HUNYADI ZSUZSANNA

NÉHÁNY SZÓ A „KULTÚRA 2003" CÍMŰ KUTATÁSRÓL

A Magyar Művelődési Intézet 2004-ben új szervezeti struktúrát alakított ki, melynek része a Kutatási Igazgatóság létrehozása volt. Az igazgatóság munkatársai részt vesznek abban a kutatásban, melynek célja egyrészt napjaink kulturálódási, művelődési szokásainak leírása, másrészt a 90-es évek közepe óta bekövetkezett változások feltárása volt. A következőkben röviden ismertetett vizsgálat a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztérium megbízásából egy 3400 főre kiterjedő, reprezentatív mintán végzett kérdőíves adatfelvételen alapul. A vizsgálatra a Vitányi Iván és Hidy Péter által vezetett, az *„Életmód, kultúra és Európai integráció"* nevet viselő kutatás sorozat keretében került sor.

A kutatás során a kultúra, a művelődés fogalmát szűk értelemben használtuk. Elsősorban azon tevékenységeket elemeztük, melynek során valamilyen a magas- vagy a tömegkultúrához sorolható művészeti alkotás befogadása történik. E szűkített fogalomhasználat mögött kettős értelemben is pragmatikus megfontolás húzódik meg, egyrészt elsősorban azon kultúra közvetítő intézmények vizsgálatára szorítkoztunk, melyek működtetése a NKÖM alá tartozik. A másik pragmatikus ok a vizsgálat kvantitatív jellegéből következik. Kérdőíves technikával elsősorban olyan információk összegyűjtése lehetséges, melyek könnyen számszerűsíthetők. Bármennyire is érdekes, kívánatos és tanulságos lenne olyan információk megszerzése – még továbbra is a kultúra szűk, művészetbefogadó értelmezésénél maradva – melyek arra irányulnak, hogy a különböző művek milyen értékeket közvetítenek, milyen színvonalúak, sőt hatnak-e és milyen módon a befogadókra, egy nagymintán, standard kérdőívvel végzett felmérés ezen kérdések megválaszolását nem teszi lehetővé. Annak feltárása sem lehetséges evvel a technikával, hogy a kultúra fogalmának tágabb értelmezéséből adódó kérdés felvetéseket megválaszoljuk: nem kapható válasz, pl. a kultúra mint szimbólumrendszer feltárására, mert evvel a módszerrel nem tudjuk elemezni a kultúra fontos részét képező nyelv, kommunikáció, vagy az embereket körülvevő tárgykultúra szimbolikus jelentés tartalmait. A kultúra egészen szélsőséges, mindent magába foglaló definíciói – melyek szerint minden kultúra, amit az emberek tesznek, vagy, hogy a kultúra azon eljárások összessége, amelyek elviselhetővé teszik az életet – az empirikus vizsgálatok számára verifikálhatatlanok.

Bár az eddigiekből következik, mégis szeretném külön hangsúlyozni, hogy e kutatásnak nem volt célja a kultúra olyan értelmezésének tesztelése, mely szerint a kultúra célja vagy fő feladata az emberek azon képességeinek fejlesztése, mely alkalmassá teszi őket a társadalmi integrációra. Természetesen igen fontos, hogy legyenek olyan kutatások amelyek feltárják ezen képességek meglétét vagy hiányát, de e vizsgálat közvetlenül nem a társadalmi kirekesztettség vagy integráltság mértékének regisztrálása céljából született. Más kérdés, hogy közvetett módon erre vonatkozóan is tud ismereteket adni, hiszen azon embercsoportok egyébként óriási tömege, akik nem vesznek részt a szűken értelmezett kulturális tevékenységek egyikében sem, valószínűleg az élet más területein sem jeleskednek nagy jártasságban, feltehetően hiányt szenvednek mind a kapcsolatteremtés, mind az érdekérvényesítés, a tudás, a tanulás, mind az értés és a kommunikációs képességek terén is, mely képességek pedig elengedhetetlenül szükségesek a társadalom bármely szegmensében való aktív részvételhez.

De ahelyett, hogy hosszasan sorolnánk tovább, hogy mi mindent nem tudtunk, akartunk mérni, azt ismertetjük röviden, hogy mely témaköröket vizsgáltuk meg.

A kulturálódási tevékenységek, intézmények többféleképpen tipizálhatóak, csoportosíthatóak. Az utóbbi 10-15 év egyik legfontosabb fejleménye az volt, hogy a háztartások szórakoztató elektronikai eszköz ellátottsága rendkívül gyors mértékben nőtt. A videolejátszók, a hi-fi tornyok elterjedése után a cd és a dvd lejátszók hódítanak, lehetővé téve az otthoni kényelmes, nyugalmas és – a kimozdulás járulékos anyagi és időbeli ráfordításait (utazás, készülődés, plusz fogyasztás, stb.) is számbavéve – sokszor olcsóbb szórakozási, művelődési lehetőséget. Az otthon tehát a házon kívüli művelődési lehetőségek komoly konkurenciájává nőtte ki magát, ezért a kulturális fogyasztást is érdemes e szempont szerint (is) elemezni. Az otthon végezhető szórakozási, művelődési tevékenységek közül

– a könyv illetve újságolvasást,
– az internetezést,
– a zenehallgatást, valamint
– a rádióhallgatásra és a tévénézésre fordított időt vettük számba.

Az otthonon kívüli kulturális intézmények illetve programok közül

– a színházak,
– a múzeumok, kiállítások,
– a komolyzene hangversenyek,
– a könnyűzenei koncertek,
– a mozik,
– a művelődési házak,
– a helyi és országos fesztiválok,
– a könyvesboltok,
– a könyvtárak

látogatottságát, a látogatások gyakoriságát mértük. Néhány esetben a különböző műfajok kedveltségét is feltérképeztük, így van információnk arról, hogy az emberek mely színházi műfajokat, milyen fajta kiállításokat, fesztiválokat vagy a művelődési házak esetében, milyen fajta programokat szeretnek, illetve szoktak látogatni.

A kultúrára, művelődésre a szabadidőnk terhére tudunk időt szakítani, amit azonban még számos más tevékenység is lefoglalhat. Ilyen értelemben a szabadidőért folyó harcban a művelődés, a kultúra „vetélytársai" a sport, a mozgás, a séta, a kirándulás csakúgy, mint a ház körüli kötelességből vagy hobbiból végzett tevékenységek, mint a kertészkedés, állatokkal való foglalkozás, a ház, a lakás csinosítása, barkácsolás, autószerelés. Vagy, mint ahogy e kutatásból kiderült, a legkedvesebb időtöltések a családdal és a barátokkal való találkozások, közös együttlétek. Vizsgáltuk tehát azt is, hogy a művelődéssel, kulturálódással konkurens tevékenységek az otthoni illetve a házon kívüli kultúrafogyasztással együtt milyen módon szerveződnek életmóddá vagy szabadidő eltöltési típusokká.

A felsoroltakon kívül még olyan témákat is érintett a kérdőív, mely segít értelmezni a különböző tevékenységek relatív fontosságát. Mérhetjük e fontosságot pénzben és közelíthetünk

az ideák, az értékek világa felől is. Az előző esetben azt vizsgáltuk, hogy milyen az otthoni, az otthonon kívüli kulturálódási lehetőségek illetve a nem kifejezetten kulturálódást szolgáló tevékenységekre fordított pénzösszegek megoszlása a családok szórakozásra fordított kiadásain belül. Az ideák világát pedig úgy mértük, hogy érdeklődtünk néhány általunk fontosnak tartott érték megítéléséről csakúgy, mint az emberek néhány önmagukra vonatkozó értékítéletéről.

A vizsgálat eredményei a „*Találkozások a kultúrával*" sorozatcím alatt, összesen hat kötetben jelennek meg:

1. A művelődési házak közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban
2. A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban
3. A budapestiek kulturálódási szokásai
4. Olvasási szokások, papír vagy képernyő? (munkacím)
5. A hagyományos és a tömegkultúra intézményeinek közönsége (A színházak, a komoly és könnyűzenei hangversenyek, a múzeumok, kiállítások és a mozik közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban – munka cím.)
6. Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások 2003-ban, összefoglaló (munkacím)

A hat füzetből négy már elkészült, de a további kettő is hamarosan hozzáférhetővé válik.

A következőkben az eddig elkészült elemzések főbb megállapításaiból álljon itt néhány:

– 1996 óta, bár nem mindenütt szignifikáns mértékben, de valamelyest nőtt a különféle kulturális intézményeket látogatók aránya, azaz ma többen járnak színházba, múzeumokba, könyvtárakba, könyvesboltba, moziba, könnyűzenei koncertekre, művelődési házakba, mint 1996-ban. A komolyzenei hangversenyek látogatottsága a legkisebb mértékben sem emelkedett, ezen a területen stagnálást regisztráltunk.

– Az 1996 óta eltelt hét évben vidéken általában kisebb mértékű volt a különféle kulturális tevékenységekben résztvevők arányának növekedése, mint a fővárosban, ezért nem csökkent jelentősen a Budapest és vidék között fennálló kulturális egyenlőtlenség. Volt olyan terület – a színház, a komolyzene és mozi – ahol szélesebbre nyílt, és volt – elsősorban a könnyűzene és a múzeumok – ahol valamelyest szűkült a rés. De a vidékiek körében 2003-ban sem a színház-, sem a mozi-, sem a múzeumok, sem a komolyzenei hangversenyek látogatóinak aránya nem éri el a budapestiek körében 1996-ban mért látogatói arányokat.

– A jellegzetesen és funkcionálisan a vidék számára kulturálódási, művelődési lehetőségeket nyújtó művelődési házak nem tudták a lemaradást kompenzálni, azaz nem mondhatjuk azt, hogy vidéken a művelődési házak közönsége nagyobb mértékben nőtt volna.

– Legnagyobb közeledés a vidék és fővárosa között a könnyűzenei koncertek látogatásában történt, de ez közel sem jelenti azt, hogy napjainkra már a vidéken élők között ugyanolyan arányú lenne a könnyűzenei koncertekre látogatók aránya, mint a budapestiek körében.

– A budapestiek két legkedvesebb időtöltése a családi és a baráti programok. A kultúrához kötlető tevékenységek közül a könyvolvasás vezet, az „eljárós" programok közül pedig a mozi a legkedveltebb. A vidékiek preferencia sorrendjében is a családi és baráti programok állnak az első két helyen, de utána jelentősen különbözik a budapestiekétől. Harmadik helyezett nem a könyvolvasás, hanem a tévénézés, és a kulturális tevékenységek mindegyikét 15-20 százalékponttal kevesebben jelölték kedvencként, mint a budapestiek.

– Mindenféle kulturális tevékenységben a fiatalok vesznek részt a legnagyobb arányban, ez részben az iskola befolyása miatt van így. 18 éves kor felett, az iskolákból kikerülve csökken a kulturális aktivitás.

– A kulturális intézmények közül legnagyobb közönsége a művelődési házaknak van, a lakosság több mint fele legalább egyszer megfordul egy év során valamelyik művelődési házban. A művelődési házak közönsége a legheterogénebb és ez az egyedüli kultúraközvetítő intézmény típus, melyet a vidékiek nagyobb arányban látogatnak, mint a fővárosiak. A művelődési házak látogatóinak összetétele az alacsonyabb társadalmi státuszú rétegek felé tolódott: a nők, a 8 általános végzettségűek, az 50 év felettiek és legerősebben, a községekben élők aránya növekedett 1996 óta. Csökkent a fiatalok látogatási hajlandósága.

– A művelődési házak közönsége is rétegződik. A művelődési házak sokféle – kulturális, információ-átadó, szórakoztató és közösségteremtő-szervező – funkcióját megvalósító programjait a különböző társadalmi csoportok eltérő mértékben veszik igénybe. A kulturális programok a nők, a képzettebb csoportok, a 40 év alattiak, valamint a városi lakosok körében a leglátogatottabbak, a különböző tanfolyamok, klubok, művészeti csoportok tevékenységébe a diplomások és az iskoláskorúak kapcsolódnak be az átlagosnál nagyobb arányban, a mulatságokat, a zenés-táncos szórakozási alkalmakat csakúgy, mint az olcsó vásárlási lehetőségeket az iskolázatlanabb rétegek látogatják az átlagosnál jobban.

– A sokféle országos szintű és helyi fesztivál közül a helyi fesztiválok, rendezvények (városnapok, falunapok, búcsú, különféle főző versenyek, stb.) a leglátogatottabbak: 3,5 millió ember, a 14-70 évesek közel fele legalább egyszer részt vett az elmúlt év során valamilyen helyi rendezvényen.

– Összességében a kultúrára és szórakozásra fordított kiadások nagyjából fele-fele arányban oszlanak meg az otthon, illetve az azon kívül elköltött forintok között. Otthonon kívüli evésre-ivásra többet fordítunk, mint otthonon kívüli kulturálódásra. Ez implicit módon azt is mutatja, hogy nemcsak a pénz hiánya, hanem az eltérő preferenciák is okozhatják a kultúraközvetítő intézményektől való távolmaradást.

– Nagyon erős a magyar társadalomban az egyenlőtlenség és a státuszkristályosodás. A társadalom magas státuszú, iskolázott, jó jövedelmi helyzetű rétegei vesznek részt legnagyobb arányban a különböző kulturális tevékenységekben is, sőt aki kulturálisan aktív, az egyéb dolgot is a többieknél nagyobb arányban végez: többen sportolnak, interneteznek, járnak vendéglőbe. Az új kor technikája, a számítógép és az internet egyelőre nem tűnik úgy, hogy csökkentené a fennálló különbségeket, sőt az internet-használati szokásokat jelentősen meghatározza a már meglévő olvasási kultúra. Az internetes olvasók többnyire azok közül kerülnek ki, akik könyveket is olvasnak. A könyvet egyáltalán nem olvasóknak pedig elsöprő többsége (94%-a) az interneten elérhető tartalmaknak sem jut a közelébe.

A kötetek elektronikus formában a www.erikanet.hu cím alatt is már (vagy majd) elérhetőek, olvashatóak csakúgy, mint az elmúlt évtized tényadatait, a kínálati oldalt bemutató, a KSH munkatársai, Bárdosi Mónika, Lakatos Gyuláné, és Varga Alajosné által összeállított elemzés, melynek címe: „*A kultúra helyzete Magyarországon a 90-es évek közepétől napjainkig, statisztikai adatok elemzése alapján*".