18 éves koruktól kezdődően.

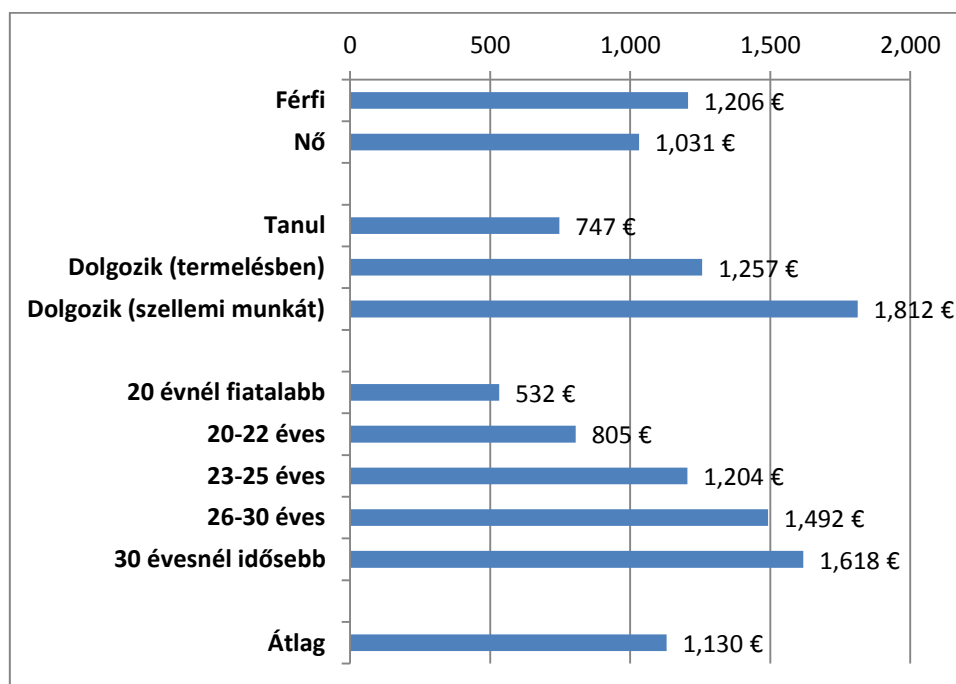
6. táblázat: **Rendelkezik-e olyan pénzüsszeggel, mellyel önállóan gazdálkods?**

	Külföldi alminta (N =430)	Magyar alminta (N = 638)
Igen	85,8	72,0
Nem	14,2	28,0
	100	100
<b>Átlagéletkor</b>	<b>16,41</b>	<b>17,9</b>

### 3.1. – Külföldi alminta

A külföldiek körében az átlagos havi pénzüsszeg, amely fölött önállóan gazdálkodnak 1.100 € körül mozog. A munkapiaci státusz szempontjából a gazdaságilag inaktív tanulmányokat folytatók havi „jövedelme” átlagosan közel 750 € (, akik a minta mintegy 54%-át teszik ki). A dolgozók esetén ez 1.200 – 1.800 €. A férfiak átlagosan ennél valamelyest nagyobb összeggel, kb. 1.200 € felett rendelkeznek, a nők 1.000 € körüli összeggel. Továbbá az átlagos összeg magasabb az idősebbek körében.

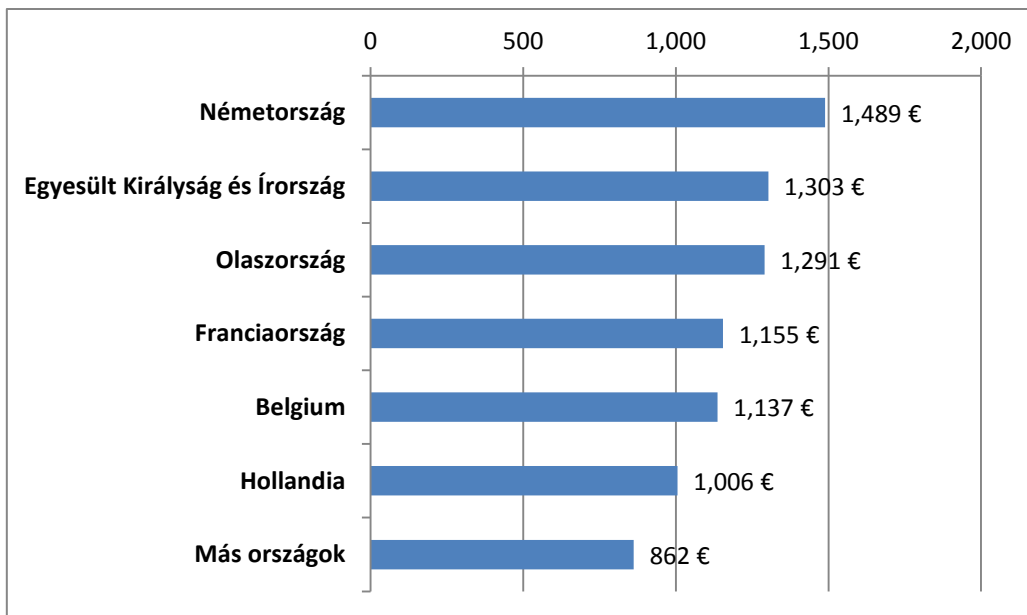
1. ábra: **Átlagos „jövedelem” nem, munkapiaci státusz és életkor szerint**



A legnagyobb összeg felett a Németországból érkezők rendelkezők (~ 1.500 €). Ezután következnek az Egyesült Királyságból és Írországból érkezők (1.300€), majd az olaszországi résztvevők (1.290 €). A francia és belgiumi résztvevők átlagos jövedelme 1140-1160 € között

mozog. A holland résztvevők átlagosan 1.000 € felett rendelkeznek. A más országokból érkezők átlagos jövedelme 1.000 € alatti.

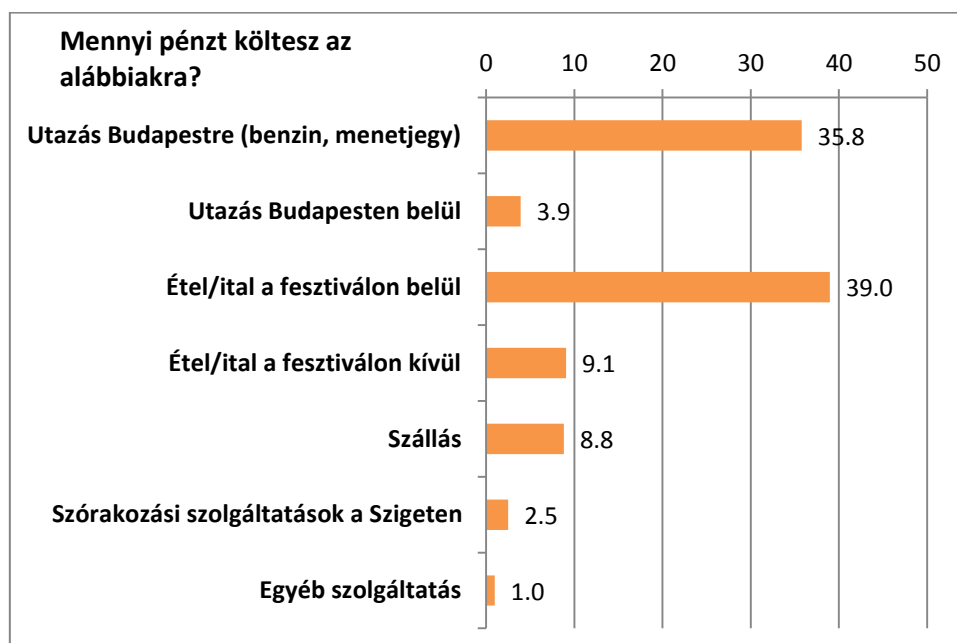
2. ábra: Átlagos „jövedelem” a lakóhely szerint



Az összeg a teljes mintát tekintve nagyrészt (77%-ban) saját jövedelmet jelent. A fiatalabbak, illetve a tanulók körében ez az arány 60%, az idősebbek, a gazdaságilag aktívak körében pedig 90% feletti.

A külföldi résztvevők – felmérés adatai alapján – átlagosan 6 napot töltenek a Szigeten, többségük, 70%-uk 7 napot. Az országba utazással együtt számított összes kiadásuk átlaga 555€. Az útiköltségek a kiadások 40%-ot teszik ki. Ugyanígy, 40% a fesztiválon belüli étel-ital fogyasztás és 9% a fesztiválon kívüli étel-ital fogyasztás. Mindemellett a szállásra a kiadások mintegy 9%-a megy el.

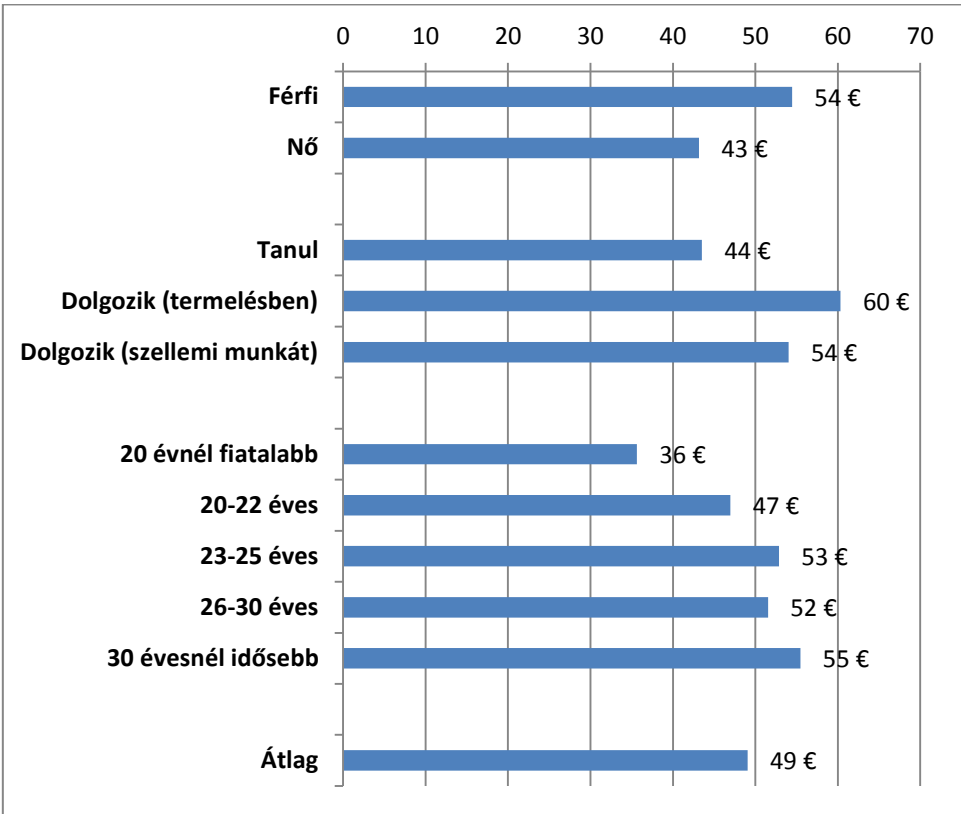
3. ábra: Költségstruktúra a kiadások alapján





Az utazás nélküli kiadások egy napra eső átlagos összege 49€.<sup>2</sup> A férfiak átlagosan 54 €-nak, a nők 43€-nek megfelelő összeget költenek el naponta. Munkapiaci aktivitás szempontjából a szellemi foglalkozásúak az átlaggal egyező összeget költenek naponta, a nem szellemi foglalkozásúak valamelyest többet, mintegy 60€-t költenek. A tanulmányokat folytatók átlag alatti költenek, az ő napi kiadásuk átlagosan 44€. Életkor szempontjából a 20 évnél fiatalabbak költenek a legkevesebbet (36 €/nap). A 20-22 évesek átlagosan 47 €-t, 23-25 év közöttiek, illetve a 26-30 évesek 52-53€-t költenek. A 30 évnél idősebbek átlagos napi kiadás 55 €.

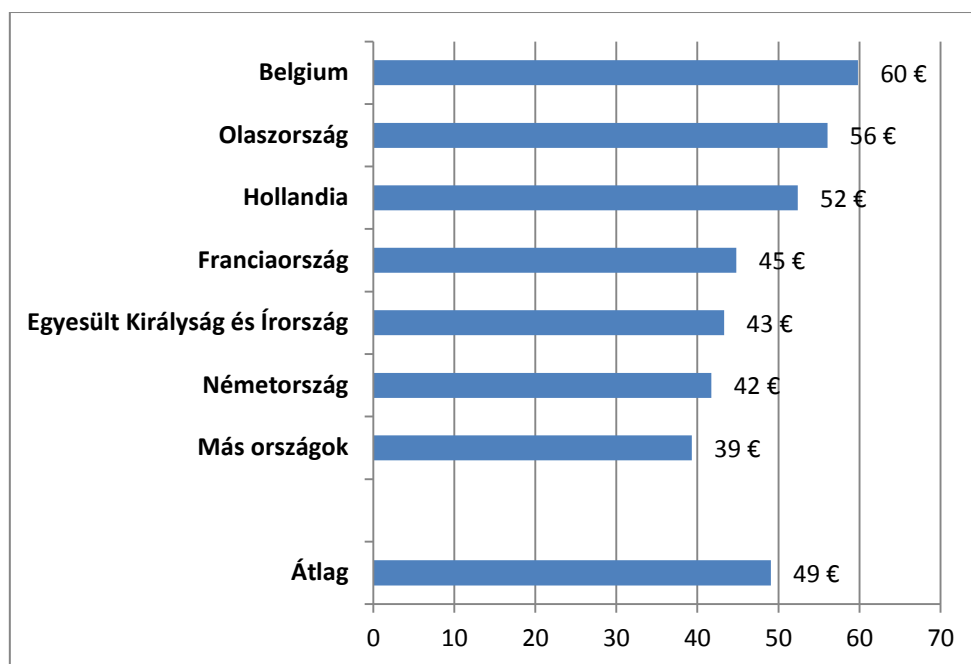
**4. ábra: Egy napra számolt átlagos kiadások nem, életkor munkapiaci státus és lakóhely szerint (az utazási költségek nélkül)**



A lakóhely szerinti Belgiumból, Olaszországból és Hollandiából érkező látogatók átlagon felül költenek. (A Belgiumból érkezők átlagos napi kiadása 60€, az Olaszországból érkezőké 56€, a Hollandiából érkezőké 52€) Az Egyesült Királyságból és Írországból, Németországból, Franciaországból, illetve más országokból érkezők napi 39-45 €-t költenek el a Szigeten.

<sup>2</sup> A külföldi résztvevők egy átlagos este, ha szórakozni mennek. Az átlagos Sziget-kiadások tehát valamivel meghaladják egy átlagos esti kiruccanás költségét.

5. ábra: Napi kiadások a Szigeten lakóhely szerint



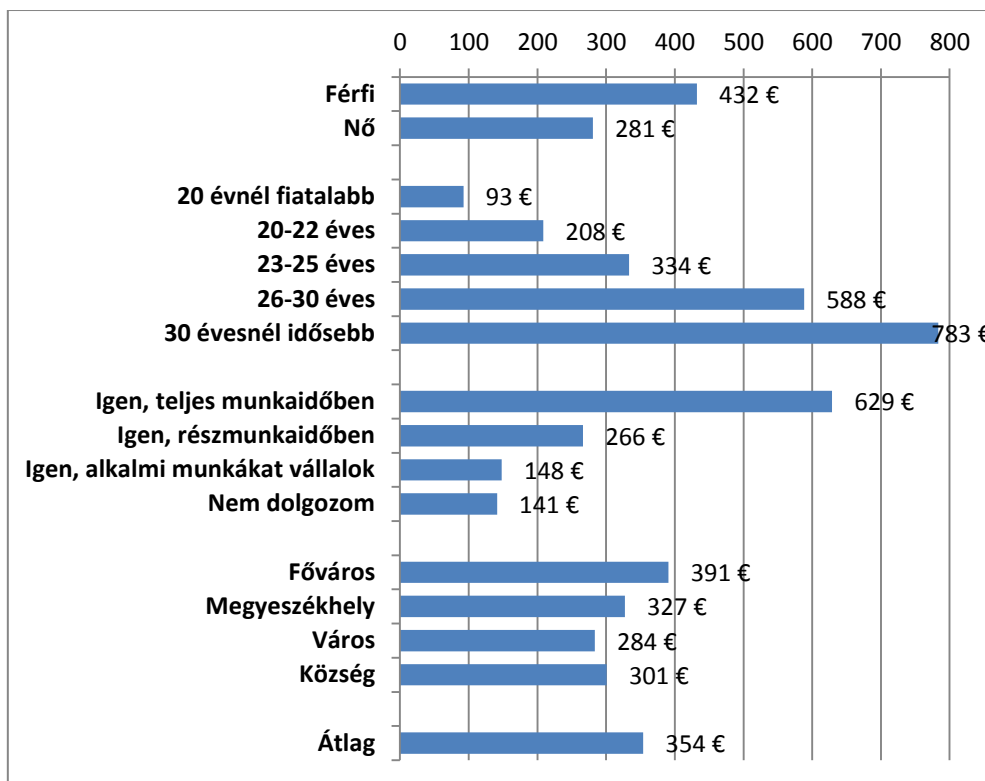
### 3.2. – Magyar alminta

A magyar résztvevők átlagjövedelme 354€. Nem, életkor, munkapiaci státus és lakóhely vonatkozásában egyaránt jelentős eltérések figyelhetők meg. A férfiak a nőkhez viszonyítva lényegesen magasabb jövedelemmel rendelkeznek. Életkor szempontjából a kor előrehaladtával ugrásszerűen nő az átlagos jövedelem is. A 20 évnél fiatalabbak 100€ alatti összege felett rendelkeznek. A 20-25 éves korosztály átlag alatti, átlag közeli jövedelemmel rendelkezik. A 26-30 évesek, illetve az ennél idősebbek az átlagot jelentősen meghaladó havi pénzüsszeggel gazdálkodnak.

A teljes munkaidőben dolgozók közel 630€ összegű jövedelemmel rendelkeznek, a részmunkaidőben dolgozók pedig átlagosan 266 €-nyi összeggel gazdálkodnak. Az alkalmi munkát vállalók, illetve munkapiaci szempontból inaktívak (elsősorban egyetemi hallgatók) havi 140-150€ nagyságú összeg felett rendelkeznek.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> A válaszadók több mint fele (54%) azt vallotta magáról, hogy kényelmesen meg tud élni és meg is tud takarítani, egyharmada meg tud élni, de megtakarítani már nem tud. Közel 9% az átlaghoz képest saját bevallás szerint lényegesen jobb módú és mintegy 3%-ra tehető azok aránya, kik nehezen tudnak megélni.

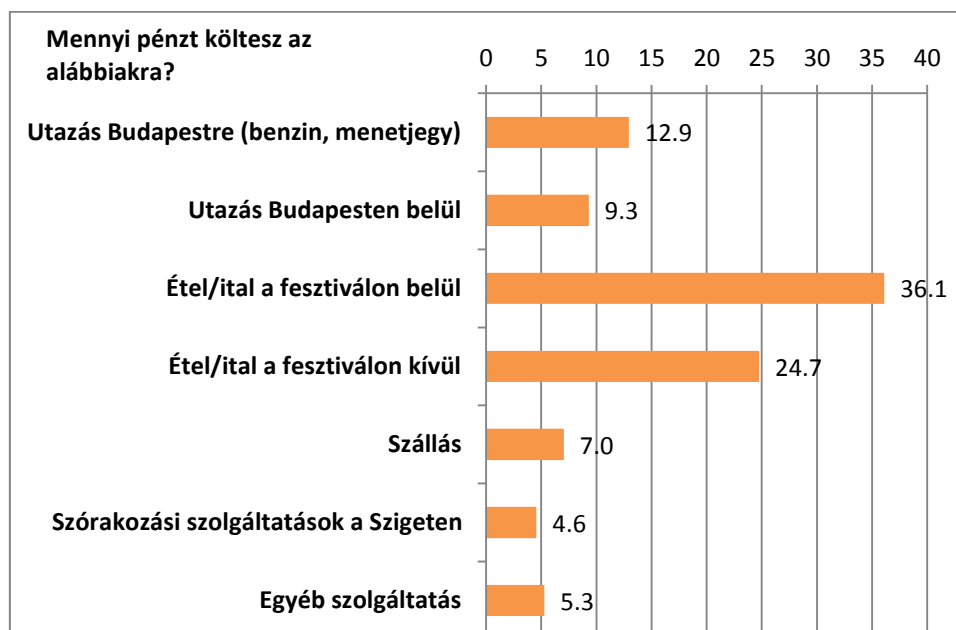
6. ábra: Átlagos „jövedelem” nem, életkor munkapiaci státus és lakóhely szerint



A magyar résztvevők átlagban három napot töltenek a Szigeten. A legtöbb magyar résztvevők (44%) 1 napot tölt a Szigeten. A teljes hétnapos időszakot a látogatók 21%-a tölti a Szigeten, 3-6 napot pedig 19%-uk.

Az elköltött összeg 60%-át az étel-, és italfogyasztás jelenti. Az utazással kapcsolatos kiadások az összes költség 21%-át jelentik. A szállás a kiadások 7%-ot teszi ki. A fennmaradó mintegy 10% különböző szolgáltatások igénybevételekor költődik el. A Szigettel kapcsolatos kiadások útiköltséggel átlagosan együtt mintegy 47€-t jelentenek.

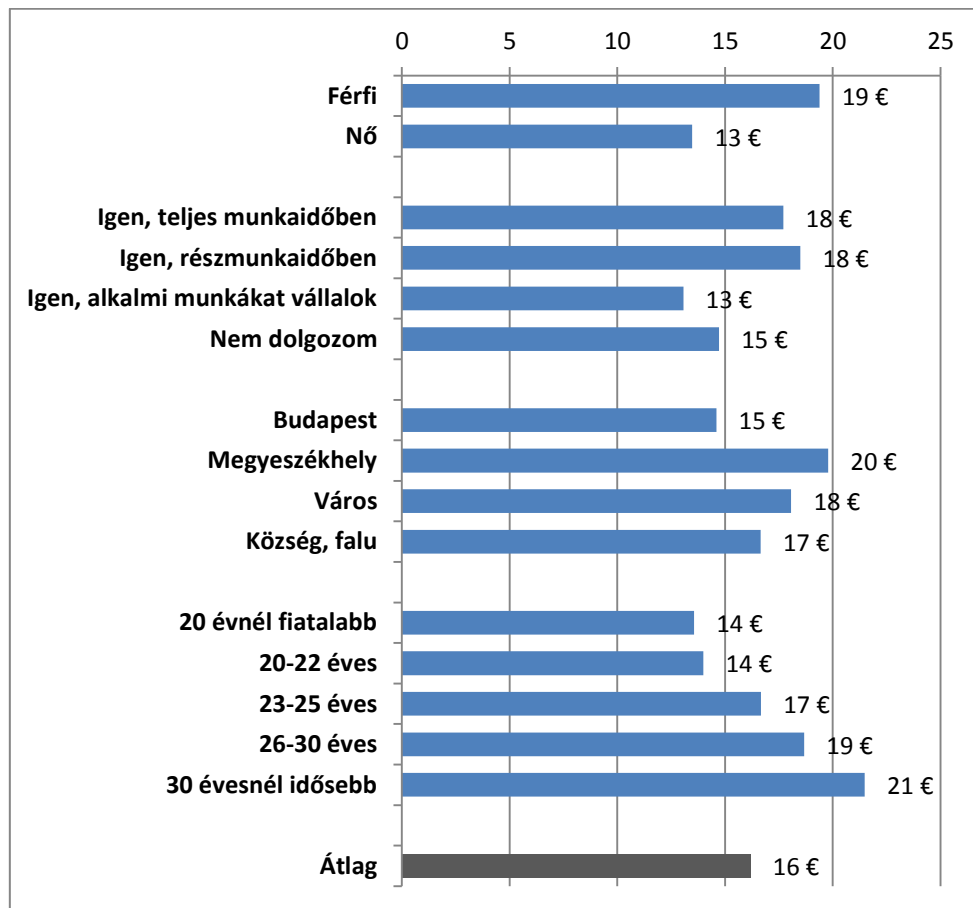
7. ábra: Költségstruktúra a kiadások alapján



A Sziget során különböző kiadásokra (útiköltséget, adott esetben szállást beleértve) napi átlagban 16€-t költenek a magyar résztvevők<sup>4</sup>. A férfiak a nőkhöz képest lényegesen többet költenek (19€ vs. 13€). Munkapiaci szempontból a teljes vagy részmunkaidős állásban keresők napi átlagban 18€-t költenek, az alkalmi munkát végzők, vagy inaktívak (nagyreszt tanulmányokat folytatók) 15€-t. Az egy napra számolható átlagos kiadás és az életkor között erős összefüggés mutatkozik: a 23 évnél fiatalabbak kevéssel az átlag alatt (14€), a 23 évesek és idősebbek átlag felett költenek. Nagy különbségekről ezúttal sem beszélhetünk. A legtöbbet költő 30 év feletti korosztály átlagos napi kiadása 21€.

A lakóhely szerinti településtípus vonatkozásában minimális eltérések mutatkoznak: a legtöbbet a megszékelyről érkezők költenek (20€/nap). A kisebb településekről kisebb településekről (városokból, községekből) érkezők 17-18€ körül költenek. A fővárosiak kiadása 15€.

### 8. ábra: Költségek, kiadások a Szigeten



<sup>4</sup> A magyar résztvevők egy átlagos este, ha szórakozni mennek 20€-t költenek. A Szigeten napi átlagban elköltött összeg tehát egy átlagos esetén elköltött összeghez képest kevesebb.

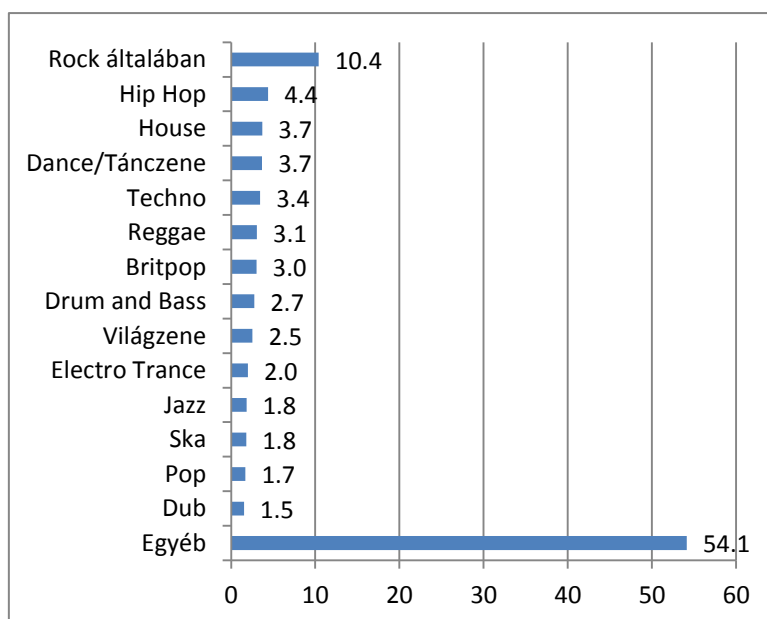
## 4. Zenei stílusok

A megkérdezettek a hozzájuk legközelebb álló három zenei stílust jelölhették meg. A három jelölést összegezve mutatjuk be az alábbiakban a két amintán gyakoriság szerint, valamint életkor szerinti bontásban. Mindkét alminta esetében megfigyelhető, hogy a három kategóriát együtt nézve az általánosan értett rock zene<sup>5</sup> a legnépszerűbb a Szigetlátogatók körében. Ezt követik a különböző elektronikai zenei irányzatok. A világzene és a jazz általában a középmezőnyben található a szűkebb, legkedveltebb zenei stílusokat összegző listán.

### 4.1 – Külföldi alminta

A külföldi látogatók is a rockzenét általában nevezték meg a leginkább kedvelt zenei stílusukként. A mintegy több, mint 60 elemet felsorakoztató zenei stílus-listából a megkérdezettek 10,4 százaléka említette a rock zenét az első három legkedveltebb zenei stílusa között. Ezt követik jelentősen lemaradva a hip hop és house zenei stílusok 4 százalékos körüli jelöléseikkel. A megkérdezett külföldiek 2,54 százaléka hallgat szívesen világzenét és mintegy 1,83 százaléka jazz zenét. A válaszok további 54 százalékát az egyéb kategória alá soroltuk be, hiszen ezen az arányon további 50 elem osztozik, tehát egyikük sem éri már el az 1 százalékos említési arányt.

9. ábra: Legkedveltebb zenei stílusok – külföldi alminta – százalékos megoszlás (N=668)

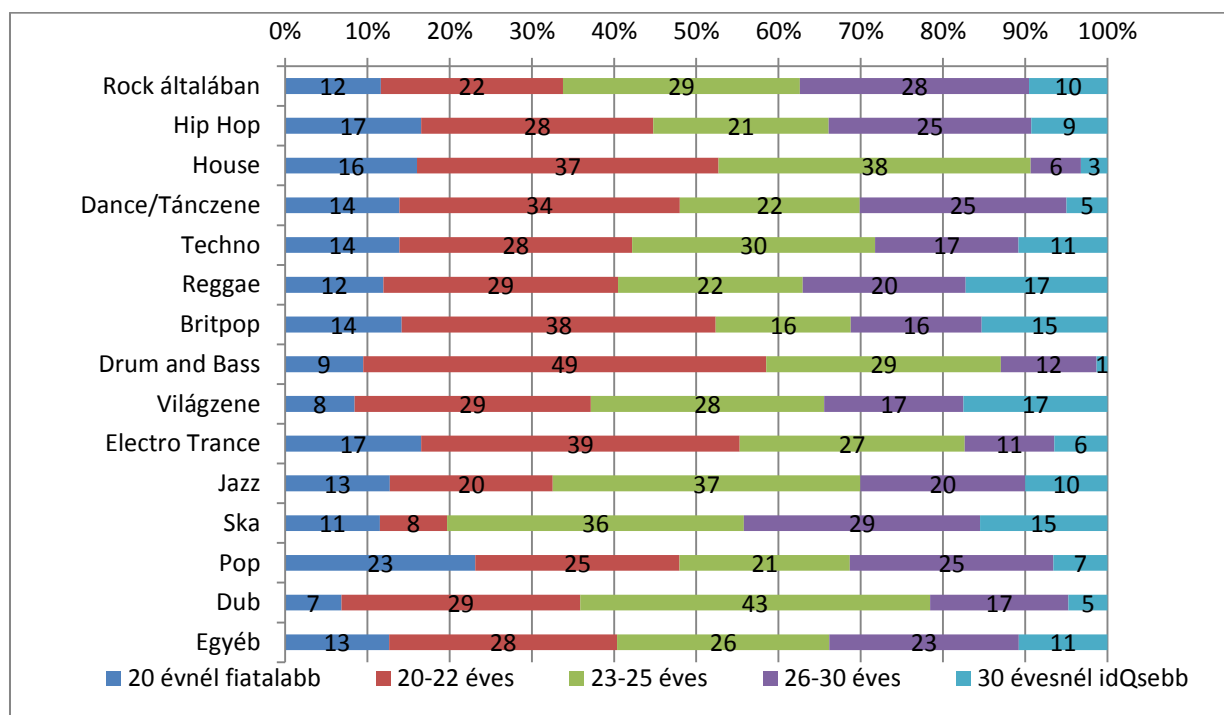


Életkor szerinti bontásban, azonban megfigyelhető, hogy a fent felsorolt zenei stílusokat nem egyforma arányban hallgatják a Sziget-látogatók különböző korcsoportjai. A legkedveltebb,

<sup>5</sup> A zenei stílusok között a rock zene különböző irányzatai mellett egy olyan kategória is szerepelt, mely a rock zenét általában nevezte meg. Ez a kategória bizonyult a legnépszerűbbnek. Zenei stílusok válaszlehetőségek: Acid House, Acid Jazz, Akusztikus, Alternatív, Ambient, Balkán, Black Metál, Blues, Britpop, Chill out, Klasszikus rock, Klasszikus zene, Cyberpunk, Dance, Death metal, Deephouse, Diszkó, Drum and Bass, Dub, Electro Trance, Elektronikus zene, Emo, Folk, Folk rock, Gangsta, Glam rock, Cigányzene, Hardcore techno, Hip Hop, House, Indie, Industrial, Jazz, Jungle, Metál, Opera, Pop, Pop-rock, Progresszív rock, Pszichedelikus rock, Punk new wave, Punk-rock, Punkwave, R&B, Rap, Rap-metál, Rave, Reggae, Rock általában, Szamba, Ska, Soul, Speed metál, Techno, Trance, Trash metál, Trip hop, Underground, Világzene

általános értelemben vett rock zene iránt inkább a Sziget „idősebb” korosztálya érdeklődik a leginkább a 23-25, illetve a 26-30 évesek körében a legnépszerűbb ez a zenei irányzat. A legfiatalabb népesség (20 éven alúiak) a legnagyobb arányban a pop zenét kedvelők között található. Szembetűnő még, hogy drum and bass-t közel 50 százalékban a 20-22 évesek hallgatnak a külföldiek közül. Ez a korcsoport szintén jelentősen nagy arányban figyelhető meg az electro trance, britpop és house zenei stílus kedvelői között, de szintén ők vannak a legnagyobb arányban (28,75%) a világszenét kedvelők között is. Jazz zenét legnagyobb arányban a 23-25 évesek hallgatnak.

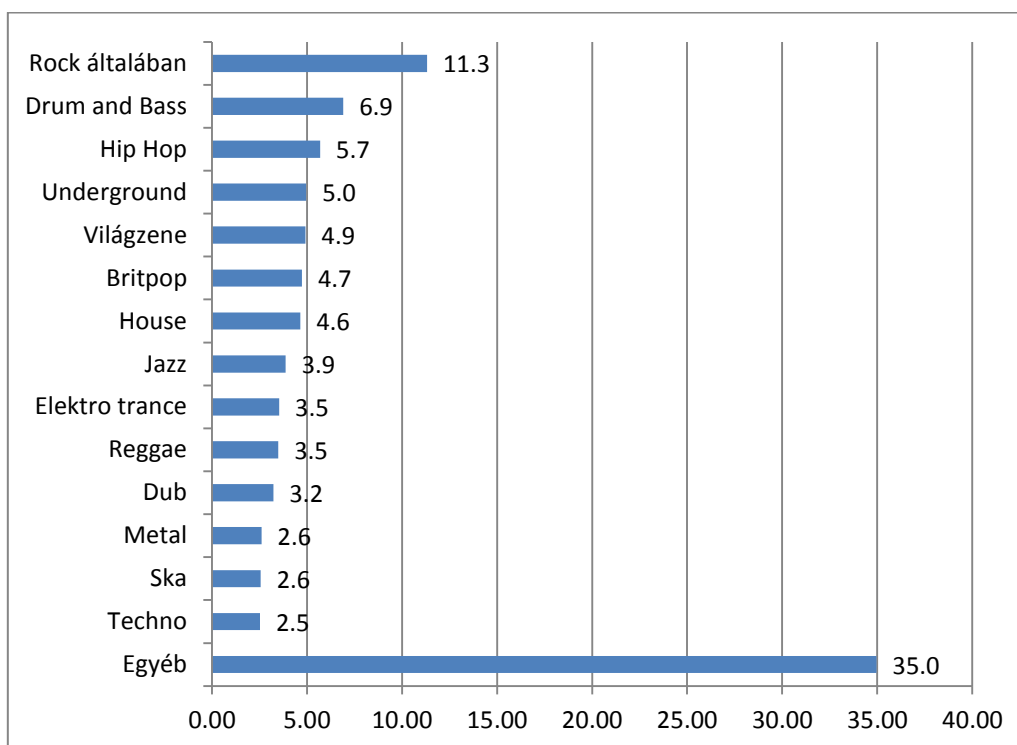
**10. ábra: Legkedveltebb zenei stílusok életkor szerinti bontásban – külföldi alminta – százalékos megoszlás (N=668)**



#### 4.2 – Magyar alminta

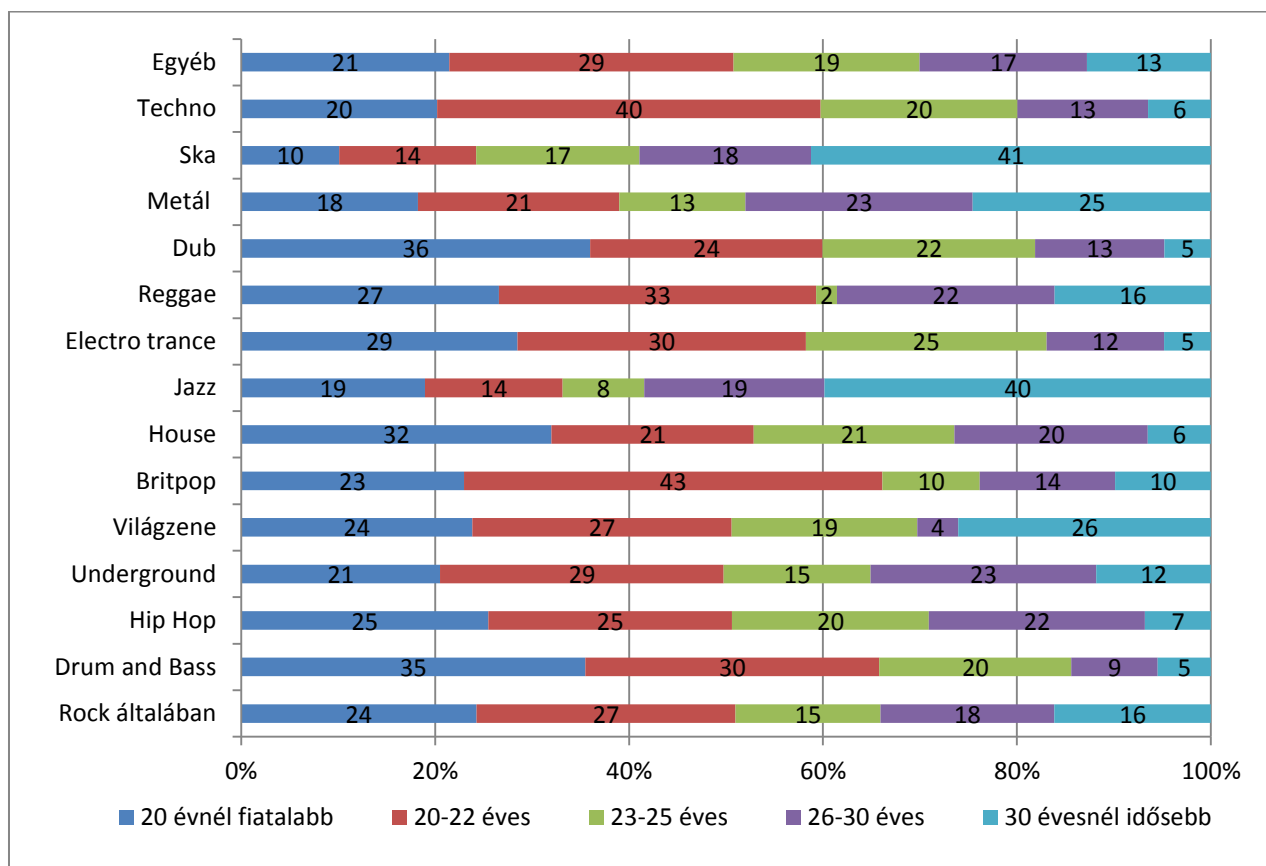
A magyar Sziget-látogatókról is elmondható, hogy ők is a legnagyobb arányban a rock zenét kedvelik, még magasabb arányban, mint a külföldiek (11,38 %). A második helyen a magyar látogatók izlésében a drum and bass következik, melyet a hip hop követ, tehát ez a zenei stílus a magyar megkérdezettek körében is meglehetősen népszerűnek bizonyult. Ami azonban szembetűnő, hogy a magyar Sziget-látogatók szintén előkelő helyen részesítik előnyben az underground zenei stílus(oka)t. Ugyanakkor a jazz zene népszerűsége szintén a középmezőnyre tehető, azonban kissé előkelőbb pozícióba, a nyolcadik helyre került a magyar populáció összesített preferencialistáján. A legnépszerűbb zenei stílusok sorát a magyar almintán szintén egy vegyes stíluscsoport zárja, amelybe a metáltól a ska-n keresztül a technóig található meg a stílusok.

11. ábra: Legkedveltebb zenei stílusok – magyar almintá – százalékos megoszlás (N=638)



A külföldi almintával ellentétben, a magyar almintán az figyelhető meg, hogy inkább a két legfiatalabb korosztály (20 évnél fiatalabbak és 20-22 évesek) jelölte meg a rock zenét általában, mint egyiket a legkedveltebb zenei irányzatai közül. Hasonló a helyzet a metál zene kategóriájában is. Ugyanakkor, az olyan elektronikus zenei irányzatok, mint a drum and bass, electro trance és a dub, rajongói táborában is a legfiatalabbak vannak felülreprezentálva. Világzenét is inkább a legfiatalabb korcsoportok képviselői hallgatnak. A magyar megkérdezettek körében, azonban, jazz zenét legnagyobb arányban a „legidősebb”, 30 év feletti korosztály hallgat legszívesebben.

12. ábra: Legkedveltebb zenei stílusok korosztály szerinti bontásban – magyar alminta – százalékos megoszlás (N=638)



## 5. Kulturális fogyasztás

A Szigetre látogatók kulturális fogyasztását vizsgálva a két almintán 3-3 faktor különíthető el, melyek, bár tartalmukat tekintve, hasonlítanak egymásra, nem teljesen azonosak a magyar és a külföldi almintán.

### 5.1 – Külföldi alminta

A külföldi almintán a három kialakult klaszter a következők szerint áll össze: az első faktor – „Kvázi kulturális” fogyasztás – meglehetősen tágan értelmezett kulturális fogyasztásra jellemző elemeket tartalmaz, hisz ehhez a faktorhoz tartozik a magas kultúra gyakorlása (színház- hangverseny látogatás), a könyvtárlátogatás és művészi tevékenykedés valamint, művészettel kapcsolatos szabadidős tevékenységek (zenélni, festeni, rajzolni, tánccházba járni), valamint a Facebookon való aktív jelenlét is. A második faktor – Egyéni szabadidőeltöltés – a kulturális fogyasztás és szabadidő eltöltés olyan egyéni gyakorlásra lehetőséget biztosító elemeit tartalmazza, mint a sportolás, olvasás, zenehallgatás és számítógépezés. A harmadik faktor ezzel szemben – Szociális tevékenységek- a szociális tevékenységeket tömöríti, mint az online és offline baráti viszonyok fenntartása, de a tévézés ide ebbe a kategóriába sorolódott.



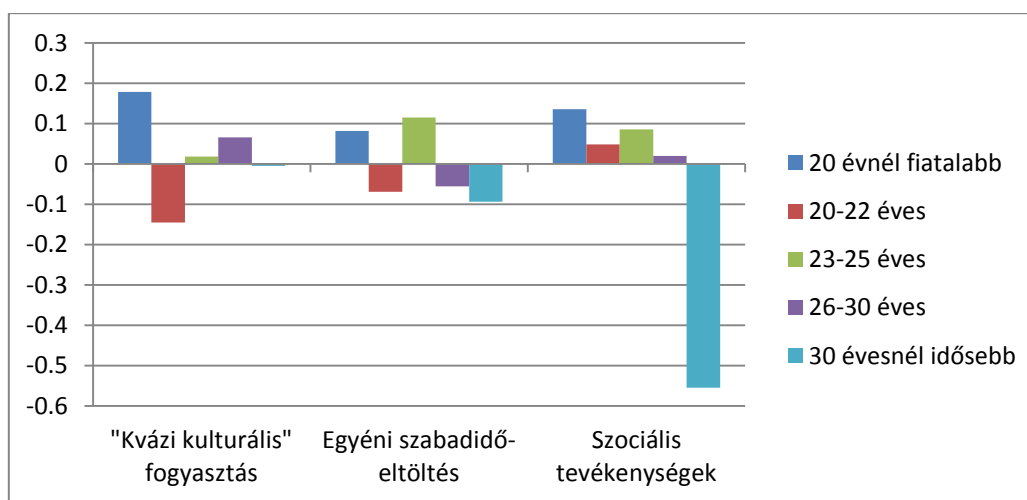
7. táblázat: A kulturális fogyasztás faktorelemzése – külföldi alminta (N=477)

(Milyen gyakran szokott...)	„Kvázi kulturális” fogyasztás	Egyéni szabadidőeltöltés	Szociális tevékenységek
Tévét nézni	0.192	0.278	0.419
Online chat-elni, internetezni	0.108	0.434	0.542
Barátokkal együtt lógni, beszélgetni	0.08	0.143	0.955
Írni (saját blogot vagy verset, prózát)	0.41	0.449	0.113
Könyvet olvasni	0.274	0.425	0.216
Sportolni, kocogni	0.254	0.485	0.157
Zenét hallgatni	0.174	0.539	0.274
Számítógépezni	0.166	0.331	0.083
Kirándulni a természetbe	0.803	0.205	0.098
Könyvtárba járni	0.767	0.194	0.059
Zenélni/festeni/rajzolni	0.73	0.149	0.076
Facebookon lógni, post-olni	0.728	0.315	0.113
Színházba járni	0.683	0.374	0.217
Hangversenyre, operába járni	0.617	0.408	0.114
Táncházba járni	0.526	0.321	0.212
Művészfilmeket nézni	0.451	0.187	0.148

Faktor: maximum likelihood, rotálás: varimax, összesen magyarázott variancia: 48%

A kulturális fogyasztás faktorelrendeződését a megkérdezettek életkorával és munkaerőpiaci státuszával összevetve az figyelhető meg, hogy a fiatal korosztályra leginkább a „kvázi kulturális fogyasztás” jellemző, ezt követik a szociális tevékenységek és végül, de a többi korosztályhoz viszonyítva, még mindig relatíve magasan, az egyéni szabadidő-eltöltés tevékenységei helyezkednek el. Megfigyelhető, hogy a „legidősebb” korosztályra legkevésbé jellemzőek az olyan szociális tevékenységek, mint az online chatelés, a barátokkal lógás vagy tévézés, tevékenységek, melyek a harmadik faktoron helyezkednek el.

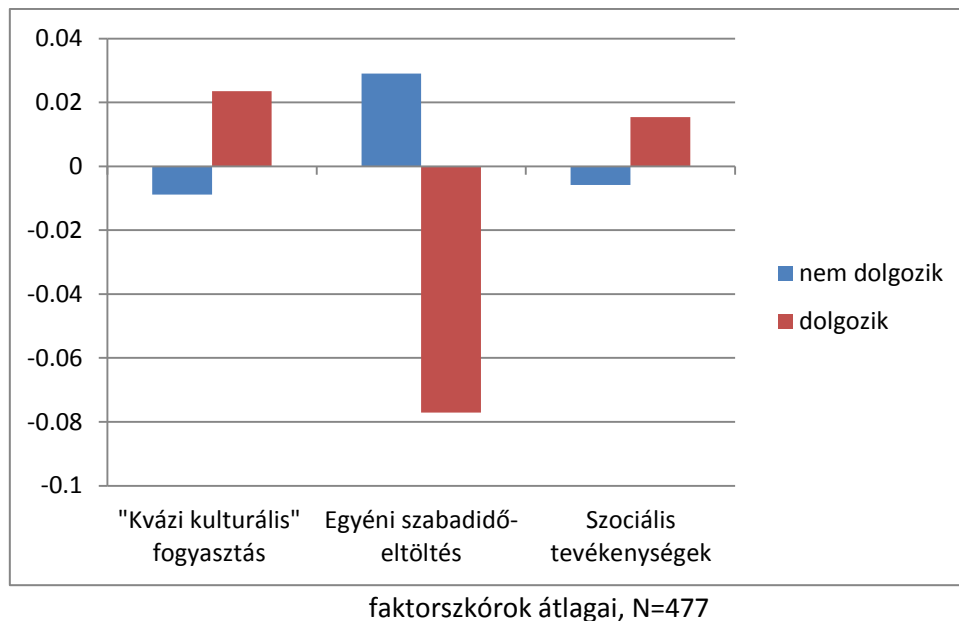
13. ábra: A kulturális fogyasztás faktorelrendeződése életkor-csoportok szerint – külföldi alminta



átlagok összehasonlítása, N=477

A megkérdezettek munkaerő-piaci státusa szerint, a leginkább szembeűnő, hogy azok a megkérdezettek, akik dolgoznak átlagosan sokkal kisebb mértékben folytatnak egyéni szabadidőeltöltésre irányuló tevékenységeket. Akik nem dolgoznak – leginkább diákok kerülnek ebbe a csoportba – mutatkoznak a legaktívabbnak ezt a tevékenység-csoportot illetően. A dolgozó külföldiekre leginkább a „kvázi” kulturális tevékenységek a legjellemzőbbek.

14. ábra: A kulturális fogyasztás faktorelrendeződése életkor-csoportok szerint – külföldi alminta



## 5.2 – Magyar alminta

A magyar almintán a kulturális fogyasztást körülíró itemek szintén három faktorba rendeződnek. Hasonlóképpen a külföldi almintához, itt is elkülöníthetünk egyéni szabadidőeltöltésre jellemző tevékenységeket és szociális tevékenységeket. Az első faktoron – *Egyéni szabadidőeltöltés* – azonban, a sportolás, és a különböző önképző tevékenységek mellett a könyvtárlátogatás és kirándulás is helyet kapnak. A második faktor - *Szociális tevékenységek* – esetében, a barátokkal való online és offline szocializálódás mellett, például a zenehallgatást is tartalmazza, lehetségesen arra utalva, hogy a magyar megkérdezettek szociális(abb) tevékenységként gondolnak a zenehallgatásra. A harmadik faktorra – „*Magas kúltúra*” fogyasztása – csupán a színházba járás és a hangverseny- opera-látogatás marad, a magyar megkérdezettek körében, tehát élesen elkülönül, egy, a magas kúltúrára irányuló fogyasztási minta.

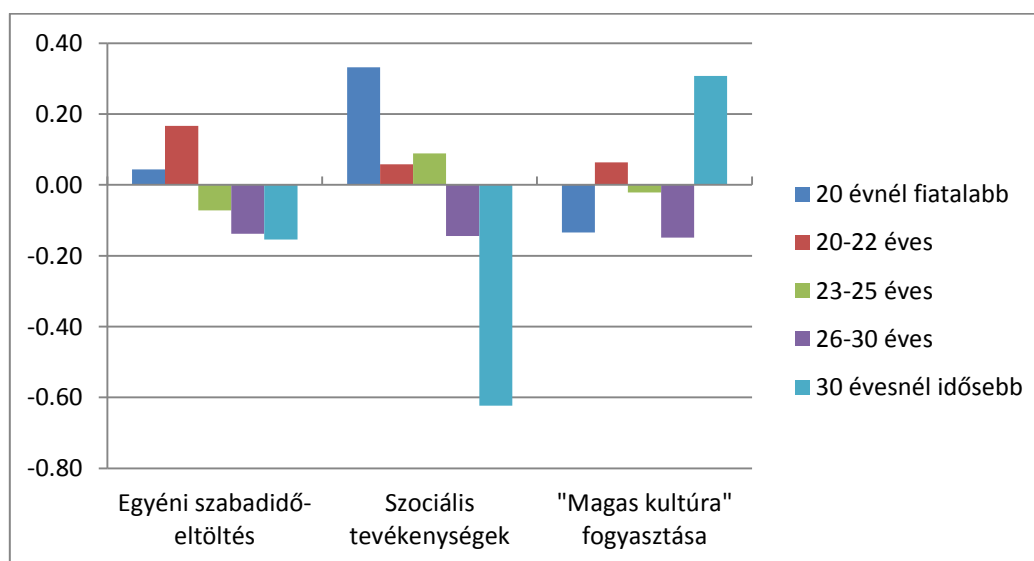
8. táblázat: A kulturális fogyasztás faktorelemzése – magyar alminta (N=637)

Milyen gyakran szoktál	Egyéni szabadidő-eltöltés	Szociális tevékenységek	„Magas kultúra” fogyasztása
Könyvtárba járni	0.68	0.17	0.17
Művészfilmeket nézni	0.67	0.06	0.17
Kirándulni a természetbe	0.66	0.04	0.13
Könyvet olvasni	0.58	0.10	0.08
Táncházba járni	0.56	-0.06	0.46
Zenélni/festeni/rajzolni	0.55	0.20	0.10
Írni (saját blogot vagy verset, prózát)	0.48	0.17	0.31
Sportolni, kocogni	0.39	0.22	0.08
Színházba járni	0.53	0.14	0.54
Hangversenyre, operába járni	0.47	0.04	0.88
Barátokkal együtt lógni, beszélgetni	0.26	0.44	0.06
Zenét hallgatni	0.16	0.54	-0.04
Számítógépezni	0.13	0.68	0.03
Facebookon lógni, post-olni	0.08	0.59	0.05
Online chat-elni, internetezni	0.02	0.73	0.01
Tévét nézni	0.01	0.26	0.18

Faktor: maximum likelihood, rotálás: varimax, összesen magyarázott variancia: 43%

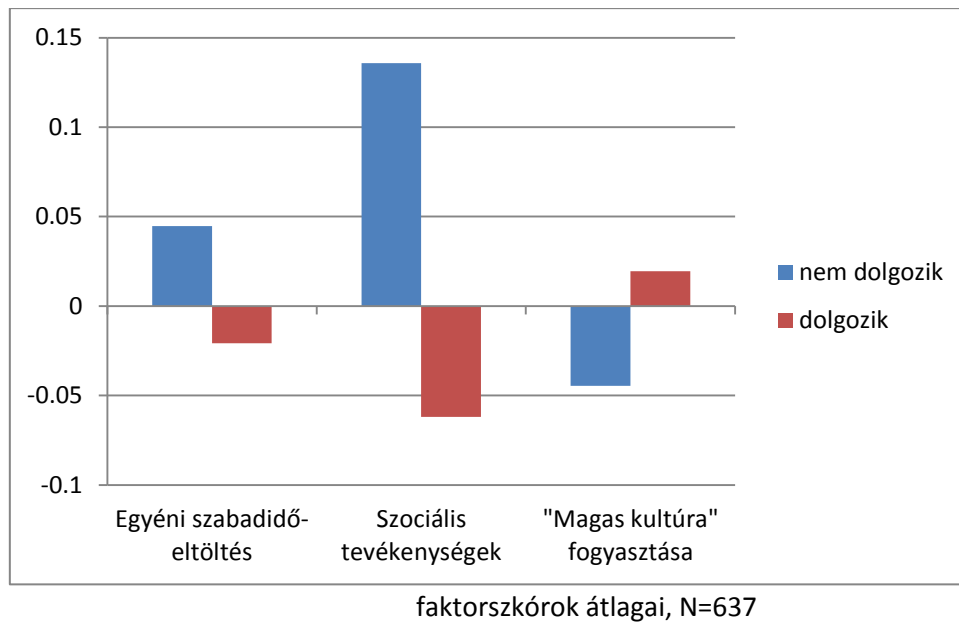
Életkor szerinti bontásban megfigyelhető, hogy a „legidősebb” korosztály a szociális tevékenységek gyakorlásában marad el átlagosan a többi korosztályhoz képest. Ez a korosztály, azonban átlagosan „jobban teljesít” a magaskultúra fogyasztása terén. A legfiatalabb korosztály a leginkább aktív a szociális tevékenységek gyakorlásában. Az egyéni szabadidőeltöltés elemei leginkább a 20-22 évesekre jellemzőek.

15. ábra: A kulturális fogyasztás faktorelrendeződése életkor-csoportok szerint – magyar alminta



Korcsoport szerinti bontásban az inaktívakra, akik jelen esetben legnagyobb részt a diákok, a leginkább jellemző a szociális tevékenységekkel összefüggő kulturális és szabadidős fogyasztás. A nem dolgozók átlagosan viszonylag magas arányban jelennek meg az egyéni szabadidő-eltöltést jelentő tevékenységet előnyben részesítői között is. A dolgozó alpopuláció legnagyobb arányban a magas kultúrát fogyasztók között jelenik meg. Ezeknek az összefüggéseknek az erősítésében az kor változó is segíthet.

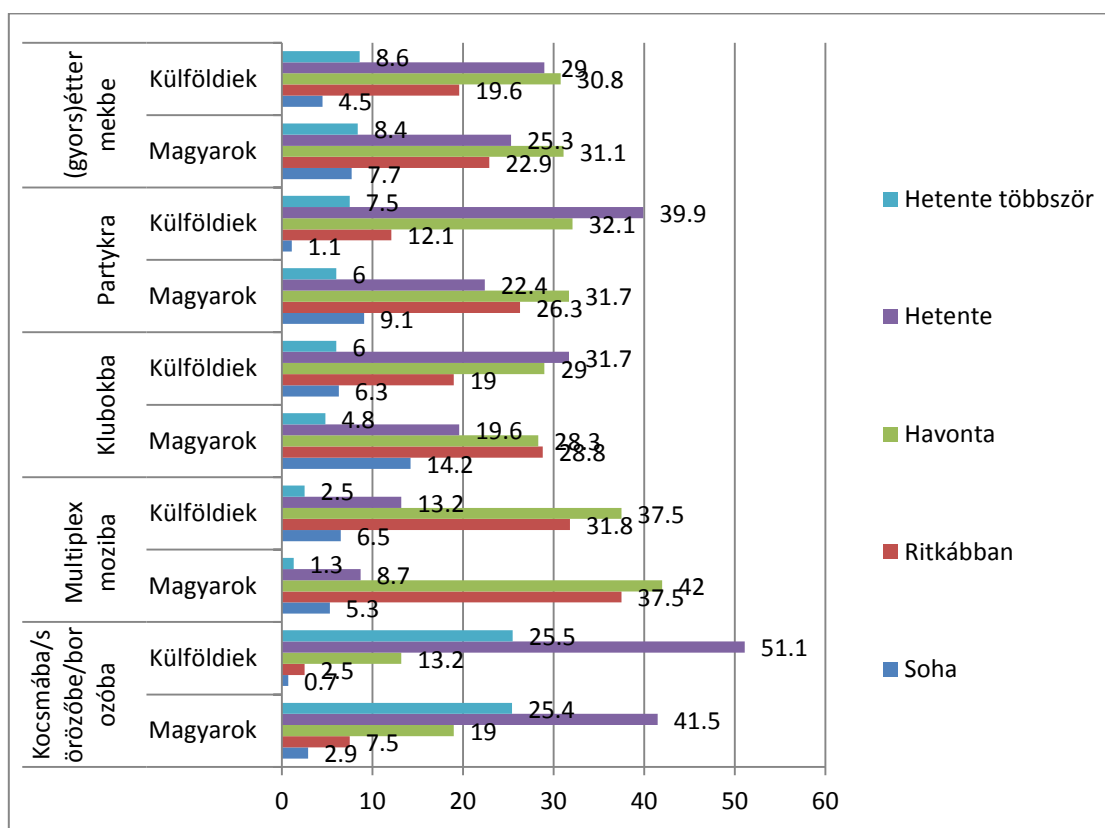
16. ábra: A kulturális fogyasztás faktorelrendeződése életkor-csoportok szerint – magyar alminta



## 6. Életmód

Az életmóddal kapcsolatos fogyasztás tekintetében nem figyelhetünk meg jelentős különbséget a magyar és a külföldi almintákon. Hasonló arányban vannak a két almintán azok akik hetente többször illetve hetente járnak a felsorolt szabadidős tevékenységet jelentő helyszínekre, azt is mondhatnánk, hogy a külföldieknek és a magyaroknak hasonló életmódjuk van. Az egyetlen szembetűnő különbség, hogy a külföldi megkérdezettek között kevesebben vannak, akik valamely tevékenységet nagyon ritkán, vagy egyáltalán nem úzik. Egyetlen wellness tevékenységet végeznek kisebb arányban a külföldi Sziget-látogatók és ez a kozmetikus látogatása.

17. ábra: Életmóddal összefüggő szabadidős tevékenységek végzésének gyakorisága – magya és külföldi alminták szerinti bontásban – összehasonlítás, százalékos megoszlások (N=1306)



18. ábra: Életmóddal összefüggő wellness tevékenységek végzésének gyakorisága – magya és külföldi alminták szerinti bontásban – összehasonlítás, százalékos megoszlások (N=1306)

