

Dencs Tünde

## A vajdasági fiatalok kulturális életszokásai

„Sikeres ember az, aki szilárd alapokat tud építeni azokból a kövekből, amelyeket mások hajigálnak rá.”

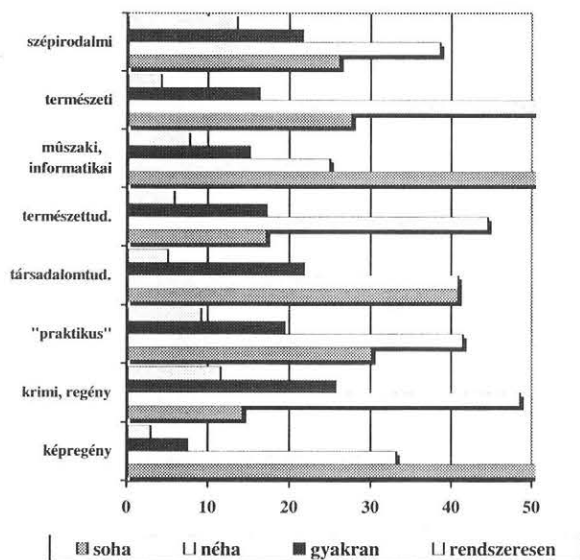
David Brinkley

Társadalmunkban nagyobb figyelmet érdemelne az ifjú nemzedék. 2001-ben egy nemzetközi ifjúságkutatást folytattunk le a Kárpát-medencében, amelynek koordinálását a budapesti Nemzeti Ifjúságkutató Intézet végezte. A vajdasági empirikus kutatást a szabadkai Magyarságkutató Tudományos Társaság és a Vajdasági Ifjúsági Fórum vállalta. A kérdőívezett minta reprezentatív és 1526 (1017 magyar és 509 szláv) fiatalot ölelt fel, 15-29 éveseket és 24 vajdasági települést (14 falu, 6 kisváros, 4 város).

### A fiatalok olvasási szokásai

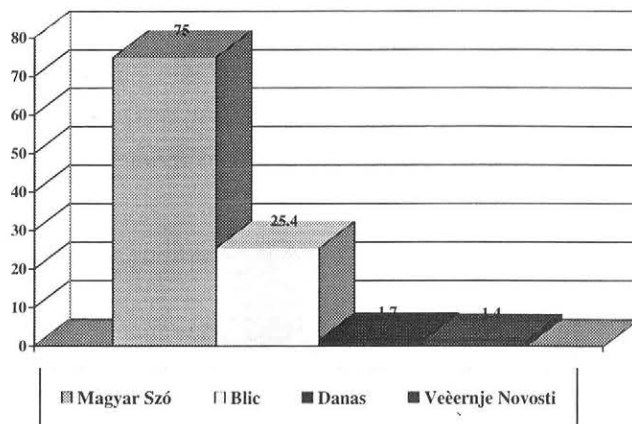
A kulturális fogyasztás témakörében először az olvasási szokásukat elemeztük.

1. grafikon:



A megkérdezettek 89,2 százaléka az elmúlt évben legalább egy könyvet elolvasott. Válaszadóink évente átlagosan 8,62 könyvet olvasnak el. (1. grafikon) A legkevesebbet olvasnak a műszaki és az informatikai témakörökből. Úgy tűnik, a képregények ideje is leáldozóban van, hisz a megkérdezetteknek mindössze 10%-a forgatja az ilyen jellegű könyveket. A társadalomtudományi tárgyú könyveknél is viszonylag sokan választották a soha választ. A fiatalok 20-25 százaléka olvas rendszeresen, nagy gyakorisággal, a többiek csak időszakosan. Feltételezhetően ezek között a könyvek között vannak a kötelező iskolai olvasmányok vagy az ajánlott irodalom is. Pozitívan értékelhető viszont, hogy akik rendszeresen olvasnak, leginkább szépirodalmi műveket, regényt keresnek; azonos gyakorisággal nyúlnak azonban a fiatalok a ponyvairodalom (pl. krimi, sci-fi) felé is.

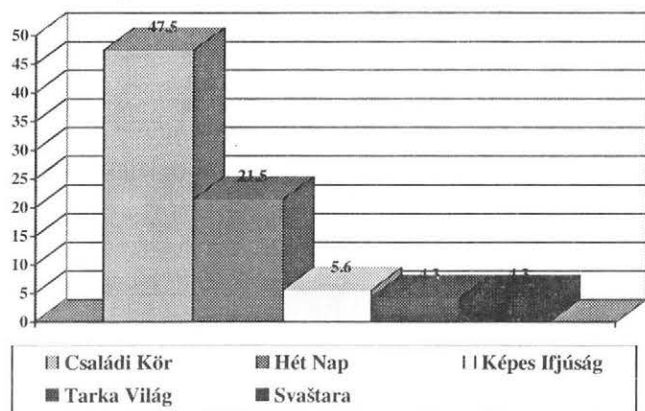
2. grafikon:



Az ifjúság olvasási szokásai figyelemmel kísérhetők a sajtóérdeklődésükön keresztül is. (2. grafikon). Szerbiában a közelmúltig az emberek többsége ambivalens módon viszonyult a sajtóhoz, vagy vakon követték az agyoncenzúrázott írott sajtót, vagy teljesen elzárkóztak tőle, fiataljaink ilyen modellekkel nőttek fel. A kérdőív-vezést 2001 őszén végeztük Vajdaság-szerte, tehát egy évvel a rendszerváltás után, az új hatalomban vetett hit még nem volt erős, de a remény és bizalom megvolt. Szembetűnő, hogy a fiatalok érdeklődése nagyobb a belföldi események iránt, mint a külföldi történelem iránt. A viszonylag sok szerb lapkinálat ellenére sem olvasnak napilapokat az államnyelven. A napilapok közül fiatal válaszadóink nagy többsége (75%-a) olvassa az egyetlen vajdasági magyar napilapot, a Magyar Szót.

A minta körülbelül negyede kedveli az egyik szerb bulvárlapot, a Blicet, amely röviden, tömören, nem sok kommentárral sok-sok aktuális eseményt közöl.

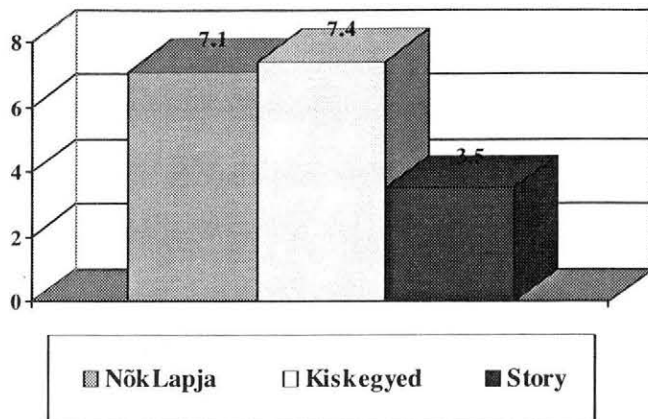
3. grafikon:



A hetilapok esetében (3. grafikon) a magyar fiatalok szintén nemigen olvasnak szerb nyelven. Mindössze a vajdasági kiadású magyar hetilapok némelyikét olvasják nagy arányban. Ilyen a Családi Kör (a minta 47,5%-a) és a Hét Nap (a minta 21,5%-a olvassa).

A Képes Ifjúsággal (a vajdasági magyar fiatalok egyetlen hetilapjával) kapcsolatban azt gondolom, hogy valamelyest javult a helyzet, ugyanis 2001 óta a lapnak lendületes és fiatal szerkesztőgárdája van, akik nagy energiákat fektetnek abba, hogy e hetilap valóban a fiatalok lapja legyen.

4. grafikon:

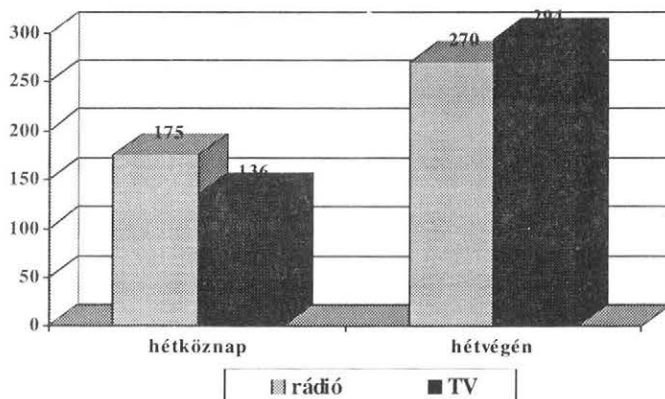


A magyarországi lapokat illetően (4. grafikon) szintén van némi eltérés a 2001-es adatokhoz viszonyítva, hisz azóta viszonylag sok magyar újság került szabad eladásba.

Ezeket az újságokat azonban a magyarországi áron forgalmazzák nálunk, ami ismét egy újabb akadályt gördít a fiatalok elé.

A Magyarországon megjelenő hetilapok közül a válaszadók - főleg a tömbmagyarság körében, ahol könnyen hozzájutnak ezekhez a kiadványokhoz - leginkább a női lapokat olvassák (Kiskegyed, Nők Lapja). Ezeknek az olvasottsága azonban 7% körüli, ami alacsonyabb, mint a vajdasági hetilapoké. A grafikonon a három legolvasottabb anyaországi lap látható, amelyeket a minta 3-7%-a vásárolja.

5. grafikon:



Az adatokat percekben írtuk ki. Egy tipikus hétköznapon a vajdasági fiatalok átlagosan kb. 3 órát rádióznak (5. grafikon), és körülbelül egy órával rövidebb ideig nézik a tévét. Feltételezhető, hogy egyéb foglalkozás közben rádióznak, esetleg tévéznek. Ez nem számít mértéktelenül sok időnek, s ez arra is következtetni enged,

hogyan a szórakozás egyéb formáit jobban kedvelik, mint pl. a találgatást, bulikat.

Hétvégenként a rádiózás és tévénézés egymáshoz viszonyított aránya megfordul: a fiatalok többet ülnek a tévé előtt, mintegy 5-6 órát. Ez azonban továbbra is csak napi 2-3 órát jelent.

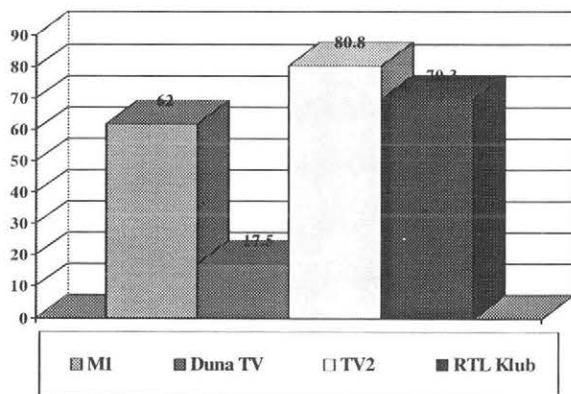
Általánosságban a legkevésbé népszerűek a szerb tévécsatornák. A kereskedelmi jellegű Pink Tv a filmjei miatt népszerű – válaszadóink körében 24 százalékos a nézettsége. Utána a BK Tv következik, valószínűleg a filmjei és ismeretterjesztő műsorai miatt.

6. grafikon:

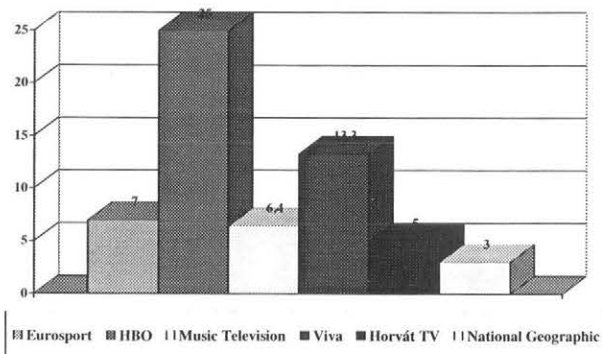
A szerb tévéadókkal ellentétben a magyar kereskedelmi adók népszerűsége nagyobb (6. grafikon).

A TV2-t a megkérdezettek 80%-a nézi, míg a RTL Klub nézettsége kb. 70%-os. A válaszadók szívesen nézik az M1-et is, amely Vajdaságban csaknem eléri a kereskedelmi adók nézettségét (60% feletti). A Duna Televízió nézettsége meglepően csak 17 százalék feletti a vajdasági magyar fiatalok körében. A Duna Tévé egyetlen magyar csatornánaként a szórványban (Dél- és Közép-Bánságban) nézik.

6. grafikon



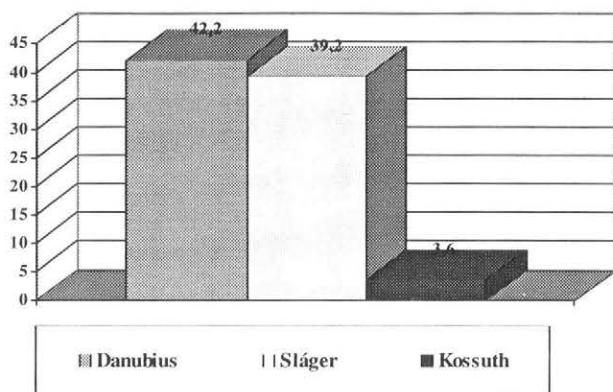
7. grafikon



A válaszadók közül sokan szívesen nézik a külföldi kábelcsatornákat is (7. grafikon), melyek közül leginkább az HBO-t és a Vivát kedvelik. A sport- és a zene-csatornák természetesen izlés és érdeklődés szerint nézetek. Érdekességként említhető, hogy a megkérdezettek jelentős kisebbsége szívesen nézi a horvát tévécsatornát is.

A rádióadóknál szintén kevésbé népszerűek a Szerbiában működők, ez a következő grafikonon is látható. Főként a regionális és a helyi kereskedelmi rádiókat kedvelik válaszadóink, melyek közül kiugróan népszerű az Adai Rádió, utána következnek a HIT, azután a Szabadkai Rádió és a YU Eco.

Lásd a 8. grafikon:



8. grafikon: A magyarországi kereskedelmi adók hallgatottsága eléri a 40 százalékot, főként a tömegkultúrához erősen alkalmazkodó Danubius és az elmúlt évtizedek zeneszámainak sugárzó Sláger számít hallgatottnak. A Kossuth rádiót a kérdezett fiatalok csak kis százaléka hallgatja szívesen.

### Számítógép-használat

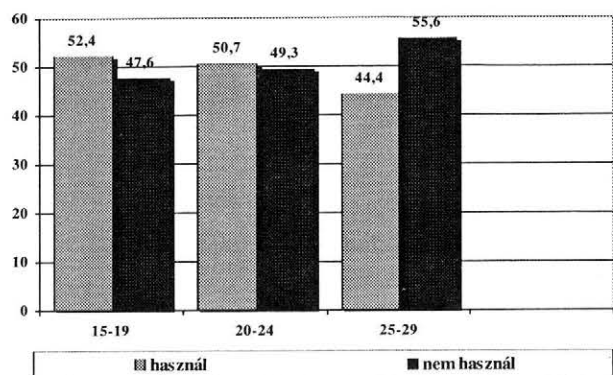
A megkérdezettek fele használ számítógépet, körülbelül a másik fele pedig nem.

(9. grafikon) Az idősebb korosztály (25-29 év) érhetően kevésbé rendelkezik informatikai ismeretekkel, mert ők még nem tanulták az iskolában. Már a 15-19 évesek 52%-a rendszeresen használja a számítógépet, a 20-24 éveseknek több mint a fele.

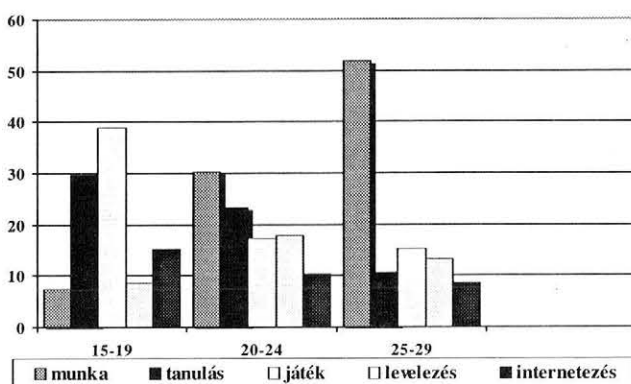
A számítógép-használatot illetően is azt gondolom, hogy az elmúlt évek pozitívabb változást hoztak. Egyfelől a különböző bankkölcsönök, kedvezmények lehetővé tették, hogy egyre több fiatalnak lehet otthon is számítógépe, másfelől, a számítógépen való munka ma már alapkövetelmény és az alapokat, már az általános iskola alsó osztályában is el lehet sajátítani fakultatív

úton.

9. grafikon:



10. grafikon



A 10. grafikonon láthatjuk, hogy a legfiatalabb korosztály (15-19 év) a számítógépet főként játékokra használja (38,9%), és majdnem a 30%-uk tanulásra. Az idősebbeknél egyre inkább a munka jut fontos szerephez. A 20-24 évesek 30,2%-a munkára és 23,3%-a tanulásra használja a számítógépet. 18%-uk levelez, és 17,4 %-uk játszik. Az internet a legfiatalabbaknál a legnépszerűbb, a levelezés pedig a 20-24 év közöttieké.

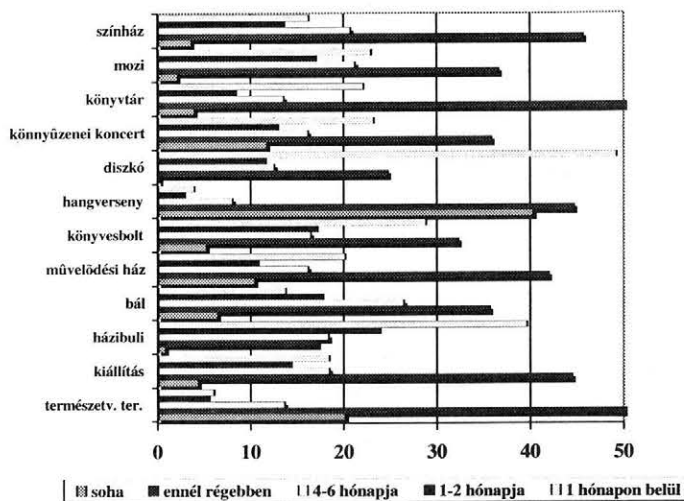
A megkérdezett magyar fiatalok legidősebb korosztályának 52%-a a munkája során használja a számítógépet, 15%-uk játszik, míg 13,3%-uk levelez általa. A számítógép tehát nem luxus, hanem főleg a munka és a tanulás eszköze a Vajdaságban. Az elmondottakat mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy ma már szinte minden munkahelyen alapkövetelmény a számítógépkezelés.

Ugyanakkor a fokozott számítógép-használat elkényelmesíti, elidegeníti a fiatalokat, hisz már nem fontos bulikba járni, hisz ismerkedni lehet az interneten is, egész szombat estét betöltő játékprogramok léteznek, s könyvet sem kell vásárolni, mert már különböző információhordozókon egy-egy anyag megkapható, nem beszélve arról, hogy szinte minden film megtekinthető

számítógépen. A fentiek nem csak a vajdasági magyar fiatalokra jellemzők, általános jelenségekről beszélünk, ami ma már külön veszélyezteti a felnövő nemzedéket.

## Kulturális rendezvények látogatása

11. grafikon:



Az egyes kulturális rendezvények és alkalmak látogatottságának gyakorisága betekintést enged a fiatal korosztály érdeklődésének, kulturális igényeinek az alakulásába (11. grafikon).

Az általunk vizsgált korosztály nagy része előnyben részesíti a könnyed szórakozást a kulturális alkalmakkal szemben. A legtöbben házi bulikra és diszkóba járnak, az igényesebb kultúra iránti érdeklődés lényegesen ritkább, a minta 20-35 százalékára jellemző.

Leggyéresebb az érdeklődés a kirándulás és a komolyzenei hangversenyek iránt.

A településtípus függvényében megállapítható, hogy az egyes rendezvényformák mely területeken látogattabbak.

Moziba a városiak járnak gyakrabban. Különös módon a gyakori könyvtárlátogatás jellemzőbb ugyan a városiakra, mégis egy részük még a falusiakhoz viszonyítva is ritkábban kölcsönöz könyvet.

Figyelemre méltó az is, hogy a könnyűzenei koncertek előadói elsősorban a kisvárosi fiatalok figyelmére számíthatnak.

A diszkóba járás mindhárom települési formánál domináns szórakozás. Mind hangversenyre, mind pedig könyvesboltba is inkább a városiak járnak; náluk a művelődési programok és a bálak is népszerűbb találkozási lehetőségek, mint falun. Szintén ők azok, akik szíve-

sebben látogatnak el természetvédelmi területre és kiállításra is. Nyilvánvalóan e településtípus fiataljai általánosságban is többet járnak szórakozni, hiszen még a házibulik látogatottsága is fokozottabb esetekben.

## ÖSSZEGZÉS

1. A vajdasági magyar fiatalok viszonylag keveset olvasnak, az írott sajtótermékek közül elsősorban a helyi újságokat részesítik előnyben, az elektronikus sajtót főleg szórakozási célokra használják, csak kis részük tájékozódik ezekből.

2. A vajdasági fiatalok tájékozódását befolyásoló tényezők:

a. az egyén munka- és szabadidő-beosztása;

b. milyen anyagi körülmények között él, hiszen a rendszeres sajtótermék-vásárlás, vagy minőséges televíziókészülék, az internet használata ettől is függ

c. a szülő által nyújtott modell.

3. A megkérdezettek nagy százaléka használ számítógépet, ami növekvő tendenciát mutat, korosztálytól függően egyaránt nagy arányban használják munkára, tanulásra, kapcsolattartásra, szórakozásra.

4. A fiatalok szórakozását illetően elmondható, hogy a legtöbben házibulikra és diszkóba járnak, az igényesebb kultúra iránti érdeklődés lényegesen ritkább.

## JAVASLATOK

1. Az olvasóvá való nevelés fontosságának tudatosítása a szülők és pedagógusok körében, hogy már egészen fiatalon megszerezse a gyermek és alkalmazza.

2. A különböző fiatalokat érintő újságok népszerűsítése, lehetőleg a fiatalok gondolkodását, dinamizmusát, világlátását tükrözve.

3. A helyi rádiók hallgatottságát kihasználva olyan interaktív programok szerkesztése, amely túlmutat a könnyed szórakozáson.

4. Az igényes szórakozásra való nevelés (színházlátogatás, majd azt követően a látottak együttes feldolgozása, író-olvasó találkozók) .

5. Az érték és az értéktelen műfajok szembeállítás, lehetőleg olyan módszerekkel, hogy a fiataloknak érthető és élvezhető legyen.