

Bauer Béla – Déri András – Miskolczi Márk
*Kultúrafogyasztási szokások
átrendeződése
a Covid19-pandémia idején*

Bevezetés

Jelen tanulmány a kultúrafogyasztással összefüggő, főbb hazai tendenciákat ismerteti a SARS-CoV-2 vírus által okozott világjárványt megelőző és annak során végzett empirikus kutatási eredmények alapján. A kultúrafogyasztást vizsgáló kutatások számos lehetséges értelmezési keretet felvetnek, akár az intézményes és szakpolitikai környezettel, akár az egyének kultúrához való viszonyával kapcsolatban.

A következőkben elsősorban utóbbival foglalkozunk, azonban az intézményes környezetre is utalunk, különösen azért, mert a Covid19 vírus okozta pandémia jelentős intézményes változásokat hozott a kultúrafogyasztás lehetőségeivel összefüggésben is. Tanulmányunkban röviden tárgyaljuk a kultúrafogyasztáshoz kapcsolódó alapfogalmakat, majd bemutatjuk a közelmúltban lefolytatott empirikus kutatások legfontosabb eredményeit. Első elemzésként a Századvég Alapítvány 2017–2018-as adatfelvételét ismertetjük, amely a pandémia előtti kultúrafogyasztási szokásokról ad átfogó képet. Ezt követően a Covid19-pandémia kultúrára gyakorolt hatásainak nemzetközi értelmezéseit tárgyaljuk.

A továbbiakban a korábban még nem publikált adatsorokat használva a pandémia kultúrafogyasztásra, annak bizonyos aspektusaira gyakorolt hatását vizsgáljuk a KTI (Közlekedéstudományi Intézet Nonprofit Kft.) és a Századvég 2021-ben készült adatfelvétele alapján.

A tanulmány zárófejezetében a Covid19-pandémiát megelőző, illetve a világjárvány alatt lefolytatott kutatásokat ismertetve rámutatunk a legfontosabb szokásváltozásokra, a kultúrafogyasztás új, domináns irányaira, a jövőbeli kutatási lehetőségekre.

Szakirodalmi áttekintés

Jelen fejezetben néhány releváns elmélet mentén azon gondolatmenet felvázolása a célunk, amellyel a klasszikus és az általunk alkalmazott definíciók különbségei elméletileg és egy empirikus kutatás mentén értelmezhetők. Kiindulópontként a kultúra fogalmát értelmezzük, először tágabb, antropológiai értelemben, majd a szűkebb témánkhoz kapcsolódó szociológiai megközelítésben, amely témánk fókuszához közvetlenül kapcsolódik.

A kultúra korábban az egyéni képességekkel kapcsolódott össze: „A középkorban az eredeti jelentést az emberi képességekre is kiterjesztették: a kultúra egy személyes képesség lett, amelyet fáradhatatlan erőfeszítés és kemény munka árán lehetett elérni. A francia, a német és az angol is magába integrálta ezt a jelentést, először egyéni, majd közösségi értelemben is. Így lett a kultúra a civilizáció szinonimája.”¹

A kultúrába annak antropológiai értelmezése szerint beleértünk mindent, ami a társadalom tagjai számára lehetővé teszi, hogy a nagyrészt közösen értelmezett világban élve egymás számára érthető módon cselekedjenek.²

A kultúra szociológiai értelmezésének egyik központi alakja Pierre Bourdieu, aki a kulturális tőke definícióját fogalmazta meg. Anélkül, hogy Bourdieu tőkeelméletét részletesen ismertetnénk, annyit érdemes jelezni, hogy a tőke a francia szociológus értelmezése szerint felhalmozásból vagy elsajátításból álló munka eredménye. Meghatározó tanulmányában megkülönböztet gazdasági, kulturális és társadalmi tőkét.³ A kulturális tőke három formában létezhet:

- 1) bensővé tett, a szervezet tartós készségének formájában,
- 2) tárgyasult állapotban (kulturális javak, például könyvek, képek formájában), továbbá
- 3) intézményesült állapotban (titulusok, okiratok formájában).⁴

Ez a meghatározás segíthet elméletileg is megalapozni kutatásunk témáját és annak elemzési szempontjait. A következőkben alapvetően

¹ Szántó Diana: *Introduction to culture theories from an anthropological point of view*. Idézi: Udvarhelyi 2007.

² Márkus 2017.

³ Bourdieu 1997.

⁴ Uo.

a tárgyasult kulturális tőke kiterjesztett értelmezéséből indulunk ki, amennyiben kulturális objektumnak tekintjük a megvalósuló kulturális eseményeket, hiszen azok értelmezése is az inkorporált kulturális képességek függvénye, azonban az önmeghatározás és az izlés kérdéseinél fontos szerepet kap az inkorporált kulturális tőke dimenziója is.

A bourdieu-i értelmezés alapján tehát alapvetően olyan társadalmi produktumokat vizsgáltunk, melyeknek befogadása és értelmezése a társadalmilag elsajátított tudások minőségével függ össze, legyen az (a szó hétköznapi értelmében vett) magas- vagy tömegkultúra.

„Abból a feltételezésből indulok ki, hogy a primér kulturális fogyasztás mögött olyan transzferek húzódnak meg, amelyek determinisztikus kapcsolatban vannak az elsődleges tényezőkkel, értem ez alatt a családi és intézményesített szocializációt és annak hatásait. Az, hogy az adott pillanatban ki mit fogyaszt kulturálisan, több tényező együttes eredménye. Mit is jelent ebben a láncolatban a kulturális transzfer? Olyan kölcsönös, egymásra ható értékátadást, amely befolyásolja az egyén érdeklődését, érzékelését és érzékenységét. Ezt az értékátadást a továbbiakban 4É-nek nevezzük. A generációs értékátadásnak vertikális és horizontális formái is vannak. Míg az első, tehát a vertikális generációs transzfer esetében időben elnyúló, hosszú folyamatról beszélünk, a horizontális transzfer lehet pillanatnyi; úgy is fogalmazhatnánk, hogy divatszerű. Az empirikus szociológia hagyományos módszereivel nehezen leírható mindaz, ami ebben a térben az elmúlt két évtizedben történt, hiszen a hagyományosnak tartható kulturális helyszínek szerepe – az informatika és az erre ráépülő kultúrafogyasztás hatására – csökkent. Így csupán azoknak a kulturális tereknek a vizsgálata, ahol a *face to face* jellegű befogadás és értékátadás történik, nem ad magyarázatot önmagában arra, hogy az átadható kulturális transzfer a személyes offline kapcsolatra épül, vagy átveszi részben vagy teljes mértékben a helyét a személyes interakciókat nem igénylő online tér.”^{5,6}

A kulturális terek és transzferek kortárs vizsgálata tehát alapvetően kapcsolódik a digitális terekhez, amennyiben a kultúrateremtés és -fogyasztás szinterei egyre nagyobb jelentőséggel duplikálódnak, replikálódnak és hozzák létre magukat az online térben. A Covid19 miatti

⁵ Bauer 2019, 44.

⁶ Bauer 2019.

pandémiás helyzet különös relevanciát ad a kultúrafogyasztás online vonatkozásainak vizsgálatához.

A következőkben egy olyan kulturális teret vizsgálunk, melynek produktumai a társadalmi egyenlőtlenségek rendszerében is értelmezhetők, amennyiben az inkorporált kulturális tőke mentén annak szimbolikus kifejezői, a szocializáció során elsajátított tudások és a habitus befolyásolja a részvétel minőségét és mennyiségét. Ugyanakkor fel kell figyelni arra a jelenségre is, hogy a városi kultúra alapvetően a fogyasztásra épül, míg a rurális kultúra önmegvalósító, teremtő jellegű.⁷ Megközelítésünk szerint a kultúrafogyasztás mintázatainak értelmezéséhez elengedhetetlenül szükséges megismerni a pandémia előtti jellemzőket is. Mivel tanulmányunkban más-más adatforrásokból, más-más módon operacionálisan adatfelvételekből származó eredményeket mutatunk be, a közvetlen összehasonlítás helyett csupán tendenciákat tudunk kiolvasni az adatokból, ez szükségessé teszi, hogy a részletesebb elemzést kronológiai rendben mutassuk be.

A 2017–2018-as kutatás részletesebb bemutatását az is indokolja, hogy az a kultúrafogyasztás témakörében páratlanul jelentős volt: mind a kutatás elemszáma, mind a kérdések részletessége kiemelten értékessé teszi az adatokat. Emellett feltételezhető, hogy a kultúra szerepével kapcsolatos társadalmi attitűdök kevésbé változtak, mint a konkrét kultúrafogyasztási szokások.

A kultúrafogyasztás tendenciái Magyarországon a Covid19-pandémiát megelőzően

A Századvég Politikai Iskola Alapítvány 2017. november 16. és 2018. január 13. között közvélemény-kutatást végzett a felnőtt magyar lakosság körében, amelynek során 53 077 véletlenszerűen kiválasztott felnőtt korú személy bevonására került sor. A kvantitatív, telefonos (CATI⁸) adatfelvételi módszerrel készült kutatás legfontosabb eredményeit az alábbiakban ismertetjük.

⁷ A fogalom értelmezésében szerepet játszik a forráshiány, illetve az, hogy ez a kultúramegközelítés – jellemzően – elsődlegesen a lokális térben értelmezhető.

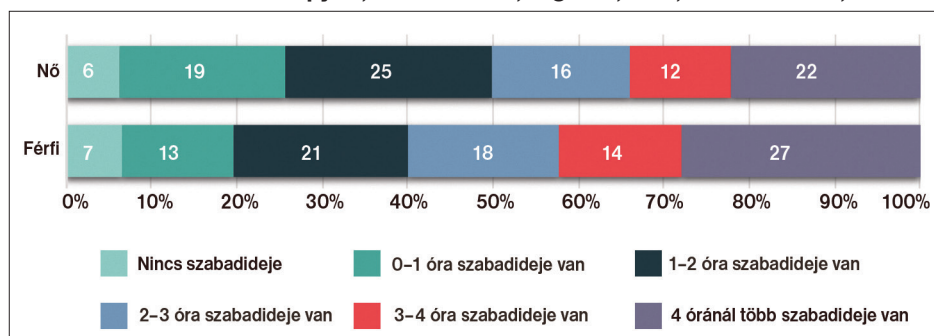
⁸ Computer Assisted Telephone Interviewing.

Szabadidő-eltöltési szokások

A kultúrafogyasztás alapkérdése, hogy van-e, és ha igen, mennyi szabadon felhasználható ideje van az állampolgároknak. A kérdés értelmezendő a munkanapokra és külön a hétvégére, amikor – többnyire – az emberek szabadon felhasználható idejét kevéssé a munkavégzés / iskolába járás általános, megszokott ritmusa határozza meg.

1. ábra: Meg tudná-e mondani, hogy mennyi szabadideje marad egy átlagos napon a munka, a tanulás, a háztartási és a ház körüli munkák elvégzése után?

(Társadalmi nem alapján, n = 49 992, sig = 0,000, Cramer'V: 0,112)



FORRÁS: SZÁZADVÉG 2018

A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a magyar társadalom mintegy 6-7 százalékának – saját bevallása szerint – egyáltalán nincs szabadideje egy átlagos munkanapon, további 16 százaléka pedig legfeljebb egy órát tud szabadon eltölteni hétfő és péntek között. Minden negyedik ember tehát minimális időt tud önmagára és a családjára fordítani hétköznapokon. Kissé talán meglepő módon a kérdezettek körében a leggyakoribb válaszkategória a *4 óránál több szabadideje van*, ami, mint majd későbbi elemzéseinkből kitűnik, alapvetően egy jól körülhatárolható társadalmi réteg válaszaiból adódik. A válaszok módusza (leggyakoribb értéke) 2 óra, míg a szélsőértékekre erősen reagáló átlag ebben az esetben 3,49 óra. Ha leválasztjuk a 16 óránál több hétköznapos szabadidővel rendelkezőket, akik egyébként túlnyomó többségében nyugdíjasok, illetve munkanélküliek, a napi átlagos szabadidő mennyisége valamelyest csökken, 3,17 órára, a válaszok módusza ugyanakkor nem változik, továbbra is 2 óra marad.

A hétvége a munkanapokhoz képest a szabadidő mennyiségében igen eltérő képet mutat. Ugyan a szabadidővel egyáltalán nem rendelkezők

aránya 2 százalékponttal csökken, viszont a jelentős mennyiségű idővel gazdálkodók aránya nagyságrenddel emelkedik. Tízből hat fő azt jelezte, hogy szombaton és vasárnap átlagosan több mint 4 órája van, amelyet tetszés szerint pihenéssel vagy szórakozással tölthet. Ez pedig már a kultúrafogyasztás szempontjából is jelentős, mérhető és kalkulálható idő.

Érdeemes megvizsgálni, hogy milyen szociokulturális és szocioökonómiai jellemzők mentén írható le a hétköznapi és a hétvégi szabadidő, már csak azért is, mert a szakirodalom és a kutatási tapasztalatok szerint a kulturális fogyasztás alapját épp ez a tényező képezi. A férfiak hétköznapi lényegesen több szabadidővel rendelkeznek, mint a nők, s az aktív korúaknak van a legkevesebb szabadidejük. Végzettség szerint a szakmunkás végzettségűek és az érettségizettek a leginkább elfoglaltak, míg az alapfokú végzettségűeknek van a legtöbb szabadideje.

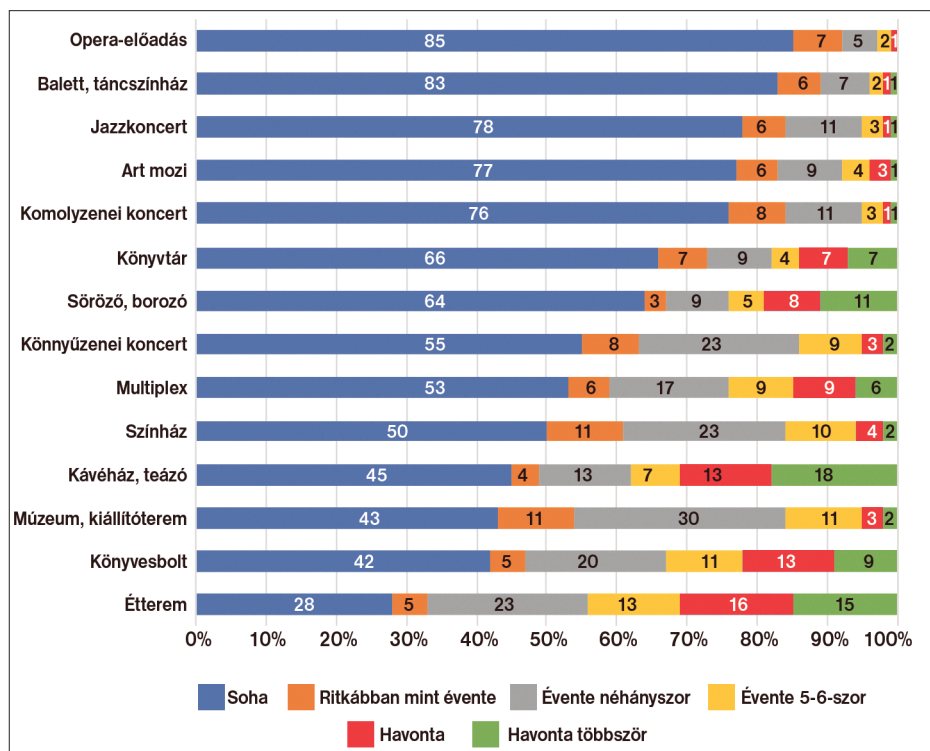
Függetlenül attól, hogy hétköznapról vagy hétvégéről beszélünk, a magyar társadalom döntő többsége az otthonát jelöli meg a szabadidő-eltöltés helyszínének. Olyan nagy az otthoni szabadidő-eltöltés túlsúlya, hogy hétköznapi egyetlen más kategória sem éri el a 10 százalékot. Hétköznapi meglehetősen ritkán hagyják el otthonukat a magyar társadalom tagjai, de ha mégis, akkor leginkább rokonokhoz, barátokhoz látogatnak el. Szociodemográfiai szempontból kiemelendő, hogy a nők nagyobb arányban töltik otthon hétköznapi a szabadidejüket, a nyugdíjasokhoz viszonyítva a fiatalok körében pedig háromszor magasabb azok aránya, akik barátaiknál töltik.

A magyar társadalom többsége hétköznapi és hétvégén is olvasással, valamint tévénézéssel tölti a szabadidejét. 10 százalék körüli említést ért el a számítógépezés és egy sajátos kategória, a *semmi különöset, csak úgy elvagyok*. Minden más szabadidő-eltöltési mód 10 százalék alatti vagy még annál is kevesebb említést kapott. Hétvégén a helyzet annyiban módosul, hogy a társas interakciók gyakorisága jelentősen növekszik. Az ún. passzív tevékenységek hétvégi leértékelődésével párhuzamosan növekedett az ún. társas aktivitások szerepe, ami már csak azért is érdekes, ellentmondásos, mert az előző kérdésnél – hol tölti a szabadidejét? – minden társadalmi csoportban az „otthon” volt a legtöbb válaszadó által jelölt kategória.

A magas- és tömegkultúra szerepe

A kutatás rámutatott arra is, hogy a kulturális fogyasztást illetően a szórakoztató műfajok iránti kereslet dominál (2. ábra).

2. ábra: Általában milyen gyakran jár Ön a következő helyekre? (százalékban, kerekítve, n = 53 077)



FORRÁS: SZÁZADVÉG 2018

A hagyományos értelemben vett magaskultúrához tartozó műfajok (art mozi, balett, opera, komolyzenei koncert), úgy tűnik, a társadalom 1–2 százalékát tudják rendszeresen, azaz havi gyakorisággal megszólítani. Még a multiplex és a hagyományos mozik látogatottsága sem kifejezetten magas, hiszen a 18 éven felüliek 6 százaléka jelezte, hogy havonta többször, további 9 százaléka pedig havi gyakorisággal jár nem art moziba. A magyar társadalom 12 százaléka tekinthető a vizsgált 14 kulturális tér fogyasztása alapján kulturálisan teljesen passzívnak. Ezek a személyek soha semmilyen kulturális teret nem látogatnak, tehát még étterembe, kávézóba, könyvesboltba sem járnak. A magyar társadalom 31 százaléka legalább ötféle teret legalább havonta látogat.

Az alapfokú végzettségűek, az önmagukat az alsó osztályba sorolók, az alacsony jövedelműek, a 60 éven felüliek és ezzel párhuzamosan a nyugdíjasok kulturális fogyasztása jóval átlag alatti, leginkább ők azok, akiket

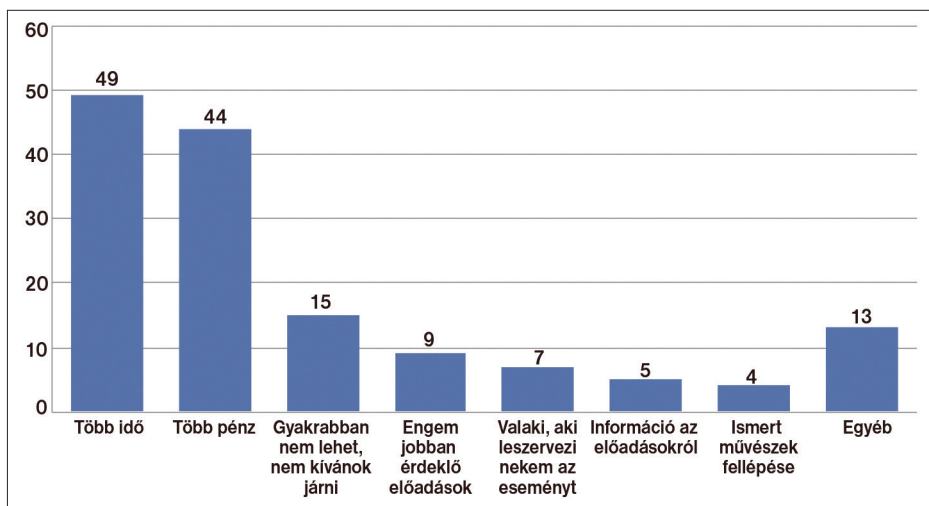
kulturálisan passzívnak nevezhetünk. Ezzel szemben minél magasabban képzett, minél magasabb a jövedelme, minél fentebb helyezkedik el a társadalmi ranglétrán – és minél fiatalabb – valaki, annál valószínűbb, hogy a fogyasztása az átlagos értéket lényegesen, statisztikailag releváns módon fogja meghaladni.

A kulturális fogyasztási szokások rögzülésével kapcsolatban kiemelendő, hogy a kulturális intézmények gyerekkori látogatása sokkal nagyobb arányban történt iskolai szervezésben, mint családdal. Minél magasabb iskolázottságú a kérdezett, annál valószínűbb, hogy volt gyermekkorában, illetve diákkorában múzeumban, színházban és komolyzenei koncerten egyaránt. Minél exkluzívabb, minél inkább az ún. magaskultúrához tartozik egy intézmény, annál valószínűbb, hogy a családi, szülői szocializáció fog a későbbi fogyasztásban szerepet játszani. Ezekben az esetekben a családi kulturális „transzmissziós szíj” érvényesül jobban.

A kultúrafogyasztást gátló tényezők

Azok között, akik el tudják képzelni az intenzívebb kultúrafogyasztást, leginkább a pénz- és az időhiány jelent gátló tényezőt (a válaszadók 44, illetve 49 százaléka számára – 3. ábra), azonban a kérdezettek szűk tizede nem talál érdeklődésének megfelelő programot.

3. ábra: Mi kellene ahhoz, hogy a jelenleginél gyakrabban járjon kulturális intézményekbe? (Két válasz adható – százalékban, kerekítve)



FORRÁS: SZÁZADVÉG 2018

Az egyéb válaszok közül kiemelendő az egészségi állapot, a teljes minta 5 százaléka ugyanis ezt is említette. Feltételezhető ezáltal, hogy ez egy erőteljesen körvonalazható indok lehet a kultúrafogyasztás korlátozására, különösen, hogy az akadálymentesség hiányát az összes válaszadó további 1 százaléka említette.

A társadalom többsége egyetért azzal, hogy az anyagi terhek sokakat gátolnak a kultúra fogyasztásában: a kérdezettek majd 40 százaléka teljesen egyetértő választ adott, további 18 százalék részben egyetértett, és csupán 16 százalék azoknak az aránya, akik részben vagy egyáltalán nem értettek egyet. Régiók szerint a Budapesten és a Nyugat-Dunántúlon élők a legkevésbé érzik magukat korlátozva ilyen téren (3,59, illetve 3,61-es átlagos értékekkel; az 5-ös érték jelenti a teljes egyetértést az anyagi terhek meglétére vonatkozó állítással), míg Észak-Magyarország és az Észak-Alföld a leginkább (3,82-os átlagaikkal).

A kulturális produktumok megítélése

A válaszadók szerint a kulturális produktumok feladata a szórakoztatás. Az erre vonatkozó állítással átlagosan 4,2-es mértékben értettek egyet egy ötfokú skálán, a válaszadók mindössze 6,6 százaléka adott legalább részben egyet nem értő választ. A bourdieui értelemben vett felső osztályi ízlés⁹ (azaz a kultúra nem instrumentális szemlélete) leginkább Budapesten érvényesül, de még ott is 4,05-os átlagot tapasztaltunk.

A válaszadók majdnem negyede egyértelműen úgy érzi, hogy a kulturális produktumok neki szólnak, összesen majdnem kétötödük legalább részben magáénak érzi a kulturális színtér szolgáltatásait. Ezzel együtt a minta harmada legalább részben úgy véli, hogy nem találják meg őt a kulturális produktumok, a kulturális szolgáltatások sokkal inkább a műveltebb közönséget célozzák meg. A középosztályi mentalitás attitűdformáló szerepe tetten érhető a kulturális depriváció szempontjánál, amennyiben a legnagyobb szakadék a munkásosztály és az alsó középosztály között van: a hagyományosan középosztály-centrikus kultúrpolitika egyúttal Budapest-központú is, itt a legalacsonyabb a kimaradás érzése.

Magas a koncertek műveltséget terjesztő feladatával való egyetértés: 4,15-os átlaggal jellemezhető (itt már 7,2 százalék az egyet nem értők aránya, de 50,5 százalék a teljesen, további 24,2 százalék a részben egyetértőké). A kultúrára való szocializáció, úgy tűnik, a nők számára értelmeződik

⁹ Bourdieu 1979.

fontosabb feladatként, illetve az idősebbeknek: a 18–29 évesek átlagos egyetértése az országos átlag alatti (3,94), ami főleg a diákok meglehetősen kevésbé egyetértő attitűdjével függ össze (3,82-os átlagos egyetértés). Ez valószínűleg az iskolához, tanuláshoz fűződő negatív tapasztalatok következménye lehet inkább, mint valamiféle absztrakt művészeti eredményé.

A népesség valamivel nagyobb része a mozikat preferálja a színházakkal szemben. A mozik szórakoztató jellegét feltételező állítással (amely így, megfogalmazásából adódóan, elősegíthette az ezzel egyetértő válaszok felé tolódást) 32 százalék nem értett egyet, 36 százalék igen, egyharmadnyian a középű értéket jelölték, a színház mozinál nagyobb fokú személyességével azonban a legtöbb válaszadó (85 százalék) legalább részben egyetértett. A mozit a legidősebbek és különösen a fiatalok preferálták inkább, illetve a községekben élők, míg Budapest egyértelműen színházpárti többségű.

Válaszadóink 5 százaléka jelezte, hogy egyáltalán nincsenek hagyományos könyvei, a legtöbb kérdezettnek egy és száz kötet közötti a könyvtára. Az ezer példány feletti könyvtárral bírók (legalábbis erről beszámolók) a populáció 8 százalékát teszik ki. A magasabb végzettség több könyvet kódol: még az érettségizettek és a diplomások között is igen nagy szakadék van a könyvek számát illetően: míg a diplomások majdnem ötöde, addig az érettségizetteknek csak 8 százaléka rendelkezik ezernél több kötettel. A válaszadóink többsége (64 százalék) legfeljebb öt könyvet olvasott el az elmúlt évben, ebből a teljes minta több mint negyede egyet sem. Tíznel több könyvet válaszadóink bő ötöde olvasott, további 14 százalék 6–10-et.

A rendszeres olvasók között jócskán felülreprezentáltak a nők: 12 százalékuk olvasott húsznál több könyvet, szemben a férfiak szűk tizedével; s minél kisebb egy település, annál jellemzőbb az olvasás teljes hiánya az ott élőknel. A végzettség komoly befolyással van az olvasási szokásokra: a legtöbbit a diplomások olvasnak: csupán 7 százalékuk számolt be arról, hogy egyetlen könyvet sem olvasott, 18 százalékuk viszont húsznál is többet. A jelenleg tanulók is rendszeres olvasók, csak tizedük jelezte, hogy egy könyvet sem olvasott az elmúlt évben. A válaszadóink nagy többségének nincs elektronikus könyve, akiknek van, legnagyobb részben 10-nél kevesebbről számoltak be. A teljes minta négyötöde egyetlen e-könyvet sem olvasott az elmúlt évben, és elenyésző azok aránya, akik ötnél többet olvastak elektronikus formátumban – a teljes minta 7 százalékát sem teszik ki. Vagyis az e-könyv-olvasás még az erre képes eszközökkel rendelkezők esetében sem gyakori. Szemben a hagyományos könyvekkel, e-könyveket inkább a férfiak olvasnak (szűk negyedük, a nőknél ez csak 17 százalék). Az e-könyv-olvasás értelmiségi, nagyvárosi és a fiatal korosztályra jellemző tevékenység.

Kultúrafogyasztás a Covid19 idején – nemzetközi kitekintés

A pandémiás helyzet egy kulturális váltást hozott, ami a hagyományos normalitás megváltozásához vezetett. Déri András és Szabó Andrea (2021) ezt aszteroidahatásnak nevezték. A szerzők állítása szerint a koronavírus-járvány, az azzal együtt járó lezárások és szociális szeparáció egy kataklizmatikus esemény, exogén sokk, amelyet érdemes aszteroidahatásként definiálni: „A pandémia ugyanis, egyrészt, érdemben változtatta meg a társadalmi szokásokat, azaz a kulturális értelemben vett normalitást, másrészt olyan traumatikus folyamatokat indíthatott el (például elmagányosodás, szorongás, társadalmi feszültség, más anomikus folyamatok felerősödése, esélyegyenlőtlenségi problémák drámai kitüremkedése), amelyeknek hosszú távú hatásai vannak az egész társadalomra.”¹⁰

A kulturális javak keletkezésének, áramlásának és hasznosulásának szerkezete is elmozdult a járvány miatti lezárások hatására. A blogoszféra, a tartalommegosztók, a fájlcsere-oldalak (legyenek azok zenei, könyves, fotós vagy más tartalmak) a médiaüzletág hagyományos modelljeit hívják ki, s még egyértelműbben jelzik, hogyan csúszik egymásba nemcsak a fogyasztás és a termelés, hanem a fogyasztók és a termelők világa is. Tíz éve nem csupán az elmélete, de a gyakorlata is markánsan formálódik a részvételi múzeum és a részvételi könyvtár koncepciójának. Egyre többet hallunk a művészetvezérelt részvételi folyamatokról,¹¹ részvételi színházról¹² vagy partícipatív dizájnról: megszületett a részvételi kultúra paradigmája – még akkor is, ha sokak számára egyelőre csak az a megélt ez irányú tapasztalat, hogy az értékelő- és ajánlórendszerek miként teszik közösségivé a kultúra élményét is.

A digitális publikációk, virtuális múzeumi séták, letölthető színházi előadások mint kulturális események korábban is megjelentek a világhálón, a közösségi együttlét pandémia teremtette korlátozása okán 2020-ban és 2021-ben a kultúra produktumainak – például a könyvnek, a színháznak, a koncertnek – a közönséggel való találkozásai áttelepültek az online térbe, ez az extrém helyzet a szélesebb közönség számára is utat nyithatott az aktív hálózati kapcsolatok felé.¹³

¹⁰ Déri–Szabó 2021, 4–27, 12–13.

¹¹ Koh 2015.

¹² Jouteur 2017.

¹³ Chatzichristodoulou et al. 2022.

A kultúrafogyasztás terén tapasztalt változásokhoz természetesen kontextusként ismerni kell az intézményrendszer változásait is. Az első, 2020 tavaszán beállt szigorú lezárások a művészet, szórakoztatás és szabadidős tevékenységek ágazatát érintették a leginkább negatívan az Európai Unióban: 2020 első negyedévében az ágazat mind a bruttó hozzáadott érték, mind a ledolgozott munkaórák tekintetében a legnagyobb mértékű csökkenést (6 százalékpont) regisztrálta.¹⁴ A legtöbb ágazatban szintén megfigyelhető volt a munkavállalói jövedelem és a foglalkoztatottak számának csökkenése, de kisebb mértékben, ami a vállalatok és alkalmazottaik kompenzálására szolgáló többféle kormányzati támogatási rendszert tükrözi. Ez a kimagaslóan negatív teljesítmény a második negyedévre is jellemző volt.

A kultúripar lehetőségeit kétfelé kell bontani. Egyrészt a lezárások alatti teljes időszak, amely mind a tartalom előállítását, mind a közönséghez való eljuttatását megnehezítette, és tulajdonképpen csak a digitális kulturális tartalmak tekintetében nyitott ki lehetőségeket akár az üzleti modellek, akár a kulturális produkciók előadása terén. A részleges nyitások és korlátozások időszaka már némi visszarendeződést is lehetővé tett, ez azonban még mindig csak kevesebbek számára jelentett hozzáférést (a társas távolságtartás és az alapvető bizalmatlanság miatt is), ami a fizetett kulturális tartalmak visszaeséséhez vezetett, és a szektor dolgozóinak bizonytalan léthelyzetét erősítette tovább. A bizonytalan léthelyzet ellenére 2020-ban nem figyelhetünk meg egységesen csökkenő tendenciát a kultúriparban dolgozók számában: noha az EU27 országaiban egy kisebb csökkenés volt megfigyelhető 2019-ről 2020-ra, a közép-európai régióban nem voltak ilyen egyértelmű tendenciák (1. táblázat).

1. táblázat: A kultúrában foglalkoztatottak aránya a teljes foglalkoztatottsághoz képest évenként, százalékban

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Csehország	3,8	3,9	3,7	4,1	3,9	3,7	3,6	3,9	4,0
Magyarország	3,7	3,9	3,7	3,6	3,3	3,4	3,6	3,9	3,6
Ausztria	4,0	4,2	4,0	4,1	4,1	4,2	4,2	3,8	4,0
Lengyelország	3,2	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,3	3,3	3,3
Románia	1,6	1,4	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6	1,4	1,4
Szlovákia	2,6	2,2	2,5	2,5	2,9	2,8	2,9	2,8	2,9

FORRÁS: EUROSTAT, CULT_EMP_SEX 2021

¹⁴ European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies Directorate-General for Internal Policies 2021.

Mint a társas környezet számos vonatkozásában, a kultúrához való hozzáférés terén is az egyenlőtlenségek növekedése volt tapasztalható az intézmények szintjén is (a független, kisebb intézményeket érintette érzékenyebben a válság). Emellett új fogyasztói szokások is kialakulhattak: részben természetesen a digitális forrásokra való jelentősebb támaszkodás (akár a korábban is létező streaming szolgáltatások révén, akár a kulturális intézmények kényszerű innovációi által). A növekvő igény azonban nem mindig eredményezett fizetési hajlandóságot (noha az idézett tanulmány¹⁵ erről nem ír, feltehetően e téren is előnyben voltak a nagyobb, intézményesebb kulturális szolgáltatók).

Már a fentiek is mutatták, hogy a kultúrafogyasztás nemcsak kínálati, hanem keresleti oldalról is kényszerűen átalakult. Ehhez képest viszonylag kevés részletesebb kutatás van a témában. Egy, az Egyesült Királyság 16 évnél idősebb polgáira reprezentatív, online kutatássorozat első felvételekor, 2020 április–májusában azt találta, hogy a népesség 11 százaléka nézett online felvett színházi, koncert- vagy táncelőadást gyakrabban, mint korábban, 36 százalék esetében ez nem változott, 24 százalék azonban ritkábban tett ilyet, mint korábban. Megjegyzendő, hogy a kérdés többi eleménél is minden esetben nagyobb arányban válaszolták, hogy ritkábban fogyasztottak a digitálisan hozzáférhető média más típusaiból, így ez nem kiugró jelenség.¹⁶

Az is kiderült azonban, hogy a britek szintén nagyjából bő tizede nézett online felvett előadást a kérdés előtti héten (érdekes, hogy ez az első hullámokban, április–májusban még magasabb volt, 17-19 százalék, mint az adatfelvételt lezáró hullámokban: 2020 novemberében már csak 10 százalék jelezte ezt). Hasonló számban (az utolsó adatfelvétel során, novemberben 12 százalék) jelezték, hogy az elmúlt héten festményeket és fotográfiákat tekintettek meg online.¹⁷

Mindezek alapján azt mondhatjuk, az emberek megértették annak szükségességét, hogy minimalizálni kell a vírusnak való kitettség kockázatát azáltal, hogy a fizikai távolságtartást lehetővé tevő eseményeken vesznek részt. Másrészt van egy második lehetséges reakció is, a nem részvétel általában. Néhány előadó-művészeti ág, például a színház esetében az általános tendencia volt a lakosságon belül a nem részvétel. Ezért a korlátozások vagy a kockázatok minimalizálásához szükséges különböző

¹⁵ Uo.

¹⁶ PEC 2020a.

¹⁷ European Parliament 2021.

feltételek a meglévő hátrányokhoz adódtak hozzá. Következésképpen néhány kulturális esemény szenvedett e két tényező halmozódása miatt: a zárt tér és a közönség „tradicionális” távolmaradása.¹⁸

A pandémia hatásai a magyar kultúrafogyasztásra

A Századvég Konzorcium 2021. július 5. és augusztus 17. között húszezer fős telefonos kutatást (CATI) végzett a magyarországi felnőtt lakosság körében. A kutatás véletlenszerűen kiválasztott személyek megkérdezésével készült, a minta a legfontosabb szociodemográfiai ismérvek (nem, életkori csoportok, legmagasabb befejezett iskolai végzettség, lakhely településtípusa, valamint régió) mentén reprezentatív a felnőtt korú lakosságra nézve. Az adatfelvétel egyik célja az volt, hogy feltárja a hazánkban élők kultúrafogyasztáshoz való viszonyát.

Szabadidő-eltöltési szokások

A 2. táblázatban látható kérdés alapján a kultúrafogyasztást tudjuk árnyalni, noha ez inkább általános, a habitusra és a kulturális önképre vonatkozó információkkal szolgál.

A kérdés bináris módon vizsgálta a kultúrafogyasztás és szabadidő-eltöltés különböző formáit. Azaz nem derül ki, hogy az adott tevékenység végzése milyen gyakoriságú, így feltételezhető, hogy a válaszokat a tényleges szokások mellett a normatív elvárások is meghatározhatták, és akik számára az önképhez fontosabb a kultúrafogyasztás, nagyobb valószínűséggel adhattak ilyenről számot.

Az adatokból jól kivehető, hogy az első hét kategória – melyek egyébként a szűkebb értelemben vett kultúra fogyasztását kódolják – közül a koncertjárás és a könyvesboltok látogatása a leggyakoribb (a válaszadók kb. negyedére jellemző). Ezzel ellentétben az operába járásról alig 5 százaléknyi válaszadó számolt be, így biztosan állítható, hogy az opera egy nagyon szűk társadalmi kör érdeklődési köréhez tartozó kulturális kifejezőmód. Látványos továbbá – és minden bizonnyal a vírushelyzettel is összefüggő tapasztalat –, hogy más szabadidő-eltöltési módok közül a természetjárás és kirándulás egészen kiemelkedően a legnépszerűbbnek

¹⁸ Pálici (szerk.) 2021.

bizonyult (a válaszadók bő fele megjelölte), és népszerűségben csak a fürdők és wellnessek látogatása közelítette meg; a válaszadók bő harmada ezt (is) megjelölte. Látható tehát, hogy a vírushelyzet belföldi turizmust felpörgető hatása a szabadidő-eltöltési szokások percepcióját, az arról való beszámolást is nagyban befolyásolhatta.

**2. táblázat: Függetlenül a járványhelyzettől, a következők közül Ön hova szokott járni kisebb-nagyobb rendszerességgel?
Több választ is megjelölhet! – a válaszok megoszlása**

Válasz	Százalék	N (összesen: 12 951)
Opera	4,7%	592
Kocsmá	12,6%	1004
Könyvtár	14,8%	932
Sportesemény (nézőként)	16,2%	969
Szórakozóhely	18,0%	187
Kiállítás, múzeum	22,4%	897
Színház	23,3%	1159
Koncert	24,2%	504
Sportolni	24,6%	722
Könyvesbolt	25,1%	650
Mozi	29,0%	982
Fürdő, wellness	36,0%	1441
Természetjárás, kirándulás	52,6%	2103
Egyik sem	18,5%	740
Nem tudja	0,5%	19
Nem válaszol	1,3%	51

FORRÁS: SZÁZADVÉG-KUTATÁS (2021), SAJÁT SZERKESZTÉS

A kultúrafogyasztás egy normatív megközelítésével folytatjuk, mely során az előbb említett, szűkebb értelemben vett kultúrafogyasztás különböző dimenziói közül a könyvtárak, könyvesboltok, színházak, koncertek, opera és kiállítások látogatására koncentrálnak. Megnéztük, egy-egy válaszadónk ezek közül mennyit jelölt meg, így egy 0-tól 7-ig terjedő skálát kaptunk, ahol a hetes értékűek a kulturális mindenevők, akik széles körű kultúrafogyasztással jellemezhetők, míg az alacsony értékkel bírók a feltehetőleg alacsonyabb kulturális érdeklődésűek. Természetesen ez,

az adatfelvétel sajátosságaiból fakadóan, szükségszerűen „félrehordhat” kicsit, hiszen ha valaki naponta jár operába, és emellett más kulturális érdeklődése nincsen, az ezzel együtt is magas kulturális tőkével jellemezhető, elemzésünkben mégis a szűkebb kultúrafogyasztásúak kategóriájába esik. Ezzel együtt is feltételezhető, hogy a többféle fogyasztással jellemezhető a kulturális tőkeellátottság hagyományos megközelítésében valóban magasabb helyet foglalnak el.

A népesség relatív többsége a szűkre szabott kulturális fogyasztásban nem vesz részt. A válaszadók bő kétötöde egyetlen vizsgált kérdésben sem jelezte, hogy a tevékenységet kisebb-nagyobb rendszerességgel űzné. A kulturális mindenevők egy tulajdonképpen mérhetetlenül kicsi csoportot alkotnak, míg a másik végpont, az 1-2 típusal jellemezhető a népesség harmadát teszik ki. 3 vagy több típusú kulturális fogyasztásban a népesség szűk negyede vesz részt.

A kulturális produktumok szerepe a pandémia alatt

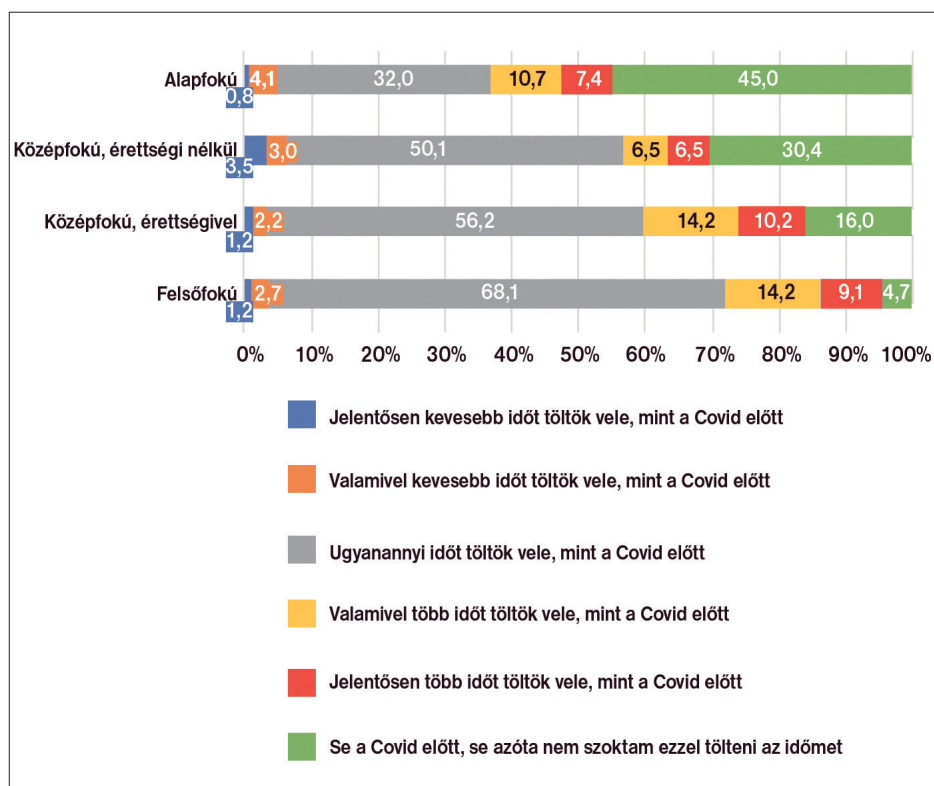
A továbbiakban a KTI SKFII Stratégiai és Koordinációs Központ Társadalomtudományi Kutatócsoport projektjének részeredményeit mutatjuk be. A kutatás keretében a magyarországi lakosságra nem, kor és lakóhely szerint reprezentatív mintavételre került sor, ezer fő telefonos (CAPI¹⁹) lekérdezésével. A kutatás eredményeire hivatkozva három fő szokásváltozásra hívjuk fel a figyelmet: könyvolvasási szokások (1), online streaming platformok használata (2), online kulturális eseményeken való részvétel (3).

Könyvolvasási szokások

A kutatás rámutatott, hogy a teljes minta 21 százaléka esetében a könyvolvasás iránti növekedő érdeklődés figyelhető meg, melyet a világjárvány hatásainak tudnak be a válaszadók (4. ábra). Az alanyok 12,2 százaléka valamivel több, 8,8 százaléka pedig jelentősen több időt tölt olvasással a pandémia előtti szokásaival összehasonlításban. A legnagyobb mértékben a közép- és felsőfokú végzettségűek jelezték, hogy többet olvasnak, mint korábban.

¹⁹ Computer Assisted Personal Interview.

4. ábra: Könyv olvasási szokások a Covid19-pandémia alatt (legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlás)



FORRÁS: KTI 2021

Szociodemográfiai ismérvek alapján kiemelendő, hogy a férfi válaszadók között továbbra is szignifikánsan alacsonyabb a könyvet olvasók aránya, ahogyan azt a pandémia előtt a Századvég által lefolytatott reprezentatív kutatás eredményeinél is megállapítottuk. 24 százalékuk sem a Covid19 előtt, sem pedig azóta nem szokta ezzel a tevékenységgel tölteni az idejét. Ez az arány jelentősen alacsonyabb a női válaszadók esetében (13 százalék).

Életkori kategóriák szerint a legnagyobb arányban a 18–29 éves korcsoport utasítja el a könyv olvasást a pandémiától függetlenül (26,2 százalék). Ez legkevésbé az 50–59 éves korcsoport körében jellemző (14 százalék). A világjárvány hatásait illetően az eredmények azt mutatják, hogy a 60 évnél idősebb korcsoport valamivel kevesebb időt tölt könyv olvasással a világjárvány kezdete óta.

Településtípus alapján a világjárvánnyal összefüggésbe hozható változás nem figyelhető meg a válaszadók körében a könyvolvasási szokásokat illetően. A könyvolvasás elutasításával kapcsolatban azonban látható, hogy a falun élő lakosság szignifikánsan kisebb arányban nyitott e tevékenységre (a falusi lakosság 24,4 százaléka egyáltalán nem olvas könyvet), míg ez a budapesti lakosság csupán 6,4 százalékára jellemző.

Régió szerint a könyvolvasás legkevésbé az észak-alföldi (30,3 százalék), valamint a dél-alföldi (25 százalék) régióban jellemző. Budapestet követően a legkisebb arányban az észak-magyarországi lakosság utasítja el a könyvolvasást mint szabadidős tevékenységet (15 százalék).

Életszínvonal alapján – önbesorolás szerint – az alacsony kategóriába sorolt válaszadók körében növekedett jelentősebb mértékben a könyvolvasás iránti nyitottság. A kategóriába tartozó válaszadók 6,7 százaléka valamivel több könyvet olvasott a Covid19-pandémia ideje alatt a korábbi szokásaihoz viszonyítva. Ugyanerre a kategóriára jellemző azonban, hogy a világjárványtól függetlenül a többi életszínvonalú kategóriához viszonyítva a legkisebb arányban nyitottak a könyvolvasásra (23,1 százalékuk egyáltalán nem olvas könyveket szabadidejében).

A társadalmi réteggel összefüggésben hasonló eredmények mutatkoznak. Az alsó osztály esetében a legkevésbé jellemző a könyvolvasás (52,4 százalékuk egyáltalán nem). Kiemelendő azonban, hogy a munkásosztály (6,8 százalék) és a középosztály (15,3 százalék) körében is valamivel magasabb a könyvolvasók aránya a Covid19-pandémia előtti időszakhoz viszonyítva.

Az aktivitással összefüggésben a tanuló/hallgató kategóriába sorolt válaszadók között növekedett szignifikáns mértékben a könyvolvasók aránya (25,6 százalék). A vizsgált egészségi szempontokkal összefüggésben nem találtunk releváns különbséget a válaszadók körében a könyvolvasási szokások alapján.

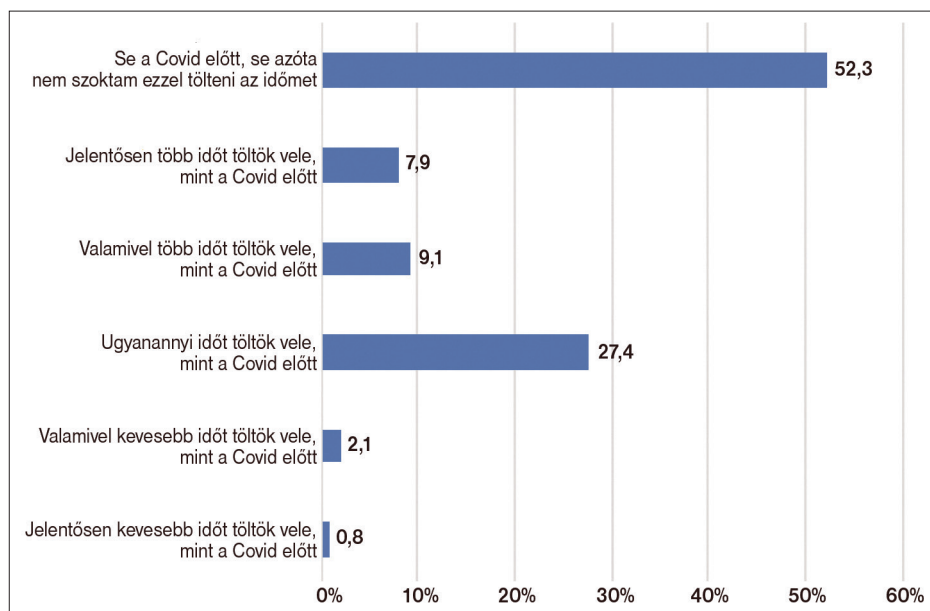
Az online streaming szolgáltatók szerepe

A kutatás keretében a legismertebb online streaming szolgáltatók (például: HBO Go, Netflix, Filmio) iránti nyitottságot is vizsgáltuk a Covid19-pandémia hatásaival összefüggésben. Az eredmények azt mutatták, hogy a teljes mintában inkább erősödött az online streaming felületek használata a világjárvány ideje alatt. A válaszadók 9,1 százaléka valamivel több, 7,9 százaléka pedig jelentősen több időt fordít erre a tevékenységre (5. ábra).

Nem szerinti megoszlás alapján szignifikáns kultúrafogyasztási különbségek nem észlelhetők e tekintetben.

Szignifikáns összefüggések azonosíthatók ugyanakkor a végzettség szerinti megoszlás alapján. Az alapfokú (65,6 százalék) és a középfokú végzettségű (érettségi nélkül) (62,7 százalék) alanyok utasítják el legnagyobb arányban a vizsgált tevékenységi kört. Ez legkevésbé a felsőfokú végzettségűekre (40,1 százalék) jellemző. A középfokú végzettségű (érettséggel) válaszadók körében növekedett legnagyobb arányban az online film- és sorozatmegosztó platformok használata (10,5 százalék).

5. ábra: Online streaming szolgáltatók használata a Covid19-pandémia idején (filmek, sorozatok megtekintése céljából – százalék)



FORRÁS: KTI 2021

Korcsoport szerinti megoszlásban egyértelműen látszik, hogy legkisebb arányban (30 százalék) a 18–29 éves korcsoport utasítja el a streaming felületek használatát. Kiemelendő továbbá, hogy ebben a korcsoportban növekedett szignifikánsan azok aránya, akik valamivel több (16,6 százalék) vagy jelentősen több (18,2 százalék) időt fordítanak e tevékenységre szabadidejükben. A 60 évesnél idősebbek túlnyomó többsége (77 százalék) a Covid19-pandémia előtt sem vett és azóta sem vesz igénybe online streaming szolgáltatásokat. További szignifikáns használati növekedés mutatkozik az 50–59 éves korcsoport körében. 3,7 százalékuk jelentősen több időt töltött az online streaming platformokon a pandémia ideje alatt.

Családi állapot szerint a hajadon/nőtlen válaszadók körében látható szignifikánsan erősödő érdeklődés a vizsgált platformok irányába (14,4 százalék). A családi állapot egyéb kategóriái szerint érdemi különbséget nem mutatnak az adatok.

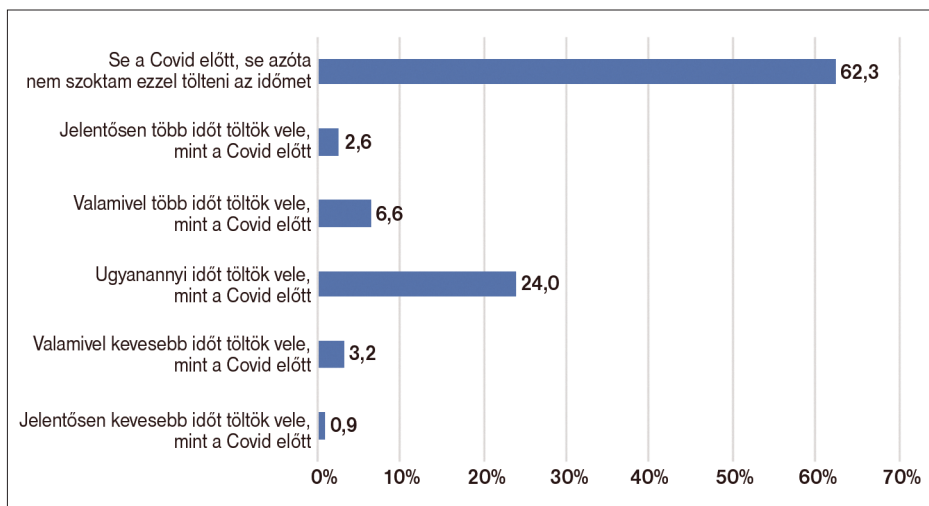
Településtípus alapján legkevésbé a falvakban lakó válaszadókra jellemző a streaming felületek használata (57,9 százalékuk elutasítja). Szignifikáns használati növekedés mutatkozik azonban a megyeszékhely kategóriájú településeken élők körében (13,2 százalék).

Régió alapján a kelet-magyarországi lakosság körében, életszínvonal alapján az alacsony életszínvonalúak (61,6 százalék) körében a legkisebb arányú a streaming platformok iránti érdeklődés.

Online kulturális események szerepe

A kutatás az online felületeken elérhető komolyzenei, világzenei és jazz-koncertek iránti keresletet is feltárta.

6. ábra: Online koncerteken való részvétel a Covid19-pandémia idején (%)



FORRÁS: KTI 2021

A kutatás rámutatott arra, hogy a teljes minta többsége (62,3 százalék) sem a Covid19-pandémia előtt, sem pedig a járvány ideje alatt nem vett részt ilyen szabadidős programokon (6. ábra). Kiemelendő, hogy az online koncertek iránt érdeklődő alanyok 24 százalékát nem befolyásolta a pandémia fogyasztási szokásaiban. A válaszadók 6,6 százalékára jellem-

zõ, hogy valamivel több időt fordított online koncerteken való részvételre; a tevékenységforma csupán a teljes minta 2,6 százaléka esetében vált jelentősebbé.

Nem, korcsoport és családi állapot szerinti megoszlás alapján szignifikáns különbség nem mutatkozott. Iskolai végzettség alapján a felsőfokú képesítéssel rendelkező alanyok 12,1 százaléka jelentősen több időt fordít az online koncerteken való részvételre. Végzettség szerint fontos hangsúlyozni, hogy az alapfokú képesítéssel rendelkező válaszadók túlnyomó többsége – a Covid19-pandémiától függetlenül – egyáltalán nem érdeklődik az online felületen elérhető koncertek iránt.

Társadalmi réteg alapján az alsó osztály (71,4 százalék) és munkásosztály (70,4 százalék) körében a legmagasabb az online zenei események elutasítása. A vizsgált tevékenységet illetően a legnagyobb nyitottság a középosztály (58,6 százalék) körében azonosítható.

Aktivitás alapján a foglalkoztatásban álló válaszadók körében növekedett legnagyobb arányban az online koncertek iránti igény (7,7 százalék). A nyugdíjas, valamint a hallgatói státuszúak között az arány szintén 5 százalék feletti. A munkanélküli alanyoknál a legalacsonyabb mértékben, de növekedett az igény a virtuális zenei események iránt.

Településtípust illetően a budapesti lakosoknál látható szignifikáns keresletnövekedés (13,3 százalék), valamint körükben a legnagyobb a járványtól függetlenül is az online koncertek iránti érdeklődés (54,3 százalék). Régió szerinti megoszlás alapján kiemelendő, hogy a dél-alföldi régióban jelentősen alacsonyabb az online koncertek iránti érdeklődés a többi magyarországi régió válaszadóival összehasonlításban. Életszínvonal alapján a legnagyobb mértékben az – önértékelés alapján – magas színvonalat fenntartó válaszadók körében (8,4 százalék) növekedett az érdeklődés, részvétel az online zenei események iránt.

A kulturális szokások változásának vizsgálata keretében az online platformokon zajló színházi programok szerepe is feltárássra került. A válaszadók többsége (69,8 százalék) sem a Covid19-járvány előtt, sem pedig azóta nem vett részt online színházi eseményeken. A teljes minta 10,7 százaléka azonban valamivel több (7,4 százalék) vagy jelentősen több (3,3 százalék) időt töltött online színdarabok megtekintésével.

A válaszadók életkor szerinti megoszlása alapján a 18–29 (3,7 százalék), a 30–39 (11 százalék) és a 40–49 éves korcsoport (11 százalék) körében egyaránt szignifikáns növekedés látható az online színházi programok irányába. Kiemelendő, hogy a 60 évesnél idősebbek körében a legalacsonyabb a nyitottság e tekintetben (76,7 százalékuk elutasítja a programlehetőséget).

Iskolai végzettség alapján az alapfokú képzéssel rendelkezők túlnyomó többsége (86,1 százaléka), az érettségi nélküli középfokú végzettséggel rendelkezők 80,1 százaléka nem nyitott az online színházi programokra. Legnagyobb mértékben a felsőfokú végzettségű alanyok körében látható nyitottság (42,6 százalék), noha az érdeklődők aránya ebben az esetben sem éri el az 50 százalékot.

Társadalmi réteg alapján az alsó osztályba tartozó alanyok 85,7 százaléka, a munkásosztály 79,6 százaléka, az alsó középosztály 65,9 százaléka nem nyitott az online színházi programlehetőségekre.

Társadalmi réteg alapján szignifikáns keresletnövekedés látható azonban a középosztály körében, ahol az alanyok 9,7 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a Covid19-világjárvány alatt jelentősen több időt töltött online színházi programokon való részvétellel.

Az aktivitás szerinti kategóriák szerint ebben az esetben is a foglalkoztatásban (18,8 százalék), valamint a hallgatói státuszban álló alanyok (10,3 százalék) nyitottabbak az online programlehetőségre.

Összegzés

A tanulmányban bemutatott empirikus kutatások rámutattak, hogy a kultúrafogyasztási szokásokra változó erősségekben, de szignifikáns hatást gyakorolt a Covid19-pandémia.

A járvány ideje alatt a fizikai aktivitást igénylő turisztikai termékek iránt erősödött leginkább a kereslet (a válaszadók bő fele megjelölte a kapcsolódó termékeket, például: természetjárás, kirándulás). Az eredményekben tehát a világjárvány belföldi turizmust felpörgető hatása a szabadidő-eltöltési és kultúrafogyasztási szokásokkal összefüggésben is tetten érhető.

Az eredmények arra is rávilágítottak, hogy a pandémia alatt erősödött a könyv olvasás iránti érdeklődés, mely a világjárvány közvetett hatásainak (például: korlátozó intézkedések, fizikai jelenlétet igénylő eseményeken való részvétel hiánya) tudható be. A változás legnagyobb mértékben a tanuló kategóriába sorolt válaszadókra jellemző. Kiemelendő ugyanakkor, hogy a nyugdíjas korcsoport valamivel kevesebb időt töltött könyv olvasással a világjárvány hatására, aminek okai az eredményekből nem egyértelműek.

A világjárvány hatására jelentősen erősödött az alternatív kultúrafogyasztást elősegítő platformok használata. Gyakoribbak lettek az online

platformokon elérhető élményszerzési lehetőségek (például: online színdarabok, zenei koncertek), valamint a korábban is széles körben elterjedt platformok (így filmek, sorozatok megtekintését szolgáló streaming szolgáltatók) iránti igény is erősödött. Kiemelendő, hogy a 18–29 éves korcsoport körében növekedett leginkább azok aránya, akik valamivel több vagy jelentősen több időt fordítanak streaming szolgáltatások használatára szabadidejükben.

Ugyanez a tendencia látható az online koncertek esetében is, melyek iránt a kereslet elsősorban a felsőfokú képesítéssel rendelkező alanyok körében erősödött.

Irodalom

Bauer Béla 2019: Kulturális transferek a társadalmi térben. *Korunk*, 5, 44–54.

Bauer Béla – Déri András 2011: Hálózathoz kötődve – a fiatalok online hálói. In Bauer Béla – Szabó Andrea (szerk.): *Arctalan nemzedék*. Budapest, NCSSZI, 283–292.

Bauer Béla – Déri András 2018 : Különbözőségek – generációs vagy társadalmi egyenlőtlenségek – a társadalmi tőke online összetevői. *Me.dok*, 1, 5–36.

Bauer Béla – Déri András – Miskolczi Márk 2021: *Viselkedési és fogyasztási szokások a Covid19 időszakában*. Kézirat. Közlekedéstudományi Intézet Nonprofit Kft. Stratégiai és Koordinációs Központ Társadalomtudományi Kutatócsoport.

Bourdieu, Pierre 1979: *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris, Éditions de Minuit.

Bourdieu, Pierre 1997: Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In Angelusz Róbert (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei*. Budapest, Új Mandátum.

Chatzichristodoulou, Maria – Brown, Kevin – Hunt, Nick – Kuling, Peter – Sant, Toni 2021: Covid-19: theatre goes digital – provocations. *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 18, 1, 1–6.

Déri András 2013: Generációk vagy egyenlőtlenségek – a társadalmi tőke online komponensei. In Molnár Katalin (szerk.): *Társadalom – Demokrácia – Szolidaritás. Tanulmánykötet Kozáry Andrea tiszteletére*. Budapest, L'Harmattan, 75–84.

Déri András – Szabó Andrea 2021: Generációs kihívás a poszt-Covid időszakban. *Szociológiai Szemle*, 31(4), 4–27.

European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies Directorate-General for Internal Policies 2021: *Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf) (Letöltve: 2022. 09. 26.)

Forgó Sándor 2017: Új médiakörnyezet, újmédia-kompetenciák. In uő. (szerk.): *Az információközvetítő szakmák újmédia-kompetenciái, az újmédia lehetőségei*. Eger, Líceum Kiadó.

Jouteur, Jean Benjamin 2017: *Théâtre participatif – Des maux en Actes*. [H. n.], Éditions Vie.

Koh, Jay 2015: *Art-Led Participative Processes: Dialogue and Subjectivity within Performances in the Everyday*. Helsinki, Academy of Fine Arts, University of the Arts Helsinki.

Közlekedéstudományi Intézet Nonprofit Kft. (KTI) [é. n.]: Viselkedési és fogyasztási szokások a Covid19 időszakában. Kutatási adatbázis használata a KTI engedélyével.

Márkus György 2017: *Kultúra, tudomány, társadalom. A kultúra modern eszméje*. Budapest, Atlantisz.

Pălici, Bogdan (szerk.) 2021: *Trends in the cultural consumption during the pandemic*. First edition. Bukarest, National Institute for Cultural Research and Training.

PEC 2020a: Digital Culture – Consumer Tracking Study, Wave 1. Policy & Evidence Centre. <https://cdn2.assets-servd.host/creative-pec/production/assets/publications/OCI-Covid-Week-9-FINAL.pdf> (Letöltve: 2022. 12. 07.)

PEC 2020b: Digital Culture – Consumer Tracking Study, Wave 9. Policy & Evidence Centre. <https://cdn2.assets-servd.host/creative-pec/production/assets/publications/OCI-Covid-Week-9-FINAL.pdf> (Letöltve: 2022. 12. 07.)

Századvég Alapítvány 2016: *A kultúra fogyasztásának változásai – stratégiai tanulmány*. Kézirat.

Századvég Alapítvány 2018: *Kultúrafogyasztás Magyarországon 2017(2018) – stratégiai tanulmány*. Kézirat.

Tufekci, Zeynep 2012: Social Media's Small, Positive Role in Human Relationships. *The Atlantic*, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/04/social-medias-small-positive-role-in-human-relationships/256346/> (Letöltve: 2022. 08. 29.)

Udvarhelyi Éva Tessa 2007: *Vándorok kultúrák között. Az interkulturális tanulásról külföldre készülő fiataloknak*. Budapest, Artemisszió.