

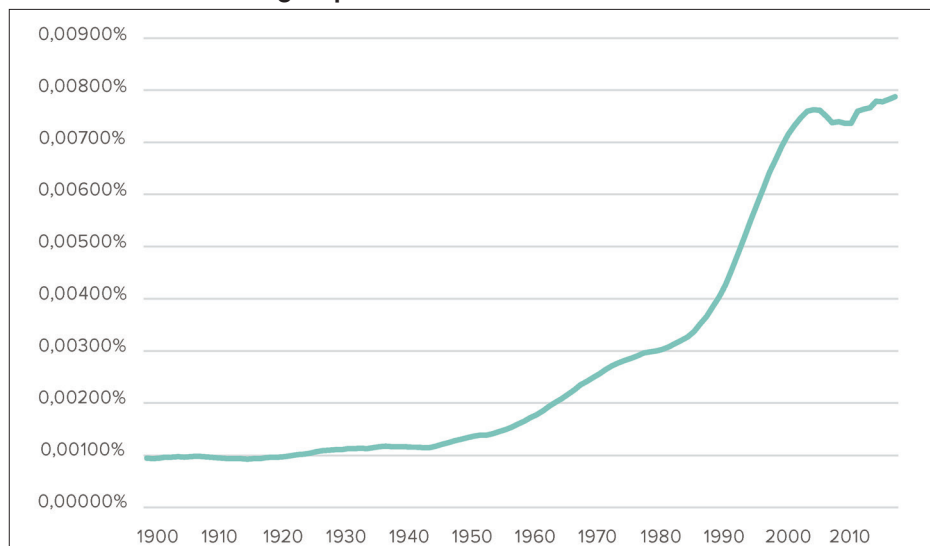
Zenovitz Lili – Kollár Dávid

Identitásalakzatok Magyarországon

Bevezetés: az identitás felemelkedése

Az identitás kérdése – beszéljünk akár a hétköznapi diskurzusokról vagy éppen a tudományos munkákról – egyre markánsabb hangsúlyt kapott az elmúlt évtizedekben. Ahogy azt Manuel Castells megjegyzi: „a vagyon, a hatalom és a bálványképek globálisan hömpölygő áramlása közepette közösségi és egyéni szinten egyaránt a magunk által felépített vagy mások által nekünk tulajdonított identitáskeresés válik a társadalmi célok alapvető forrásává”,¹ Hidas Zoltán szerint pedig „kultúránk valóságos identitáskultúrává vált: zajlik az identitás tömeges »keresése«, »megtalálása«, »vállalása« vagy éppen »alapítása«”.² Ez számtalan különböző

1. ábra: Az identitás (*identity*) kifejezés népszerűsége az angol nyelvű szövegkorpuszokban 1900 és 2019 között



¹ Castells 2005, 35.

² Hidas 2015.

területen is tetten érhető, legyen szó a tudományos szféra határán mozgó önsegítő kultúra felemelkedéséről, az irodalomtudományról, a pszichológiáról, a szociológiáról, a filozófiáról vagy éppen a politikaelméletről.

Ez utóbbi esetben a kurrens viták meghatározó hányada explicit módon is az identitás kérdése köré szerveződik. A hagyományos politikai témák mellett „– az egyéni szabadság és erőteljes gazdasági növekedés versus nagyobb társadalmi egyenlőség és újraelosztó állam – egyre markánsabbá vált az identitáspolitika”,³ amelynek középpontjában a különböző társadalmi csoportok (identitásának) elismerésért folytatott „harca” áll.⁴ A baloldali politizálás korábbi domináns témái – például a munkások érdekképvisellete vagy az újraelosztás növelése – helyett a faji, nemi és szexuális identitások elismertetése került a középpontba. Ehhez hasonlóan a jobboldali politika prioritásai is megváltoztak. „Míg a 20. századi konzervatív pártok a szabadpiac és az egyéni jogok védelmét tekintették legfőbb feladatuknak, a 21. századi jobboldali politizálás az etnikai alapú nemzeti identitás megőrzésére helyezi a legfőbb hangsúlyt.”⁵

Ezeknek a folyamatoknak a háttérben több egymással összefüggő tényező áll. Egyrészt az általános érvényességi igénnyel rendelkező nagy narratívák⁶ (például a kereszténység vagy a felvilágosodás eszméje) összeomlása – legalábbis a nyugati világban – felszámolta azokat az univerzális értelmezési kereteket, amelyek az egyéni cselekvések, értékelések, értelmezések számára útjelzőként szolgáltak. Így „ami maradt: egymással nem kompatibilis érték- és ontológiatörmelékek, amelyeket az egyéneknek és közösségeknek saját maguknak kell értelemmel teli aggregátumokká rendszerezniük”.⁷ Másrészt az anyagi szükségletek egyre szélesebb körű kielégítése miatt mind inkább a posztmateriális szükségletek kielégítése, az önmegvalósítás, az egyéni és közösségi identitás felépítése és elismertetése került a fókuszba.⁸ Ezt jól illusztrálja Inglehart „néma forradalom” hipotézise, amely szerint az értékek posztmaterializációja két hullámban valósult meg. Első lépésben az ipari társadalmak sajátságai lehetővé tették az erőforrások mobilizációját, az alapvető létfenntartási szükségletek kielégítését és a demokrácia, illetve a demokratikus intézmények kiépítését. Ezt követően – hála a vonatkozó rendszerek magas szintű

³ Kollár–Miskolczi–Kollár 2022.

⁴ Fukuyama 2018, 2021.

⁵ Kollár–Miskolczi–Kollár 2022.

⁶ Lyotard 1984.

⁷ Kollár D. 2020c, 106–107; Kollár–Déri 2011.

⁸ Inglehart 1997; Taylor 1981.

hatékonyságának – a személyek számára nem a materiális, hanem a poszt-materiális szükségletek kielégítése, az egyéni önmegvalósítás, az identitás kibontakoztatása került a fókuszba.⁹ Mindezeket a folyamatokat pedig – ezektől nem függetlenül – tovább mélyítette, hogy a „demasszifikálódott média ma szemképráztató sokféleségét jeleníti meg az olyan szerepmo- delleknek és életstílusoknak, amelyekhez az ember mérheti magát. Az új mé- dia ugyanakkor nem teljes egészé formált típusokkal, hanem az azokra utaló képzetek széttöredezett szilánkjaival és »blip«-jeivel táplál bennün- ket. Ahelyett, hogy következetesen kialakított, könnyen azonosítható mo- dellek előre gyártott választékát kapnánk, amiből választhatunk, nekünk magunknak kell különféle darabokból összeraknunk a számunkra megfe- lő mintát, így alakítva ki saját konfiguratív vagy moduláris »énünket«.”¹⁰

Mindez persze nem jelenti azt, hogy korunk társadalmaira és az azok- ban fellelhető identitásvariánsokra homogén entitásokként tekinthe- tünk. A különböző élethelyzetek, létszituációk jelentős mértékben meg- határozzák ugyanis azt, hogy milyen identitáselemek iránt mutat valaki affinitást. Ezt szemléletesen illusztrálják Zygmunt Bauman találó meta- forái, amelyek szerint „mindannyian turisták vagy muszáj-turisták, azaz vagabundok (csavargók) vagyunk”.¹¹ Baumann szerint a 19–20. század metaforikus „hőse” a zarándok volt, akinek elsődleges célja egy stabil – alapvetően lineárisan építkező – életút és identitás megteremtése volt. Ezzel szemben a posztmodern kor fluiditása – epizodikus jellege – miatt lehetetlenné vált a zarándok életforma megélése és az identitás lineáris kibontakoztatása. Erre a paradigmaváltásra válaszul Baumann szerint két eltérő stratégia alakult ki. Az egyik a vagabund (csavargó) létforma, a másik pedig a turista életvitel.¹² Míg a vagabund – muszáj-turista – úgy próbál megküzdeni a rákényszerített étellel, hogy a zarándok életmód fog- almi kategóriáinak különböző elemeit használja fel saját identitásának megalkotásához, addig a turisták a megalapozás nélkül világ haszonél- vezőiként, az epizodikus élmények autentikus fogyasztóiként építik fel identitásukat. Vagyis míg a vagabundok elsősorban általános fogalmak révén próbálják lehorgonyozni identitásukat, a turisták olyan tulajdon- ságok nélküli identitás¹³ megalkotására és elismertetésére törekszenek,

⁹ Inglehart 1997; Inglehart–Welzel 2005; Kollár D. 2020a.

¹⁰ Toffler 2001, 423.

¹¹ Kollár–Miskolczi–Kollár 2022.

¹² Baumann 1999.

¹³ Kollár D. – Kollár J. 2017.

amely nem írható le általános fogalmak révén.¹⁴ Ahogy ezt már korábban említettük, ezek az eltérő identitásvariánsok eltérő élethelyzetek, szükségletek és vélekedések iránt mutatnak affinitást.¹⁵ Azok számára, akik korlátozott mértékben rendelkeznek – materiális vagy immateriális – erőforrásokkal, az identitás individuális élményekre épülő modellje nem vagy csak korlátozottan használható.¹⁶ Ezzel szemben a magas erőforrás-ellátottsággal rendelkezőknek az elsődleges cél éppen az egyéni élményekre épülő identitás megalkotása és elismertetése.

Ezen különbségek következményei messzemenők lehetnek. Az eltérő identitásstruktúrájú emberek és közösségek ugyanis eltérő fogyasztási szokásokkal rendelkeznek, eltérő politikai narratívák és célok iránt mutatnak affinitást, és eltérő módon reagálhatnak a különböző fejlesztéspolitikai kezdeményezésekre is. Mindezzel összhangban dolgozatunk kettős célt szolgál. Egyrészt feltárjuk, hogy milyen eltérő identitástípusok különíthetők el a magyar társadalomban. Másrészt arra teszünk kísérletet, hogy megvizsgáljuk, valóban adekvát-e a baumanni diagnózis – egy lehetséges értelmezése – a magyarországi viszonyok között. Kérdésünk tehát, hogy az identitás különböző – a vagabund és zarándok ideáltípusok által kifeszített tengelyen lokalizálható – alakzatai valóban erős affinitást mutatnak-e az eltérő – materiális és immateriális erőforrásokban testet öltő – élethelyzetekkel. Ehhez a következőképpen járunk el: először röviden áttekintjük az identitás fogalmát és az identitás vizsgálatát célzó hazai kutatások főbb irányvonalait. Azután bemutatjuk az identitás mérésére használt főbb instrumentumokat, és ezek kontextusában értelmezzük saját „mérőeszközünket”. Majd pedig klaszterelemzés segítségével vizsgáljuk meg a Magyarországon azonosítható identitástípusokat és ezek eltérő élethelyzetek iránti affinitásait.

Az identitás meghatározása

Annak ellenére, hogy az identitás fogalma az elmúlt évtizedekben egyre nagyobb népszerűsége telt szert, maga a kifejezés továbbra is nehezen definiálható maradt. Mivel „[...] számos, egymáshoz legfeljebb csak érintő-

¹⁴ Kollár–Miskolczi–Kollár 2022.

¹⁵ Weber 2021; Kollár D. 2020b.

¹⁶ Kollár–László 2022.

legesen közelítő jelentésű identitásfogalom létezik egymás mellett, vetélkedik egymással. Fönnáll annak veszélye, hogy azok a tiszta körvonalak, amelyekre a kultúratudományos irányzatok az identitás definiálásával törekednek, a konkurenciaharcban elmosódnak”,¹⁷ az identitás témáját taglalva elkerülhetetlennek tűnik a fogalom részletesebb tárgyalása. Az identitás szótári meghatározása szerint: azonosság; önazonosság, öntudat.¹⁸ Rendszerint relációfogalomként értelmezik; általában valaminek valamivel való azonosságát jelenti.¹⁹ Az explicit meghatározások kapcsán elmondható, hogy egyesek szerint az identitás „az emberek elképzelése arra vonatkozóan, hogy kik ők, milyen emberek, és hogyan viszonyulnak másokhoz”.²⁰ Mások úgy vélik, hogy az identitás legsikeresebben faji, etnikai, vallási, nyelvi és kulturális kategóriák menti önmeghatározások révén érhető tetten.²¹ Megint mások szerint az identitást „azok az elkötelezettségek és azonosítások határozzák meg, amelyek biztosítják azt a keretet vagy horizontot, amelyen belül esetről esetre megpróbálhatom meghatározni, hogy mi a jó, vagy értékes, vagy mit kellene tenni, vagy mit támogatok vagy ellenzek”.²² Megint mások pedig olyan sajátos szerveződésű kognitív struktúráként jellemzik az identitást, amely a szocializáció során alakul ki.

Ezek a különböző meghatározások számtalan eltérő identitásszint körülrajzolását teszik lehetővé. Vannak, akik az identitás közösségi dimenziójára fókuszálnak. Ebben az esetben különösen markánsan jelenhet meg a *lokális identitás*, amely a társadalmi identitástudat szerves részeként értelmezhető, és amelynek alapján az egyén a perszonális kapcsolathálójánál tágabb, földrajzi kategóriákkal meghatározható társadalmi csoport tagjának érzi és vallja magát. Vagyis a lokális vagy térségi csoporthoz tartozás egyúttal a csoport hagyományaival, értékrendjével való azonosság tudatát is jelenti.²³ A közösségi identitástípusokat a *kollektív identitás* fogalma tömöríti. A kollektív identitás nem azonos a csoporthoz tartozó egyének együttes, homogénként elképzelhető tudatával. „A kollektív identitáson az a kép értendő, amelyet egy csoport önmagáról alkot, és amellyel a tagok azonosulnak. Ez nem »önmagában« létezik, hanem

¹⁷ Wehler 1998, 5.

¹⁸ Magyar etimológiai szótár.

¹⁹ Weiss 2020, 224.

²⁰ Hogg–Abrams 1988, 2.

²¹ Deng 1995, 1.

²² Taylor 1989, 27.

²³ Murányi–Szoboszlai 2000, 28.

csak annyiban, amennyiben egyesek – a csoport tagjai – folyamatosan hitet tesznek mellette.”²⁴

Ezekkel szemben más szerzők elsősorban mikroszinten foglalkoznak az identitás kérdésével.²⁵ Ebben az esetben a *narratív identitás* kerül a fókuszba. A fogalmat Alasdair MacIntyre alapozta meg; elgondolása szerint az individuális élet egysége egy egyedi életben megtestesült narratívva egységeként fogható fel. Tehát elmesélt élettörténetünk egésze, hogy mely eseményeket, személyeket emelünk ki vagy éppen tartunk kevésbé jelentőségteljesnek, összegzi önazonosságunkat.²⁶

Ezek a megközelítések alapvetően két eltérő pályán mozognak. Vagyis az identitás fogalmát megragadni igyekvő konceptuális kísérletek jellemzően az identitást vagy *társadalmi*, vagy pedig *személyes* keretek között értelmezik. Előbbi szerint az identitás lényegében különböző társadalmi kategóriákra utal és az ezekkel való azonosulást fejezi ki. Ilyen kategória például: a nemzetiség, az etnikum, a nyelv, a lakóhely, a vallás stb. Ezzel szemben az identitást személyesen kategóriaként értelmező megközelítések az egyének sajátos élményeire és tapasztalataira fókuszálnak. Eszerint az identitás olyan individuális érték- és vélekedéskonstellációk eredménye, amely az egyes emberek életútját keretező, többé-kevésbé koherens epizódokban bontakozik ki. Ugyanakkor az identitás társadalmi és személyes aspektusai nem függetlenek egymástól. George Herbert Mead szerint például a kétféle identitás egymásra utaltsági viszonyban van: hiszen a személyes identitás is a társadalmi interakciók során alakul ki. Egyfelől az ugyanazon csoportba tartozó személyek egyedi élettörténetei létrehozzák az adott csoport szociális identitását, másfelől a csoport szociális identitása megteremti tagjainak személyes identitását is. A személyes és a társadalmi identitás szoros kapcsolatát az is magyarázza, hogy a kultúra minden esetben valamely mikrokulturális közeg révén áll az egyén rendelkezésére, így a csoportok életében való részvétel elengedhetetlen a személyes identitás megalkotásában.²⁷ Jan Assmann a Maurice Halbwachs-i kollektív emlékezetre épülő kulturális emlékezet fogalmát kidolgozva úgy véli, hogy paradox viszony áll fenn a személyes és a kollektív identitás között, bár csak egyének rendelkeznek ténylegesen emlékezettel, ugyanakkor a kollektívumok jelentősen befolyásolják

²⁴ Bakk 2005, 23.

²⁵ Bögre 2004; Maszlag–Csoba 2019.

²⁶ MacIntyre 1999.

²⁷ Mead 1973.

tagjaik emlékezetét, s ebben az értelemben az mégiscsak kollektív produktum lesz.²⁸

Aleida Assmann az archaikus és a modern társadalmak identitásforrásait vizsgálta, és arra az eredményre jutott, hogy az előbbieken a személyiség alakításában nagy szerepet kaptak a csoporton belüli szerepek és státuszok, melyek eleve kizárták az önmeghatározás és autonómia lehetőségét.²⁹ A modern társadalomban ugyanakkor a személyiséget alapvetően a belső impulzusok, küzdelmek alakítják. A modern szubjektum egyfelől az 1700 körül bekövetkezett politikai, gazdasági, kulturális, természettudományos fejlődés következménye, továbbá a polgári liberalizmus és a 17. századi korai puritán önéletírói gyakorlat, illetve a középosztálybeli regény műfajának megszületésére vezethető vissza. Más szavakkal – ahogy arra már korábban is utaltunk –, történelmi léptékben szemlélve egyfajta eltolódás figyelhető meg a társadalmi kategóriák identitásformáló szerepe felől a személyes élmények irányába. Mindez persze nemcsak eltérő időkben és eltérő konfigurációjú társadalmak között érhető tetten, hanem az egyazon társadalomban élő különböző élethelyzetű csoportok között is.

Identitáskutatás Magyarországon

Az identitás témájának kiemelkedő népszerűsége miatt nem meglepő, hogy az elmúlt évtizedekben számos alkalommal – több eltérő módszerrel – vették górcső alá az egyéni és a társadalmi identitás alakzatait Magyarországon. Ezek egy része történelmi munka, amely arra a belátásra épít, hogy az adott gazdasági és politikai berendezkedés jelentős befolyást gyakorolt a magyar identitás alakulására. Ezen kutatásoknak az egyik legfőbb belátása, hogy a kilencvenes éveket megelőző évtizedekben az adott hatalmi elvárásoktól eltérő identitásmodellek (például nemzeti, etnikai, politikai, vallási) nem jelenhettek meg a nyilvános diskurzusokban. Ez a rejtőzködés társadalom-lélektani szempontból fontos következményekkel járt. Az 1947 után uralkodó szocialista ideológia és annak társadalmi gyakorlata megnehezítette a két világháborút követő traumák feldolgozását, amelyet csak erősített az államszocialista korszakot megelőző hagyományos közösségek felbomlása, illetve az elhallgatott bizonytalan magyar-

²⁸ Assmann 1999.

²⁹ Assmann 2012.

ságtudat. Mindezek következményeként a magyar társadalom többsége nem rendelkezett olyan stabil identitásmintákkal, amelyek megfeleltek volna a folyamatosan változó politikai környezet elvárásainak.³⁰

Más szerzők a történeti munkák és a kvantitatív adatok szintetizálása révén a nemzeti identitás azonosítására vállalkoztak. Csepeli például kimutatta, hogy a nemzeti identitás két válfaja ragadható meg: az egyik a spontán, a másik a tudatos nemzeti identitás. Eredményei szerint a spontán nemzeti identitás már rögzül a korai életszakaszban és általános érvénnyel jelen van, míg az erre épülő, de már gondolati elemeket is tartalmazó „ideológiai” identitás feltételez egyfajta intellektuális tudatos-ságot, amely a magasabb iskolázottsággal és véleményformáló státusszal jellemezhető társadalmi csoportok sajátja.³¹ Szintén a nemzeti identitás (büszkeség) kapcsán – kvantitatív módszereket alkalmazva – László Tamás és Makay Mónika négy jellegzetes büszkeségklastert azonosított.³² Eredményeik szerint míg az alacsonyabb végzettségűek jellemzően az általános értékre és tulajdonságokra építő büszkeségkép mutatnak affinitást, addig a magasabban kvalifikáltak a sikeresség-központú (tudomány, sport, kultúra) nemzeti identitás iránt mutatnak nagyobb nyitottságot.³³

Megint mások mikroszintű kvalitatív elemzések révén a narratív identitás alakzatait vizsgálják. Ebben az esetben kevésbé identifikálhatóak kulcstémák, de kiemelkedő érdeklődésnek örvend a vallási,³⁴ kisebbségi³⁵ és szubkulturális közösségek vizsgálata.

Összességében elmondható, hogy a hazai identitáskutatások közép-pontjában (különösen igaz ez a kvantitatív kutatásokra) a társadalmi identitás különböző variánsainak – elsősorban a nemzeti identitás eltérő aspektusainak – a vizsgálata áll. Felvethető, hogy az identitást a nemzeti csoport-hovatartozás dimenziójára „leszűkítő” empirikus társadalomtudományi gyakorlat kialakulásához az államszocializmus egyik lényeges társadalom-lélektani sajátossága is hozzájárult, nevezetesen az egypárt-rendszer, melynek keretei között – szemben például a felekezeti vagy a

³⁰ Hankiss 1983.

³¹ Csepeli 1992.

³² Ezek: 1. általános érték- és tulajdonság-központú büszkeségképpel rendelkezők; 2. történelem- és politika-központú büszkeségképpel rendelkezők; 3. sikeresség-központú (tudomány, kultúra, sport) büszkeségképpel rendelkezők; 4. természet- és építettkörnyezet-központú büszkeségképpel rendelkezők.

³³ László–Makay 2021.

³⁴ Bögre 2004.

³⁵ Maszlag–Csoba 2019.

„deviánsnak” tekintett, elkülönülő lokális kötődésű csoportokkal – a nemzet politikai azonosulás nélkül lehetett vonatkozási keret.³⁶ A rendszerváltozást követően azonban megváltozott a viszony az identitást konstituáló kontextusokhoz, aminek következtében a társadalmi szerepek felvállalhatóvá váltak, az identitás pedig többnyire egyéni döntések függvénye lett.³⁷ Éppen ezért azok a korábbi megközelítések, amelyek az identitás alakzatait pusztán a nemzeti kötelékek dinamikájára korlátozzák, nem képesek megragadni korunk identitásvariánsainak sokszínűségét. Így tanulmányunkban egy olyan mérőeszközt igyekeztünk kidolgozni és alkalmazni, amely képes megragadni az identitásalakzatok diverz jellegét.

Az identitásalakzatok mérése

Merőeszközünk kidolgozása során nagyban támaszkodtunk az identitás kérdését kvantitatív módon vizsgáló eltérő *gyakorlatokra*. A kvantitatív adatokra épülő identitáskutatások leggyakrabban két mérési módszert alkalmaznak. Az első megközelítés különböző – szilárd – társadalmi kategóriákkal való azonosulás révén próbálja definiálni a cselekvők identitását (például: „Mennyire fontos Ön számára a nemzet/család/munka...?”). Ennek a megközelítésnek két elsődleges korlátja van. Egyrészt jellemzően nagyon limitált kategóriával (maximum 3-4 állítással) dolgozik, amelyek nem teszik lehetővé az identitásvariánsok diverz jellegének megragadását. Másrészt pedig az identitás személyes élményekre, tapasztalatokra épülő jellegét szinte teljesen figyelmen kívül hagyja. Az identitás kérdőíves mérésére bevett második megközelítés elsősorban különböző identitásstílusok elkülönítését kísérel meg. Ezek a skálák különböző cselekvési és gondolkodási módokat rögzítenek. Az *Identity Style Inventory* például három identitásstílus elkülönítését teszi lehetővé.³⁸ Az első a normatív stílus (például: *Automatikusan elfogadom és követem azokat az értékeket, amelyek mentén neveltek*), a második az információs stílus (például: *Amikor egy életre vonatkozó döntés előtt állok, különböző nézőpontokat veszek figyelembe, mielőtt döntést hozok*), a harmadik pedig a diffúz-elkerülő stí-

³⁶ Murányi–Szoboszlai 2000, 27.

³⁷ Dessewffy 1997, 10.

³⁸ Smits et al. 2008.

lus (például: *Most nem igazán gondolok a jövőmre; az még messze van*).³⁹ Ennek a megközelítésnek – az elsővel szemben – az elsődleges limitációja éppen az, hogy lényegében teljesen figyelmen kívül hagyja az identitás társadalmi aspektusait, és főleg általános cselekvési stílusokat ír le. Mindezeket a hiányosságokat figyelembe véve jelen dolgozatunkban egy olyan mérőeszköz kidolgozására és alkalmazására tettünk kísérletet, amely – ha korlátozottan is, de – szimultán képes megragadni az identitás egyéni és társadalmi jellegzetességeit. Ehhez jó kiindulópontot jelentett a 2016-os Magyar Ifjúság kutatás identitás blokkja, amelyben 14 állítással próbálták megragadni a fiatalok identitását. Bár az egyes állítások ebben az esetben is csak különböző társadalmi kategóriákra vonatkoztak, a lekérdezett tételek diverz – az identitás több különböző aspektusát is megragadó – jellege árnyalt elemzéseket tesz lehetővé. Jelen kutatásunkban ezeket az állításokat egészítettük ki vagy éppen módosítottuk úgy, hogy különböző egyéni tapasztalatok identitáskonstituáló súlyára is rákérdeztünk. Ezzel összhangban kutatásunk során a válaszadóknak egy 28 itemből álló lista segítségével kellett jellemezniük, hogy az egyes tényezők mennyire határozzák meg az identitásukat (önképüket).

Adatfelvétel

Elemzéseink a Századvég konzorcium által elvégzett *Társadalmi struktúra és értékváltozás* című adatfelvételre épülnek. A kérdőíves kutatás során a magyar felnőtt lakosság körében összesen hatvanezer főt kérdeztünk meg egy húszperces kérdőív keretében ún. CATI módszerrel. A felvett minta nem, kor, iskolai végzettség, településtípus és régiós megoszlás szerint reprezentálja a teljes magyarországi felnőtt népességet. Az elemzésben közölt, teljes lakosságra vonatkozó sokasági adatok legfeljebb plusz-mínusz 0,4 százalékponttal térhetnek el a mintavételből fakadóan attól az eredménytől, amelyet az ország összes felnőtt lakosának megkérdezése eredményezett volna. A mintavételből fakadó torzulásokat iteratív súlyozással korrigáltuk a KSH 2016-os mikrocenzusa által közölt demográfiai arányoknak megfelelően.

A kvantitatív adatfelvétel során a vizsgált témák széles körű és árnyalt megragadása érdekében a hazai (Ifjúság 2008, 2016) és nem-

³⁹ Uo.

zetközi (World Value Survey, European Value Study) gyakorlatokhoz igazodva almintákat alakítottunk ki, amelyek révén egyszerre lehet csökkenteni a kérdés hosszát és a növelni a vizsgált kérdéskörök számát. Az identitásra vonatkozó alminta tízezer fő megkérdezésével valósult meg.

Eredmények

A következőkben az identitásalakzatokat kirajzoló attitűdkérdések átlagértékeit mutatjuk be. A leíró adatok alapján elmondható, hogy magyar lakosság meglehetősen családcentrikusnak tekinthető, hiszen a legfontosabb tényező önképüket illetően egyértelműen a család (4,68). Ezt a meghatározó döntések követték (4,36), a dobogó harmadik helyén pedig a magyar állampolgárság áll (4,26). A legkevésbé a kedvenc sportcsapat tekinthető identitáskonstituáló tényezőnek (2,43), alacsony átlagértéket kaptak továbbá a felkeresett internetes oldalak (2,90) és a vallott politikai nézetek is (3,07).

Az átlagértékeket sorba rendezve tematikailag három nagyobb csoportra oszthatók az eredmények. Az első harmadban összességében a társas kapcsolatok szerepelnek (a család, a barátok és a párkapcsolat), idetartoznak még a nemzeti és regionális kötődésekre vonatkozó elemek is (magyar állampolgárság, nemzetiség, európaiság), továbbá az individuális elemek (fontosabb döntések, és amit az életben eddig elértek). Ezen elemek az 1-től 5-ig terjedő skálán a 4-es értékhatár felett szerepelnek.

A középső traktusba olyan tényezők sorolhatók, amelyek adminisztratív természetűek, és/vagy amelyeket jellemzően a közelebb álló emberek tudnak az egyénekről (lakóhely, munka, iskolai végzettség, szexuális orientáció), illetve az egyéni élmények és tapasztalatok is (problémák, amelyekkel szembesültek, dolgok, amiket kipróbáltak, és amit a világról tudnak).

A legkevésbé a szabadidő-eltöltésre alkalmas tevékenységek határozzák meg a válaszadók identitását (könyv, film, zenei stílus, kedvelt sportág és csapat, felkeresett internetes oldalak, vásárlási szokások, gyakran felkeresett helyek vagy utazási helyszínek). Idetartoznak még a küllemre vonatkozó állítások is (testi adottságok, öltözködési stílus), illetve azon tényezők, amelyek tágabb társadalmi csoportokra bontják a megkérdezetteket (társadalmi osztály, amelyhez tartoznak, vallás, amelyet követnek, politikai nézetük).

1. táblázat: Az alábbiak mennyire fontos részei az önképének, azaz mennyire határozzák meg azt, hogy Ön kicsoda? (1 – egyáltalán nem ért egyet, 5 – teljes mértékben egyetért)

	Állítás	Átlag	Szórás
Első csoport	A családjá	4,68	0,78
	Élete fontos döntései	4,36	0,86
	Az, hogy magyar állampolgár	4,26	1,11
	Amit elért az életben	4,18	0,91
	Nemzetisége	4,17	1,17
	A barátai	4,14	1,07
	Párkapcsolata	4,13	1,31
	Az, hogy Ön európai	4,00	1,20
Második csoport	A lakóhelye	3,91	1,15
	Amit a világról tud	3,88	0,95
	A munkája/munkahelye	3,87	1,27
	A problémák, amelyekkel szembesült	3,83	1,04
	Azok a dolgok, amiket kipróbált	3,76	1,01
	Iskolai végzettsége	3,71	1,15
	Szexuális orientációja	3,71	1,36
Harmadik csoport	A könyvek, amiket szeret	3,68	1,23
	A helyek, ahova elutazott	3,64	1,23
	A zenei stílus, amit szeret	3,59	1,18
	Testi adottságai	3,58	1,08
	A társadalmi osztály, amelyhez tartozik	3,49	1,14
	Az öltözködési stílusa	3,40	1,09
	Vásárlási szokásai	3,21	1,18
	A helyek (például színház, kocsmá), amiket látogat	3,18	1,34
	A vallás, amit követ	3,15	1,51

Identitásklaszterek

Az általános tendenciák leírását követően különböző identitáscsoportok létrehozására tettünk kísérletet. Ennek érdekében kétlépcsős klaszterelemzést végeztünk, amely során először K-központú nem hierarchikus

klaszterezési eljárás segítségével nagyszámú klaszterstruktúrát hoztunk létre.⁴⁰ Ezt követően pedig – a klaszterközpontokon futtatott – hierarchikus klaszterelemzéssel határoztuk meg az optimális klaszterszámot. Az eljárás során először minden egyes csoportot külön klaszterként határoztuk meg; ezt követően pedig a Ward-módszer segítségével vontuk össze úgy az egyes klasztereket, hogy az ennek révén létrehozott klaszteren belül a szórás a lehető legminimálisabb mértékben növekedjen. Ezt az eljárást egészen addig folytattuk, amíg jól elkülönülő csoportokat nem kaptunk. Az eljárás eredményeképpen tehát összevontunk a centroidokat és ezek felhasználásával, hoztuk létre a végső klasztereket.

A klaszterek jellemzői

Az eljárás eredményeképpen öt klasztert különítettünk el, amelyeket a baumann metaforák által inspirálva neveztünk el, a vonatkozó 2. táblázatban pedig klaszterenként azt a tíz identitáselemet jelenítettük meg, amelyek az átlagosnál szignifikánsan fontosabbak voltak az adott klaszter tagjai számára.⁴¹ Ez alapján elmondható, hogy az első klaszterbe tartozók számára különösen fontos az állampolgársággal (magyarsággal), nemzetiséggel és tágabb régióval (Európával) való azonosulás. Mindemellett kiemelten fontos identitáskonstituáló tényező számukra a párkapcsolat, a család és a barátok, illetve az olyan személyes élmények, mint az utazások, a fontos döntések, az életben elért eredmények és a látogatott internetes oldalak. Ezek alapján elmondható, hogy a klaszter identitásában szimultán jelennek meg az egyéni – individuális tapasztalatokból és kapcsolatokból eredő –, illetve a kollektív – nemzeti és regionális kötődésre épülő – identitáselemek. Ezzel összhangban a klasztert *átutazóknak* neveztük el.

A második csoport számára kiemelten fontos a vallás, a nemzetiség, az állampolgárság, a regionális kötődés, a lakóhely, a munka, a család, a párkapcsolat és a politikai orientáció. Vagyis a klaszter tagjai számára első-

⁴⁰ Vö.: Miskolczi–Kollár 2019; Peterson et al. 2017.

⁴¹ A változókat először duplán centrálóztuk – vagyis először vettük a változóhalmaz értékeinek a megfigyelési egységek átlagától vett különbségét, majd második lépésben a változók saját átlagaitól vett különbségét (Füstös–Kozjek–Gulyás 2017), ezután klaszterenként a tíz legmagasabb értékű változót jelenítettük meg (vö.: Miskolczi [é. n.]).

sorban azok a kollektív – általános fogalmak révén megragadható – identitáselemek a fontosak, amelyek révén megalapozhatják életüket. Éppen ezért a csoport *zarándokok* nevet kapta.

A harmadik klaszter tagjai számára a meghatározó identitáselemek közé tartozik a sportcsapattal, vallással, politikai nézetekkel, internetes oldalakkal, filmekkel/sorozatokkal és vásárlási szokásokkal való azonosulás. Azaz a csoport számára az elsődleges identitáskonstituáló tényezők közé a különböző materiális vagy éppen immateriális fogyasztási szokások tartoznak, így a klaszternek a *fogyasztók* nevet adtuk.

A negyedik klaszterbe tartozók számára az egyéni döntések, ismeretek, eredmények, problémák és élmények azok, amik kiemelten fontosak. Emellett jelentős számukra a család, a barátok és a párkapcsolat is. Így elmondható, hogy a csoporttagok identitása elsősorban az – általános fogalmakkal le nem írható – egyéni élmények és kapcsolatok epizódjaiban érhető tetten. Ezzel összhangban a klasztert *turistáknak* neveztük el.

Végezetül az ötödik identitáscsoport tagjai számára kiemelten meghatározó tényezők közé tartozik az európaiság, a magyar állampolgárság, a nemzetiség, a lakóhely, de különösen fontos számukra a vallás, a társadalmi osztályhoz tartozás és a politikai orientáció is. Mindezeket túl az identitásuk alapvető elemei közé tartoznak a materiális (vásárlás) és immateriális (filmek, sorozatok, zene) fogyasztási szokások is. Összességében tehát elmondható, hogy a klaszter tagjai számára az elsődleges identitáskonstituáló tényezőket a különböző külső referenciapontok és általános fogalmak segítségével leírható címkék jelentik, amelyek mintegy előre gyártott keretet biztosítanak nekik. Ezzel összhangban a csoport tagjainak a *vagabundok* nevet adtuk.

2. táblázat: Az identitásklaszterek jellemzői

Átutazók	Zarándokok	Fogyasztók	Turisták	Vagabundok
Az, hogy magyar állampolgár	A vallás, amit követ	A kedvenc sportcsapata	Élete fontos döntései	Az, hogy európai
Nemzetisége	Nemzetisége	A vallás, amit követ	Amit a világról tud	Az, hogy magyar állampolgár
Párkapcsolata	Az, hogy magyar állampolgár	A politikai nézetei	Amit elért az életben	Nemzetisége
Az, hogy európai	Párkapcsolata	A helyek (például színház, kocsmá), amiket látogat	A könyvek, amiket szeret	A lakóhelye
A családja	Az, hogy európai	Az internetes oldalak, amiket látogat	A problémák, amelyekkel szembesült	A vallás, amit követ
A helyek, ahova elutazott	Szexuális orientációja	A filmek/sorozatok, amiket szeret	A helyek (például színház, kocsmá), amiket látogat	A filmek/sorozatok, amiket szeret

Átutazók	Zarándokok	Fogyasztók	Turisták	Vagabundok
Az internetes oldalak, amiket látogat	A politikai nézetei	Vásárlási szokásai	Párkapcsolata	A zenei stílus, amit szeret
Amit elért az életben	A munkája/ munkahelye	A zenei stílus, amit szeret	A barátai	A társadalmi osztály, amelyhez tartozik
A barátai	A családja	A helyek, ahova elutazott	Azok a dolgok, amiket kipróbált	Vásárlási szokásai
Élete fontos döntései	A lakóhelye	Nemzetisége	A családja	A politikai nézetei

A klaszterek szociodemográfiai jellemzői

Az egyes klaszterek bemutatását követően megvizsgáljuk, hogy a különböző identitáscsoportok milyen szociodemográfiai változókkal jellemezhetők. Hipotézisünk szerint ugyanis az eltérő élethelyzetű társadalmi csoportok eltérő identitásvariánsok iránt mutatnak affinitást. Ezt a felvetést azt eredmények (1. függelék) alapvetően alátámasztják, látható ugyanis, hogy jelentős eltérések vannak az identitásklaszterek demográfiai jellemzői között.

Az *átutazók* csoportban felülreprezentáltak a budapestiek, a középkorúak, az érettségivel rendelkezők, a férfiak, az ellenzéki szavazók, a valamilyen szellemi munkát végzők és a magasabb jövedelműek. Mindemellett kiemelkedően magas körökben azoknak az aránya, akik vallás-talanként aposztrofálják magukat; felülreprezentáltak a liberálisok, a baloldaliak, az életükkel inkább elégedettek és azok, akik úgy vélik, hogy az ország helyzete inkább negatív.

A *zarándokok* körében az átlagosnál nagyobb arányban vannak a községekben élők, a felsőfokú végzettségűek, a nők, a kormánypárti szavazók, a gazdálkodó és diplomához kötött szellemi munkát végzők és a kedvezőbb anyagi helyzetben élők. De hasonlóképpen felülreprezentáltak azok is, akik magukat vallásosnak tartják, konzervatívok, jobboldaliak, nemzetben gondolkodók, illetve akik kifejezetten elégedettek az életükkel és az ország jelenlegi helyzetével.

A *fogyasztók* között kisebb településeken élők, idősebbek, érettségivel nem rendelkező középfokú végzettségűek, férfiak, Fidesz–KDNP-szavazók, szakmunkások és alacsonyabb jövedelműek vannak az átlagosnál nagyobb számban. Mindemellett magas körökben a magukat inkább vallásosnak tartók, a konzervatívok, jobboldaliak, emberiségben gondolkodók és az ország helyzetével elégedettek aránya is.

A *turisták* körében felülreprezentáltak a nagyobb településeken (Budapesten és megyeszékhelyeken) élők, a fiatalabbak, a diplomások, a diplomához kötött szellemi foglalkozásúak, az ellenzéki szavazók és a magas jövedelműek. Emellett a klaszter tagjai az átlagosnál szignifikánsan nagyobb arányban tartják magukat vallástalannak, liberálisnak és emberiségben gondolkodónak, illetve kiemelkedően magas az ország helyzetével elégedetlenek aránya is.

Végezetül a *vagabundok* körében különösen magas az idősebbek, az alapfokú végzettségűek, a nők, a kormánypárti szavazók, a betanított munkások és a kifejezetten alacsony jövedelműek száma. Hasonlóképpen felülreprezentáltak a magukat vallásosként aposztrofálók, a konzervatívok, az emberiségben gondolkodók és azok, akik elégedetlenek az életükkel (érdemes megemlíteni, hogy a kifejezetten elégedettek aránya is magasabb az átlagosnál).

Az eredményeket árnyalandozó öt logisztikus regressziós modellt is felépítettünk (2. függelék), amely révén azt vizsgáltuk meg, hogy a szociodemográfiai tényezők milyen mértékben befolyásolják az adott klaszterbe tartozás valószínűségét. Mivel felvethető, hogy a különböző szociodemográfiai tényezők között is van kauzális kapcsolat (például végzettség és politikai preferencia), a változókat két lépésben vontuk be az elemzésbe. Első lépésben a „hagyományos” (nem attitűdjellegű) szociodemográfiai jellemzőket vontuk be a modellbe, második lépésben pedig a preferencia- vagy éppen attitűdjellegűeket.

Az eredmények szerint az *átutazó* csoportba tartozás valószínűségét a hagyományos rétegtképző változók mindössze 3 százalékban (Nagelkerke R négyzet) határozzák meg, és pusztán a jövedelem (magasabb) és az életkor (fiatalabb) fejt ki szignifikáns hatást. Az attitűdjellegű tényezők bevonását követően a modell magyarázó ereje 23 százalékra nő, a legmarkánsabb hatást pedig a vallásosság (vallástalan) fejt ki.

A *zarándokok* esetében a klasszikus szociodemográfiai tényezők magyarázó ereje hasonló (2 százalék), itt azonban minden vizsgált változó szignifikáns hatást fejt ki. A legmarkánsabbat az életkor (idősebb), majd a jövedelem (magasabb), aztán településtípus (kisebb) és a végzettség (magasabb), végezetül pedig a nem (nő). Az attitűdváltozók bevonása ebben az esetben is jelentős mértékben (18 százalékra) növeli a modell magyarázó erejét. A legmarkánsabb hatást itt is a vallásosság (vallásos) fejt ki.

A *fogyasztók* klaszterbe tartozás esélyét a nem attitűdjellegű változók 5 százalékban határozzák meg. A legmarkánsabb hatást a nem (férfi), majd a jövedelem (alacsonyabb), aztán az életkor (idősebb) és végül a végzettség (alacsonyabb) fejt ki. Az attitűdváltozók bevonását követően a vizsgált

modell 10 százalékban magyarázza a klaszterbe kerülés valószínűségét. A legmarkánsabb hatást továbbra is a nem (férfi) fejt ki, de jelentős mértékű befolyást fejt ki a vallásosság (vallásos) is.

A *turisták* esetében a hagyományos szociodemográfiai tényezők 18 százalékban befolyásolják a klaszterbe kerülés valószínűségét. A legmarkánsabb hatást az életkor (fiatalabb), az iskolai végzettség (magasabb) és a településtípus (nagyobb) fejt ki. De szignifikáns hatása van a jövedelemnek (magasabb) és a nemnek (férfi) is. Bár a hagyományos rétegtípusok változók ennél a csoportnál is jelentős befolyást gyakoroltak, az attitűdváltozók bevonását követően itt is jelentősen megnőtt a modell magyarázó ereje (34 százalék). Ugyan a legnagyobb hatást továbbra is az életkor gyakorolja, és továbbra is meghatározó a végzettség, de a vallásosság szintén kiemelkedő mértékben befolyásolja a csoportba kerülés valószínűségét. Mindezen túl hatása van az emberiségben gondolkodásnak és az országos helyzet megítélésének (kedvezőtlen).

Végezetül a *vagabund* klaszterbe kerülés esélyét 29 százalékban befolyásolják a hagyományos szociodemográfiai változók. A legjelentősebb hatást a jövedelem (alacsony), majd a nem (nő), az életkor (idősebb) teszi, de a végzettség (alacsonyabb) is markáns tényező. Az attitűdváltozók (a modell magyarázó ereje ebben az esetben is 29 százalék) közül egyedül az étellel való elégedettségnek (elégedetlen) van érdemi hatása.

Következtetések

Tanulmányunknak két elsődleges célja volt. Egyrészt arra vállalkoztunk, hogy feltárjuk a magyar társadalomban azonosítható identitástípusokat. Másrészt pedig arra tettünk kísérletet, hogy megvizsgáljuk, milyen kongruenciák figyelhetők meg az egyes identitástípusok és az eltérő élethelyzetek között.

Zygmunt Baumann fogalmi keretét felhasználva öt identitáscsoportot különítettünk el, ezek az: 1. *átutazók* (individuális tapasztalatokból és kapcsolatokból eredő – illetve kollektív – nemzeti és regionális kötődésre épülő identitás); 2. *zarándokok* (kollektív – általános fogalmakkal megragadható identitás); 3. *fogyasztók* (materiális vagy éppen immateriális fogyasztási szokásokkal leírható identitás); 4. *turisták* (általános fogalmakkal le nem írható – egyéni élményekre és kapcsolatokra épülő identitás); 5. *vagabundok* (különböző külső referenciapontok és az általános fogalmak révén konstituálódó identitás).

A különböző identitásalakzatok és eltérő élethelyzetek közötti affinitások kapcsán elmondható, hogy valóban megfigyelhetők együtt járások a tényezők között. Ez különösen két klaszternél jelenik meg markánsan: míg a *vagabund* (külső referenciapontokra és általános kategóriákra épülő) identitás jellemzőbb az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezőkre, a kevésbé kvalifikáltakra, a nőkre és az idősebbekre, addig a *turista* (egyéni élményekre, tapasztalatokra és kapcsolatokra fókuszáló) identitás inkább a fiatalabb, magasan kvalifikált, nagyobb településeken élők számára adekvát.

Mindezeket viszont árnyalja, hogy az identitás materiális élethelyzethez kötöttsége nem szükségszerű. Három olyan klasztert is találtunk, ahol ezeknek a tényezőknek a magyarázó ereje kifejezetten alacsony volt. A *zarándokok* és az *átutazók* esetében a legmarkánsabb tényezőnek a vallásossághoz fűződő viszony bizonyult. Míg előbbiekre a vallásosság kifejezetten magas, addig utóbbiakra a kifejezetten alacsony szintje jellemző. És bár nem ilyen markánsan, de a *fogyasztókra* is jelentős befolyása volt a vallásosságnak. Ez persze nem azt jelenti, hogy ezeket a kölcsönhatásokat nem orientálják materiális tényezők is. A *zarándokok* és *fogyasztók* esetében – a vallásosságban tetten érhető különbségek mellett – a nem és a jövedelem jelenti a legnagyobb különbséget. Vagyis bár mindkét klaszterben jelentős identitásformáló tényező a vallásossághoz fűződő viszony, azt, hogy ebből milyen explicit identitásalakzatok emergálnak, jelentős mértékben befolyásolják más tényezők is (például a jövedelem és a nem). Ezeknek a különböző kölcsönhatásoknak a feltárása további kutatásokat igényel.

Irodalom

A. Gergely, András 1996: *Kisebbségi tér és lokális identitás* (II.). Budapest, MTA PTI.

Assmann, Aleida 2012: *Introduction to Cultural Studies. Topics, Concepts, Issues*. Berlin, Schmidt.

Assmann, Jan 1999: *A kulturális emlékezet. Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Budapest, Atlantisz.

Bakk, Miklós 2005: *A politikai identitás ontológiai alapjai*. Kolozsvár, doktori értekezés.

Barna, Gábor 2011: Népi kultúra – nemzeti kultúra – nemzeti identitás. A népi kultúra szerepe a nemzeti kultúra és a magyar identitás megszerkesztésében. In Jankovics, József – Nyerges, Judit 2011: *Kultúra és identitás*. Budapest, Nemzetközi Magyarorságtudományi Társaság, 61–85.

Baumann, Zygmunt 1999: Turisták és vagabundok – A posztmodern kor hősei és áldozatai. *Lettre*, 35.

Bögre, Zsuzsa 2004: *Vallásosság és identitás – Élettörténetek a diktatúrában (1948–1964)*. Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.

Bruner, Seymour Jerome – Feldman, Fleisher Carol 1996: *Group Narrative as a Cultural Context of Autobiography. Remembering our Past. Studies on Autobiographical Memory*. Szerk.: Rubin, David C. Cambridge University Press, 291–317.

Castells, Manuel 2005: *Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra. I. A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat – Infonia Kiadó.

Csepeli, György 1984: *Nemzeti tudat és érzésvilág Magyarországon a 70-es években*. Budapest, Múzsák Közművelődési Kiadó.

Csepeli, György 1992: *Nemzet által homályosan*. Budapest, Századvég.

Deng, Francis M. 1995: *War of Visions: Conflict of Identities in the Sudan*. Washington, DC, Brookings.

Dessewffy, Tibor 1997: A kedélyes labirintus. Multikulturalizmus és posztkommunizmus. *Kritika*, 12. sz., 8–12.

Földes, Györgyi 2018: Identitás. In Kricsfalusi, Beatrix – Kulcsár Szabó, Ernő – Molnár, Gábor Tamás – Tamás, Ábel (szerk.): *Média- és kultúratudomány*. Budapest, Ráció, 92–108.

Fukuyama, Francis 2019: *Identity – Contemporary Identity Politics and the Struggle for Recognition*. London, Profile Books.

Fukuyama, Francis 2022: *Liberalism and Its Discontents*. London, Profile Books.

Füstös, László – Kozjek-Gulyás, Anett 2017: *Látens változó modellek*. Budapest, BCE–TEAM.

Hankiss, Elemér 1983: *Társadalmi csapdák/diagnózisok*. Budapest, Magvető Könyvkiadó.

Hidas, Zoltán 2015: Mindenek identitásától az identitások mindenségéig. 2000: *Irodalmi és Társadalmi Havi*lap, 2015: (8), 59–69

Hogg, Michael – Abrams, Dominic 1988: *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London, Routledge.

Ingelhart, Ronald 1997: *Modernization and Postmodernization*. Princeton University Press.

Inglehart, Ronald – Welzel, Christian 2005: *Modernization, Cultural Change and Democracy*. Cambridge University Press.

Kiss, Jenő 2017: Identitás és anyanyelv a magyarság történetében. *Magyar Tudomány*, 178. évf. 7. sz., 805–809.

Kollár, Dávid 2020a: A környezetvédelem és a posztmaterializmus szel-
leme. *Replika*, (114): 133–155.

Kollár, Dávid 2020b. A protestáns etika kémiája. *Replika*, (117–118):
273–284. <https://doi.org/10.32564/117-118.11>

Kollár, Dávid 2020c: Rend és deviancia. *Jel-kép*, 1.

Kollár, Dávid – Kollár, József 2017: Tulajdonságok nélküli társadalom.
Jel-kép, 3.

Kollár, Dávid – László, Tamás 2022: *Long torn by ill fate?* Kézirat.

Kollár, József – Déri, Krisztina 2011: *Vízen járni*. Budapest, Mentofak-
túra Kiadó.

Kollár, József – Miskolczi, Bernadett – Kollár, Dávid 2022: *Identitás és
életvitel*. Kézirat.

László, Tamás – Makay, Mónika 2021: A nemzeti büszkeség építőkövei.
Nemzeti identitás és történelemkép a magyar társadalomban. *Szociológiai
Szemle*, 31 (1) 87–115.

Macintyre, Alasdair 1999: *Az erény nyomában*. Budapest, Osiris.

Maszlóg, Fanni – Csoba, Judit 2019: Preserving traditions and moder-
nization. Identity patterns of three generations of Romani women. *Belve-
dere Meridionale*, 23: 4, 143–163.

Mead, George Herbert 1973: *A pszichikum, az én és a társadalom*. Buda-
pest, Gondolat Kiadó.

Miskolczi, Bernadett [é. n.]: *Mit ért valójában a UNDP fejlődés alatt és
miért fontos is ez?* Kézirat.

Miskolczi, Bernadett – Kollár, Dávid 2019: Az elvándorlás motivációi a felsőoktatásban és a szakkollégiumokban In Feledy, Botond (szerk.): *Mit adtak nekünk a szakkollégiumok? II.* Budapest, Társadalmi Reflexió Intézet, 99–119,

Murányi, István – Szoboszlai, Zsolt 2000: Identitásjellemzők a dél-alföldi régióban. *Tér és Társadalom*, 14. évf., 1, 27–49.

Pataki, Ferenc 1982: *Az én és a társadalmi azonosságtudat.* Budapest, Kossuth Könyvkiadó.

Péntek, János 2007: Nyelv és identitás a Kárpát-medencében. *Hitel*, 20. évf., 7. sz., 91–98.

Peterson et al. 2017: Merging K-means with hierarchical clustering for identifying general-shaped groups. *Stat*, 7. évf., 1. sz., 1–16. <https://doi.org/10.1002/sta4.172>

Romsics, Ignác 2008: Identitáspolitika és történelem. In Romsics, Ignác: *Történelem, történetírás, hagyomány.* Budapest, Osiris Kiadó.

Rosa, Hartmut 2010: *Theorien der Gemeinschaft.* Hamburg, Junius Verlag.

Smits, Ilse – Luyckx, Koen – Schwartz, Seth J. – Berzonsky, Michael D. – Soenens, Bart – Vansteenkiste, Maarten – Goossens, Luc 2008: Capturing ruminative exploration: Extending the four-dimensional model of identity formation in late adolescence. *Journal of Research in Personality*, 42, 58–82. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2007.04.004>

Stachel, Peter 2007: Identitás. A kortárs társadalom- és kultúratudományok egy központi fogalmának genezise, inflálódása és problémái. *Regio*, 18. évf., 4. sz., 5–33.

Taylor, Charles 1989: *Sources of the self.* Cambridge, Harvard University Press.

Taylor, Charles 2007: *Secular Age.* Cambridge–Massachusetts, Harvard University Press.

Toffler, Alvin 2001: *A harmadik hullám.* Budapest, Typotex Kiadó.

Trócsányi, László 2014: Alkotmányos identitás és európai integráció. *Acta Universitatis Szegediensis: acta juridica et politica*, 76. kötet, 473–476.

Weber, Max 2020: *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme.* Budapest, L'Harmattan.

Wehler, Hans-Ulrich 1998: *Die Herausforderung der Kulturgeschichte.* München, C.H. Beck.

Weiss, János 2020: A kisebbségi identástudat konstrukciói. In Daróczi, Enikő – Laczkó, Sándor: *Az identitás.* Budapest, Pro Philosophia, 224–232.

Függelék

1. függelék: A klaszterek szociodemográfiai jellemzői (korrigált standardizált reziduálisok⁴²)

		Átutazók	Zarándokok	Fogyasztók	Turisták	Vagabundok
Településtípus	Budapest	1,8	0,4	-3,7	3,2	-1,3
	Megyeszékhely	-0,4	-3,8	0,3	6,7	-2,4
	Város	0,4	-1,5	1,4	-1,7	1,5
	Község	-1,7	4,8	1,6	-7,0	1,6
Korkategória	18-29 éves	1,7	-8,8	-3,0	17,9	-6,9
	30-39 éves	3,6	-0,1	-6,0	13,3	-11,4
	40-49 éves	6,6	2,1	-4,6	7,3	-13,2
	50-59 éves	3,2	1,2	4,2	-3,9	-7,2
	60+ éves	-11,8	2,3	6,4	-22,6	29,0
Végzettség	Alapfokú vagy alacsonyabb	-9,0	0,8	1,3	-14,6	25,4
	Középfokú, érettségi nélkül	0,6	-2,4	9,5	-12,6	3,5
	Középfokú, érettségivel	4,9	-3,5	0	5,5	-8,0
	Felsőfokú vagy magasabb	1,6	5,7	-10,5	19,0	-16,5
Nem	Férfi	4,2	-3,6	10,5	2,1	-17,8
	Nő	-4,2	3,6	-10,5	-2,1	17,8
Politikai orientáció	Fidesz-KDNP	-10,9	13,8	10,8	-24,0	6,2
	Ellenzéki összefogás	10,9	-13,8	-10,8	24,0	-6,2
Munkajelleg	Még sosem dolgozott	-0,6	-1,3	0,7	1,4	0
	Gazdálkodó, őstermelő (mezőgazdaságban)	0,1	4,2	-0,7	-2,0	-2,3
	Fizikai munkát is végző kisvállalkozó (iparos, kereskedő)	1,5	0,4	1,4	-1,4	-2,7
	Szellemi szabadfoglalkozású	-0,9	0,8	-1,1	4,5	-3,5
	Egyéb vállalkozó	1,2	1,1	-1,7	2,1	-3,0
	Felső vezető (osztályvezető felett)	-1,4	0,9	-0,3	3,1	-2,5
	Középszintű vezető (osztályvezető)	0,7	1,6	-0,7	1,7	-3,9
	Alsó vezető (osztályvezető alatt)	-0,2	1,3	0	-0,4	-1,1

⁴² A korrigált standardizált reziduálisok (adjusted standardized residuals) a megfigyelt és a várható értékek közötti különbségeket mértékét mutatják. Ha az érték alacsonyabb, mint -2, akkor a megfigyelt esetek száma kisebb, mint a várt gyakoriság, ha pedig +2-nél nagyobb, akkor a megfigyelt esetek száma magasabb a várt gyakoriságnál (<https://www.ibm.com/support/pages/interpreting-adjusted-residuals-crosstabs-cell-statistics>).

		Átutazók	Zarándokok	Fogyasztók	Turisták	Vagabundok
Munkajelleg	Közvetlen termelésirányító („kékgalléros”, beosztottakkal, például művezető)	0,7	0,2	-0,2	-1,4	0,7
	Diplomához kötött szellemi foglalkozású	2,2	4,2	-8,4	12,9	-11,3
	Egyéb szellemi (diploma nélküli foglalkozású)	2,5	-1,1	-1,7	1,4	-1,0
	Szakt munkás (nem mezőgazdasági)	-0,5	-0,4	9,9	-11,9	1,0
	Betanított munkás (nem mezőgazdasági)	-2,9	-3,7	1,5	-7,8	15,2
	Segéd munkás (nem mezőgazdasági)	-1,8	-0,1	-0,4	-4,3	8,0
	Mezőgazdasági fizikai	0	-0,7	-1,0	-2,5	5,2
	Közmunkás	-2,2	0,1	0,7	-3,0	5,1
	Diákmunkás	0,1	-5,4	-3,4	14,0	-4,3
Vallásosság	1 (vallástalan)	28,2	-21,0	-15,0	14,8	-4,9
	2	13,8	-10,4	-6,8	10,5	-6,7
	3	5,5	-7,4	0,4	5,4	-4,0
	4	-3,6	0,8	4,7	-2,3	-0,4
	5	-12,0	9,7	6,5	-6,3	0,9
	6	-12,4	13,2	4,4	-7,0	0,5
	7 (vallásos)	-20,3	16,0	6,7	-14,5	12,5
Liberális-konzervatív	Liberális	4,9	-7,7	-2,6	5,9	0,8
	-2	1,2	-3,6	-4,8	11,4	-3,4
	-1	2,1	-3,8	-3,0	8,5	-3,2
	0	5,2	-3,9	-3,7	6,6	-4,0
	1	0,6	0,4	-0,1	0,1	-1,3
	2	-2,3	5,1	1,6	-4,3	-1,2
	Konzervatív	-9,3	10,4	8,3	-17,9	7,4
Baloldali-jobboldali	Baloldali	4,1	-7,4	-1,9	2,5	4,2
	-2	1,7	-2,9	-2,6	7,1	-2,7
	-1	3,2	-4,3	-4,1	10,1	-4,0
	0	6,7	-6,4	-6,8	14,6	-7,0
	1	0,2	2,3	-1,3	2,0	-3,6
	2	1,1	6,8	-2,1	-3,3	-3,6
	Jobboldali	-11,6	9,6	11,8	-21,0	9,1
Nemzetben gondolkodó – emberiségben gondolkodó	Nemzetben gondolkodó	-4,1	9,5	7,3	-13,8	-1,6
	-2	-0,5	5,0	0,7	-3,6	-2,8
	-1	1,2	3,0	-2,1	1,1	-3,8
	0	3,5	-0,3	-0,3	0	-3,6

Nemzetben gondolkodó - emberiségben gondolkodó		Átutazók	Zarándokok	Fogyasztók	Turisták	Vagabundok
	1		4,9	-4,5	-1,7	5,2
2		1,5	-2,2	-2,5	8,5	-5,2
Emberiségben gondolkodó		-2,2	-7,4	-3,2	5,7	10,6
Jövedelem (forint)	30 000 vagy kevesebb	-1,7	-2,4	1,0	-2,0	6,1
	30 001 - 60 000	-2,1	-3,1	1,6	-3,4	8,2
	60 001 - 90 000	-5,2	-1,6	0,2	-6,0	14,9
	90 001 - 120 000	-5,6	-0,4	-0,1	-7,3	15,8
	120 001 - 150 000	-5,2	0,8	1,7	-6,0	10,0
	150 001 - 200 000	-1,7	-0,3	3,3	-4,2	2,7
	200 001 - 250 000	1,4	-0,5	3,0	-2,0	-3,1
	250 001 - 300 000	2,0	0,5	1,9	-0,1	-5,7
	300 001 - 400 000	4,3	-1,4	0,5	5,1	-9,8
	400 001 - 500 000	3,7	2,6	-2,7	4,9	-9,6
	500 001 - 600 000	2,5	0,9	-2,5	6,5	-8,0
	600 001 - 700 000	3,1	0,3	-3,7	6,3	-6,1
	700 001 - 800 000	1,5	1,5	-3,0	3,9	-4,0
	800 001 - 900 000	0,9	1,1	-3,2	5,3	-3,9
	900 001 - 1 000 000	2,4	-0,1	-2,6	2,3	-1,9
	Több mint 1 000 000	1,2	1,6	-3,8	5,8	-4,8
Az ország helyzetének megítélése	Határozottan jó irányba tart	-8,0	7,3	6,5	-12,0	5,4
	Inkább jó irányba tart	-5,2	9,5	6,0	-13,5	1,2
	Is-is, jó és rossz is bizonyos tekintetben	1,1	1,0	-0,8	-2,5	1,4
	Inkább rossz irányba tart	6,0	-6,8	-3,9	11,0	-5,9
	Határozottan rossz irányba tart	5,1	-10,6	-7,6	15,6	0
Élettel való elégedettség	1 Elégedetlen	-0,9	-1,1	-1,2	-1,7	6,4
	2	-1,9	0,5	-1,1	0,6	2,6
	3	0	-2,1	-0,7	0	3,7
	4	-1,4	-2,7	0,2	2,2	2,5
	5	-3,6	-1,9	1,0	-1,4	7,4
	6	-0,7	-3,6	0,8	4,2	-0,4
	7	3,3	-2,7	-0,2	3,7	-4,7
	8	3,8	1,0	-0,7	0,2	-5,6
	9	-1,1	4,8	-0,4	0,1	-4,4
	10 Elégedett	-2,3	4,9	0,7	-7,5	4,3

2. függelék: Klaszterbe kerülést befolyásoló tényezők – logisztikus regresszió

	Változók	Átutazók		Zarándokok		Fogyasztók		Turisták		Vagabundok	
		Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)
1. modell	Milyen településen lakik Ön?	1,59	0,96	19,84	1,15	2,78	1,05	22,17	0,83	3,64	0,92
	Kor	19,59	0,88	38,11	1,20	16,15	1,11	218,92	0,62	81,30	1,59
	Végzettség	0,97	0,96	13,46	1,16	11,86	0,88	68,97	1,58	30,65	0,73
	Nem	1,18	0,93	7,27	1,19	127,00	0,50	6,77	1,23	97,74	2,77
	Kérem, sorolja be a háztartás átlagos havi összbevételeit a megfelelő kategóriába.	39,21	1,08	20,57	1,06	17,73	0,95	5,08	1,03	155,88	0,76
2. modell	Milyen településen lakik Ön?	4,17	1,08	3,59	1,07	0,01	1,00	2,74	0,93	4,79	0,90
	Kor	4,77	0,93	8,02	1,09	6,18	1,07	171,85	0,63	75,26	1,57
	Végzettség	2,74	0,92	16,25	1,19	8,63	0,89	68,26	1,66	24,23	0,75
	Nem	1,92	1,11	3,25	1,14	136,48	0,47	1,59	1,12	93,40	2,77
	Kérem, sorolja be a háztartás átlagos havi összbevételeit a megfelelő kategóriába.	21,82	1,07	27,00	1,07	15,33	0,95	6,07	1,04	130,20	0,78
	Mennyire tartja magát vallásosnak egy hétfokú skálán, amelyen az 1-es jelentése, hogy vallástalan, a 7-es jelentése pedig, hogy vallásos?	548,76	0,60	332,50	1,42	82,91	1,16	92,07	0,80	8,24	1,07
	Ha most vasárnap lennének a parlamenti választások, és csak az alábbiak közül választhatna, kire szavazna?	2,30	0,83	1,88	0,85	2,05	0,86	7,41	1,45	0,72	0,87
	Konzervatív	0,11	0,99	9,97	1,06	0,04	1,00	9,90	0,93	0,04	1,00
	Jobboldali	1,21	0,98	0,29	0,99	3,17	1,03	7,76	0,93	0,52	0,98
Emberiség	4,34	0,97	12,38	0,95	0,77	0,99	29,17	1,13	1,90	1,03	

	Változók	Átutazók		Zarándokok		Fogyasztók		Turisták		Vagabundok	
		Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)	Wald	EXP (B)	Wald	EXP(B)	Wald	EXP (B)
2. modell	Mindent egybevetve, összességében mennyire elégedett jelenlegi életével?	7,41	1,06	0,00	1,00	0,00	1,00	1,78	0,97	13,16	0,92
	Összességében Ön szerint ma Magyarországon inkább jó, vagy inkább rossz irányba mennek a dolgok?	0,83	1,04	3,63	0,93	0,30	0,98	20,78	1,26	1,41	0,94
Hatás-nagyság	Nagelkerke R négyzet -1	30%		2%		5%		18%		29%	
	Nagelkerke R négyzet -2	231%		18%		10%		34%		29%	