

GLÓZER RITA – GULD ÁDÁM – MAKSA GYULA – NÉMETH BOGLÁRKA

Z NEMZEDÉK

Médiahasználat és kommunikációs szokások

Kérdések, módszerek

■ A Z generációt a legtöbb kutatás az ötödik ma élő korcsoportként határozza meg, amelyet időrendben megelőz a Csendes generáció, a Baby boomerek, az X generáció, az Y generáció; utána pedig az Alfa generáció következik.¹ A Z generációt hozzávetőlegesen az 1990-es évek elejétől/közepétől a 2000-es évek elejéig tartó időszakban született fiatalok képviselik. A korcsoport tagjai jellemzően idősebb szülők gyermekei, kis létszámú nukleáris családban nőnek fel, magas szintű oktatásban részesülnek, várható élettartamuk a korábbi generációkhoz képest jelentősen kitolódik. A nemzedék legfontosabb jellemzője, hogy tagjai „beleszülettek” a digitális forradalom világába, így különösen fogékonyak a technológiai újításokra. Ezt jól érzékeltetik a korcsoport egyéb ismert elnevezései, úgymint a „net generáció”, „digitális őslakosok”, „digitális bennszülöttek” vagy „bedrótzott nemzedék”. A Z generáció számára a hálózati kommunikáció szerepe elsődleges, kis túlzással azt mondhatnánk, hogy online élik az életüket. Jó technikai érzékkel bírnak, kimagasló problémamegoldó készségeik vannak, a figyelmüket könnyen megosztják, továbbá előnyben részesítik a képet és a hangot az írott szöveggel szemben. Ugyanakkor gyakran érzik magukat sikertelennek, magányosnak, kívülállóknak, s az ebből fakadó frusztrációk hatására sok esetben elszigetelődnek, szoronganak vagy depressziósak.²

A Pécsi Tudományegyetemen 2013 márciusában kutatási projekt indult a Z generáció néven ismert korcsoport átfogó vizsgálatát célozva. A



...a Z generáció tagjaira egyre ritkábban jellemző az aktív médiahasználat, vagyis az az idő, amit kizárólagosan egy médium használatának szentelnek.

TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV *Tudományos eredmények elismerése és disszeminációja* című kutatás egyik alprojektjében az egyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszéke a középiskolás-egyetemista célcsoport legfontosabb kommunikációs színtereit és formáit, médiahasználatuk sajátosságait térképezte fel. A *Fiatalok kommunikációjának megismerése* című kutatás során bővíteni, de főképp elmélyíteni igyekeztünk a fiatal generáció kommunikációs szokásaival kapcsolatos ismereteinket. A 2013-ban lezajlott kutatás kvalitatív megközelítéseket alkalmazott; a vizsgálat az úgynevezett „árnyék-kutatás” technikáit követte. A módszer azt az elvet tükrözi, hogy a lehető legcsekélyebb mértékben avatkozzunk be az adatközlők életébe, miközben arra törekszünk, hogy kommunikációs tevékenységeiket a lehető leghitelesebben dokumentáljuk. Ennek megfelelően a kutatás módszertanának kialakításakor a médianapló, az interjú és a kommunikációs gyakorlatokat vizuális formában rögzítő mentális térképek kombinálása mellett döntöttünk, és jelentős részben támaszkodtunk egy olyan németországi kutatás tapasztalataira, amely a médiahasználók kommunikációs hálózatait vizsgálja.³

Az említett módszerek segítségével árnyalt információkat kaphattunk a médiahasználat idejéről, helyéről, pontos módjáról és körülményeiről, és lehetőségünk nyílt a médiával kapcsolatos attitűdök rögzítésére is. A módszer további előnye, hogy alkalmas egy meghatározott médium (például csak a televízió vagy az internet) használatának vizsgálatára, és arra, hogy komplex médiahasználati trendeket, szokásokat tárjon fel, ahol az eszközök és a lehetséges felhasználási módok teljes spektrumát vizsgáljuk, azok összefüggéseiben. A vizsgálat során az adatközlők három csoportját különböztettük meg. Az általános mintát⁴ a kutatás esélyegyenlőségi modulja két speciális almintával egészítette ki, amelyben tizenhat állami gondozásban élő Z generációs⁵ és huszonkét roma fiatal⁶ jelent meg.

Az általános minta tapasztalatai

■ A vizsgálat általános mintájában dél-dunántúli fiatalok vettek részt. Egy egyetemi kutatószeminárium keretei között, megfelelő felkészítés után kommunikáció- és médiatudomány mesterszakos hallgatókat is bevonva a munkába, harminchárom dél-dunántúli, 15 és 19 év közötti középiskolással készítettünk egy-egy nagyjából másfél órás interjút, amely során az interjúalanyok értelmezték a saját médiahasználatukat rögzítő médianaplót. Az interjúhoz kötődően saját személyes kommunikációs hálózati, illetve médiahasználat-térképüket is megrajzoltattuk velük. Ezeknek a térképeknek a segítségével arra kerestük a választ, hogyan látják a középiskolások saját médiahasználatukat, mit emelnek ki abból, hogyan értelmezik azt. Az adatközlők valamivel több, mint kétharmada nő és valamivel kevesebb, mint egyharmada férfi volt. A középiskolások többsége a szüleivel élt, míg a diákok körülbelül egyharmada kollégiumban töltötte a hétköznapi napokat. Harmincnégy, 19–23 év közötti dél-dunántúli egyetemista médianaplóját is megvizsgáltuk, amelyet ugyan nem egészített ki interjú, viszont kommunikációs hálózati térképek igen. Az adatközlők valamivel kevesebb, mint kétharmada nő és valamivel több, mint egyharmada férfi volt. Nagy változatosságot mutatott a minta a szakokat tekintve: volt köztük közgazdász, jogász, általános orvos, mentőtiszt, építőmérnök, biológus, pszichológus és anglisztikát végző bölcsész is.

A kutatás kimutatta, hogy a Z generáción belül a média társaságában eltöltött idő többnyire 5-6 óra között alakul, de az átlagostól jelentősen eltérő példákat is találtunk. Az egyetemisták ennél néhány órával több időt szánnak a médiahasználatra, viszont a legszélsőségesebb eredmények a középiskolás korosztályban jelentek meg. Ők nemritkán napi 10-12 órás médiahasználatról számoltak be, hétköznapi napokon is. A

Z generáció által preferált médiaeszközöket látva feltűnő a mobilhordozók jelentősége. Ezek közül a telefon és az okostelefon a legnépszerűbbek, míg például a táblagépek jelenléte még mindig elhanyagolható. A mobilhordozók népszerűsége egyértelműen az internettel mint a legnépszerűbb kommunikációs platformmal hozható összefüggésbe. A hálózaton keresztül elérhető alkalmazások közül a közösségi oldalak, a videómegosztók, a játékok, a csevegőprogramok és a fájlmegosztók előnye behozhatatlannak tűnik. A klasszikus tömegmédiák sem szorulnak ki a Z generációsok napi rutinjából, de ezek szerepe jelentősen átértékelődik. A rádió és különösen a televízió a háttér- és párhuzamos médiahasználathoz köthető, azaz egyre ritkábban fordul elő, hogy a fiatalok figyelme kizárólag ezekre a médiumokra irányuljon. A rádiózás és a televíziózás mellett más tevékenységeket is végeznek (például étkezés, házimunkák, testedzés), vagy ezzel egy időben egy másik médiumot használnak, ami a legtöbb esetben a számítógép vagy a mobiltelefon. A rádióval és a televízióval szemben az újságok és a magazinok térvészése kézzelfogható.

A fent említett tendenciák jól tükrözik, hogy a Z generáció tagjaira egyre ritkábban jellemző az aktív médiahasználat, vagyis az az idő, amit kizárólagosan egy médium használatának szentelnek. Ha előfordul is, az aktív médiahasználat időtartama igen rövid, és ebben a kontextusban csak a telefon, a számítógép és időnként a televízió jelenik meg. Ezzel szemben a háttér-médiahasználat általános gyakorlattá válik, ennek legjellemzőbb esetei a zenehallgatáshoz társítható egyéb cselekvések: napi rutin, közlekedés, tanulás, kikapcsolódás, házi teendők. A zene-, illetve rádióhallgatás hol stimuláló, hol relaxációs, hol a magányt oldó, hol pedig – például a közösségi közlekedés esetében – éppen a privátszférát biztosító, tehát a mindennapi életben nagyon is pragmatikus használatát több napló és térkép is jelzi.

A Z generáció médiahasználatában szembevetendő a *multitasking* jelenség térhódítása. Multitaskingról beszélhetünk akkor, ha két különböző médium egyidejű használatára valósul meg (pl. televízió és mobiltelefon), amikor kettőnél több különböző médium együttes használatáról van szó (pl. televízió, mobiltelefon és számítógép), és amikor a párhuzamos médiahasználat ugyanazon az eszközön elérhető különböző felületeken valósul meg (pl. különböző számítógépes alkalmazások egyidejű futtatása). A jelenség az időtakarékossgal és a feladatok hatékonyabb szervezésével magyarázható, miközben messzemenő következményei vannak a figyelemkoncentráció és a figyelemmegosztás vonatkozásában.

Az eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a Z generációra fejlett médiatudatosság jellemző, bár a médiahasználatra fordított időt a többség jellemzően alábecsüli. A fiatalok általában kritikusan kezelik a médiából származó információkat, és tisztában vannak a média általános veszélyeivel. Ugyanakkor míg saját médiahasználati szokásaikat normálisnak, addig társaikét sok esetben túlzónak és ártalmasnak tartják. Végül fontos megemlíteni, hogy a korosztályt tudatos reklámkerülés jellemzi; médiahasználati szokásaik egyik meghatározó tényezőjévé válik, hogy olyan felületeket keresnek, ahol nem jelennek meg reklámok, vagy ahol a hirdetések valamilyen módon kiszűrhetőek. Talán ezzel is összefügghet a szülők világához tartozónak érzékelt televíziós médium naplókban nemegyszer felbukkanó kritikája – ennek vizuális megjelenítése az egyik térképen az áthúzott televízió-készülék ábrája.

A korcsoport médiahasználati szokásaiban jelentkező generációs sajátosságok lényeges összefüggést mutatnak azokkal a terekkel, ahol a médiahasználat zajlik. A legváltozatosabb médiahasználati módok az otthonhoz kapcsolódnak, ami összefüggésben áll a háztartások többségében megtalálható kommunikációs eszközök sokféleségével, illetve az otthoni környezetben eltöltött szabadidő által nyújtott lehetőségekkel. Az otthon vonatkozásában kitüntetett jelentősége van a saját szobának, amely a fiatalok esetében a médiahasználat központi színtere. A legtöbb

háztartásban itt valamennyi fontosabb médiaeszköz megtalálható, így a televízió, a számítógép, a laptop, a mobiltelefon és esetenként egy játékkonzol vagy hifiberendezés is. A saját szobában központi helyet foglal el a számítógép vagy a laptop, ami gyakran más médiaeszközökkel párhuzamosan üzemel. Míg a saját szoba terében a médiahasználat jellemzően magános tevékenység, addig ugyanez a lakás egyéb helyiségeiben – a nappaliban, az étkezőben vagy a konyhában – már egyértelműen a társas élmények forrása; a családtagokkal közösen eltöltött szabadidő egyik legáltalánosabb formája. A családi élet közös tereiben változatlanul a televízió használata a legnépszerűbb, amely kivételes alkalmakkor, jellemzően hétvégenként továbbra is képes arra, hogy a családtagokat egymás mellé ültesse, és a figyelmüket maradéktalanul lekösse. Időnként a rádió is megjelenik ebben a közegeben, azonban a televízióval ellentétben ennek használata sokkal inkább a szülők médiumválasztásával magyarázható, s ez sokszor komoly konfliktusok forrása lehet a fiatalabb és az idősebb generációk között.

Az iskola és a kollégium területén leginkább az intézmények által lefektetett szabályok, illetve a rendelkezésre álló technikai-technológiai feltételek befolyásolják a fiatalok médiahasználatát. A kutatásból kiderül, hogy a médiaeszközök iskolai oktatásban betöltött szerepe egyelőre esetlegesnek tűnik, főleg azoknak a diákoknak a beszámolóiban történik erre utalás, akik nagyobb óraszámokban tanulnak számítástechnikát. Ennél is problémásabb a helyzet a kollégiumokban, ahol az általánosnak tűnő eszközhány bizonyos esetekben nemcsak a tanulást hátráltathatja, hanem a személyes kapcsolattartást is megnehezítheti, és a szabadidő eltöltésének módját is jelentősen behatárolja. A felsorolt tényezők azt eredményezik, hogy a fiatalok a legkülönbözőbb praktikákat eszelik ki, melyek segítségével kijátszhatják a szigorú szabályokat és az oktatóik figyelmét. A legfontosabb „szövegszűrésük” ebben a mobiltelefon, amely észrevétlenül használható nemcsak a tanórák közötti szünetekben, hanem sokszor az órák alatt is. Több diák elmondta, hogy tanítás közben rendszeresen be van jelentkezve különböző közösségi portálokra, a lányok pedig a hajuk mögé elrejtett fülhallgatóval hallgatnak zenét a mobiltelefonjukról akár óra közben is. Van, ahol az iskola vagy a kollégium jelszóval védett vezeték nélküli hálózata sem jelent akadályt az internethez való hozzáféréshez, mert a rendszeresen feltört belépési kódok híre fotótűzként terjed a diákok között. Összességében úgy tűnik tehát, hogy az oktatási intézményeknek még korántsem sikerült maradéktalanul kiaknázniuk a legújabb kommunikációs technológiák potenciálját, ugyanakkor a diákok minden esetben igyekeznek lehetőséget találni arra, hogy ezeket a saját eszközeiken keresztül igényeiknek megfelelően használják.

A beszámolók alapján, hétköznapiakon a diákok többsége ingázni kényszerül az otthon és az iskola között, így sokan jelentős időt töltenek el útközben is. Az utazásnak, tartson az hosszabb vagy rövidebb ideig, szinte elengedhetetlen kelléke valamilyen médiaeszköz és az ahhoz kapcsolódó sajátos, csak az utazással összefüggésben megjelenő médiahasználat. Így többen beszámoltak arról, hogy az évek során hogyan vált a napi rutin részévé az autóban történő rádióhallgatás, ami más helyzetekben csak ritkán vagy egyáltalán nem jellemző. Azok, akik nem kíváncsiak a rádióadásra, az autóban és a buszon is inkább a saját zenéjüket hallgatják mobiltelefonról, esetleg mp3 lejátszóról. Mások pedig, akik gyalogosan teszik meg az iskolába vezető utat, sokszor csak ilyenkor vesznek a kezükbe újságot, jellemzően a forgalmasabb csomópontokban elhelyezett ingyenes lapokat. Az útközben történő médiahasználat tehát alapvetően az unaloműzés szolgálatában áll, s gyakran kiváltja vagy helyettesíti a szülőkkel, ismerősökkel és más útítársakkal folytatott szóbeli kommunikációt.

■ A kutatás a hátrányos helyzetű fiatalok két csoportjára terjedt ki: egyfelől olyan fiatalokat kerestünk meg, akik nem vér szerinti családjukban, hanem állami gondozásban (gyermekotthonban vagy családotthonban), illetve nevelőszülőknél élnek, másfelől pedig sérült vagy tanulási nehézséggel küzdő fiatalokat. Előbbiek esetében azt feltételeztük, hogy a saját családból való kiszakadás, az intézeti keretek között zajló mindennapok jelentős hatással lehetnek a különféle kommunikációs eszközök-höz való hozzáférésre, a médiahasználati szokásokra. A sérült fiatalok esetében arra kerestük a választ, hogy képességeik, készségeik korlátozottsága, akadályoztatottságuk milyen hatással van a médiához való viszonyukra. A nevelőszülőknél élő 7 fiatal mindegyike Baranya megyében lakik, öten középiskolások, ketten egyetemisták. 4 másik interjúalanyunk egy balatonboglári gyermekotthon lakója. A megkérdezett négy sérült, tanulási nehézséggel vagy magatartászavarral küzdő, sajátos nevelési igényű fiatal egy balassagyarmati speciális szakiskola diákja. Többségük halmozottan hátrányos helyzetű, a környékbeli falvakból jár be, vagy az iskola kollégiumában lakik. Összességében legfiatalabb interjúalanyaink 14, a legidősebbek 23 évesek, életkori megoszlásuk egyenletesnek mondható, ahogy a nemek szerinti megoszlás is: 9 lányt és 7 fiút sikerült bevonni a kutatásba.

Tapasztalataink szerint a hátrányos helyzetű fiatalok médiahasználata, médiumokhoz való viszonya hasonló az átlagos fiatalokéhoz. Többnyire ugyanazokat a médiumokat és eszközöket preferálják, ugyanazokat a platformokat látogatják, ugyanolyan típusú tartalmakat fogyasztanak hasonló szituációkban. A generációs eredetű azonosságokon túl azonban sajátos élethelyzetük néhány vonatkozásban speciális, rájuk különösen jellemző médiahasználati típusokat eredményez. E tekintetben a megismert mintában egy meghatározó törésvonal figyelhető meg a családban élő (legyen az vér szerinti vagy nevelőszülői) és az intézményben (kollégiumban és nevelőotthonban) nevelkedő fiatalok között. A kétféle környezet eltérő médiahasználati helyzeteket és módokat tesz lehetővé, a különbségek ezen túlmenően elsősorban a médiumok ismeretének és használatának a mindennapokba történő tényleges beépülését, valamint a médiahasználat „mélységét” és reflektáltságát illetően mutatkoznak meg.

A sérült fiatalok esetében az adatfelvételt és egyáltalán a kutatás lehetőségeit erőteljesen behatárolta az érintettek korlátozott verbális kifejezőkészsége, megértési nehézségei a feltett kérdésekkel kapcsolatban. A beszélgetések során azt tapasztaltuk, hogy interjúalanyaink nem tudtak a saját médiahasználatukról érdemben beszámolni, esetükben hiányzik az önreflexió képessége, és médiumfogalmuk is kevésbé körvonalazott. Mindennapjaikat egy erősen beszűkült érdeklődési és tevékenységi kör jellemzi, szabadidejüket lényegében kitölti a zenehallgatás és a foci. Érdeklődésük és internetes tájékozódásuk még a többi hátrányos helyzetű kutatási alanyhoz képest is erősen lokalizált (pl. csak helyi híreket, helyi időjárási előrejelzést olvasnak). Médiafogyasztási szokásaikat erősen korlátozza, hogy a médiahasználat, pontosabban az erre alkalmas technikai eszközök használata számukra gyakran önmagában is megerőltető mentálisan vagy fizikálisan.

A hátrányos helyzetű fiatalok többségénél a médiafogyasztás kortársi átlaggal megegyező módon szövi át a mindennapokat, a reggeli ébredéstől az esti elalvásig. A nevelőszülőknél, családban élő interjúalanyaink esetében (az átlagos mintán tapasztaltaknak megfelelően) a napirenddel összefonódó médiahasználat döntően az önálló tájékozódást, a napi teendők előkészítését szolgálja, célja gyakran a körülményekhez igazodó megfelelő stratégia kialakítása, a helyzet önálló kezelése (pl. a várható időjárásnak megfelelő öltözék kiválasztása, menetrend kikeresése utazás előtt,

egyetemi tanóra helyszínének ellenőrzése az interneten). A gyermekotthonban élő fiatalok esetében ez a napirendbe épülő rendszeres médiumhasználat kevésbé gyakorlatias, nem annyira az önálló életszervezést szolgálja, inkább élményszerző, unaloműző jellegű, és gyakran nem is individuális, hanem inkább közös tevékenység. Általánosságban leszögezhető, hogy az intézeti gyerekek médiafogyasztása döntően élményorientált és kevésbé gyakorlatias vagy tudatosan kontrollált.

A motiváltság és céltudatosság az egyik oldalon, a céltalan és megszokáson alapuló médiahasználati rutin a másik oldalon egy fontos különbséget jelez. A család mint rendszer és társas közeg az életszervezés olyan mintáit hordozza, amelyekben a médiumok, kommunikációs eszközök használata sokszor racionális célokat követ. Az interjúk tanúsága szerint ugyanez a gyermekotthonban élő fiatalok esetében ilyen tudatos, célracionális médiahasználati viselkedés ritkábban vagy kevésbé alakul ki – ennek okai egészen biztosan összetettek, itt most egyetlen mozzanatra, a mindennapi élet intézményes keretek általi szabályozottságára fókuszálunk.

A családóthonok, gyermekotthonok, de még a kollégiumok is az ott élő fiatalok mindennapjainak szervezése során korlátokat állítanak fel a médiumok használatára vonatkozóan. Az intézmények kommunikációs eszközökkel (tévékészülék, számítógép, internet stb.) való korlátozott ellátottsága eleve szűkebb keresztmetszetbe kényszeríti a médiatartalmak fogyasztását, gyakorlati és pedagógia megfontolásokból pedig gyakran időben és térben korlátozzák az azokhoz való hozzáférést. A hétköznapijukat intézményi környezetben élő fiatalok nem mindig azt, akkor és úgy néznek, hallgatnak, játszanak, mint családban élő társaik. Számukra egy objektívnek érzékelt külső rend szabja meg a napirendet, ami nem feltétlenül válik személyessé, nem mindig érzik/értik annak értelmét, csak adott(ság)nak, és esetleg kijátszandó szabálynak tekintik. Ebben a rendszerben, amely nem vagy csak korlátozottan tolerálja az egyéni életszervezést, kevésbé alakulnak ki önálló stratégiák és ezek részeként tudatos és célracionális médiahasználati szokások. Ez az intézményi logika világos szabályok segítségével jelöli ki az elvárt viselkedés kereteit, a szabályszegés szankciókat von maga után. A gyermekvédelmi intézményekben a médiumhasználat korlátozása, megvonása – vagy éppen jutalmazásszerű engedélyezése – gyakran a nevelés (a szabályok áthágása esetén a büntetés, fegyelmezés) eszköze a pedagógusok kezében, akik adott esetben eltilthatják a gyerekeket a televízió, a telefon vagy a számítógép használatától. Az ő számukra az eszközökhöz való hozzáférés, azok használata tehát nem magától értetődő, adott esetben feltételhez kötött.

A kommunikációs eszköz birtoklása, használata a szabály–szabályszegés–szankciók rendszerében gyakran a függetlenség, autonómia szimbóluma és eszköze. A sokszor értelmetlenné tűnő szabályok, az egyéni lehetőségek korlátozottsága is szerepet játszhat abban, hogy az interjúk tanúsága szerint az intézeti gyerekekre a kortársi átlagnál is fokozottabban jellemző a szabadidő jelentős részére kiterjedő háttér-média-fogyasztás (azaz hogy valamilyen egyéb tevékenység, például olvasás, tanulás, sport, házimunka háttérként néznek tévét, hallgatnak zenét vagy interneteznek). Az okok között a fentiekkel is összefüggő motiválatlanság, céltalanság, valamiféle inger-szegénység és unalom döntő szerepet játszik. Az intézetben élő fiatalok gyakran említik a megszokást az egyes médiumok használatának okaként, miközben tényleges indítékok, motivációt nem tudnak megfogalmazni ehhez kapcsolódóan.

Az interjúkból jól nyomon követhető (és méltányolható) a gyermekvédelmi intézmények törekvése arra, hogy a tömegkommunikációs eszközök, tömegmédiumok célzott használata által előmozdítsák a fiatalok tájékozottságát szűkebb és tágabb környezetüket illetően. A hírműsorok, az internet irányított és kontrollált

használata a nevelők szándéka szerint a társadalmi integráció, szocializáció hatá-
sos eszköze lehet. Kérdés – és ezzel kapcsolatban a kis, nem reprezentatív mintán
végzett kvalitatív kutatás nem adhat biztos választ –, hogy az ilyen kötelező jelle-
gű, szabályozott médiahasználat képes-e betölteni azt a szocializációs szerepet,
mely ideális esetben a médiafogyasztó fiatal saját érdeklődésén, motivációján, sa-
ját választásain alapulna.

Az intézményi környezetben élő fiatalok által használt eszközöket, a fogyasztott
tartalmakat végigtekintve kirajzolódnak további fontos hasonlóságok és különbségek
a családi környezetben élőkhöz képest. A fiatalok délutáni-esti programjainak sorá-
ban meghatározó szerepet játszik a filmnézés, televízió, interneten (online vagy le-
töltés után) vagy DVD-n. A leggyakrabban fogyasztott, legnézettebb televíziós tartal-
mak a megkérdoztetek esetében messze kimagaslóan a televíziós sorozatok, szap-
panoperák. Ezek nyomon követése sokszor rutinszerű gyakorlat, a megtekintés ese-
tenként rituális, gyakran közös tevékenység, különösen a gyermekotthonok lakókö-
zösségei számára. A rendszeres közös tévézés az ő esetükben egy fokozottabb
kényszert jelent az alkalmazkodásra a fiatalabb bentlakók igényeihez. Ezért fordul-
hat elő, hogy gyakran nem a családban élő kortársaikhoz hasonló tartalmakat, példá-
ul sorozatokat néznek rendszeresen, hanem kisebbségnek való rajzfilmeket (ami el-
len azért nem nagyon tiltakoznak, mert így legálisán, azaz nem „ciki” módon nézhet-
nek olyasmit, amire gyakran még vágnának, de már nem tartják korukhoz illőnek).
A közös médiafogyasztás azonban nem feltétlenül közösségi: az egymás melletti pár-
huzamos médiafogyasztás általában nem jár együtt a látottak megbeszélésével vagy
egyéb élményszerű feldolgozásával.

A családban élő fiatalok esetében is a filmnézés az egyetlen, ha nem is túl gyak-
ran előforduló közös családi médiafogyasztási forma, az interjúalanyok ezekről az
alkalmakról mint bentsőséges, jó hangulatú együttlétekről számolnak be.

A fiatalok kapcsolati beágyazottságát illetően fontos a közösségi oldalak haszná-
latának módja. Az intézetben élő gyerekek többsége ezeket elsősorban kapcsolattar-
tásra, társalgásra és az ismerősök tevékenységeinek követésére használja. Ennek in-
dokaként a gyermekotthonban élők esetében a személyes kapcsolattartás akadályoz-
tatottsága érthető módon fontos szerepet játszik. Ugyanakkor ezen a téren is megfi-
gyelhető egy markáns különbség az intézetben élő gyerekek és a családban nevelke-
dő társaik között. Az állami gondozásban élő fiatalok kommunikációs eszközökkel
való ellátottsága meglepően jó, sokszor akár meg is haladja a családban élő gyerme-
kekét, mivel a távol levő családtagokkal való kapcsolattartás érdekében az összegyűj-
tött családi pótlékból sokuk számára vásároltak okostelefon, tablett, laptopot. A
médiahasználat technikai feltételei, ha esetenként korlátozott mértékben, de az in-
tézményekben is adottak. E kommunikációs eszközök használatát, kihasználtság, a
bennük rejlő lehetőségek kiaknázását azonban döntően meghatározza, hogy a fiatal-
nak van-e kivel kommunikálnia, kapcsolatot tartania. Van-e körülötte – szülőkből,
testvérekből, hozzátartozókból álló – kapcsolati háló, amelynek működtetése, élet-
ben tartása szempontjából hasznos és fontos az említett eszközök használata. Azok,
akiknek vannak élő és tartalmasnak mondható kapcsolataik, lényegesen komplexebb
módon használják okostelefonjukat, számítógépüket.

Mindabból, amit ezek a fiatalok az interjúk során magukról, mindennapjaikról el-
meséltek, világképüknek egy erős dualitása rajzolódik ki. Élesen elkülönül a „kint”
(intézetben kívüli világ), és a „bent” – és ez a duális rendszer a vonatkoztatási kerete
a médiatartalmaknak is. Amit a hírmédiában látnak, olvasnak, az a kinti világról
szól, amit kevésbé ismernek, és amihez kevésbé kötődnek. Az intézetben belüli világ-
ban pedig a nevelők sajátos szűrőként és támpontként működnek közre a fiatalok
médiahasználatát illetően.

Roma fiatalok médiahasználata

■ A Z generációs roma fiatalokkal folytatott beszélgetések, médianaplózás és mentális térképezés nyomán legfontosabb megállapításunk, hogy nem az etnikai származás az, amely meghatározó a roma fiatalok kommunikációjában és médiahasználatában. A roma almintá tekintetében – a hipotetikusán vizsgált etnikai törésvonalat felülírva – a szocioökonómiai helyzet, az intézményi háttér és a szűkebben értelmezett korcsoport jelent meg hangsúlyos törésvonalként.

A roma mintában egy közép-dunántúli, illetve egy dél-dunántúli kisvárosban tanuló szakiskolás, gimnazista, valamint végzős általános iskolás diákokat vizsgáltunk. A 22 roma fiatal többsége a beás csoportba tartozik. (A gimnazisták között volt néhány vegyes, beás-magyar, a másik két mintában egy-egy oláh-cigány-beás, romungro-beás és horvát-beás családi háttérből érkező diák.) A megkérdezettek nemek szerinti megoszlása viszonylag kiegyenlített volt: a válaszadók valamivel több, mint fele (13) volt fiú, s valamivel kevesebb, mint fele (9) lány. Kevésbé kiegyenlített alakult a roma diákok aránya kormegoszlás tekintetében: 13-14 év közötti volt 7 fő, 15-18 év közötti 13 fő, illetve 20 év fölötti 2 fő. A 13-14 év közötti – az általános mintához képest fiatalabb – adatközlők bevonását az indokolta, hogy egy ormánsági, teljes egészében cigány lakosú falu bejáró diákjaiként az ő véleményükön keresztül betekintést nyerhettünk egy súlyosan hátrányos helyzetű térség roma fiataljainak kommunikációs eszköz- és médiahasználatába.

Az eredmények szerint a szocioökonómiai helyzet – a hátrányos, illetve halmozottan hátrányos helyzetű családi háttér – az a tényező, amely jelentősen befolyásolja az eszközöket, melyekhez a fiatalok hozzáférnek (azok mennyiségét és minőségét), illetőleg a tartalmakat, amelyek elérésére igényük és lehetőségük van. A családok korlátozott anyagi viszonyaival függ össze, hogy a roma diákok otthoni médiahasználatában nem a számítógép és internet, hanem a telefon és a televízió dominanciája figyelhető meg; a multitalasking jelensége a technikailag elérhető médiumok vonatkozásában értelmezhető, tehát elsősorban párhuzamos telefon- és televízióhasználatként. A diákoknak csupán mintegy harmada beszélt otthoni számítógép vagy laptop használatáról. Ezekben az esetekben a használt gép az egyetlen számítógépe a családnak – melyet a testvérek közösen, a szülők pedig jellemzően nem használnak. A gimnazista és a szakiskolás diákoknál is csupán egy-egy fő rendelkezik lappal, az Ormánságból ingázó általános iskolásoknál pedig egyáltalán nem található meg ez az eszköz, illetve a teljes mintában csupán két diák beszélt arról, hogy van okostelefonja.

A hátrányos helyzetű roma almintában a diákok – szemben az általános mintaként vizsgált középiskolás és egyetemista csoporttal – kevésbé tudatosan és reflexíven közelítenek médiahasználatukhoz. Ez egyúttal azt is jelenti, nem preferencia számukra, hogy aktív médiahasználatot folytassanak, sem az, hogy tevékenységüket aktív médiahasználatként kommunikálják. A tudatos reklámkerülés nem érhető tetten a diákoknál. Sokkal kevesebb internetes oldalt látogatnak, mint az általános mintában megkérdezett fiatalok, illetve kevésbé körvonalazzák az ott végzett tevékenységüket. Az újságok és magazinok szerepe a roma diákok médiahasználatában – az általános mintához hasonlóan – kevésbé releváns.

Az intézményi törésvonal tekintetében két leágazásról beszélhetünk. Eltérő médiahasználati mintákat találunk aszerint, hogy a fiatal kollégista, illetőleg bejáró vagy helyben lakó. A kollégisták szabályozottabb életvitelle a médiahasználatot is erős körlátok közé szorítja – médiafogyasztásuk jellemzően jóval az átlagosnak tekinthető napi 5-6 órás használat alatt áll meg (1-3 óra). A szakiskolás kollégista lét sajátossága a megkérdezett mintában, hogy a fiúkollégiumban az ébresztőt nem

csengő, hanem rádióhálózat jelzi. A szakiskolás fiúk ezért – kortársaiktól eltérően – gyakran hallgatnak rádiót, mivel a közös ébresztő alatt „rákényszerülnek”. Így az intézményi adottságok mintegy szocializálják őket rádióhallgatóvá, bár mint láttuk, a Z generáció tagjai számára a rádió nem preferált médium.

Anyagi források hiányában a gyerekek több esetben az iskola gépeit használják internetezésre is. Ez egyrészt beszűkíti az elért médiatartalmakat (az iskolában szűrik a megtekinthető oldalakat, a kisebb teljesítményű iskolai számítógépeken nem futnak a különböző programok), illetve a ráfordítható idő mennyiségét. Ezért könnyebb a választás, hogy a médiumhasználatról lemondva – s a Z generációs sztereotípiákból kilépve – máshol keressenek kikapcsolódást. A kollégista diákok a szabadidőt, kimezőt – számítógépezés, tévénézés helyett – gyakran együtt töltik, a várost járva. (Ekkor a médiahasználatot jellemzően a háttértevékenységként folytatott közös zenehallgatás, illetve a köztérek ingyenes wireless net lehetőségeit kiaknázó „wifi-vadászat” jelenti.)

Egy további intézményi különbség az iskolatípusból adódik: a gimnáziumban tanuló diákok szakiskolás, általános iskolás társaiknál tudatosabb, adott esetben önkorlátozó médiafogyasztási mintát mutatnak. Ez alkalmanként sokrétűbb, több médium felé kinyíló, mélyebb megismerésre törekvő médiahasználatot jelent. Iskola-típuson belül a tanulmányi eredmény szerinti attitűdkülönbségek tovább árnyalják a mintát. A jobb tanulók közül többen számolnak be arról, hogy nem viszik magukkal az iskolába telefonjukat, okostelefonjukat, illetve nem használják, nem nézegetik tanítás közben, arra törekszenek, hogy másra fordítsák az időt, nem akarnak „függők” lenni.

A törésvonalként értelmezhető intézményi háttér a hátrányos helyzetű roma mintában azonban nem csupán „törést”, de egyúttal „kötést” is jelent: az iskola és a kollégium megteremti az eszközhasználat lehetőségét, legalább részben áthidalja az eszközhasználat szakadékát azzal, hogy azok számára is biztosítja a számítógép- és internethasználatot, akiknek a család ezt nem tudja megteremteni.

A harmadik jellemző médiahasználati törésvonal a generáción belüli szűkebb korcsoportok alapján körvonalazódik: mivel az interjúzott roma diákok kormegoszlása nagyobb ívet ölelt fel, így kitapinthatók különbségek a 13-14 év közötti, a 15-18 év közötti, illetve a 20 év fölötti diákok médiahasználatában. A korcsoport növekedésével valamelyest nő a médiahasználati, illetve fogyasztási tudatosság, a hírfogyasztás, illetve a tudományos-ismeretterjesztő tartalmak iránti fogékonyság. A 13-14 évesek alig tudnak megnevezni egy-egy kedvenc online oldalt; ha valamit meg szeretnének találni, jellemzően nem tematikus oldalakra hagyatkoznak, hanem pusztán a keresőmotorra; híreket egy-két kivételtől eltekintve nem olvasnak, nem hallgatnak. Médiahasználatukban szinte egyáltalán nem reflexívek, preferenciáikról kevéssé tudnak számot adni. A 15-18 éveseknél már többféle és tudatosabban válogatott gyakran nézett oldalról hallunk, s ők már tanulmányaikhoz, ismeretbővítés céljából is használják a médiumokat. A médiaeszközöket és médiatartalmakat átgondoltabban kezelik, használják. De csupán a két 20 év fölötti diáknál jelenik meg a tudatos igény a hírek hallgatására, informálódásra, illetve egy tudatos kritikai közelítésmód a médiahasználattal kapcsolatban.

A tevékenység gyakorisága szempontjából a médiaeszközök dobogósai – az általános mintához hasonlóan – a telefonhasználat, a tévénézés és az online tevékenységek közül a facebookozás. Az általános mintában kérdezett fiatalokhoz képest azonban a roma diákoknál gyakrabban jelenik meg az igény, hogy ezeket a médiahasználati formákat is közösségi tevékenységként őrizzék, amely kiegészül a barátok, ismerősök, legjobb barátnő, haver jelenlétével. Az élmény megosztása, megbeszélése közel olyan fontos számukra, mint maga a médiahasználati tevékenység.

Összegzés, továbbmutatás

■ A kutatási anyagokban megjelenő gyakorlatok és az ezekkel összefüggésben körvonalazódó, újszerű felhasználói stratégiák pontosabb megértése további feladatokat állít a kutatók és tágabb értelemben a médiapiac szereplői elé. Kutatóként a legfontosabb feladatunk a rendelkezésre álló eredmények értelmezése és továbbgondolása. Az eddig elvégzett munka alapján ugyanis viszonylag részletes képet alkothatunk a Z generációra jellemző *általános* médiahasználati trendekről, a szocioökonómiai háttér, valamint a különféle oktatási, nevelési intézmények és a család szerepéről a médiahasználat alakulásában, de például a konkrét médiumokkal kapcsolatos, újonnan meghonosodó, speciális felhasználói gyakorlatok csak a jelenleginél mélyebb, pontosabban fókuszált vizsgálatokon keresztül tárhatóak fel.

■ JEGYZETEK

1. Pais Ella Regina: *Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához*. Készült a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. PTE, Pécs, 2013. <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> (letöltve: 2014. május 15.), illetve Pál Eszter (edited by): *The Generation „Z”*. Made within the framework of the TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Science Communication with the generation „Z” project. University of Pécs, Pécs, 2013. <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> (letöltve: 2014. május 15.)
2. Erről bővebben szól Pais: i.m. 10–11.
3. Andreas Hepp – Matthias Berg – Cindy Roitsch: *Mono-thematic and Multi-thematic Horizons of Mediatized Communitization: Patterns of Communicative Networking and Mediated Belonging*. SCM 2011. 2. sz. 1–34. http://www.scm.nomos.de/fileadmin/scm/doc/SCM_11_02_Hepp_engl.pdf (letöltve: 2014. május 15.)
4. Erről bővebben szól Guld Ádám – Maksa Gyula: *Fiatalkommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata*. Készült a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. PTE, Pécs, 2013. <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> (letöltve: 2014. május 15.)
5. Erről bővebben szól Glózer Rita: *Hátrányos helyzetű fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata*. Készült a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. PTE, Pécs, 2013. <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> (letöltve: 2014. május 15.)
6. Erről bővebben szól Németh Boglárka: *Cigány fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata*. Készült a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. PTE, Pécs, 2013. <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> (letöltve: 2014. május 15.)

