

Ismerjük még diákjainkat?

A középiskolás korúak öltözködése, kulturális ízlése és értékei egy országos ifjúságkutatás tükrében (1)

Kérem, írja ide a saját választát a következő kérdésekre, és a cikk olvastával kiderül, hogy mennyire jól tájékozott a középiskolások világában. Mi a kilencedikes diákok szerint a legfontosabb az életben? Ki az, akinek minden titkukat elmondják? Mennyire fontos nekik, hogy tiszta, rendes legyen a ruhájuk? Mi a kedvenc ételük? Mit szeretnek jobban a tévében, a reklámokat vagy a romantikus filmeket?

A generációk közötti – nem az életkorból adódó – életfelfogásbeli különbség viszonylag új keletű: a tradicionális társadalmakban a fiatalok átvették a szülők beállítódását. A kapitalizmussal, a gazdasági fejlődéssel, az új munkakörök kialakulásával kezdett egyre jobban különbözni az idősebbek és a fiatalabbak felfogása. Az első generációs eltérést a második világháború okozta, nevezetesen, hogy átélte-e az illető a borzalmakat, vagy már szerencsésen később született. A második vízválasztó az 1960-as években, Nyugat-Európában az ifjúsági életmód következtében alakult ki a fiatalok és a felnőttek között. Először csak az egyetemistákra volt jellemző ez az új életstílus, később a középiskolásokra és a fiatal dolgozóakra egyaránt kiterjedt, így mára a 16–30 év közöttiek tartoznak bele. Úgy látszik, hogy az egész életformájuk megváltozott a korábbi „felnőttekéhez” képest: később kelnek, később fekszenek, órák hosszát tévéznek, mást és másképp esznek, sajnos sokat isznak, a párkapcsolatban gyakran hűtlenek, a zenéjük agresszív és hangos, és így tovább.

De vajon a felszín alatt mi rejlik? Milyen értékeket vallanak, milyen az ízlésük? Kicsodák ők? Mert azt tapasztaltam, hogy hiába vagyok diákok közt az iskolában nap mint nap, egyes kérdések előtt, mint például a graffiti vagy a drogfogyasztás, értetlenül állok, hiába magyarázzák a gyerekek. Azt meg végképp nem tudom követni, hogy a zenei világuk által megkülönböztethető egyes ifjúsági csoportok mennyire konzisztensek, szubkultúrának tekinthetők-e, vagy csak valami divatáramlat nyomán alakul illékony világuk. A fő kérdés számomra persze az volt, hogy az alapvető erkölcsi értékek milyen fontos helyet töltenek be a felfogásukban. Hogy mindezt feltárjuk, egy kutatócsoportot alakítottunk az Iparművészeti Egyetemen egy 20 fős rajztanár továbbképzős osztállyal. A csoport „A textil tanítása” szakirányon tanult, így a kutatási alapkérdés kiegészült még két témakörrel, nevezetesen azzal, hogy milyen a fiatalok öltözködésben megnyilvánuló ízlése, és hogy az öltözködés témája miképp használható fel a hazai vizuális nevelésben.

Tehát, hogy jobban megismerjük a fiatalokat, segíteni tudjunk nekik eligazodni abban a világban, amit végső soron mi hoztunk létre számukra, kutatásba kezdtünk 2005-ben „A fiatalok öltözködése és ízlése” címmel (2). A kutatás célja pontokba szedve:

1. A magyarországi középiskolások életének, stílusának, feltérképezése az öltözködési csoportok mentén.
2. Fényképgyűjtemény készítése a középiskolások ruházatáról.
3. A fiatalok szociokulturális hátterének, lakóhelyüknek, valamint az értékeik és ízlésük közötti kapcsolatoknak a feltárása.
4. Olyan adatok gyűjtése, amelyek a fiatalok személyiségfejlesztésében, főként vizuális nevelésében nyújthatnak segítséget.

A kutatás módszeréről

A feltárásban kisebb mértékben a szakirodalom elemzésére, nagyobb részt empirikus kutatásra támaszkodtunk, de szakértők véleményére is építettünk. Az ifjúságkutatás és az ízlésvizsgálatok hazai eredményeinek áttekintése után (*Szapu*, 2002) egy előkutatást végeztünk a Sziget Fesztiválon, ahol nyaranta több százezer fiatal gyűlik össze egy hétre. A Gábor Kálmán vezette Sziget-kutatás keretében lehetőségünk nyílt a fiatalok öltözékére és lakáshoz kapcsolódó ízlésére vonatkozó kérdések feltételére (Gábor, Gaul és Szemerszki, 2006), így már nagyjából bemértük a fiatalok öltözködési csoportjait és ízlésvilágát, mindezek kapcsolatát a legfontosabb háttérváltozókkal.

A 623 „szigetlakóra” kiterjedő előzetes kutatás alapján (*Gaul*, 2006) elkészítettünk egy kérdőívet, amit 60 középiskola kilencedik évfolyamos diákja, összesen 1411 fő töltött ki. A nyolcoldalas kérdőívben nyolc fő témára kérdeztünk rá: az alapadatokra, a szülőkre vonatkozó adatokra, a társas kapcsolatokra, az értékekre, a kulturális ízlésre, külön az öltözködési ízlésre, a viselési szokásokra, illetve a vásárlási szokásokra. A kutatás során felkeresett iskolák harmada gimnázium, harmada szakközépiskola, harmada szakiskola volt, vizsgálódásunk tehát kiterjedt az összes iskolaformára. Az iskoláknak az országon belüli területi megoszlása tanáraink lakhelyéhez igazodott, tehát a mintavétel nem volt reprezentatív, ugyanakkor elég széles bázisból merített. A megkérdezett diákokat (hozzájárulásuk megszerzése után) lefényképeztük, ilyenformán mintegy 800 diák fotóját sikerült elkészíteni. A három nézetből készült fotók és a kódszámok alapján minden diákról egy-egy adatlap készült. A fotókat négy főből álló szakértő testület (ruhatervező szakos egyetemisták) válogatta szét és sorolta be a megfelelő öltözködési csoportokba (alternatív, átlagos, deszkás, diszkós, metal-dark, plázás, punk, retro, rocker, skinhead, trendi). A kitöltött kérdőívek adatainak számítógépbe vitele után a hipotézisünknek megfelelő statisztikai elemzést készítettünk. Az így nyert információkat egybevetettük a fotókkal is, tehát kvalitatív értékelést is végeztünk.

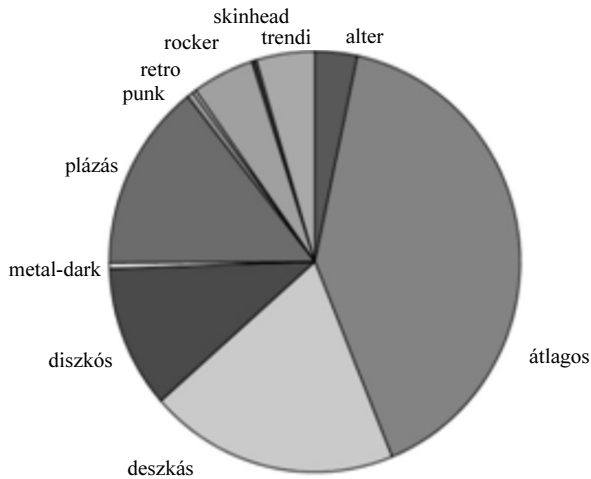
A kutatás menete és eredményei

Az első dolgunk a vizsgált minta csoportokba sorolása volt, amit a szakértők végeztek el a lefényképezett diákok fotói alapján. A ruházat szerint végül 11 csoportot különböztettünk meg (alternatív, átlagos, deszkás, diszkós, metal-dark, plázás, punk, retro, rocker, skinhead, trendi). Az egyes csoportok elhatárolása sok esetben nem volt könnyű, a fotó alapján ide is, oda is besorolható volt egy-egy fiatal ruházata. A legnagyobb csoportot az „átlagos” elnevezésűek kapták (40,5 százalék). Ide azok kerültek, akiknek a ruhája nem illett egyik sajátos névvel rendelkező ifjúsági csoportba sem. Rajtuk kívül csak három csoport volt 10 százaléknál nagyobb méretű: a deszkás (19,6 százalék), a plázás (14,5 százalék) és a diszkós (11,0 százalék). A metál, punk, retro és skinhead gyerekek aránya csoportonként nem érte el a fél százalékot. Ez vizsgálati szempontból azt jelenti, hogy a túlságosan kisméretű csoportok statisztikailag nem elemezhetők, tartalmilag pedig azt, hogy a középiskolások között (talán a teljes populációban) sem számottevő a jelenlétük. E négy csoporton kívül a rockerek tekinthetők még radikális megjelenésűnek. (Arra a kérdésre, hogy mennyire tetszik a szüleidnek a külső megjelenésed, az átlag 85,1 százalékkal szemben a rockereknél szignifikánsan alacsonyabb a tetszés, csak 65,6 százalék.)

Végeredményben a vizsgált középiskolásoknak 93,2 százaléka társadalmilag elfogadott öltözéket visel, csak 6,2 százaléka tartozik szélsőséges megjelenésű csoporthoz (amiből rocker 4,6 százalék).

A statisztikai elemzésre alkalmatlan, túl kis létszámú skinhead, punk, retro és metal-dark csoportokat ki is hagytuk, így a továbbiakban csak hét csoporttal dolgozunk.

1. ábra. Az öltözködési stílusok megoszlása



1. táblázat. Az öltözködési stílusok megoszlása nagyság szerint. Alul a statisztikailag túlságosan kis csoportok. Az öltözködési csoportok egy-egy jellegzetes képviselőjének fotóját az 1–18 fotó mutatja.

Elnevezés	Fő	Százalék
Átlagos	572	40,5
Deszkás	277	19,6
Plázás	204	14,5
Diszkós	155	11,0
Rocker	69	4,6
Trendi	65	4,6
Alter	47	3,3
Metal-dark	6	0,4
Punk	7	0,5
Retro	4	0,3
Skinhead	5	0,4
Összesen	1411	100,0

A mintában szereplő fiatalok általános kérdésekre adott válaszainak elemzése

Mint írtuk, a nyolcoldalas kérdőívben nyolc fő témára kérdeztünk rá: az alapadatokra, a szülőkre vonatkozó adatokra, a társas kapcsolatokra, az értékekre, a kulturális ízlésre, külön az öltözködési ízlésre, a viselési szokásokra, illetve a vásárlási szokásokra.

Az 1411 középiskolás 44,2 százaléka fiú és 55,8 százaléka lány. Vizsgálatunkban kiemelt lányos csoport a plázás (177/27 fő), amiben hatszor annyi lány van, mint fiú, de az alternatívánál is közel kétszeres (30/17), míg a diszkós csoportban a fiúk vannak többen, egyharmaddal (90/65 fő). A többi csoportban a nemek aránya kiegyenlített.

2. táblázat. A nemek aránya az öltözködési csoportokon belül. A plázás és az alternatív jellegzetesen lányos csoport

nem	öltözködési csoportok								
	alternatív	átlagos	deszkás	diszkós	plázás	rocker	trendi	összes	
fiú	17	280	133	90	27	36	32	623	
lány	30	292	144	65	177	33	33	788	
Összesen	47	572	277	155	204	69	65	1411	

Az életkor szerinti megoszlása a kilencedikes középiskolásoknak érthető módon nem túl széles: túlnyomó többségük (92,8 százalék) 15–16 éves. Érdekes, hogy az alterosok



1. Alternatív fiú



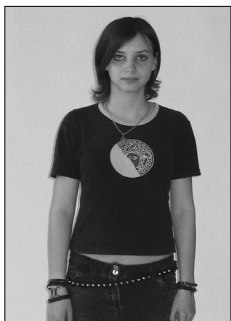
2. Alternatív lány



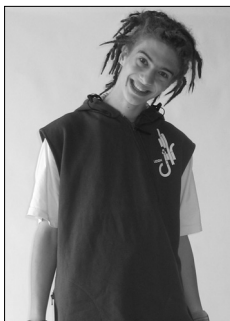
3. Átlagos fiú



4. Átlagos lány



5. Dark lány



6. Deszkés fiú



7. Diszkós lány előlről



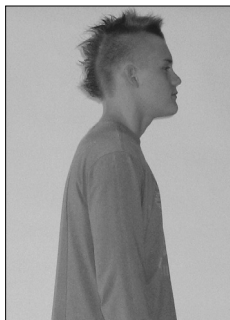
8. Diszkós lány hátulról



9. Metálos lány



10. Metálos lány portré



11. Punk fiú



12. Retrós lány



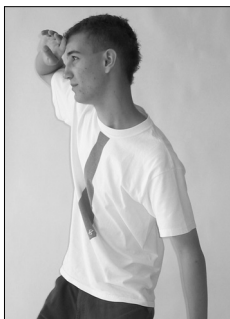
13. Rocker lány



14. Rocker fiú



15. Skinhead fiú



16. Trendi fiú

közül fajlagosan kétszer annyi 15 éves, mint 16, tehát ez, úgy tűnik, fiatalos stílus. A trendiknél ez már csak enyhén mutatkozik, itt harmadával több a 15 éves.

A csoportok a lakóhely szerint átlagos eloszlásúak, az átlagosoknál relatíve több a megyeszékhelyen lakó (14,9 százalék), a plázások és alterosok elsősorban városi (46,1–46,8 százalék) gyerekek. Nagyobb arányeltolódás a kis csoportokban található: a rockerek főképpen budapestiek (52,2 százalék), a trendi öltözködésű gyerekek között pedig fajlagosan sokkal több a falusi (41,5 százalék).

A gyerekek családi háttere, társas kapcsolatai

A gyerekek kétharmada ép családban él, negyedük elvált szülőkkel, félárva 4,3 százalék és további 2,5 százaléknak van egyéb családi problémája. A családi állapot és az öltözködési csoportok között nincs kimutatható összefüggés, tehát nem igaz a feltevésünk, hogy a lompos, kihívó öltözékű gyerekek valóban árvák, hányattott életűek, elvált családok gyerekei lennének. A legmagasabb iskolázottságúak az alterosok szülei, a diszkósok, plázások és trendik szüeleire a középfokú végzettség a jellemző.

A két szülő közül az anyák sokkal jobb kapcsolatban vannak a gyerekekkel, mint az apák. Másfélszer annyian írták, hogy az anyjukkal nagyon jó a viszonyuk, mint az apjukkal (57,1–41,4 százalék). A „közepes”, a „rossz” és a „semmilyen” kapcsolatban viszont rendre az apák vezetnek. Az összes öltözködési csoport tagjai hasonlóan jónak tartják kapcsolatukat az édesanyjukkal, nincs jelentős eltérés ebben a kérdésben. A trendiknél a „nagyon jó” érték a legalacsonyabb az összes csoport között (46,2 százalék, átlag: 57,1 százalék), viszont a „jó” a legmagasabb értékű (46,2 százalék, átlag: 33,5 százalék). Az apa kapcsolatában is csak a trendik különböznek: minden értékben jobbak az átlagnál! „Nagyon rossz” és „rossz” nem is szerepel, a „nagyon jó” pedig a legmagasabb az összes csoport között (47,7–41,4 százalék). Tehát a trendi gyerekeket szeretik otthon, de inkább az apukák kedvencei. Mint láttuk, a trendiknek él a legnagyobb része falun.

Ha a kapcsolatokat a szülőkön túl a többi családtagra is kiterjesztjük, akkor még árnyaltabb képet kapunk, mint az anyával és az apával tartott kapcsolat elemzése során feltártuk. Messze a legfontosabb a gyerekeknek az édesanyjuk, kétszer olyan fontos, mint a baráttal tartott kapcsolat és négyszer olyan (!), mint az apával. Az apát még a testvér is megelőzi. A partner (ha egyáltalán van) ebben a korban még nem olyan fontos. A barát, testvér, partner (39,8 százalék) mint kortárs csoport már jelentős nagyságú, de még egy kicsit az anya befolyása alatt marad, a szülők együttese pedig jóval erősebb (3. táblázat).

3. táblázat. Kapcsolatok sorrendje

<i>Legjobb kapcsolat Kivel?</i>	<i>Gyakoriság</i>	<i>Százalék</i>
anyámmal	600	42,5
barátommal	297	21,0
testvéremmel	206	14,6
apámmal	163	11,6
partneremmel	59	4,2
szüleimmal	34	2,4
nagyszüleimmal	23	1,6
Összesen	1411	100,0

A csoportonkénti megoszlás az átlagos, deszkás, diszkós csoport esetében alig mutat eltérést az átlagtól. A rockereknél viszont markáns a szülők befolyásának kicsisége és vele szemben a barátok szerepének megerősödése (4. táblázat). Szintén igen magas a barátok szerepe az alterosoknál (36,2 százalék), de ott az anya befolyása megmarad, csak a többi csökken. A trendi fiataloknál az apa a második helyre kerül a legmagasabb (27,7 százalék) értékkel.

4. táblázat. A kapcsolatok fontossága a rockereknél az átlaghoz viszonyítva, százalékban

	legjobb kapcsolat Kivel?	Rocker százalék	Átlag százalék
1	baráttal	37,7	21,0
2	anyámmal	33,3	42,5
3	apámmal	8,7	11,6

A kapcsolatok mélységét illetően azt találtuk, hogy a gyerekek közel 80 százaléka nagyon bensőséges kapcsolatot tart fenn a kitüntetett személlyel, főként az édesanyjával. A „mindent megbeszélünk” messze a leggyakoribb választás (63,5 százalék), és csak kétszer említik az ezernégyszázból, hogy „szinte semmit sem csinálunk együtt”.

A tanulók tanulmányi eredményét a szülők (a gyerekek szerint) nagyjából egyenletes eloszlásban szeretik, közömbösek és nem szeretik. A viselkedésük megítélésében sincs különösebb eltérés, de azért inkább szeretik a gyerekek viselkedését a szülők. A külső megjelenésben viszont jól állnak a gyerekek: 1-est, 2-est, 3-ast alig kapnak (3–8 százalék), míg 4-est 29,5 százalék és 5-öst 53 százalék, tehát a szülők több mint fele nagyon elégedett a gyermeke megjelenésével!

Lássuk most, hogy miként látják a gyerekek a szüleiket! A szülők felfogását, megértését, gazdálkodását és törődését kellett minősíteni 1–5-ig terjedő skálán. A gyerekek az apjukat alig minősítik rosszabbra 3-asnál. A felfogás és a megértés szempontjából 20–30 százalékos értéket mutatnak a 3-as, 4-es és az 5-ös osztályzatokban. A törődés és gazdálkodás szempontjából sokkal jobb jegyet kaptak, csak 12–14 százalékuk 3-as, 42–44 százalékuk 5-ös. Az anyák megítélése még az apáknál is jobb. A felfogás, megértés szempontoknál csak 11–13 százalék 3-as, viszont 38–44 százalék 5-ös. A törődés esetében, ami egyébként is a legmagasabb értékű (az apáknál is!), az anyák 67 százaléka kapott 5-öst, míg 3-ast csak hat százalék. Úgy látszik, hogy a gyerekeknek a legfontosabb a törődés, tehát az odafigyelés, az elfogadó szeretet, és ez még annál is fontosabb, hogy milyen a gazdálkodás színvonala, milyen jó életet biztosítanak számukra a szülők.

A barátok zöme az osztálytársak közül kerül ki (31 százalék), őket az „egyéb” helyről szerzett barátok követik (25 százalék), majd jól leszakadva következnek a rokonok (17 százalék) és az iskolatársak (16 százalék). A szomszédságból, úgy tűnik, nem sok barát származik (9 százalék), talán csak a deszkások jönnek össze velük az utcán. Végeredményben a társas kapcsolatok – ami e korban kiemelt jelentőségű – nagyjából azonos színtereken jönnek létre. Mindez arra utal, hogy a fiatalok zöme társadalmilag elfogadott formák között barátkozik, bár a 25 százalék egyéb kategória nem tudjuk, mit rejt (sportkör, cserkészlet, utca, közlekedés stb.). A megkérdezettek 82,2 százalékának van legjobb barátja, ami jó hír, mert ebben az életszakaszban, amikor a fiatalok erősen alakítják az identitásukat, döntenek a pályájukról, nemi szerepükről, hitükről, életformájukról, nagyon fontos, hogy meg tudják beszélni a problémáikat egy kortárral is.

A 15–16 évesek harmadának van párkapcsolata. A magyar fiatalok egyébként az első szexuális tapasztalatot átlagosan 17 évesen szerzik (*Bauer és Szabó, 2005*). Az életforma szempontjából lényeges adat, hogy a szülői ház, a barátok és az osztálytársak mellett már megjelenik egy új, fontos kapcsolatforma. A 66 százaléktól eltérő csoport az alteros és az átlagos, ahol 70–72 százalékuknak nincs párkapcsolata, míg a másik véglet a plázás és a rocker, ahol csak 57–59 százalék vallotta úgy, hogy még nincs barátja, barátnője, tehát mintegy 15 százalék a szórás.

A fiatalok kulturális ízlése

Ennek a témának a keretében a kiemelten fontos öltözködés mellett a zenehallgatási, tévénézési, olvasási és étkezési szokásokat vizsgáltuk meg és vetettük egybe. A válaszadóknak témánként 8–12 tételből álló ajánlatot kellett rangsorolni vagy osztályozni. (3)

Nagyon örültünk, hogy az öltözék szerint végzett csoportosításunkat igazolta a zenei kérdésekre adott válasz, mert mint tudjuk, a fiatalokat hagyományosan a kedvenc zenéjük alapján szokták besorolni a kutatók (Mészáros, 2003), és mi most új úton indultunk, a ruházatuk alapján csoportosítottuk őket. Ez módszertanilag azt jelenti, hogy a fiatalokról „ránézésre” meg lehet mondani, hogy melyik stílushoz tartoznak, ami a későbbi kutatásokban időmegtakarítást jelenthet. Az egyes csoportoknál az előre megjósolt zenei stílus valóban a legkedveltebbnek találtuk az adott csoportban, és a további sorrend is a várakozásnak megfelelően alakult. A deszkásoknál a hip-hop, a rap és a rock, a diszkósoknál a disco, a hip-hop és a rap, a plázásoknál is a disco és a pop, a rockereknél természetesen a rock, majd a metal, a trendi gyerekeknél a pop és a disco. Az egyes csoportoknak az átlagostól, a szokásostól jellegzetesen eltér a preferenciája: a rockerek eltérése a legmarkánsabb, és hasonlóan karakteres az alterosok zenei ízlése is, akiknél egyedül kerül a sor végéről legalább a kilencedik helyre a komolyzene. A deszkás, diszkós, plázás és trendi eltér az átlagtól, de náluk inkább hangsúlyeltolódásnak nevezhetjük az ízléskülönbséget.

5. táblázat. A középiskolások öltözködési csoportjainak zenei preferenciája. A teljes minta átlagai és az egyes csoportok három legkedveltebb és legkevésbé kedvelt zenei stílusa

Átlag	Alter	Átlagos	Deszkás	Diszkós	Plázás	Rocker	Trendi
Rock	Rock	Rock	Hip-hop	Disco	Disco	Rock	Pop
Pop	Pop	Pop	Rap	Hip-hop	Pop	Metal	Disco
Hip-hop	Reggae	Hip-hop	Rock	Rap	Hip-hop	Reggae	Hip-hop
Disco							
Rap							
Reggae							
Techno							
Drum and bass							
Metal							
Dzsessz							
Világzene	Techno	Világzene	Világzene	Világzene	Drum and bass	Komolyzene	Dzsessz
Komolyzene	Népzene	Komolyzene	Komolyzene	Világzene	Népzene	Népzene	Népzene
Népzene	Drum and bass	Népzene	Népzene	Népzene	Komolyzene	Népzene	Komolyzene

Az egyes öltözködési csoportok olvasási preferenciája, ízlése elég nagy hasonlóságot mutat. Távolról sem olyan változatos, mint a zenei ízlésük. Roppant meglepő, hogy még a rockerek is az átlaggal szinte teljesen megegyező sorrendet állítottak fel. Talán az olvasónak nem meglepő, de mégis szomorú, hogy az olvasmányok között minden csoportnál az utolsó helyre került a tankönyv.

6. táblázat. Az öltözködési csoportok olvasmányainak átlagos kedveltségi sorrendje

Olvasás	Átlag
1.	Ifjúsági magazin
2.	Regény
3.	Fantasy
4.	Napilap, hírlap
5.	Képregény
6.	Bulvárlap
7.	Ismeretterjesztő
8.	Tankönyv

Megvizsgáltuk azt is, hogy az öltözködés alapján elkülönített csoportok melyik televíziós műsortípust kedvelik. Ezen a területen is nagy egyöntetűséget tapasztaltunk. Az át-

lagos sorrendtől alig térnek el az egyes csoportok választásai, azt lehet mondani, hogy tévé előtt nincs különbség a trendi és a rocker, a deszkás és a diszkós között. A filmvígjáték mindenütt a legnépszerűbb, és meglepő módon a reklámot kimondottan utálják! Ez az eredmény nagyon meglepő, hiszen a reklámok nagyon nagy mértékben hatnak a fogyasztókra, és ennek alapján azt hinnénk, hogy szeretik is a befogadók, nézők. Úgy látszik, ez a feltételezés nem állja meg a helyét, a kérdés további feltárását kíván.

7. táblázat. A tévéműsorok kedveltségi sorrendje az öltözködési csoportok átlaga szerint

Tévézés	Átlag
1.	filmvígjáték
2.	film
3.	krimi, horror
4.	akció, háborús
5.	videoklip
6.	sci-fi
7.	romantikus
8.	természet
9.	sorozat
10.	vetélkedő
11.	hírek
12.	valóságshow
13.	közéleti, politikai
14.	reklám

Az ételek kedveltségét vizsgáló kutatási részben arra törekedtünk, hogy azon túl, hogy megtudjuk, egy-egy étel mennyire népszerű, az étkezési stílusra is rávilágítson a kérdőív. Ezért szerepel benne hagyományos magyaros étel, mint a gulyásleves, a rántott hús vagy a töltött paprika. Van benne mai gyorsétkezedei készítmény, mint a pizza, BigMac és a palacsinta. És legyen benne mai vegetáriánus étel is, gondolva a lányokra, meg a gyengébb gyomrúakra, érzékenyekre, valamint keleti konyha is.

A vizsgálat során kapott válaszok összesítése alapján kialakult az átlagok sorrendje. Az összesített eredmény szerint az első és második a pizza és a palacsinta, mindkettő gyorséttermi, bár palacsintát otthon is szoktak sütni, így más értelemben hagyományos étel. A harmadik-negyedik magyar specialitás, a rántott szelet és a paprikás csirke. A középmezőnyben helyezkedik el az ételek „vastagabb” része, a gulyásleves, a pörkölt és a bableves, amit megesznek a gyerekek, de nem lelkesednek érte. A túrós csusza is lecsúszik még, de már nagyon a vége felé áll a töltött paprika, és igen népszerűtlen, biztos sereghajtó a vegetáriánus és a kínai étel.

8. táblázat. Mit szeretnek enni és mit nem? (A teljes minta átlaga)

Étel	Átlag
1.	Pizza
2.	Palacsinta
3.	Rántott szelet
4.	Paprikás csirke
5.	BigMac
6.	Gulyásleves
7.	Pörkölt
8.	Bableves
9.	Túrós csusza
10.	Töltött paprika
11.	Valami kínai
12.	Vegetáriánus

Arra a kérdésre, hogy miért a pizza az első és miért nem a BigMac, éppúgy nem tudunk válaszolni, mint arra, hogy miért a palacsinta a második és miért nem a túrós csusza. A pizza kedveltsége mellett persze sok minden szól. A pizza meleg étel, míg a BigMac csak szendvics. A pizza értékét az is növeli, hogy kihozza a pizzafutár, és ezzel a szolgáltatással kiemelkedik a többi étel közül, a fogyasztói világ szimbolikus ételével emelkedik. A rántott szelet száraz, a paprikás csirke meg szaftos, mint a pörkölt, az mégis határozottan lemarad. És a gulyásleves négy hellyel előbb szerepel, mint a töltött paprika, pedig mindkettő remek egytálétel. A megválaszolatlan kérdések feltárása egy igazi inyenckutatóra vár.

Az ételek rangsorolása és népszerűségének latolgatása után áttekintjük, hogy melyik öltözködési csoportnak milyen a kulináris ízlése. Az egyes csoportok választása és preferenciája szinte alig tér el az átlagok összesített sorrendjétől. Csoportonként az első négy étel mindenütt ugyanaz, és az utolsó három is azonos. Az egyes csoportok az átlagostól eltérnek itt-ott, de csak annyiban, hogy két „szomszédos” étel kedveltsége megcserélődik (ezek között az ételek népszerűségét mutató számok között nincs is jelentős különbség). Így aztán az egyes csoportok étkezési ízlésében eltérést nem is tudunk kimutatni.

A csoportok egyöntetűsége ugyanakkor nem valószínű, hogy állandóságot is jelentene. A pizza ugyanis nem olyan régóta jelent meg Magyarországon, mint ahogy az első McDonald's-étterem is csak 70-es években nyílt Budapesten. Tehát az új ételek utat találtak a gyerekekhez, de mindegyik gyerekhez egyformán. Ebben nem különbözik az ízlésük.

A kulturális ízlés összetevőit, a zenehallgatást, a tévénezést, az olvasást, az étkezést meg az öltözködést összegezve kiderül, hogy míg a zenei és az öltözködésbeli ízlésben is eléggé egyéniek a csoportok, számottevő közöttük az eltérés, addig a tévézés, az olvasás és a kedvenc étel tekintetében majdnem azonos a csoportok választása. Nem lehet azt mondani, hogy konzervatívak lennének, hiszen a pizza nem hagyományos magyar étel, mégis listavezető, és azt sem, hogy radikálisak lennének, hiszen a tévéműsorok között a vígjáték a legnépszerűbb, és nem a horror. Inkább úgy tűnik, hogy az ízlésetérés csak bizonyos fogyasztási szolgáltatásokra, cikkekre, így a zenére és az öltözködésre (benne a hajviseletre, ékszerre, testfestésre) korlátozódik, míg az étkezés, a tévézés, az olvasás tekintetében hasonlóság van. Feltételezzük, hogy a ruha és a zene a publikus, kortárs csoporthoz kötődő megjelenési formájuk, míg az evés, tévézés, olvasás inkább az otthonhoz, a családnál kötődik, de ennek a vélekedésnek az igazolása természetesen további kutatást igényel.

Az öltözék által kifejezett értékek

A fiatalok a felkínált értékeket (9. táblázat) osztályozhatták. A kialakult rangsor (1. barátság, 2. család, 3. szabadság, 4. szerelem) azt mutatja, hogy az emberi kapcsolatok a legfontosabbak számukra, míg a szórakozás a középmezőnyben található, a magas jövedelem még lejjebb, és szinte egyöntetűen, minden csoportban a sor végén a hit és vallás áll. A felfogásuk fiatalosságát és mélységét mutatja, hogy míg a család a második a rangsorban, a házasság csak az utolsó előtti. Ezt úgy is lehet értelmezni, hogy a formális gesztusokat elutasítják, nem igénylik a házasságkötés ceremóniáját, de az is kiolvasható belőle, hogy a jelenlegi családjukról szól, amelyben ők még felelősségtől mentes gyermekek.

Érdekes módon az öltözködéssel kapcsolatos értékekben szinte semmi szórás nincs az egyes csoportok között, ugyanazok fontosak egy trendinek, mint egy rockernek. A tiszta-rendes, a fiatalos és a szabadság vezet, egy kis kivétellel (alter) minden csoportban. Az emberek a felnőttek és a fiatalok ruházatának eltérése alapján azt feltételezhetik, hogy az értékekben is ugyanilyen jelentős az eltérés, de ez a feltételezés egyáltalán nem igaz. A gyerekek rangsorában nem a radikális eszmék, hanem éppen hogy a szülők értékeivel pontosan megegyező „tiszta-rendes” áll az élen. Az általános emberi értékek és az öltöz-

ködésbeli értékek is jóformán megegyeznek, például a szabadság kedveltségének esetében, ami mind a két kérdésben szerepelt (9–10. táblázat).

9. táblázat. *Mi a fontos az életben? A teljes minta átlaga kedveltségi sorrendbe szedve*

Átlag sorrend	Emberi Érték
1.	Barátság
2.	Család
3.	Szabadság
4.	Szerelem
5.	Egészség
6.	Tiszta lelkiismeret
1.	Szakmai siker
2.	Szórakozás
3.	Béke
4.	Magas jövedelem
5.	Saját gyerekek
6.	Érdekes munka
7.	Haza
8.	Házasság
9.	Hit, vallás

10. táblázat. *Mennyire jellemző a ruházatodra? A teljes minta átlaga preferencia szerint rangsorolva*

Átlag sorrend	Érték a ruhában
1.	Tiszta, rendes
2.	Fiatalosság
3.	Szabadság
4.	Férfias/nőies
5.	Önállóság
6.	Lazaság
7.	Egyéniség
8.	Érettség
9.	Erő

Viselési, vásárlási szokások

A gyerekek ruháját leginkább a barátaik dicsérik (75,0 százalék), aztán sorban a partner, a szülő és az osztálytárs. A tanárok alig minősítik a tanulók ruháját (84,1 százalék közömbös). A barátok és a partnerek szinte nem is kifogásolnak rajta semmit, elfogadják, a szülők is csak kis mértékben kritizálják azt (7,8 százalék).

11. táblázat. *A környezet véleménye az öltözékről*

Százalék	Barátaim	Partnerem	Szüleim	Osztálytársaim	Tanáraim
dicsérik	75,0	67,0	50,5	50,2	9,5
közömbösek	24,6	31,7	41,7	46,8	84,1
kifogásolják	0,4	1,4	7,8	3,0	6,4
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A vásárlás szempontjai (4) minden csoporton belül megegyeznek, szinte kivétel nélkül. A kérdőíven megadott kulcsszavak sorrendjük az alábbi:

1. az én stílusom, 2. jól néz ki, szép, 3. kényelmes, jó minőségű, fiatalosság, jól kombinálható, tartós, praktikus, önállóság, férfias/nőies, lazaság, egyéniség, divatos, jól mosható,

Az „én stílusom” kulcsszó az első, hisz’ a mindenkitől különböző, de a közösség számára fontos egyéniség a legfontosabb minden embernek (*Simmel*, 1973), de különösen a kamaszoknak, akik éppen az identitásuk kialakításán munkálkodnak. Az „egyéniesség”, a „férfiasság/nőiesség”, „lazaság” külön-külön fogalmazzák meg azt, amit az „én stílusom” együtt jelent. Érdekes, hogy az ár, az „olcsóság” az utolsó helyre került, talán mert a szolgáltatás fontosabb az ellenszolgáltatásnál, talán azért, mert még nem a gyerekek, hanem a szülei állják a számlát. A „kényelmes” harmadik helyezése lelkiileg és szociálisan érthető, de viselés szempontjából biztosan nem igaz, ebben az értelemben racionalizálási eljárás, igazolás lehet, hiszen láthatunk az utcán kényelmetlen, ám divatos darabokat gyerekeinken. A „márkás” alacsony helyezése is még gyermekes magatartásra vall, nem vallják be ugyanis, hogy a megfelelő márka az, ami súlyt ad nekik a saját társaságukban, az ő referencia-csoportjukban.

A ruhát a gyerekek közel fele áruházban veszi (46,2 százalék), negyede márkaboltban, aztán butikban (16,3 százalék). A „kapom”, a kínai piac és a turkáló alig fordul elő a válaszok között. A kérdésre adott válasz a reklámok hatékonyságát bizonyítja. Gyerekeinknek drága üzletekben új árut vásárolunk. Nem tudjuk, hogy miként telik erre a szülőknek, bár az is igaz, hogy a gyerekeknek csak egy-két cipője, ruhája van, tehát ennyit ki tudnak fizetni. De az az egy darab aztán már kár. Abban a kérdésben, hogy mit és hol (mármost melyik drága boltban) vegyen meg, a gyerekek harmada önállóan dönt, harmada a barátai, harmada a szülei véleményét kéri ki.

A megvett ruhát a gyerekek 28,0 százaléka tovább alakítja, ami elég magas szám. Bár nem mindegyik művelet igényel szakértelmet és különösebb időbefektetést, de így is meglepő. Feltételezhető, hogy a birtokba vétel és az egyéni szabás rítusáról van szó. A művelet a varrás, a vágás, koptatás, festés és ezek kombinációi.

A kutatás eredményeinek értelmezése, összefoglalása

Ha belegondolunk, hogy milyenek is a mai fiatalok, akkor sokféle színes törzs tagjai-ként idézhetjük fel őket. Gyerekeket, akik ugyan magukon viselik egy-egy megjelenési forma stílusjegyeit, de kikérik maguknak, ha be akarjuk sorolni őket valamelyik csoportba, mert ők „független egyéniségek”. A függetlenség ugyan még egy darabig megkérdőjelezhető, de az egyediségük kétségtelen, mindegyikük szuverén személyiség. Mi az a tulajdonság, ami megkülönbözteti őket egymástól, és mi az, ami összeköti őket, végül miben különböznek tőlünk, felnőttektől?

Itt az összefoglalásban tekintsünk el az apróbb (a kutatásban nem szignifikáns) különbségektől, és koncentráljunk a lényeges eltérésekre. Életvezetésük alapján két nagyobb részre oszthatjuk a mintát: a túlnyomó többséget alkotó konformistákra, és a radikális megjelenésű, szubkulturális jegyeket hordozók mintegy hatszázaléknyi csoportjára, köztük főként a rockerekre. A másik eltérést mutató terület, és itt már hét nagy csoport különböztethető meg, a zenei ízlés és az öltözködés mint megjelenés. A zenei és ruházatkodási ízlés egy csoporton belül meg is egyezik egymással (a diszkós viseletű diszkózenét hallgat), egyben el is különíti az egyes csoportokat egymástól (például az alterost a plázástól). Ez a jellemző ízléskülönbség azonban nem párosul sajátos értékvilággal, életformával, hanem fogyasztási szokásként határozható meg. A különbségeknél még megemlíthetjük, hogy a rockerek számára többet jelent a barátok véleménye, mint az anyáé, ellentétben az összes többi csoporttal. Ennyi a különbség.

A hasonlóság viszont nagyon sok területen jelentkezett, helyenként egyenesen megegyezést tapasztaltunk. Nagyon nagy a hasonlóság az értékvilágban, mindenkinek a barátság, a család és a szabadság a legfontosabb. A kapcsolatok közül messze a legfontosabb az anyáé, aztán a baráté, a testvéré következik. Az anya az, akivel a gondjait megbeszéljük, és benne a legfontosabb tulajdonság az elfogadó szeretet, még az extrémebb

megjelenésük, elvált szülők, alacsony iskolázottságúak gyerekei is így vallottak. A barátok java az iskolából kerül ki, a szomszédság, rokonság háttérbe szorul. Kulturális ízlésük zenében, ruhában eltér, de olvasásban, tévézésben és az étel kiválasztásában teljesen megegyezik, már-már azonos. A ruhák beszerzése, viselete is jóformán azonos, mindegyiküknek a ruha tisztasága, rendessége a döntő, a vásárlás és a viselet szempontjából egyaránt. A környezetük is nagyon hasonlóan ítéli meg a fiatalokat, és egyes tulajdonságukat, így öltözködésüket is, és jó látni, hogy elfogadják, sőt szeretik őket.

Végeredményben megállapíthatjuk, hogy a vizsgált fiatalok értékekben, kapcsolatrendszerben, az ízlés több területén és fogyasztói szokásokban is megegyeznek, csak egyes árucikkek (ruha) és szolgáltatás (zene) fajtájában különböző csoportokból állnak.

Esettanulmány

Egy példa a diszkós öltözködésre (1739-es fotó)

Bicsérdi Ágnes szakdolgozatából, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Budapest, 2007.

[...] Az előbbi példában említettek ugyanerre a leányzóra is elmondhatók, bár kissé visszafogottabb, épp ezért akár a plázás típusba is sorolható lenne, de még mindig kihívóbbnak számít náluk.

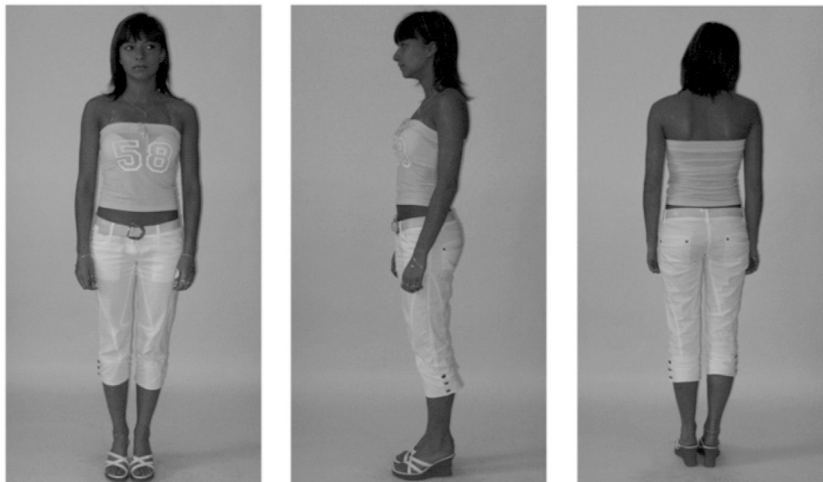
Szintén szűk, kissé átlátszó, pánt nélküli felsőrészt visel, alatta szivacsos (mellet nagyobbak láttató) melltartót, melyet szilikonpántok tartanak. A szilikonpánt lényege az lenne, hogy „láthatatlan”. Persze, nagyon is látható, egyrészt, mert fényes, másrészt elég bőridegen anyag. Azt a látszatot hivatott kelteni, mintha a mell valóban magától, mindenféle pánt nélkül állna úgy, ahogy, valamint a kivágott ruhák látványát nem zavarja egy „igazi” melltartópánt.

A felsőrészen nagyon tipikus a felirat: „58”, amely kissé sportos külsőt kíván kölcsönözni az egyébként szexis felsőrésznek. Pontosabban: egy kihívó darabot hétköznapra elfogadottá (iskolába rosszállás nélkül felvehetővé) igyekszik változtatni, elhithetve velünk, hogy ez a felsőrész igazából egy sportos laza lányt takar, nem pedig egy csábító nőt.

Alakja csinos, szívesen hangsúlyozza: szűk halásznadrágot visel a szűk felsőrészhez, hasa szabadon. A fehér szín a mai diszkós fiatalok egyik legjellemzőbb színe. Egyrészt átlátszósága megfelelő betekintést nyújt a fehérnemű világába, valamint a diszkós neonfényben vakítóan foszforeszkál, elérve a célt: a férfiszemek legettetését.

Csípőjén rózsaszín öv (szintén jellegzetes), lábán telitalpú, fehér pántos papucs. Ujjain az ezüstgyűrűk sorakoznak, ezüstlánc és karkötő kíséretében.

Az 1739-es kódszámú diszkós lány képe



kód	1739	gimnázium	ruhaleírás
		szakközépiskola szakiskola	

Jegyzet

(1) A kutatás az Országos Tudományos Kutatási Alap támogatásával jött létre (OTKA 2005 / F 61 405). Kutató tanárok: Ambrus Noémi, Bagdán Erika, Bakos Kata, Csóka Ágnes, Dániel Péter, Geisbühl Tünde, Kóvári Júlia, Lázár Zsuzsanna, Lukács Gyöngyi, Micheller Erzsébet, Nagy Júlia, Némethné Foki Ildikó, Péter Natália, Rabb Tímea, Reményi Brigitta, Simon Tünde, Szörényi Tamás, Tóth-Vásárhelyi Réka, Völgyesi Attiláné, Vörösné Péter Mária. Kutatási titkár: E. A. Németh Márta, statisztika: Tóth Attila, adatrögzítés: Rablóczy Györgyné, képszerkesztő: Veisz Kata. Szakértők: Bicsérdi Ágnes, Bíró Titanilla, Huszti Andrea, Kóvári Júlia egyetemi hallgatók.

(2) A munkát Nagy Lászlónak a század eleji Gyermektanulmányi mozgalmához hasonló cílekkel kezdtük meg. Meggyőződésünk, hogy minél alaposabban ismerjük tanulóinkat, motivációjukat, értékeit, világukat, annál könnyebben értünk velük szót, és annál hatékonyabban tudjuk őket tanítani.
(3) A zenei ízlés kérdőívhez a Gábor Kálmán Szigetkutatásában (2005) leggyakrabban említett zenei stílusokat használtuk.
(4) A szempontsor a Textilmitteilungen 1985-ös számában megjelent kérdőív alapján készült.

Irodalom

Bauer Béla – Szabó Andrea (2005, szerk.): *Ifjúság 2004 gyorsjelentés*. Mobilitás Ifjúságkutató Iroda, Budapest.
Bicsérdi Ágnes (2007): *Fiatalok öltözködése napjainkban. A subkultúrák külső jellegzetességeinek vizsgálata*. Szakdolgozat. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, Budapest.
Gaul, Emil (2006): Taste of youth and education of taste. Előadás. 'Interdisciplinary Dialogues in Arts Education'. International Society for Education through the Arts Congress, Viseu, Portugal. 2006. március 1–5.
Gábor Kálmán (2005): *A Sziget-kutatás 2004*. Kézirat. Oktatáskutató Intézet, Budapest.

Gábor Kálmán – Gaul Emil – Szemerszki Marianna (2006): Trendek a szigetkutatásban. *WEB, a Max Weber szociológiai szakkollégium lapja*, 1–2. 9–34.
Mészáros György (2003): *Techno-house* subkultúra és iskolai nevelés. *Iskolakultúra*, 9. 3–63.
Szapu Magda (2002): *A zürkorszak gyermekei*. Századvég Kiadó, Budapest.
Textilmitteilungen (1985).
Simmel, Georg (1973): A nagyváros és a szellemi élet. In uő: *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Gondolat Kiadó, Budapest.

Gaul Emil

Nyíregyházi Főiskola, Bölcsészettudományi és Művészeti Kar, Vizuális Kultúra Tanszék

Környezeti nevelés

A környezeti nevelés (Umwelterziehung, environmental education, éducation environnementale, milieuonderwijs, educación ambiental, educazione ambientale etc.) olyan globális fogalom, mely kifejezésre juttatja – bármely országban – a szocioszféra és a természetes környezet kölcsönhatásában a helyes egyensúlyt, és amely pro futuro készíti fel a jelen társadalmi folyamatainak résztvevőit a fenntartható fejlődésre való átmenetre. Mint közjogi konceptus ki kell egészülnön a természeti neveléssel.

Az élő és az élettelen környezet értékeinek oltalmazására, a természeti kincsekkel való takarékosagra, társadalmi-környezeti igazságosságra kell nevelni idősét és fiatalot, a fejlett és a fejlődő világ lakosságát egyaránt. A környezeti nevelésben globális kompatibilitásra kell törekedni. Az egyes országokban megnyilvánuló helyi különbségek, geopolitikai, föld- és természetrajzi sajátosságok keltette inkongruencia elsimítására elsősorban civil, másodsorban pedig nemzetközi jogi kezdeményezések szolgálnak.

A világon elsőnek tekintett kormányközi konferenciát a környezeti nevelésről az UNESCO és az UNEP (United Nations' Environment Programme) szervezésében tartották Tbilisziben 1977. október 14-től 26-ig. A Tbiliszi Nyilatkozat lerakta a környezeti nevelés alapjait. Mindez az 1972-es Stockholmi Konferencia (Conference on Human Envi-