

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR
GAZDÁLKODÁSTANI DOKTORI ISKOLA

Hegedüs Réka

**Idősödő fogyasztók magatartásváltozása – különös
tekintettel az 50-70 éves korosztály vásárlására**

Az idősödés, mint célcsoport probléma

DOKTORI ÉRTEKEZÉS

Témavezető: Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár

Társ konzulens: Dr. Nagy Ákos
adjunktus

Pécs, 2021

Tartalomjegyzék

Táblázatok jegyzéke	III
Ábrák jegyzéke	IV
Mellékletek jegyzéke	VI
Absztrakt	VIII
Köszönetnyilvánítás	X
1. Bevezetés	1
1.1. A kutatási téma jelentősége, a kutatás célja	3
1.2. A kutatási kérdések megfogalmazása, a disszertáció felépítése	4
1.3. További megjegyzések a téma kezeléséhez	5
2. Az ageing értelmezése	6
2.1. Biológiai közelítés.....	8
2.2. Társadalomtudományi közelítések.....	10
2.3. Pszichológiai közelítés.....	24
2.4. Fejlődéslélektani közelítés	29
2.5. Demográfiai közelítés	38
2.6. Összefoglalás	43
3. Az idősödés kérdése, mint életkori probléma	46
3.1. Az életkor objektív és szubjektív értelmezései	46
3.2. Életkori felosztások.....	52
3.3. Az időskor kezdete.....	55
3.4. Az életkori csoportok társadalmi megítélése – ageizmus	58
3.4.1. Magyarországi helyzet	67
3.5. Életminőség idős korban.....	70
3.6. Változásmegélés, az idős (cél)csoportba való kerülés	75
3.7. Összefoglalás	78
4. Az idősek szegmentációs megközelítése	80
4.1. Idősekre ható trendek	81
Életkori csoportokhoz kapcsolódó trendek.....	82
Időskori „belülről érkező” változásokhoz kapcsolódó trendek	83
Időskori „kívülről ható” változásokhoz kapcsolódó trendek.....	84
4.2. Az idős korosztály szegmentációja	85
4.2.1. Életív, életciklus, életstílus	87

4.2.2. Médiagenerációk	95
4.3. Az idősök anyagi helyzete	99
4.4. Összefoglalás	102
5. Kutatás az 50-70 évesek fogyasztói magatartásváltozásáról	103
5.1. A kutatási célok és módszerek bemutatása	108
Probléma-közelítést támogató kutatási elemek	108
Kutatási szakaszhoz kapcsolódó kutatási elemek	109
Kutatásmódszertan	112
5.2. A kutatási eredmények	115
5.2.1. Szubjektíven ható tényezők a fogyasztói szokásokra.....	115
Az idősödés megítélése, mint befolyásoló tényező	115
Életminőség és vásárlási attitűd kapcsolata	138
5.2.2. Szubjektíven értékelt fogyasztói magatartásváltozás	141
Az életkor szerepe a költési volumen időbeli változásában.....	146
A vásárláshoz fűződő viszony.....	151
Az idős generáció vásárlási jellemzői	155
Fogyasztásváltozást kiváltó életesemények	159
Fogyasztásváltozás az életúton megtapasztalt fordulópontok mentén.....	164
Termékcsoportokra való költés 10 éves viszonylatban	
- érzelmi kapcsolódás	167
Klasztercsoportok a termékcsoportokra való költés 10 éves viszonylatában .	169
6. Összegzés	174
A disszertáció eredményeinek gyakorlati alkalmazhatósága.....	182
6.1. Kutatási korlátok	183
6.2. Jövőbe mutató irányok	184
7. Irodalomjegyzék	186
8. Mellékletek	227

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A primer kutatás elemei és főbb jellemzői.....	2
2. táblázat: Az idősödés kutatásának különböző megközelítései az egyén, illetve a társadalom szempontjából	12
3. táblázat: Az öregedés pszichológiai megközelítései	25
4. táblázat: Életút (life-course) megközelítések	27
5. táblázat: Életúttal kapcsolatok kifejezések	28
6. táblázat: Fejlődési szakaszok az életút során.....	34
7. táblázat: Az időskorú népesség életkor szerinti alakulása a különböző forgatókönyvek szerint, 2011, 2070.....	42
8. táblázat: Eltérő életkori megközelítések.....	48
9. táblázat: A diszkrimináltak és nem diszkrimináltak megoszlása életkor szerint 2017/ 2019-ben (%).....	68
10. táblázat: Diszkrimináció az áruk, kereskedelem és szolgáltatások igénybevétele területén - a személyes diszkrimináció gyakorisága területenként a kérdezést megelőző 12 hónapban 2010 és 2019 között (%)	69
11. táblázat: Változástípusok - fogalompárok	77
12. táblázat: Négy fő szegmentálási megközelítés marketingszempontról és a megközelítések csoportképző kritériumai.....	87
13. táblázat: Az életciklusok lakossági átlag feletti és alatti költségei	89
14. táblázat: Variációk időskori tipizálásra	93
15. táblázat: A primer kutatás elemei, főbb jellemzői és a kapcsolódó hipotézisek	108
16. táblázat: Generációkat sújtó hátrányok.....	130
17. táblázat: Attitűdállítások mutatói – hátrányok érzékelése.....	134
18. táblázat: Attitűdállítások mutatói – hátrányok érzékelése korcsoport bontásban.....	134
19. táblázat: Szubjektív korérzet korcsoportonként	136
20. táblázat: Szubjektív korérzékelés	137
21. táblázat: Klasszifikációs tábla - a modell előrejelzési pontossága	149
22. táblázat: Paraméter becslések – szignifikáns kapcsolatot mutató szempontok	150
23. táblázat: Generációkra jellemző tulajdonságok - korrespondencia tábla	158
24. táblázat: Változást kiváltó életesemények kategóriái	161
25. táblázat: Változást hozó életesemények kategóriái (említések száma összesen)	165
26. táblázat: A hipotézisek rövid összefoglalója	182

Ábrák jegyzéke

1. ábra: A disszertáció koncepcionális vizsgálati modellje	4
2. ábra: Sztereotípiá-tartalom modell	63
3. ábra: A változás ciklikus jellege.....	76
4. ábra: Pszichológiai modell átvétele: Schwartz egyetemes emberi értékek TGI által adaptált modellje	91
5. ábra: Az idősek (60–x évesek) társadalmi-fogyasztási státuscsoportok szerint (%).....	92
6. ábra: Az egy főre jutó éves bruttó jövedelmek alakulása korcsoportok, iskolai végzettség és gazdasági aktivitás szerint.....	100
7. ábra: A háztartások kiadásainak alakulása háztartástípusok szerint.....	101
8. ábra: A modell struktúrája.....	105
9. ábra: A változások valószínű bekövetkezése.....	105
10. ábra: Mi jut eszedbe az ageing (öregedés) szóról? – alapképzéses hallgatók válaszai	117
11. ábra: Szerinted milyen érzés öregnek lenni? – alapképzéses hallgatók válaszai	119
12. ábra: Szerinted hogyan érzik magukat a mai idős emberek a világban? – alapképzéses hallgatók válaszai	120
13. ábra: Szerinted milyen előnyökkel jár az öregség?	120
14. ábra: Mesterképzős hallgatók asszociációi az öregedésről	122
15. ábra: Milyen érzése van, ha az öreg / idős / fiatal jelzöt hallja? – összességében.....	123
16. ábra: Milyen érzése van, ha az idős / fiatal jelzöt hallja? – korcsoportbontásokban.....	124
17. ábra: Önmagával való elégedettség – korcsoportbontásban.....	126
18. ábra: Generációk lehatárolása (n=1038) – átlagok.....	128
19. ábra: Hátrányban vagyok a korom miatt – korcsoportbontásokban.....	133
20. ábra: Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Hátrányban vagyok.....	134
21. ábra: Hány évesnek érzed magad?	135
22. ábra: Hány évesnek érzed magad? – kronológiai életkor alapján növekvő sorrendben	135
23. ábra: Melyik korcsoporthoz tartozónak érzi magát valójában?.....	137
24. ábra: Élettel való elégedettség – korcsoportbontásban.....	139
25. ábra: „Imádok vásárolni” és az élettel való elégedettség kapcsolata	139
26. ábra: Vásárlási, költési szokások változása – online megkérdezés	142
27. ábra: Vásárlási, költési szokások változása – személyes megkérdezés.....	142
28. ábra: Költési szokások megváltozása – idős megkérdezettek	143
29. ábra: Költési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (összességében).....	144

30. ábra: Költsési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (kinézet)	145
31. ábra: Költsési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (érdeklődés)	145
32. ábra: A szubjektív életkor (érdeklődési kör tekintetében) és az életminőség értékelésének kapcsolata	145
33. ábra: Mennyire szeret Ön jelenleg/ és szeretett 10 évvel ezelőtt vásárolni?	152
34. ábra: Mennyire jelent jelenleg, illetve jelentett Önnek 10 évvel ezelőtt feladatot vagy élményt/örömet a vásárlás?	153
35. ábra: Mennyire szeretett Ön 10 évvel ezelőtt vásárolni? - korcsoportbontásban	154
36. ábra: Mennyire szeret Ön jelenleg vásárolni? – szubjektív életkor alapján	154
37. ábra: Mennyire szeretett Ön 10 évvel ezelőtt vásárolni? – szubjektív életkor alapján.	154
38. ábra: Az idős korosztály feladat/élmény felosztása a vásárlás kapcsán – szubjektív korcsoportbontásban	155
39. ábra: Generációkra jellemző tulajdonságok	157
40. ábra: Idősek véleménye a generációkra jellemző vásárlási tulajdonságok kapcsán.....	159
41. ábra: Fogyasztói magatartást megváltoztató események - kategóriákra bontva.....	161
42. ábra: Fogyasztói magatartást megváltoztató események – említett változások.....	161
43. ábra: Fogyasztói magatartást megváltoztató események – pozitív változások.....	162
44. ábra: Mennyire mutatkozott meg az életében bekövetkezett legutóbbi komoly változás a következő területeken?	163
45. ábra: A változás kapcsán kiváltott érzelmek	164
46. ábra: Élelmiszerek és alkoholmentes italok (n=180), szeszes italok (n=150).....	168
47. ábra: Dohányárak (n=146), egészségügy (n=222)	168
48. ábra: Lakásfenntartás és háztartási energia (n=227), lakberendezés, felújítás (n=223)	168
49. ábra: Ruházat és lábbeli (n=221), megjelenés (fodrász, kozmetikus, smink, körmös; n=148)	169
50. ábra: Klasztercsoportok költési változásai 10 éves viszonylatban	170
51. ábra: Az EU-28 korfa, 2003 és 2018 (a teljes népesség %-a)	227
52. ábra: Az EU-28 korfa, 2017 és 2080 (a teljes népesség %-a)	228

Mellékletek jegyzéke

1. Melléklet: Super-féle életpályamodell.....	227
2. Melléklet: EU-28 korfák.....	227
3. Melléklet: Eltérő médiagenerációs felosztások.....	228
4. Melléklet: Online kérdőíves megkérdezés kérdései – alapképzéses hallgatók.....	229
5. Melléklet: Online kérdőíves megkérdezés – alapképzéses hallgatók - demográfiai tábla.....	229
6. Melléklet: A 2018-as fókuszcsoportos viták, országos online, valamint személyes megkérdezés kérdéskörei.....	229
7. Melléklet: Országosan reprezentatív online megkérdezés – a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői.....	230
8. Melléklet: Országosan reprezentatív online megkérdezés – alkalmazott kérdőív.....	230
9. Melléklet: Országosan reprezentatív személyes megkérdezés – a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői.....	234
10. Melléklet: Országosan reprezentatív személyes megkérdezés – alkalmazott kérdőív.....	235
11. Melléklet: A mélyinterjú sorozat vezérfonala (6 témakör).....	238
12. Melléklet: A mélyinterjú sorozat megkérdezetti körének demográfiai jellemzői.....	238
13. Melléklet: A mélyinterjú sorozat során alkalmazott kérdőív.....	239
14. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés kérdéskörei.....	240
15. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés megkérdezetti körének demográfiai jellemzői.....	241
16. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés során alkalmazott kérdőív.....	241
17. Melléklet: A csoporthatás erősségének meghatározására a Cramer V együttható értéke alapján.....	247
18. Melléklet: Szubjektív korérzetek és a kronológiai életkor eltérései.....	248
19. Melléklet: Szubjektív korérzet szempontként kifejtve.....	249
20. Az életminőség kapcsolata a vásárlási szokásokkal – negatív irányú kapcsolatok.....	251
21. Az életminőség kapcsolata a vásárlási szokásokkal – pozitív irányú kapcsolatok.....	252
22. Paraméter becslések – szubjektív érzékelési szempontok.....	253

23. Paraméter becslések – demográfiai szempontok.....	253
24. Vásárlással kapcsolatos attitűdállítások	254
25. Az 50-70 évesek vásárlási attitűdállításának háttérelmzése – legjellemzőbb összefüggések (n=500).....	254
26. Közlekedés (autózás, bérletek; n=193), kommunikáció (mobiltelefon, vezetékes, tv- csatlakozás; n=194).....	256
27. Kultúra, szórakozás (n=166), oktatás (n=160).....	256
28. Vendéglátás (n=162), utazás, üdülés (n=205).....	256
29. Ma jobban odafigyelek a költségeimre, mint korábban – klasztercsoportonként	256

Absztrakt

Hegedüs Réka

Idősödő fogyasztók magatartásváltozása – különös tekintettel az 50-70 éves korosztály vásárlására

Az idősödés, mint célcsoport probléma

Témavezető: Dr. Törőcsik Mária

Társ konzulens: Dr. Nagy Ákos

A Földön végbemenő jelentős globális változások (népesség-, hosszabbéletűség- és információrobbanás), a felborult demográfiai egyensúlyok kitüntetett társadalmi problémává tették az idősödést. Ebből kifolyólag az idősek fogyasztói magatartásának megismerése és megértése egyre fontosabb feladat a marketingszakemberek számára. Célcsoportosításuk a mai napig főképp sztereotípiák mentén történik, annak ellenére is, hogy az idős korcsoport már nem kezelhető egységesnek, nem számít homogénnek. Jelen doktori disszertáció ezen szegmensen foglalkozik – különös tekintettel az 50-70 éves korosztályra vonatkozóan. Célja, hogy átfogó képet mutasson a kapcsolódó társtudományokban felhalmozott elméleti tudásról az öregedés és az életkori közelítés terén, mely segíthet pontosabb szegmentációs ismérveket kialakítani az idősödő korosztály esetében.

A kutatási szakasz többféle nézőpontból és többféle módszerrel közelíti meg az idős-szegmenst, koncentrálna az életkori sajátosságaikra, sztereotip megítélésükre és életminőségükkel kapcsolatos viszonyulásaikra. Kiinduló feltételezés az volt, hogy az idősödés során megváltozik az emberek fogyasztási attitűdje, mely változás megmutatkozik a fogyasztás szerkezetének módosulásában és a vásárláshoz való hozzáállásban is. A kutatás központi vonala az életút mentén érzékelt változások és fordulópontok hatására bekövetkező fogyasztói magatartásváltozások feltárása az idős korcsoport esetében. Ezen belül vizsgálja a vásárláshoz, fogyasztáshoz való hozzáállásukat, valamint az idős generáció (sztereotipikus) fogyasztói attitűdjeit és ennek eltéréseit a többi generációhoz képest. Kitér rá, hogy az idősödés, mint változás miképp

hat fogyasztói magatartásukra, illetve egyáltalán mennyire érzékelik a változás okozta fogyasztásbeli eltéréseket az életükben. Mindezen pontokat egy közös rendező elv mentén – az életkorra fókuszálva elemzi. Az alkalmazott keresztmetszeti vizsgálatok (kismintás, illetve országosan reprezentatív nagymintás megkérdezések, mélyinterjúk, fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatok) azokat az általános hatásokat hivatottak feltárni, melyek az öregedés során következnek be és az életúton haladás okán szolgáltatnak változást a fogyasztók életében (többek között: családi állapot változása, függetlenedés, gyerekvállalás stb.).

A disszertációban levezetett kutatások rámutattak, hogy az egyes generációkat vagy életkori csoportokat számos ok miatt érheti hátrány, de ez a problémakör legnagyobb arányban az idős korosztályúakat érinti, különösen az anyagi helyzetük és az életkoruk miatt érzékelt hátrány formájában. Összességében megállapíthatóvá vált, hogy az idősödésből, annak negatív megítéléséből vagy az élethelyzetek, életminőség megváltozásából eredő problémák, feladatok között eltöprel a fogyasztási szokások változásának érzékelése, de a fogyasztás érzelmi vetülete is, jellemző például, hogy az életkor növekedésével csökkenő arányt képviselnek az élményvásárlások. Mivel sok esetben a szubjektív életkornak, az élet eseményeihez való szubjektív viszonyulásoknak nagyobb szerepe van a fogyasztói magatartás változásában, mint a kronológiai életkornak, igazolást nyert, hogy a nyugdíjba vonulás körüli időszakban tartják az emberek leginkább megfontolandónak a vásárlásaikat, és törekednek visszafogni a költségeiket, de önmagában a növekvő életkor is erre a visszafogottságra sarkall. Végezetül a kutatás során bizonyítást nyert, hogy ma már nehéz éles életkori határokat rendelni a fiatal, a közép- és az idős generációkhoz, un. szürke zónák keletkeznek az egyes generációk között. Különösen igaz ez a közép- és az idős generáció határvonalára.

Kulcsszavak: ageing, idősödés, senior marketing, ageism, életminőség, idős célcsoport, 50-70 évesek

JEL kódok: E21, M31, M39

Köszönetnyilvánítás

A PhD képzés elvégzése és a disszertáció elkészítése során sokan támogattak szakmailag és érzelmileg, hozzájárulva jelen munka létrejöttéhez, kiknek köszönettel tartozom. Elsőként köszönöm témavezetőmnek, dr. Törőcsik Máriának, hogy szakmailag mutatta számomra a követendő utat és hasznos tanácsaival hozzájárult ahhoz, hogy minél minőségibb munkát végezhsek. Köszönöm neki, hogy többek között részt vehettem az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” című projektben, ami szervesen hozzájárult jelen munka elkészítéséhez. Hálával tartozom neki, hogy szakmai fejlődésem érdekében számtalan lehetőséget teremtett számomra és mindig visszatért a kutatási fókuszom és kitartásom fenntartásához mind szakmailag, mind érzelmileg, amikor a figyelmem más irányokba terelődött.

Köszönet illeti dr. Rappai Gábort, a doktori iskola vezetőjét, aki mindig segítőkészen állt hozzá, ha a szakmai fejlődésemhez elengedhetetlen konferenciárszvételekhez kapcsolódó forrásokat kellett megpályázni. Közbenjárásának köszönhetően egy hónapig Finnországban tartózkodhattam a *Centre of Excellence in Research on Ageing and Care* kutatócsoportnál, mely időszak szervesen hozzájárult a disszertáció elméleti háttérének kialakításához.

Külön köszönet illeti PhD hallgató társamat Csóka Lászlót, kinek együttműködésével és támogatásával sikerült átlendülni a PhD folyamat nehezebb időszakain, és akivel bármikor fordulhattunk egymáshoz szakmai és morális tanácsért.

Hálával tartozom dr. Sipos Norbertnek, dr. Rideg Andrásnak, Galambosné dr. Tiszberger Mónikának, dr. Nagy Ákosnak és Iloskics Zitának, akik módszertani kérdésekben értékes véleményeikkel segítették a dolgozat létrejöttét.

Nagy köszönet illeti családomat és páromat, akik érzelmi támogatására mindig számíthattam. Ez a dolgozat nem született volna meg édesanyám, Hegedüsne Váradi Klára nélkül, aki a legnehezebb pillanatokban is kitartóan mellettem volt, átsegítve a hullámvölgyeken.

1. Bevezetés

Az idősek fogyasztói magatartásának megismerése és megértése egyre fontosabb feladat a marketingszakemberek számára. Annak ellenére, hogy a témában a publikációk száma növekszik, a figyelem irányukba még mindig elhanyagoltnak tekinthető, sőt sok esetben az 50 év feletti fogyasztók már nem „számítanak” a marketing munka területén – Magyarország pedig a globális szinthez képest is elmaradásban van ezen a területen. Célcsoportosításuk főképp sztereotípiák mentén történik, annak ellenére is, hogy nem egységesíthető, mert az idős korcsoport már egyáltalán nem számít homogénnek. A médiában kevésbé (bár egyre növekvő számban) kapnak szerepet vagy találkozhatunk nekik célzott reklámokkal, üzenetekkel és mindezek által a kulturálisan többnyire negatív sztereotip megközelítésük kevésbé mérséklődik.

Doktori disszertációmban ezzel a szegmessel foglalkozom – különös tekintettel az 50-70 éves korosztályra, fogyasztási és vásárlási magatartásukra fókuszálva. Jelen fejezet célja dolgozatom fókuszának bemutatása, vizsgálódásaim felvezetése, a témával kapcsolatos kutatómunkám összegzése. Az 1. táblázatban láthatóak a kutatómunka időszakaszai és módszerei.

Korábbi kutatásaim során többféle nézőpontból és többféle módszerrel közelítettem az idős-szegmenst, koncentrálna az életkori sajátosságaikra, sztereotip megítélésükre és életminőségükkel kapcsolatos viszonyulásaikra. Az irodalomelemzés és a kutatási szakasz párhuzamosan zajlott, a megismert információk mentén születtek a publikációk. Az egyes kutatási módszerek részletes bemutatását az 5. fejezetben ismertetem.

Az irodalomelemzés első lépéseiben főképp az öregedés folyamatának és elméleteinek megismerését, valamint az ageizmus jelenségének feltérképezését (magyarországi helyzetre vonatkozóan) céloztam. Az idősödés ténye – annak ellenére, hogy ez egy egész életen át tartó folyamat – legnagyobb hatással az „idősnek számító” emberekre van, hiszen beépül személyiségükbe és egyaránt kihat megítélésükre a környezetükben. Mint ahogy a disszertációm későbbi fejezeteiben látható lesz, az életkori diszkrimináció nem csak az időseket érinti, mégis legnagyobb arányban őket befolyásolja személyes attitűdjeik kialakításánál. A magyarországi idős megítélés és sztereotip gondolkodás kapcsán több kutatásom során is kitértem azon kérdéskörre, hogy miképp vélekednek a megkérdezettek a fiatal, idős és öreg kifejezésekről, mit gondolnak az idősödéssel és az idős emberekről (Hegedüs, et al. 2020a, Hegedüs – Töröcsik, 2020; Hegedüs, 2020).

Másik nagy vonulata az irodalomkutatásnak az *életkorból fakadó sajátosságok megismerése*, ezen belül pedig a *korérzékelés pontosabb megértése* volt. Korérzékelés terén a generációk eltérő korérzékelése és a generációs határok kapcsán kialakult általános kép megismerésére törekedtem (Hegedüs et al. 2019, Hegedüs – Töröcsik, 2020). Az irodalomkutatás következő nagy része az *idős szegmens célcsoportosítási* lehetőségeinek megismerése volt, mely során egyértelművé vált, hogy sem az életkori határokat tekintve, sem csoportosítási szempontjaik terén nincs egyetértés a szakértők között – mely bizonytalanságot később az általam megkérdezett laikus fogyasztók is visszaadták. Az időskori attitűdökre vonatkozóan a már említett publikációkban és egyéb tényezők mentén felépített tanulmányokban is kerestem a jellegzetességeket (Hegedüs – Töröcsik, 2019), kitérve az életkor adta különbségekre is (Hegedüs et al., 2020b).

1. táblázat: A primer kutatás elemei és főbb jellemzői

szakasz	kutatási módszer	célcsoport	téma, kutatási fókusz	év	
PROBLÉMA-KÖZELÍTÉST TÁMOGATÓ KUTATÁSI ELEMELK	online megkérdezés (cawi)	PTE KTK alapképzésre járó hallgatók (n=84)	öregkorral, öregedéssel kapcsolatos asszociációk, életkori határok, szubjektív koréretet	2018	
	személyes interjúk	PTE KTK mesterképzésre (n=20) járó hallgatók	öregkorral, öregedéssel kapcsolatos asszociációk	2018	
	A KUTATÁSI SZAKASZHOZ KAPCSOLÓDÓ KUTATÁSI ELEMELK	fókusz-csoportos vizsgálat (3 db)	3-3 fő fiatal és középgenerációs, 2 fő idős generációs (n=24)	generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus	2018
		országos online megkérdezés (cawi)	15-74 éves magyar lakosság; n=1038	életstílus, életminőség, korrall és generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus, költési szokások változása	2018
		országos személyes megkérdezés (papi)	15-74 éves magyar lakosság; n=2001	életstílus, életminőség, korrall és generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus, költési szokások változása	2018
		mélyinterjú sorozat	fiatal (n=25;-29), középkorú (n=23; 30-59 évesek) és idős (n=25; 60+) generációk	életciklus állomások és fordulópontok mentén változó fogyasztói magatartás, ageizmus, életkorral való kapcsolat, életminőség	2019
		országos személyes megkérdezés (papi)	50-70 év közötti magyar lakosság (n=500)	életstílus, életminőség, változást hozó fordulópontok, szubjektív életkor, generációs jellemzők, ageizmus, vásárlási szokások változása, online vásárlási szokások	2020 február

Forrás: saját szerkesztés

Az *időskori életminőség megismerését* egyrészt az *idősek szubjektív önérzékelése* alapján (Hegedüs – Törőcsik, 2020, Hegedüs, 2020), másrészt az *időskori aktivitás* mentén vizsgáltam (többek között Hegedüs, 2019; Hegedüs et al. 2020c, 2020d, Lampek et al. 2021). Az időskori aktivitás és sportolási attitűdök ismertetése a terjedelmi korlátokra való tekintettel végül nem kaptak helyet a disszertációban.

1.1. A kutatási téma jelentősége, a kutatás célja

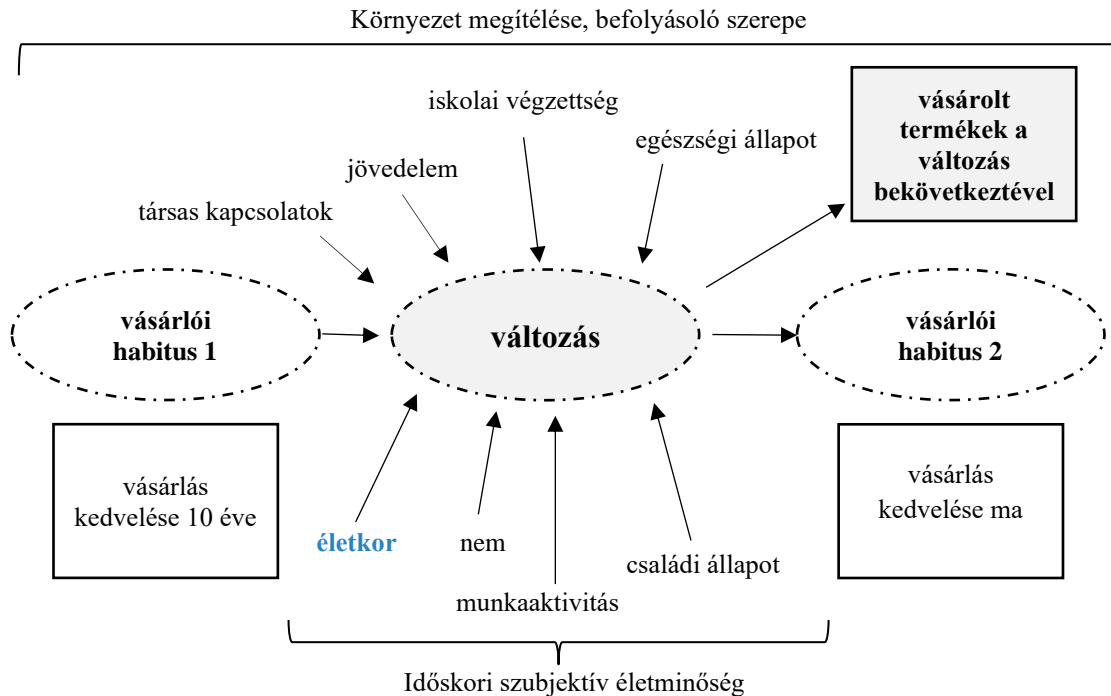
A Földön végbemenő jelentős globális változások (népesség-, hosszabbéletűség- és információrobbanás), a felborult demográfiai egyensúlyok kitüntetett társadalmi problémává tették az idősödést. A fejlett államok népességének korösszetétele nagyfokú változáson ment keresztül az elmúlt évtizedekben: megnőtt a száma, aránya és ezáltal a jelentősége az idős embereknek a népességen belül. Ennek okán válhatott az 1990-es évek elejétől a társadalomtudományi és közpolitikai elemzések és stratégiák kiemelt témájává az öregedés kérdésköre (lásd többek között Aassve, et al., 2006; Füzesi et al., 2013, Krémer, 2015; WHO, 2015; Lampek, 2015; Fábíán, 2016; Monostori – Gresits, 2018).

Az idősödésnek és az idősödő emberek belső, szubjektíven megélt folyamatainak megértése érdekében szerteágazó irodalom született az évtizedek alatt, melynek teljes feldolgozása mára lehetetlen feladattá nőtte ki magát. Főleg biológiai és pszichológiai területen hatalmas az elméleti modellek és eltérő megközelítésmódok száma. Mindezek ellenére a marketing szakterület kevésbé veszi figyelembe a felhalmozott tudást és csekély mértékben épít a megismert modellekre. Disszertációmban *átfogó képet szándékozom mutatni a kapcsolódó társtudományokban felhalmozott elméleti tudásról az öregedés és az életkori közelítés kapcsán*, mely segíthet pontosabb szegmentációs ismérveket kialakítani az idősödő korosztály esetében.

Dolgozatom kutatói szakaszának célja, hogy megismerjem *az életút mentén érzékelt változások és fordulópontok hatására bekövetkező fogyasztói magatartásváltozást az idős korcsoport esetében*. Feltárjam a vásárláshoz, fogyasztáshoz való hozzáállásukat, valamint az idős generáció (sztereotipikus) fogyasztói attitűdjeit és ennek eltéréseit a többi generációhoz képest. Vizsgáljam, milyen hangsúllyal van jelen életükben az idősödés, mint változás és ezen változás miképp hat ki fogyasztói magatartásukra, illetve egyáltalán mennyire érzékelik a változás okozta fogyasztásbeli eltéréseket az életükben. Emellett pedig megismerjem saját életkorukhoz és az idősödéshez való hozzáállásukat,

valamint környezetük megítélését az idősödés kapcsán. Mindezen pontokat egy közös tényező mentén – az életkorra fókuszálva elemzem.

1. ábra: A disszertáció koncepcionális vizsgálati modellje



Forrás: saját szerkesztés

1.2. A kutatási kérdések megfogalmazása, a disszertáció felépítése

A dolgozat felépítése igazodik az 1. ábrán látható koncepcionális modellhez. A szakirodalmi rész három nagyobb témakört érint, melyek célja a megfogalmazott kutatási kérdések megválaszolása:

- *Az ageing értelmezése:* biológiai, társadalomtudományi, pszichológiai, fejlődéslélektani, valamint demográfiai megközelítéssel – 2. fejezet
- *Az idősödés kérdése, mint életkori probléma:* különös tekintettel az életkori felosztások eltéréseire, az időskor kezdetének kérdésére, az ageizmus és az időskori életminőség, valamint az időskorba kerülés változásának befolyásoló szerepére – 3. fejezet
- *Az idősek szegmentációs megközelítése:* fókuszál az idősekre ható trendekre, valamint eltérő fogyasztói csoportosításukra – 4. fejezet

A szakirodalmi feldolgozást követően a primer kutatás eredményeinek bemutatása következik, ami a kutatási kérdések alapján megfogalmazott hipotézisek értékelését segíti. A kutatási kérdések megválaszolását az egyes szekunder fejezetek feldolgozása segíti, melyekkel tágabb, általánosabb megközelítéssel lehet a meghatározott kérdésekre ráláttni. Kifejtésük bővebben az 5. fejezetben olvasható.

K1: Milyen az idős emberek mai megítélése? Mennyire uralják a róluk kialakított társadalmi képet a sztereotípiák?

K2: Mennyire vagy miben befolyásolja az életkor, az életszakasz vagy az életút a vásárlási szokásokban bekövetkező változásokat?

1.3. További megjegyzések a téma kezeléséhez

Az emberiség története elválaszthatatlan az örök ifjúság vágyától és az öregedés miértjeinek kutatásától. Minden korszak kereste akkori ismeretanyagával és tudásával az egyének és a közösség fennmaradásának érdekében, hogy hogyan maradhatna hosszú életen át fiatal, tevékeny, egészséges és önálló, a valamihez vagy valakihez tartozás érzésével egyaránt megáldva (Iván, 2004). Rejtélyei, szépsége a mai napig kimeríthetetlen alapanyagot szolgáltatnak a kutatók, filozófusok, művészek vagy mérnökök számára. A 21. századra az ismeretanyaga megdöbbentően széles horizontúvá és mélységűvé vált, mely nehezíti a megfelelően specifikus, alapos mégis átfogó feldolgozást, mely szükséges egy kutatómunka kivitelezéséhez és megírásához. Ebből adódóan nehézséget okozott a megfelelően szűk metszet kialakítása az irodalomfeldolgozás során, így jelentkezhettek hiányosságok.

Az időseket érintő, életkorból adódó változások szintúgy sok témakört és kérdéskört érintenek, így a téma feldolgozása is sokrétű. Vizsgálatuk nem történhet meg önmagában – a többi generációhoz viszonyítva értelmezhetők csak a különbségek vagy a generációkon átívelő jellegzetességek. Emellett az életkorral összefüggéseket mutató attitűdök sem értelmezhetők önmagukban, hiszen behálózzák őket a történelmi, gazdasági és globális változások, a kulturális sajátosságok, valamint az egyének speciális életútjai, életkörülményei. Ezen tényezők nehezen mérhetők, alaposabb, további kutatást tesznek szükségessé, amelyhez azonban a disszertáció a későbbiekben jó alapot jelent majd. A szakirodalmi feldolgozaskor az egyes fejezetek értelemszerűen logikai sorrendet követnek, nem az irodalmi feldolgozás valódi menetét.

2. Az ageing értelmezése

Az idősödés (más néven ageing) megismerése és értelmezése rendszerszemléletet igényel, lévén (biológiai, pszichológiai és szociológiai elemekből felépülő) többdimenziós és többtényezős életfolyamat, mely során figyelembe kell venni az egyéni, korcsoportos, évjárat, nemi, valamint kulturális különbségeket egyaránt. Pont emiatt, nehéz általános érvényű törvényszerűségeket megfogalmazni az idősödéssel kapcsolatban. A mai napig kérdéses, hogy pontosan miért öregsünk, mik az idősség kritériumai, vagy épp mikortól számoljuk az öregkor kezdetét. Mindezen kérdéseket nem lehet csupán az emberi genom evolúciós változásaival magyarázni, mely lényegében kohortról kohortra ugyanaz marad – alakulásához éppúgy hozzájárulnak a folyamatosan változó egyéni és környezeti jellemzők (Iván, 2004, p. 220.).

Az öregedés komplex folyamat, mely születésünktől halálunkig tart és magában foglalja a megélt időt, az egyéni élettapasztalatokat és az aktuális szociális tapasztalatokat (Bromley, 1966; Bradstadter, 1999). A közgondolkodás főként az öregséggel összekapcsolt *jellemzőként* tekint rá, előszeretettel aggatva negatív sztereotip szerepeket, tulajdonságokat az idősebb emberekre. Pedig nincs két egyforma öregedés és az emberi különbözőségek, valamint eltérő életutak miatt az idős emberek sokkal inkább különböznek egymástól, mint fiatal társaik (Iván, 1994, p. 29.). Ennek ellenére felismerhetők hasonlóságok, megállapíthatók jellegzetes öregedési vagy öreg-típusok (koravén, fiatal öreg, sikeresen vagy sikertelenül megöregedő, örökmozgó, passzív szemlélődő...), melyekre nem csak a köznyelv vagy az irodalom utal szókapcsolatokkal, közmondásokkal, történetekkel (Rajna, 2007), hanem a tudományos világ is pontosítja, mélyíti a rendelkezésünkre álló ismeretanyagot. A teljes életünkön átívelő életút elemzésének érdekében a szakirodalom különféle értelmezésekkel és felosztásokkal dolgozik, melyek vonatkozhatnak biológiai, életkori lehatárolásokra, szakaszolhatnak életesemények, életfeladatok bekövetkezése vagy megvalósítása, de akár társadalmi, kulturálisan eltérő jellemzők alapján is. Az idősödés és időskor nem kezelhető egységes mintaként. A „harmadik utazásként” is ismert életszakasz nem a „szürkék tömege”, hanem az egyéni idősödés normál vagy kóros elváltozásainak sokfélesége és összhatása (Iván, 2004, p. 220.). Számos különféle felosztási módja mutatja (lásd többek között Hildebrand, 1995; Erikson, 1998; Mortimer – Shanahan, 2002), hogy nehéz feladat

egységesen, mindenkire vonatkozóan tagolni az életünket, ezért ennek tipizált vagy rigid felosztása, bemutatása korlátokat von maga után (Gross, 1996).

Minden élő fajnak van *maximális életkora*, mely a populáció leghosszabb életű 10%-ának átlagos élettartama (Frolkis, 1980). A tudomány fejlődésének és a jobb életkörülményeknek (jólét, egészségesebb étkezés, gazdasági növekedés, fejlettebb egészségügy, erősödő környezetvédelem) köszönhetően kitolódott az életévek, illetve az egészségben eltöltött évek száma. Ezáltal „hosszabb időn keresztül” öregsünk, illetve ma már nem feltétlen hívhatjuk öregnek azon embereket, akik a régi korokban kifejezetten idősnek számítottak (lásd többek között Kinsella – Velkoff, 2001; Eggleston – Fuchs, 2012; Csizmadia – Győri Szabó, 2014; Krémer, 2015; OECD, 2017). A korai 20. századhoz képest, mikor a születéskor várható élettartam átlagosan 31 év volt, a 2010-es évekre ez a szám megduplázódott (Krémer, 2015). A United Nations 2019-es tanulmánya alapján a világszerte várható születéskor várható élettartam az 1990-es évekbeli 64,2 évről 2019-re 72,6 évre nőtt, ami várhatóan 2050-ben 77,1 évre változik. Kontinensenként és országonként eltérő ezen átlagos élethossz annak ellenére, hogy az országok közötti élettartam-különbség megszüntetése terén jelentős előrelépés történt, mégis, továbbra is nagy hiányosságok vannak (United Nations, 2019).

Folyamatosan emelkedik nem csak a születéstől várható élettartam, hanem a 60 év felett megélt életévek száma is. Nyugat-Európában a 60 éves emberek átlagosan még 20-25 évre számíthatnak. Ennek jelentős részét képesek lesznek aktívan eltölteni ugyanis a fizikai és szellemi teljesítmény szignifikáns csökkenése csupán az utolsó 3-5 évre jellemző (Csizmadia – Győri Szabó, 2014). Számottevő a különbség a nemek közötti várható átlagos élettartamban. Ez a tény, az idősödés elnőiesedése azért is jelentős („feminization of ageing”; lásd Kinsella – Phillips, 2005; Cumming, et al., 2009; Davidson, et al., 2011; WHO, 2015; Grundy – Murphy, 2015; Monostori – Gresits, 2018), mert a szorongásos zavarok kétszer olyan gyakoriak a nők, mint a férfiak körében, ami pedig az életminőség romlását eredményezi, és ez még nagyobb kihívást jelent a lelki egészség szempontjából. A legveszélyeztetettebb csoport a 75 év feletti, egyedül élő férfiak csoportja, ha a befejezett öngyilkosságot vesszük figyelembe (Kovács – Jeszenszky, 2006). Viszont a férfiak várható élettartama gyorsabb ütemben növekszik, mint a nőké, így elképzelhető, hogy a jövőben be is érheti azt. Mindezek azonban gyakorlatilag nem befolyásolták a maximális élettartamot, ami emberként elérhető, mely jelenleg 115 éves korra tehető (Frolkis, 1980). Azon személyeket, akik meghaladták a

110 éves kort az angol irodalom „supercentenarians” néven említi, míg a 100 évet megérőket „centenarians”-ként nevezi (NECS, 2019). Vannak kedvezőbb kilátások is: Mecsnyikov (1919) a 120-130 évet reálisan elérhetőnek tartotta, míg Hufeland (1867) német biológus gondolata alapján az emberi élettartam elérheti 200. életévet is.

Érdeemes több irányból közelíteni az öregedést, mert eltérő a szubjektív érzékelése és értékelése mind biológiailag, társadalmilag és pszichológiailag, emiatt több különböző, alapjaiban mégis azonosnak tekinthető definíció található fogalmával kapcsolatban a szakirodalomban. Ennek okán a folyamat összetevőit összefüggéseikben és külön-külön is érdemes vizsgálni. A következőkben érintett elméletek nem feltétlen kapcsolódnak szorosan a marketing tudományterülethez, de ahhoz, hogy megérthessem az öregedést, mint változást és az idősödő célcsoportot, mint növekvő szegmenst, szükségesnek láttam távolabbról közelíteni – a biológia és a gerontológia irányából. A marketing szemlélethez legközelebb a szociológia tudománya áll, melynek egyes kérdéseit érintem a gerontológiai, a demográfiai, valamint a pszichológia alfejezetekben. Mindezen folyamatok ismerete nélkül csak hiányos és felületes kép vázolható fel a vizsgált idős célcsoportról, hiszen fogyasztói magatartásukat, költési habitusukat befolyásolja az aktuális fizikai és lelki állapotuk is.

2.1. Biológiai közelítés

A biológia tudománya az emberi testben végbemenő változásokra, mint romlási, elhasználódási folyamatokra koncentrál. Meghatározása szerint az emberi öregedés a test működésében és felépítésében, valamint a személy alkalmazkodásában bekövetkező változások meghatározott rendszere (Bromley, 1966). Pusztulási folyamat, amely számos élő és nem élő rendszerben egyaránt megtalálható. Gorman (1993) alapján az öregedés az egyének számára biológiai valóság, ami saját dinamizmusával meghaladja az emberi kontrollt, de az öregedés társadalmi konstrukciója mind korlátokat, mind lehetőségeket generál. Biológiai, szociális és pszichológiai folyamatai, az ezekből adódó kellemetlenségek, valamint működési problémák elől nem lehet kitérni: minden emberre hatnak, azonban más és más ritmusban és intenzitással. Az öregedés a szervezet reprodukciós érettsége után fellépő progresszív funkcionális kapacitáscsökkenés (Beregi, 1984). A kamaszkori változások után a felnőttkorban bekövetkező biológiai változások kevésbé látványosak, kisebb kihatásuk van a teljesítményre, vagy a társadalmi beilleszkedésre, míg öregkorban egyre fokozódó és rendszeres negatív elváltozásokat

okoz(hat)nak a magatartásban, a testi, szellemi, pszichés vagy társadalmi jellemvonásokban (Bromley, 1966; Kovács – Jeszenszky, 2006; Semsei, 2011). Az öregedés egy többlépcsős, belső ellentmondást tartalmazó folyamat, mely jóval az öregkor kezdete előtt indul, időben kiszélesedik, csökkenti a szervezet alkalmazkodóképességét és növeli a halál valószínűségét (Frolkis, 1980). Viszont nem csak degradálódás, anyagcsere és funkciózavar jelentkezik, hanem alkalmazkodást elősegítő fontos mechanizmusok is mobilizálódnak. Ezt támasztják alá mások megállapításai is (Clark-Plaskie – Lachman, 1999), melyek tanulsága alapján idős korban is működik az alkalmazkodó képesség: az idős ember is képes kivédeni vagy csökkenteni a korhoz kötött negatív hatásokat, így megtartva kontrollját önértékelése, pszichés környezete és élete felett. Emellett az önismerete és énképének komplexitása növekszik (Markus – Herzog, 1991). Fontos megfogalmazni a normál és a kóros öregedés kritériumait. „*A normál öregedési változások az örökítő anyagok révén, egyénileg megvalósuló életműködéseink olyan gyakoribbá váló változásai, melyek nem borítják fel az érintett működések egyensúlyát, csupán beszűkítik a „től-ig kapacitásukat”*” (Iván, 2004, p. 215.). Ennek okán érzékenyebbé, sérülékenyebbé válnak az egyének a hirtelen érkező külső-belső változásokkal, illetve kihívásokkal kapcsolatban, és amennyiben az idősödő ember nem tudja életvezetését ennek megfelelően módosítani, felborul homeosztázisa és kóros (patológias) működések jelentkeznek átmenetileg, előre haladóan vagy akár életet kioltó jelleggel.

A *biogerontológia* háromfelé osztja az öregedési elméleteket (Hayflick, 1995). Az egyik csoport *eleve meglévő alaptervet* feltételez (aktív folyamatokat vizsgáló programelméletek), míg a másik *véletlenszerű eseményekre* alapoz. A programelméletek szerint az öregedés az események egymás utáni, folyamatos programja, melyet elsősorban a DNS molekulák nukleotid sorrendje és térszerkezete határoz meg. A véletlenszerű események csoportja viszont úgy vallja, hogy az öregedés véletlenszerű károsodások összegződése és felhalmozódása, nem pedig célirányosan meghatározott események következménye. A hibák lehetnek rendszerhibák, illetve mutációk is. Harmadik csoportként a fentiek *kombinált, egyesített elméletei* szerepelnek.

Az öregedési folyamatnak vannak alapvető belső és külső faktorai. A belső változások egyéni különbségeit az alkati hajlamok eltérései (intrinsik tényezők) és a különböző környezeti feltételek (extrinsik tényezők) felhalmozódásai adják (Bromley, 1966). Intrinsik tényezőknek az élő sejtek molekuláris biológiai folyamatait és változásait

tekintjük pl. kognitív folyamatok életkorfüggő pszichofiziológiai változásai (Gaál, 2009), míg extrinsik tényezők többek között a társas kapcsolatok vagy azok hiánya a személyes fejlődés során, vagy az életkorból adódó, az életút során idővel felhalmozódó tapasztalatok (Guttman, 1990; Colarusso, 1992). Az idősödést befolyásolja a fiatalabb korban kialakuló személyes életstílus, magatartásforma, érzelmi, erkölcsi és tudati fejlődés (Beauvoir, 1972; Levinson, et al., 1978), a közösségben betöltött szerep és aktivitás, az interakciók megléte (Tesch, et al., 1981; Volinn – Spielholz, 1969; Ishii-Kuntz, 1990), a tartalmas kikapcsolódás gyakorisága (Falussy, 1976), vagy épp az önálló felkészülés és tudatos viselkedés kialakítása az időskorra (Graney – Zimmerman, 1981; Hidy Pálné, 1987; Buda, 1994; Jeszenszky, 2003; Imre, 2007). Ezeknek egy része örökletes, biológiai hatás, más részük környezeti tényezőkből fakad. Az öregkori problémák (értve ide annak elfogadását, a beilleszkedési rugalmasságot is) adódhatnak a rossz szellemi vagy testi egészségből (Fox, 1999; Ravaglia, et al., 2008; Deslandes, et al., 2009; Boga, 2013), a rögzült szokásokból vagy hiedelem-, hitrendszerekből (Szemán, et al., 2007) és a környezet hatásaiból, például annak viszonyulásából, kommunikációjából (Montepare – Zebrewitz, 2002; Vesperi, 2001), és az egészségre ható környezeti problémákból (National Research Council, 1987; European Commission, 2008; Haq, et al., 2013). A kívülről érkező hatások sokszor el is fedik a kevésbé ismert vagy meghatározható, de nagyobb pontosságúnak tekintett belső tényezők szerepét. Ezek közé tartoznak a testben végbemenő degeneratív fizikai változások, többek között például a keringési, légző-, emésztő-, vázizomzat- vagy idegrendszerekben. Az öregedés normális biológiai folyamat, nem szükségszerűen jár kóros elváltozásokkal vagy súlyos betegségekkel (Czigler, 2000). Azonban a kialakuló élettani változások fokozzák a betegségekre, balesetekre való hajlamot és idővel többé-kevésbé minden szervrendszerben negatív irányú változások következnek be, pl. magasság és testtömeg csökkenése, izomerő és izomtónus csökkenése, akaratlagos mozgás lassulása vagy képtelensége, tüdő vitál- és totálkapacitás csökkenése, vérnyomás és fájdalomküszöb emelkedése, demencia jellegű problémák (lásd például Halmos, 2002).

2.2. Társadalomtudományi közelítések

A *gerontológia* (géron= öregember, -ológia= tudomány, tan) tudománya alap- és alkalmazott kutatásokkal vizsgálja az öregedés folyamatát és törvényszerűségeit, foglalkozik az öregedés orvosi és szociális vonatkozásaival, továbbá valamennyi

élőlényre vonatkoztatva elemzi az életfolyamatok időben előre haladó változásait (Semsei, 2011, 2014, 2016). Élettani, lélektani, társadalmi és ökológiai rendszerében tanulmányozza az embert, öregedésének fajra és személyre jellemző sajátosságait "normál" és kóros csoportosításban. Rendszerében elkülönül a szociális, klinikai - orvosi és elméleti - kísérletes gerontológia és az összehasonlító, elkülönítő kultúr-antropológiai gerontológia. A *geriátria*, más néven idősgyógyászat a gerontológia egyik ága, mely az időskor egészségügyi problémáival foglalkozik, mind a megelőzés, mind a gyógyítás és rehabilitáció feladatköreit magában foglalva (Székács, 2005). A társadalomgerontológia a társadalom olyan szerkezeti változásaival foglalkozik, melyek annak előregedéséhez, kritikus esetben pusztulásához is vezethetnek. *Társadalmi gerontológia* ága a társadalom előregedésének kérdéseivel, annak kísérőjelenségeivel, problémáival, illetve megoldási lehetőségeivel foglalkozik (Semsei, 2011). Másik ágaként a *szociális gerontológia* törekszik a gondok tényleges megoldásának gyakorlati kivitelezésére (többek között idősápolás).

Kutatásának megközelítése tudományáganként eltér, mely befolyásolja az öregedés mérési lehetőségeit is. Ezen megközelítések nem statikusak, az idő előrehaladtával sok változáson estek/ esnek át a mai napig. Az elméletek kiindulópontjaik szerint is csoportosíthatók, valamint számos átfedés és kapcsolódási pont található közöttük, melyek tovább segítik az öregedés holisztikus vizsgálatát. Farkas és társai gyűjtőmunkája alapján az első csoport *az idősödés és az egyén kapcsolatát* állítja a középpontba, míg a második csoport *az idősödés és a társadalom viszonyát* tárgyalja (Farkas, et al., 2009). Korábbi gyűjtőmunkákat alapul véve (Bengtson et al., 1997; Farkas et al., 2009; Brettner, 2013; ER services, 2015; Bengtson – Settersen, 2016; Pierce – Timonen, 2020), az alábbiakban röviden ismertetem a feltérképezett elméleti megközelítéseket – a teljesség igénye nélkül, melyek egyaránt érintik a pszichológia, szociológia és társtudományok területeit, és ezáltal *segítségükre lehetnek a marketing szakembereknek, hogy pontosabb szegmentációs jellemzőket választhassanak, illetve alakíthassanak ki az idősödő célcsoportok precízebb jellemzéséhez*. Miután sok irányzat játszik szerepet, fontosnak találtam a táblázatos megjelenítést (2. táblázat), megemlítve néhányat a területen munkálkodó szerzők közül, törekedve friss publikációk felsorakoztatására is. A táblázat során a fő szempont a megközelítési elvek csoportosítása volt, így nem szemlélteti az időrendiséget.

2. táblázat: Az idősödés kutatásának különböző megközelítései az egyén, illetve a társadalom szempontjából

	Elméleti megközelítések		Szerzők
Az idősödés és az egyén kapcsolata (az egyén szemszögéből)	veszteség megközelítés	veszteség- vagy deficitelmélet; szerepelmélet	Salthouse (2000), Mitnitski – Rockwood (2015); Bennett – Ahammer, (1977)
	funkcionalizmus	aktivitáselmélet; spektrum modell; produktív idősödés elmélete; tudatos idősödés	Havighurst (1968), WHO (2002); Martin – Dillen (2014); Butler (1985), Schulte, et al. (2018); Moody (2009)
		szétkapcsolódás-elmélet; folyamatosság-elmélet; társadalmi környezet-elmélet	Cumming, et al. (1960); Atchley (1989), Schulz, et al. (2006); Lewin (1951), Gubrium (1972)
	szimbolikus interakcionista megközelítés	szelektív optimalizálás kompenzációval; gerotranscendence modell	Baltes – Baltes (1990); Tornstam (2005), Rajani – Jawaid (2015)
	konfliktus perspektíva	csereelmélet; életkorok strukturalista-konstruktivista megközelítése	Dowd (1975), Wan – Antonucci (2016); Bourdieu (2010)
Az idősödés és a társadalom viszonya (társadalmi interakciók, illetve csoportképződés szemszögéből)	szimbolikus interakcionista megközelítés	idősek, mint szubkultúra	Rose (1962), Lane (1975)
	konfliktus perspektíva	életkor, mint társadalmi réteggépző; modernizációs elméletek; fokozódó előnyök és hátrányok elmélete; kumulatív egyenlőtlenség elmélete	While, et al. (1972), Laslett (1989); Cowgill – Holmes (1972); Heap, et al. (2017); Ferraro, et al. (2009);
	további társadalom-tudományi elméletek	időperspektíva-modell; életpálya-perspektíva modell	Fung – Isaacowitz (2016); Super (1984), Dannefer – Kelley-Moore (2009)
		az idősödés politikai gazdaságtana; morális gazdaságtani modell; posztstrukturalista elmélet; dependencia-elmélet;	Walker (1981), Estes, et al. (1982); Komp (2011); Turner (1989); Schröder-Butterfill – Fithry (2014), Townsend (1981)
	szociális gerontológia; humanista és a kulturális elmélet; fenomenológiai elmélet; feminista gerontológia	Nussbaum – Coupland (2004), Orimo, et al. (2006); Krause (2004); Starr (1982), Golander (1995); Quick – Moen (1988)	
kritikai gerontológia		Baars (1991), Doheny – Jones (2020)	

Forrás: saját szerkesztés különféle gyűjtőmunkák alapján (Bengtson, et al., 1997; Farkas, et al., 2009; Brettner, 2013; ER Services, 2015; Bengtson – Settersen, 2016; Pierce – Timonen, 2020)

Az idősödés folyamata az egyén szemszögéből

Az individuuum szempontjából a *veszteség vagy deficit modell* az egyik legkorábbi, főleg egészségügyi irodalomban használt elmélet, mely az idősödést a képességek, szerepek, kapcsolatok elvesztésével írja le (pl. lassul a kognitív feldolgozási sebesség, romlik az érzékelés...), azt elkerülhetetlen, negatív irányú folyamatként definiálva, melyet tudomásul kell venni (Salthouse, 2000; Dennis – Cabeza, 2008; Mitnitski – Rockwood, 2015). Ezen elmélet kritikai megközelítésére már számos kutatás áll rendelkezésre, melyek nem csak a leépülést látják az öregedésben (Erikson, 1998; Clark-Plaskie – Lachman, 1999).

A *szerepelmélet* („social deficit”) már alkalmazkodási folyamatként tekint rá, mely a szerepek megváltozására (elvesztésére, kicserélődésére) fókuszál, de még mindig megfordíthatatlannak tartva a folyamatot, mely az identitás eróziójával és az önbecsülés elvesztésével jár (Bennett – Ahammer, 1977).

A *társadalmi csereelmélet* („aging as exchange”) alapján egy személy társadalmi státusát a haszon aránya határozza meg az adott emberrel való interakcióhoz kapcsolódó költségek arányában. Ebben az összefüggésben a haszon/jutalom lehet bármi, ami a *kedvezményezett elégedettségét* eredményezi (pl. valuta, információ, áruk, szolgáltatások, tisztelet, hatalom, társadalmi támogatás, társadalmi elfogadás, társadalmi jóváhagyás) és a személy viselkedését részben ezen hasznok megszerzése határozza meg, pozitív visszajelzések esetén folytatólagosan fenntartva a viselkedést. A modell alapján az idős emberek kevesebb hatalommal rendelkeznek fiatalabb korú társaiknál, hiszen az életkor növekedésével kevesebb erőforrást birtokolnak és egyre kevésbé képesek kiegyensúlyozott cserekapcsolatot létesíteni más csoportokkal. (Dowd, 1975; Diggs, 2008; Wan – Antonucci, 2016). Bourdieu szerint (2010 idézi Csányi, 2017) az öregedés csak a fiatalkor relációjában értelmezhető és viszont, továbbá társadalmilag manipulálható (az életkorok strukturalista-konstruktivista megközelítése). A köztük lévő konstruálódott (életkori) választóvonal a harcok tétje, mely a különböző erőforrásokért folyik, eltérő létfeltételek mellett zajlik (így máshol is húzódik meg) és kijelöli annak veszteseit és nyerteseit. Az időskor tétje, hogy mikor kell, illetve szállhat ki önként a játékból és e során mennyi nyereséget szerezhethet magának. *„Ha azt vesszük, hogy adott mezőben a pozíciók száma nagyjából állandó egy adott időszakban (tehát lassan változik), akkor azt mondhatjuk, hogy a fiatalok bekerülési esélyei és az idősök kikerülési kényszerei a legszorosabb összefüggésben vannak egymással, ez pedig meghatározza a*

generációs konfliktus élességét, intenzitását, ami konstitutív hatással van mind a „fiatalság”, mind az „időskor” társadalmi konstrukciójára.” (Csányi, 2017, p. 103.)

Az *aktivitás-elmélet* (sikeres idősödés koncepciója vagy implicit idősödés elmélete – „successful aging”) szerint az időskorban bekövetkező változások az ember egészségi állapotában visszafordíthatatlanok, de a pszichés és szociális szükségletek alapvetően változatlanok maradnak. A formális és informális aktivitás fenntartásával javítható az összkép, melyhez szükséges, hogy az idősek ugyanazokat az értékeket és cselekvési mintákat kövessék, mint a harmincas éveikben járók. Célja azon stratégiák és lehetőségek feltárása, mely képessé teszi az idős embereket arra, hogy tovább maradjanak aktívak a társadalomban és a gazdaságban. Ennek érdekében az idős embereknek fent kell tartani a szociális, szellemi és testi aktivitásukat. (Havighurst, 1968; OECD, 1998; WHO, 2002; Füzesi et al., 2014; Lampek – Rétsági, 2015; Füzesi – Boros, 2015; Boga, 2015), és ennek egyik eszköze az élethosszig tartó tanulás lehet (Simigné Fenyő, 2018). Az elmélet széles körben népszerű, elfogadott, de kritikai megközelítései is fellelhetők, melyek hiányosnak, túl idealisztikusnak tartják. Figyelmeztetnek arra a veszélyre is, hogy erősítheti az ageism jelenlétét azáltal, ha nem veszi figyelembe az idősek társadalmi helyzetéből adódó szakadékokat (van Dyk, 2014). Crowther és szerzőtársai (2002) szerint az elmélet kifejejti a mélyebb pszichológia és spiritualitás kérdéskörét. Továbbá Moody (2002, 2009) a *tudatos öregedés* („conscious aging”) gondolati perspektívájában elmondja, hogy ez az időszak szükséges az élet kiteljesedéséhez, a belső potenciál növeléséhez (holisztikus vonal), amellet is, hogy az adaptációt „könnyebb” megvalósítani (sikeres öregedés vonal – tehát az optimális jólét fenntartása az életkorhoz kapcsolódó veszteségekkel szemben). Mivel a két stratégiai vonal külön-külön vagy kapcsolódva is járható utat jelent, előfordul, hogy egy egyén „sikeresen” öregszik, de nem „tudatosan”, sőt a tudatos öregedés holisztikus stratégiája (egyszerűbben mondva: bölcsebbé válás) a legtöbb ember számára nem szükséges a pozitív öregedéshez. Az aktivitás-elmélet továbbfejlesztett iránya a *spektrum modell* („spectrum model of aging”) célja felvázolni egy egyénekre szabott sikerességet megcélzó programot (person-centered), mely magában foglalja a szociális és orvosi támogatást, valamint a pszichés, az élet értelmezését segítő elemeket és beépíti a környezettel való kapcsolatot, továbbá a személy viszonyulását az elért eredményeihez (Martin – Dillen, 2014). Mindezen modellek, valamint a produktivitás, szétkapcsolódás és a folyamatosság elmélete a *funkcionalista megközelítés* kategóriájába tartoznak, mely arra fókuszál, hogy a társadalom egyes közösségei hogyan működnek együtt és keresi a

zökkenőmentes működés feltételeit. Az elmélet alapja, hogy az idős emberek, mint csoport a társadalom egyik legfontosabb részét képezik, ezért törekedni kell aktivitásuk fenntartására (Crosnoe – Elder, 2002). Az aktív idősödés elméletének tovább gondolásával alakult ki a *produktív idősödés* („productive ageing”) elmélete, mely már jelzi, hogy az idősödést nem önmagában kell kutatni, hanem az ember egész életén át tartó fejlődését kell vizsgálni, figyelembe véve a változás és átmenet mintáit, melyek a munkaterület első napjától az utolsóig terjednek a különböző területeken. Pozitív aspektust hangsúlyoz és azt keresi, hogy az egyének hogyan tudnak hozzájárulni saját, illetve közösségük életéhez és ezáltal a társadalmi jóléthez például biológiai/fizikai, kognitív, társadalmi téren (lásd többek között Butler, 1985; Rowe – Kahn, 1996; Walker, 2006; Thanakwang – Isaramalai, 2013; Schulte, et al., 2018). Ez a közelítés azt hangsúlyozza, hogy a kronológiai életkor nem determinálja a teljesítményt, valamint, hogy a generációk közötti különbségek kezelésének megtanulása és az erősségeikre való építkezés hozzájárul a produktív idősödéshez. Az életút perspektíva ezen belül kiterjeszti a produktív öregedés fogalmát minden életkorú munkavállalóra, és az öregedési folyamatot dinamikusnak, adaptívnek és a környezet által befolyásoltnak tekinti (Morrow-Howell, et al., 2001). Moody (2002) szerint azonban a sikeres öregedés és a produktív öregedés megközelítései egyaránt a célból szolgálnak, hogy az öregedést a "második középkorúság" szakaszává („second middle age”) lehessen változtatni, gyakorlatilag tagadva az öregedés veszteségeit, az aktivitásra helyezve a hangsúlyt és „megszokva” az idős életmódot.

A *szétkapcsolódás-elmélet* („disengagement theory”) a szerepelmélet és az aktivitáselmélet kritikájaként született és a fókusz a társadalmi rendszer irányába fordítja, azáltal, hogy univerzálisnak és elkerülhetetlennek tekinti az egyén leválási folyamatát (pl. fokozatos visszavonulás a munkától, özvegység) (Cumming, et al., 1960; Cumming – Henry, 1961; Cumming, 1964; Rose, 2016). Ez a leválás önmagában nem rossz, kölcsönösségen alapszik és az elmélet hangsúlyozza, hogy az idősek csökkent társadalmi interakcióját nem feltétlenül kell rájuk kényszeríteni, ezt ők is szabadon választhatják (pl. inkább előnyben részesíti otthona kényelmét és biztonságát). Továbbá, szemléleti a különbséget a nők és férfiak visszavonulása között (Cumming – Henry, 1961).

Ezzel szemben a *folyamatosság-elmélet* („continuity theory”) szerint az idős emberek különböző erőfeszítéseket tesznek annak érdekében, hogy megőrizzék középkorú

éveikben felgyülemlett tapasztalataikat, képességeiket, kapcsolataikat, valamint anyagi javaikat. Mindennek érdekében pedig múltbéli tapasztalataik alapján kialakított stratégiát alkalmaznak és ezáltal alkalmazkodnak a normál öregedési folyamathoz. Ezen erőfeszítés belső (személyiségjegyek, gondolatok, preferenciák, attitűdök) és külső irányba (külső környezet, aktivitás, szerepek) hat. A változás az ember észlelhető múltjához kapcsolódik, folytonosságot teremtve a belső pszichológiai tulajdonságokban, valamint a társadalmi viselkedésben és a társadalmi körülményekben. A folytonosság tehát egy adaptív stratégia, amelyet mind az egyéni preferencia, mind a társadalmi jóváhagyás ösztönöz (Atchley, 1989; Onega – Tripp-Reimer, 1997; Schulz, et al., 2006).

A *társadalmi környezet-elmélet* („socio-environmental theory”) a társas és fizikai környezet hatását (közvetített aktivitási normák) vizsgálja az idős emberek társas aktivitási mintáira, melyet befolyásolnak az egyéni erőforrások, illetve ezen erőforrások és elvárások közti különbség (Lewin, 1951; Kahana, 1982; Wahl, 2006; Albuquerque, et al., 2018). Gubrium kutatása alapján azon egyének elégedettebbek, akik rendelkeznek a környezetük által értékelt erőforrásokkal pl. egészség, vagyon, társas támogatás (Gubrium, 1972). Sok esetben sajnos az idős emberek nincsenek felkészülve a velük szembeni elvárásokra és nem tudják azokat internalizálni. Ennek következtében életüket, napjaikat nem tudják saját motivációik szerint, egyénileg alakítani, de az intézményes rendszer szerepeltvárásainak sem feltétlen tudnak megfelelni, így passzivitásra és rezignációra vannak ítélve (Vaskovics, 2013). Más oldalról közelítve, a jóléthez és az életminőség javításához szükséges az alkalmazkodás a szociális és fizikai környezethez (pl. településtípus, szomszédság), de számos kutatás célja (kapcsolódó megközelítések: pressure-competence model, person-environment model), hogy csökkentsék az ezen alkalmazkodásból származó nyomásszintet és környezeti stresszt, melyek az egyének fiziológiai és érzelmi válaszához kapcsolódnak (Wahl, 2006; Gatersleben – Griffin, 2017), valamint ehhez szükséges várostervezési és közösség-szervezési stratégiákat fogalmazzanak meg (Bronfenbrenner, 1999; Iecovich, 2014; Golant, 2016). A nyomás szintjének változása eltérően hat az egyénekre, hiszen minden személy eltérő nyomásküszöbvel rendelkezik. Ezért kevesen vannak tudatában a környezetük hatásnak mindaddig, amíg a kívülről érkező nyomás át nem lépi a személyes tűréshatár értéküket (Lawton – Simon, 1968; Lawton – Nahemov, 1973).

A *szimbolikus interakcionista szemzőgből* („symbolic interactionism”) fakadó elméletek általában arra összpontosítanak, hogy a társadalom miként alakul ki az egyének napi

interakciója révén, valamint arra, hogy az emberek hogyan érzékelik magukat és másokat kulturális szimbólumok alapján (Marshall, 1979; Adams – Sydie, 2006; Scheff, 2005; Redmond, 2015). Mikroanalitikus perspektívája feltételezi, hogy az egyének identitásukat és önérzetüket a társadalmi interakcióik mentén alakítják ki. Ennek alapján egy hölgy elvesztheti önbecsülését, amennyiben a társadalom öregnek vagy „nem vonzónak” ítéli meg, de amennyiben az interakciók elismerőek, az érzelmi állapota is változik. Tehát ez a perspektíva feltételezi, hogy az öregedés biológiai folyamatának nincs velejáró kulturális jelentése, hanem *az eltérő kultúrák mentén a jelentéstartalom az „idős” vagy „fiatal” mögött társadalmilag konstruált*, és ugyanez vonatkozik a korcsoportonként „elvárt, megengedett” viselkedési mintákra is.

A különböző kultúrák másképp élik meg az öregedés folyamatát, ezáltal eltérő hozzáállások és gyakorlatok alakultak ki az idősödéshez és a halálhoz. Ezen vélemények változtak is az évtizedek, évszázadok alatt. A régi népek sokkal nagyobb megbecsülést fejeztek ki az idősekkel kapcsolatban, mint amennyit ma általánosságban kapnak (lásd többek között (Meyers, 2009; Samuel, 2013; Cokayne, 2005)). A jelen *keleti kultúrákban* az öregkor annak az időszak, hogy az emberek foglalkozhassanak hitükkel és a világegyetemmel való kapcsolatukkal, valamint megszabaduljanak a mindennapok feladataitól. Irányukba erős tisztelet szocializálódott (Yoon, 2013; Yamato, 1993). Ezekben a társadalmakban sokszor a legidősebb családtagok töltik be a vezető szerepet és kulcsszerepet kapnak az unokák nevelésében (Korean Embassy, 2000). A *nyugati kultúrák* inkább a tevékenységre helyezik a súlyt, mintsem az elmélkedésre. A fiatalságot tisztelik és sokszor eltávolítják az öregeket lakóközösségeikből kórházakba, öregek otthonába vagy magukra hagyják őket az előregedő falvakban, így a kisebb gyerekek kevés közös élményt és személyes tapasztalatot szerezhetnek az idős emberektől, emberekről. Erikson szerint a nyugati társadalmak öregedéstől való félelme távol tartja a benne élőket attól, hogy teljes életet élhessenek (idézi Jere, 2016). Sok szégyenérzet gyűlt fel az öregedéssel kapcsolatban (főleg a fizikai jelek kapcsán), így az idősödő személyek azt érezhetik valami baj van velük, értéktelenné váltak a társadalom számára (Johnson, 2005). Az öregedés kulturális különbségeit és azok időbeli változásait a különböző művészeti ágak és alkotások szemléltetik a legszebben. (Semsei, 2015a, 2015b).

Folytatva az elméleti megközelítések sorát, a *szelektív optimalizálás kompenzációval* („selective optimization with compensation theory”) elmélet *a teljes életcikluson keresztül végbemenő, sikeres, személyes fejlődés irányából közelít és e szerint az öregedés*

nem eredmény, hanem folyamat, és a célok (kompenzációk) személyenként eltérők (Baltes – Baltes, 1990). A mindennapi élethez kapcsolódó kihívások megragadása és későbbi elsajátítása a kiválasztás, az optimalizálás és a kompenzáció alkotóelemein alapul. Az élet előrehaladtával az idősödő emberek energiája csökken, emiatt pedig úgy választják ki és optimalizálják céljaikat, hogy egyensúlyban legyenek a befektetett erőfeszítéssel, így kompenzálva a szélesebb körű veszteségeket (pl. felismerve a fizikai korlátokat, fokozatos nyugdíjba vonulás vagy az energiák átcsoportosítása más tevékenységre). A szétkapcsolódás-elmélethez képest az itt feltételezett fizikai hanyatlás nagyobb függőséget eredményezhet, de ez nem feltétlenül negatív, mivel lehetővé teszi az öregedő egyének számára, hogy energiájukat arra fordítsák, amire szeretnék (ER Services, 2015).

A *gerotranscendence* modell szerint az öregedés során az egyének meghaladják a korábbi években elképzelt, megfogalmazott korlátozott életképeiket (Tornstam, 2005). Kevésbé önközpontúvá válnak, jobban kapcsolódnak a természeti világhoz és mivel jobban tolerálják a kétértelműséget, lágyabb képet alkotnak a helyesről és helytelenről. Az elmélet erőssége, hogy megmutatja az időskori tapasztalatok relevanciáját, új kilátást nyújt az idősök helyzetének javítására és az időskori viselkedés megértésével referenciakeretet nyújt az időskorúak ápolásához (Rajani – Jawaid, 2015).

Az idősödés a társadalmi interakciók, illetve a csoportképződés szemszögéből

Konfliktus perspektívát képvisel a *modernizációs elmélet* („aging and modernization”), mely szerint az idősökre az iparosodás negatív hatást gyakorol és gyengíti társadalmi pozíciójukat, valamint erősíti kirekesztettségüket az individualizáció és az egyéni választási lehetőségek bővülése által (Cowgill – Holmes, 1972; Encyclopedia, 2020a). Az iparosodás előtt az erős társadalmi normák kötelezték a fiatalabb generációt az idősebbek gondozására, de ma már a nukleáris családok esetében ez nem feltétlen történik meg, hiszen az individualizáció lehetővé teszi, hogy az idős családtag gondozása önkéntes tevékenység legyen, amit figyelmen kívül lehet hagyni. Azonban, amíg együtt élnek a generációk, az idősöknek lesz helyük és szerepük a családban és a társadalomban, kevésbé válnak gazdasági teherré. Az idős társadalmi réteg szerepet vállalhat a közösségi, családi együttműködés ápolásában és fenntartásában a változó világban gerjedő problémák ellenében (Szeitz, 2018). A modernizációs elmélet kritikusai megfigyelték, hogy az elmélet az idős emberek történelmi helyzetével kapcsolatos téves feltételezéseken alapul – túlzottan egyszerűsítette a modernizáció hatásait, és figyelmen

kívül hagyta a kulturális eltérésekből, a családi formákból és a koron kívüli társadalmi státusokból származó fontos változásokat (Laslett, 1976; Fischer, 1977; Quadagno, 1982). Az *életkort réteggépző változóként elemző elmélet* („age stratification theory”) alapja, hogy minden kohorszot más történelmi események és adottságok (pl. iskolázottság) hatottak át, melyek meghatározzák attitűdjeiket, viselkedésüket, ezért az egymást követő kohorszokat kell vizsgálni (While, et al., 1972; Laslett, 1989; Fineman, 2011; Clarke, et al., 2011). Emellett az elmélet képviselői rámutatnak, hogy az életkor a társadalmi kontroll alapját képezi (többek között hogyan „illik” cselekedni, viselkedni egy adott korosztályú embernek; pl. hány éves kortól lehet alkoholt fogyasztani, viselhet-e bikinit egy idős nő, vagy vonatkozhat munkavállalási lehetőségekre is (MacLean, 2006)), így a különféle korcsoportoknak eltérő és egyenlőtlen hozzáférésük lesz a társadalmi erőforrásokhoz és a politikai és gazdasági hatalomhoz. Azonban fontos látni, hogy a társadalomban jelen lévő életkoronkénti rétegződés teret enged az ageismusnak, az életkori diszkriminációnak. Az elmélet kritikai megközelítése, hogy *az életkor nem ad választ minden helyzetre*, hiszen többek között egy idősebb férfi sokkal kevésbé korlátozott, mint egy idősebb nő a politikai és gazdasági hatalom történelmi elérhetősége alapján. Illetve elhanyagolja az autonóm egyéni tevékenységek lehetőségeit, valamint a társadalmi cselekvés és a társadalmi struktúrák közötti dialektikát (Dowd, 1981, 1987). Továbbá nehezen vizsgálhatók a különbségek az azonos kronológiai életkorú emberek között (Baars, 2009, p. 94.).

A *fokozódó előnyök és hátrányok elmélete* („theory of cumulative disadvantage/advantage”) az életkor-specifikus különbségekre, egyenlőtlenségekre koncentrálna, és megállapítja, hogy az életút során felhalmozott előnyök és hátrányok a különböző kohorszok tagjait differenciálják. Az idő előre haladtával nagyobb a valószínűsége, hogy az egyének hátrányokat tapasztalnak (pl. egészségi állapot romlása, elmagányosodás) (Barnes, et al., 2006), de ezek egyenlőtlenül oszlanak el a lakosság legidősebb részében az eltérő demográfiai és társadalmi-gazdasági csoportok között. Az előnyök, illetve hátrányok hatásai az időskorra összeadódnak és heterogén életminőséget eredményeznek (Heap, et al., 2017; Melo, et al., 2019). A *kumulatív egyenlőtlenség elmélete* („cumulative inequality theory”) pedig azt állítja, hogy a társadalmi egyenlőtlenségek az élet korai szakaszában jelentkeznek, és az élet folyamán felhalmozódnak (Ferraro, et al., 2009), továbbá egy hátrány jelenléte növeli a valószínűségét annak, hogy idővel több is jelentkezni fog az adott életterületen.

Az idő-perspektíva, mint megközelítési lehetőség nem csak az életkori csoportok különbözőségeire figyelmeztet, hanem a személyes időre is, melyet befolyásolnak individuális és a kollektív történések. Hangsúlyozza, hogy minden olyan tanulmányban figyelembe kellene venni az időbeli perspektíva és az életkor szisztematikus kapcsolatát, amelynél az idő releváns változóként jelenik meg (Fung – Isaacowitz, 2016; Brothers, et al., 2016; Rönnlund, et al., 2017.). Többek között Laureiro Martinez és szerzőtársai (2017) Zimbardo idő-perspektíva kérdőívét (lásd Zimbardo – Boyd, 2012) felhasználva megállapították, hogy a jelen-hedonista, valamint a múlt-negatív dimenziók negatívan kapcsolódnak az öregedéshez.

Az életpálya-perspektíva modell („life course perspective, LCP”) többszintű jelenségként tekint az életre, melynek eseményei és szerepei különböző pályákon összekapcsolódnak (pl. karrier és család). A személyes élet, valamint a történelmi és a társadalmi-gazdasági kontextus közötti kapcsolat fontosságára fókuszál és meghatározó részét képezi az egész életen át tartó szakmai fejlődés elve ((Zakar, 1989; Dannefer – Kelley-Moore, Mayer – Brückner, 2005; 2009; Kenderfi, 2011). Többek között átfogó életútfejlődési modellnek számít Super-féle életpályamodell („Life-Career-Rainbow”, lásd 1. melléklet), mely a pályafejlődési folyamatot az életszakaszok sorozatában ragadja meg a gyermekkortól a nyugdíjazásig, a következő életpálya stádiumokra bontva: növekedés, felfedezés, beilleszkedés, fenntartás (45-64 éves kor között, feladat: munkahely megőrzése a fiatalokkal szemben), hanyatlás (65 év felett, feladat: nyugdíjba vonulás tervezése és megélhetése) (Super, 1984; Super – Thompson, 1981; Super, et al., 1996; Herr, 2011).

Azonban a Super által kifejlesztett szakmai szakaszok nem feltétlen felelnek meg a kronológiai életkornak, hiszen az egyének a szakaszok mindegyikén körbejárhatnak, mikor karrierváltáson esnek át. Az egyén élethelyzetével és tapasztalataival együtt változnak a foglalkozási preferenciái, valamint kompetenciái. Super véleménye szerint a szerepeket (pl. hallgató, munkás, szülő, állampolgár stb.) az életpálya szivárványa tartalmazza az úgynevezett élettérben (life space). A felső réteg (élettartam/hossz, life span) jelképezi a fejlődési struktúrát, melyben az egyén alkalmazkodik a munkához és jelképezi az idősödés folyamatát a gyerekkortól az öregségig. A szerepek egyidejűleg is érvényesíthetők, és azon szerepek, melyek több időt igényelnek, központi szerepkört látnak el, míg a többi a perifériára szorul. Az embereket az általuk játszott központi szerepek határozzák meg, mely az életátmenetek során változnak, befolyásolják egymást és kölcsönhatásba lépnek a beléjük fektetett idő és energia által.

A szimbolikus interakcionista megközelítésen belül az *idősödés szubkulturális elmélete* („subculture of the aging”) alapján az idős emberek csak hozzájuk hasonló társadalmi helyzetű társakkal keresik a kapcsolatokat, erős közösségérzetet kialakítva, ezáltal egyre távolabb kerülnek a többi csoporttól. Esetleges lesz az átjárás, kevés az interakció, elzárkózhatnak a társadalomtól és kiszakadhatnak az általános kulturális fejlődésből, ami pedig a negatív sztereotípiák és a generációs ellentétek erősödését szolgálhatja. Pedig, a kapcsolatháló fenntartása és működtetése az erőforrásokhoz való hozzáférés egyik eszköze. A folyamatot gyengítheti a társadalmi szolidaritás, de nagyobb arányban az egyén erőforrásaitól függ (pl. iskolai végzettség, társadalmi státus, kapcsolati rendszer, egészség) (Rose, 1962; Lane, 1975). „*A magyarországi idősekről elmondható, hogy az erőforrásoktól megfosztott csoportokra jellemző szubkulturális sajátosságokat mutatnak. Erre utal a zárt kapcsolatháló, a csoporton belüli homofília, a belterjes kommunikáció és az önmagukról alkotott lehangoló kép.*” (Gyarmati, 2009, p. 68.) A szubkultúrák mellett fontos azonban az idős korúak esetében a multikulturalitás relevanciájának vizsgálata is (Murphy – Longino, 1999), illetve az egyes – már fiatal korban kialakult szubkultúrákon belüli öregedési mintázatok feltérképezése (Hodkinson, 2011, 2012; Bennett, 2006; Gregory, 2009; Davis, 2006).

Az idősödés politikai gazdaságtana („the political economy of ageing perspective, PEAP”) rámutat, hogy az idősekre irányuló társadalmi programok többnyire nem veszik figyelembe az érdekeiket, hanem a kapitalizmus céljait szolgálják (Walker, 1981; Estes, et al., 1982; Jackson, 1994; Estes – Phillipson, 2002; Patyán, 2016). Vizsgálja az idős emberek különböző csoportjainak relatív társadalmi és gazdasági helyzetét, valamint az idős és fiatalabb generációk közötti kapcsolatot (Phillipson, 2005; Brettner, 2013). Megközelítése szerint a társadalmi, politikai és gazdasági mechanizmusok a szűkös forrásokat oly módon osztják el, hogy az állam mellett a piacgazdaság is részt vesz a folyamatokban. Walker (1981) cikke alapján, az időskori szegénység elsősorban a nyugdíjba vonulást megelőző alacsony gazdasági és társadalmi státus, valamint az alacsonyan értékelt nyugdíjas-státus miatt van, másodlagosan pedig az állami juttatások viszonylag alacsony szintjének függvénye. A szociálpolitikák, amelyek nem tudták felismerni az egyenlőtlenségeket, valamint az alacsony gazdasági és társadalmi státus okait, nem tudják kezelni a szegénység és az alacsony jövedelmek problémáját. Továbbá azok a csoportok, amik az időskor meghatározását képesek befolyásolni, gyakorlatilag a korosztály egészségügyi és szociális ellátáshoz való hozzáférését is kontrollálják, így

meghatározzák, hogy milyen módon közelít a politika az idősök jólétéhez és társadalmi elfogadásához (Pierce – Timonen, 2010). A *morális gazdaságtani modell* („moral economy of aging perspective, MEAP”, „cultural gerontology”) szerint szerepet kell kapnia a kölcsönösségnek és a méltányosságnak a redisztribúció és a gazdaság folyamataiban, ezáltal hatást gyakorolva a nyugdíjasok életére (Komp, 2011). A *posztstrukturalista elmélet* („post-structuralist theories of ageing”) hangsúlyozza az egyén, a család, valamint a kormányzatok szerepét az időskori biztonság megteremtésében és a szociálpolitikát összetett és ellentmondásos térként elemzik (Turner, 1989). A *dependencia megközelítés* az ellátások iránti növekvő igények megjelenésével vált relevánssá, de szerencsére nem mondható, hogy az öregedés miatt idővel minden egyén ellátásra szorul majd. Kultúránként eltérő az emberek hozzáállása a függőség kérdésköréhez, ezért óvatos megközelítést igényel, különösen az idősgondozás területén (Schröder-Butterfill – Fithry, 2014). A nyugati kultúrákban a teljes személy képe összekapcsolódott az autonómiával és a kompetenciával, így különösen nehéz megélni egy-egy idősödő embernek, amennyiben elveszíti függetlenségét (Herskovits – Mitteness, 1994). Ráadásul a függőségi helyzetet egyes társadalmi eszközök tovább mélyítik (többek között az alacsony jövedelem legitimálása; az önrendelkezési jogok megtagadása az intézményekben), ezért felülvizsgálatuk időszerűvé vált (Townsend, 1981).

A *szociális gerontológia* („social gerontology”) szerint az emberek idősödésről kialakított képe a (kulturálisan konstruált) kommunikációs folyamatokban formálódik (Nussbaum – Coupland, 2004; Goda, 2009). Ezen folyamatok során alakulnak ki társadalmi szinten a sztereotípiák, az ageism és a hibás időskori önképek is, mert a társadalmi szereplők a verbális és nonverbális kommunikációs üzeneteken keresztül értik meg az öregedés folyamatát, és ezáltal saját idősödésüket is. Tehát az elmélet középpontjában a kommunikáció és a világ társas megismerése áll, mely során a kommunikáció szemszögéből az öregedést nem tartja egyéninek és magányosnak, hanem kölcsönös és párbeszédre alapuló folyamatnak. Az idősödés szubjektív átélésében az egyéni eltérések mellett jelentős szerepet kapnak a társadalom által felállított határok is (Orimo, et al., 2006). Elvárásokat is támaszt az idős emberrel kapcsolatban, melynek megfelelően kell(ene) viselkednie, gyorsan és pozitívan reagálnia a változásokra, amire már nem mindenki képes. Sok emberben (a pozitív jelentéstartalmak mellett/ellenére) a mai napig él a belé rögzült hiedelem (tehát kommunikációja folytonos), mely az öregedést főleg a

hanyatlással, a képességek leromlásával, a halál félelmével, szeretteik elvesztésével állítja párhuzamba. A negatív tudás már implicit attitűddé válik/vált, annak ellenére, hogy ez nem feltétlen nyilvánul meg az explicit viselkedésben (Stuart-Hamilton – Mahoney, 2003; Nash, 2017).

A *fenomenológiai elmélet* („social phenomenology of ageing”) az időskor megélésének szubjektív szegmensére tér ki (Starr, 1982; Golander, 1995), multidiszciplináris megközelítést alkalmazva. Magában foglalja az öregedés makro-strukturális és kulturális összefüggéseit, az életúttal kapcsolatos eseményeket. Felfüggeszti azon elképzelést, hogy az élet magában hordoz valamilyen rendezett vagy progresszív ciklikusságot, mert merevnek tartja a szakaszok által meghatározott fejlődési folyamatot. Az életváltással kapcsolatos igazságokat abban keresi, hogy az emberek mit hisznek és *mondanak* az életükben bekövetkezett változásról és ezek a hiedelmek hogyan befolyásolják személyes fejlődésüket. Tehát a szubjektív/személyes élményeikre összpontosít (világlátás, énészlelés, önértékelés a *saját fogalmaikkal*), arra, ahogy a személyek a világot látják. A fenomenológiai elméleteket nem a személy motivációs története, a viselkedés előrejelzése vagy az emberi viselkedés megismerése érdekli, hanem az ember *megértésére törekszik*. Irányzatai közé tartozik a humanisztikus pszichológia (Rogers, 2003).

A *humanista és a kulturális elméletek* („theories emphasising a sense of meaning”) szerint az emberi lények keresik az értelmet az életükben, és ezen szándék a későbbi években különösen erős. A perspektíva törekszik rá, hogy megértse, mi ad értelmet és célt az idős emberek számára és ez hogyan változik idővel társadalmi szinten is. Kutatások sugallják, hogy az érzelmi társas támogatás a rokonoktól, családtagoktól, illetve barátoktól elősegítik ezen megismerő és megértő törekvéseket az idősek életében és ez a tudás pozitív hatással van az egészségi állapotra is (Krause, 2004).

Az *idősödés feminizációja* („feminist theories of ageing”) kapcsán egyre több kutatás születik a nemek közti különbségekről, az eltérő életfolyamatokról, az idősödés különböző megéléséről, illetve a veszteségek és nyereségek eltérő feldolgozásáról (Quick – Moen, 1988; Arber, et al., 2007; Hollis-Sawyer – Dykema-Engblade, 2016). A nők esetében elsősorban biológiai változás-megélésről beszélhetünk, míg a férfiak főleg a nyugdíjazás kapcsán szembesülnek a változással. Powel (2006) szerint az időskori egyenlőtlenségek visszavezethetőek a társadalmi nemek adta egyenlőtlenségekre.

A *kritikai gerontológia* a gerontológiai ismeretek széles spektrumán fogalmaz meg kritikus nézőpontot (Encyclopedia, 2020b; Doheny – Jones, 2020). Többek között az aktív idősödéssel és a fogyasztó alapú öregedés-ellenes stratégiákkal szemben, miszerint az aktív öregedés negatív hatással van az egyenlőtlenségekre, nehézségekre és az aktiválás kapitalista kereteire (van Dyk, 2014; Luborsky – Sankar, 1993; Ranzijn, 2015), kitér az öregedés konstrukcióira és dekonstrukcióira (Gubrium – Lynott, 1983) vagy a hatalom és irányítás kérdéskörére a kortárs társadalomban (Estes, 1979). Megjelenése azonban nem jelenti, hogy paradigmaváltás alakulna ki az életkor és az öregedés meghatározásában és mainstream gondolataiban (Baars, 1991; Marshall, 2009; Paris, 2016).

2.3. Pszichológiai közelítés

Mivel a marketing tudományterülete igyekszik a fogyasztók fejével gondolkodni, ismerni és érteni őket, fontosnak gondoltam a pszichológiai közelítésekre külön alfejezetben kitérni és ezen belül nagyobb figyelmet fordítani a fejlődéslélektani megközelítésre. Számos különböző nézőpont található a pszichológiai megközelítések téren is (Schroots, 1995, 1996), így a teljesség igénye nélkül emelek ki párat, hiszen egyes elméleteit már a társadalomtudományi fejezetben érintettem.

A *gerontopszichológia* szerint idősödésünk a személyiség fejlődésének szerves része. Számot kell vetni magunk és mások idősödésével egyaránt, ami nem tekinthető csak „betegségnek”, le- illetve kimerülési folyamatnak, hiszen egyben új tanulási, fejlődési korszakot jelent (Semsei, 2014). A testi és lelki változások hatnak egymásra és e hatás egész életen át jelen van. Pszichoszociális téren az időskori változások közé tartozik a személyiség megváltozása (pl. alkalmazkodóképesség romlása, markánsabb személyiségjegyek, újszerű szerepképesség, szellemi szabadság), a kognitív funkciók változása (nehezebb, lassabb tanulás, emlékezet-gyengülés, de szintéziskészség, bölcsesség) és a pszichiátriai betegségek esélyének növekedése (pl. időskori depresszió, demencia). A pszichológia különböző paradigmák megfogalmazásával közelíti meg az idősödési folyamatot, melyek megjelenési időszakukat tekintve is különféleképp csoportosíthatók. Külön fókuszál az időskorúakra és a késői életükre („psychology of the aged”), az életkorból fakadó különbségekre („psychology of the age”), összehasonlítva különböző életkorú csoportok viselkedését keresztmetszeti kutatásokkal, valamint az idősödés pszichológiai folyamataira („psychology of the ageing”), mely az életkor változásával kapcsolatos viselkedési mintákat tanulmányozza, integrálva mind a kor,

mind az élet pszichológiáját a longitudinális kutatások során (Schroots, 1996, p. 742.). Schroots többek között kiemeli az „öregedés” kifejezés körüli problémát is, melyet a pszichológia sokszor a fiatal felnőttkor utáni változások megismerésével hoz kapcsolatba (Birren – Renner, 1977), így kétlépcsős perspektívát alkotva: fejlődést, majd időben ezt követően az öregedést, melyet (Hall, 1922) a *domb* metaforával illetett. Csányi (2017) és Fülöp (2005) alapján a *veszteségdeficit-paradigma időszakában* (ill. pszichoanalízis klasszikus korszaka) az elméleti szakemberek úgy vélték, hogy hanyatlás és pszichológiai inflexibilitás jellemzi az időskort és az analízis vagy lelki fejlesztő munka elképzelhetetlen az idősokkal (40-45 éves kor felett) (többek között Freud, 1953; Jung, 1933). Ezt a felfogást Erikson újította meg (1950), aki inkább fejlődési lehetőséget látott az öregedésben, mintsem hanyatlást. A negatív szemlélet idővel átadta helyét a *kihívásfeladat-paradigma korszakának*, majd pedig az „egészséges időskori lélek” megismerésére való törekvéseknek (*integritás, jövőorientáció-paradigma*) (többek között Knight (2004), aki szerint az idősök családdinamikai-szakértők; Markus – Herzog, 1991; Hildebrand, 1995).

Schroots (1996) alapján az elméleteket röviden az alábbi táblázatban foglalom össze három fő csoportban (klasszikus teóriák, modern, valamint új teóriák), kiemelve egy-egy gondolatot, mely jellemzi őket (3. táblázat). A teóriák jelképezik az időbeli fejlődést és az egymásra épülést.

3. táblázat: Az öregedés pszichológiai megközelítései

	Megközelítések	Gondolatok	Szerzők
Klasszikus teóriák	Fejlődési feladatok az életciklus szempontjából (<i>Developmental Tasks/Activity Theory</i>)	Ön-fejlesztési feladatok sikeres megoldása az adott életszakaszban biológiai (fizikai érés), pszichológiai (törekvés vagy értékek) és kulturális (társadalmi elvárások) mentén.	Havighurst (1948)
	A személyiség fejlődésének pszichoszociális elmélete (<i>Psychosocial theory of personality development</i>)	Feladat: én-integritás elérése a kétségbeeséssel szemben az életszakaszok közti válságok (átmeneti kihívások) legyőzésével.	Erikson (1950)
	Az öregedés, mint a fejlődés párja (<i>Counterpart Theory</i>)	Késő életkori viselkedés fontossága, mely kölcsönhatásba lép az életfolyamot formáló genetikai és környezeti erőkkkel és (bizonyos mértékben) képes azt kontrollálni.	Birren (1960)
	Szétkapcsolódás-elmélet (<i>Disengagement/Activity Theory</i>)	Kilépés a társadalmi szerepekből és tevékenységekből. Az aktivitáselmélet és a kikapcsolódáselmélet volt a két fő elmélet, amelyek felvázolták a sikeres öregedést az 1960-as évek elején.	Cumming – Henry (1961)
	Kor és öregedés személyiségelmélete (<i>Personality Theory of Age and Aging</i>)	Az öregedést az alkalmazkodás folyamatának tekintik, amelynek kulcseleme a személyiség, ami a bekövetkező várt vagy váratlan események hatására és időzítése által módosul.	Neugarten (1968)

	Megközelítések	Gondolatok	Szerzők
	A személyiség és az öregedés kognitív elmélete (<i>Cognitive Theory of Personality and Aging</i>)	Célja a különféle biológiai, szociológiai és interakcionista szempontok integrálása, miközben az öregedés pszichodinamikájára összpontosít. Az elméletében a központi fogalmak: észlelés, észlelt helyzet és észlelt én.	Thomae (1970)
	Egész életen át tartó fejlődés és öregedés (<i>Life-span Development and Aging</i>)	A fejlődést és az öregedést a teljes élettartam során bekövetkező viselkedésváltozások szinonimájaként tekintik. Meghatározók a jövőorientált célok, mint időskori értékek. Keretei felhasználásával dolgozták ki a „szelektív optimalizálással kompenzációval” modellt.	Baltes, et al. (1980)
Modern teóriák	Csökkent feldolgozási források (<i>Reduced Processing Resources</i>)	Az öregedés egy vagy több feldolgozási erőforrás mennyiségének (pl. figyelemfelhívó képesség, munkamemória, feldolgozás sebességének) csökkenéséhez vezet.	Salthouse (1988)
	Személyiség és öregedés (<i>Personality and Aging</i>)	Személyiség stabilitásának és megváltozásának kérdésköre. Tehát az öregedési folyamatok milyen mértékben felelősek a személyiség változásáért.	Erikson (1950), Levinson (1978)
	Viselkedési genetika és öregedés (<i>Behavioral Genetics and Aging</i>)	Milyen mértékben befolyásolják az örökletes tényezők az életkorral összefüggő változásokat az egyén élettartama alatt.	Plomin – McClearn (1990)
	Gerotranscendence	A racionális látásmód transzcendensebbé alakul.	Tornstam (1989)
Új teóriák	Gerodinamika / elágazási elmélet (<i>Gerodynamics/Branching Theory</i>)	Öregedés, mint dinamikus rendszer. az élő rendszerek öregedése nemlineáris sorozatként fogalmazható meg a magasabb és/vagy struktúrákká, vagy folyamatokká történő átalakulások formájában. Kiindulópontjai: a termodinamika 2. törvényére és a dinamikus rendszerek elméletére.	Schroots (1995)

Forrás: saját szerkesztés Schroots (1996, p. 743.) alapján

Fontosnak tartottam kitérni a teljes életúttal foglalkozó megközelítések jelentésbeli különbségeire. Az *életút* (illetve magyarul életpálya, „life-course, life course theory/paradigm/ perspective”) és az élettartam („life-span”) perspektívái némileg eltérő kimenetekkel (magyarzatokkal) foglalkoznak (Dannefer – Daub, 2009, p. 24.). A szerzőpáros rámutat, hogy az *élettartam perspektívája* intenzíven és kiterjedten az egyénekre és az egyéni életkorhoz kapcsolódó változásokra (egyedfejlődés) összpontosít. Az *életút perspektíva* az egyénnel foglalkozik, de mellettük fontos elemei az egyének közötti kapcsolatok („linked lives”) és a közösségek, valamint a társadalmi és kulturális rendszerek életútjának tulajdonságai is (szociogenezis). Ugyanakkor mind az életút, mind az élettartam szempontjai közös magyarázó stratégiákat tartalmaznak. A két kifejezés átfedő és szinonim használata az angol irodalomban is olykor értelmezési gondokhoz vezet (Alwin, 2012; Sebastiani, et al., 2016). A teljes életúttal foglalkozó megközelítések tisztázásában sokat segített Alwin 2012-es cikke, melyben az *életút* („life-course”) kifejezés öt különféle felhasználását különítette el és vezette le kialakulásának

folyamatát. Véleménye szerint az egyes esetekben említett tartalmak megfogalmazhatók egy általános fejlődési keretben, amit ő *kor megoszlás – életút keretnek* („age stratification–life course”) nevezett. Ezen keret „az egész élettartamra vonatkozóan („entire life span”) felöleli a biológiai és történeli időt, magában foglalja az egyéni belüli változásokat (fejlődés, öregedés, „within-person change”), az életciklus állomásait („life cycle stages”), az életút eseményeit („life course events”) és azok közti átmeneteket („transitions”) valamint azok pályáit („trajectories”)” (Alwin, 2012, p. 217.).

Alwin alapján röviden ismertetem az élettel kapcsolatos azon kifejezések eltéréseit, melyek relevánsak saját kutatásom szempontjából is (4-5. táblázatok).

4. táblázat: Életút (life-course) megközelítések

Kifejezés	Jelentés	Szerzők
1. Életút, mint idő vagy életkor („life course as time or age”)	A születéstől a halálig terjedő időbeli előrehaladás.	Clausen (1986)
Kapcsolódó fogalom: - Életidő/tartam (<i>lifetime</i>): az egyén folytonos életideje, „életre szóló tagsága”, a kronológiai kor dimenziója		Webster’s (1996), Clausen (1986)
2. Életút, mint élepszakaszok/élepszerepek sorozata („life course as life stages”)	Azok az egymást követő státuszok, amelyeket az embereknek az öregedés eredményeként különféle kultúrákban és életkörülményekben el kell foglalniuk.	Cain (1964)
Kapcsolódó fogalmak: - Élepszakasz (<i>life stage</i>): az életkor adott szakasza és az abban betöltött szerep és vonatkozó szabályok - Életútvonal (<i>life pathway</i>): A szerepek pályái, amelyeket az egyének vagy csoportok követnek a társadalmi meghatározottságon keresztül		Elder – Johnson (2003)
3. Életút, mint események, átmenetek, pályák és színterek („life course as events, transitions, and trajectories”)	Pl. iskolába való belépés és az otthagadás, a teljes munkaidőben történő munka megszerzése, házasság, a válás, a nyugdíjba vonulás stb. és az ezek közötti átmenetek. Egyéni szándékosság eredménye (de kulturálisan és társadalmilag befolyásolt). Az események egymásra is épülnek, párhuzamosak is lehetnek (időzítésük hangsúlyos). Kölcsönhatásban és kölcsönös függőségben vannak egymással az életpályák, szakaszok, színterek és átmenetek az életciklusokban és azok között.	Elder (1985, 2000)
Kapcsolódó fogalmak: - Életesemények (<i>life events</i>): az élettartam során bekövetkező olyan jelentős események, amelyek az egyik életciklus-szakaszból (vagy állapotról) a másikra való áttérést jelölik, és amelyeket a szerepek, elvárások, felelősség és viselkedés változásai kísérnek. Általában, de nem feltétlen kötöttek életkorhoz. - Élettér (<i>life space</i>): azon pszichológiai terület vagy szituáció, melyben az egyén és környezete kölcsönhatásban áll, ezáltal befolyásolva a viselkedést - Életpálya (<i>life trajectory</i>): a szerepek és a tapasztalatok (biológiai és történeli) szekvenciái, amelyeket az állapotok vagy a szerepek, azok átmenetei, ill. változásai határoznak meg. Az életpályákat az egymást követő évek állapotának összekapcsolásával lehet ábrázolni.		Elder (2000), Webster’s (1996), Deutsch (1968)

Kifejezés	Jelentés	Szerzők
4. Életút, mint az egész élettartamon át tartó emberi fejlődés („ <i>life course as life-span human development</i> ”)	Az egyén fejlődésére koncentrálnak a változó környezetében (társadalmi, gazdasági, történelmi stb.) életkora előrehaladtával. Hangsúlyozza a nyitottságot és a plaszticitást.	Elder (1997)
Kapcsolódó fogalmak: Életút megközelítés (<i>life course approach</i>) elemei: a) az emberi öregedés és fejlődés egész életen át tartó folyamat b) az egyének saját életüket a társadalmi struktúrákon és történelmi körülményeken keresztül <i>alakítják</i> (egyéni döntések, választások által) c) az emberek élete formálva van a hely (ahol él) és a történelmi idő (melyben él) tapasztalatai által d) az események és az átmenetek fejlődési következményei attól függőek, hogy mikor történnek meg az emberek életében e) az emberi életek függenek egymástól és a társadalmi-történelmi befolyásokat a kapcsolatok hálózatán keresztül fejezik ki		Elder – Johnson (2003), Elder et al. (2003), Shanahan (2000), Shanahan – Macmillan (2008), Dannefer (1984)
5. Életút, amit a korai életkor befolyásolta későbbi felnőttkor („ <i>life course as early life influences (and their cumulation) on later adult outcomes</i> ”)	A korai életfeltételek (szokások, rendelkezésre álló életfeltételek stb.) összekapcsolása a felnőttkori betegségekkel (halmozódó hátrányok).	Kuh – Ben-Shlomo (2004)

Forrás: saját szerkesztés (Alwin, 2012, pp. 208-213.) alapján

5. táblázat: Életúttal kapcsolatok kifejezések

Kifejezések	Jelentés	Szerzők
Élettartam (<i>Life-span</i>)	Az egyén igazolt „halálkora”, a születéstől kezdve sok évig terjedhet. Lehetővé teszi a halálozási arány és kapcsolódó statisztikák kiszámítását. Felhívja a figyelmet a fejlődés biológiai korlátjaira, jelzi a vizsgálat időbeni hatókörét.	Olshansky et al. (2002)
Kapcsolódó fogalmak:		
- Élettartam-potenciál (<i>Life span potential</i>): az elméletileg elérhető maximális életkor az <i>optimális</i> életkörülmények között, becslhető adat. - Várható élettartam (<i>life expectancy</i>): becslött adat, az egyes fajok „mennyi ideig” élhetnek, mennyi évre számíthatnak. - Maximális élettartam (<i>maximum life span</i>): a leghosszabb élettartam, amelyet valaha egy fajnál rögzítettek. - Legrégebbi élettartam (<i>oldest prevalent life span</i>): adott évben a legidősebb élő ember életkora. - Élettartam-táblázat vagy halálozási-táblázat (<i>life table, mortality table</i>): átfogóan leírja a népesség halálozási szintjét, az életkorra jellemző halálozási arányokat; lehetővé teszi az átlagos élettartam kiszámítását - Élethosszig tartó fejlődés (<i>life span development</i>): Többdimenziós és többirányú növekedési folyamatok a születéstől a halálig, nem korlátozódnak az élet bármely idejére. Hangsúlyozza a felhalmozott tapasztalatokat, nyereségeket és veszteségeket (és az ezekhez való alkalmazkodást), tartalmazza a többirányú társadalmi és kulturális összefüggéseket és az egész kölcsönhatásainak dinamikus folyamatait.	Carey (2003), Olshansky et al. (2002), Featherman – Lerner (1985), Crimmins (2000)	
Életciklus (<i>life cycle</i>)	A meghatározott szakaszoláson (mely <i> visszafordíthatatlan</i>) van a hangsúly. 1) Biológiai a szervezet folyamatos változása a primer formától; ill. a szexuális reprodukció visszafordíthatatlan szakaszaira utal. 2) Az élet-szakaszok sorozata (gyerekkor, középkor, időskor), melyek jellemzik az egyén, csoport, kultúra létezését (társadalmilag felépített). A szociológiai koncepció alapja, hogy az emberek biológiai organizmusok, melyek születnek, érnek (szexuálisan) és meghalnak. 3) bármilyen hasonló szakaszolás (pl. termék életciklusa; családi életciklus)	Webster’s (1996), Glick (1947)

Kifejezések	Jelentés	Szerzők
Életciklushoz kapcsolódó fogalom: - Élettörténet (<i>life history</i>): a bekövetkező események sorozata biológiailag, ill. életciklusok tekintetében; az események és tevékenységek életre szóló kronológiája		
Élet-világ (<i>lifeworld</i>)	Fenomenológiából. A közös értelmezés és értékek (eltérnek a különböző társadalmi csoportokban és a családoktól a közösségekig idővel szemtől szembeni kapcsolatok révén alakulnak ki). Társadalmilag szabályozott hiedelmek. Ezek által teremődik meg az egyéni, ill. kulturális identitás és társadalmi szolidaritás.	Habermas (1987), Seidman (1997)
Életstílus (<i>lifestyle</i>)	A szokások, hozzáállás, ízlés, erkölcsi normák, gazdasági szint stb. sokszínű és heterogén halmaza, amelyek együttesen képezik az egyes tevékenységek és orientációk különbségeit.	Hankin (2000)

Forrás: saját szerkesztés Alwin (2012, pp. 208-213.) alapján

2.4. Fejlődéslélektani közelítés

A *fejlődéslélektani megközelítés* az időbeli változást és az ehhez társítható célok problémáját vizsgálja, keresve a fejlődési folyamat mintázatait és mechanizmusait. Születésünktől kezdve életünk végéig öregszenk, azonban előszeretettel hívjuk a folyamat első felét „felnövésnek, felnőtté válásnak” és csak az ezt követő szakaszokat öregedésnek (Murinkó, 2010). „*Életünk mintegy negyedét töltjük azzal, hogy felnőttekké fejlődünk, és háromnegyedét azzal, hogy öregszenk.*” (Bromley, 1966, p. 5) Mára vitathatóvá vált a fejlődés fogalma, mert tisztázatlanná és pontatlanná váltak a változást jelző kritériumok és „elvárt” bekövetkezési idejük. Többek között érzékelhetővé vált, hogy a gyerekkor és a felnőtté válás közötti átmenet egyre hosszabb, zavarosabb – nehéz átmenni az egyik szakaszból a másikba, vagy nehéz meghatározni, mikor „felnőtt” valaki. Ehhez hasonlóan homályosabbá vált az időskorba való átmenet is, hiszen a jelen fiatalságkultuszában élő generációk (akik nem akarnak felnőni, illetve megöregedni), még nehezebben békélnek meg önmagukra vonatkozóan az „idősség” fogalmával, melynek szintén kérdésesek a kritériumai. A gyerekkori fejlődés célja és a gyermeklélektan célfogalma a felnőtté válás elérése, de miután homályossá vált a „felnőtté válás” fogalma, tartalma, bizonytalanná váltak a hozzá tartozó képzetek: érettség, felelősség, önállóság értékei. „...*megbomlott az összefüggés az érés folyamatának kétféle nézőpontja, a biológiai-életlen és a szocio-kulturális nézőpont között.*” (Somlai, 2012, p. 135.) Az iparosodás előtt a családok nagy része termelési egységekben élt, hiányzott az általános tankötelezettség és a formális, életkorhoz kötött jogképesség, ezáltal „egyszerűbb”, tisztább volt a bejárható életút. Az ezt követő modernizáció hozta átalakulás után a 20. század nagyobb részében - az ipari társadalmakban - még konzisztens kép állt fent a felnőtt lét kapcsán, „intézményesített” volt az életút (Kohli,

1990 p. 177). A felnőtté válás középpontjában a keresőmunka állt, elkülönült egymástól az otthon és a munkahely az ipari forradalom és a kapitalista gazdaság hatására. A kenyérkereső munka rendszere köré szerveződött „normál életút” 3 szakaszból állt és jellegzetesen a férfiak életútját követte le: 1. *felkészülés* (gyerekkor, tanulás, iskolarendszer); 2. *keresőmunka* (érettség, felnőttkor, jogképesség, részvétel a társadalmi munkamegosztásban, család- és háztartás ellátása, vezetése); 3. *pihenés* (időskor, nyugdíj, szociálpolitika). A nők életútját általában csak két szakasz tette ki: előbb a leányság, aztán az asszonyosság szakasza, mely utóbbit minél hamarabb el kellett érni a pubertás elérését követően. Az idő előrehaladtával individualizáltabb és standardizáltabb lett az életpálya (Kohli 1990). A családból és a szülőhelyről könnyebben kiválhatott az egyén, mert polgári jogai több szabadságot nyújtottak döntéseihez, viszont a növekvő állami beavatkozások és törvények következtében (például általános tankötelezettség, gyermekmunka tilalma, a gyerekeknek hatéves koruktól kötelező iskolába járniuk, az életkori határok megállapítása házasságra, hadkötelezettségre, nyugdíjra) több társadalmilag elvárt keret is keletkezett. A normál életút szekvenciális jellegű volt, tehát az egyénnek be kellett fejeznie az egyes szakaszokat ahhoz, hogy az újat elkezdhesse. Deviánsnak tekintették azokat, akik felnőttként keresőmunka nélkül éltek. Az 1970-es éveket követő új jelenségek átalakították az életpályákat is (Somlai, 2012):

- átalakult a gyerekek élete, mert megrövidült az életpálya első szakasza (a lányok hamarabb kezdenek menstruálni és a fiatalok hamarabb kezdik a szexuális érintkezést), a gyerekekből hamarabb válik önálló vásárló, így egyre több marketingtevékenységnek vannak kitéve;
- később házasodnak a fiatalok és sok alternatív életformát alkalmaznak;
- változnak a férfi és női nemi szerepek;
- elhúzódik a közoktatás időszaka, nem feltétlen kötődik csak a gyerekkorhoz és a képzés és átképzés egész életen át tart;
- a növekvő munkanélküliség, a globalizáció, illetve a munkamegosztás és a munkaerőpiacok átalakulása következtében a munkavállalás változóképpen lett, gyakoribban az atipikus munkavégzések és a szakmai identitás kérdésessé válik.

Egyértelmű, hogy eltérő életutak jelennek meg az öregedés eredményeként. Semsei (2014) alapján a pozitív szélén a kiegyensúlyozottabb, sikeresebb, gyakran jobb anyagi jólétben megélt életút társul a jobb életminőséggel, szociális helyzettel, fizikai és mentális

egészséggel. A másik véglet esetében az öregkori életútban a nyereségek nem kompenzálják a veszteségeket: társadalmi izoláció, krónikus betegségek, alacsony életminőség jellemzi. Változik, alakul a személyiség és az életcélok is a kor előrehaladtával. Míg a fiatal felnőttek inkább a sikerért, teljesítményért, karrierért küzdenek, az idősebbek már keresik az egyensúlyt a funkcionalitás és a függetlenség között, jobban kezelik az élet hullámvölgyeit (Cavanaugh, 2011; Szarka, 2014). A biológiai, lélektani és társadalmi folyamatokban az életkorral bekövetkezett változások, kölcsönhatások, az öregségbe való átlépés krízishelyzete, a pszichikai fordulatok, a felismerés, jellemzően nem köthető egy meghatározott korhoz vagy egy tipikus eseményhez. Az életszakaszok bármely váltása identitás-krízishez vezethet, hiszen főképp a külső figyelmeztetések útján lehet rádöbbenni eddigi mivoltunk érvénytelenségére. „*Személyiségünk állandóságát őrző belső evidencia-élményünk és öntapasztalási folytonosságunk megakadályozza ugyanis, hogy kellőképp észrevegyük az öregségi változásokat.*” (Bagdy, 1983 p. 141) A bekövetkező öregségi nárcisztikus trauma – az identitás-krízis testi valóságunkra, külsőnkre, képességeinkre vonatkozó része – hatásait jelen világunk nárcisztikus trendjei egyre inkább erősítik, súlyosbítják.

Erikson (1991) pszichoszociális fejlődés-elméletében 8 szakaszra osztja fel az emberi életet (az identitás kialakulásának folyamatát), mely szakaszok az adott korra jellemző krízisek és elérendő célok alapján alakulnak ki. Az első négy fázis a gyerekkornak felel meg, az ötödik a serdülőkornak, ezt követően pedig a felnőttkorról beszélünk (6. fiatal felnőttkor: 20-40 év, 7. felnőttkor: 40-60 év, 8. érett (idős) felnőttkor: 60+ év). A fejlődési fázisok között pszichoszociális (fejlődési) krízist, konfliktust él át az egyén – melyek egyben új kihívások és elvárások, és ezek megfelelő (vagy nem megfelelő) megoldása által fejlődik a személyiség, lép a következő szakaszba. A szakaszfeladatok a maguk idejében a legfontosabbak, de egymásra épülve egész életen át jelen maradnak, befolyásolnak. Az epigenetikus elv alapján a krízisek nem oldhatók meg végérvényesen, mert egy konfliktus megoldása új és új formában visszaköszön a későbbi életben is. Az egyes személyek eltérő ritmusban haladnak, ezáltal a szakaszok pontos életkorhoz kötése nem lehetséges, a szakaszhatárok csak hozzávetőlegesek.

Levinson fejlődésteóriájában Jung és Erikson munkásságára építve, az élethosszig tartó fejlődés elvét elfogadva koncentrált a felnőttek fejlődési útjára, a gyermek- és serdülőkort a felnőtt életre való felkészülés idejének tartva (Levinson, et al., 1978). Úgy gondolta az emberi fejlődést a társas beágyazottság keretében kell vizsgálni, mert a self

és környezete összekapcsolódik, nem különíthetők el. Integrálta a különböző fejlődési elméleteket, valamint az egyéni fejlődés biológiai, pszichológiai és szociális (felnőttkori szocializáció) tényezőit (Horváth-Szabó, et al., 2007; Somogyiné Petik, 2011). Az emberi életútban megkülönböztetett egymástól *struktúra-építő* (4 fázis) és *struktúra-váltó* (5 átmenet) fejlődési szakaszokat, melyeknek egyforma jelentőségük és fontosságuk van, nem hierarchikusan épülnek egymásra, valamint az egyes életszakaszok ugyan összességében életkorhoz kötöttek, de nem annak feltétlen következményei. Levinson az emberi életutat életciklusnak hívja, mely az egyéni variációk mellett univerzális alapmintázatot mutat, ezenfelül a szakaszok az élet alapvető karakterének változásait szemléltetik. Az alapmintázat adott időszakokban jellemzi az egyénet, melyek során minden fázisban más életfeladatokkal kell megbirkózniuk a saját egyéni életstruktúrájuk felépítéséhez. Az életszakaszok közti *döntő fordulópontok* jelzik a struktúraváltó szakaszokat, melyek során az előző struktúra vizsgálata, értékelése, változtatása, lezárása, továbbá a jövő új struktúrájának próbálgatása és kialakítása zajlik. „Átmenetnek” hívja őket, melyek pozitív és negatív lehetőségeket is magában foglalnak. Krízisnek az a speciális átmenet nevezhető, melyet az előző életmódhoz való görcsös ragaszkodás, a célok megvalósításának kudarca, elismerésének hiánya vagy valamilyen külső erős negatív hatás okozhat. Levinson a fejlődést az életszerepek egyéni megvalósításában megjelenő változások, a normatív, életkorhoz kötött változások és a kritikus váratlan élethelyzetek hatásainak kölcsönhatásában képzei el.

Erikson munkásságát veszi alapul Hildebrand Félúton (Mid-Life Crisis) című könyvében (1995) az öregedés lélektani megközelítésével foglalkozik, érzékelteti az életút során bekövetkező változásokat (6. táblázat). A következőkben Hildebrand munkája alapján ismertetem az életkori szakaszokat egészen a korai felnőttkortól kezdve, mert egyetértek azzal a szemlélettel, hogy az időskort csak a fiatalkor relációjában lehet értelmezni és figyelembe kell venni az előző évtizedek alatt felhalmozott tapasztaltakat.

A *korai felnőttkor* során a személyeknek meg kell küzdeniük számos dologért, amire a későbbiekben építhetnek. Ilyen többek között a szülőktől való elszakadás, a személyes élettörténetünk tudatosítása és a kialakuló szexuális tapasztalataink integrációja. Ezek a mai világban egyre komplexebb folyamatok, mert az aktuális trendek (individualizmus, szabadosság, a vallási és etikai normák lazulása, a gondolkodási keretek elvesztése) hatásának érzékelése és a bőség zavarában nehezebb megtalálni a helyünket a világban. A szakmai öntudat későbbi kialakítása (elhúzódozó iskolás évek), a személyes pályafutással

kapcsolatos döntések halogatása (pl. NEET-ek – Not in Education, Employment, or Training - a rövidítés olyan 16-24 év közötti fiatalokra utal, akik sem oktatásban, sem képzésben nem részesülnek, illetve a munka világán is kívül rekedtek) és a gyermekvállalással kapcsolatos kérdések – különösen a nők esetében (karrier vagy család) kiélezhetik már fiatal korban is a „le vagyok maradva” vagy „már el is késtem a kortársaimhoz képest” életérzést, önértékelési problémákat okozva. Ehhez hozzájárulnak a mai világ nagy hangzatos szlogenjei is: „Élj a mának”, YOLO (you only live once, „csak egyszer élsz” - YOLO kifejezés egy életérzést és gondolkodásmódot képvisel, mely szerint az egyén ne birtokoljon dolgokat, hanem gyűjtsön be minél több élményt és tapasztalatot), „bármit elérhetsz, bármit megkaphatsz”, „már gimnazistaként is érdemes vállalkozást vezetni, termékeket feltalálni”, „kezd el minél hamarabb” stb. Ezen nézetek és érzések tovább gyűrűződnek idősebb korba is, és főleg azok esetében okoznak lelki gondokat, akik „elmaradásban vannak” eredeti elképzeléseikhez, terveikhez képest. Legnagyobb nyomás alatt a kialakulatlan, tiszta szakmai elképzelések vagy hivatástudat nélküli fiatalok vannak. Ezen nehézségek tükrében az öregedés először csak apró kellemetlenségnek tűnik, ami inkább másokkal történik, a saját életünkre, vágyainkra, szükségleteinkre nincs is hatással.

Ezt követően, a *harmincas évek során*, amikor a test már nem feltétlen úgy reagál, ahogy az egyén szeretné, az ember lassan ráébred az idő múlására és önmaga öregedésére (Hildebrand, 1995). 30-40 éves kora között a legerősebb az emberben a társadalmi elvárásokhoz való alkalmazkodás igénye. Vagy elégedetten veszi tudomásul, hogy sikerült a környezetének, önmagának, szülei által felállított elveknek megfelelni, vagy elégedetlenkedni kezd a saját maga által teremtett életszínvonallal, környezettel. Ezen időszak alatt az egyén mind önmagát, mind másokat a szigorú felettes-én vizsgálatának veti alá, és értékelteti a magában őrzött értékrendszer szerint, mely konfliktusokhoz vezethet. Kedvező kimenet esetén a felnőttkor delelőjére elcsendesednek a belső világ követelése, az egyén megbékél önmagával, ami elősegíti a kreatív alkotói folyamatokat, kialakul a szeretet és a munka közötti tartós egyensúly, megállapodnak a döntéshozói mechanizmusok és létrejöhet olyan intimitás és bizalom a partnerével, ami a későbbiekben segíteni fogja az öregedéssel való szembenézést. Jobb esetben ezekre az évekre a felnőtt már megállapodott önmagával, kötelezettségeivel, szexualitásával, családjával, kialakította élete összetett rendszerét. E megelégedett, megállapodott életérzésbe zavar bele a mai világ fiatalságkultusza és változó, az újításokat előnyben

részesítő értékrendszere: „változz, újulj meg, cseréld le a régit újra, maradj fiatalos, ne engedj az öregedés folyamatának” stb. Akik életévekben elérnek az öregedésnek, mint változásnak e látványosabb (40-50+ éves) szakaszához, nehezebben élhetik meg, hogy a társadalom már nem tekint rájuk fiatalként, csak önmaguk érzik, hogy „még nem öregednek”.

6. táblázat: Fejlődési szakaszok az életút során

			Szakaszfeladatokra példák	
~17-45 év Korai felnőttkor	0-22 év Elő-felnőttkor	Gyermekek és serdülőkor (0~17 év)	— elszakadás a gyökerektől — önállóság kivívása — törekeny intimitás	
		Korai felnőttkori változások (~22 év)		
	Felnőttkor kezdete (~28 év)	Harmincéves változás (~33 év)	Megállapodás (~40 év)	— intimitás, szakmai identitás, és problémamegoldó módszerek kialakítása — hatalomért, dominanciáért folyó küzdelmek — párválasztási konfliktusok — munka és magánélet szembekerülése — hosszútávú célok kitűzése
				— termékenység: család, barátok, munka — erőviszonyokra vonatkozó szabályok pontos felállítás
				— törekvés a vágyak és lehetőségek összehangolására
	Preklimaktérium (~45 év)			
	~40-65 év Középső felnőttkor	Középső felnőttkor kezdete (~50 év)	Ötvenéves változás (~55 év)	— eddigi sikerek és sikertelenségek értékelése — elbizonytalanodó intimitás, mások felé irányuló érdeklődés erősödik — kívülágban, kapcsolatban elért hatalmi pozíciók konfrontációja — társadalmi elvárásoknak való megfelelés hangsúlyosodása
				— klimaktérium — életben lévő fontossági sorrendek megállapodása — gyerekek kirepülése
		Középső felnőttkor delelője (~60 év)		— depresszió és/vagy önáltatás a fiatalság elmúlása miatt — biztos, szilárd kapcsolat, ha az öregedés és az unalom nem veszélyezteti az intimitást
		Átmenet a késői felnőttkorba (~65 év)		— öregedés, betegségek, halál problémájával való szembeszállások (testi-lelki feldolgozás), egymás támogatása — dolgok kézben tartására való vágy erősödése — konfliktusok az elmagányosodásból, szexuális kudarcokból stb. keletkező félelmek következtében
Késői felnőttkor		— életöröm képességének fenntartása — családi és baráti kapcsolatok sűrűsödő elvesztése — tárgyi környezet szerepe a külvilággal fenntartott kapcsolatokban		

Forrás: Nemiroff – Colarusso (1985) és Hildebrand (1995) kiegészítései alapján saját szerkesztés

A középső felnőttkor (40-60 év) esetében az életkori feladatok, krízisek a generativitással (a következő generáció szempontjából értékes, fennmaradó dolgok alkotása) kapcsolatosak (Bromley, 1966; Nemiroff - Colarusso, 1985; Erikson, 1991; József, 2011).

Kedvező kimenet esetén pozitív az alkotóképesség – legtöbbször ekkor érik el alkotóképességük csúcsát, termékenyek és érdeklődésüket kiterjesztik. Az egyén a családjá mellett a társadalommal és annak jövőjével is törődik, jobb esetben kialakul a szülői felelősségérzet, illetve a gyerekek kirepülésével – annak megfelelő érzelmi feldolgozásával – új intimitás alakulhat ki a párkapcsolatban. Pszichológiai szempontból ez a megfelelő kapcsolatok elmélyítésének időszaka, rendkívül fontosak a baráti kapcsolatok. Az egyén életében a fontossági sorrend kialakul, az értékei megállapodnak, és többen ebben az életszakaszban vannak a társadalmi tevékenységük és tekintélyük csúcspontján. A személyek ebben az életkorban még nem érzik öregnek magukat ahhoz, hogy bizonyos változtatásokat eszközöljenek életükben.

Ha megfelelően zajlik a krízisen való átjutás, nyugodtan készülnek az öregedésre. Általában 40-50 éves kor között értékelik az emberek önmagukat, addigi bejárat életútjukat és jövőjük lehetséges kimeneteit. Egyesek azonban hirtelen ráébrednek, hogy már sosem fogják elérni, megvalósítani dédelgetett álmaikat, mely gondolat hatalmas nyomásként nehezédként rájuk. Ennek kapcsán megjelenhet az úgynevezett *életközépi válság* (midlife crisis) (Brim, 1976; Wethington, 2000), melyet sokféleképpen élhetnek meg az egyének (többek között akár új szakmák kitanulása, elkezdése; felesleges luxuscikkek vásárlása stb.). Mindkét nemnek szembe kell néznie szubjektív élményvilágának, külső kapcsolatainak és célkitűzéseiknek viszonylatában a sikereikkel és kudarcaikkal, viszont a nőknek e mellett lassan le kell mondaniuk a gyermekszülés lehetőségéről is. Más oldalról megközelítve pedig a gyerekek kamaszkorával, majd későbbi kirepülésével új konfliktusok, megváltozott szerepkörök alakulnak ki a házastársi viszonyokban, amik szintén hozzájárulhatnak az ekkortájt megszorodó válásokhoz (pl. a feleség új önálló, független szerepköre, tehetségének kibontakozása felboríthatja férje lelki egyensúlyát). Ezen időszakban a férfiak élénken figyelni kezdenek testük fiziológiai változásaira, félni kezdenek az impotenciától és nagy szükséglet alakul ki bennük a siker és a biztonság iránt. Amennyiben az alkotóképesség nem bontakozik ki, stagnálás veheti kezdetét az egyén életében, kockáztatja a tespedtséget, beletörődik abba, amit elért, és nem akar változtatni, esetleg szubjektíven úgy ítéli meg önmagát vagy élethelyzetét, hogy nincs lehetősége a változtatásra. *„Ebben az életkorban a konfliktusok már nem kezelhetőek többé a harc-kudarc mechanizmusokkal”*, vagyis nem lehet olyan könnyedén elmenekülni a problémák elől. (Hildebrand, 1995, p. 33.) Ez sok esetben pszichológiai vagy pszichoszomatikus megbetegedésekhez vezethet. Új életfeladatokat vagy régen

eltemetett, de újraálmódott célokat adhat a közelgő nyugdíjazás gondolata, melyeket a család eddigi gazdasági, társadalmi és pszichológiai szükségletei a háttérbe szorítottak. Jung (1933) is foglalkozott az életközépi krízissel, mely szerinte a személyiség irányulásainak két területén bekövetkező drámai változás: egyrészt a személyiség ellenkező nemre jellegzetes tulajdonságainak felerősödése, másrészt pedig az eddig elnyomott „árnyékszemélyiség” napvilágra kerülése. Levinson (1978) ezt a középletkori átmenetet hasonlatossá teszi a korai felnőttkorba való átmenethez (17-22 év). Közel 20 éven át tartó életszakaszokat zárnak le és megkövetelik az egyénektől az új életstruktúrák létrehozását (*új generációba való kerülést*) az eddig megélt élet értékelése, átformálása vagy megerősítése által. A késő felnőttkori átmenet kevésbé látványos személyiségváltozásokkal jár. A középletkori átmenet során feladat, hogy az egyén értékelje addig elért céljait, korigálja a hibáit (ellenkező esetben inaktivitásba fordulhat) és intenzívebbé tegye az individuációs folyamatot, annak paradoxonjainak (elkülönülés és kapcsolódás a világhoz, fiatalság-öregség egyensúlya testben és lélekben) egyéni feloldása által. Ennek érdekében négy kiemelt területen kell dolgoznia (Levinson, 1978; Horváth-Szabó, 2004; Horváth-Szabó, et al., 2007; Somogyiné Petik, 2011):

- *alkotás-rombolás polaritás*: ebben az életkorban az egyén törekszik saját romboló akcióinak csökkentésére, felerősödik benne a megbánás és a jóvátétel, valamint a következő generációk számára megmaradó alkotások létrehozásának igénye.
- *kötődés-eloldódás polaritás*: Mélyek a kapcsolatokhoz, a hivatáshoz fűződő kötelékek, de egyre erősebb lesz a dolgoktól, emberektől való eloldódás folyamata. Szelektál a felhalmozott tárgyak közül és egyre többtől képes megválni.
- *férfiasság-nőiesség polaritás*: a férfiak kezdik jobban elfogadni személyiségük nőies oldalát (biztonság és gyengédség iránti igény, sebezhetőség kimutatása), míg a nők személyiségük férfias elemeit (hatalom és teljesítményigény, határozottság).
- *fiatalság-öregség polaritás*: mivel a fiatalsághoz főképp pozitív jelentéstartalmakat társítunk (energia, erőforrás, lehetőség), az öregséghez pedig inkább negatív (lehangoltság, rigidség, halál) vagy stabilitással kapcsolatosakat (befejezés, rendezettség, bölcsesség, beteljesedés), ezért ebben az időszakban különösen fontos a kettő megfelelő integrálása. A fiatalság-öregség feszültsége mindig jelen van, de ilyenkor kell a leginkább törekedni az optimális egyensúly megtalálására. Egyes kérdésekben az egyén fiatalekként tekint magára, más kérdésekben pedig öregként: a fiatalság meglévő energiáját használja fel az alkotásra, a rendezettség megőrzésére

és a bekövetkező változásokra való nyitottságra, miközben már rendezett életstruktúrát birtokol. Másrészt pedig az öregedés során felhalmozott bölcsesség segít a változások elfogadásában, a hozzájuk való alkalmazkodásban és a bennük lévő értelem és jelentőség megtalálásában. A folyamat során jelentkező zavarok látványosan mutatkoznak meg a fiatalság jeleihez kapcsolódó görcsös ragaszkodásban és erőfeszítésben: az életstílusban, az öltözködésben, a test szépségének sok energiát és pénzt felemésztő megőrzésében, a másik nemhez való viszonyban, különösen, ha az egyén azonosítja magát testével, érzelmeivel, vágyaival és elutasítja a megállíthatatlan változásokat.

Az ezt követő időszakot sokan „harmadik kornak” nevezik, a gyermekkor és a szülőkor után. Az *érett (idős, 60+) felnőttkor* krízise az éntelenség elérésével (integritás), vagy annak sikertelensége esetén a kétségbeeséssel kapcsolatos, hiszen az emberek ráébrednek mulandóságukra. (Hildebrand, 1995; Bromley, 1966; Nemiroff-Colarusso, 1985; Erikson, 1991; József, 2011). Az egyén visszatekint és értékeli teljes életét, elért eredményeit, teljesítményeit, minősíti öregedésének „sikerességét”. Kedvező kimenetel esetén a krízisen való átjutás jutalma az élettel való megelégedés (énintegritás-érzés), a nyugodt szembenézés a halállal, megbékélés a – sokszor gyermekkorából hozott – személyes problémákkal (melyek a korai, illetve középső felnőttkori szakaszban a tudatalattiba szorultak), valamint annak az érzése, hogy „hagytam valamit magam után”. Ellenkező esetben nincs megelégedve azokkal a dolgokkal, melyeket megélt és alkotott. Ekkor kétségbeesés vehet erőt rajta, mert belátja, hogy most már (szinte) lehetetlen változtatnia. Ráterelődik a figyelem az öregedés testi-lelki jeleire, rendellenességeire, a betegségekre, a halál gondolatára és az életöröm képességének fenntartására. Az egyének elszakadnak foglalkozási szerepkörüktől, a közösségi ügyektől, megnövekedik a rokonsággal és közeli ismerősökkel való kapcsolat súlya. Különbséget kell tenni azok között, akiknek munkájuk maga volt az „önmegvalósítás” és azok között, akik megkönnyebbülésként élik meg a munkától való szabadulást. *„A nyugdíjaztatás és a hanyatló egészség sokkal fenyegetőbb azok számára, akik nem rendelkeznek olyan személyes erőforrásokkal – akár anyagi, akár lelki vonatkozásban –, melyek segítségével felkészülhetnek a nyugdíjaztatásra, s ezért úgy érzik megfosztották őket attól a társadalmi elismeréstől, amelyre jogosultak lennének.”* (Hildebrand, 1995, pp. 34-35.) Kihívásnak számít az egészség megőrzése vagy a végelgyengülés jelei, a gyermekkorban megélt elhagyástól való félelem felszínre kerülése, az egyedüllét feldolgozása. A gyerekkorban

megtapasztalt „segítő környezet” élménye könnyebbé teszi az öregedés adta gondokkal való szembenézést. Függség vagy teljes elszakadás alakulhat ki a társas kapcsolatokban, valamint testi és szellemi elégtelenség veheti kezdetét. A legfontosabb feladat a múlt, a jelen és a jövő összebékítése, főleg azon „fiatal” öregek számára, akik megőrizték testi és szellemi frissességüket. Lélektani szempontból egészségesebb, ha az idős ember saját megszokott környezetében élhet, mintsem egy „idegen” öregek otthonában a nagyfokú fizikai biztonságban, hiszen az idős emberek, akárcsak a gyerekek, „jól elvannak magukban”, amennyiben kifejlesztették a szükséges belső erőforrásaikat, amik segítségével kielégítő, értékes életet élhetnek. A személyeknek meg kell találniuk új szerepkörüket és amennyiben lehetséges, nem csapdába esni a rokonok által – főleg társadalmi nyomás hatására – rájuk aggatott beteg- illetve gyerekszerepbe. Az „örökifjak” megtalálják e más értékeket tartalmazó, szabadabb életszakaszban (ami akár hosszú évekig is eltarthat) az örömforrásukat és nyíltan szembenéznek az öregedéssel járó hanyatlással és akár szeretteik elvesztésével.

2.5. Demográfiai közelítés

A társadalmi öregedés számos indikátora ismert (Vargha, 2015), de értelmezésükhöz meg kell különböztetni három öregedés-fogalmat. Németh (2015, pp. 325-326.) alapján:

- *demográfia értelemben vett öregedés*: a konkrét népességben az idősek aránya nő, a fiatalok aránya csökken, mely esetében jelenleg alaptrend az öregedés. A termékenység egyszerű reprodukciót biztosító szintje alá való csökkenésről van szó, mely következtében kialakuló népességcsökkenés beleprogramozódik a demográfiai folyamatokba.
- *társadalmi értelemben vett öregedés*: az ellátásra, támogatásra, gondozásra szoruló idősek számának/arányának növekedése. A demográfiai értelemben vett öregedés társadalmi hatása, mely nem okvetlenül negatív, de társadalompolitikai és szociálpolitikai szempontból figyelmet és politikai válaszokat igénylő.
- *közgazdasági értelemben vett öregedés*: a termékenységnek az egyszerű reprodukció szintje alá csökkenése (függetlenül a halandóság alakulásától), illetve annak emelkedése, amennyiben nem lépi át az egyszerű reprodukcióhoz szükséges szintet (miközben ez demográfiai értelemben vett fiatalodás, amennyiben nem ellensúlyozza az elhalálozások száma).

A várható élettartam növekedésének, az alacsony születési aránynak (kevesebb gyerek születik pl. az individualizáció és a női emancipáció következtében), valamint a csökkenő fiatalság együttes hatásának köszönhetően *társadalmunk öregszik* (Semsei, 2011), azaz emelkedik az idős korúak népességben belüli aránya, valamint növekedik a népesség átlagos, illetve medián életkora, ezek által pedig nő a függőségi és eltartási ráta, illetve az öregedési index (mely felsoroltak az öregedés klasszikus indikátorainak számítanak) (Rowland, 2003; Uhlenberg, 2005). Egyre több ember éri el az öregkort és küzd az öregedéssel járó gondokkal, melyek nem csak a személyekre vagy családtagjaikra, hanem a nemzetekre is kihívásként hatnak. A klasszikus indikátorok mellett a kutatók felismerték, hogy szükség van további, a társadalmi öregedést különféle képp megközelítő indikátorokra és mérőszámokra (többek között alkalmazható a várható élettartam (Crespo Cuaresma, et al., 2014), a függőségi hányados a kognitív képességeket figyelembe véve (Skirbekk, et al., 2012), az életciklus deficit/többlet (Gál – Vargha, 2015), a teljes koreloszlás (d’Albis – Collard, 2013)).

Nem egyértelmű azonban, hogy a népesség koreloszlásának átalakulása mekkora mértékű, gyorsaságú és terjedelmű gazdasági és társadalmi változásokat eredményez (Vargha, 2015, pp. 58-59.). A tisztán demográfiai megközelítés csak a potenciálisan eltartók és eltartottak létszámának változását veszi figyelembe, és rögzített korhatárokat alkalmaz a különböző csoportok elkülönítésére. Viszont, a társadalmi öregedés következményeit, valamint a jóléti rendszerek fenntartását a korösszetételen kívül befolyásolja az, hogy kik milyen mértékben járulnak hozzá a teherviseléshez (mely már közgazdasági problémának számít), vagy pontosan mekkora terhet jelentenek a fennálló helyzetben. Ennek megállapításához figyelembe kell venni többek között a fizikális és mentális egészségi állapotokat, az új generációk magasabb képzettségét és termelőképességét, a kognitív képességek alakulását és a hosszabb életciklusokat is. Az életciklus növekedése maga után vonta annak új tagolási megközelítéseit, így tovább tart a munkavállalási életszakasz, de az idős inaktív időszak is kinyúlik. A gazdasági életciklust sem a fix korhatárok, hanem a jövedelemtermelés és a fogyasztás szintje határozza meg. Szükségesek az új komplex megközelítések, melyek figyelembe veszik a foglalkoztatást, a társadalmi részvételt vagy az egészséget és az emberek életmódját is. Az idősödés tradicionális és alternatív indikátorai együttesen pontosabb képet szolgáltatnak az idősödés időbeli alakulásáról, mértékéről, az országok közti

különbségekről, ezáltal adva a szociálpolitikának bővebb információkat a döntéshozáshoz és tervezéshez (Zaidi, et al., 2012; Holzmann, 2013; Vargha, 2015).

A demográfiai öregedés fokozódó tendenciájának köszönhetően felerősödött az idős emberek testi és mentális egészségi állapotának, szociális kapcsolataik, életcéljaik, életminőségük, fogyasztói szerepük befolyásoló hatása, mert *fokozatosan áttérünk a „hosszú életűek társadalmára”* (Meyer-Hentschel, 2009). Az ENSZ Népesedési Alapjának előrejelzése szerint az időskorúak létszám- és aránynövekedése a század közepéig fog tartani. A 60+ korosztály jelenleg a Föld teljes népességének több mint 12%-át teszi ki, 2050-re pedig minden negyedik Európában és Észak-Amerikában élő személy 65 éves vagy annál idősebb lehet. Az 50 éven felülieket tekintve 2014-ben számuk meghaladta az egymilliárdot, Európán belül pedig egyharmad arányban voltak jelen. Ők 2050-re a világnépesség 35%-át fogják kitenni (3 milliárd fő, valamint a 60 éven felüliek 2 milliárd fő). Az előrejelzések szerint a 80 éves vagy annál idősebb személyek száma megháromszorozódik, a 2019-es 143 milliőről 2050-re 426 millióra. (lásd Giddens, 2008; United Nations, 2017, 2019).

Az Eurostat (2019) becslése szerint 2019. január 1-jén az EU-27 népessége 446,8 millió volt. Az EU-27 népességének 15,2%-a gyermek (0–14 éves), míg a munkaképes korúnak tekinthető személyek (15–64 éves) a népesség 64,6%-át tették ki. Az időskorúak (65 évesek vagy idősebbek) részaránya 20,3% volt (ez az előző évhez képest 0,3 százalékpontos, a 10 évvel korábbi adathoz képest pedig 2,9 százalékpontos növekedés). (Eurostat, 2018, 2019). Életkort tekintve 2015-ben 80,6 év volt a születéstől átlagosan várható élettartam, nők esetében 83,3 év, férfiak esetében pedig 77,9 év.

Az eltartott népesség ráta a gyermeknépesség eltartottsági rátájának és az időskori eltartottsági rátának a kombinációjából nyerhető ki (kiszámításához a fiatal és idős eltartott személyek arányát hasonlítják a munkaképes korúnak tekinthető, azaz 15–64 éves népességhez). Az idősödés tendenciája minden EU-s tagállamban megfigyelhető és alig több mint három munkaképes korú jut egy 65 éves vagy idősebb személyre, tehát az időskori eltartottsági ráta az elmúlt évtizedben 4,7 százalékponttal emelkedett (a 2007-es 25,2%-ról 2017-ben 29,9%-ra, majd 2019-re 31,4%-ra).

A korfákban (2. melléklet) látható a népesség megoszlása öt éves korcsoportok és nemek szerint. Minden egyes sáv megfelel az adott nem és korcsoport teljes népességéből való arányának (férfiak és nők együttesen). Az második ábrán látható, hogy az EU-28 korfája

romboid alakú az 1960-as évek közepén több európai országban tapasztalt magas termékenységi ráta következtében kialakult „babyboom” generáció miatt. E nagy, 20-30 év lefolyása alatt született csoport nagy része még aktív munkaerőnek számít, de első tagjai mostanra lépnek a nyugdíjas korba. Az EU-28 népessége előreláthatólag növekedni fog körülbelül 2040-ig, amikor 525,0 milliónál tetőzik, majd 2100-ra fokozatosan visszaesik 492,9 millióra. A babyboom generációnak köszönhetően az öregek száma szintén kiugrásszerűen nőni fog, valamint az időskorú népességben belüli nagyon idősök relatív súlya is tovább emelkedik. A 80 évesek és idősebbek aránya az előrejelzések szerint az EU-28 népességében 2017 és 2080 között több mint kétszeresére fog nőni: 5,5%-ról 12,7%-ra. Ebből kifolyólag pedig a munkaképes korú népesség aránya várhatóan folyamatosan csökkenni fog.

Magyarország demográfiai szempontból követi a fejlett nyugati államok trendjeit, de megjegyzendő, hogy a demográfiai folyamatok hazánkban kedvezőtlenebbek. A népességcsökkenés folyamatos, 1981 óta minden évben kevesebb a születés, mint a halálozás, és gyorsuló ütemben növekszik az idősök száma és arányuk a populáción belül. A születéskor várható élettartam a nők esetében 79,2 év, a férfiak esetében pedig 72,4 év (2016-ban), 2070-re pedig eléri a 85,5, illetve a 81,4 évet. A 2018-as Demográfiai Portré adatai alapján 2017-re 19%-ra növekedett az idősök aránya Magyarországon és 2070-re elérheti a 29%-ot is (Monostori – Gresits, 2018). Hosszabb távon ugyan csökken a középkorúak aránya az idős generációhoz képest, de 2050-re így is a népesség 46%-a lesz 50-en túli (mintegy 4 millió fő). Belső korösszetételt tekintve a 65 év felettek 63%-a nő, valamint tovább növekedett a 85 év felettek aránya is az idős korosztályon belül és a 85 felettek 73%-a tartozik a női nemhez. 2011-ben 7,5 év volt a két nem várható élettartama közötti különbség, mely az előrejelzések szerint 2070-re 4,8 évre fog csökkenni. (Obádovics, 2018; Monostori – Gresits, 2018). Hazánk korfája *urna vagy hagyma alakú*. Ideális esetben piramisszerű képet mutatna (ÁEEK, 2014), melyben a fiatalabb generációk száma mindig nagyobb, mint a nála idősebbeké. Azonban jelenleg a fogyó népesség korfáját szemlélteti. Keskeny alapú, felfelé szélesedő forma, melyet a fiatalok arányának csökkenése, az idősök arányának növekedése okoz (magas születéskor várható átlagos élettartammal). A várható élettartam mellett fontos tényező az egészségben eltöltött életevek száma, mely esetében sokkal kisebbek a nemek közti különbségek (Monostori – Gresits, 2018). Az eredmények alapján 65 év felett a nők ugyan tovább élnek (átlagosan egészségben 5,9 évig + betegségben 12,3 évig), de ezáltal sajnos

hosszabb betegségben eltöltött életszakaszokra számíthatnak (míg a férfiak átlagosan egészségben 5,9 évig + betegségben 8,6 évig).

A társadalmi öregedést az időskori függőségi vagy eltartottsági ráta^{F*}, valamint az öregedési index^{F**} értékeinek alakulása is alátámasztja. Magyarországon 1990-ben 20% volt a függőségi ráta, 2011-re ez 24,4%-ra nőtt. A 7. táblázat szemlélteti a népesség életkor szerinti alakulását a várható különböző forgatókönyvek szerint (2011, 2070) (Csizmadia – Győri, 2014; Monostori – Gresits, 2018; Obádovics, 2018). Az *alapváltozat* mérsékelt, de reális demográfiai változásokat vetít előre. Az elképzelhető maximumhoz képest alacsonyabb a figyelembe vett élettartam-javulás, a jövőbeni minimumhoz képest magasabb a gyerekszám. A *magas forgatókönyv* változat növekvő (0-14 éves) gyermekszámot és maximális népességszámot vizionál, mind a résznépességek, mind a népmozgalmi esetszámok viszonylatában. *Alacsony változat* esetén a gyermekkorúak száma a kezdeti 1,46 millió főről közel a felére eshet vissza.

7. táblázat: Az időskorú népesség életkor szerinti alakulása a különböző forgatókönyvek szerint, 2011, 2070

Mutató, %	Magas		Alacsony		Alap		Migráció nélkül	
	2011	2070	2011	2070	2011	2070	2011	2070
65+ évesek aránya	16,7	28,4	16,7	30,9	16,7	29,3	16,7	31,7
80+ évesek aránya	4,1	12,9	4,1	13,3	4,1	13,0	4,1	14,3
Időskori függőségi ráta	24,4	50,4	24,4	54,5	24,4	51,7	24,4	57,7
Öregedési index	114,7	185,2	114,7	248,8	114,7	208,1	114,7	237,8

*A 65 éven felüliek arányát mutatja az aktív korú (15–64 éves) népességhez viszonyítva.

**A 65 évesnél idősebbek és a 14 évnél fiatalabbak arányát fejezi ki.

Forrás: Obádovics, 2018, p. 290.

A meghosszabbodott várható élettartam mellett a folyamatosan változó értékrendek kitolják a koréretet határait és megváltoztatják a kormeghatározást - többek között az időskor alsóbb vagy a fiatalkor felsőbb határát későbbi életkorra módosítva, hosszukat megnyújtva -, így a korcsoport hovatartozás egyre inkább viszonyítási kérdéssé változik, nem a konkrét kronológiai vagy biológiai kor válik meghatározóvá. Ezeknek köszönhetően kevésbé lehet tiszta határt húzni a fiatal, illetve közép-, valamint a középgeneráció és az idős generáció között, továbbá egyre nehezebben definiálható, hogy mik az öregség kritériumai és ki számít idősnek vagy öregnek (lásd többek között Roebuck, 2001; Széman, 2007).

Társadalmi konstrukciónak számít, hogy mikortól „idősödik” valaki, mert a biológiai és genetikai tulajdonságok mellett egyéni-pszichikai és társadalmi tényezők is befolyásolják

a megítélést (lásd Csizmadia – Győri Szabó, 2014; Kirsch, 2003; Moschis, 1994, 2000) Leggyakrabban életkorhoz kötik a választ (45-65 év, felső életkori határ nélkül), de ide tartoz(hat)nak társadalmi elvárások, a nyugdíjba menetel időszaka (főleg a szociológiában használatos) vagy az is, hogy ápolásra szorul-e az illető. Olyan változások jelzik a folyamatot, mint az egészségromlás, a korlátozottabb tevékenység, a gyerekek elköltözése, a nagyszülővé válás, a partner és a barátok halála (Csizmadia – Győri Szabó, 2014; Töröcsik, 2011). A nyugdíjas évek kezdetével viszont nem feltétlen következik be az idős ember életében a gazdasági passzivitás és az egyén aktívan töltheti el szabadidejét, egészségi állapota megfelelő lehet mind testileg, mind szellemileg, lelkiileg. Ezt az önállóság és elesettség közötti időszakot nevezik „harmadik kornak”, mely egyre tovább tart. Ebből a megközelítésből kiindulva egy 50-64 éves személy nem tekinthető öregnek, viszont betegségek miatt vagy külsőleg, esetleg viselkedés szempontjából öregebbnek is érzékelhető, mint idősebb társai. A WHO „aktív öregedés” modellje szerint az idős emberek aktív résztvevői az életkort integráló társadalomnak (Tróznai – Kullmann, 2003). A modellbe beletartozik az egészség mellett (betegségek kockázatának alacsonyan tartása, funkcionális függetlenség elősegítése) a részvétel (szociális egészségpolitika, társadalomban való közreműködés életkortól függetlenül, az idős emberek által nyújtott értékek felismerése) és a biztonság tényezője is (biztonságos, méltó és védett élet egészségi és szociális helyzetétől függetlenül).

Az élettartam meghosszabbodását pozitív folyamatként élik meg az emberek, viszont a társadalmak elöregedéséhez már többnyire negatív asszociációk társulnak, hiszen a folyamat komoly társadalmi problémákat vet fel. Az időskorúaknak megváltozik – önmagában nézve és az aktuális világtétele miatt is – az egészségi, szociális, pénzügyi vagy fogyasztásbeli helyzetük, ezzel együtt folyamatosan átalakul az ifjabbak jövőképe, változnak az időskorral és magával az öregedéssel kapcsolatos féltételeik, reményeik is. Más trendek hatnak erősebben a mai világban, mint nagyszüleink, dédszüleink idejében, más hatások befolyásolják az egyes generációk értékítéletét és gondolkodásmódját, így az életkorhoz és öregedéshez fűződő viszonyukat is.

2.6. Összefoglalás

Az idősödéssel kapcsolatos változások és azok megélésének pontosabb megértéséhez szükséges volt látnom, hogy a különböző társtudományok hogyan gondolkodnak magáról a folyamatról, valamint megismernem, hogy (a szakirodalom szerint) az egyének hogyan

élik meg fejlődésük ezen jelentős és egyre hosszabbá váló szakaszát. Egyértelműen látszik, hogy a folyamat egy rendkívül komplex és szélesedő problémakört takar, melyet a cégeknek is szükséges mélyebben feltérképezniük és nagyobb érzékenységet mutatniuk az idősödő célcsoportok felé. Az alábbi állításokat (Baltes javaslatai alapján, idézi Schroots, 1996, p. 745.) minden időseket célzó stratégiai tervezés, marketing szegmentáció vagy kommunikációs terv során figyelembe kell venni.

1. Nagy különbségek vannak a normál, a kóros és az optimális öregedés között (utóbbihoz hozzátartozik a személyes fejlődés és az „életkor-barát” környezeti feltételek is) – *tehát nem mindegy, hogyan kommunikálnak a szakemberek az idősekről és milyen képet mutatnak róluk a médiában.*
2. Az öregedés folyamata sok egyéni variabilitást és interindividuais eltérést mutat (heterogenitás jellemzi) – *nem lehet egységesnek tekinteni az időskort és idős személyeket, külön célcsoportokat szükséges alkotni és eltérően közelíteni feléjük.*
3. Sok rejtett tartalékkapacitás van az idős korban – *amikre egyre inkább lehet építeni, ahogy számuk és arányuk növekszik a társadalomban, tehát marketingkommunikáció kapcsán sem szabad „megfeledkezni” róluk.*
4. Az öregedéssel csökken a személyes tartalék kapacitás és az alkalmazkodóképesség – *a kommunikáció felépítését és a kialakított programokat, lehetőségeket, eszközöket, termékeket vagy szolgáltatásokat rájuk kell szabni.*
5. Az egyéni és társadalmi tudás gazdagítja az elmét és kompenzálhatják az intelligencia életkorhoz kapcsolódó csökkenését (öregedési veszteségek) – *az idősödéssel kapcsolatos tudást aktívan tovább kell adni a következő generációk számára, ezzel is segítve az ageism kialakulásának megelőzését.*
6. Az életkor előrehaladtával a nyereségek és veszteségek egyensúlya egyre negatívabbá válik – *mely lehetőséget ad olyan termékek és szolgáltatások kialakításának, melyek lassítják ezen egyensúlyromlást.*
7. Az időskorú egyén továbbra is rugalmas marad a megküzdés (nehézségekkel) és az integritás fenntartása szempontjából – *így nem szabad elvenni tőlük az autonómia és az egyéni döntéshozatal jogát, csak életkorukra hivatkozva.*

Ezek mellett továbbá (Elder, 1975 idézi Alwin, 2012) nem csak az életkori megkülönböztetés jelenségét megtestesítő életszerepek sorrendje fontos az öregedés során, hanem a születési kohorszok történelmi, társadalmi és gazdasági elhelyezkedését

is figyelembe kell venni, hiszen ezek befolyásolják az élettartam fejlődésének különbségeit. Az ebből adódó generációs különbségekre a következő fejezetben térek ki. Az általam vizsgált 50-70 év közötti időszak több individuális, illetve társadalmilag kényszerített változást vonultat fel a személyek életében, melyek komolyságát mutatja az is, hogy számos elméleti idősödési modellt és megközelítést alkottak a szakemberek ezen időszak kérdéseinek megválaszolására. Saját kutatási kérdéseim megválaszolásához, és az élethelyzetek közötti váltások, változások megértéséhez a különböző életút-modellek (lásd többek között Super, Erikson, Hildebrand, Levinson) és az életkori megközelítések (életkor, mint társadalmi rétegeképző, időperspektíva-modell) adták a legerősebb alapot. Az eltérő életkor-érzékelések megértéséhez további segítséget nyújtott a fenomenológiai elmélet, hiszen az idősödést minden személy szubjektíven eltérően él meg. Az életkori ív tanulságai mentén folytatva a vizsgálódást a következő fejezetben olyan konkrét életkori problémákra térek ki, mint az idős célcsoportba való kerülés életkori eltérései, a keletkezett célcsoportok különféle azonosítási lehetőségei, az életkorból fakadó hátrányok érzékelése (ageism) és ebből adódóan az idősek életminőségének mérési lehetőségei.

3. Az idősödés kérdése, mint életkori probléma

3.1. Az életkor objektív és szubjektív értelmezései

Az életkorral összefüggésben egészségi állapotra, szociális és kulturális várakozásokra releváns megállapítások tehetők. Az elérhető statisztikai adatok nagyrészt kronológiai életkor alapján szemléltetik az eltérő magatartásokat és életstílusokat (lásd többek között (Bromley, 1966; Lampek, 2015). A gerontológia alapvetően kétféle életkort különböztet meg (kronológiai, valamint biológiai), de javasolja több, nem kronológiai életkor fogalom használatát is (társadalmi életkor („social age, SA”), mások által észlelt életkor („interpersonal age”), ön-észlelt életkor: identitás (szubjektív) életkor („subjective age”), személyes életkor („personal age”)) (Agogo, et al., 2014; Zniva – Weitz, 2016). Azonban a szubjektív életkor és a mások által az egyénnek tulajdonított jellemzők (interperszonális életkor vagy társadalmi kor) között is jelentős különbségek mutatkozhatnak (Kastenbaum, et al., 1972; Szarka, 2014). „*Mivel mindkét ön-észlelt életkor az egyén saját életkorának egyéni szubjektív megítélésén alapszik, ezért a kutatásokban a marketingszakemberek az ön-észlelt életkor helyett gyakran a szubjektív életkor elnevezést használják. A gerontológiai kutatásokban azonban a szubjektív életkort csak az identitás életkorra vonatkoztatják.*” (Hofmeister-Tóth, et al., 2020, p. 54.). Az általam feltérképezett életkori definíciók összefoglalására szolgál a 8. táblázat.

Az általánosságban használt *kronológiai életkor* („chronological age”) a naptári vagy anyakönyvi életévek számát tükrözi (tehát a születéstől eltelt időt) és a gerontológiai kutatásokban ez használatos a legszélesebb körben (Cunningham – Brookbank, 1988). Az öregedés kapcsolatban áll a kronológiai életkorral, azonban ez a kapcsolat nem túl szoros, továbbá a javuló életminőség és a nagy mennyiségben használt kozmetikai szerek és plasztikai sebészet korában egyre nehezebbé válik meghatározni valaki naptári életkorát. A *funkcionális életkori* koncepció azon a feltevésen nyugszik, hogy a kronológiai életkorhoz képest más megközelítések jobban tükrözhetik az egyén „időbeli helyzetét” az öregedés folyamatában, bár többnyire szinonimaként használják a két kifejezést. A funkcionális életkorban nagyobb szerepet kap az egyének funkcionális egészségi állapota (tehát, hogy hogyan „funkcionál” a mindennapokban) és ezen „állapot” mennyire tér el (szint alatt vagy felett működik-e) vagy felel meg az egyén aktuális kronológiai életkorában elvárt funkcióknak. (Guralnik – Melzer, 2002, p. 71.). Míg a kronológiai életkor egyetemes, rögzített sebességgel halad előre, a funkcionális

életkori előrehaladás gyorsulhat vagy lassulhat, és ezáltal eltérhet a kronológiai életkortól. A *biológiai (morfológiai) életkor* többet árul el a szervezet tényleges állapotáról, mert az egyén fiziológiás állapotát határozza meg (a szervezet biológiai változásának mértéke, állapota). Kiszámítása a naptári életkor és az egyén testméretei alapján (testmagasság, súly, plasztikus index) történik (Farmosi, et al., 1990; Szakály, 2016). Emellett az élőlények morfológiai életkora visszakövetkeztethető a testükben bekövetkezett biológiai változásokból (például csont és fogvizsgálatok révén). „*A morfológiai életkor becsülésének alapja, hogy a növekedés periódusa alatt a különböző testdimenziók eltérő tempójú növekedése miatt a gyermek alakja változik, és ez az alakváltozás pedig a testméretek sajátos kombinációja alapján leírható.*” (Bodzsár – Zsákai, 2013)

A *személyes életkor* („personal age”) jelöli, hogy az egyén hány évesnek tekinti önmagát, ezzel szemben az *interperszonális életkor* („interpersonal age”) mutatja, hogy a személy hány évesnek tűnik mások szemében. A két életkor közötti megegyezés fokát jelöli a *konszenzuson alapuló életkor* („consensual age”), mely egyfajta ellenőrzést is biztosít ezáltal a két életkor között (Kastenbaum, et al., 1972, pp. 200-201.). Megállapításában két elem játszik szerepet: az értelmezők közötti megállapodás mértéke és a tényleges életkor vagy életkor-irány, amelyre vonatkozóan megállapodtak. Logikai-statisztikai műveletek határozzák meg, melyek két vagy több megfigyelésen alapulnak. A személyes, illetve interperszonális életkorok pedig tekinthetők fenomenológiai vagy interszubjektív életkoroknak is („phenomenological, intersubjective age”). Kastenbaum és szerzőtársai rámutatnak, hogy a három életkor struktúráját a kronológiai életkorhoz viszonyítva kellene figyelembe venni, hiszen kapcsolódnak a funkcionális életkorhoz, továbbá, hogy alapul szolgálhatnak az „idős” viselkedés vizsgálatához és változtatásához, befolyásolásához. Kutatásuk szerint az egyének árnyaltabban látják saját életkorukat, mint a rájuk tekintők (ez tartalmazza azt a mérsékelt eltérést is, ahány évesnek érzik magukat és amennyinek *szerintük* tünnek kinézetük alapján – melyek eltérő aspektusait képviselik a személyes életkornak).

8. táblázat: **Eltérő életkori megközelítések**

	Megközelítések	Gondolatok	Szerzők
Objektív irányvonal	Kronológiai életkor (<i>chronological age</i>)	A születéstől eltelt idő években és hónapokban meghatározva.	Cunningham – Brookbank, (1988)
	Biológiai (morfológiai) életkor (<i>biological/ morphological age</i>)	A szervezet biológiai változásának mértéke, állapota, az egyén testméretei (testmagasság, súly, plasztikus index) és kronológiai életkora alapján.	Bodzsár – Zsákai (2013), Szakály (2016)
	Funkcionális életkor (<i>functional age</i>)	Az egyének funkcionális egészségi állapotának tükröződése életkorukban (az elvárt szinthez képest).	Guralnik – Melzer (2002)
	Mentális életkor (<i>mental age</i>)	Az egyén intelligenciatesztjének és az azonos korú más személyek átlagos pontszámának hányadosa.	Thurstone (1926)
	Társadalmi kor (<i>social age</i>)	Az egyének interperszonális érettségi szintjét és a normákhoz való alkalmazkodási képességét fejezi ki az azonos kronológiai életkorú személyekhez képest. Amennyiben az egyén társadalmi életmódja megegyezik kortársaiéval, társadalmi kora megegyezik kronológiai életkorával.	Rose (1972), Kastenbaum, et al. (1972), Sparrow, et al. (2015)
Szubjektív irányvonal	Személyes életkor (<i>personal age</i>)	Az egyén hány évesnek tekinti önmagát.	Kastenbaum, et al. (1972)
	Kapcsolódó fogalmak:		
	<ul style="list-style-type: none"> - személyes életkorok (<i>personal ages</i>): a személyes életkor különféle dimenzióit jelöli, melyek száma és típusai szisztematikusan összefüggenek az egyén fejlődési szintjével. - jellemző / „kiindulási” életkor (<i>characteristic / baseline age</i>): mind a személyes és interperszonális életkor értékelhető egyszeri, szituációs alapon vagy hosszabb időtartamon keresztül 		
	Interperszonális kor (<i>interpersonal age</i>)	A személy hány évesnek tűnik mások szemében (egy vagy több megfigyelő szempontjából is kialakítható).	
	Konszenzusos életkor (<i>consensual age</i>)	A személyes és interperszonális életkorok közötti konszenzuson alapuló életkor.	Bell (1972), Kwak, et al. (2018)
	Szubjektív életkor (<i>subjective age</i>)	Többdimenziós konstrukció, a kronológiai, szociológiai és a biológiai életkor összességéből alakul ki, jelzi, hogy az egyén milyen korosztályba sorolja (érzi) önmagát.	
	Kapcsolódó fogalmak:		
	<ul style="list-style-type: none"> - életkor-identitás (<i>age-identity</i>): jelöli azon korcsoportot (fiatal, középkorú, idős), melybe tartozónak érzi magát a személy, tehát hogy hogyan érez (ön-észlel) az életkor referenciacsoportokat illetően 		
Kognitív életkor (<i>cognitive age</i>)	Életkori átlaga annak, hogy az egyén mely korcsoportba tartozónak érzi magát (tinédzsertől a 80-as korosztályig).	Barak – Schiffman (1981), Van Auken – Barry (1995), Hofmeister-Tóth, et al. (2011a,b), Kohlbacher – Cheron (2012)	
Kapcsolódó fogalmak:			
<ul style="list-style-type: none"> - <i>feel-age</i>: az egyén hány évesnek érzi magát - <i>look-age</i>: az egyén hány évesnek néz ki - <i>do-age</i>: az egyén tevékenységeiben tükröződő kor - <i>interest-age</i>: az egyén érdeklődési körében megfigyelhető kor-jellemző 			

Forrás: saját szerkesztés

Kállai és szerzőtársai 2013-as cikke alapján két, általában egymást követő szakaszt különíthetjük el az öregedésnek. A *társadalmi (idős)kor* a gazdasági aktivitás megszűnése utáni időszak, amikor az idős ember még a testi és szellemi ereje teljében van, de új feladatokkal és célokkal pótolja a munkavégzés hiánya miatt keletkező időt. Ezt követi a *biológiai öregség*, mely már a testi és szellemi teljesítőképesség hanyatlásával jár, kialakulnak a komolyabb betegségek és az elfogadható életminőség fenntartása válik elsődleges céllá (Kállai, et al., 2013). Az American Psychological Association (APA, 2020a) meghatározása szerint a *társadalmi (élet)kor* („social age, SA” vagy „sociological age”) egy olyan numerikus skálaegységet jelöl, mely kifejezi az egyén érettségét az interperszonális képességei kapcsán, valamint a képességét a társadalmi normákhoz és elvárásokhoz való alkalmazkodás terén, összehasonlítva az azonos kronológiai életkorú személyekkel. Tehát a társadalmi (élet)kor egy előre meghatározott, sokrétű statisztikai objektív és szubjektív adatok felhasználásának eredménye (Rose C. L., 1972; Kastenbaum, et al., 1972), egyfajta affinitási indexként működik az egyén és kronológiai korosztálya között. Hasonlít a mentális életkorhoz („mental age, MA”) és méréséhez többek között a Vineland adaptív viselkedési skáláit használják (APA, 2020b). A skála (félígstrukturált interjúk használatával) az egyén személyes és társadalmi életének négy területén (kommunikáció, mindennapi élet képességei, szocializáció, motoros készségek) értékeli a fejlődési rendellenességekkel rendelkező személyek (demencia, agyi sérülés, autizmus, szellemi fogyatékoság) képességeit (Sparrow, et al., 2015). A *mentális életkort* az egyén intelligenciatesztjének és az azonos korú más személyek átlagos pontszámának elosztásával nyerik (APA, 2020c; Encyclopaedia Britannica, 1998), hatékonysága 14 éves kor felett jelentősen csökken és mivel 18 éves kor felett a felnőttek átlagos szellemi életkora nem növekszik, az IQ tesztben részt vevő felnőttek időrendi életkora 18 év. Emiatt jelentős kritikai vélemények lehettek fel ezzel kapcsolatban a szakirodalomban (Thurstone, 1926).

Annak ellenére, hogy statisztikailag általánosan használt, a *kronológiai életkor* csoportképző tényezőként történő alkalmazása sok problémába ütközik az életévek számának magyarázó ereje vagy épp gyengesége miatt (Adams D. L., 1971; Heron – Chown, 1967; Van Auken – Barry, 1995). A kronológiai életkor szerinti szegmentálás nem tükrözi feltétlenül egy célcsoport lényegét, figyelembe kell venni többek között a szeniorok életstílusát, életfázisát a teljes kép elnyeréséhez. Emellett naptári és biológiai életkor egybevetése viszonylag objektív képet ad az öregedés üteméről és a

lehetséges életkilátásokról, azonban a fogyasztási jellemzők tekintetében sok esetben a szubjektíven megélt életkor az, ami számít, hiszen az „idős” megjelölés gyakran nem a valóságos életkorra utal, hanem az egyén beállítottságára (Szarka, 2014; Zihan – Post, 2020).

A *szubjektív életkor* („subjective age, SA”) többdimenziós konstrukció, a kronológiai, szociológiai és a biológiai életkor összességéből alakul ki és jelzi azt is, hogy az egyén milyen korosztályba sorolja önmagát (kognitív; pszichológiai értelemben vett életkor, az egyén önmagáról alkotott képe, lásd többek között (Bell, 1972; Barak – Schiffman, 1981; Barak – Rahtz, 1999; Hidy Pálné, 1989; Barret, 2003; Kwak, et al., 2018; Hofmeister-Tóth, et al., 2011; Csizmadia – Győri Szabó, 2014). A három életkor-kategória nem feltétlenül esik egybe (Bell, 1972), különbségek mutatkoznak az életkorral járó változások ütemében és egyéni érzékelésükben egyaránt (Peters, 1971; Mathur, et al., 2001).

A szubjektív életkor mérési módjai két csoportra oszthatók. Hofmeister-Tóth Ágnes és szerzőtársai alapján (Hofmeister-Tóth, et al., 2011a, pp. 56-57.; Hofmeister-Tóth, et al., 2020, pp. 54-55.) az első megközelítés az *életkor-identitást* („age-identity”) emeli ki, mely jelöli azon korcsoportot (fiatal, középkorú, idős), melybe tartozónak érzi magát a személy, tehát hogy hogyan érez (ön-észlel) az életkor referenciacsoportokat illetően (Cavan, et al., 1949). A szubjektív életkori identitás magyarázó erővel bír a heterogén gazdasági viselkedések és döntések kapcsán a képességek és a preferenciák csatornáin keresztül (Zihan – Post, 2020). Az első csatorna az önmegfigyelő-képesség aspektusát, míg az utóbbi a szubjektív életkori identitással kapcsolatos viselkedés-választás aspektusát hangsúlyozza. Zihan és Post rámutattak, hogy amennyiben a személy fiatalabbnak érzi magát a koránál, nagyobb eséllyel tér vissza a munkaerőpiacra és későbbre tervezi a nyugdíjba menetelt, valamint előrejelzi az aktuális munka- és nyugdíjazási döntéseket. A második csoport az öregedés többdimenziós felépítéséből (Birren, 1968) indul ki és az az alapfeltevételezése, hogy egyik dimenzió sem értelmezhető csak önmagában (Kastenbaum, et al., 1972; Riley, 1985). Ennek mérésére szolgál többek között a négydimenziós *kognitívéletkor-skála* (Barak – Schiffman, 1981; Van Auken – Barry, 1995; Kohlbacher, et al., 2011; Kohlbacher – Cheron, 2012), mely dimenziói mentén, évtizedek alapján felosztva vizsgálja, hogy az egyén mely korcsoportba tartozónak érzi magát (tinédzsertől a 80-as korosztályig) és eredménye a négy dimenzióra adott életkor adatok átlaga. A skálát alkalmazó kutatások tanulsága alapján a kognitív

életkor kultúrától független fogalom, mert észlelése és érzékelése világszerte azonosságokat mutat (Van Auken, et al., 2006; Barak – Rahtz, 2009). A négy dimenzió az alábbiakból tevődik össze:

- *Feel-Age* (pszichológiai és biológiai dimenzió): az egyén hány évesnek érzi magát;
- *Look-Age* (biológiai dimenzió): az egyén hány évesnek néz ki. A kinézet néha nem azonosítható a tényleges korról: vannak, akik kifejezetten fiatalosan öltözködnek, vagy éppen viselkednek, míg mások kortársaikat megelőzve húzódnak vissza. Ennek ellenére az idősebb emberek szubjektív életkorát többdimenziós skálán mérő tanulmányok arra mutattak rá, hogy a szubjektív életkor összes dimenziója közül általában a megjelenés szerinti életkor áll a legközelebb a tényleges életkorhoz (Hofmeister-Tóth, et al., 2011, p. 57.).
- *Do-Age* (szociális dimenzió): az egyén tevékenységeiben tükröződő kor;
- *Interest-Age* (szociális dimenzió): az egyén érdeklődési körében megfigyelhető kor-jellemző.

A korai felnőttkor után a legtöbb ember fiatalabbnak érzi magát, mint a tényleges életévekben számolt kora és általában elégedettek az öregedéssel az életkorral kapcsolatos negatív változások ellenére is (lásd Montepare – Lachman, 1989; Gana, et al., 2004; Galambos, et al., 2005; Rubin – Berntsen, 2006; Sudbury – Simcock, 2009; Hofmeister-Tóth, et al., 2011; Sudbury-Riley, et al., 2011). Ez átlagosan 10-15 év eltérést is jelenthet. Fiatalosabbnak és szemrevalóbbnak tekint(het)ik magukat, mint kortársaik (Rutishauser, 2005) és ezen érzet a fiatalabb korcsoportokban is megmutatkozik, nem csak az idősek esetében (Kastenbaum, et al., 1972). Az életkor-azonossági kutatások szerint az idősebb felnőttek nem az „idősebb” vagy az „öreg” kategóriával azonosulnak, hanem a „középkorúval”, mely igaz a nyugdíjkorhatárt meghaladóakra is. A váltás a 70 feletti éveikben történik meg (Blau, 1956; Honess – Yardley, 2003). Az idősebb egyének pozitív vagy negatív életkori sztereotípiái kedvező, illetve káros hatással lehetnek a különféle kognitív és fizikai eredményekre (Levy, 2009), és hatnak a személyek élni akarására (Levy, et al., 2000). Levy (2003) alapján a saját öregedéssel való elégedettség és a kortársakhoz képesti fiatalabbézés az öregedés pozitív önmegértésének kifejeződése. Tükrözi az életkori identitást és az önmagukkal kapcsolatos folyamatok működését, amelyek javítják a jóllétet. Az általános fiatalabb-érzet olyan ötletet is felvetett mérési változatként (Kastenbaum, et al., 1972, p. 210.), mely a fiatalabbság

oldalára tolja a mérési skálákat („sokkal fiatalabb, mint az én életkorom, valamivel fiatalabb, mint a korom, nem fiatalabb-de nem is idősebb, mint a korom”).

3.2. Életkori felosztások

Mivel az öregedés nem egyetlen lehetséges változás, hanem inkább „irányulás” (Bromley, 1966), mely sokféle változat útját jelzi, így felosztása is nehézkes. Az idő múlása egyrészt a különböző szerveket és működésüket érinti, másrészt a pszichés jellemzőket, mint többek között az indítékokat, a felfogást (percepció), az intelligenciát vagy a tanulást. A három nagy életszakasz (gyermekkor, felnőttkor és időskor) mellett többféle felosztási lehetőség is használatos (lásd többek között Bromley, 1966; Nemiroff-Colarusso, 1985; Solomon, et al., 1990; McFadden, 2005). Nincs egyetértés a szakirodalomban az életkori szakaszhatárok felosztását tekintve, és a közgondolkodásban sincs teljesen egységes kép, így ezáltal az is nehezen besorolható, hogy ki számít „idősnek” (Törőcsik – Németh, 2018; Hegedüs, et al., 2019). A korhatárok változása, annak megítélése nem független a korstruktúra változásától, az életkor meghosszabbodásától vagy a kormányzati intézkedésektől (pl. a nyugdíjkorhatárok felemelése). Az EU statisztikai hivatala leggyakrabban fiataloknak a 0-19 éveseket tekinti, aktív korúaknak a 20-59 éveseket és időskorba tartozóknak a 60 év felettieket. Bühler (1962) évtizedes szakaszolásban gondolkodott, melyben 50 éves kor felett kap súlyt az önkritikus gondolkodás, 60 év felett a személyes fejlődés, beteljesülés és 80 éves kort követően kezdődik a regresszió (Bühler, 1962; Zrinszky, 2008). A klasszikus generációs csoportképzés alapján fiatal generációnak tekintjük a 29 év alattiakat, középgeneráció tagjainak a 30-59 éveseket és idős generációnak a 60 év fölöttieket (Smith – Clurman, 1997). Viszont maga a generáció fogalmi értelmezése is sok változáson esett át az évek alatt (Hornyák, 2013; Törőcsik, 2016), és a szakírók vitatkoznak a fenti generációs besorolás érvényességéről, valamint határainak módosításáról. A klasszikus generációs felosztás azonban még ma is releváns generációs különbségeket mutathat az értékek széles körében, de célszerű az új típusú generációs felosztások (pl. médiagenerációk) alkalmazása is a színesebb és pontosabb kép elérése érdekében (Pál, et al., 2017).

A hagyományos *biológiai* meghatározás szerinti generáció „a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumot” jelöli, körülbelül 20-25-30 éves időtartamot felelve (Komár, 2017). *Történelmileg* kontingens folyamatok és természetes változások mentén

reprezentálják a reprodukciót az egymást követő, egymásba olvadó generációk, melynek tagjai egy származási vonalon, időegységben vannak, így tartozva korcsoportokhoz. *Történeti-társadalmi modell* alapján egy olyan ösztársadalmi csoportot jelöl, ami születési éve, történeti/kulturális vagy társadalmilag specifikus helyzete és környezete alapján reflektált vagy reflektálatlan közösséget alkot, kapcsolódva ezáltal az epigenetikus generációelmülethez (Hornyák, 2013). A szociológiai megközelítés szerint a generáció olyan személyek csoportja, akik ugyanabban a korszakban születtek és ezáltal tapasztalataikon (kohorsz-élményeken) keresztül összekötöttek (azonos események, trendek, történelmi folyamatok átélése mentén), hasonló értékeket vallanak, azonos viszonyítási pontokkal (események) rendelkeznek és ugyanazon referenciaszemélyeket és hősöket (példaképek) ismerik, követik (Komár, 2017). A világban bekövetkezett változásoknak köszönhetően ma már a szociológiai megközelítés a célravezetőbb. Az újabb (fiatalabb) generációkról továbbá megállapítható, hogy „globális generációknak” számítanak, és ezáltal erősebben kötik össze őket a „közös” élményeik és tapasztalataik, mintsem földrajzi elhelyezkedésük. Mannheim szerint a generációk társadalmi csoportok, amelyek serdülőkorukban vagy fiatal felnőttként konfrontálódtak az idősebb generációk kultúrájával, ezáltal élesítve ki a különbségeket, ellentéteket (Mannheim, 2000, 2010). *„Az osztályhelyzet analógiáján keresztül megközelített nemzedék tagjai olyan individuumok, akik egymással összekötve érzik magukat anélkül, hogy konkrét közösséget alkotnának”* (Mannheim (1928) idézi Hornyák (2013. p. 113.)). Ezen közösség-éret három feltételén alapul: azonos kulturális kontextus, kronológiai egyidejűség, illetve az események ugyanazon élet- és tudatrétegből való érzékelése és tudatosan hasonló feldolgozása. Howe és Strauss (2000) az életkori lehatárolás mellé szintén bevette az érzékelt tagságot (egy generációba tartozónak érzik magukat születésük alapján az egyének), a közös hiedelmeket és magatartásformákat, illetve a történelemben való közös elhelyezkedést. Mivel azonban a történeti változások nagy része transzgeneratív, Koselleck (2003) már egyénfeletti, személyközi struktúrákban gondolkodott.

„A struktúrák és változásaik mindaddig tapasztalatilag is tetten érhetők, míg időtartamuk nem haladja meg a mindenkori nemzedékek emlékezetét. Akadnak persze olyan struktúrák is, melyek annyira maradandóak, hogy beépülnek a szereplők tudattalanjába, ott megőrződnek, sőt egyikük-másikuk olyan lassan változik, hogy az érintettek észre sem veszik” (Koselleck (2003) idézi Hornyák (2013. p. 118.)). Töröcsik alapján (2011) a

kutatók a generációk lehatárolását azokhoz a nagyobb fordulópontokhoz kötik, amelyek az egyének másodlagos szocializációja, a munkavállalás megkezdése kapcsán értelmezhetőek, de mivel a generációkat hasonló munkavállalási magatartás jellemzi, az életkor is megfelelő eligazodást adhat (kiindulópontként tekintve az életkorra vagy születési évre). Mára a generációelméleteknek számos megközelítési módja ismert (lásd többek között (Strauss – Howe, 1992; Csepeli, et al., 2006; Törőcsik, 2016), és az egyes generációk közötti különbségek számos kritérium alapján megfoghatók. A marketingalkalmazások alapját a Yankelovich-riportok jelentik, melyek eredetileg három generációt vizsgáltak (érettek (1946 előtt születtek), baby-boomers (1946–1964), X-generáció (1965–1978)) (Coupland, 2007), de manapság a marketinges generációkutatások eltérő képet mutatnak mind a korosztályi határok (melyek idővel rövidülnek), mind elnevezésük kapcsán (Pál – Törőcsik, 2015; Pál, et al., 2017). A fő korcsoportokat egyes kutatások tovább is bontották az életkor adta besorolási problémák miatt. A Yankelovich Monitor (2002, idézi (Gergátz, 2010)) három csoportot különít el a Boomerek között pontosabb megértésük érdekében: Leading Boomers (1946-50 között születtek), Core Boomers (1951-59 közöttiek), valamint Trailing Boomers (1960-64 közöttiek).

A 3. melléklet szemlélteti az eltérő médiagenerációs-felosztások megközelítéseit (a jelenleg 50 év feletti) közép- és időskorúakra vonatkozóan (Pál, et al., 2017). Elnevezéseiket tekintve nincs egységes álláspont, a médiában való elterjedésük okán kapták a médiagenerációs csoportnevet. Jelen időszakban az X-generáció idősebb képviselői élik át az 50 éves átmenetet (középső felnőttkor kezdete (~50 év)), (esetlegesen) az életközépi válságot, valamint az ötvenéves változást (~55 év), melyben csatlakoznak a Boomerek fiatalabb tagjaihoz. A Boomerek számára jelenti a legnagyobb kihívást ezen időszak, hiszen további két változást hozó életkori átmenettel is meg kell küzdeniük (középső felnőttkori átmenet (~60 év), késő felnőttkori átmenet (~65 év) (Erikson, 1991; Nemiroff – Colarusso, 1985; Hildebrand, 1995).

A generációképzés alapját (is) jelentő születési kohorsz-vizsgálatok (longitudinális felvételek egy speciális csoportja) széles körben elterjedtek nemzetközi és magyar vonatkozásban is; interdiszciplináris, nagy mintás kutatásoknak számítanak (Pl.: Millennium Cohort Study, Budapesti Longitudinális Fejlődésvizsgálat, Kohorsz '18 kutatás; Blaskó, 2009; Lábadi – Pohárnok, 2019; Veroszta, 2018). Egy részük antropometriai vagy epidemiológiai vizsgálat (egészségi állapotot befolyásoló változók -

társadalmi, kulturális, életmódbeli, környezeti, genetikai - közötti összefüggések megismerésére törekszik), de társadalomkutatási kérdésekre is kiterjednek, melyek már az egyének jólétének többféle dimenzióját igyekeznek összefüggésbe hozni. Egy adott időszakban született egyének (vagy egy eseményt ugyanabban az időszakban átélő személyek – például ugyanabban az időszakban házasságot kötők) életét követik nyomon, ismételt megkeresésekkel, hosszabb időintervallumon keresztül. Az adott szempontok szerint valamilyen kohorszba sorolt személyek életüknek hasonló szakaszában élik át „ugyanazon” hatásokat, így bizonyos szempontokból homogén mintának tekinthetők. A legújabb ilyen jellegű vizsgálatok már törekednek a társadalmi kockázati tényezők (SES, szegénység, etnikum, szubkultúra) beépítésére is. A kutatható kérdések között elkülöníthetők a rövid- (gyermekkori különbségek), közép- (tizenéves vagy fiatal felnőttek) vagy hosszú távon elemezhető problémák (későbbi felnőttkorra kiterők, intergenerációs jellegűek, a paneltagok gyermekeinek vizsgálatával válnak elemezhetővé). Azonban ugyanazon személyek jellemzőinek különböző időpontokból való adatainak összehasonlítása következményeket, problémákat is felvet (a vizsgálat időzítése, a reprezentativitás biztosítása, a minta kiválasztása, földrajzi lehatároltsága, kutatási eszközök kiválasztása...). Az alábbi hatások is erőteljesen befolyásolnak: *„az egyik az életkori hatásé – vagyis annak következménye, hogy a vizsgált személyek időközben idősebbé váltak. A második a történelmi, vagy periódus hatás, ami valamilyen, időközben bekövetkezett külső hatásra utal. Végül a harmadik, a generációs hatás azt a jelenséget írja le, hogy különböző egyénekre bizonyos külső hatások más-más módon hathatnak aszerint, hogy ők melyik korcsoportba – melyik generációba – tartoznak. Ezeknek a hatásoknak a szétválasztása egyetlen kohorsz vizsgálatával nem, vagy csak igen korlátozottan oldható meg”* (Blaskó, 2009, p. 52.).

3.3. Az időskor kezdete

Az időskor kezdetének – kényelmi okokból – általában a nyugdíjba vonulás életkorát határozzák meg, de ez személyenként is nagyon elérő lehet és az évek során fokozatosan tolódik előre, ahogy növekszik az „idős kor” intervalluma (lásd Roebuck, 1979; Széman, 200); Kramer-Hoffmann, 2007; Suhajda, 2013; Csizmadia – Györi Szabó, 2014). A 19. század előtt az életkornál fontosabb lehatároló szempont volt bizonyos fizikai funkciók megléte vagy épp hiánya, illetve az öregedés külső jelei, melyek összehatása alapján soroltak valakit az idős generáció tagjai közé (Roebuck, 1979). Az évek során

számos határoláspont alapján módosult a korhatár. Napjainkban a leggyakrabban használt két életkori lehatárolás a 60 (lásd Eurostat; UNFPA; Erikson, 1991; Andorka, 2006); Meyer-Hentschel, 2009) és a 65 éves kor (lásd Európai Unió, Európa Tanács, Gazdasági Együttműködés és Fejlesztés Szervezete (OECD), Országos Lakossági Egészségfelmérés (OLEF), O'Connor, 2002; Giddens, 2008). Más nézetek szerint érdemes inkább az idősség alsó határát tágítani, mert az 50. életévet követően az emberek életében jelentős fordulópont következik be. A gyerekek kirepülnek a családi fészekből, a szülőknek több magukra költendő jövedelmük marad, illetőleg megkezdődik a felkészülés a nyugdíjas évekre (lásd Generation, 2009; Csizmadia – Györi Szabó, 2014). Más kutatások alapján a 30-49 évesek számítanak középgenerációnak, míg az 50-69 év közöttiek a „best age” generáció tagjai közé tartoznak (Glas, 2009; Moughrabi, 2007). Viszont a ma látható széles spektrumok között mozgó és változatos életpályák miatt egy kisgyerekes ötvenéves nem feltétlen tekinthető „öregnek” (Otten, 2008).

2001-ben a felnőtt népesség (24-75 év közöttiek) az öregkor alsó határát átlagosan 65,3 évben jelölte meg, 2008-ban 66,4-re, 2016-ban már 68,3 évre tolta ki (Monostori – Gresits, 2018). Míg a felnőtté válásnak megvannak a sajátos attribútumai (nagykorúság, diploma megszerzése, családalapítás), addig az öregedés határkövének általában az aktivitás megszűnését, a nyugdíjba vonulást tartjuk. 1989-ben a lakosság több mint 60%-a a nyugdíjazást és az ezzel akkor még egybeeső 50-60 év közötti életkort jelölte meg az öregedés kezdetének, ez 2016-ra 65 év fölé tolódott és az életkornál fontosabb tényezőnek számít a szellemi leépülés (55%), a másokra való utaltság (58,7%) vagy a változásokhoz való nehéz alkalmazkodási képesség (99,5%). Számottevőek azon válaszadói vélemények is, melyek szerint az öregedés kinél-kinél egyéni fizikai és/vagy mentális állapot függvénye (Giczi – Sági (ed.), 2004, p. 208; Monostori – Gresits, 2018, p. 132).

A Nemzetközi Egészségügyi Szervezet (WHO) kronológiai életkor felosztása alapján az idősebb kor is tovább bontható egymást követő sávokra:

- középkorúak: 30-44 évesen fiatal felnőtt, majd 45-59 éves kor között érett felnőtt;
- öregedők: 60-64 év közöttiek;
- időskorúak: 65-74 év közöttiek (elderly people);
- öregek: 75-89 év közöttiek (older people);
- aggastyánok: 90 év felettek (oldest old);
- matuzsálemi kor: 100 év felett.

Más kutatók is fontosnak tartották az „öregkor” pontosabb szakaszolását, illetve újragondolását – hol a biológiai változásokra, hol a társadalmi jellegű változásokra fókuszálva – hiszen egyáltalán nem egységes ez az egyre hosszabbá váló és „később kezdődő” időszak (lásd Bromley, 1966; Solomon, et al., 1990). McFadden (2005) megkülönbözteti a fiatal időskort (65-74 év), a középső időskort (75-84 év) és az öreg időskort (85 felett). Nemiroff – Colarusso (1985) Erikson munkásságát alapul véve az alábbi alszakaszokról beszél: középső felnőttkor (középső felnőttkor kezdete: 40-50 év; ötvenéves változás: 50-55 év; középső felnőttkor delelője: 55-50 év; átmenet a késői felnőttkorba: 60-65 év) és késői felnőttkor: a 65 évnél idősebbek. De vannak egyszerűbb lehatárolások is, melyek egy későbbi, adott életkort tartanak fordulópontnak. Például (Kramer-Hoffmann, 2007) alapján fiatalabb idősnek számítanak a 75. életévüket még be nem töltött emberek, azt követően pedig az idősödő idők szegmensébe tartoznak. Andorka a *fiatal öregek* (aktivitás alig csökkent, 60 év felett) és az *idős öregek* (aktivitás jelentősen csökkent, 70 év felett) csoportjait különböztette meg (Andorka, 2006, p. 222.), de ezen fiatal-öreg („young old”) illetve öreg-öreg („old old”) kategóriák más elméletekben is megjelennek, harmadik és negyedik korként kategorizálva az időszakokat (Vincent, 2003; Turai, 2010). Szólón évtizedes szakaszolása során az 50. életévet határozta meg a gondolkodás és beszéd csúcspontjaként, míg a 60. életévtől hanyatlás veszi kezdetét (idézi Zrinszky, 2008). Mellettük a gerontológiában használatos a hármas felosztás is elterjedt (öregedés kora (60-74 év), öregkor (75-89 év), aggkor (90+ év)) (Molnár, 1981).

Önmagában az életkor nem dönti el azt, hogy valakit öregnek tartanak-e vagy sem, ennél sokkal fontosabbak a fizikai és mentális képességek (Dobossy – Virágh, 2004). A KSH 2000-es évek elején lezajlott kutatása alapján a magyarok főként azokat tartották öregnek, akik nem tudták ellátni saját magukat (60,6%), szellemileg leépültek (50,5%), illetve megromlott az egészségi állapotuk (48,6%). 2016-ra az öregség legfontosabb kritériumait jelző lista sorrendje módosult (Monostori – Gresits, 2018), mint azt már jeleztük, első helyre került a “nehezen tud alkalmazkodni a változásokhoz” szempont (99,5%), magasan hagyva az utána következő tényezőket: “nem tudja ellátni magát, másokra van utalva” (58,7%), illetve szellemileg leépült (55%).

Sok esetben nincs összhangban az, aminek mások látják az egyént, és aminek az egyén gondolja, érzi saját magát (Turai, 2009). Az évek előrehaladtával előfordul, hogy az emberi élet tovább tart, mint ameddig az ember-identitás, a teljességérzet fenntartható,

azaz az életút egyes szakaszaihoz kulturálisan rendelt pozitív és negatív tartalmak egyenlőtlen elosztása miatt az önmagával való azonosulás problematikussá válik egy adott kor után.

3.4. Az életkori csoportok társadalmi megítélése – ageizmus

Néhány öregedési elmélet kapcsán már említettem az ageizmus jelenségét a második fejezetben, de mivel erőteljes befolyásoló tényezőt jelent az idősök életében, ezért fontosnak tartottam külön, hosszabban kitérni a jelenségre.

Az élettartam meghosszabbodását pozitív folyamatként élik meg az emberek, viszont a társadalmak előregedéséhez már többnyire negatív asszociációk társulnak, hiszen a folyamat komoly társadalmi problémákat vet fel (többek között Dobossy – Virágh, 2004; Johnson, 2005; Butler, 2011; North – Fiske, 2012; Krémer, 2015; Monostori – Gresits, 2018). Az időskorúaknak megváltozik – önmagában nézve és az aktuális világkép miatt is – az egészségi, szociális, pénzügyi vagy fogyasztásbeli helyzetük, a fiatalabb generációkkal fennálló elvárási és érzelmi és függőségi viszonyrendszereik (Cumming, et al., 1960; Bennett – Ahammer, 1977; Wan – Antonucci, 2016), és emiatt új megatartásformákat kell választaniuk (Bromley, 1966). Ezzel együtt folyamatosan átalakul az ifjabbak jövőképe, változnak az idősokkal és magával az öregedéssel kapcsolatos félelmeik, reményeik és az idősödéssel kapcsolatos belső asszociációik is (Marshall, 1979; Jászberényi, 2008; Csizmadia et al., 2015; Székely – Szabó, 2017; Nash, 2017; Hegedüs, et al., 2020). Más trendek hatnak erősebben a mai világban, mint nagyszüleink, dédszüleink idejében, más hatások befolyásolják az egyes generációk értékítéletét és gondolkodásmódját, így az életkorhoz és öregedéshez fűződő viszonyukat is (Gyökössy, 1988; Jere, 2016). Mindezek előítéletes vagy diszkriminatív módon is megnyilvánulhatnak, mely alapján a többség negatív érzésekkel és attitűddel viseltethet az idősök irányába (Andorka, 2006). Az idősödő társadalom megatrendje (Seniorenbooms, Age Wave) mellé sorolható a *generációs határok erodálódásának* megatrendje (Törőcsik, 2011, 2016, 2017), mely szerint a korábbi időszak kiegyensúlyozott életfeladat-határai elmosódottá váltak, s ma már nem lehet csupán korhoz kötni a különböző életfeladatokat (egyes szakaszok eltűnnek, míg mások jelentősen meghosszabbodnak). A *fiatalságvágy trendjéből* következik továbbá, hogy az emberek sok esetben erőn felül is hajlandóak áldozni azért, hogy a fiatalságot, vagy legalábbis annak látszatát megőrizték, lassítsák a folyamatokat, fenntartsák fiatalos

szépségünket, egészségünket, rugalmasságunkat, lendületünket. Ezen okból kifolyólag minden olyan termék, szolgáltatás és technológia megtalálja a helyét a piacon, amely fiatalságot, annak megőrzését ígéri. A társadalom nagy része egyszerűen csak fiatal akar maradni: míg a gyerekek korábban szeretnének fiatallá válni, a középkorúak és idősek pedig minél tovább szeretnének fiatalosak maradni, legalább fiatalnak látszódni, hiszen ez a vágyott állapot és emiatt legkésőbb az 50-es éveik elején konfrontálódnak az idősödéssel, vagy legalábbis annak érzetével (Töröcsik, 2006). Mindezek által mára az idősökkel szembeni diszkrimináció (más néven ageizmus, „öregedés-rasszizmus” (Schirmacher (2007) a mindennapjaink részévé vált, akár cselekvőként vesz részt benne valaki, akár passzív szemlélőként.

A 19-20. század fordulójára „*a generációs szakadék, mint narratíva abszolutizálódik*” (Hornyák, 2013, p. 112.), és az ifjúság véleménye irányába tolódik a hangsúly a generációs kontinuitással és a generációs különbségekkel kapcsolatban (Remarque, 1985). Állandó feszültség alakul ki (főképp a generációspecifikus tapasztalatokban – például nevelési vagy saját és átvett tapasztalatokon keresztül) az egymás után következő generációk között az „előtt és után” törése által. Az adott (történelmi) életeseményt máshogy élik, értelmezik az eltérő korosztályú emberek (eltérően formálja a személyiségüket), és feldolgozásuk a megelőző idők társadalmi tudatformáinak szűrőin keresztül valósul meg (Koselleck, 2010 idézi Hornyák, 2013, pp. 121-122.). Ezek egyrészt a nyelvi hagyományok (1) által szűrődnek és formálódnak tovább (nyelvképeken, metaforákon, toposzokon, fogalmakon, textualizáción és az általában vett artikuláció és kimondás képességének lehetőségén keresztül), másrészt vallási és világnézeti értelmezések és szelekciók által (2), politikai hovatartozás függvényében (3), életkori különbségek (érettség) mentén (4), nemi és családi szerepek (5), valamint osztály- és rétegekritériumokon keresztül (6). Ezen tudatformáló faktorok helyzettől függően eltérő súllyal, de szinkron működnek.

Az ageizmus kialakulásának folyamatát nem csak az idősödéssel való konfrontáció teszi lehetővé, hanem számos további okra visszavezethető (Kaczor, 2013). A jelenség a régi időkben is fennállt, de a kifejezés csak az 1960-as évek végétől került be a köztudatba (Bytheway, 2005 alapján, idézi Kaczor, 2013, pp. 48-49.). A jelenség interdiszciplinaritását mutatja, hogy számos tudományág kapcsolódott vizsgálatához (Hell, 2018).

Szűk értelemben az idősök kor miatti hátrányos megkülönböztetését jelenti, azonban tágabb értelemben minden korosztályt érint és az életkortól teszi függővé a viselkedést és az egymáshoz való kapcsolódást. Megjelenhet egyéni és csoportos formában, eltérő szinteken, intrinzik (attitűd) és extrinzik (tettekben megnyilvánuló) módon. Magában foglalja a hiedelmeket, előítéleteket és sztereotípiákat az idősödés hátrányaival kapcsolatban, melyeket a személyek összekapcsolnak az életkor növekedésével, ezáltal alapozva meg és növelve a kialakult félelmeket. „*Az implicit ageizmus jelent kiindulási alapot az idősökkel szembeni ageizmusnak, mivel az explicit gyűlölet helyett jelennek meg, így válva legitimmé a mindennapi és az intézményi gyakorlatban is*” (Kaczor, 2013, p. 49.).

Másik jelentős oka a diszkriminációnak és az ageizmusnak az *előítéletek* megléte, erősítése, fenntartása és tovább-örökítése egyes (eltérő értékekkel rendelkező és jelen esetben idősebb) csoportokkal vagy egyénekkal szemben, főképp a már jelzett tapasztalatok hiánya miatt vagy téves általánosításokon keresztül, melyek negatív attitűdként (értékelő viszonyulásként) jelennek meg (elnyomás, ignorálás, megszégyenítés, erőforrások megvonása) (Allport, 1999; Szabó, 2004; Lajkó, 2008). A megjelenő negatív érzelmeknek, hozzáállásoknak megkülönböztethetünk három szintjét, (Andorka, 2006, p. 258. és Nguyen, 2001, p. 446.) alapján:

- *előítélet*: az attitűd érzések által meghatározott affektív komponense, mely lehet pozitív vagy negatív. „*Kizárólagos oka az illető egy bizonyos csoporthoz való tartozása, mivel azt feltételezzük róla, hogy az annak tulajdonított negatív tulajdonságokkal rendelkezik*” (Allport, 1999 idézi Kaczor, 2013, p. 41.). Allport ötfokú, visszautasító viselkedés skálájának első foka a szóbeli előítéletesség, majd az elkerülés (2), hátrányos megkülönböztetés (3), testi erőszak (4) és végül a kiírtás (5) követik egymást.
- *sztereotípiá*: az attitűd kognitív összetevője. Torzításokon, túlzásokon, téves vagy leegyszerűsítéseken alapuló negatív elképzelések és előítéletek együttese (séma) valamely csoporttal szemben, mindezt a benne lévő egyénekre is kivetítve. Múltbeli és jelenbeli eseményekből, emlékekből táplálkozik (Allen, 2001);
- *diszkrimináció*: adott csoporttagság miatti hátrányos megkülönböztetés, az attitűd viselkedésben való megnyilvánulása.

Például a többségi csoport morózusnak, demensnek, betegnek, megbízhatatlannak, „idejétmúltak” tarthatja az idős kisebbség tagjait (sztereotípiá), ezért nem kíván velük

kapcsolatba lépni (előítélet), ennek következtében nem szívesen alkalmazza őket munkásként az irányítása alatt álló munkahelyeken (diszkrimináció) (Andorka, 2006, p. 258.). Ezzel szemben viszont a fiatalságnak már sokkal több olyan kompetencia-fejlesztő lehetőség adott az életében (Kuráth, 218; Sipos – Kuráth – Gyarmatiné, 2020), mely előny a munkaerő-piaci sikerességük terén jelentős lehet az idősebbek esélyeivel szemben, ezáltal tovább erősítve az idősek „elavultságának” sztereotípiáit. A mai világban a foglalkoztatók által elvárt kompetenciák színvonala is jelentősen magasabb, valamint a szükséges kompetenciák köre kibővült az elmúlt évtizedek alatt, melyhez nem biztos, hogy könnyedén alkalmazkodnak – akár életkorukból adódóan – a korosabb személyek. Karriertervezési attitűdjeikben és munkahelyi értékrendszerükben is különböznek a fiataloktól, továbbá nem feltétlen vagy kevésbé élnek olyan coaching eszközökkel (Kuráth – Bányai – Héra-Tóth, 2017), melyek akár a fiatalok pozitívabb megítélése fölé is emelhetik őket.

A hatályos jogszabályok tiltják a hátrányos megkülönböztetést (többek között) életkor alapján is, mely „védett tulajdonságnak” számít (2003. évi CXXV. Törvény az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról, idézve (Wolters Kluwer, 2020). A *direkt diszkrimináció* mellett (közvetlenül a személy ellen irányuló megkülönböztetés, pl. túl idős a munkahelyváltáshoz), az *indirekt diszkrimináció* („indirect discrimination”) jelöli, mikor ugyanúgy bánnak az egyénnel, mint a többiekkel és ezáltal kerül hátrányos helyzetbe (pl. életkorból fakadó sajátosságok (kognitív hátrány, egészségi állapot) figyelmen kívül hagyása, vagy részletfizetési lehetőség a dolgozók számára, mely által a nyugdíjasok kerülnek hátrányba). Az *asszociációs diszkriminációnak* („discrimination by association”) számít egy személy megkülönböztetése egy vele kapcsolatban álló egyén (családtag, barát) életkora miatt (például, ha valaki idős, 60 fölötti szülőjének vásárol túra-jegyet, de elutasítják annak életkora miatt – ez hátrányos megkülönböztetésnek számíthat mindkét féllel szemben). Valamint szintén jogellenes a *percepciókon alapuló diszkrimináció* („discrimination by perception”), ami – életkor tekintetében – a korához képest fiatalabbnak vagy idősebbnek tűnő személyek ellen irányul (például nem kap meg egy munkát az adott személy, mert fiatalabbnak (és ezáltal nem elég érettnak) tűnik mások szemében) (Equality Act 2010 idézve Citizens Advice, 2020a,b). Mindezek nem csak az ageizmusnak ad(hat)nak teret, hanem a komolyabb szorongásos rendellenességeknek, a gerontofóbiának („gerontophobia”, az öregekkel szembeni antipátia vagy az öregedéstől való félelem) és a gerascokofóbiának („gerascophobia”,

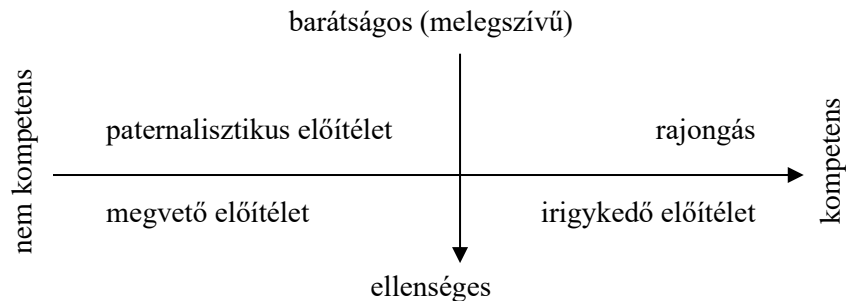
félelem az idősödéstől (saját), felnőtté válástól, fiatalság elvesztésétől) is, melyek kialakulásának okai között megtalálható: a haláltól való félelem (nekrofóbia („necrophobia”), tanatofóbia („thanatophobia”), az öregedés veszteségekkel való összekapcsolása (első vagy másodlagos kézből származó tapasztalatok), traumatikus élmény idős emberrel/ emberekkel kapcsolatban, szülői neveltetés, genetika, szorongásra és stresszre való hajlam vagy a média által mutatott képek (Schirmacher, 2007; Olesen, 2020a; Olesen, 2020b). Az ageizmus viszont nem csak az idősebb személyek ellen szól, hanem a fiatalabbak irányába is megjelenik (Jászberényi, 2009; Citizens Advice, 2020a). Kimmel (1990) négy tényező mentén különítette el az ageizmust más előítéletektől (idézi Kaczor, 2013, p. 49.):

- életkor alapján *érintheti a fiatalokat és az időseket* is, hiszen más privilégiumokat, erőforrásokat, illetve életkorból fakadó hátrányokat birtokolhatnak, élhetnek át. A fiatalokkal szembeni megjelenési formái adultizmusban és jeunizmusban (youthizmus) (Pecze, 2007) nyilvánulnak meg. Kronocentrizmusnak számít, amennyiben az egyén a saját generációját, társadalomtörténetileg belátható korszakát és annak kultúráját a többinél előrébb valónak tartja (Fowles, 1974), fajtája a politikai elnyomást is magában foglaló gerontokrácia.
- létezik *pozitív és negatív* formája;
- *mindenki potenciális áldozatává* válhat egyszer (hiszen az öregedés „kikerülhetetlen”, míg a nem és a faji hovatartozás az egyénnel született adottság);
- *társadalmi különbségek* befolyásolják (pl. egyes kultúrákban az életkor tiszteletbeli státust biztosít – Japán).

Fiske és szerzőtársai (2006) (idézi Páva, 2015, pp. 33-34.) sztereotípiá tartalom modellje két dimenziót (kompetens, szerethető) különít el és ezen dimenziók mentén négyféle előítéletet határoznak meg (2. ábra). A *paternalisztikus előítélet* azok ellen szól, akiket a személy nem tart kompetensnek, mégis kedveli őket, ezáltal lesajnálva a csoporthoz tartozó szereplőket (pl. gyerekek, nők, mozgássérültek). A második negatív megközelítés a *megvető előítélet*, mely csoportjai se nem szerethetők (hiszen „ellenségesek”), se nem kompetensek, tehát megvetendők (pl. hajléktalanok). Az *irigykedő előítélet* azon kompetensnek számító személyek ellen szól, akiket valamilyen oknál fogva utálni is lehet (pl. zsidók, gazdagok). Míg egyedüli pozitívként a *rajongást*, tehát kompetens és barátságos viszonyulást a saját csoportja felé mutatja a személy. Az idős célcsoportba

tartozókat főképp paternalisztikus előítélettel közelítik meg a társadalomban, gazdaságban.

2. ábra: Sztereotípa-tartalom modell



Forrás: Fiske – Glick (2006) in Páva, 2015, p. 33.

Boga (2010) alapján az ageizmus három különböző szinten is felléphet (mikroszint – család és egyén, mezoszint – vállalatok és társadalom, makroszint – állam és kormány). Az ageizmus tipizálásának Jászberényi (2009, 2010) hatféle fajtáját jegyezte fel (annak helyszínei alapján), melyet (Kaczor, 2013, p. 49.) további kettővel egészített ki, de érzékelhető, hogy számos további változata létezik még (pl. funkcionális állapot szerinti, szándékos/nem szándékos, csoport-közi...):

- *nyelvi diszkrimináció*: verbálisan a negatív jelzők használata, illetve az „overaccomodation” (állandó helyeslés, mert úgysem számít, mit mond a személy) és a baby-talk (úgy kezelni és beszélni vele, mintha gyerek volna (Caporalet, 1981)). Nonverbálisan az idősekkel folytatott kommunikáció túlzó kialakítása (hangosabb, lassabb, túlhangsúlyozott beszéd), ideges mimika és gesztikulálás, neki/róla szóló, de máshoz beszélés. A szólásokban, közmondásokban (S. Molnár, 2009), viccekben, illetve (tan)mesékben megjelenő (túlnyomórészt) negatív képek, tulajdonságok használata – bár szerencsére erre számos ellenpélda is megfogalmazódott (Boldizsár, 2018);
- *családi diszkrimináció*: enyhébb verzióban nyelvi megnyilvánulások jelzik, de családon belüli erőszakig is terjedhet, feltárása nehézkes (példák: túl- vagy aluletetés, gyógyszerelés, családi hierarchia indokolatlan megbontása...)
- *munkahelyi diszkrimináció*: kor miatti kirekesztés a munka világában nyílt vagy burkolt formában (pl. idősebb munkavállalók nyugdíjazás előtti elbocsátása, alkalmazásuk elutasítása, kevesebb fizetés juttatása). Ezek elültethetik azt a nézetet a munkavállalók fejében, hogy „ötven felett lehúzzhatják a rolót” (László, 2012),

holott egy „ötvenes nőnél nincs jobb munkaerő” – az idősök jól terhelhető, biztos pontnak számítanak, tapasztaltabbak, higgadtabbak, kevésbé kritizálják feletteseiket (Jászberényi, 2010). Továbbá EU-s tekintetben a tagállamok kevesebb mint 50%-ban érzékelték, hogy széles körben megkülönböztetnék az 55 év felettieket (European Commission, 2012, p. 43.) de ebben sajnos Magyarország állt az élen (49%).

- *lakóhelyi diszkrimináció*: utcai atrocitások, betöréses lopások célzottan idős emberekkel szemben, tömegközlekedésen verbális, nonverbális támadások.
- *gazdasági diszkrimináció*: idősök gazdasági megtevesztésére vonatkozik (házaló csalók, megtevesztő hirdetések, egyes életjáradék-rendszerek);
- *mediális diszkrimináció*: a média negatív szerepét hangsúlyozza az ageizmus kialakulásában és fenntartásában (kevés szereplés, megjelenítés a filmekben, TV-műsorokban, reklámokban, illetve megjelenítésük sztereotip módokon keresztül (médiareprezentáció));
- *geroeducációs lehetőségek alacsony száma*: azon feltételezésen alapul, hogy az idősök kevésbé képesek új készségek, ismeretek elsajátítására, illetve az ismeretlentől való félelmük (ragaszkodnak a biztonságot adó megszokottsághoz) meggátolhatja őket a részvételben;
- *személyes, egyéni ageizmus*: gondolati síkon, önbeteljesítő jóslatokon („ehhez én már öreg vagyok”) keresztül hat az egyén világnézetére, nyitottságára, akár élni akarására is (Levy, et al., 2000; Levy, 2003).

Az idős és fiatal generációs személyek közötti konfliktust kiélezi, hogy a másiktól várják a kezdeményezést, a kapcsolat ápolását, és a másik személy (és értékrendjének, tapasztalatainak) megértését, elfogadását. Ezzel szemben főképp a mai fiatalok egyre kevésbé járják be a szabványos életutat, eltérő értékekkel rendelkeznek, így egyre kevésbé követik a korábbi nemzedékek életút sorrendjét, eltérnek a családalapítás, gyermekvállalás körülményei (Sárváry, 2011, p. 80.). Sok esetben egyre kevésbé érzik feladatuknak (bár ez kultúrafüggő) vagy megvalósíthatónak az idős családtagokról való személyes gondoskodást (Nicassio, 2006, p. 178.), melynek régen meghatározott rendje volt (Nagy, 2015). Ellentmondó elvárásokat támasztanak az idősekkel szemben (adjon tanácsot, de ne szóljon bele; legyen fiatalos, de ne túlságosan; kövesse a változásokat, de maradjon a múlt jól bevált tevékenységei között), melyek között egyre nehezebb az

egyensúly megtalálása és fenntartása (Bekéné Zelencz, 2017, p. 6.). Különösen érzékeny a helyzet a tinédzserkorú (korából adódóan még szélsőségesen ítélő, gondolkodó) és az idős személyek között (akik már nehezen, lassabban alkalmazkodnak az új dolgokhoz, információkhoz, nézőpontokhoz, de elmélyültebben gondolkodnak).

Média szerepe

Kultúránkban az ifjúságot eszményítő kép a domináns, ezáltal sem az oktatás, sem a média nem fektet elég súlyt az idősek és az öregedés megértésére, az empátia növelésére, mely tudás meghatározó volna az előítéletek leküzdésében (Hess, 2000; Kaczor, 2013). Az internet-hozzáférés elterjedésével mára az ageista, negatív töltetű kommunikáció a közösségi médiában is tetten érhető (Levy, et al., 2013; Gendron, et al., 2015).

Míndez azért is fontos problémaköre a marketingnek, mert a média egyben kultúránk tükörképe – oda-vissza hatással vannak egymásra. Elméleti megközelítéseit vizsgálva (N. Kollár – Szabó, 2004), a tömegkommunikáció erejével a média szinte közvetlen és azonnali változást tud elérni (direkt hatás modell), de legalábbis a már meglévő véleményeket, értékeket és beállítódásokat erősítheti tovább (korlátozott hatás modell). A „meghatározott feltételek esetén érvényesülő direkt hatás modellje” szerint a média meghatározott feltételek esetén erőteljes befolyásoló erővel rendelkezik. E feltételek lehetnek egy adott embercsoport (pl. idősek, fiatalok, egy kisebbségi csoport stb.) különleges sajátosságai, aktuális eseményei, különleges feltételei, melyek mentén akár 100%-os hatást is el lehet érni, míg a többségre az üzenet semmilyen hatással sem bír. Médiahatást mediáló (közvetítő) változónak számít a motivációk, pszichés állapot, társas környezet stb. mellett a meghatározott csoporthoz tartozás és az életkor is.

Túlnyomórészt a reklámokban az idősek alig jelennek meg (Bereczki – Csordás, 2016) és olyan negatív vagy pozitív összefüggésben ábrázolják őket, melyek nem tükrözik a demográfiai valóságot és félrevezető módon mutatják be az öregedést (Hiemstra, et al., 1983; Passuth – Cook, 1985; Roy – Harwood, 1997; Prieler, et al., 2015). Ezen belül a nők még inkább alulreprezentáltak (Atkins, et al., 1990-91). A reklámok tartalma és az alapján, hogy nemigen történt változás e téren napjainkig (bár javuló tendencia mutatkozik (Miller, et al., 2004; Lee, et al., 2007) a következtetés az lehet, hogy a reklámszakma szerint az idős ember nem jó semmire, ezért eleve foglalkozni sem érdemes velük. A mutatott kép egyben ellentmondásos is, mert – ugyan lealacsonyító módon, de kedvesnek és egyben inkompetensnek is mutatják őket (Fiske, et al., 2006),

bár pozitív példák is felsorakoztathatóak. Mindez, és a velük reklámozott termékek köre (pl. gyógyszerek, orvosi szolgáltatások, élelmiszeripari termékek, autók, pénzügyi és jogi szolgáltatások) erősítik a sztereotípiákban való gondolkodást, hiszen főképp sztereotípiákban gondolkodnak (csökkenő fizikai funkciók, jogi és pénzügyi sebezhetőség) (Andorka, 2006; Schirmacher, 2007; Lee, et al., 2007).

A magyarországi helyzetet tükrözte Jászberényi 2008-as cikkében (Hargitai Lilla kutatására alapozva), melyben az idősök (50+ évesek) magyar televíziós reklámokban való megjelenését vizsgálta, melyben mindössze 17,7%-ban szerepeltek idős emberek (a 350 vizsgált reklámból). Szerepeik tekintetében főképp télapóként; háttéremberként, statisztaként; értelmes tanácsadóként és vice tárgyaként, valamint rossz tanácsadóként tűntek fel. A későbbi évek sem mutattak számottevő javulást e téren (Csizmadia, 2012; Csizmadia et al., 2019). Előttük már Sas István is felhívta a figyelmet az ötven feletiek hátrányos megjelenésére és megszólításuk elhanyagolására a hazai marketingben, de jó példákat is szemléltetett. Az életkori szegmentációra kitérve véleménye alapján *„25 és 65 közt pedig szinte minden egyéb szociográfiai, pszichográfiai szempont fontosabb annál, mint hogy ki hány éves”* (Sas, 2010, p. 3.). De még az idős korcsoporton belüli szűkített kohorszok is legalább négyféle eltérő motivációval rendelkeznek: milyenek látja saját magát; milyen szeretne lenni; milyenek látják mások; milyenek szeretné, ha látnák mások), és elég megtakarítással, vágyakkal és igényekkel ahhoz, hogy ne legyenek csak a „gyenge vásárlóerővel bíró”, „szegény nyugdíjasok” és „spórolós inaktívok” címkékké teletűzdelve. Természetesen vannak jó reklámpéldák (Marketingmoments, 2012), de a szakma egyelőre még messze van a szemléletváltástól.

A nyelvi diszkrimináció ellenirányt mutató trendjeként alakult ki, hogy manapság tiszta lelkiismerettel ki sem ejthetők az *öreg, öregedés* szavak, de egyes vélemények szerint már az idős vagy szenior kifejezések is ageista töltetűek (Dahmen – Cozma, 2009). Az elmúlt 30 évben sok minden megváltozott az idősök vonatkozásában, mégis, a mai világban egy rossz szóhasználat vagy vélemény negatív sorozatok láncolatát indíthatja el, vagy a berögzött negatív sztereotípiákat erősítheti tovább. Ennek visszaszorítása céljából születtek azon kezdeményezések, melyek szabályozni igyekeznek – többek között az újságírók vagy marketingesek, kommunikációs szakemberek szóhasználatát, rámutatva, hogy mekkora erő lakozik kifejezéseinkben, beszédkultúránkban (Lundebjerg, et al., 2017). A kifejezés-használat befolyásolja a gondolkodást, azonban elég erőteljes megszorításnak és a nyelv kifejező szabadság korlátozásának érződik, hogy az idősök

leírásának csak az „idősebb felnőttek” („older people/adults”) (65 év felett) szókapcsolatot lehet használni, vagy férfi, nő megjelöléssel – és *amennyiben releváns információ* – és *az életkor kiírásával* lehet utalni az életükben betöltött „időpontra”. Emellett pedig kerülni kellene az öregedéssel kapcsolatos negatív asszociációjú kifejezéseket (pl. küzdelmes, nehéz...) és ha lehet, a pozitívumokra helyezni a hangsúlyt (pl.: „dinamikus folyamat, mely új képességekhez és tudáshoz vezet, amik megoszthatók a közösséggel”, illetve élettapasztalattal rendelkező személy – „life experienced person” vagy „experienced person”). Ezen erőltetett kifejezés-megszorítás elfedi a jelentős árnyalatokat és különbségeket az életsorsok között (nem minden öregedés szép), és emellett még több ellenérzést válthatnak ki az emberekben, különösen a fiatalokban, akik csak látják, de még nem érzik a bőrükön ezt a helyzetet. A személyes, illetve társadalmi szintű kommunikációnkon is változtatni kell, de ehhez célravezetőbb lenne az árnyalt kifejezések pontos jelentéstartalmú használata, és az öregedés pozitív és negatív aspektusainak elfogadásával az egyensúly megtartása.

3.4.1. Magyarországi helyzet

Az idősekkel szembeni előítéletek, sztereotípiák és diszkrimináció növekvő mértékű tendenciát mutat (WHO, 2015; Cooper – Stewart, 2015; Beard et al., 2018). Magyarországon is érzékelhető a jelenléte (lásd többek között Dobossy – Virágh, 2004; Kaczor, 2013; Monostori – Őri, 2018), bár hazánkban érzékelhető némiképp a trend lelassulása. A European Commission 2012-es felmérése alapján Magyarország első helyen, 49%-ban érezte elterjedtnak az életkori diszkriminációt az országban, míg 2019-re ez 41%-ra csökkent és így hazánk a 11. helyre került a rangsorban (EU átlag 40%) (European Commission, 2012, 2019).

Az Egyenlő Bánásmód Hatóság (EBH, Neményi et al., 2019) felmérése alapján a leggyakoribb diszkriminációs okok között 2019-ben négy védett tulajdonság szerepelt: *életkor* (12,2%-ban), *nem* (8,0%), *politikai nézet* (7,8%) és a *társadalmi származás* (7,8%). Bátorításra adhat okot, hogy (egyelőre) új trendként, de 2017 óta csökkent a hátrányos megkülönböztetés érzékelése hazánkban (életkor tekintetében -9,2 százalékponttal). Az EBH feltételezése alapján egyrészt ez összefügghet a munkaerőpiacon tapasztalható munkaerőhiánnyal (ezáltal azok is nagyobb eséllyel jutottak munkához, akik korábban kiszorultak), továbbá mára a munkáltatók nagyobb tudatossággal és kompetenciával rendelkeznek a diszkriminációkezelés terén, ami segíthette a pozitívabb öszkép kialakulását. Bár ezzel ellentmondást mutat, hogy a

magyar válaszadók csak egytizede tapasztalta 2019-ben, hogy munkahelyén fontos szerepet kapott volna a diszkrimináció-mentes környezet megteremtése. Fontos azonban megemlíteni, hogy az „érzékelés” nem feltétlen tükrözi a csökkenés valós mértékét, mutathatja a szemléletváltozást is (pl. hozzászózott, ezáltal észre sem veszi vagy természetesnek gondolja, ezért meg sem említi).

Összességében a leggyakoribb diszkriminációs okok összetétele évek óta stabil, és a személyesen megélt diszkriminációk kapcsán az elmúlt 10 évben végig a leggyakoribb diszkriminációs ok az életkor maradt (Neményi, et al., 2019). Nemek tekintetében a nők leggyakrabban az életkort (13-2%-ban), a nemet, a társadalmi származást, az anyaságot (terhességet), és az egészségi állapotot említették, míg a férfiak az életkort (11,1%-ban), a vagyoni helyzetet, a politikai nézetet, a bőrszínt és a társadalmi származást. A részben eltérő férfi és női diszkriminációs mintázatok változásai ellenére a teljes népességre vetítve a kutatás nem talált szignifikáns különbséget a férfiak és a nők összesített diszkriminációs tapasztalatai (nők 25%-ban, férfiak 24%-ban tapasztaltak), valamint a diszkriminációs okok átlagos számát tekintve (átlagosan a nők 1,24; a férfiak 1,14 védett tulajdonságuk kapcsán észleltek hátrányos megkülönböztetést). Az idősebb, 50-64 éves és 60+os korosztályok 2017-ben észleltek legnagyobb mértékben személyesen diszkriminációt, de az utóbbi két évben a tapasztalat javuló képet mutatott. Az életkoronkénti diszkrimináltak és nem diszkrimináltak halmazát a 9. tábla szemlélteti. 2010 óta szignifikáns különbséget csak 2017-ben állapítottak meg az életkori csoportok között, mely alátámaszthatja azon elvet, hogy az ageizmus nem csak az idősek ügye. Nyugdíjas vagy rokkantnyugdíjasként a válaszadók 33,7%-a jelezte, hogy tapasztalt már hátrányos megkülönböztetés élete során.

9. táblázat: A diszkrimináltak és nem diszkrimináltak megoszlása életkor szerint 2017/ 2019-ben (%)

	2017		2019	
	Diszkrimináltak csoportja	Nem diszkrimináltak csoportja	Diszkrimináltak csoportja	Nem diszkrimináltak csoportja
18-29 éves	16,5	19,3	18,9	17,9
30-39 éves	16	21,8	19,6	19,4
40-49 éves	15,1	16,8	18,2	15,4
50-59 éves	22,5	14,4	17,7	17,6
60+ éves	29,9	27,7	25,5	29,6

Forrás: saját szerkesztés (Neményi, et al., 2019, p. 25.) alapján. A csoportosítás alapját az adta, hogy a megkérdezettek említették-e, hogy életük során bármelyik védett tulajdonságuk alapján hátrányosan megkülönböztették őket, vagy sem.

Az érzékelés helyét tekintve legnagyobb arányban a munkahelyükön (munkahelyi felvétel, kiválasztásnál – 4,3%; fizetésnél – 3,6%, munkaköri besorolásnál és előmenetelnél – 3,6%) éreztek diszkriminatív viselkedést a megkérdezettek, melyet a szociális segély (3,1%) és egészségügyi ellátás (3,8%), a kereskedelem és szolgáltatások igénybevétele (3,5%) és az oktatás és képzés (2,0%) követett. A kereskedelem területén tapasztalt diszkriminációs változást a 10. tábla mutatja.

Sérelemhez (pl. szóbeli zaklatás, megalázás, rongálás, nyilvános megszégyenítés) vezető okként az életkort 2017-ben 25,2%-ban, 2019-ben 12,6%-ban említették. Társadalmi érzékelés szempontjából (az elmúlt évben mely csoport tagjaira vonatkozóan észleltek azokra irányuló megkülönböztető eljárásokat, gyakorlatot) első helyen a romák megkülönböztetését érzékelték a megkérdezettek (10%), mely után másodikként az életkori megkülönböztetés következett (5,4%). Ezen diszkriminációs típusokat a válaszolók jelentős része egyszersmind nagyon, vagy eléggé elterjedtnek érzékelt (az életkorét 40%-ban).

10. táblázat: Diszkrimináció az áruk, kereskedelem és szolgáltatások igénybevétele területén - a személyes diszkrimináció gyakorisága területenként a kérdezést megelőző 12 hónapban 2010 és 2019 között (%)

	2010	2013	2017	2019	Változás 2017/19 között	Változás 2010/19 között
Vendéglátás területén	1,6	0,6	1,0	2,0	1	0,4
Közlekedésben	1,9	3,3	2,4	2,4	0	0,5
Vásárláskor	1,5	2,7	1,9	1,5	-0,4	0

Forrás: saját szerkesztés (Neményi, et al., 2019, p. 19.) alapján

E hozzáállást egészíti ki a magyar fiatalok negatív jövőképe, sokuk céltalansága, reményvesztettsége. A Magyar Ifjúság Kutatás 2016-os felmérése szerint a fiatal megkérdezettek generációjuk legégetőbb problémáit az anyagi nehézségekben, a létbizonytalanságban és elszegényedésben látták – és ezen képeket vetítik ki az időskorukra (Székely – Szabó, 2017).

3.5. Életminőség idős korban

„Ott, ahol nem jó öregnek lenni, ott mindenkinek félnie kell az idősödéstől.

És ahol félni kell az idősödéstől, ott nem jó élni.” Mike Miller

Az életminőség vizsgálata fontos társadalmi és környezeti feladat annak érdekében, hogy olyan cselekvési irányok és mértékek alakuljanak ki, amelyek keretében az idős korosztályra vonatkozó hiányos ismeretek, szemléletmódok társadalmi szinten is változni, alakulni tudnak, lehetőséget teremtve a megértésnek. Az életminőség dimenzióinak vizsgálatakor különbséget kell tenni a „jólét” (welfare) és a „jóllét (jól-lét)” (wellbeing) között. Hazánkban főleg a „jólét” mutatói kerülnek vizsgálat tárgyává, és főleg a nyugdíjak vonatkozásában kerül szóba az életminőség, mert még mindig fontosabbak az anyagi értékek, amelyek az életkörülményeket biztosítják, mint pl. az önmegvalósítás (Hankiss, et al., 1982; Kovács – Jeszenszky, 2006, Majercsik, 2008). A *jólét* a gondtalan anyagi helyzetet, tehát a pénzügyi bőséget, az anyagi javakban és pénzért kapható szolgáltatásokban való gazdagságot jelenti, míg a *jóllét* szempontja az emberek boldogsága, étellel való elégedettsége, melyet nem az anyagiakkal, hanem a szabadidővel, társas kapcsolatokkal állítanak párhuzamba. A jóllét többek között az emberi fejlettségi index segítségével (Human Development Index, HDI) értékelhető, mely három elemből tevődik össze: oktatás és írástudás, születéskor várt élettartam és anyagi jólét (életszínvonal). Az index értéke 0 és 1 közé esik, ahol a kisebb érték jelzi a fejlettebb államokat (EKIMH, 2017). Magyarország jelenlegi HDI indexe 0,845 (United Nations Development Programme, 2020). A KSH alapján az egyéni jóllét *„az egyén azon meghatározó, saját maga, környezete és a társadalom által kölcsönösen befolyásolt komplex mentális és fizikai állapotot, amely az egyén saját életével való általános elégedettségét, a közösségi életben való részvételét, az élet objektív minőségét és annak szubjektív érzetét is magába foglalja. A jóllét tehát a tényszerű, objektív adatok mellett a szubjektív, az egyén belső világában rejlő jellemzőkre is kiterjed”* (Kelemen, 2014, p. 5.; KSH, 2018). A személy saját, szubjektív értékelésének figyelembevételének köszönhetően született meg a szubjektív jóllét indikátora, mely a jóllét egyik szegmense és ezáltal több az életminőségénél, életkörülmények fogalmánál és kulcsváltozója az étellel való általános elégedettség. Mérésére számos eszközt fejlesztettek ki (Hajdu, 2015). A KSH felmérése alapján megállapítható (Kelemen, 2014), hogy 2013-ban a

magyar felnőtt lakosság kétharmada (62%) inkább elégedett volt az életével (átlag 6,15 10-es skálán), de ezen elégedettség generációnként csökkenő tendenciát mutat, a legidősebb generáció esetében 19%-ra csökken (74+ évesek). Nemek tekintetében a 64 éven aluli korosztályok esetében a nők elégedettebbek életükkel, míg efölött a férfiak oldalára billen a mérleg. Boldogság tekintetében szintén látható a csökkenés a korcsoport növekedése mentén. A középkorú személyek (35-54 évesek) 26%-a csak időnként boldog, 15%-a ritkán és 3%-a soha, míg az 55 évnél idősebbeknek már 31%-a vallotta, hogy csak időnként boldog, 19%-uk ritkán és 4%-uk soha. Nők esetében pedig az életkorral arányosan csökken a magukat általában boldognak érzők aránya, 55–65 éves korban már kisebb volt, mint 50%, a 75 év feletti nők körében csak 38%. A személyes kapcsolati háló megléte tekintetében az 55-64 éves korcsoportig a férfiak nem rendelkeznek olyan személlyel, akivel meg tudnák beszélni személyes dolgaikat, majd ezt követően - és főképp a 75 év feletti - nőkre igaz az állítás. A személyes kapcsolatokkal való elégedettség a 45-54 éves korosztályban a legalacsonyabb és a nők esetében érvényesül az a tendencia, hogy életkoruk növekedésével az elégedettségük csökken e téren.

Az életminőség (Quality of Life - QoL) absztrakt fogalom, melynek nehéz pontos meghatározását adni (kutatási területén belül az idős emberek életére fókuszáló irány az Older People Quality of Life). Az emberek főleg a jó életre, megfelelő egészségi állapotra, a boldogságra vagy a sok pénzre asszociálnak ezzel kapcsolatban, tehát azon szubjektív érzésre, hogy az élet egésze jól megy-e. A fogalom mögötti jelentés viszont átfogóbb, befolyásolják az egyén belső és külső erőforrásai és ezek szubjektív érzékelése, valamint élettapasztalatai (Campbell et al., 1976). A szakirodalom eltérő nézőpontokból közelíti meg és más jelentőséget tulajdonít a különböző életdimenzióknak (lásd többek között Heady et al., 1991; Halford et al., 1991; Gabriel – Lang, 1995; Hegedűs, 2001; Poston et al., 2003; Ercsey, 2011; Escuder-Mollon – Cabedo, 2013). Külső alkotóelemeit azok a közösségek alakítják ki, amelyekben az emberek élnek. Ide tartoznak a társas kapcsolatok, szociális szolgáltatások és támogatások, oktatási lehetőségek, egészségügyi programok, az alacsony jövedelmű polgárok számára biztosított erőforrások, a diszkrimináció és a hátrányos megkülönböztetés csökkentése vagy a fogyatékkal élők lehetőségeinek javítása. Belső összetevői az egyéni különbségekből adódnak: optimizmus, saját élet feletti kontroll, az akadályokkal, problémákkal való megküzdési képesség, társas nyitottság, elégedettség (munkával, szabadidővel). Az öregedés során

megélt jelentős változások, az egyén élete vagy egészségi állapota fölötti kontroll elvesztése veszélyeztetheti a jó életminőségét is. Változásokat él meg a munkában (új munkahely, elbocsátás, nyugdíjazás), a társadalmi pozíciójában, családjával vagy egészségével kapcsolatban, melyek változtathatják életfelfogását. Ezen pszichológiai, fizikai és társadalmi változások helytelen feldolgozása tovább csökkentheti az egyének életminőségi szintjét. Emellett viszont az új életfázisok, fordulópontok új lehetőségeket kínálnak az embereknek, melyek idős korukban is adottak lehetnek. Campbell és társai (1976) szerint az étellel való elégedettség az élet különböző területein szerzett tapasztalatokkal, illetve az ezekkel kapcsolatos elégedettséggel függ össze, és feltételezik, hogy az emberek az élet egészével való elégedettségüket a részekkel való elégedettség alapján határozzák meg (bottom-up elv). Ezzel szemben a top-down elv alapján, ha általában elégedettek vagyunk, akkor az élet különböző területeivel is elégedettek leszünk (Heady et al., 1991; Veenhoven, 1996). Befolyásoló hatása van a szubjektív jóllét alakulására az időtényezőnek, valamint a céloknak is (Pavot – Diener, 1993; Pavot – Diener, 2007).

Az idősek családban való beágyazottsága, kapcsolataik minősége számottevő jelentőségű életminőségük alakulásában, ezáltal a társadalmi aktivitás és az időskori jóllét között szoros kapcsolat van (Walker, 2006). Továbbá Lawton (1991) modellje alapján a fizikai környezet, az egyéni viselkedési képességek és a jólét szubjektív érzékelése közvetlenül hat a környezethez való alkalmazkodás folyamatára, tehát elengedhetetlen ezen tényezők összehangolása. A befolyásoló tényezők közé tartozik még a lakhatási, biztonsági lehetőség, a lakóhely település típusa, az utcák sűrűsége és a szomszédsággal való viszonya is (Lawton – Simon, 1968; Maddox, 2001; Milgram, 1970; Cao, 2016; Moos – Lemke, 1984; Moore, 2005)

Az egyének életminősége kapcsolatban áll fogyasztásukkal is, hiszen ennek meghatározó eleme az adott személy jövedelme. A magasabb jövedelmek lehetővé teszik a magasabb fogyasztási szintet, és feltételezhető, hogy az emberek árukat és szolgáltatásokat vásárolnak, amivel hozzájárulnak az életminőségükhöz (önkifejezésre, önmegvalósításra, hobbira, munkára, egészségre, családra vagy a környezetük megóvására fordított kiadások). A kép azonban ennél árnyaltabb, mert a QoL csak részben kapcsolódik a jövedelmi helyzethez (Gabriel – Lang, 1995; Jacobs, 1997; Tahir et al., 2011). A magas életszínvonal nem feltétlen párosul az étellel, munkával való elégedettséggel, a személyes fejlődéssel, az örömet adó társas kapcsolatokkal, a jó egészségi állapottal vagy a

biztonságos, illetve élhető környezettel. Marketing megközelítéssel a fogyasztók életminőségét vizsgáló kutatások egyik iránya egydimenziós – például a megszerzett anyagi javakkal való elégedettséget mérték (Nakano et al., 1992), míg a többdimenziós megközelítésekben már elkülönítették az anyagi javakhoz, szolgáltatásokhoz való hozzájutást és a birtoklást (Day, 1987; Leelakulthanit et al., 1991), valamint a fogyasztással, fenntartással, és a rendelkezéssel való elégedettséget is (Lee et al., 2002).

Az életminőség mérésére sincs egységes módszer és a változatoknak közös vonása, hogy szubjektív véleményeken alapulnak, melyek többnyire az étellel való elégedettséggel kapcsolatos attitűdskálák (Diener, 1984; Diener et al., 1999; Diener et al., 2012). Mivel a kifejezés definíciói a kutatók szemszögével és kutatásuk területével kapcsolatosak, a skálák is eltérőek. A fogalmat nem lehet közvetlenül mérni, így kérdések sorával határolják le a koncepció különféle szempontjait, amelyek skálát képeznek, majd ezt követően ellenőrzik a megbízhatóságot, érvényességet és érzékenységet (Brown et al., 2004; Bowling et al., 2013). Lawton (1991) kidolgozta a QoL többdimenziós koncepcióját, amely magában foglalta a viselkedési és szociális kompetenciákat, a pszichológiai és mentális jóllétet, valamint a külső környezetet. A kutatási tapasztalatok felhasználásával fejlesztett mérési lehetőségek végül lehetővé tették az idős emberek életminőségi kérdőívének (OPQOL) teljes, 35 tételből álló változatának kifejlesztését, mely a bottom-up elven alapul (Bowling, 1996, 2009). Mivel fókuszunkban az idős emberek szerepelnek, ezért a OPQoL skála „rövidített”, adaptált változatát használtuk fel, mely 13 tételt tartalmaz (Bowling et al., 2013). Az eredeti OPQOL-35 kérdőív Nagy-Britanniában validálódott etnikailag sokszínű és közösségben élő idősebb népességmintán (Bilotta et al., 2011, 2012). Az étellel való elégedettséget mérő attitűdskáláin 1-5-ig kell értékelni a tételeket és a magasabb pontszámok jobb QOL-t jeleznek - teljes pontszám 35 (a lehető legrosszabb QOL) és 175 (a lehető legjobb QOL) között mozog. Kérdései kitérnek összességében az étellel való elégedettségre, az egészségi állapotra, a társadalmi kapcsolatokra és részvételre, a független életre és a kontroll meglétére vagy hiányára, a szabadságra, a pszichológiai, érzelmi és pénzügyi jólétre, valamint a kultúrára és a vallásra.

A WHOQOL-OLD kérdőív magyarországi adaptálását követően (Susánszky, et al., 2006) az alábbi életminőségi elemeket vizsgálták, melyek a legfontosabbnak bizonyultak a hazai idősök kapcsán: egészség; család versus magányosság; segíteni másokat és segítséget kapni; emberi, kommunikációs kapcsolatok (szeretet, illetve beszélgetni

másokkal); belső és külső harmónia (Hungarostudy, 2002, Tróznai – Kullmann, 2003 idézi Kovács – Jeszenszky, 2006). A kevésbé jó jóllétet előre jelző tényezők közül kiemelendő a vitális kimerültség (egyenletesen nő az életkorral); a rosszabbnak ítélt általános egészségi állapot; a munkaképesség-csökkenés, a depressziós és szorongásos tünetek, negatív életesemények, az egyre gyakrabban megjelenő fájdalomtünetek, vagy azok a helyzetek, amelyekben a személyiség, illetve a szervezet diszfunkcionálisan működik. Védő tényezőként pedig megjelölésre került az életcélok megléte, a társas támogatás működése, illetve a problémaközpontú megküzdés. Az időskori általános életminőségi mutatókon kívül fontos szerepük van a háttértényezőknek is: családi állapot, társas támogatás, szociális és gazdasági helyzet, megküzdési stratégiák, életesemények, életcélok hiánya, diszfunkcionális magatartások. A kutatás eredményei alapján a 65 év feletti korosztály minden életminőségtényező mentén rosszabb eredményt mutatott, mint a 65 év alattiak és mindez erősebben vonatkozott a nőkre. Az életkor előrehaladtával mind a nők, mind a férfiak többek között rosszabbnak ítélték meg egészségi állapotukat, munkaképességüket, vitális képességüket, pszichés állapotukat. A 45-64 évesek korcsoportjának rosszabb életminőségét előre jelző három legfontosabb tényező a vitális kimerültség, a szorongás és az egészségi állapot önbecslése volt. A 65 év felettek esetében a vitális kimerültség, egészségi állapot önbecslése és a munkaképesség csökkenése számítottak dobogós tényezőknek, továbbá a szignifikáns változók közé bekerült a negatív életesemények hatása is.

Terjedelmi okokra hivatkozva a dolgozat elemző szakaszában csak az általános étellel való elégedettséget ismertetem. Az életminőség további területeire, dimenzióira vonatkozó értékeléseket jövőbeni publikációkban ismertetem.

A Sustainable Development Solutions Network 2020-as adatai alapján (World Happiness Report - Helliwell, et al., 2020) Magyarország az 53. helyen állt a világ „boldogságrangsorában” és a korábbi évekhez képest javuló tendenciát mutat a lakosság jólléte kapcsán, hiszen 2013-ban még a 110. helyen állt e kérdésben (Helliwell, et al., 2013). Az OECD felmérései alapján (OECD, 2016; OECD, 2020a,b) – hazánk a többi országhoz képest csak néhány jólléti mutatóban teljesít jól (pl. munka és magánélet egyensúlya) és mind az oktatás, egy főre jutó nettó jövedelem, születéskor várható élettartam és személyes kapcsolatok vagy az életkori egyenlőtlenségek szempontjából rosszabbul teljesít. Hasonló (nem túl fényes) képet mutat hazánkról az Eurofound felmérése is (Eurofound, 2019, p. 56.), mely a háztartások összetétele alapján vizsgálta a jóllétet.

Érdekes eredmény a kutatásból, hogy a többgenerációs háztartásban való élet átlagosan alacsonyabb étellel való elégedettséggel jár együtt mind a szülők, mind a nagyszülők számára. A gyerekeket figyelembe véve, pedig azon országokban, ahol a többgenerációs együttélés ritka, a többgenerációs háztartások gyermekei kevésbé elégedettek életükkel (Magyarország is ezen csoportba tartozik), ahol pedig gyakori, a nagyszülőkkel való együttélés nem befolyásolja a gyermekek jóllétét.

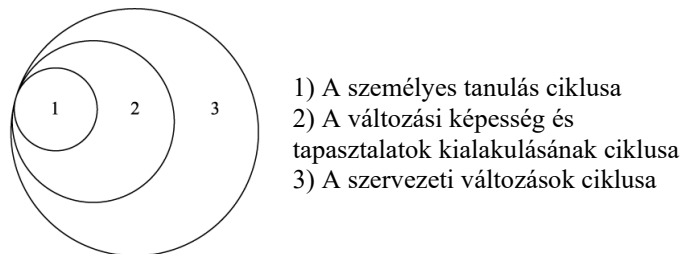
3.6. Változásmegélés, az idős (cél)csoportba való kerülés

A változás megélésének megértése nem csak az idősödés kapcsán fontos feladat, hanem más helyzet kapcsán is, így érdemes magát a lezajló (belső) folyamatot is értelmezni. Mivel az életkor növekedésével a személyek átkerül(het)nek egy másik fogyasztói csoportba (pl. középkorú munkavállalóból nyugdíjból élő nagyszülőkké válás), a marketing feladatává is válik a belső, főképp érzelmi folyamatok és indítékok megértése, továbbá a kényszerű átkerülésből adódó gátak feltérképezése (pl. időskorukat „tagadók” vásárlói habitusa). *„Egy csoportba való beolvadás nem csak azon értékelő funkciók átvételét jelenti, melyek az adott csoportot karakterizálják, hanem a dolgokat azokban az „aspektusokban”, a fogalmakat abban a jelentésnüánsszal, a lelki-szellemi tartalmakat abban az alakjukban való felfogását is, ahogyan az a csoport számára létezik. Valamely csoportba tartozás másfelől azoknak a forma- és alakintencióknak a felvételét is jelenti, melyekből kiindulva az újonnan felbukkanó benyomások, eredmények egy messzemenően átfogó irányban válhatnak feldolgozottá”* (Mannheim, 1928 idézi Hornyák, 2013, p. 117.) Ezen gondolat képezi a Mannheim-i modell generációs egységét, mely a tudatosan hasonló élményfeldolgozáson alapul, viszont a feldolgozási folyamat kapcsolódhat negatív, semleges vagy pozitív hozzáálláshoz és kialakított viselkedésmintákhoz is. Ezen attitűdök mentén kategorizálják az emberek a személyeket, akikkel kapcsolatba kerülnek, rendelnek hozzájuk vélt tulajdonságokat, azonban nem feltétlen vélik üdvösnek, amennyiben az életkori változást követően (az „idős/öreg” csoportba kerülve) ők is nem szívlelt tulajdonságok képviselői lesznek.

A változásról (és ezáltal a változásmenedzsmentről) tudott, hogy egyben tanulási folyamat, erőforrás-fejlesztés, az egyensúlyteremtés művészete, problémakeresés és megoldásazonosítás, szervezett visszavonulás vagy megújulás, továbbá a folyamat során elkerülhetetlen a kommunikáció (Farkas, 2013). Az őszinte kommunikáció segíti a kezdeti ellenállás legyőzését, a cél iránti bizalom és elkötelezettség kialakítását és a

támogatások megszerzését, megtartását. Jellegét tekintve ciklikus és spirális (3. ábra). A belső két kör konkrétan az egyénről szól és jelen értelmezésben a szervezeti változások ciklusát az egyén közvetlen környezetére (pl. család) vonatkoztatjuk.

3. ábra: A változás ciklikus jellege



Forrás: Farkas (2013, digitális kiadás oldalszám nélkül)

A Lewin-féle erőter modell szerint egyetlen entitás (egyén, csoport, szervezet, társadalom) sem értelmezhető önmagában, a rá hatással lévő mezőben él, melynek sajátos jellemzői vannak (Lewin, 1972 idézi Farkas, 2013). Emellett konstruktív, mert egyik esetből le lehet vezetni a másikat, dinamikus, mely által a viselkedés mögötti erőket térképezi fel és a viselkedés a mező függvénye (ha a környezet megváltozik, változik a viselkedés is), valamint a szituációt, mint egészet figyeli. A változás igényének és kialakulásának külső és belső, akadályozó és generáló kényszerei, tényezői vannak, valamint környezetének legfőbb jellemzője a bizonytalanság (két stabil állapot közötti szakasz). Külső kényszerítő erőt jelentenek többek között a demográfiai, gazdasági tényezők, az innováció, a munkaerőpiaci helyzet alakulása, a környezeti változások vagy a szociális, kulturális trendek (Farkas, 2013). Mindezek elemzésére, információk gyűjtésére már számos eszköz áll rendelkezésre, melyeket a vállalatok hasznosíthatnak, de a cégek számára felhalmozott tudás az egyének rendelkezésére is áll. Ilyen eszközök többek között a PETS-teszt (politikai, gazdasági, szociokulturális, technológiai tényezőket vizsgál; (Senior, 2002)) vagy a STEEPLE-modell (társadalmi, technológiai, gazdasági, természeti, politikai, jogi, valamint képzési szempontok). A külső és a belső tényezőcsoportok kapcsolódnak egymáshoz és együttesen indítják be a változást, mely lehet mikro- (belső) és makroszintű (külső). Farkas alapján a változás többek között történhet elméleti síkon és a gyakorlatban is, lehet radikális vagy inkrementális, gyors, illetve lassú lefolyású, megelőző vagy proaktív, puha (szervezeti – egyéni kapacitásokon alapszik) vagy kemény (gazdasági értéken alapszik), de számos más csoportosítási lehetőség adott még A 11. tábla szemlélteti az inkrementális és radikális változások közötti különbséget.

11. táblázat: Változástípusok - fogalompárok

A változás szempontjai	inkrementális	radikális
terjedelme	egy vagy néhány lényeges jellemző változik	számos vagy összes lényeges jellemző változik
mértéke	kismértékű, evolutív	nagymértékű, revolutív
szintje	egy vagy néhány szint	összes szinten ható
módja	lépésről lépésre következik be, kevésbé látványos, apró lépések folyamatos sorozata	nagyobb, látványos ugrások lévén bekövetkező változások
sebessége	viszonylag lassú lefolyású	viszonylag gyors
célja	külső alkalmazkodás előmozdítása, illeszkedés fejlesztése	külső alkalmazkodás, illetve struktúrák és folyamatok új konfigurációja
irányítása	egyén irányítja	csoportja („szervezete”) irányítja
típusa alapján		
megelőző	finomhangolás	irányváltás
reaktív	alkalmazkodás	helyreállítás

Forrás: saját szerkesztés (Farkas, 2013; Nadler, 1998; Dobák, 2008) alapján

Az egyénnek is lehetősége van személyes változásának menedzselésére kapcsolatainak építésével, (projekt)csoportokhoz való csatlakozással, képzéseken és fejlesztéseken való részvétellel vagy karriermenedzsment szakemberek, illetve eszközök alkalmazásával. Judson (1990) definiálta az egyén képességeiből és szándékaiból kiindulva azon fontos kérdésköröket, melyek a fentebb már jelzett spirális ciklusokat összekötik (Judson, 1990 idézi Farkas, 2013):

- *tudatosság* (stimuláció: értem, egyetértek, tudom): informálás mértéke (tekinthetjük úgy, hogy a társadalom, oktatás mennyi tudást ad át, biztosít az öregedésről, a kapcsolódó erőforrásokról, lehetőségekről, az „elvárt viselkedésmódról”);
- *képesség* (felhatalmazás: képes vagyok rá, megbirkózom vele);
- *szándék* (részvétel: válaszolok, értékelem, rendelkezem): mekkora a változás iránti elkötelezettség, nyitottság (öregedés esetében a pozitív kimenet – alkalmazkodás, feldolgozás, pozitív szemlélet elérése).

Visszaulva a második fejezetben megemlített életutakra és a fordulópontok mentén érzett átmeneti, változást hozó időszakokra, mindegyikük lehet inkrementális és radikális változás is, attól függően, hogy az adott személy, miként éli meg. Az életközepi és időskori változás szintén érezhető radikálisnak változásnak, ha az egyén nem képes elfogadni az öregedésével járó tényeket és kevésbé alkalmazkodik a bekövetkező változásokhoz (Hildebrand, 1995; Palk, 2015). Mindez vezethet a későbbiekben erőteljes

tagadáshoz vagy pótcselekvésekbe való meneküléshez, melyek akár a csapongó költekezésekben is megnyilvánulhatnak.

Watzlawick és pszichiáter szerzőtársai (2008) szerint a változásnak két különböző típusa van. *Elsőfokú változásnak* nevezik, amikor az egyén benne marad az aktuális rendszerben és értelmezési keretben és a már adott játékszabályok mentén próbálja megoldani a problémát, átrendezni annak elemeit, ettől remélve az újat és a probléma megoldását. Néhány esetben az elégedett továbblépéshez ez is elegendő, de nem mindig nyújtja az elvárt végeredményt és nem feltétlen tartós. *Másodfokú változásnak* nevezték azt az újradefiniált értelmezési keretet, mely során az egyén kiszáll a korábbi rendszerből és teljesen új, akár szokatlan vagy ellentmondó megoldást választ, túllép az axiómákon és egyes esetekben másfajta kapcsolati paradigmákat választ. Elsőfokú változásnak számít, hogy az egyén ugyanabból a cselekvési mintából „többet” alkalmaz, de máshogy beszél róla, vagy egyáltalán nem beszél róla (pl. nem panaszkodik). A másodfokú változás annak vizsgálatával kezdődik, hogy *milyen előnnyel jár* a személy számára az adott gondolatmenetben vagy függőségben való ragadás. Például kielégítetlen szükséglete marad az idősödő személynek a „fiatalnak látszódás”, mely azt üzenheti, hogy még nem járt el az idő felette, még „számít” és trendi. Amennyiben belátja, hogy ezek nem feltétlen járnak számára valós haszonnal és elégedettséggel, továbbá meglátja idősségében is az előnyöket, történik meg benne a másodfokú változás és ezáltal az új, több boldogságot, elégedettséget adó szokások kialakítása.

3.7. Összefoglalás

Marketingszempontról is fontos vizsgálni, majd ezt követően szegmentációs tényezőt jelent az emberek személyesen érzékelt és értékelt életkora, és ezen belül, hogy milyen mértékben kapcsolódik a befelé mutató életkori dimenzió (hány évesnek érzi magát a személy, „feel age”) a személy biológiai életkori jellemzőihez, valamint a kifelé mutató dimenzió (hány évesnek néz ki, „look age”) a társadalmi életkorához („social age”) (Kastenbaum, et al., 1972). *Célcsoport megértési és kommunikációs problémát jelent az is, hogy sok esetben nincs összhangban az, aminek látják az egyént, és az, aminek az egyén gondolja, érzi saját magát* (Turai, 2009).

Az idősödés kapcsán is értelmezhető az „attól függ”, valamint a „minden mindennel összefügg” bölcs megállapítás. Befolyásolja az idősek önmagukkal való kapcsolatát és a változás megélését a média, a társas kapcsolatok, a lakókörnyezet a jólét és jóllét

indikátorai és még számos tényező. De az egyértelmű, hogy a változás nehezebb megélésében és a következő élethelyzetbe lépés elutasításában nagy szerepet játszanak az időséssel, idősödéssel szembeni előítéletek, az érzékelhető diszkrimináció és az idősödéssel romló életminőség percepciói.

Nehéz szekunder adatok alapján vizsgálni az idősödést, hiszen a statisztikákban tiszta kohorszok vannak, melyek elfedik a változást az egyénekben. Láthatók az életkoronként különböző fogyasztásbeli szokások és igények, a háztartás szerkezetétől és jövedelmi helyzetétől függő vásárlások, de a személyekben végbemenő változás ezekben nem feltétlen tükröződik. Az idősödés és az idős fogyasztók jobb megértéséhez a marketingnek is célszerű több távolabbi nézőpontot felvennie (nem csak a deficit paradigmáit, céloz erre többek között Kolos et al., 2014 is), melyben mind a pszichológia, mind a változásmenedzsment segítségére lehet.

A fiatal és az öreg csak egymás relációjában értelmezhető, mégis sok esetben próbálnak a marketing szakemberek – az egyszerűsítés végett – erősek karakteres, sztereotípiákon alapuló jellemzőket felállítani, akár rigid, kronológiai életkori határok mentén. Elmondható viszont, hogy már ezen egyszerűsítés egyre kevésbé állja meg a helyét, mert a rohamos fejlődésnek és a globalizációnak köszönhetően egyre homályosabbak a határok a generációkhoz társított tulajdonságok között és életkori határaik kapcsán is.

4. Az idősök szegmentációs megközelítése

Jelen fejezet az idősök piaci helyzetének, megjelenésének, célcsoportjainak vizsgálatát több irányból közelíti meg, a távlati képtől kezdve (trendek), a szűkebb fogyasztói jellemzőkig. Érinti anyagi helyzetüket, célcsoportosításukat, vásárlási és költési szokásaikat.

Nem jelent újdonságot, hogy a fiatal és középkorú generáció fogyasztási szerkezete, vásárlói habitusa, valamint anyagi lehetőségei különböznek az idősebbektől, de ez nem feltétlen jelenti, hogy minden esetben sarkalatos eltéréseket tapasztalhatnánk. A mai 50 vagy 60 év feletti vásárolt és fogyasztott termékei, szolgáltatásai – amennyiben más szociális vagy egészségügyi jellemzőik nem kényszerítik rá őket, korlátozzák vagy szabályozzák a szabad választásukat (értve ezalatt a családszerkezettől kezdve a rokkantságig számos dolgot), nem feltétlen különböznek a fiatalabb korosztályokétól. Hibákhoz vezet a szegmentációs jellemzők felületes használata, többek között életkoruk, anyagi helyzetük, kognitív vagy testi adottságaik, családi és társas kapcsolataik „leírása”. Külföldön ez a gazdaság számos területét befolyásolja, heterogenitásuk felismert (Gordon, et al., 2002; Stroud, 2005; Hettich, et al., 2018; Guido, et al., 2018), itthon azonban még a mai napig meglehetősen egyirányú helyzet, a hazai marketingmunka lemaradásban van az idős fogyasztók felé nyitás tekintetében (Csizmadia – Győri Szabó, 2014).

Külön piaci szegmensként az idős emberekkel az 1970-es évektől kezdve kezdtek el foglalkozni, ettől kezdve beszélhetünk idősmarketingről (ageing market strategy, Seniorenmarketing). Csizmadia és Győri 2014-es publikációja alapján az idősmarketing fejlődése négy szakaszon ment át. Az első hullám során (1972–1979) felismerték, hogy érdemes az időseket külön célcsoportként kezelni és a csoport speciális marketingprogramokat is igényel. Ezt követően (1980–1993) fókuszba került az idősök gazdaságra kifejtett hatása, erősödött a piaci szegmensük, különféle szakterületek kezdtek foglalkozni velük. Igyekeztek a szakemberek leépíteni az időséggel kapcsolatos előítéleteket, negatív beállítódásokat (új kifejezéseket, elnevezéseket kerestek rájuk). A harmadik szakasz során (1994-1999) a felhalmozott tudás rendszerezésére, az idősmarketing professzionális közelítésére került sor, elkezdődött az időspiacok szegmentálása, az idős fogyasztók igényeire, jellegzetességeire való odafigyelés.

A 2000-es évektől máig (4. hullám) egyre több cég figyel fel az idősmarketing jelentőségére, egyre több reklám szól „öregnek” számító embereknek. Lassan tovább terjed a felismerés, hogy az idős, aktív fogyasztók az egyik legfontosabb piaci szegmenssé válik, már csak számosságuk növekedése, jellemzőik megváltozása miatt is. Az öregedés persze befolyásolja az igényeket, ezáltal erőteljesen differenciálja a szeniorpiacot. Az általában használt szegmentációs kritériumok közé tartoznak az idősek esetében az életkor, az életfázis és az életstílus. Megkerülhetetlenné vált a többdimenziós szegmentálás, hiszen többek között a kronológiai életkor szerinti szegmentálás nem feltétlenül tükrözi a szeniorok életstílusát, vagy az életfázisát (többek között Szarka, 2014).

4.1. Idősekre ható trendek

A fogyasztói magatartástrendek környezetét vizsgálva megállapítható, hogy világjelenségnek számít az öregedő társadalmak terjedése a fejlett országokban, és ezen belül a csoport növekvő életkora. Egészség tekintetében a fitt idősek aránya növekszik és életminőségük javítására megmutatkoznak igényeik (betegség esetén is). Fizetőképességük szintén növekszik és jobban meg tudják fogalmazni, valamint érvényesíteni elvárásaikat. Igényük van hiteles és autentikus megszólításra és ezáltal az évek során öntudatosabbá és kritikusabbá vált fellépésük (Trend Inspiráció, 2020).

Az idősödő társadalmakat befolyásoló megatrendek és trendek vizsgálata elengedhetetlen az időspiac megfelelő ismeretéhez. Az emberek életére legnagyobb pressziót jelentő megatrendek 20-30 éves időtávlatban fejtik ki hatásukat, egyre nagyobb lakossági arányt befolyásolva. Az ezeken belül jelentkező trendek és ellentrendek kisebb időhorizontban, az aktualitásokhoz jobban illeszkedő módon fejtik ki hatásukat, de növekvő erejűnek számítanak. Mindezek gyűrűződve és egymást befolyásolva fejtik ki hatásukat a társadalom tagjaira, így az Őszhajú társadalomra (Silver Society) is elsődleges vagy másodlagos, erősítő vagy egymás ellen ható hullámokként (Törőcsik, 2011; Trend Inspiráció, 2020). Összességében tehát megállapítható, hogy valamilyen módon minden trend hatással van az idősekre, melyek közül a legfontosabbakat az alábbiakban röviden ismertetem.

Életkori csoportokhoz kapcsolódó trendek

- *generációs határok erodálódása*: a korábbi idők „elfogadott” életfeladathatárai felbomlottak, elmosódtak (gyerek-családos-idős szakaszok), egyéenként is nagyon különböző mintákat mutatnak (egyes szakaszok eltűnnek, míg mások jelentősen meghosszabbodnak). Átértékelődnek az életkori jelzők (fiatal, idős) és az adott életkorú személyekkel szembeni elvárások. A gyerekek szeretnék minél hamarabb fiatal kategóriába átkerülni. A fiatalok igyekeznek minél későbbre halasztani a saját lábra állást, a másokért való felelősségvállalást, a felnőtt élet küzdelmeibe való beleállást. Az idősebbek pedig leginkább csak fiatalok akarnak maradni, hiszen az egész társadalom erre vágyik, ezt preferálja.
- *fiatalságkultusz, down aging (örökké fiatal)*: a mai világ egyik legerőteljesebben ható megatrendjének számít, mely által az emberek főképp fiatalok akarnak maradni, fiatalosnak látszódni, így erősödik az idősekkel szembeni kirekesztés, az ageizmus. Az emberek sok esetben erőn felül is hajlandóak áldozni azért, hogy a fiatalságot, vagy legalábbis annak látszatát megőrizték, lassítsák a folyamatokat, fenntartsák fiatalos szépségünket, egészségünket, rugalmasságunkat, lendületünket. Ezen okok miatt minden olyan termék, szolgáltatás és technológia megtalálja a helyét a piacon, amely fiatalságot, annak megőrzését ígéri. Testünk alakításában, személyiségünk kifejezése mellett a piacképesség megtartása és demonstrálása is meghatározó mind a párkapcsolatokra, mind a munkára vonatkozóan. A nőkkel kapcsolatos elvárások kivételnek a férfiakra is, így a szépségnyomás esetükben is megjelenik. A fiatalodó szociokulturális társadalmak kora a jelenlegi.
 - *időskori nyomás*: klasszikusan a 49 év feletti emberek kikerülnek a cégek által megfogalmazott célcsoportokból, annak ellenére, hogy jó anyagi helyzettel rendelkezhetnek és friss megjelenésre vágy(hat)nak. Viszont az öregedés nyújtotta előnyök (pl. versengésből való kiszállás) kezdenek semmissé válni: a média közvetíti számukra, hogy kezdjenek új vállalkozásba, maradjanak érdekesek, új hobbikat kell találniuk, piacképes testtel kell rendelkezniük. Gender problémát jelent, hogy ez is főképp a nőkre hat, az idős férfiakat még kevésbé sújtja.
 - *greying revolution (őszülők forradalma – vállald a korod)*: az előbbieket ellentrendjeként mutatkozik meg, célzottan felhívva a figyelmet az idősödés változásainak és az aktuális énkép elfogadásának fontosságára, megalkotva az

idősek ideálját. „Mindenki nézzen ki úgy, és gondolkodjon úgy és higgye magát annak, ahány éves, (...) és mindenkinek az a feladata, hogy képes legyen megélni a saját korát” (Jászberényi, 2016, előadás) A kozmetikai ipar ezt „pro-age” gondolkodásnak nevezi, melynek lényege, hogy olyan szereket használjon az egyén, amelyekkel annyi idősnek néz ki, ahány éves.

Időskori „belülről érkező” változásokhoz kapcsolódó trendek

- *egészségpiac kiterjedése*: a háztartások költségében egyre nagyobb teret nyer az egészségre, annak megőrzésére és fejlesztésére fordított összeg. Törőcsik (2006) alapján ma egészségpiacról célszerű beszélni, nem pedig betegpiacról, mert előbbi értelmezése tágabbá vált: a gyógyszeripar és orvostudomány mellett kiterjed a szépségipartól kezdve az élelmiszeriparig. Az egészség megóvása mellett ma beletartozik a fiatalság és szépség fenntartása, a memória és potencia szinten tartása, támogatja a szervezet javulását, gyógyulását, a teljesítménymegtartást, melyek külön-külön is részpiacokat fednek le. Részét képezi az „anti-aging” szemlélet, melynek célja az élet meghosszabbítása és az öregedés jeleinek későbbre tolása, elfedése.
 - *soul sport (lélek és sport)*: Az idősek részéről is felértékelődik az utazás, a sport és wellness iránti igény, melyek természetéről és lelki aspektusokról is szólnak (kirándulás, jógázás).
- *individualizmus*: egyformán jelen van az önmegvalósítás igénye és az énközpontúság minden korosztályban.
- *élmény-evidencia*: mind a tényleges, mind a virtuális világban elvárás lett a szórakoztatás, az élménybiztosítás, mely igény az idős célcsoport esetében is jelentkezik.
 - *soft experience (kényelmes élménykeresés)*: az idősek elvárásaihoz, fizikai és szellemi állapotukhoz, anyagi lehetőségeihez igazított aktivitási formák, élményeket nyújtó lehetőségek előretörése. Kényelmük érdekében a szeniorok ennek anyagi vonzatát is vállalják.

Időskori „kívülről ható” változásokhoz kapcsolódó trendek

- *nők évezrede, növekvő ereje (female fever)*: nő a nők gazdasági ereje, érdekérvényesítő képessége, mely különösen jelentős az idős célcsoport esetében, hiszen feminizáció tapasztalható a korosztályban.
- *újraértelmezett munka*: a szolgáltatások növekvő számából adódóan más munkavégzési típust és kompetenciákat követel meg a gazdaság a benne dolgozó személyektől. A fiatalok iránti elvárásrendszer részben a szépkorúak is átvették.
 - *slow-vágy*: a gyorsuló világ, a stresszes munka és az információáradat kiváltotta a kiszállás időleges vagy végleges vágyát, a lassítás igényét. Ezen ellentrend célja az életbeli apró örömök, a lassú, élvezetes élet felidézése. Megmutatkozik a helyi, a lokális érték kiteljesedésében, támogatva és bizalommal közelítve a közvetlen környezetben beszerezhető és előállított termékek, szolgáltatások köre felé.
- *közösségek hatalma (virtuális és offline hálózatosodás)*: az internet segítségével új közösségek jöhetnek létre, valamint új mintázatokat hoz mind a magánéletbe, mind a munka világába.
- *ICT eszközök hatása* (információ, kommunikáció, technológia): ezen eszközök által megváltoztatott idő- és térérzékelés új mobilitási határokat szabott meg, így a tényleges fizikai korlátok egyre kevésbé akadályozzák meg az emberek elképzeléseit.
- *vizualitás*: jelen világ túláradó információi miatt az információk „újfajta” láttatására van szükség: a vizuális információkat az emberek sokkal komplexebben és gyorsabban tudják feldolgozni, ezáltal a kommunikáció is hatékonyabb.
- *töredékesség*: az élet minden területén jelen van: töredékinformációk, morzsatudás, emberi viszonyok töredékessége, patchwork családok elterjedése, töredékes multi(identitás) kialakulása.
 - *big network families (új normák- családok)*: a patchwork-módra összerendezett tagokból álló nagyobb családoknál az idősek is helyet kapnak. Nem csak az „igazi” nagymamák, nagypapák szerepét kapják, hanem az elvált férj szülei, vagy választott nagymamák, nagypapák szerepkörét is. A statisztikai adatok azt is szemléltetik, hogy az idősek főképp házasságban élnek és az idősebb férfiakra jellemző, hogy válás után újrَاهázasodnak.

- *active elder singles (egyszemélyes háztartások)*: viszont az összképhez tartozik, hogy erőteljesen növekszik az 55 év feletti egyszemélyes háztartások száma a válások, a partner halála miatt. Azonban ez a csoport aktív életet él, kapcsolatokat keres, nyitott az outdoor-os tevékenységekre, szeret utazni, esetleg bizonyos közösséghez tartozni.
 - „*fészek-meleg*” keresése: ellentrendként mutatkozik meg a fizikai és szellemi mobilitással szemben a stabilitás és állandóság igénye.
 - „*gyökerek-keresése*”: felértékelődik a múlt, a származás megismerésének igénye.
- *tudásszakadék*: ma nem az emberek közötti különbségek, hanem a tudásuk közti szakadék a meghatározóbb, melynek jelentős része a digitális világban való jártasság, ami többnyire nem erőssége az idős korosztálynak. Az elmúlt évtizedekben kiteljesedett, felértékelődött az élethosszig tartó tanulás, viszont ez a folyamat maga után vonja a tanulás időbeni kiterjedését, mely a korai szocializációtól a munkavállalás szempontjából aktív életkor utánig felöleli az egyén teljes életciklusát (Kuráth, 2007).
- *a tudás szexi*: a tanulás jövőorientált lett, az önfejlesztés részét képezi, és az idősök esetében célja főképp a racionális tudás megszerzése, frissítése, a „lemaradás, kimaradás” érzésének elkerülése végett. A tudás megszerzésének vágya kortalanná vált.
 - *age of enlightenment (megvilágosodás - érettség)*: „az érettség” ismételten pozitív fogalomként jelenik meg a társadalmakban, hangsúlyozva a tapasztalat és bölcsesség erejét, az idősök fontosságát a vállalkozásokban.
 - *simplifying (egyszerűen)*: az idősödő generációban kezdődő, egyszerűsítésre törekvő trend a letisztultságot és a puritanizmust hívja életre új formában. Mindez azonban már a fiatalokra is áttérjedt.

4.2. Az idős korosztály szegmentációja

Mivel számos szegmentációs ismerv és lehetőség áll rendelkezésre az idős fogyasztók tipizálására, jelen alfejezet célja e változatosság szemléltetése és rövid ismertetése a teljesség igénye nélkül – kiemelve egy-egy megközelítést, melyek a saját kutatás szempontjából relevánsak. Időskor esetében szegmentációs kritériumként jelentkeznek az életkor mellett a biológiai, egészségi állapot menti tipizálások, valamint jelentősen

befolyásolnak a pszichológiai jellemzők és a szociális ismérvek: munkaviszony megszűnése, inaktivitás, esetleges jövedelemcsökkenés; esetleges lakóhelyváltozás; gyerekek elköltözése; növekvő érdeklődés a helyi és a „nagypolitika” iránt, akár szerepvállalással is; unoka születése, nagyszülői szerepkör; a partner, a barátok halála, kontaktusszám csökkenése, kisebbségbe kerülés, szabadidő felszabadulása, nyugdíjazás (előnyugdíj, rokkantnyugdíj, öregségi nyugdíj) (lásd többek között Stroud, 2005, Füzesi et al., 2013). A mai fogyasztók érdeklődésének felkeltéséhez és igényeik kiszolgálásához egyre inkább figyelembe kell venni az egyedi élethelyzetüket, az aktuális életszakaszt, amit megélnék és az ezek hatására kialakuló szükségleteiket. Az életkori sajátosságok mellett a hasonló vagy egyező környezeti és generációs jellegzetességek árulkodnak a bennük felnőtt nemzedékek vásárlási, illetve fogyasztási szokásairól egyaránt. A generációkat az életkori határok mellett összekötik a közös élettémények, értékek, és tapasztalatok, melyek egyéneknél máshogy érvényesültek, viszont az őket átélő személyekre egyaránt hatással bírnak (Törőcsik, 2016b).

Guido és munkatársai (2018) öt évtized időszakára vonatkozóan (1970-2018) végeztek szisztematikus áttekintést az idős fogyasztók szegmentációs megközelítéseiről, mely alapján négy fő szegmentációs kategóriát azonosítottak. A kategóriákat és meghatározó kritériumaikat az 12. táblázat szemlélteti. Az általuk feltérképezéshez használt kifejezések sokasága is mutatja, hogy az idős fogyasztók megközelítései a külföldi irodalomban – eltérően a hazai képtől – az évek során szerteágazóvá vált: aged, ageing, baby boomer, elderly, gerontology, grey consumer, mature consumer, old age, older consumer, retired, retirement, senior consumer, senior citizen, seniority. A szerzők a tanulmányban kiemelik, hogy a szegmentációs stratégiák kialakításakor figyelembe kell venni az idős fogyasztók értékeinek és életstílusának heterogén jellegét, hiszen a demográfiai változások önmagukban nem megfelelőek a piaci szegmensek hatékony meghatározásához. Ezen kritériumok meghatározóak amellet is, hogy a vizsgált időszak alatt több társadalmi, gazdasági és technológiai változás ment végbe a világban.

12. táblázat: Négy fő szegmentálási megközelítés marketingszempontról és a megközelítések csoportképző kritériumai

1. Generációs szegmentáció	2. Életkor szerinti szegmentálás
<i>Szenior vs. Baby boomers</i> Az ifjúság fogalma Baby Boom meghatározása Az idősök piacának sokfélesége	<i>Különbség a fiatal-öreg (young-old) és az öreg-öreg (old-old) között</i> Kronológiai életkor, mint szegmentációs kritérium Két korhatár A költési minták különbségei
<i>Keresztmetszeti vizsgálat</i> Generációs szegmentálás Különbségek a kohorsz és a generáció között A szeniorok és a baby boomerek karakterisztikái közti különbségek	<i>Megkülönböztetés felnőttkori szakaszok között</i> Középkorúak (middle-adults), Késői felnőttek (late adults), Idősök (old)
<i>Az idősök piacának ellentmondásai</i> Életkor Egészségi állapot és az életmód Vásárlási hajlandóság és ajánlások	<i>Megkülönböztetés négy eltérő kor-csoport (osztály) között. Az életkori kritérium nem elég</i> Fiatal idősök (young olders), Középkorúak (middle olders), Idősök (aged), Nagyon idősök (very old)
3. Társadalmi-demográfiai, fizikai-társadalmi és pszichográfiai szegmentáció	4. Gerontográfiai szegmentálás, mely magában foglalja az előző 3 megközelítést is
<i>Szocio-demográfiai kritériumok</i> Hat szegmens Jövedelem, életszakaszok és életmód Kronológiai életkor, kognitív életkor és egyéb kritériumok	<i>A kor, mint sokdimenziós konstrukció</i> Multidiszciplináris megközelítés Az öregedés összetettsége Egységes elmélet Multidiszciplináris megközelítés
<i>Fizikai és társadalmi kritériumok</i> Fizikai tényezők és társadalmi tevékenységek Társas hajlam és aktivitás szintje A vásárlás, mint társadalmi tevékenység	<i>Négy gerontográfiai klaszter</i> Feltételezések alapján Két különböző csoport a szociabilitás szempontjából Két különböző csoport az egészségi állapotra
<i>Pszichográfiai kritériumok</i> Életmód Átmeneti események (transition events) Élet- és generációs tapasztalatok	<i>Hatás a vállalatok marketing stratégiáira</i> A gerontográfiai osztályok fogékonysága Haszonelvű ajánlatok Hedonikus ajánlatok

Forrás: (Guido, et al., 2018, p. 260.)

4.2.1. Életív, életciklus, életstílus

Az *életív marketing*, mely az egyének életíven való elhelyezkedése, életfázisa alapján vizsgálja az eltérő igényeket és vásárolt termékek körét (Töröcsik, 2016b). A csoportok lehatárolásánál szempontként jelentkezik az egyének életkora, felelősségvállalása másokért (feleség, férj, élettárs, gyerekek), háztartásának jellege (önálló, eltartottkénti részvétel, a háztartás létszáma) és jövedelmének forrása(i). Megállapítható, hogy az életív mentén klasszikusan a marketingesek nagyobb fogyasztói csoportokban gondolkodnak, melyek idővel kisebb, karakteres csoportokra bomlottak szét. A korábbi élethelyzeteket jelentősen megváltoztatta a kitolódó gyerekkor és iskolázottsági idő, valamint az gyerekkor ideje alatti korai önállósodás. Emellett viszont az önálló élet kezdete nem feltétlen esik egybe a családalapítással – kitolódott a gyermekvállalás és a másokért való

felelősségvállalás ideje. Munka tekintetében a korábbiakhoz képest rövidül a középkorúak foglalkoztatása, az életkort vizsgálva pedig növekszik az idősor hossza. Mindezeknek köszönhetően a csoportok korhatárai fokozatosan kitolódnak. A jelenleg vizsgált 50-70 év közti korosztály az életív mentén az alábbi csoportokba tartozhat:

- *gyermekesek/családosok* (35-45 év; várható korhatár: 39-59 év): felosztható kis-, illetve nagygyermekes alcsoportokra. A csökkenő gyerekszám mellett is a kiadásokat erőteljesen befolyásolja a gyermekek életkora, a gyerekeknek adott nagyobb vásárlói önállóság.
- *életet újrafogalmazók* (46-59 év; várható korhatár: 55-65): gazdaságilag aktív, de „kirepült” gyermekes emberek. Ennek köszönhetően „újrafogalmazzák” életüket, értelmet keresnek a felszabaduló időnek, ismételten párjuk felé fordítják figyelmüket. Egyaránt vásárolnak szüleiknek, gyermekeiknek, de fokozódik a saját fogyasztás mértéke is. Itt jelentkezhethet a „kapuzárasi pánik” is, mely párkapcsolati, munkahelyi válságokkal járhat együtt. Újra nagyobb súly helyeződik a lakhatás, lakberendezés, az életberendezés problémáinak megoldására, a kondíció fenntartására.
- *seniorok* (60 - 65 év felett): nem csak az általános „nyugdíjas” kép megtestesítői. Fogyasztás terén többet költenek egészségükre, kevesebbet tartós fogyasztási cikkekre, arányaiban növekszik a napi ellátás szintjét szolgáló termékek, szolgáltatások vásárlása. Határozott különbségek mutatkoznak esetükben életkor, egészségi állapot, életritmus vagy igényeik tekintetében is. A gyermekek már nem élnek a háztartásban, az egyik fél vagy mindkettő nyugdíjas és a háztartásfő 60 évnél idősebb. A társadalmi megítélés sztereotípiái negatívan érintik őket, valamint a nemek szerinti szerepmegosztások, elkülönülések az életkor növekedésével kiegyenlítődnek. A csoporttagok között a státuskülönbségeknél jelentősebbek a jövedelmi különbségek.

A családi kiadások vizsgálatában a *családi életciklus, életfázis* elmélete szerint a családok sajátos életutat járnak be, mely megmutatkozik számos téren, így életmódjukban, valamint a fogyasztott termékek körében is (Neulinger – Radó, 2015, p. 415.). A háztartási adatok elemzésével az egyes háztartástípusok jövőbeli aránya, és várható jövőbeli fogyasztásuk jósólhatóvá válhat (többek között Du & Kamakura, 2006). Az egyes szakaszokban eltérnek a szükségletek, motivációk és a vásárlóerő; és a kialakult

változások követik az életciklus egyes szakaszai szerint bekövetkező demográfiai változásokat. Elméleti megközelítése, valamint kutatási lehetőségei folyamatosan alakulnak, alkalmazkodva a társadalmi változásokhoz (pl. klasszikus családmodellek mellett megjelentek az egyszülős háztartások stb.). Neulinger Ágnes és Radó Márta 2015-ös cikkükben a háztartások demográfiai összetételének (a családi életciklus szerinti) változásait vizsgálta és az életciklus és a kiadási szerkezet között fennálló oksági viszony megértését célozták. Kvázi kísérleti módszerrel, egy adott életciklus szakaszba tartozó háztartást hasonlítottak össze egy hozzá, az összes megfigyelhető változó szerint hasonló háztartással, mely nem az adott életciklusszakaszba tartozott. Az alábbi 13. táblázat szemlélteti kutatásuk eredményeit, az életciklusok lakossági átlag feletti és alatti költségeit a párosítási módszerrel és a regresszióval korrigált adatok alapján. Felosztásuk szerint a jelen munkában vizsgált 50 feletti személyek a fiatal, gyermektelen (35 év alatti) csoport kivételével bármelyik életciklusszakaszba tartozhatnak. Módszerükkel a 65 év feletti idősök életciklus szakaszai esetében az „idős, egyedül élő” és „idős, társal együtt élő” fogyasztása közötti különbségeket tudták feltárni, melyek alapján csak az üres fészek háztartásai költenek átlag felett egészségügyre, ezáltal pontosítva az idősök egészségügyi költségének képét. Emellett csak az egyedül élő idősök esetében mutatott átlag alatti kiadást az oktatásra és közlekedésre szánt kiadások, valamint az egyéb termékekre és szolgáltatásokra való havi költségek aránya alakult átlag felett. *„Az egyedül maradt idősök társas tevékenységükben aktívabbnak tűnnek, és arányaiban többet költenek kultúrára/ szórakozásra, de kevesebbet egészségügyre, mint a társukkal élő idősök. Emellett az idősök háztartásaiban egyes kiadási tételek aránya a várakozásokkal szemben nem csökken a teljes lakossági átlag alá (például a sport/kényeztetés típusú költségek). Ez a magyar társadalomban jelen lévő új, modern életstílusú idősök csoportjára és fizetőképes keresletére utal.”* (Neulinger – Radó, 2015, p. 430.)

13. táblázat: Az életciklusok lakossági átlag feletti és alatti költségei

Életciklusszakasz	Átlag feletti költség	Átlag alatti költség
Fiatal, gyermek nélküli (35 év alatti)	Ruházkodás és lábbeli Sport, wellness, masszázs, kozmetikum Kultúra és szórakozás	Egészségügyi kiadások Oktatás Hiteltörlesztés
Tele fészek 1. (társal és 6 év alatti gyermekkel)	-	Sport, wellness, masszázis, kozmetikum Kultúra és szórakozás
Tele fészek 2. (társal és 6 év feletti gyermekkel)	Oktatás	Egyéb termékek és szolgáltatások Megtakarítások

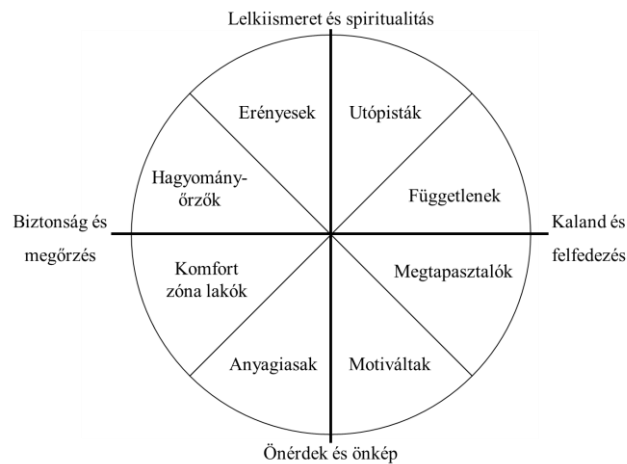
Életciklusszakasz	Átlag feletti költés	Átlag alatti költés
Egyedülálló szülő (nincs társ és van gyermek)	Ruházkodás és lábbeli Oktatás	Egészségügyi kiadások Megtakarítások
Középkorú, gyermek nélküli (35 és 65 év közötti és nincs gyermek)	-	Oktatás
Társsal élő, üres fészek (65 év feletti társsal, de gyermek nélkül)	Egészségügyi kiadások	Kultúra és szórakozás
Egyedül élő, üres fészek (65 év feletti, társ és gyermek nélkül)	Egyéb termékek és szolgáltatások	Közlekedés Oktatás

Forrás: Neulinger – Radó, 2015, p. 430.

Életstílus alapján szintén számos lehetőség adódik a szegmentálásra, hiszen a fogyasztókat meggyőződésük, értékeik, érdekeik, ambícióik, félelmeik és számos más „soft” tényező alapján csoportosítja (Stroud, 2005). Az életstílus-vizsgálatok komplexitást adnak (Töröcsik – Szűcs, 2019), rávilágítanak az egyes döntések kereteire, függetlenül termékektől, iparágaktól. Ezáltal a maga „természetes közegében” és teljességében ismerhető meg a fogyasztó. Segítenek kialakítani többek között a marketingkommunikációt, a fogyasztói szegmenseket és a marketingstratégiai döntéseket. Stroud három életstílus szegmentációs módot csoportosít: a) a sztereotípiák használatát (ritkán járnak számszerűsítéssel, minőségi bizonyítékokkal, a legkevésbé hasznosak), b) a pszichológiai modellek alkalmazását (melyek sok esetben nehezen vezethetők át a gyakorlatba), valamint c) a klaszterkutatásokon alapuló életstílusvizsgálatokat.

Pszichológiai modell átvételére jó példa a Shalom Schwartz (1992) „életértékek” modelljéből kialakított fogyasztói besorolás (Millward Brown idézi Stroud, 2005, pp. 121-123.), mely kategóriáit az 4. ábra szemlélteti. Az értékek nem külön-külön, hanem egy integrált hitrendszerben irányítják a cselekvést és az ítéleteket a szituációkon keresztül. Ezzel szemben az attitűdök és vélemények viszont „terüleetspecifikusak” (egy adott objektummal kapcsolatos meggyőződések egy adott kontextusban) és ugyanezek is befolyásolják a viselkedést, de változnak az élet során, míg az értékek személyenként mélyen beépültek, stabilak, és lassan vagy egyáltalán nem változnak. Az értékkonstrukciók száma viszonylag kevés, és nagyrészt egyetemesek és meghatározhatók: viszonylag stabil gondolatokként vagy meggyőződésként; kívánatos magatartás vagy életmód alapján; a szituációkat meghaladó jellemzőkként; melyek irányítják a döntéshozatalt; és relatív fontosság szerint rendeződnek.

4. ábra: Pszichológiai modell átvétele: Schwartz egyetemes emberi értékek TGI által adaptált modellje



Forrás: Schwartz, 1992; TGI, 2004 idézi Stroud, 2005, p. 122.

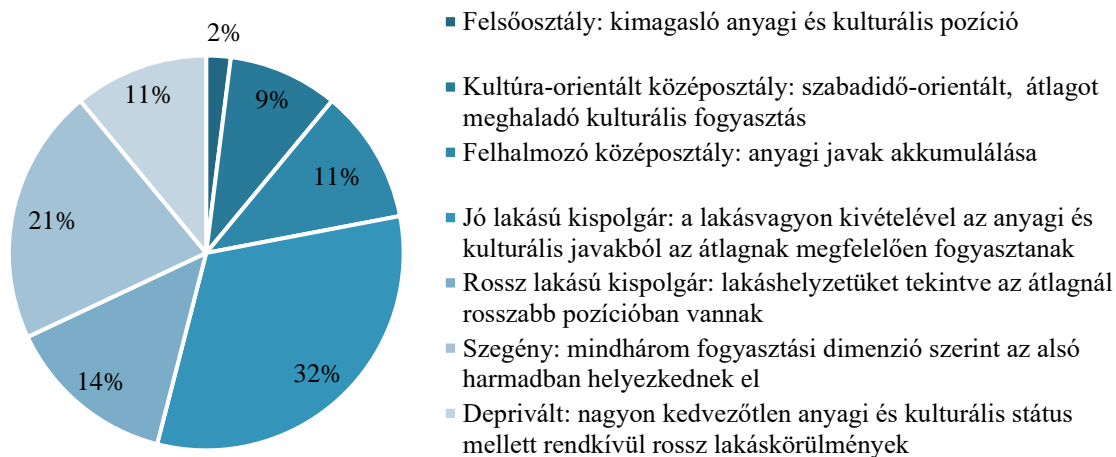
Az érték-attitűd-viselkedés kapcsolatára mindemellett számos alátámasztás (Chuah, 2010) és cáfolat (Ajzen & Fishbein, 1977) is olvasható a szakirodalomban, hiszen a szituációs tényezők erőteljesen befolyásolhatják a viselkedést. Mindezen elméleti alapokat a gyakorlatban tesztelni és piacutatással vizsgáltatni szükséges, hogy megfelelő szegmentációs technika alakulhasson ki, viszont az értékek „egyetemessége” mellett az eltérő piacokon más választás lehet célravezetőbb.

A *klaszterkutatásokon alapuló életstíluscsoportok* kutatása azonos viselkedésű, meggyőződésű és hozzáállású fogyasztók klaszterekének azonosítására szolgál (Stroud, 2005, pp. 123-131.), nem pszichológiai vagy szociológiai modellre, hanem a modern fogyasztói magatartás tényezőire támaszkodva. Stroud példaként az „Understanding Fifties and Over” (UFO) nagyszabású kvantitatív és kvalitatív kutatást említi, mely a 2000-es évek elején az Egyesült Királyság 50 év feletti lakosságát vizsgálta. Az életmódcsoportok eltérő médiapreferenciáit leíró tanulmány célja annak megértése volt, hogy a különböző csoportok hogyan reagálnak a márkákra, a technológiára, a változásokra és a médiára. A vizsgált attitűdök terén az alábbi kategóriákat érintették: technológia, internet, nyugdíjazás, az otthon szerepe, ünnepek/szabadság, divat, társasági élet, politika, egészség, márkák (márkázott termékek fontossága, bizonyos márkákra adott reakciók). A két attitűdtényező, amely a legjobban képviselte a csoportok közötti különbségeket, az a pozitív és progresszív életszemlélet mértéke volt.

Magyarországi időskori státuscsoportokat a Központi Statisztikai Hivatal is közzétett 2004-ben (Giczi – Ságbi, 2004, pp. 55-62., a KSH 2000. évi életmód/időmérleg-felvétele

alapján), melyben fogyasztás szerkezeti sajátosságai alapján különítették el az életstílus csoportokat (5. ábra). A csoportokat három dimenzió mentén alakították ki: az egyének lakásvagyonát, lakáshelyzetét, anyagi fogyasztását és kulturális aktivitását vették figyelembe. A felső osztálytól a depriváltak felé haladva növekszik a magasabb korú idősök aránya: amíg az előbbieknél csak egynegyede, addig az utóbbiaknál több mint 60%-a volt 70 éven felüli. Emellett a kutatásból kiderült, hogy „*az idősök társadalmi státusát, életkörülményeit leginkább a nyugdíjazásukat megelőző munkaerő-piaci pozíció határozza meg: minél előnyösebb volt ez, annál kedvezőbbek a mostani létviszonyaik.*” (KSH, 2004, p. 62.). Valamint a demográfiai jellemzők közül csak az életkornak volt számottevő szerepe: az idősebb nyugdíjasok státusa rosszabbnak bizonyult, mint fiatalabb társaiké.

5. ábra: Az idősök (60–x évesek) társadalmi-fogyasztási státuscsoportok szerint (%)



Forrás: (KSH, 2004 - Életmód/időmérleg-felvétel, 2000 in Giczi – Sághe, 2004)

Mindezek mellett külön, *adott kategóriák mentén* is csoportosíthatók az idősök, a kutatások céljától függően, lásd többek között: lakáshelyzet (életkörülmények) alapján vett szegmentálást (Székely Gáborné, 2017, p. 27.), mely eredménye szerint az idősök túlnyomó többsége évtizedek óta passzív a lakáspiacon: régóta nem változtatott lakást, és már nem is gondol a költözésre, valamint az idősök aránya magasabb (kutatás idejében) a lakótelepeken, mint a 40–50 év körülieké. A magas státusú idősök jóval szerényebb lakásban élnek, mint a hasonló pozíciójú fiatalabbak, miközben az alacsony státusú idősöknél ilyen különbség nem kimutatható. A heterogenitást mutatja, hogy jelentős hátrányban vannak az egyedül élők, különösen a nők, míg az idős párok életkörülményei sok tekintetben kifejezetten kedvező.

A 14. táblázat a fentebb jelzetteken kívül, a teljesség igénye nélkül, további különböző felosztásokat és az így kapott idős célcsoportok jellemzőit foglalja össze. A variációk szemléltetik, hogy piaconként, régiókként eltérő szegmensek alakulhatnak ki, melyek jellemzői idővel számos változáson esnek át, ezért ezeket rendszeresen át kell értékelni.

14. táblázat: Variációk időskori tipizálásra

Szegmentálási szempontok	Felosztások és jellemzőik	Szerzők
Szeniorfázisok, szegmentálás életkor alapján	<p>A fázisok és átmeneteik eltérő ütemben jelentkezhetnek az egyes kultúrák és az egyének szintjén. Példák:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A nyugdíjas szenior csoport bontható <i>fiatal idősekre</i> (nyugdíjas kor kezdetétől a 70-es évekig; egészségesek, vállalkozó kedvűek, aktív társadalmi kapcsolatokkal rendelkeznek) és <i>idős idősekre</i> (70/ 75 feletti; visszavonultabb élet, egészségügyi problémák) 2. Szeniorfázisok: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Előszénior</i> (1; 50-es évek): gyerekek elhagyják a házat, nagyszülő szerep, magas jövedelem, újra-orientáció, nyugdíjazásra felkészülés. - <i>Fiatal szenior</i> (2; 60-as évek): nyugdíjazás, szűkülő jövedelem, szociális változások, több szabadidő, lassú identifikáció, első eü. panaszok. - <i>Idős szenior</i> (3; 70-es évek): testi-szellemi változások, identifikálódás, növekvő függőség, kortárs szeretteik halála) <p>Grey reklám-ügynökség (Neue Lust in reifer Schale, 2003):</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Master Consumer</i> (50–59 év): attraktív, aktív életük csúcspontján lévő, jó jövedelemmel rendelkezők, inkább magukra, mint gyermekeikre költenek. - <i>Maintrainer</i> (60–69 év): passzívok, de élet-élvezők, gondolkodásukban, vásárlásaikban konzervatívok, de jól érzik magukat a megnövekedett szabadidő, a munka terheitől való szabadulás miatt. - <i>Simplifier</i> (70+): „sztereotip” módon elképzelt nyugdíjasok. 	Kölzer (1995); Giddens (2003); Andorka (2006); Kramer-Hoffmann (2007); Rutishauser (2005)
Életív mentén, háztartástípus, valamint a vizsgált személy felelősségvállalása mások irányába	<p>Kezdetben: családos – idős. Jelenlegi leggyakoribb felosztás:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>gyerekes háztartás</i>: önálló háztartás, gyerekekkel (alacsonyabbakra osztható: legkisebb gyerek 6 év alatt, legkisebb gyerek 6 év felett, idősebb gyerek) - <i>idősebb pár</i>: „kiürült fészek” (gyerek nélküli háztartás), legalább az egyik fél nyugdíjas és a háztartásfő 60 évnél idősebb, - <i>szenior háztartás</i>: nyugdíjasok gyerek nélkül, - <i>idős egyedül élő</i> <p>Családi életciklusok, életfázisok alapján</p>	Töröcsik (2016)
Trendcsoportok (életstílus jegyek alapján)	<p>Európai társadalom 50 feletti idősek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Szuperapák/nagyapák</i>: élvezik, hogy gyermekeik/unokáik felcseperedését közvetlen közelről figyelhetik és befolyásolhatják; akár a háztartásbeli szerepét is magukra vállalják, nyitottabbak a vagány dolgokra - <i>ÚjKarrieristák</i>: a karrierben bekövetkező mélypontok ellenére/után új lendülettel keresik az új lehetőségeket, fogékonyak az innovációra, technológiákra, önmegvalósítás a céljuk - <i>Ezüst vállalkozók</i>: nyugdíj mellett is a vállalkozásukban maradnak, motivációjuk a munkájukkal kapcsolatos szenvedély, bölcsesség és a jó érzés, tanítják az utánuk következő generációkat - <i>Örökké fiatalok</i>: nyugdíjkorhatár elérésére új fejezet kezdeteként jelenik meg életükben, lelkesedés és kíváncsiság jellemzi őket, 	Trendinspirációs Műhely (2020)

	<p>terveik vannak és igyekeznek minél aktívabban eltölteni idejüket, akár a határaikat is feszegetve, a kihagyott élmények pótlására törekednek</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Felfedezők</i>: 50-59 éves, életstílusát és munkakörülményeit tekintve aktív lakosság, a kiadásokat a megtakarításokkal szemben előnyben részesítő, élményorientált szegmens, magas szabadon rendelkezésre álló pénzüsszegekkel rendelkeznek 	
Életstílus alapján	<p>Szegmentálás AIO alapján: Aktivitások (activities), Érdeklődési körök (interests), Vélemények (opinions)</p>	Freter (1983)
	<p><i>Sztereotípiák mentén</i> (csoportok ambíciói, reményei, szeretett ill. gyűlölt dolgai mentén): pl. The Fish Can Sing marketing agency</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>The Saga Louts</i>: 60 év körüliek, jólét, szabadidő, gazdagság, dicsekvés jellemzi őket - <i>The Fair-to-Middlings</i>: finomabbak, ízlésükben kevésbé vagányak, tekintélyesebbek - <i>Alt-middle</i>: bármilyen korúak lehetnek, cinikusak a modern élet legtöbb aspektusával kapcsolatban, melyekről úgy vélik, hogy kevés értéket kínálnak 	
	<p><i>Pszichológiai modellek segítségével</i>: pl. Schwartz (1992) „életértékek” modellje: pl. Millward Brown</p>	Stroud (2005)
	<p><i>Klaszterkutatásokon alapuló életstíluscsoportok</i>: Understanding Fifties and Over (UFO) kutatás közreműködői: OMD UK, SAGA, The Daily Telegraph, Peugeot</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Live Wires</i>: elfoglalt, egészségtudatos, pénzügyileg stabil, élvezzi ünnepek, autók, kutyák, ruhák - <i>Happy and fulfilled</i>: pénzügyileg biztonságos helyzetben él, változásellenes, nyaralás/ünnepek párti, legkevésbé befolyásolják a hirdetések - <i>Super troopers</i>: sokuk elvesztette a társát, a TV fontos társasági forrás lett - <i>Rat-race junkies</i>: még dolgozik és sok esetben a második családjával él, pénzügyileg szorongó, de például szabadságra sokat költ - <i>Living Day-to-Day</i>: alulfizetett, nem engedheti meg magának a luxust, de divatkövető és jól ismert márkákat vásárol - <i>Unfulfilled dreamers</i>: vegyes nézetekkel rendelkeznek a reklámokról, hitelt törleszt, nemigen nyaral, bulvárolvasó - <i>Anchored in the Past</i>: kockázatkerülő, nyugdíjból/egyéb juttatásokból tartja el magát, kis érdeklődést mutat az ünnepek/nyaralás iránt 	<p>Acxiom Corporation (2018)</p> <p>ESRI (2014)</p> <p>Balderjahn – Scholderer (2007)</p> <p>Wagner – Bug (2015)</p> <p>Veres (2010)</p>
	<p>Personicx: Egyesült Királyság piacának 55 robusztus klaszterbe történő felosztása öt számjegyű kódot használva, amely ötvözi az életszakaszt (fiatal felnőttek, családos gyerekekkel, üres fészek, nyugdíjas), a gazdagságot, a digitális aktivitást és az életkort. Az 50 év fölötti szegmensbe főleg a már „üres fészkűek” és a nyugdíjasok tartoznak.</p> <p>Tapestry Segmentation projekt: USA Tehetős, egyedülálló párok / Ezüst és arany / Rozsdaövi nyugdíjasok / Idősek / Szenior napvadászok / Az otthon melegét keresők / Biztosítottak</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Felső piac</i>: Idős humanisták / Liberális felső osztály / Jól élő „játékosok” - <i>Mainstream/Középréteg</i>: Státus- és karrierorientáltak / Békés életet élők - <i>Alsó réteg</i>: Hagyománykövetők / Gyökerüket vesztett fizikai munkások / Kisvállalkozók 	Socio-vision, (é.n.), Gröger et al. (2011)
Öregedéshez való hozzáállás	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Szuverén, korát vállaló idősödő réteg</i>: kiegyensúlyozottak, elfogadják korukat, elégedettek, aktívak, pozitívan szemlélik a 	Senior-Marketing (1997)

	<p>világot. Nem zárkóznak el az új termékek, márkák kipróbálásától, de a minőségi termékekben hisznek.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Az idősödéssel nem azonosuló csoport</i>: korukat, a korukkal kapcsolatos tevékenységeket, termékeket demonstratívan elutasítják, a fiatalok stílusát, ízlésvilágát követik és viselik. Nehezen tartják be az ésszerű határokat, hedonisták és költekezők. - <i>Hagyományos idősödők</i>: önállóak, még aktívak, de leértékelik magukat és testüket is korukkal együtt. Elfogadják az idősök sztereotip társadalmi megítélését. Árérzékenyek, akciót keresők, viszont az egészségükkel kapcsolatban sokszor minőség- és márkaérzékenyek. - <i>Apatikus idősök</i>: legidősebb csoport. Életet feladók, passzívak, alacsony az önértékelésük, amit gyakran a környezet nagy mértékben előhív és/vagy megerősít. 	
Egészség vagy aktivitás	<ul style="list-style-type: none"> - „<i>go goes</i>”: idősök, de nem érzik magukat annak, valamint hiszik, hogy a biológiai kor nem azonos a szubjektíven megélt korral. Szabadidős tevékenységükben kedvüket lelik, az előző években kimaradt lehetőségeiket pótolják. A pénzüket magukra költik, nem mondanak le a gyerekek, unokák javára és utaznak, önmegvalósító törekvéseik vannak. Ezen tevékenységekhez megfelelő anyagi kerettel rendelkeznek. Kevésbé érzik, vagy jobban tudják kompenzálni az életkorból adódó negatív változásokat. - „<i>slow goes</i>”: fő törekvésük, hogy minél tovább önálló, megfelelő minőségű életet biztosítsanak maguknak. A vásárlásokban a stabilitást, hitelességet, a tényleges hasznot, és az előnyöket keresik, nem könnyű meggyőzni őket. - „<i>non goes</i>”: nagyrészt egészségügyi problémával küzdő, egyedülálló nőket szemléltet a kategória. Olyan termékeket igényelnek, amelyek intelligens módon egyenlítik ki testi-szellemi hiányait. Nehéz számukra pozitívan kommunikálni, mert stigmatizáltak a nekik szánt termékek, szolgáltatások vagy a hozzájuk kapcsolt asszociációk. 	Karmasi n (1995)
Aktivitás és életkor: aktív-fiatal és passzív-öreg idős korúság mentén	<ul style="list-style-type: none"> - öntudatos, kritikus fiatal öregek - felvilágosult, érdeklődő fiatal öregek - aktív, rugalmas fiatal öregek - passzív, szürke öregek - letisztult, sorsukat elfogadó öregek 	Infratest, Senior- markt (1992)

Forrás: saját szerkesztés a jelzett források, valamint Szarka (2014) és Töröcsik (2016) alapján

4.2.2. Médiagenerációk

A média által előszeretettel használt generációs felosztás jelentős figyelmet kap napjainkban. A generációs szegmentáció abból a feltételezésből indul ki, hogy az emberek, akik egy adott történelmi időszakban éltek, valószínűleg nagyon hasonló élettapasztalatokat szereztek, ami közös értékek, attitűdök és magatartásformák (korszakjellemzők) kialakulásához vezetett (McCrindle – Wolfinger, 2010a, b). Ez a szegmentálás általános képet nyújt az ugyanabban az időszakban született egyének életstílusáról és szokásaival kapcsolatos különbségekről. A fogyasztásra gyakorolt kulturális hatások megértéséhez a keresztmetszeti mintavételes felmérések (kohorszanalízisek) megfelelőbbnek bizonyultak, mint a longitudinális kutatások (Rentz

– Reynolds, 1981). Az életkori, például időskori vásárlási jellegzetességek nem keverendők össze az adott generációkra jellemző sajátosságokkal. Jelenleg Magyarországon hat generáció él egymás mellett, persze attól függően, hogyan határozzuk meg a generációkat. A következőkben csak az 50 év fölöttiek médiagenerációs csoportjainak jellemzőit és vásárlási szokásait mutatom be a KPMG Tanácsadó Kft. 2018-as Fogyasztói mozgatóerőkről szóló tanulmánya alapján, mely könnyen átlátható képet tár fel a hazai fogyasztókat irányító és megkülönböztető mozgatóerőkről. Magyarországon a relatív jóllét következtében sokkal többet és többfélet lehet könnyebben vásárolni/fogyasztani, mint a korábbi évtizedekben. A tanácsadó cég öt fő mozgatóerő mentén - *motiváció, figyelem, kapcsolat, szabadidő és keret* – írta le a vásárlási jellemzőket a különböző generációk képviselőiről. Ezeket külön-külön vizsgálva a fogyasztói döntéshozatal egy-egy aspektusának megértését teszik lehetővé, egységben szemlélve viszont segítenek értelmezni a folyamatosan változó vásárlói igények és attitűdök komplex mechanizmusát. A figyelem a fogyasztói figyelem felkeltésének képességéről szól. 20 éve fél perc jutott ennek elérésére, ma már – különösen online térben – csak pár másodperc áll rendelkezésre a hirdetések, marketingesek számára. Egy weboldal, ha nem töltődik be 1-3 másodperc alatt, jelentős mennyiségű vásárlótól esik el (ez telefonon 1 mp), valamint az online látott (reklám)videók első 3 másodpercének van esélye megfogni a nézőket. A fogyasztók egyre értékesebbnek tartják a rendelkezésükre álló szabadidőt, attól függetlenül, hogy értékét eltérően ítélik meg, de ebből akármire nem szívesen áldoznak. Keretként pedig a rendelkezésre álló jövedelem, fogyasztói kosár és az aktuális életszakasz ad korlátokat, melyek meghatározzák a költségek mértékét.

A generációk megtapasztalt események, technológiák alapján alakítanak ki sajátos fogyasztói szokásokat, melyek szemléltetik, hogy a nemzedékek közötti különbségek nem feltétlen csak életkori határokhoz kapcsolhatók, ezek egész életpályán is végig kísérhetnek. A fogyasztók megértését elősegíti, ha ismerjük és értjük azt a kort, melyet megéltek. 1960-tól a (gulyás)*kommunizmus hiánygazdasága*, szegényes választéka meghatározta a vásárlási lehetőségeket. Ismertségi körnek köszönhetően vagy szemfülesség révén lehetett csak hozzájutni számos termékhez. Az 1990-es évek *rendszerátváltása* társadalmi átrendeződést és piaci változásokat hozott. Fogyasztói szempontból a „vágyakozás korának” nevezhető ez az időszak, mert sokak számára elérhetetlen javakat jelentettek a nyugatról beérkező reklámok. Az *információ kora*

(2000-es évek) meghozta Magyarországnak is a globalizációt, ezzel együtt számtalan új lehetőséget, a kínálati piacot és a versenyt a fogyasztók kegyeiért, figyelméért. A 2008-ban kialakult nemzetközi pénzügyi válság elhozta a *válság korát* hazánkba. Az előző években megtapasztalt „*gazdasági fellendülés, hitelezési hajlandóság és annak relatív alacsony költsége lehetővé tette a jelzálog és fogyasztási hitelek eddig elképzelhetetlen elterjedését*” (KPMG, 2018, 7.). A korábban relatívan stabilabbnak tekintett svájci frank alapú hitelek törlesztőrésze hirtelen megfizethetlenné vált, ami így sok vállalkozást és magyar családot juttatott csődbe; az ingatlanok eladhatatlanná váltak, munkahelyek szűntek meg. Keresettek lettek az olcsóbb diszkonttermékek, visszaesett a vásárlás és a vásárlói bizalom, azonban az elterjedő okoseszközöknek köszönhetően nőtt az online vásárlások aránya. A bárhol, bármikor beszerezhető információ és a szükségképpen visszafogott fogyasztás a 2010-es évekre kitermelte a *tudatos fogyasztót* (KPMG, 2018). Ebbe a csoportba tartozóak többre értékelik a jó ár-érték arányt és megtakarításért cserébe hosszabbra is engedik a kiszállítási időt, valamint nem szívesen vásárolnak a diszkontokban. Szébb képet mutat már a 2013-as évtől kezdődő *vásárlók kora*. A fogyasztók pragmatikusabban hoznak meg vásárlási döntéseket, tudatosabbak és megnövekedett online visszajelzések szerepe. Ár-összehasonlító vagy egyéb gyűjtőoldalakat használnak, véleményt osztanak meg, tájékozódnak, fontossá vált az élménykeresés, önmaguk kifejezése, pozitív érzéseik. Napjaink kulcsszavává a „fogyasztói élmény” vált, melynek jelentősége tovább fog fokozódni.

Mindezek vizsgálata segítségül szolgál a fogyasztók szokásainak pontosabb definiálásához és a vásárlók döntéseinek jobb megértéséhez. Vásárlóerő megoszlása a mai magyar (idős) fogyasztói társadalomban (KPMG, 2018, 14-21.):

Veterán (csendes) generáció: „Az sem buta ember, aki hallgat.” Ugyan beletartoznak a vizsgált célcsoportba, de esetükben már főképp a leszámazottak intézik a bevásárlás, ellátás számottevő részét.

Baby Boomer-ek, avagy Ratkó-gyerekek (22%): „Jobb félni, mint megijedni.” „Meglesz még ennek a böjtje.” Nyugdíjkorban vannak vagy már nyugdíjasoknak számítanak. A kemény munkát, biztonságot, megbízhatóságot tartják fontosnak, tisztelik az önfeláldozást, megszokták a szűkösséget, takarékosak, találékonyak. Leginkább a politikai események hatottak életükre, közös emlékekben megmaradt a rokonok elvesztése vagy az áruhiány, de a háború adta nélkülözés már nem nyomta rá a bélyeget gyerekkorukra. Fiatal felnőttként élték át a 1968-as gazdasági reformot és ezt követően

Magyarország „legvidámabb barakká” alakulását, később pedig a rendszerváltást. A megváltozott munkakörülmények, a privatizáció és az új munkaerőpiaci kihívások (nyelvtudás, új szemlélet, új vállalati kultúra, fiatalok nyomulása) két részre osztották a csoportot, a jól alkalmazkodókra és az egzisztenciális krízist átélőkre. Úgy vélik, az életről szerzett tudás mindennél fontosabb és az életkorral egyenes arányban nő (Gergátz, 2010; Szabó, 2015). Generációs helyzetükből adódóan a Baby Boomerek két ellentmondó világkép közé kerültek, mely az individualizmus és a társadalmi aktivizmus (Dann, 2007). Fogyasztásukat tekintve megfontoltan hoznak döntéseket, tartalékolnak vagy épp felhalmoznak (főleg tartós élelmiszereket), mert még mindig jellemző a hiánytól való félelem. Személyiségüket tekintve általánosságban beletörődőek, árérzékenyek, szeretik a jól bevált termékeket és jellemzően márkahűek. Hatékony marketingkommunikációs eszközök irányukba az offline reklámok és kuponok, kedvezmények, ezek használatáért akár a távolabbi boltokat is meglátogatják. Információt közvetlenül, személyes kapcsolatokon keresztül gyűjtenek, ezért fontos számukra az eladóval való megfelelő kommunikáció. Egyre többen nyitnak az online terekre. A vállalatok számára kiszámítható, megbízható és hűséges fogyasztók, igényeik könnyen azonosíthatóak.

X generáció: Rendszerváltás vállalkozói (42%): „A szomszéd kertje mindig zöldebb.” „Sok kicsi sokra megy.” Gyerekkoruk a Kádár-korszakban volt és a rendszerváltás idején váltak felnőtté, így megtapasztalták a hiánygazdaságot és a kommunikációs eszközök deficitjét (hétfői adásszünet, a csatornák és rádióadások szűkössége, mozifilmek lassú megérkezése). Racionalisták, önérvényesítők, kevésbé tisztelik a hierarchiát, mint elődeik. Személyes hitelességre, esélyegyenlőségre és autonómiára törekednek. Törtetőek, a karriert a család elé helyezik, belefeledkeznek a viszonylagos anyagi jólétbe, stresszesek a munkájukból fakadóan, melyből adódóan ki is éghetnek. Fontos számukra a pénz és a karrier, maximalisták és ők az első generáció, akikre ránehezedett a multinacionális vállalatok teljes terhe, így sokuknak gondot okozott a család és a munka összeegyeztetése, ami fellendítette a pszichoterápiák keresettségét. Gyerekként (akár „kulcsos gyerekként”) a viszonylag jó közbiztonság miatt az utcán, udvarokon játszva nőttek fel, így társas alkalmazkodásuk magas szintre fejlődött, összetartó generációvá váltak. Nem szívlelik a hierarchikus berendezkedést, a hatalmi viszonyokat. Együtt nőtt fel a generáció a TV adta szórakozással és digitális bevándorlóként felnőtt fejjel érte meg az internet előretörését (Coupland, 2007; Szabó, 2015; KPMG, 2018). Annak ellenére, hogy keresnek, vásárolnak online és telefonon, az okostelefonokat szívesen használják

még valódi telefonálásra, valamint nehezen barátkoznak meg az újabb és újabb platformokkal. Marketingkommunikációs szempontból lényegre törő és informatív online és offline reklámokkal, üzenetekkel érdemes őket megszólítani, mert tényekre alapozzák döntéshozatalukat, nem szeretnek kockáztatni. Mivel fontos számukra a karrier és a presztízs, ez márkafogyasztásukban is meglátszik. Vállalati szempontból akkor alkalmasak a befolyásolásra, ha az adott termék ígérete a minőségről, a magasabb státusról vagy az egyediségről szól.

4.3. Az idősek anyagi helyzete

A népesség előregedésének világméretű jelensége miatt az 50 plusz piac a leggyorsabban növekvő és leggazdagabb piac a fejlett országokban (Dann, 2007), a mai idős fogyasztók vásárlóereje meghaladja nemcsak elődeikét, hanem más piaci szegmenseket is (például a fiatalabb fogyasztókat). Emellett az egyének pénzmegtakarítással vagy kiadással kapcsolatos döntése együttesen befolyásolja a gazdaságot (Katona, 1975). Ebből is adódik, hogy az idősek fogyasztási és megtakarítási szokásainak vizsgálata nem újkeletű jelenség.

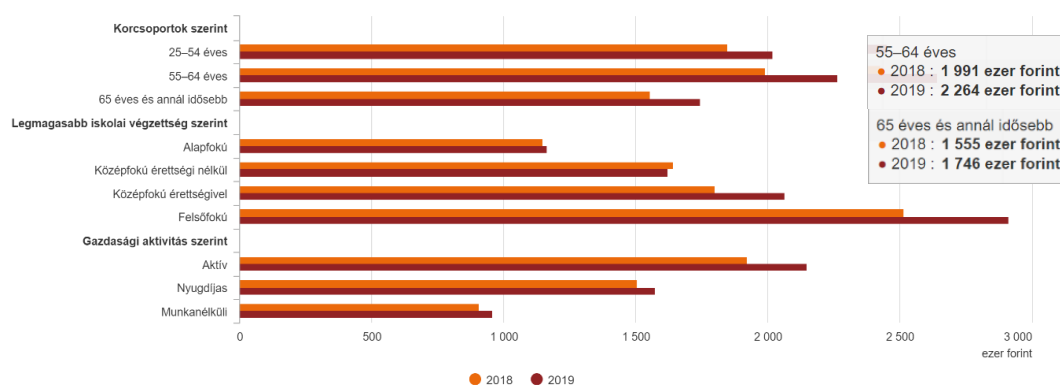
Megtakarítások tekintetében a kutatók modelljeikbe építették a megtakarítás pszichológiai tényezőit, mint például az önkontrollt, a gazdasági bizonytalanságtól való félelmet és a gazdasággal kapcsolatos pesszimizmust. Lunt – Livingstone 1991-es cikke alapján a korai elméletek alapjait jelentő *önkontroll* tekintetében úgy vélték, hogy a költségek kísértésének való ellenállás teszi lehetővé a megtakarításokat; mely képesség fejlődik az életkorral és az iskolai képzettséggel (Wärneryd, 1989). A takarékoság pozitív kulturális jelentése ellenére, Keynes (1936) a költést racionálisnak, míg a megtakarítást irracionális motivációs tényezőnek tartotta. Katona (1975) munkássága rávilágított, hogy az emberek gazdasággal kapcsolatos meggyőződése közvetíti megtakarításukat is. Modigliani *életciklus-elmélete* alapján az egyének eloszthatják jövedelmüket az élet folyamán, anyagi biztonságot nyújtva maguknak az esetleges nehéz időkre és nyugdíjukra, tehát az emberek a nyugdíjba vonulás után a fogyasztás biztosítása érdekében spórolnak, és ez a jól ismert jóléti, majd csökkenő vagyoni profilhoz vezet (Modigliani, 1986). Azonban már az 1970-es évektől kezdve megállapították a kutatók, hogy a megfigyelt életkor-fogyasztási profilok eltérnek a tiszta életciklus-elmélet által megjósoltaktól, de az elmélet jól bővíthető. Kutatásaik alapján az

életkor előrehaladtával az emberek megtakarítási aránya növekszik és a kohorsz-hatások, valamint a jövedelem-specifikus differenciális halálozás sem fordította meg az életkor-megtakarítási profilt (lásd többek között (Mirer, 1979; Börsch-Supan, 1992).

Magyar háztartások életszínvonalára – idősök helyzete

A KSH 2019-es háztartások életszínvonaláról szóló online kiadványa szerint legmagasabb jövedelemmel az 55–64 évesek, a felsőfokú végzettségűek és a gazdaságilag aktívak rendelkeztek (KSH, 2019). A háztartások egy főre jutó bruttó jövedelme a referenciaszemély életkorának emelkedésével növekszik. Az egy főre jutó bruttó jövedelem az 55-64 éves korcsoport esetében volt a legmagasabb, 2019-ben éves szinten 2 millió 264 ezer forintot tett ki, 13,7%-kal többet, mint 2018-ban (6. ábra).

6. ábra: Az egy főre jutó éves bruttó jövedelmek alakulása korcsoportok, iskolai végzettség és gazdasági aktivitás szerint

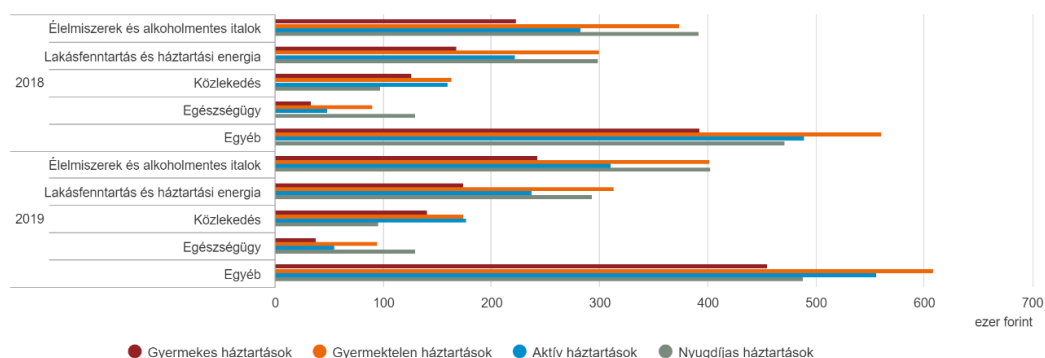


Forrás: KSH, 2019. Lila szín: 2019, narancs: 2018 (online, o.n.)

A nyugdíjas háztartások egy főre jutó bruttó jövedelme 2019-ben 4,6%-ot emelkedett az előző évhez képest, így 1 millió 574 ezer forintot tett ki. A társadalmi jövedelmek egy főre számított éves összege 477 ezer forintot ért el. Összetételét tekintve a legnagyobb részarányt (81,3%) a nyugdíjak és nyugdíjszerű ellátások jelentették. 2019-ben az átlagos bruttó magyar bér 406.400 forint, míg az átlagos nyugdíj összege 134.947 forint volt. A háztartások jövedelmi helyzete regionálisan is számottevően eltér. 2019-ben a legmagasabb egy főre jutó jövedelemmel rendelkező régió Budapest, ahol az egy főre jutó éves átlagos jövedelem 2 millió 641 ezer forint volt, míg a legalacsonyabb jövedelmű Észak-Alföld háztartásainak egy főre jutó bruttó jövedelme csupán 1 millió 658 ezer forint. A budapesti régió átlagos fejenkénti jövedelmei az országos átlag 1,3 szorosa, míg az észak-alföldi régióháztartásai 17,3%-kal vannak elmaradva az országos átlagtól. A jövedelmek nagysága követi a települési hierarchiát is: minél nagyobb a település,

annál magasabb az egy főre jutó bruttó jövedelem. A nyugdíjasok fogyasztási szerkezetének sajátossága, hogy háztartásaikban az átlagosnál magasabb a lakásfenntartási kiadások súlya, mivel háztartásaikban az átlagosnál többnyire kevesebb személy, gyakran mindössze 1 fő él, így a fix költségek nem oszlanak meg (KSH, 2018, 2019; 7. ábra).

7. ábra: A háztartások kiadásainak alakulása háztartástípusok szerint



Forrás: KSH, (2019, online, o.n.)

A nyugdíjas háztartások egy főre jutó személyes célú kiadása 1 millió 410 ezer forintot tett ki, folyó áron 1,3%-kal többet az egy évvel korábinál. Az idősök fogyasztási kiadásai évről évre meghaladják az országos átlagot, 2018-ban 25,9%-kal. Életkori sajátosságból adódik, hogy a nyugdíjas korosztálynak a legmagasabb az egészségügyi kiadása a többi háztartás típushoz képest. Az egészségügyi kiadások az ő esetükben éves szinten kevés híján 160 ezer forintot jelentettek, melyből az országos átlag közel másfélszeresét, 96.400 forintot fordítottak gyógyszerekre. Élelmiszere és alkoholmentes italokra 402.600 forintot költöttek a nyugdíjas háztartások, míg lakásfenntartásra és háztartási energiára 293.500 Ft-ot. 95.700 forintot közlekedésre szántak, egyéb kiadásokra 488.300 forint ment el. Viszonyításképp 2016-ban a magyar nyugdíjasok költségének 28%-a szolgáltatások igénybevételére fordítódott, amit az élelmiszerek követtek 27%-kal (KSH, 2016). Harmadik helyezést az egyéb cikkek kategória ért el több mint 19%-kal, melybe a gyógyszerek és más gyógyárak is tartoznak. További 10%-ot rezsire, míg szeszes italra és dohányra 8%-ot költöttek az idősök, miközben tartós fogyasztási cikkek vásárlására már csak 5,5%, ruházatra pedig nem kevesebb mint 2% jutott jövedelmükből. Ugyanerre a nem nyugdíjas lakosság átlagosan 3,5%-ot, alkoholra és cigarettára pedig 2%-kal többet áldozott. Egészségügyi kiadásokra a nyugdíjasok jövedelmének 6,1%-a megy el.

Az idősebb generációk ma identitásukat, valamint a társadalomban meghatározott szerepüket másképp látják, mint a korábbi generációk (Szarka, 2014, p. 27.). Guido (2018, p. 258.) alapján az elmúlt években az idős fogyasztók (60+ évesek) drámai változásokat mutattak a megvásárolt termékekben, mind típusuk, mind mennyiségük szerint. Elmúlt a régi sztereotípiák időszaka, amelyek a szenior fogyasztókat szegényként, betegként, inaktívként ábrázolja, akik alig hajlandók elkölteni a pénzüket és nem akarnak új dolgokat kipróbálni, hiszen az idősek tendenciózusan gazdagabbak, egészségesebbek, aktívabbak és hajlamosabbak a minőséget preferálni a megtakarítás helyett. Mindezek mellett természetesen beazonosíthatók sztereotipikus időskori vásárlási jellegzetességek (pl. megszokott márkák vásárlása, kisboltok előnyben részesítése stb.).

4.4. Összefoglalás

A mai fogyasztók korunk trendjei és a társadalmi hatások, elvárások, megosztó érdekeltségi, politikai és kulturális viszonyai (lásd többek között Laukó – Mihálka, 2016) között keresik identitásukat, viszonyítási pontjaikat, folyamatosan újra gondolván, értelmezve hozzáállásukat önmagukhoz, egészségi állapotukhoz vagy a természetesen végbemenő öregedési folyamathoz kapcsolódóan. Az idősek csoportja átalakulóban van, nemcsak számosságuk, de értékorientációjuk mentén is. Egyre nehezebb tipizálható fogyasztói klasztereket megállapítani, melyek pontos, vagy legalább közelítő képet adnak egy adott életkorú ember fogyasztási attitűdjéről.

A fejezet során ismertetett számos generációs csoportosítás és időskori tipizálás mellett vannak úgynevezett „age-neutral marketing” megközelítések (Stroud, 2005), melyek kampányai esetleg túl tágnak tűnhetnek, viszont alapgondolatuk alapján nem az életkor lesz az egyik releváns kérdés, hanem az adott ember életstílusa vagy egyéb célzott jellemzői. A marketingszakmáknak lépést kell tartaniuk a változó attitűdökkel – és főképp Magyarországon van még miben fejlődni e téren, hogy a marketing szakemberek ne feltétlen az „elévült” sztereotípiákban gondolkozzanak a célcsoportok meghatározásánál. Másik fontos tanulság pedig, hogy egyetlen korcsoportot, így az idős korosztályt sem szabad homogén csoportként kezelni. Amennyiben elengedhetetlen az életkor meghatározó szerepe valamilyen szempontból, visszautalva az előző fejezetre is, célszerű szubjektívabb életkori megközelítéseket alkalmazni a szegmentációk során vagy egyéb tényezők befojásoló hatásait erősebbként számba venni.

5. Kutatás az 50-70 évesek fogyasztói magatartásváltozásáról

A dolgozat eddigi fejezeteiben különböző aspektusokból vizsgáltam az idősödés folyamatát, annak megélését és az idős célcsoportok jellemzőit. A 2. fejezetben az ageing jelenségének különböző elméleti megközelítéseit vizsgáltam a biológiai jelektől kezdve a pszichológiai, társadalomtudományi és demográfiai hatásokon át. A 3. fejezetben az idős korcsoportba kerülés emberekre gyakorolt hatásait jártam körbe, kitérve az életkori felosztás és kezdőpontok eltéréseire, az életkorból fakadó diszkrimináció jelenlétére, az időskori életminőség fontosságára és a változásmegélés elméleti alapjaira. A 4. fejezet szólt a konkrét idős-fogyasztói megközelítésekről: az idősekre ható trendekről, az idős korcsoport különféle szegmentációs lehetőségeiről, fogyasztási jellemzőikről.

A kutatás kiinduló feltételezése volt, hogy az idősödés során megváltozik az emberek fogyasztási attitűdje, mely változás megmutatkozik a fogyasztás szerkezetének módosulásában és a vásárláshoz való hozzáállásban is. Ez nem egy önmagától, automatikusan végbemenő folyamat, mint maga az öregedés, hanem számos tényező együttes hatásának az eredménye.

Ha ezt a változást tekintjük az eredménynek, felmerül a kérdés, hogy pontosan mik azok a tényezők, melyek befolyásolják, előre mozdítják vagy épp gátolják a változást és folyamatának lefutását. Egyértelmű, hogy számos egyéni és környezeti körülmény közre játszhat ebben a folyamatban (lásd 8. ábra). Többek között befolyásoló erővel bír az egyén élethelyzete (életkora, társadalmi helyzete, gazdasági aktivitása, egészségi állapota stb.), életminősége és mindezek változása; az életíven elfoglalt helye, szerepköre és az ezekben bekövetkező formálódások; a magával hozott, tanult szokások, gondolkodásmód, értékek; illetve környezetének szabályrendszere, elvárásai, megítélése.

A felsoroltakon kívül még számos tényező kihatással lehet a fogyasztási attitűd megváltozására, de a terjedelmi korlátok miatt disszertációmban az életkort emeltem ki, mint fő vizsgálandó tényezőt, feltéve a kérdést: *milyen hatással van az életkor növekedése (valós vagy szubjektíven érzékelt) a fogyasztói attitűd változására*. Mivel nem magától értetődő a kapcsolat az életkor és a fogyasztási attitűd között, ezért az sem egyértelmű, hogy a szokások megváltozásában van-e és milyen szerepe van magának az öregedésnek. Ha feltételezem, hogy az életkor kihat az attitűdváltozásra, ennek kapcsán számos továbbit kérdés is felmerül:

— Az öregedés során mi hatására és mikor változnak meg a vásárlási szokások?

- A környezet életkori megítélése milyen hatással van a változásra?
- Kimutathatóak-e olyan töréspontok az életkor növekedése során, ami prognosztizálni fogja a változás bekövetkezését?
- Milyen fogyasztói csoportok keletkezhetnek az öregedés által?
- Milyen erősebben ható tényezők lehetnek az életkorhoz képest?

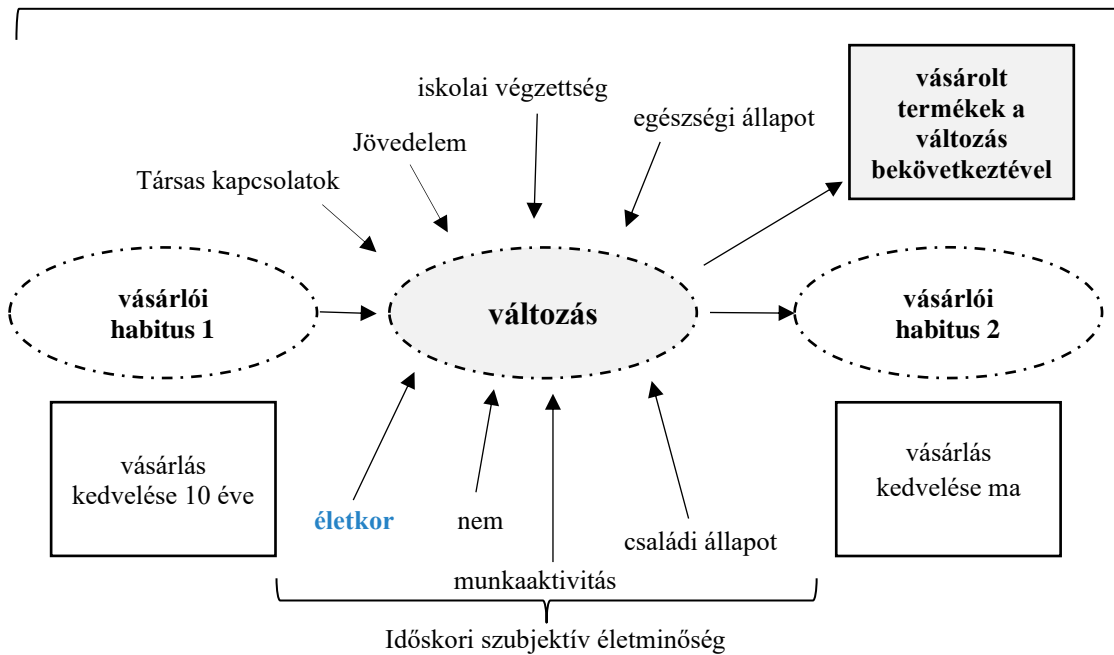
Mindezen kérdésekre a válaszokat jelen dokumentációban nem fogom tudni megadni, de közelítek a kérdések jobb megértéséhez. A 8. ábra szemlélteti a kutatás alapkonceptiójának modelljét, melyben kiemeltem azon tényezőket, melyek előfeltételezésem alapján befolyásoló erővel bírhatnak a vásárlói attitűd megváltozására. A megjelenített tényezők együttese teremti meg azon élethelyzetet, mely az élet számos területéhez hasonlóan, egyaránt megmutatkozik az egyén vásárlási habitusában is. A tényezők adott élethelyzetben más súllyal és erősséggel vannak jelen az adott személy életében, ezáltal számos egyedi, szubjektív és független fogyasztói eltérést felsorakoztatva. A demográfiai jellemzők mellett nagy súlyt fektettem a vásárlással kapcsolatos érzésekre 10 éves viszonylatban, a vásárolt termékek körének megváltozására (KSH termékcsaládok kategóriái alapján), a szubjektív életminőség szerepére, valamint az egyén kulturális környezetére (hogyan viszonyulnak az öregedéshez, öregséghez ma Magyarországon) is.

A 9. ábra szemlélteti azon gondolatot, mely szerint amennyiben léteznek az életkor tekintetében olyan változási csomópontok, amelyek kimutathatják vagy előre jelezhetik a vásárolt termékkörök (és ezáltal a szokások) megváltozását, akkor kérdéses lehet, hogy ezen csomópontok egységesek-e minden emberre vonatkozóan, vagy az eltérő attitűdű fogyasztói klaszterek más életkornál „törnek meg”, mutatnak változást.

Jelen kutatás során nem volt alkalom longitudinális felmérések kivitelezésére, hogy a fogyasztókban végbemenő „általános, mindenkire vonatkozó” életkori attitűdváltozások megfoghatók és értelmezhetők legyenek vagy a változást hozó töréspontok kimutathatóvá váljanak, ezért az alkalmazott keresztmetszeti vizsgálatokkal azokat az általános hatásokat igyekeztem feltárni, melyek az öregedés során következnek be és az életúton haladás okán szolgáltatnak változást a fogyasztók életében (többek között: családi állapot változása, függetlenedés, gyerekvállalás stb.). Az egyéni életesemények megismerése mellett fontos szempont volt az életkor, öregedés társadalmi megítélésének feltérképezése is.

8. ábra: A modell struktúrája

Környezet megítélése, befolyásoló szerepe



Forrás: saját szerkesztés

9. ábra: A változások valószínű bekövetkezése



Forrás: saját szerkesztés

Mindezek tekintetében a dolgozat bevezetésében megfogalmazott kutatási kérdésekre (K) talált szakirodalmi válaszok segítettek és pontosították a hipotéziseim (H) felállítását. Az alábbiakban a kérdéseim kapcsán gyűjtött válaszokat foglalom össze.

K1: Milyen az idős emberek mai megítélése? Mennyire uralják a róluk kialakított társadalmi képet a sztereotípiák?

A feltárt szakirodalmi megközelítések rámutattak, hogy az életkori előítéletek, valamint a diszkrimináció jelenleg is erős mértékben befolyásolják a mindennapi életet. Megmutatkozik ez az öregkor felületes, olykor negatívan túlzó értékelésében és bemutatásában mind az írott és képi anyagok kapcsán, mind az idősség általános (de kulturálisan eltérő) megítélésében. Ezen társadalmi hatások eredményei már „tudatalatti”, elsődleges reakcióként is kimutathatók, akkor is, ha a konkrét viselkedés

erről nem árulkodik (lásd Nash, 2017), és ezek különösen a fiatalabb generációk értékítéletét befolyásolják. Ez az általánosnak mondható megítélés erőteljesen kihat a fogyasztók viselkedésére (öregedés tagadása, elrejtése termékekkel) és erősíti a fiatalságkultusz megatrendjét is. A kérdés kapcsán megfogalmazott hipotézisem a következő:

H1: A társadalom negatív viszonyulása jellemző az öregedéssel, az öregséggel kapcsolatosan, ami az elutasítottságtól, a sztereotípiák elfogadásától az ageizmusig terjed.

K2: Mennyire vagy miben befolyásolja az életkor, az életszakasz vagy az életút a vásárlási szokásokban bekövetkező változásokat?

Az életkori eltérések érzékelhetők, de az eredményeket nagyban befolyásolja, hogy milyen életkori felosztásban, kategóriában (például kronológiai, funkcionális, kognitív) vagy szakaszolásban (adott életkort vagy életszakaszt vizsgálva) gondolkodnak a kutatók. Az életkori szakaszokban, ezen belül az idősség „időtartamában” sem szakmai, sem köznyelvi szinten nincs egyetértés, mely nehézkessé teszi az idős célcsoportok vizsgálatát (is), vagy épp az életkor konkrét befolyásoló szerepének kimutatását. A kronológiai életkorral szemben pontosabb kép festhető a vizsgált célcsoportokról, ha a fogyasztók a szubjektíven érzékelt vagy biológiai életkoruk alapján vannak csoportosítva. Ezáltal érdemes a marketingkutatások tervezése során a kérdőívekbe beépíteni a kronológiai életkor mellett más életkori közelítés használatát is. Megfigyelhető továbbá, hogy az általánosan felosztott életkori szakaszok (gyerekkor, fiatalkor, középkor, időskor) mára összemosódtak és határaik eltolódtak, ezért rigid elkülönítésük értelmezési hibákhoz vagy életkori „üres szakaszokhoz” vezethet (pl. a középkorúság és az időskor közötti „besorolatlan, üres” átmeneti évek).

Mindemellett a társadalmi és technológiai fejlődésnek köszönhetően a ma élő középkorúnak és idősnek tekintett felnőttek életminősége és életfelfogása, ezek által fogyasztási stílusa nem tér el olyan jellegzetes mértékben a fiatal felnőttek fogyasztási szerkezetétől, mint az évtizedekkel ezelőtt élő idős embereké. Az életesemények (például gyermekvállalás, házasságkötés, munkavállalás) bekövetkezése egyre gyakrabban tér el a „megszokott/elvárt” sorrendtől és bekövetkezési időponttól. A ma megvásárolható termékek köre szélesebb, változatosabb, sokkal könnyebben beszerezhető és az internet elterjedésének köszönhetően a trendek is globálissá váltak. A fogyasztás vizsgálata

mellett érdemes a vásárláshoz való viszonyt is értékelni, hiszen az életkor előrehaladásával megváltozik a vásárlások feladat- és élménytartalma.

A kérdés kapcsán megfogalmazott hipotéziseim a következők:

H2: Az idősödő generációk vásárlásának megváltozása az idősödésből adódó komplex problémahalmaz egyik elemeként jelenik meg.

H3: Az élethelyzet változása a vásárlásokban is megmutatkozik, mint a komplex problémahalmaz egyik markáns eleme.

H4: Minél idősebb valaki, annál inkább csökken az élményvásárlás aránya és fokozatosan funkcionális tevékenységgé alakul át a számára.

H5: Az életminőség szubjektív érzékelése kapcsolatban áll az idősek vásárlási tudatosságával.

5.1. A kutatási célok és módszerek bemutatása

A bemutatott hipotézisek primer kutatások eredményei alapján kerülnek kiértékelésre. Ezen kutatási elemek főbb jellemzői és a hipotézisekhez való kapcsolódásaik a 15. táblázatban szerepelnek.

15. táblázat: A primer kutatás elemei, főbb jellemzői és a kapcsolódó hipotézisek

szakasz	kutatási módszer	célcsoport	téma, kutatási fókusz	év	kapcsolódó hipotézis	
PROBLÉMA-KÖZELÍTÉST TÁMOGATÓ KUTATÁSI ELEMEK	online megkérdezés (cawi)	PTE KTK alapképzésre járó hallgatók (n=84)	öregkorral, öregedéssel kapcsolatos asszociációk, életkori határok, szubjektív korérzet	2018	H1	
		PTE KTK mesterképzésre járó hallgatók (n=20)	öregkorral, öregedéssel kapcsolatos asszociációk	2018	H1	
	A KUTATÁSI SZAKASZHOZ KAPCSOLÓDÓ KUTATÁSI ELEMEK	fókusz- csoportos vizsgálat (3 db)	3-3 fő fiatal és középgenerációs, 2 fő idős generációs (n=24)	generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus	2018	H1
		országos online megkérdezés (cawi)	15-74 éves magyar lakosság; n=1038	életstílus, életminőség, korral és generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus, költési szokások változása	2018	H1, H2
		országos személyes megkérdezés (papi)	15-74 éves magyar lakosság; n=2001	életstílus, életminőség, korral és generációkkal kapcsolatos asszociációk, ageizmus, költési szokások változása	2018	H1, H2
		mélyinterjú sorozat	fiatal (n=25;-29), középkorú (n=23; 30-59 évesek) és idős (n=25; 60+) generációk	életciklus állomások és fordulópontok mentén változó fogyasztói magatartás, ageizmus, életkorral való kapcsolat, életminőség	2019	H1, H2, H3, H4
		országos személyes megkérdezés (papi)	50-70 év közötti magyar lakosság (n=500)	életstílus, életminőség, változást hozó fordulópontok, szubjektív életkor, generációs jellemzők, ageizmus, vásárlási szokások változása, online vásárlási szokások	2020 február	H1, H2, H3, H4, H5

Forrás: saját szerkesztés

Probléma-közelítést támogató kutatási elemek

Főképp az öregedéssel kapcsolatos asszociációk és a szubjektív korérzékelés köré csoportosultak. Először az idős életkortól még messzebb járó fiatal felnőttek véleményét térképeztem fel, akik már rendelkeznek egyfajta kritikai gondolkodásmóddal és

élettapasztalattal, hogy ne csak az átvett gondolatokban, mintákban gondolkodjanak, de még elég messze vannak a vizsgált életkortól ahhoz, hogy főképp előítéleteikre, várakozásukra és képzeletükre támaszkodjanak a feltett kérdések megválaszolásakor.

Online kérdőíves megkérdezés keretében vizsgáltam, hogy a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar alapképzésére járó fiatalok mit gondolnak az öregedésről, tehát a kutatás célja a fiatalok *időskorral kapcsolatos elsődleges asszociációira* fókuszált. A nyitott kérdéseket tartalmazó kérdőív kitért az *egyéni korérzékelésre* saját magukra vonatkozóan és az általános életkori határokra nézve is. A résztvevők 75%-a (63 fő) nő volt, 43%-ban megyei jogú városok lakói, valamint szubjektív véleményük alapján 48%-uk háztartása kényelmesen megél a jelenlegi jövedelméből, 46%-uk jellemzése alapján kijönnek jelenlegi jövedelmükből és 6%-uk háztartása nehezen éli meg a mindennapokat. Életkorukat tekintve a megkérdezettek 19-28 évesek voltak, 73%-uk 19-21 év közötti életkorú volt, 20%-uk 22-24 éves és 5%-ban 25-28 év közöttiek. Az alapképzős csoportokhoz tartozott egy 42 és egy 44 éves nő is, akiket az elemzés során viszonyítási pontokként kezeltek. A háztartások 71%-ában nem élt 60 éves kort meghaladó személy. A feltett kérdéseket a 4. melléklet, a megkérdezettek demográfiai megoszlását az 5. melléklet szemlélteti. A megkérdezés 2018 decemberében zajlott.

Személyes interjúk keretében a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar mesterképzős hallgatói lettek megkérdezve (23-25 évesek), mely során az egyik fókuszpontot szintén az idősödéssel kapcsolatos első asszociációk jelentették („*Mi jut eszedbe az öregedésről?*”), másik kiemelt kérdést pedig az életet megváltoztató fordulópontokra való rákérdezés („*Mit/miket tartasz sorsfordító eseményeknek az életben?*”) jelentette. A jelzett két kérdést tartalmazó strukturálatlan interjúk 2018 októberében zajlottak 20 fő részvételével. A megkérdezettek feladata az volt, hogy *pár mondatban foglalják össze* a kérdés kapcsán eszükbe jutó első és legfontosabb gondolataikat.

Kutatási szakaszhoz kapcsolódó kutatási elemek

Az öregedéssel kapcsolatos asszociációk mellett ezek az elemek már részletesebben tértek ki az életkorok szubjektív érzékelésére és a generációk közötti különbségekre. A kutatások vázába új nézőpontok is bekerültek, így kitértünk az életstílusra, életminőségre és az életíven bekövetkező változásokra, melyek befolyásolhatják az időskori vásárlási és fogyasztási különbségeket.

Az alábbi három kutatás (fókuszcsoportos viták, országos online, valamint személyes megkérdezés 2018-ban) az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” projektjének támogatásával készültek (Alaptanulmány: Töröcsik – Németh, 2018). Az eredmények elemzése során a fiatal generáció tagjainak a 30 évnél fiatalabbak, a középgeneráció tagjainak a 30-59 év közöttiek számítottak, az idős generáció tagjai pedig a 60 évesek és annál idősebbek voltak. A kvantitatív megkérdezések mintája reprezentatív nem, korcsoport és régió alapján. A lefolytatott megkérdezések kérdéskörei a 6. mellékletben olvashatók.

Fókuszcsoportos vizsgálatok: Az adatfelvétel részét három fókuszcsoportos vita képezte, előre elkészített forgatókönyv alapján (1,5-2 órán át tartottak), képzett moderátorok vezetésével, alkalmakként 8 fő részvételével. A viták 2018 áprilisában és májusában zajlottak Budapesten, Pécsen és Szolnokon az alábbiak alapján: 2018. április 19. 17:00 óra Szolnok; 2018. április 26. 17:30 óra Budapest; 2018. május 3. 17:00 óra Pécs. A résztvevők kiválasztása során alapvetően a generációk és a nemek megfelelő aránya lett szem előtt tartva: 3-3 fő fiatal és középgenerációs, valamint 2 fő idős generációba tartozó képviselő, vegyesen nők és férfiak, továbbá a résztvevők nyitottak környezetük felé. A fókuszcsoportos viták módszerénél a miért és a hogyan jellegű kérdések a fontosak, vagyis egy adott témával kapcsolatban a mélyebb információk összegyűjtése és megértése zajlik.

Országosan reprezentatív online megkérdezés: 1038 fős online megkérdezés zajlott le 2018 áprilisában és májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság korral, korosodással és generációkkal kapcsolatos beállítódását lehessen vizsgálni. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. A 7. melléklet a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzőit a 8. melléklet pedig az alkalmazott kérdőívet mutatja be. Az 50-70 évesek száma a megkérdezésben 443 fő (43%).

Országos reprezentatív személyes megkérdezés: 2001 fős személyes megkérdezés zajlott le 2018 áprilisában és májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét az idősödés témakörével (ageing) kapcsolatban vizsgálni lehessen. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Az 9. melléklet a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzőit a 10. melléklet pedig az alkalmazott kérdőívet mutatja be. Az 50-70 évesek száma a megkérdezésben 660 fő (33%).

A személyes és az online megkérdezés terepmunkáját erre szakosodott cég végezte. A személyes megkérdezés esetén kérdezőbiztosi hálózattal végezték az adatgyűjtést véletlen séta módszerével. Az online esetében az ország legnagyobb internetes paneljén kérdezték le a válaszadókat.

A primer kutatás következő lépéseiben az életút mentén bekövetkező, fordulópontok okozta változások, valamint ezek érzékelésének mélységei kerültek előtérbe.

Mélyinterjú sorozat készült 2019 tavaszán, mely az életúthoz és az életkorhoz fűződő tapasztalatok megismerésére irányult. A kutatás az Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program, EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében”, valamint az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 „Tehetségből fiatal kutató - A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projektek támogatásával készült (Megjelenés: Hegedüs, 2020). 73 anonimizált mélyinterjú megkérdezés lett lebonyolítva, melyek átlagos hossza 60 perc volt, és válaszadók otthonában készültek, előre egyeztetett időpont után; kiképzett egyetemi hallgatók vezetésével. Az interjúalanyok a három nagy generáción belül nagyjából egyenlő arányban oszlanak el (13-83 év között, 25 fő fiatal generációs, 23 fő középgenerációs és 25 fő idős generációs megkérdezett). Az interjúkészítők az interjúvált szavaival, de egyes szám harmadik személyben jegyezték le a válaszokat. Az interjúforma félig strukturált szerkezetű, előre meghatározott zárt és nyitott kérdésekkel dolgoztak az interjút levezető személyek, de a nyitott kérdéseket az interjúalanyok szabadon értelmezheték és elakadás esetén az interjúztató rávezető, segítő kérdéseket és példákat használhatott. A félig strukturált interjú nyitott kérdéseinek vezérfonalát a 11. melléklet, a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzőit a 12. melléklet, az alkalmazott kérdőívet pedig a 13. melléklet mutatja be.

A kutatás során lezajlott egy, kimondottan az idős generációt vizsgáló személyes megkérdezés is, mert annak ellenére, hogy nincs két egyforma életút, mégis megragadhatók hasonlóságok, közös pontok vagy ekvivalens fejlődési krízisek, jellemző életstílusok (Levinson et al., 1978, Erikson, 1982, Töröcsik et al., 2019), melyek mentén érdemes vizsgálni az emberi reakciókat, viselkedés mintázatokat. Egyik ilyen életszakasz a nyugdíjazást körülölelő időszak, amely alapvető változásokat hoz mind az egyén, mind a közvetlen környezete életébe (Bromley, 1966, Krémer, 2015, Lampek, 2015).

Többek között csökken(het) az egyén jövedelme, társadalmi és családi szerepváltásokat él(het) át és a szubjektív korérezékelés által számos téren változhat viselkedése, ezáltal fogyasztási habitusa is.

Országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés készült 2020 februárjában célzott mintán az 50-70 éves magyar lakosság körében. A megkérdezés reprezentatív az 50-70 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (5 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. A megkérdezés az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” projektjének támogatásával készült (Alaptanulmány: Hegedüs – Töröcsik, 2020). A kutatás célja az idősödés és az öregedő társadalmak problémáinak megértése és ezen belül az idősödő korosztályok korukhoz, életminőségükhöz és környezetükhöz való viszonyának, valamint kiemelten a vásárlási szokásaik (szubjektíven érzékelt) megváltozásának vizsgálata volt. A fiatal és a középkorú generáció fogyasztási szerkezete több szempontból különbözik az idősebbek fogyasztási mintázatától. A megkérdezés alapját az képezte, hogy a mai fogyasztók megértéséhez egyre inkább figyelembe kell venni az egyedi élethelyzetüket, azt az aktuális életszakaszt, amit megélnék és az ezzel kapcsolatos szükségleteiket. Így, az ezen életkori átmenetektől és krízisektől adódó attitűdváltozások vizsgálata lett célozva fogyasztói magatartás szempontjából. A 14. melléklet a kutatás kérdésköreit, a 15. melléklet a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzőit és a 16. melléklet pedig az alkalmazott kérdőívet mutatja be. A megkérdezés terepmunkáját erre szakosodott cég végezte kérdezőbiztosi hálózattal. Az adatgyűjtés településen belül véletlen séta módszerével, háztartáson belül utolsó születésnap alapján történt.

Kutatásmódszertan

Minta alapján alapsokaságra vonatkozó következtetéseket csak akkor vonhatunk le, ha a minta reprezentatív. A fent ismertetett megkérdezések közül Magyarországra vonatkozóan a három országos megkérdezés számít reprezentatívnak (külön-külön). Az elemzés során a kutatásokból kapott következtetéseket vetem össze: mennyire adtak hasonló eredményeket vagy sem, továbbá vizsgálom, hogy miben tér el a megkérdezettek véleménye a nem reprezentatív mintabeliek véleményétől. A kapott válaszok mélyebb megértésében a fókuszcsoporthoz és mélyinterjúk megkérdezések segítettek.

Az életkor jelen kutatásban kiemelt szerepet játszik, így törekedtem az életkori eltérések vagy épp hasonlóságok kiemelésére az elemzés során, nagy figyelmet szentelve a

kronológiai és szubjektív életkorokból fakadó különbségekre. A vizsgált életszakaszok közül a legfontosabbnak az 50-70 évesek csoportját választottam.

A kvantitatív kutatásokhoz az alábbi matematikai-statisztikai elemzési eszközöket használtam: az alapvető leíró statisztikai jellemzések mellett, az összefüggéskeresések során a korrelációs számítás és a keresztábrák elemzések módszereit alkalmaztam. A szignifikáns statisztikai összefüggések megállapítása a Pearson-féle χ^2 -(khi-négyzet) statisztika alapján történt. A kapcsolatok erősségének elemzése céljából Cramer V (más néven Cramer-féle phi érték vagy ϕ_c) együtthatót számoltam, mely nem szimmetrikus táblák esetén és nominális-nominális vagy nominális ordinális változók közötti csoportosítás vizsgálata esetén is alkalmazható (17. melléklet). Az elemzés során statisztikailag szignifikáns eredmények közlésére törekedtem, a kívánatos szignifikancia szintet 5%-ban határoztam meg.

Az elemzés során klaszterképzést alkalmaztam az eltérő fogyasztási mintázatú csoportok beazonosítására az 50-70 éves korosztályban az 500 fős megkérdezés adatait használva. Először megvizsgáltam a potenciális klaszterek közötti belső távolságokat (hierarchikus klaszterelemzéssel, Ward eljárással, a négyzetes euklideszi távolság alapján, az összevonási táblázat és a dendrogram értelmezésével), majd ezt követően K-közepű klaszterelemzést alkalmaztam a csoportok megállapítására, mely klaszterképzési eljárás elfogadott a társadalomtudományokban.

Korrespondencia elemzést végeztem annak érdekében, hogy megállapíthassam, mely vásárlói tulajdonságokat tartja az idős korosztály a három nagy generációra jellemzőnek. Korrespondencia analízis esetén számszerűsíthető, illetve értékelhető két vagy több nominális változó hasonlósága, mivel olyan exploratív többváltozós technika, amely az asszociációs kapcsolat vizuális elemzése érdekében valamely kontingencia tábla adatait grafikus ábrává konvertálja (Molnár, 2008, p. 1.; Hajdu, 2003). Az elemzés a keresztábra sorait az oszlopok, míg az oszlopait a sorok tengelyeinek tekintetében egy „pontfelhő” pontjaiként értelmezi. A módszer eredményeként egy redukált, alacsony dimenziójú térben grafikusán ábrázolja a „pontfelhő” pontjait. Mindezek után vizuális elemzéssel következtetni lehet rá, hogy a vizsgált változók mely kategóriái vonzzák és melyek taszítják egymást.

Az életkor szerepének vizsgálatához a költési volumen időbeli változásában multinomiális (polichotom) logisztikus regresszió módszerét választottam, mely

alkalmas diszkrét, kategóriakimenetű eredményváltozó előrejelzésének klasszifikációjára, mielőtt az egyének tényleges tagsága kiderülne. A klasszifikálás során a kérdéses egyének olyan jegyeire támaszkodunk (ez esetben demográfiai és szubjektív ismérvekre), melyek korábbi empirikus megfigyelések alapján relevánsak lehetnek a csoportok szóródását és diszkriminálását illetően (Hajdu, 2003; Wooldridge, 2012). A logisztikus regressziós modellek számos területen használatosak, így a gazdaság- és társadalomtudományi kutatásokon belül a marketingkutatásban is. Használhatók többek között elégedettségvizsgálatok során, a keresleti oldal szegmentációjának elemzéséhez, termékek/szolgáltatások keresletének vizsgálatához, az optimális ár meghatározásához, vagy szubjektív érzékelések tanulságain alapuló szolgáltatásfejlesztésekhez (Baltas – Doyle, 2001, Lázár, 2011, De Pessemer et al., 2013).

Longitudinális elemzésekhez nem állt rendelkezésemre elegendő évnnyi idő, így ezt további kutatási irányvonalként jelöltem meg.

Az adatok feldolgozása IBM SPSS 25, valamint Microsoft Office Excel 2016 programok használatával történt. Az általam felhasznált, szoftverekkel támogatott adatelemzés módszertanaihoz az irányadó irodalmak az alábbiak voltak: Sajtos és Mitev (2007), Rideg (2017).

5.2. A kutatási eredmények

A 15. táblázatban felvázolt kutatási elemek eredményeit az alábbi fejezetek vezetik végig. Az eredmények bemutatása nem szisztematikusan, módszertani elemenként történik, hanem témakörönként, illetve a megfogalmazott hipotézisekhez igazodva. Ezáltal átláthatóbb, könnyebben értelmezhető információs rendszer nyerhető, melynek köszönhetően a hipotézisek értékelése is könnyebben kivitelezhetővé válik. A leírás során, a terjedelmi korlátok miatt nem szemléltettem minden esetben az összes megkérdezetti mintát, hanem egy-egy ábra kiemelésével jellemzem a válaszadói minták tanulságait.

5.2.1. Szubjektíven ható tényezők a fogyasztói szokásokra

Az idősödés megítélése, mint befolyásoló tényező

Idősödéssel kapcsolatos asszociációk

Az időskori asszociációk pontosabb feltérképezéséhez több módszer alkalmazásával is rákérdeztem, hogy a válaszadóknak milyen érzésük van az „*öreg*”, illetve „*idős*” jelzők hallatán. A két kifejezés között erős megítélésbeli különbség mutatkozik, mely a köznyelvi szóhasználatot és ezáltal az emberi viszonyulást (magatartást) is befolyásolja. Ugyan a két kifejezés szinonimaként is értelmezhető, de eredeti jelentésük jelentős árnyalatbeli különbségekről tanúskodik.

A magyar nyelv értelmező szótára alapján az *öreg* kifejezés melléknévként „*életének késői szakaszában élő, az átlagos életkor vége felé tartó élőlényt*” jelent (Arcanum, 2020a). Jelenti továbbá a „*valakihez vagy a többséghez viszonyítva magasabb korú, korban idősebb*” személyeket, tárgyakat, rangot stb., vagy a „*korukhoz képest idősebbnek látszó*” élőlényeket; és a jelentések további értelmezésbeli változatait. Főnévként „*általában öreg, koros embert*”, de más értelmezésben az „*idősebb emberek, különösképp férfiak leereszkedő, lekicsinylő megszólítását*”. Pozitívabb szemléletben a „*szülőket*”, vagy „*valamely közösség tapasztalt, tekintélyes, rendszerint idősebb tagját, vénét*”, a „*közösség vezetőjét*”. Olykor megszólításra is alkalmazzák, mely esetében a koraérett, „*feltűnően komoly és nem gyermekhez illő dolgokkal foglalkozó gyermekeket*” szólítják meg „*kis öreg*”-ként, vagy az *azonos korú és egyenrangú személyeket baráti felhanggal* „*öregem*”-ként. Régiés jelentéstartalmában „*valaminek a nagyobb fontosabb részét*” jelenti, vagy az „*elnagyoltság, elhamarkodottság*” szinonimájaként felel meg („*Csak úgy öregéből csinál meg mindent.*”). További melléknévi változatai főképp

negatív jelentéstartalommal bírnak, lásd például *öregít*: „*testileg, szellemileg megtör, öreg emberhez hasonlónvá, fáradttá, gyengévé, törődötté tesz valakit*” (Arcanum, 2020b), valamint rokon értelmű kifejezéseként is többnyire negatív jelzőket kapunk: trotty, totyakos, kehes... (Arcanum, 2020c).

Az öregedés az „*öregedik igével kifejezett folyamat, állapot; az a tény, hogy valaki öregszik; öreggé válik, öregkorba jut*” (Arcanum, 2020d). Az öregség pedig „*az öreg melléknévvel kifejezett testi, szellemi állapot*” vagy pedig az „*átlagos életkornak késői szakasza (az 50–60. éven túl); öregkor*” (Arcanum, 2020e). Látható tehát, hogy az öreg kifejezés önmagában egy *állapotot* is jelöl.

Ezzel szemben az *idős* szó többnyire az *életkorra* utal valamilyen formában. Fő jelentéseiként az „*öreg, élemedett korú személy*”, valamint az „*azonos nevű két személy, rendszerint apa és fiú megkülönböztető jelzőjeként*” használatos (Arcanum, 2020f). Az *idősödik* az idősebbé válás folyamatát jelzi, az *idősség* pedig az „*idős, koros állapotot vagy minőséget*” (Arcanum, 2020g).

Nem meglepő, hogy mindez visszatükröződik az emberek véleményében, érzéseiben is a két kifejezés hallatán. A PTE KTK alapképzős hallgatóiból (84 fő) 27 fő gondolkodott negatívan az *idős* szóval kapcsolatban, és 20 fő semlegesnek ítélte meg. Közel felük pozitívabb jelentéstartalommal ruházta fel: például „*bölcsesség, tisztelet, kellemes*”, illetve „*szebb megfogalmazása az öregnek*” és a *még aktív 60/65 év feletti személyekkel* társították. Ezzel szemben az *öreg* kifejezést 66 fő tartotta negatívnak és mindössze 2 fő társította a hosszú élettel vagy a bölcsességgel. Asszociációik széles skálán jellemezték ellenérzésüket: „*nem túl jó, sértő, rossz, szorongó, lekezelő, kellemetlen, nyomasztó, sajnálkozás...*”

„Lelassult, fáradt emberek jutnak az eszembe, akik az életük vidámabb szakaszain túl vannak.” (20 éves nő, öreg szó)

„Erről a szóról mindig az jut eszembe, hogy nem tudom magam elképzelni öregként.” (21 éves nő, öreg szó)

A pozitív gondolatok az élet során összegyűjtött tapasztalatok és tudás, a boldog család, valamint leszármazottak adta képeket vonultatták fel, vagy a nyugalmas nyugdíjas éveket említették, de főképp az *idős* szó kapcsán. Többen utaltak a két szó közti különbségnél az *idős* „*tisztelettudóbb*” voltára. Valamint sok esetben jelent meg a félelem érzésének különféle kifejezése („*kiráz a hideg, nyomasztó, félelmetes számomra*”).

„Ma későbbre tolódik az öregkor, a szüleim nemsokára 60 évesek és semmiképp sem mondanám öregnek őket, míg korábban annak számított. A tudomány fejlődésével ez egyre inkább így lesz. Személyesen én kicsit tartok az öregedéstől, pedig biztosan sok pozitív oldala is van.” (26 éves nő, öregedés kifejezés)

Keresztábrás elemzések segítségével vizsgáltam ($p < 0,05$ határérték mellett), hogy az idős, illetve öreg kifejezések megítélését befolyásolják-e a megkérdezettek demográfiai jellemzői. Ehhez a szóbeli válaszokat kódoltam negatív (1), semleges (2) és pozitív (3) kategóriákba. Megállapítható, hogy egyedül az életkor mutatott összefüggést az „öreg” kifejezés megítélésével, enyhe pozitív javulást jelezve az életkor előrehaladtával ($p = 0,000 < 0,05$). Viszont más demográfiai jellemzőkkel nem mutattak kapcsolatot a vélemények (vizsgált jellemzők: nem, jövedelem, lakóhely településtípusa). Továbbá sem az öreget, sem az idős megítélését nem befolyásolta szignifikánsan, hogy van-e idős a megkérdezett háztartásában.

Mikor arra kértem a válaszadókat, hogy képzeljék el, *milyen érzés öregnek lenni* a leggyakrabban előforduló elképzelés az „unalmas” mindennapi élet képét tárta elénk. Ugyan megjelentek pozitív és semleges („nem tudom elképzelni; előbb meg kell élni, utána lehet csak tapasztalatot írni”) elképzelések is, de a válaszadók 60%-a inkább a „nyomasztó, elszomorító, kiszolgáltatott, magányos, félelmetes” irányba vitte gondolatait. A válaszokból készült szófelhő a 11. ábrán látható. Több esetben megjelent annak gondolata, hogy sokat számítanak a korábbi, fiatalabb évek az időskor megélésének minőségében, és hogy ez egyénekenként, személyiségenként különbözhet. Pár válaszadó a szociális és anyagi körülmények befolyásoló erejét is említette, illetve azt a kettős érintettséget, ami az életkor előrehaladtával fizikai, valamint szellemi téren jár.

„Nehézkes, fáradtsággal jár, de egyben, ha előtte jól csináltuk, akkor elégedettséggel is.” (20 éves férfi)

„Mindenki máshogy éli meg, de én nem szeretném megtapasztalni.” (20 éves nő)

„Megnyugvással tölthet el, hogy a munkát már elvégezte, hozzájárult a társadalomhoz, viszont aggasztó a fizikai gyengülés és az idő múlása.” (20 éves nő)

válaszaikat egy korosztályban közelálló, de érettebbnek vélt csoport asszociációival összehasonlítni. Mivel az életkori különbség nem számottevő az alapképzős és mesterképzős hallgatók között, de tapasztalatok alapján utóbbi csoport már árnyaltabban gondolkodik, úgy gondoltam, az öregedés által kiváltott érzelmek, gondolatok is árnyaltabbak, sokrétűbbek lesznek (ebben az esetben nem kértünk nevet, életkort, ami az idézeteknél látszódik). Két kérdést tettem fel számukra („*Mi jut eszedbe az öregedésről? valamint Mit/miket tartasz sorsfordító eseményeknek az életben?*”). Az öreg és idős szavakkal kapcsolatos asszociációs kérdéseket elhagytuk, mert az életkori közelség és a kisméretű minta nem mutatott volna mérhető különbségeket. A következő szófelhő a mesterképzős fiatalok véleményét tükrözi az öregedéssel kapcsolatban (14. ábra). A vélemények alapján az öregedés egy folyamat, amely természetes, és legjellemzőbb ismertetője, hogy rossz érzéssel, félelemmel teli, amely az elmúlást is magában foglalja. Bár az öregedés nem kötődik életkorhoz, az élet velejárója, amikor is a test elöregedése, változása törvényszerű, és ez a külsőségekben jól látható módon jelen is van (ősz haj, görnyedt testtartás, nehézkes járás, ránc). Kettős érzelmek is megjelennek a válaszadók megnyilvánulásaiban: megvan a kor szépsége, új, értelmes dolgok lehetősége, életük gazdagabbá tétele, kiteljesedése, de egyben a leépülés korszaka; szép öregkor, idő magukra, illetve csökkenő munkavégző képesség, betegségek megjelenése, személyiségváltozás. Aki öreg, arra általában úgy gondolunk, mint egy gyenge, házsártos, talán már nem olyan jó memóriával/ agyműködéssel rendelkező emberre. Sokan ezért is félhetnek az öregedéstől, valamint a testi szépség elvesztésétől annak ellenére is, hogy az időskor több tapasztalatot, bölcsességet is hordoz magával. Említésre került, hogy az öregedéstől való félelem már a kultúránk részét képezi, trendként is jelen van, mely során mindenki fiatalabb képet akar mutatni magáról – hiszen a fiatalság a legideálisabb kor. A társadalom ezzel szemben Érdekes gondolatként előjött továbbá, hogy míg az „öregedés”, mint kifejezés hordoz egy pejoratív tartalmat, amit az angol „ageing” nem feltétlenül.

„Az öregedés szó hallatán elsősre az emberi test fizikai elváltozásai jutnak eszembe, azon belül is a már igen idős emberek külső tulajdonságai, például ősz haj, nehézkes járás, görnyedtebb testtartás stb. A fogalom mögé tekintve viszont minden jelenségnél / tárgynál megfigyelhető ez a folyamat, itt azonban egy elavulási / korszerűtlenedési folyamatnak nevezném, amely azt mutatja, hogy a világ folyamatos fejlődésben van. Az emberi test öregedését hallván, rossz érzések fognak el (elmúlás, halál stb.), viszont, ha tárgyi

dolgokat nézem, akkor egy jobb érzés kerít hatalmába, amiatt, hogy érkezik egy jobb, újabb, korszerűbb, használhatóbb.”

14. ábra: Mesterképzős hallgatók asszociációi az öregedésről



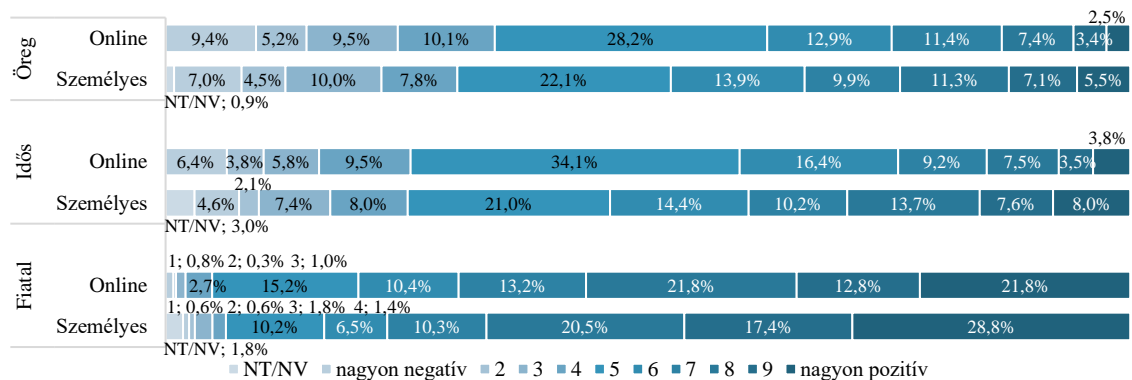
Forrás: saját szerkesztés (mesterképzős hallgatók interjúi, n=20)

Előfeltételezésem helyesnek bizonyult, mivel valóban átfogóbb, komolyabb válaszokat kaptam, melyek már főképp az öregedés folyamatára és egyéni különbségeire koncentráltak.

A fiatalok véleményének megfelelő kontextusba helyezéséhez szélesebb körben is megvizsgáltuk a kifejezések által kiváltott érzelmeket. Az online, valamint személyes megkérdezések során megkértük a válaszadókat, hogy értékeljék, milyen érzésük van, amikor a fiatal, az idős és az öreg jelzőket hallják. Tízfokozatú skálán az 1-es jelentette, hogy nagyon negatív érzése van a válaszadónak az adott jelzővel kapcsolatban, a 10 pedig, hogy nagyon pozitív. A 15. ábrán az összesített válaszok láthatóak az online és a személyes megkérdezésből a teljes megkérdezetti bázist vizsgálva (15-75 éves magyar lakosság). Az online megkérdezéshez képest a személyes kutatásban résztvevők mindhárom kategóriánál nagyobb arányban értékelték pozitívnak a három jelzőt, mely eltérések főként az idős és öreg szavaknál számottevőek. E különbség adódhat a mintabeli eltérésekből, illetve a megkérdezés módjából is. Amellett, hogy egyértelműen a fiatal jelző volt a legszimpatikusabb a megkérdezettek számára, látható az idősödéssel kapcsolatos

kifejezések negatív színezete (a válaszadók alig több, mint 24%-a értékelte pozitívnak a kifejezéseket az online megkérdezés során, a személyes megkérdezés esetében ez az érték kevesebb mint 40% - a skála 7-10-es értékeit figyelembe véve). A két kifejezés kapcsán a móduszérték 5 volt, mely viszont mutathatja, hogy a legtöbben inkább semlegesen érzik magukat a két kifejezés hallatán.

15. ábra: Milyen érzése van, ha az öreg / idős / fiatal jelzöt hallja? – összességében

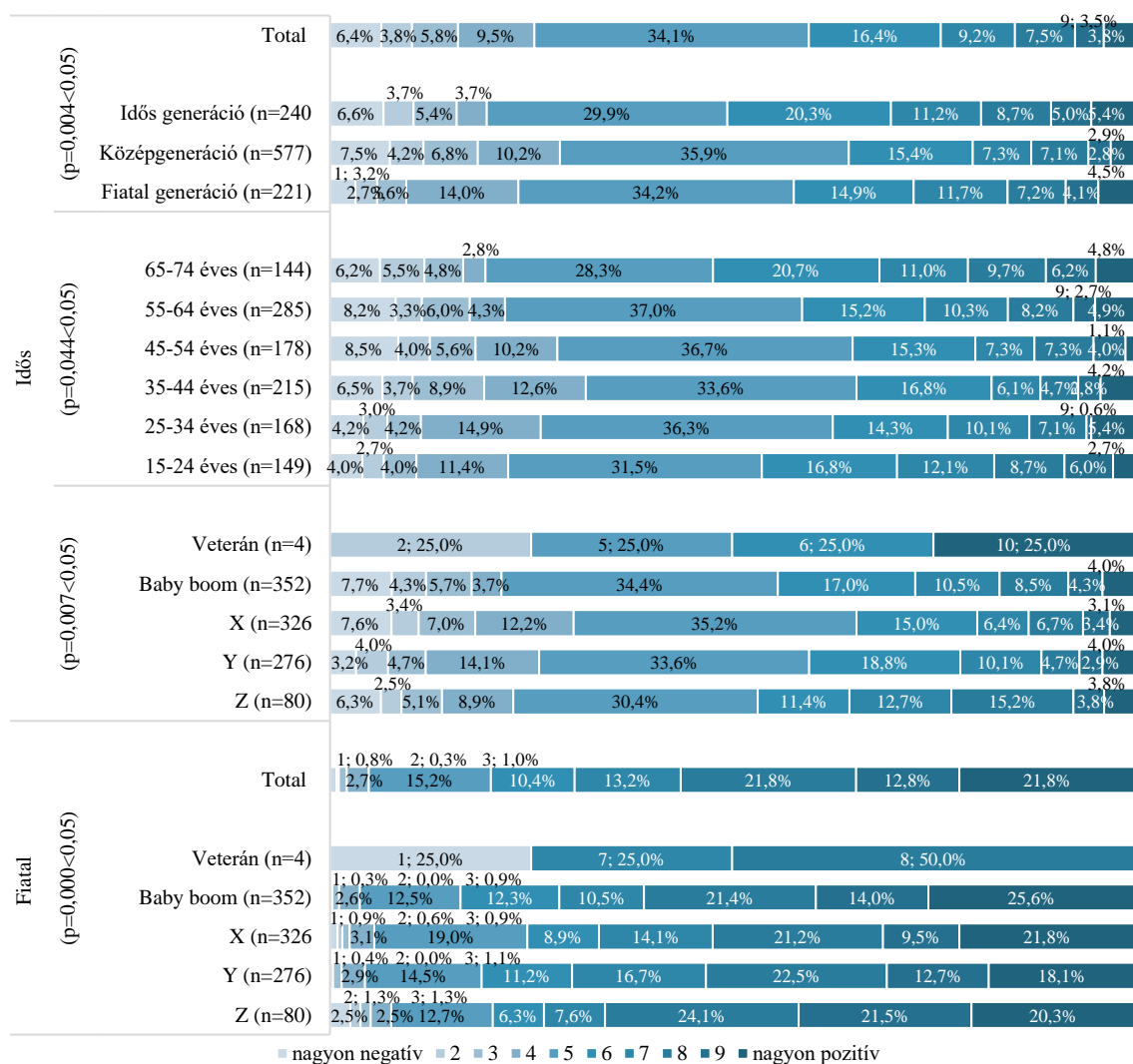


Forrás: saját szerkesztés. Online megkérdezés (n=1038), személyes megkérdezés (n=2001), „Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!”

A 16. ábrán az idős, illetve fiatal jelzők megítélése látszódik eltérő korcsoportbontásokban (csak azon eredményeket szemléltetve, melyeknél a szignifikancia érték $p=0,05$ alatti). Az idős kifejezés megítélése kapcsán szignifikáns különbséget kaptunk generációs, 10 éves korcsoportbontás és médiagenerációs csoportosítás szerint is, míg a fiatal jelzőnél csak a médiagenerációk esetében kaptunk kimutatható eltérést. Az öreg kifejezés esetén a keresztátlás elemzés nem mutatott szignifikáns eltéréseket az életkor tekintetében. Az eredményekből kitűnik, hogy a középkorú megkérdezettek táplálnak a legnagyobb mértékben ellenérzéseket az idős szó hallatán (főképp a 35-54 éves kor közöttiek), a fiatalabbak valószínűleg még túl távolinak, homályosnak érzik az időséget, az 55 év felettiak pedig kezdenek megbarátkozni a gondolattal, illetve – ahogy lentebb még látható lesz – nem feltétlen érzik magukat idősnek, hiszen fiatalabbnak érzik magukat az aktuális kronológiai életkoruknál.

Csak az idősek véleményét tekintve megállapítható, hogy főképp semlegesen állnak mind az öreg és mind idős kifejezésekhez. Az online és a személyes megkérdezés eltéréseit vizsgálva látjuk, hogy nincs számottevő eltérés a vélemények között ebben a korosztályban, maximum annyi, hogy főképp az 50-es éveikben járók a negatívabbak – viszont a keresztátlás vizsgálatok nem mutattak szignifikáns eltéréseket.

16. ábra: Milyen érzése van, ha az idős / fiatal jelzõt hallja? – korcsoportbontásokban



Forrás: saját szerkesztés. Online megkérdezés (n=1038), „Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!”

A jelzőket tovább vizsgálva az idős jelzővel kapcsolatban az átlagértékhez (online megkérdezés: 5,33) képest negatívabb érzésük van a középkorúaknak, a főváros vagy megyeszékhely lakóinak és a közép- vagy annál alacsonyabb fokú végzettségűeknek. A személyes megkérdezés átlagértékéhez képest (6,02) a középkorúak pozitívabban, míg a fiatalok negatívabban gondolkodtak, valamint a jó megélhetésnek örvendő és a megélhetési gondokkal küzdők véleménye negatívabb. Az öreg jelzővel kapcsolatban pozitívabban gondolkodtak a férfiak és azon anyagi helyzetűek, akik megélnek és keveset félre is tudnak tenni az átlaghoz képest (online: 5,02). Az öreg szó hallatán a falvak lakói nyilatkoztak a legpozitívabban. Míg az öreg szó kapcsán a férfiak, a fiatal szó kapcsán a nők vélekedtek pozitívabban.

A fókuszcsoportos vitákon résztvevő személyek pozitívabb képet festettek, mind az idős, mind az öreg jelző hallatán, mint az egyetemi hallgatók, de a válaszok nem különböztek nagyban a már ismertetett asszociációktól. A beszélgetés során kettéválasztva az „öregséget” az idősekre és az öregekre, felfedezhető volt a jelentésbeli eltérés. Az öreg szóval kapcsolatban jellemzően a tapasztalat; a mama szó; a megfontoltság és *“öreg az, aki annak érzi magát”* kifejezések jutottak leginkább a megkérdezettek eszébe. Ezzel szemben az idős szóval kapcsolatban kiemelkedtek a tapasztalt és a bölcsesség kifejezések. A megélt élet élményei, a tapasztalat mindkét szó esetében előkelő helyen végeztek a válaszadók gondolataiban. Az évek számát takaró kor szintén jelen van mindkét esetben, de a fókuszcsoportos beszélgetés rávilágított arra, hogy amíg az öreg szó hallatán inkább befolyásol az, hogy mennyinek érzi magát az egyén, és jó-e öregnek lenni, az idős ember esetében ez már nem merül fel ilyen formában, inkább személyekhez kötik: „édesapám, piacos idős néni, házaspár – kollégák, szomszédok, horgászok, nagyszülők”. Mindkét kor felidézésével jellemzően megjelenik a nyugdíjas „státus” és az érzés, hogy ez az időszak, a megnyugvást, a megbékélést hordozza magában. A saját élettel, valamint a generációk közötti kapcsolattal összefüggő szubjektív érzések is befolyásolják az egyének gondolatait a fiatal, idős, illetve öreg jelzők kapcsán is. Példának okáért, minél egészségesebbnek, aktívabbnak vagy elégedettnek érzi magát az egyén, annál kevésbé gondolkodik negatívan az öregedéssel kapcsolatos jelzőkről.

Összességében megállapítható tehát, hogy az öreg, valamint öregkor hallatán a megkérdezettek először a nyugdíjra és nyugdíjas életkorra gondolnak, valamint a negatív gondolatuk jutnak inkább eszükbe (betegségek, „nyavalyák”, leépülés...). Ezt követően jelennek meg az élettapasztalattal kapcsolatos gondolatok, melyek kitérnek a bölcsességre, előrelátásra, szülői-nagyszülői szerepkörökre, valamint a szeretetre méltóságra.

Generációkkal kapcsolatos vélemények

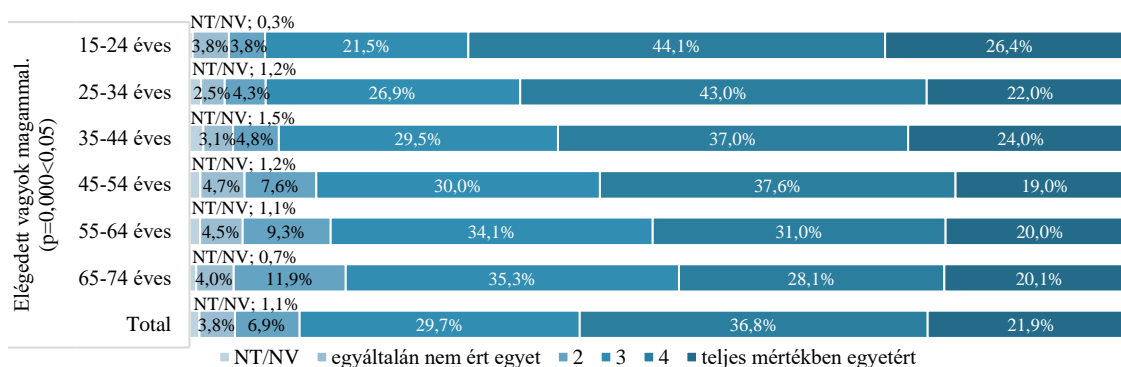
A 2001 fős személyes megkérdezés során *korral és generációkkal kapcsolatos attitűdállításokat* értékeltetem a válaszadókkal, mely során arra kértem őket, hogy egyetértésük fokát jelezzék ötfokozatú skálán. A következő, 17. ábra szemlélteti, hogy az életkor növekedése mentén csökken az önmagukkal elégedett válaszadók száma. Azon állítás kapcsán, hogy „csak a saját korosztályom körében érzem jól magam” mind a fiatalok, mind az idősek inkább egyetértettek – tehát minél fiatalabb volt, vagy épp minél idősebb a válaszadó, annál inkább egyetértett az állítással. Legkevésbé a középső 45-54

éves korcsoport vélekedett így és szintén ők, valamint a középgenerációsnak számító válaszadók gondolták úgy, hogy a különböző generációk megértik egymást.

Főképp az idősök értettek egyet azon két sztereotípiával – és ezen egyetértések arányai a korral együtt növekedtek, hogy „ez a társadalom nem szereti az időseket”, valamint, hogy „csak a fiatal emberek érvényesülhetnek”. Nem meglepő eredmény, de minél fiatalabb volt egy válaszadó, annál nagyobb mértékben vallott úgy, hogy idegesítik a nála öregebbek. Az idős 50 feletti korosztályok esetében is szignifikáns volt ez a tendencia és közülük főleg az 55-59 évesek értettek egyet az állítással.

Azon gondolat esetében, hogy a „generációk harcolna egymással a munkahelyen” főképp semleges reakciók születtek, de inkább a fiatalabbak vélekedtek így és nem az idős válaszadók – minél idősebb volt a megkérdezett egyén, annál kevésbé gondolta helyesnek az állítást.

17. ábra: Önmagával való elégedettség – korcsoportbontásban



Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés (n=2001), „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Véleményét, kérjük, ötfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig azt jelenti, hogy teljes mértékben egyetért!”

Életkorral kapcsolatos vélekedések

Generációk kormeghatározása

A korérzet és kormeghatározás szempontjából fontos tényező a születéskor várható élettartam, mely a fejlett országokhoz hasonlóan Magyarországon is egyre növekszik (OECD, 2017). A nők átlagosan tovább élnek, mint a férfiak, így a kor előrehaladtával növekszik a nők aránya a férfiakéhoz képest. Viszont a nők és férfiak születéskor várható élettartama közötti eltérés évről évre csökken (Obádovics, 2018). A meghosszabbodott várható élettartam kitolja a korérzet határait, megváltoztatja a

kormeghatározást - többek között az időskor alsóbb vagy a fiatalkor felsőbb határát későbbi életkorra módosítva -, így a korcsoporti hovatarozás egyre inkább újra viszonyítási kérdéssé változik, nemcsak a konkrét biológiai kor a meghatározó. A fiatalság életszakasza megnyúlik azáltal, hogy egyre későbbre tevődik az önálló életkezdés, munkába állás, családalapítás, kitolódik az iskolába járás hossza, és egyre több fiatal érzelmileg is későbbre halasztja a „felnőtt léttel” együtt járó „kötelezettségekkel” való szembenézést.

Ezzel szemben az öregedés „kezdetéhez” is máshogy viszonyulunk. Míg az emberi fejlődés korai szakaszainak meghatározott biológiai vagy pszichológiai tényezői vannak (pl. arra vonatkozóan, hogy mikortól válik valaki gyerekké vagy tinédzserré), nincsenek hasonló pszichológiai alapok vagy tiszta meghatározások arra vonatkozóan, hogy mikortól számít öregnek valaki (Bromley, 1966). Az öregség objektív jegyei (ténye és érzékelése), szubjektív élményei, valamint biológiai, fizikai-pszichikai korélménye és az anyakönyvi kor jelentősen eltérhetnek egymástól.

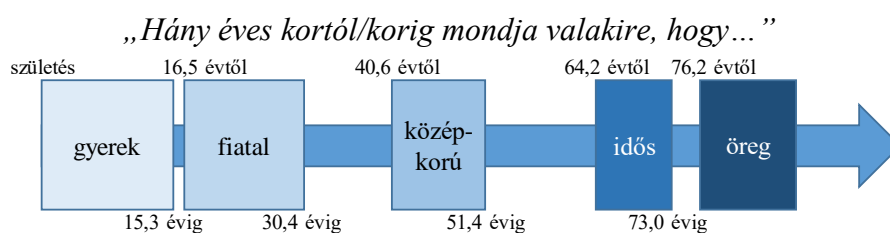
A korhatárok változása nem független a korstruktúra változásától (akkor sem, ha a mainstream vonal a nyugdíjba vonuláshoz köti az időskor kezdetét), az életkor meghosszabbodásától vagy a nyugdíjkorhatárok felemelésétől sem, emellett pedig az egyes generációk is eltérően gondolkodnak róla, illetve *más kort érezhetnek ténylegesnek saját maguk számára* (Underhill – Cadwell, 1984). Példának okáért „a fiatal felnőttek hajlamosak arra, hogy már a középkorúakban is az öreget lássák, míg a 60 év felettiök öregségtudata csak később alakul ki” (Giczi – Ságbi, 2004, p. 208).

Az online felmérés során megkértük a válaszadókat, hogy az egyes generációs csoportok határaival kapcsolatban fejtsek ki véleményüket, határozzák meg, hány éves kortól *fiatal, középgenerációs, idős*, illetve *öreg* valaki, valamint hány éves korig gyerek, fiatal, középgenerációs, illetve idős valaki. A személyes megkérdezés során a generációs besorolások alsó határaitra kérdeztünk rá.

A szakirodalmat igazolja, hogy nem volt egységes a kép a válaszadók fejében az életkori sávok tekintetében (18. ábra). A gyerek- illetve fiatalkor, a fiatal és középgenerációsok, valamint a középgeneráció tagjai és az idősek között különböző mértékű „rés” van, ami azt jelzi, hogy ezeknek a generációknak a határait a válaszadók nem tudták egyértelműen behatárolni egymáshoz képest. Az idősek időskort behatároló válaszait kivéve – minden generáció későbbi időpontokat adott meg személyesen, mint az online megkérdezés

során. E különbség adódhat a mintabeli eltérésekből, illetve a megkérdezés módjából is. A válaszadók által adott életkori kezdőpontok rámutattak, hogy minél idősebb valaki, annál későbbi korra tolja ki a korszakok kezdetét. A gyermekkori a megkérdezettek véleménye szerint átlagosan 15 éves korig tart, 16,5-től kezdődik a fiatalkor, és átlagosan 30 éves korig tart. 41 éves kortól kezdődik a középgeneráció 51 éves korig tartóan. Az idős generáció pedig 64-től 73-ig tart, és 76 éves kortól kezdődik az öregkor. Minél fiatalabb volt a válaszadó generáció, átlagosan annál korábbra helyezte a különböző életkor csoportok kezdetét és végét.

18. ábra: Generációk lehatárolása (n=1038) – átlagok



Forrás: (Törőcsik – Németh, 2018, p. 19., az online megkérdezés adatai alapján, n=1038)

Az időskor előtti üres – besorolatlan – szakasz számottevő években: a Z generációsok átlagos válaszai alapján 10 év van a két, középkorú és idős szakasz között, mint besorolhatatlan, átmeneti időszak, de a Baby-boomer válaszadók véleménye szerint ez az időszak 14 évre is kitolódhat. A válaszadók szerint az időskor átlagosan 66 (személyesen megkérdezettek) illetve 64 (online megkérdezettek) évesen kezdődik. Mindkét kutatás alapján a 30 év alattiak véleménye alapján már a 60. életév körül elindul, azonban összességében a nyugdíjba vonulás idejéhez közelítettek az átlagok. Végét pedig a 72-73 éves kor „jelzi”. Ezt követően – már sokkal kisebb köztes különbséggel – az öregkor legkorábban a 74. életévvél indul el a válaszadók szerint, a válaszok átlagát tekintve pedig 76 évesen. Az eredményekből is látszik, hogy míg az idős és öreg kifejezéseket általában szinonimaként használja a magyar nyelv, életkor alapján idősnek a 60-as korosztályt, míg öregeknek a 70 év feletti korosztályt tekintik a megkérdezettek.

A fókuszcsoporthoz viták során többek között megérdeklődtük, hogy a résztvevők véleménye szerint mi alapján határozhatóak le az egyes generációk, milyen életkorok közé esik megítélésük és mit jelent számukra a generáció kifejezés. A résztvevők nehezen azonosították be a különböző generációkat, több eltérő gondolatmenet is helyt kapott.

„Kor alapján lehet őket elkülöníteni. Nekem az a meglátásom, hogy egy generáció olyan 20-25 év.”

„Életkor alapján határozhatjuk le a generációkat, pl. gyerekkor, kamaszkor, felnőttkor, fiatal felnőtt, középkorú, idősebb felnőtt, nyugdíjas.”

Továbbá a válaszok összhangban állnak a fentebb jelzett nehézkes besorolásokkal, így a fiatal generáció határait a megkérdezettek általánosságban 10-16 éves kortól 25-32 éves korig tették, a középgenerációét 25-30 évtől 45-65 évig („A 60 már lehet, hogy sok. Az igazi aktív évek a 30-55 évesig.”), az idős generációt pedig az ember aktív korszaka utánra 60 vagy 75 év fölé. Főleg az időskor esetében jött elő, hogy nem feltétlen köthető életkorhoz a váltás, inkább egyénfüggő és ezen belül is sokat számít, hogy az adott személy mennyire energikus vagy életunt és mennyire érzi „öregnek” magát. Ebből is látható, hogy egyénenként nem csak az tér el, hogy hogyan vélekedünk az egyes életsávok kezdetéről, végpontjáról vagy hosszáról, de a meghatározási szempontok is különböznek egymástól.

„Nagyon egyénfüggő, ki, mennyinek érzi magát. Pszichésen nagyon meghatározza, hogy egy 60 éves ember is lehet letört, céltalan, és egy 80 éves is lehet energiával teli.”

A generációk határszempontjai közé sorolták a viselkedést, életformát, életmódot, érdeklődést és az életkort, valamint megjelentek azon gondolatok, hogy kitolódtak a korosztályok és ma már nehezebb is megállapítani valaki tényleges életkorát. A fő lehatároló szempontként az aktivitás, aktív életmód jelent meg, tehát a fiatalkor felső határát jelzi az aktív, munkával töltött időszak kezdete és az időskorba lépést, mikor ezen időszak a végéhez ér, tehát az időskor „kényelmesen” köthető a nyugdíjba vonulás időszakához. Abban a kérdésben, hogy hány generációról beszélhetünk, nem volt egyetértés, de összességében 2-4 generációról beszéltek a résztvevők.

Összességében megállapítható, hogy az öregedés nem értelmezhető statikus jelenségként, hanem folyamatként, ami bármilyen életkor esetén jellemző. Ezért nehéz rigid határokat megállapítani, kategorizálni az egyes életkorhoz kötődő csoportokat. Az ebből eredő bizonytalanság nem csak a hétköznapi emberek véleményében jelenik meg, hanem a szakíróknál is. Az online és személyes megkérdezések résztvevői átlagosan 16,5-30 év között határozták meg a fiatal generációt, 41-51 között a középgenerációt és 64-73 között az idős generációt. Az intervallumok között be nem sorolt „rések, terek, életévek”, átmeneti szakaszok vannak. Jellemző volt, hogy a megkérdezettek életkoruk előrehaladtával egyre későbbre tolták az egyes életkori nagy csoportok határpontjait, valamint a fiatalok mindhárom (fiatal, közép- és idős) generáció kezdeti és végpontját évekkel korábbra állapították meg az átlaghoz képest, és szélesebb intervallumokban

gondolkodtak az idősebb generációkkal szemben. Ellenben a közép- és idős generáció tagjai az átlaghoz képest későbbre helyezték a vizsgált generációk kezdeti életkorát. Ezen szubjektív eltérések, ha nem is nagymértékűek, mégis szignifikánsak, amik akár tudat alatt hatással lehetnek azon fiatalok gondolkodásmódjára, akik feltehetőleg egyre hosszabban fogják megélni életük idősebb szakaszait.

Az életkorból fakadó hátrányok érzékelése

A generációkat érintő hátrányok tekintetében a fókuszcsoportos megkérdezés során is világossá vált, hogy életkorból fakadó vagy életkorhoz kapcsolódó hátrányokat minden korosztály érzékel. Az 16. táblázat szemlélteti az egyes generációkat sújtó hátrányokat: először a fókuszcsoport tagjainak véleménye szerint, melynek átfogó képét a mélyinterjú kutatás is alátámasztotta, részletezte, mely során kiderült, hogy a válaszadók több mint 67%-a élt át már kora miatt hátrányt legalább egyszer az életében.

16. táblázat: Generációkat sújtó hátrányok

Generációk véleménye	Fiatalokat érő hátrányok	Középgenerációkat érő hátrányok	Időseket érő hátrányok
Fókuszcsoportos vizsgálat válaszai			
Fiatalok véleménye	– nem érznek hátrányt	– nem volt véleményük	– a munka területén hátrányban vannak, mert úgy gondolják, hogy nem értenek hozzá
Középgenerációk véleménye	– munka- és élettapasztalat hiánya – kiszámíthatatlanabb körülmények	– túl sok a teendő – a két generáció között vannak – a családot is támogatniuk kell (gyereket és szülőket is)	– fontos az élethez való hozzáállásuk – a munka területén hátrányban vannak
Idősek véleménye	– vidéken élő fiatalok – tapasztalat hiánya	– nehéz nekik, sokan rossz helyzetben vannak	– mozgásban, egészségügyileg is hátrányban vannak – kiszolgáltatottak
Mélyinterjúkból érkező válaszok az általuk érzékelt hátrányokról			
Fiatalok emlékei	– az idősebbek nem veszik komolyan őket – vannak témák, amelyekhez nem tudnak hozzászólni – aktuális korhoz képest mást lát a környezet – lehetőségektől való elesés (pl. munka, szórakozás, vásárlás területén)		
Középgenerációk emlékei	– a testmozgás és a sportolás nehezebben megy, „idősnek” érzik magukat ennek újrakezdéséhez – aktuális életkorhoz képest a környezet eltérő megítélése – női „életkori” hátrány érzékelése 30 év felett		
Idősek emlékei	– idősödéssel járó egészségügyi gondok, lassulás – jelenlegi kor hátrányként való megélése (ezen belül félelem a haláltól, a családtól való elszakadástól) – keveset tudnak segíteni a családnak – egyesek idősnek érzik magukat az aktív munkához vagy a változáshoz – kevesebb a lehetőség, amik az idős embereknek is szólnak		

Forrás: saját szerkesztés (online megkérdezés adatainak alapján, n=1038; mélyinterjú megkérdezés, n=73)

Míg a fókuszcsoporthoz válaszoló fiatalok nem érzékelték hátrányt, vagy nem adtak hangot ennek, a mélyinterjúkból kiderült, hogy a 30 év alattiak 72%-a érzékelt már hátrányt a kora miatt legalább egyszer életében. Ez főképp annak köszönhető, hogy az idősebbek nem vették őket komolyan, de felmerült a tudás, tapasztalat hiánya is (az idősebbekhez képest viszonyítva), illetve, ha az alanyt fiatalabbnak vagy épp idősebbnek nézték az akkori életkorához képest. Ez utóbbi hol pozitív, hol negatív emlékként jön elő: általában zavaró tényezőként jelentkezett, hogy fiatalabb kinézete miatt a válaszadó nem tehetett meg valamit, amit szeretett volna vagy elesett lehetőségtől, illetve oldalról nézve, a környezete „akarta öregíteni”.

„Általánosságban az zavar, ha egy komolyabb téma kerül fel az engem körülvevő társaságban, amihez nem tudok érdemben hozzászólni. [...] Az egyetlen fájó megjegyzés, amit a koromra tettem, hogy mindig idősebbnek néznek.” (16 éves nő)

„Volt, hogy azért nem kaphattam magasabb fizetést, mert túl fiatal voltam, és ez viszályt keltett volna a munkahelyemen..., hogy egy fiatal, aki csak pár éve van munkában sokkal többet keres, mint egy olyan, aki már 20 éve a szakmában van, és lojális a céghez.” (24 éves férfi)

„Túl idősnek a szórakozó helyeken érzem magam, ahol már főként csak a fiatalabb korosztály van jelen...” (28 éves nő)

A középgeneráció tagjai és az idősek úgy vélik (fókuszcsoporthoz), hogy az élet sok területén vannak hátrányban, főképp a fiatalabbakhoz képest. Ezen hátrányok a munkában és egészségügyi téren a látványosabbak. Az interjú adatai szerint a 30-60 év közöttiek 74%-a élt már át legalább egyszer hátrányt életében, főképp azért, mert a környezetük fiatalabbnak vagy épp idősebbnek látta őket az aktuális koruknál, továbbá többen említették, hogy már nem olyan mozgékonyak, erőteljesebbek, mint fiatalabb korukban így a sportolás sem megy nekik már olyan jól – idősnek érzik magukat az újrakezdéshez. Ezek mellett felmerült a női válaszadók között, hogy a munkaerőpiacon az anyaság „életkori időzítése” miatt sokkal kevesebb esélyük van munkakörök elnyerésére.

A diákjaim tesznek néha olyan megjegyzést, hogy „Ön ehhez már idős!” vagy „Bírná még ezt tanár úr?” és ez eléggé fáj, mivel nem tartom magam olyan idősnek, hogy ne járhattak el bulikba például.” (47 éves férfi)

Érdekes módon az idős generáció tagjai (60 év fölött) már csak 54%-ban nyilatkoztak úgy a mélyinterjújuk során, hogy életükre visszatekintve, életkorukból fakadóan éreztek volna hátrányt – inkább jobban differenciálták az őket ért negatív hatásokat, tehát nem feltétlen az életkorukhoz kötötték, vagy utólag belegondolva nem érezték annyira

fontosnak az eseményt, élethelyzetet. Jelenleg inkább érzik az öregedés hátrányait: többek között lassabban mozognak, félnek, hogy nem élük meg az unokák felcseperedését vagy épp nem várják már a változásokat az életükben. Viszont sok válaszdó egyáltalán nem foglalkozik az életkorával és nem kapcsol hozzá eseményeket az életében elszenvedtet hátrányokból.

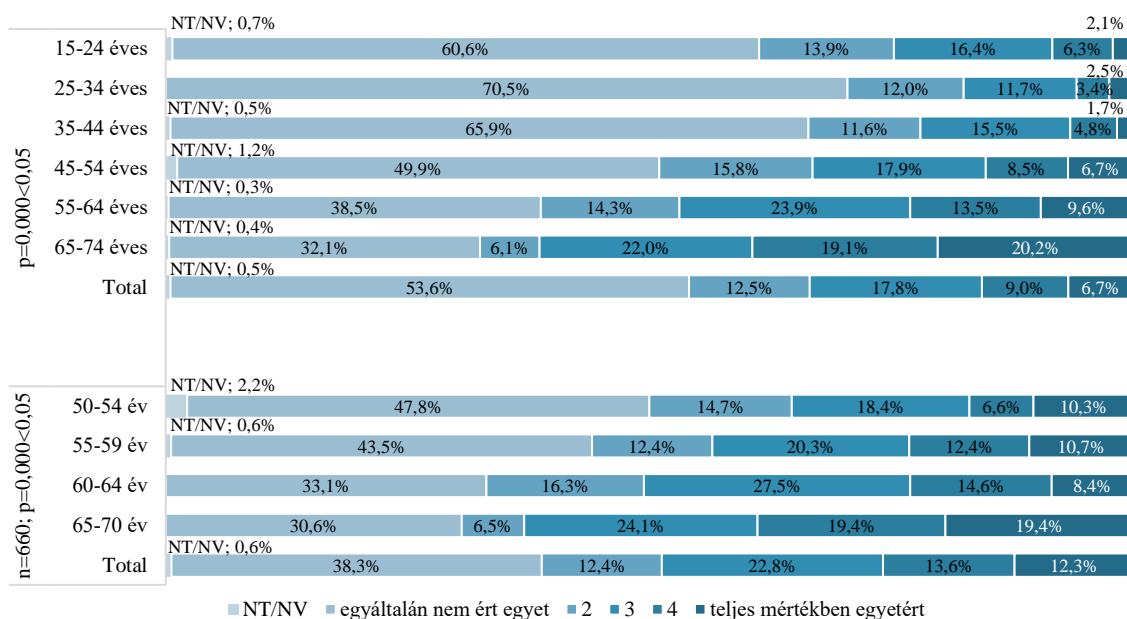
„Nem ért hátrány a korom miatt sosem... talán a korai gyermekvállalást mondanám. Azonban én nem hátrányként fogtam fel, bár sokan tettek fájó megjegyzéseket nekem akkoriban.” (61 éves férfi)

„Még nem, úgy gondolom, lehet, ez még visszavan számomra. Az volt a furcsa, amikor elkezdtek csókolommal köszöngetni, ezt azóta is rosszul élem meg, mert én mindenkivel tegeződnék ma is. A pici gyerektől még elmegy, de mindenki mástól ez már sok. Túl öregnek érzem magam ahhoz, hogy valamit kezdjek magammal. Hogy valami mást csináljak, mint eddig. Ne változzon már semmi.” (65 éves nő)

„65 év felett nincsenek időseknek indított tanfolyamok.” (78 éves férfi)

Az online, valamint személyes megkérdezések során rákérdeztünk, hogy adott szempontokat mekkora mértékben érznek a megkérdezettek hátráltató tényezőnek (anyagi lehetőségei miatt, életkora miatt, megjelenése miatt, testi adottságai miatt, mert egyedül él, mert nő/férfi). Az ötfokozatú skálán az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem ért egyet az állítással, 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért. Összességében levonható az a következtetés, hogy egyik vizsgált tényezőt sem gondolták hátráltató tényezőnek, hiszen mindegyik állítás esetén nagyobb mértékben a „nem értek egyet” állítással válaszoltak a válaszdók. Viszont a többi válaszhoz hasonlítva átlag feletti mértékben érezték magukat hátrányban a megkérdezettek az anyagi lehetőségeik miatt, koruk miatt, valamint, mert egyedül élnek – bár ezekben az esetekben is legmagasabb arányban az 1-es válaszok szerepelnek. Koruk miatt az átlagosnál jobban hátrányban érezték magukat a nők, az idősek, az alapfokú végzettségűek, valamint a megélhetési gondokkal küzdők. Az idősebb korosztályt vizsgálva szintén elmondható, hogy több mint 50%-uk 50 éves kor felett sem érzékeli ezeket a hátrányokat, de minden hátrány esetében az életkorral nőtt a hátrányok érzékelése, kivéve az anyagi tényezőket, mely esetében nem kaptam szignifikáns eltérést a korcsoportok között. A következő, 19. ábrán az életkorból adódó hátrány érzékelése látható a személyes megkérdezés válaszdóinak korcsoportbontásában, melyről leolvasható, hogy az életkor növekedésével a hátrány érzékelése is növekszik.

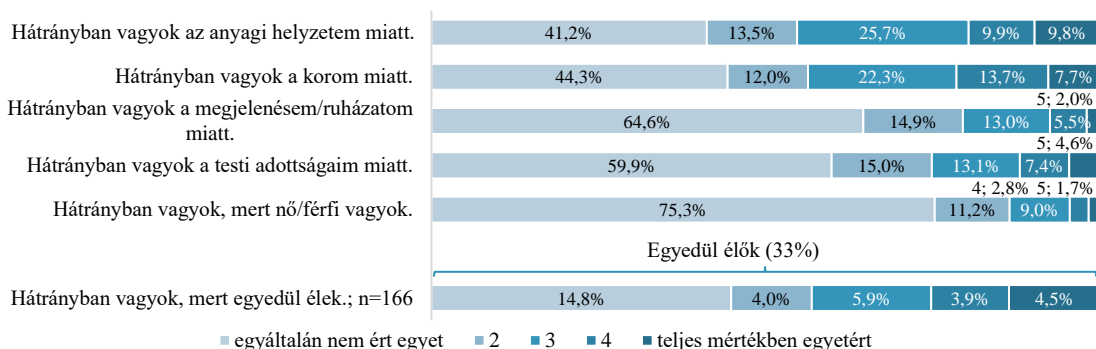
19. ábra: Hátrányban vagyok a korom miatt – korcsoportbontásokban



Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés (n=2001), „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Véleményét, kérjük, ötfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig azt jelenti, hogy teljes mértékben egyetért!”

Az idős minta tagjai, az 50-70 évesek megkérdezése során is kitértünk rá, hogy milyen mértékben érzik magukat *hátrányban* a válaszadók *különböző tényezők miatt*. Ennek összesített eredményeit szemlélteti a 20. ábra és a 17. táblázat. Összességében az idős megkérdezettek szintén nem értettek egyet az állításokkal – épp, mint a másik két nagymintás megkérdezés válaszadói, tehát nem érzik magukat feltétlenül hátrányban a környezetükben élőkhez képest. Ha azonban az ezen belüli eltérésekre fókuszálunk, legmagasabb arányban életkoruk miatt jelezték, hogy hátrányban érzik magukat (21,5%, 4-es és 5-ös válaszokat nézve), de ebben az esetben is 1 volt a módusz, mely elárulja, hogy legtöbben egyáltalán nem érzékelik hátrányként e tényezőt. Másodikként az anyagiakat (19,6%), majd ezt követően a testi adottságaikat (12%) említették. Azon személyeknek, akik egyedül élnek (166 fő) csak 8,4%-a érzékeli ezt az élethelyzetet hátrányként. A 17. táblázatban látható azonban, hogy mindegyik állítás módusza 1 volt, vagyis legtöbben egyáltalán nem értettek egyet az állításokkal.

20. ábra: Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Hátrányban vagyok...



Forrás: saját szerkesztés. 50-70 évesek megkérdezése (n=500); „Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1-es azt jelenti, egyáltalán nem fontos, az 5 pedig, hogy rendkívül fontos!”

17. táblázat: Attitűdállítások mutatói – hátrányok érzékelése

Attitűdállítás	Medián	Módusz
Hátrányban vagyok az anyagi helyzetem miatt.	2	1
Hátrányban vagyok a korom miatt.	2	1
Hátrányban vagyok megjelenésem/ruházatom miatt.	1	1
Hátrányban vagyok a testi adottságaim miatt.	1	1
Hátrányban vagyok, mert nő/férfi vagyok.	1	1
Hátrányban vagyok, mert egyedül élek. (n=166)	1	1

Forrás: saját szerkesztés. 50-70 évesek megkérdezése (n=500); „Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1-es azt jelenti, egyáltalán nem fontos, az 5 pedig, hogy rendkívül fontos!”

A 18. táblázat szemlélteti, hogy az egyes korcsoportok hogyan vélekedtek külön-külön a felsorolt hátrányokról, felsorakoztatva a medián és módusz értékeket. Az életkori hátrányt inkább 60 év fölött érzékelik, de itt is maximum 3-as, közepes értéket kaptunk mediánnak a 65 év feletti korcsoportnál. Emellett az anyagi helyzetnél emelkedik 2-esre minden korosztálynál a medián érték.

18. táblázat: Attitűdállítások mutatói – hátrányok érzékelése korcsoport bontásban

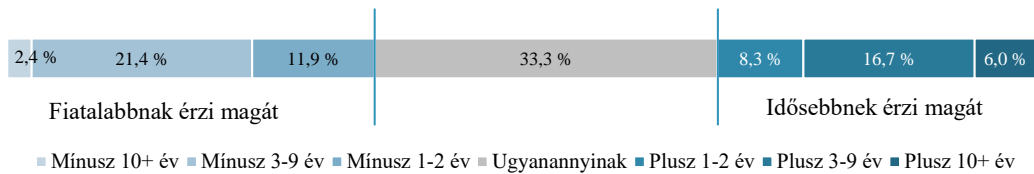
Attitűdállítás	50-54 év		55-59 év		60-64 év		65-70 év	
	Medián	Módusz	Medián	Módusz	Medián	Módusz	Medián	Módusz
Hátrányban vagyok az anyagi helyzetem miatt.	2	1	2	1	2	1	2	1
Hátrányban vagyok a korom miatt.	1	1	1	1	2	1	3	1
Hátrányban vagyok megjelenésem/ruházatom miatt.	1	1	1	1	1	1	1	1
Hátrányban vagyok a testi adottságaim miatt.	1	1	1	1	1	1	1	1
Hátrányban vagyok, mert nő/férfi vagyok.	1	1	1	1	1	1	1	1
Hátrányban vagyok, mert egyedül élek. (n=166)	1	1	1	1	1	1	1	1

Forrás: saját szerkesztés (n=500); „Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1-es azt jelenti, egyáltalán nem fontos, az 5 pedig, hogy rendkívül fontos!”

A megkérdezések során kiderült, hogy nagyon változatos képet mutathat, hogy milyen életkorokat éreznek magukénak az emberek. Az alábbi 21-22. ábrákon látható, hogy az egyetemista megkérdezettek hiába állnak életkorban közel egymáshoz (egy-két éves eltéréssel) és ezáltal számítanak kronológiai életkor tekintetében „homogén” csoportnak, a szubjektíven érzett életkoruk jelentősen eltérhet egymástól, akár plusz/mínusz 10-20 éves eltéréseket is mutathat. Ezen kapott értékekbe nagyon beleszámít a megkérdezés időpontja és az aktuális lelki, érzelmi, szellemi vagy egészségi állapot.

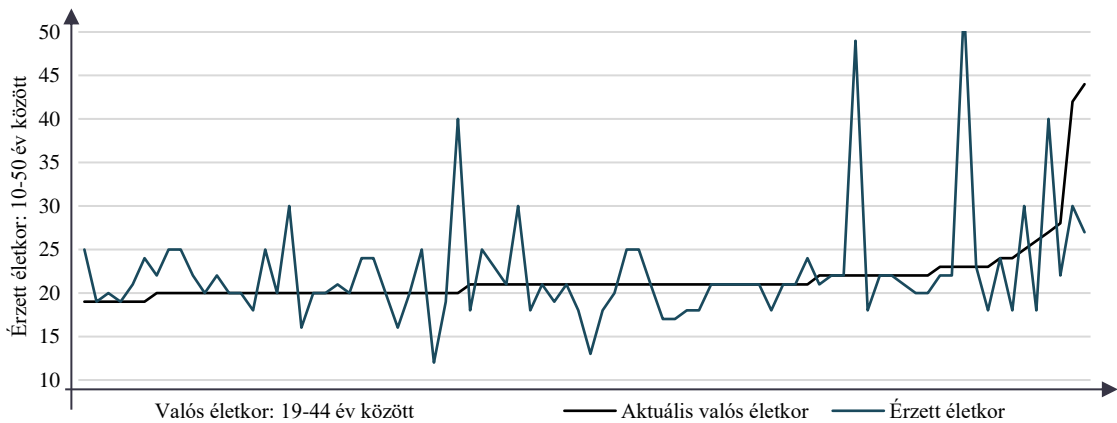
„Én olyan 50-esnek érzem magam, ami a csúcsérték. De nem mindig, csak néha. Mondjuk tényleg biztos befolyásolja az eredményt az, hogy mikor kérdezik rá. [...] Nulla szociális életem van két éve, fájnak a lábaim és zsémbes vagyok néha.” (23 éves nő)

21. ábra: Hány évesnek érzed magad?



Forrás: saját szerkesztés (PTE KTK alapképzésre járó hallgatók megkérdezése, n=84)

22. ábra: Hány évesnek érzed magad? – kronológiai életkor alapján növekvő sorrendben



Forrás: saját szerkesztés (PTE KTK alapképzésre járó hallgatók megkérdezése, n=84)

A 2000 fős megkérdezés során kitértünk rá, hogy a megkérdezettek *hány évesnek érzik magukat adott szempontok alapján* – ennek átlagai láthatók korcsoportbontásban a 19. táblázatban. Ahhoz, hogy legyen mihez viszonyítani, a táblázatban feltüntettem a válaszadói kör átlagéletkorát is. A teljes csoportot nézve minden szempont alapján átlagosan fiatalabbnak érzik magukat a válaszadók, mint a valóság. Legalacsonyabb kort átlagosan az aktivitásuk alapján adták meg, de lényegében nincsenek nagyobb

különbségek az egyes szempontok között. A tendencia az 50-70 évesek esetében is kimutatható. Viszont a teljes minta korcsoportbontását figyelve, a „fiatalabbnak érzem magam a koromnál” érzése körülbelül 45 éves kortól kezdődően érzékelhető jobban.

19. táblázat: Szubjektív koréretet korcsoportonként

Szempont	Átlag-életkor (össz.)	Korcsoportok						50-70 évesek korcsoportjai			
		15-24 éves	25-34 éves	35-44 éves	45-54 éves	55-64 éves	65-74 éves	50-54 éves	55-59 éves	60-64 éves	65-70 éves
		Átlag (év)						Átlag (év)			
1. általános közérzet, összességében	42,27	20,5	28,1	36,7	45,0	56,0	64,4	47,8	52,6	59,3	61,8
2. aktivitás	42,05	20,3	27,0	36,5	44,0	55,6	64,8	46,7	52,7	58,4	62,6
3. egészségi állapot	41,88	20,3	27,3	37,0	45,7	57,1	65,6	48,3	53,9	60,2	63,2
4. kinézet	41,44	20,5	27,6	37,1	45,0	56,1	65,5	47,6	54,0	58,1	63,3
n (fő)	2001	287	324	414	342	356	278	136	177	179	168

Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés (n=2001), „Ön hány évesnek érzi saját magát az alábbi szempontok alapján?” A megkérdezettek átlagéletkora 44,42 év.

A megkérdezett egyetemistákhoz hasonlóan a 2001 fős mintán is látható, hogy nincs egységesség abban, hány évesnek érzik magukat az emberek, de összességében a szubjektív életkor is növekedést mutat a kronológiai életkor mentén (18. melléklet). Leginkább kinézetük alapján érezték a válaszadók fiatalabbnak önmagukat, míg ezzel szemben az egészségi állapot kapcsán érzett életkor mutatta a legnagyobb eltéréseket.

A következő eredmények a vizsgált 50-70 éves csoportot szemléltetik annak kapcsán (500 fős megkérdezés), hogy *hány évesnek érzik magukat, melyik korcsoporthoz sorolnák önmagukat*, és hogyan gondolkodnak, éreznek különböző tényezők alapján (érdeklődési kör, egészségi állapot, életkori aktivitás) fókuszálva az életkorukra (Barak-féle skála). A 20. táblázat szemlélteti a konkrétan megadott szubjektív életkorok átlagait összességében és korcsoportbontásban is. Megállapítható, hogy a válaszadók átlagosan 56 évesnek érzik önmagukat (a minta tényleges életkori átlaga 59,9 év) és minden kohorsz fiatalabb életévet érzékel önmagáról, mint amennyi valójában, 1-3 éves eltéréseket meghatározva.

A 23. ábrán látható, hogy a csoport átlagosan melyik életkori kohorszba sorolta önmagát, az alábbi attitűdállítások segítségével: „*úgy érzem, mintha a ... éveimben járnék; úgy nézek ki, mintha a ... éveimben lennék; a legtöbb dolgot úgy csinálom, mintha a ... éveimben járnék; az érdeklődési köröm leginkább olyan, mint a ... éveseké és végül az egészségi*

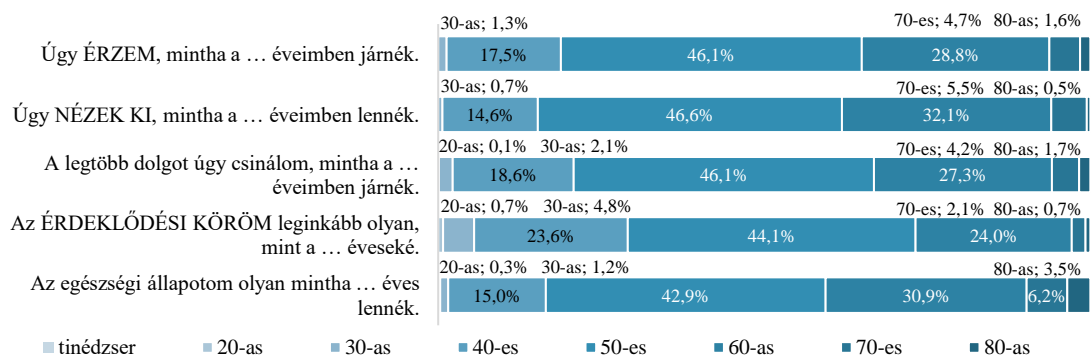
állapotom olyan, mintha ... éves lennék”. Legtöbben úgy vélték, hogy az 50-es éveikben járnak mindegyik állítás kapcsán és egy válaszadó sem vélte tinédzserkorúnak önmagát, de a 20-as évek megjelentek az aktivitás, érdeklődési kör és egészségi állapot kategóriájában. A szempontok részletesebb kifejtése a 19. mellékletben olvasható.

20. táblázat: Szubjektív korérzékelés

Szempont	Érzékelt kor (átlag); n=500	Érzékelt kor átlagosan			
		50-54 év; n=121	55-59 év; n=111	60-64 év; n=132	65-70 év; n=136
1. összességében	56 évesnek	49 év	52 év	58 év	61 év
2. aktivitás	55 évesnek	49 év	52 év	57 év	61 év
3. egészségi állapot	56 évesnek	49 év	53 év	58 év	62 év
4. kinézet	56 évesnek	49 év	53 év	58 év	62 év

Forrás: saját szerkesztés. 50-70 évesek megkérdezése (n=500); „Ön hány évesnek érzi saját magát az alábbi szempontok alapján?”

23. ábra: Melyik korcsoporthoz tartozónak érzi magát valójában?



Forrás: saját szerkesztés 50-70 évesek megkérdezése (n=500); „A legtöbb ember nem tűnik annyira idősnek, mint amennyi születési dátuma szerinti „hivatalos” életkora. A következő kérdések az Ön „nem hivatalos életkorának” a megismeréséről szólnak. Kérjük, válaszoljon, melyik korcsoportoz tartozónak ÉRZI magát valójában.”

A valós életkori csoportokat és a szubjektív életkori csoportokat összehasonlítva egyértelműen kimutatható, hogy összességében, a minta egészét figyelve, amennyiben nő a kronológiai életkor, a szubjektív életkor is növekszik, viszont ez a növekedés nem egyenletes. A legkritikusabban önmaga kapcsán a nyugdíj előtt álló 60-64 éves korcsoport vélekedik – avagy kisebb arányban érzik magukat fiatalabbnak koruknál, mint az összes többi korcsoport, valamint a kinézet és az általános érzet tekintetében többen nyilatkoztak úgy, hogy 80 éves körülnek érzik magukat, mint a náluk idősebb 65-70 évesek.

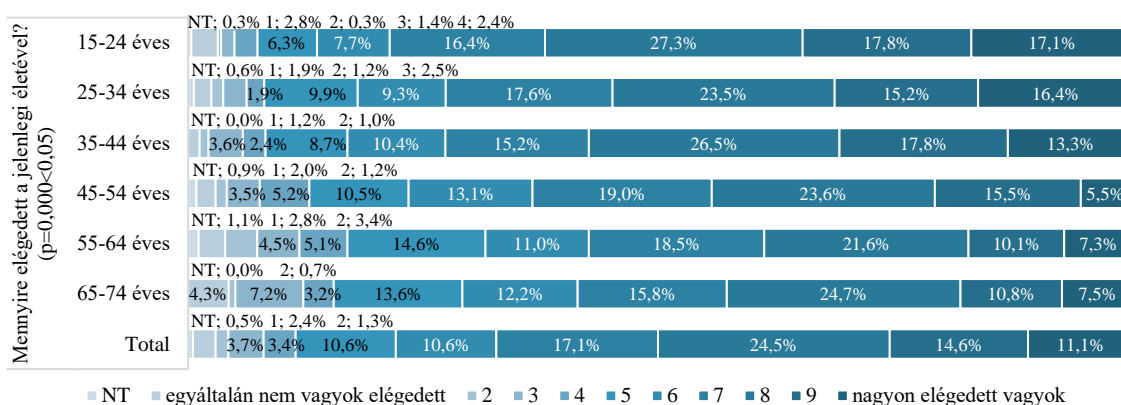
Életminőség és vásárlási attitűd kapcsolata

Ha nem is az életkorból adódóan, de az idősödés mentén számos élethelyzet, életfeladat és egyéb megszámlálhatatlan tényező változik az emberek életében. Mindezek kihatnak a fogyasztók életminőségére és ezáltal nyomot hagynak a vásárlásaikon is, még akkor is, ha ez nem feltétlen tudatosul bennük, viszont közvetetten megjelenik a generációk jellemzésében is. Ezen gondolatmenetből kiindulva az Older People Quality of Life nemzetközi skála (Susánszky et al., 2006; Bowling et al., 2013) használatával rákérdeztem a válaszadóknál, hogy *milyennek ítélik* meg az életminőségüket, majd a kapott válaszok kapcsolatát néztem meg a vásárlási attitűdökkel.

Az életminőség vásárlásra gyakorolt hatása kapcsán feltételezésem volt, hogy a jobb életminőség pozitív kapcsolatban áll a vásárlói tudatossággal, tehát a megkérdezettek jobban odafigyelnek környezetükre, a vásárolt termékeikre, tudatosabban költekeznek. Úgy véltem, azon időskorú fogyasztók, kik magasabb skálapontokat jelöltek be, a vásárlás tudatosságához kapcsolódó attitűdállításokkal is nagyobb mértékben értettek egyet. Mivel az időskori életminőség skálát nem minden megkérdezésben használtuk, olyan kérdések mentén is teszteltem feltételezésemet, melyek valamilyen szinten kapcsolódnak a témához, így vetve össze a különböző megkérdezések mintáit (pl. személyes megkérdezés – mennyire elégedett jelenlegi életével).

A 2001 fős személyes megkérdezéssel kezdve, az összképről megállapítható, hogy összességében a válaszolók elégedettek voltak az életükkel a megkérdezés időpontjában, azonban a válaszokból kiderült, hogy az elégedettségi szint csökkent, minél idősebb volt valaki (24. ábra). Emellett *minél alacsonyabb volt az élettel való elégedettség, annál nagyobb arányban érezték úgy a válaszolók, hogy az utóbbi években megváltoztak a vásárlási, költési szokásaik.*

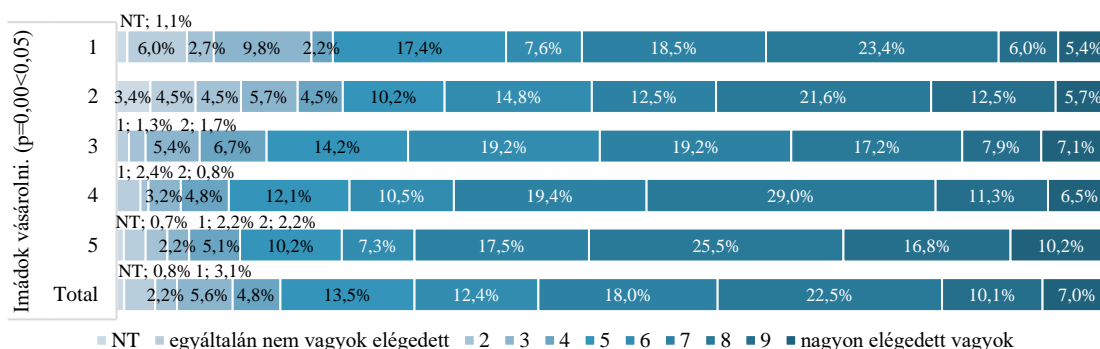
24. ábra: Élettel való elégedettség – korcsoportbontásban



Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés (n=2001), „Mennyire elégedett a jelenlegi életével? Kérjük, egy tízfokozatú skála segítségével adja meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem, 10 pedig, hogy nagyon elégedett!”

Az élettel való elégedettség kapcsolatot mutatott a vásárlási szokásokkal is: minél elégedettebbnek vallotta magát egy válaszadó, annál „lassabban” vásárol a körútjain és annál nagyobb elégedettséggel tölti el, ha teletöltheti a bevásárlókosarát. Az élettel való elégedettség növelte az „imádok vásárolni” mondattal való egyetértést, mind a teljes megkérdezetti bázist vizsgálva, mind csak az 50 év felettieket tekintve. A válaszok megoszlásai pedig szinte megegyező arányokat mutattak a teljes életkori bázist és csak az idősek válaszait szemlélve is. Megállapítható viszont a fentiekben már bemutatottak alapján, hogy az életkor előrehaladtával csökkenő tendenciát mutat a vásárlás „imádata” (25. ábra). A jobb életminőség emellett növelte az egyetértést a következő három állítás esetében is: „Én intézem a vásárlások nagy részét.”; „Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki.”; és „Az anyagi javak birtoklása szerint ítélek meg a környezetem”.

25. ábra: „Imádok vásárolni” és az élettel való elégedettség kapcsolata



Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés 50+ feletti válaszadói (n=772), „Mennyire elégedett a jelenlegi életével? Kérjük, egy tízfokozatú skála segítségével adja meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem, 10 pedig, hogy nagyon elégedett! valamint „Mennyire ért egyet a következő állításokkal: Imádok vásárolni?” 5 fokozatú skálán értékelve.

Az online, 1038 fős megkérdezés során már az Older People Quality of Life időskori életminőséget vizsgáló skála alapján rákérdeztük a válaszadók szubjektíven érzékelt életminőségére. Ötfokozatú skálán kellett értékelniük, hogy „*az összes jó és a rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészében, hogy értékelné az életminőségét?*” A válaszok módusza a 3-as érték volt, 41,9%-ban jelölték ezt a lehetőséget, de magas arányban (37,3%) jelölték a 4-est is. Összességében inkább jónak ítélik meg az életminőségüket a megkérdezettek, de magas arányban adtak meg középső értéket ebben az esetben. A háttérelmézés során a kérdés nem mutatott szignifikáns kapcsolatot az életkorral. A vásárlási attitűdökkel való kapcsolata viszont hasonló képet mutatott, mint a személyesen megkérdezett válaszolók esetében (az arányokat szemlélve persze eltérésekkel), így ezeket terjedelmi okok miatt nem szemléltetem külön.

Az 50-70 éveseket vizsgálva szintén alkalmaztuk az OPQoL skálát, mely csoport esetében már kimutathatók voltak szignifikáns életkori különbségek, mind a kronológiai, mind a szubjektív életkori kategóriák alapján. A Gamma mutató értékei szerint minél idősebb valaki, annál rosszabbnak ítéli meg életminőségét. A kronológiai életkor alapján vett korcsoportok viszont egységesebb képet mutatnak, mint a szubjektív életkori különbségekkel operáló keresztábrák vizsgálata. A 4 és 5-ös skálaértékeket tekintve a válaszadók 60%-a vélte jónak életminőségét, melynél alacsonyabb értéket az 55-59 évesek (59%) és a 60-64 évesek (52%) mutattak. A szubjektíven érzékelt életkori csoportok szerint főként azok érzik jól magukat, akik a 40-es éveikben járnak.

A válaszok alapján *minél magasabbra értékelték az idős válaszadó az életminőségét*, jelenleg annál kevésbé figyel oda költségeire, mint korábban, kevesebb termékről mond el egészségi és anyagi okokból, kevésbé tervezi akciók alapján a vásárlói körútjait, valamint ritkábban kerül el a nem tervezett vásárlásokat. Egyre fontosabbá válik, hogy fiatalosságot sugározzon a külső, mindemellett pedig a jobb életminőséggel rendelkezők jobban követik az újdonságokat és több minden másra költenek, mint korábban. Megtehetik, hogy azért mondjanak le termékekről, mert jobban odafigyelnek környezetükre (és általánosságban ezek a termékek drágábbak is a piacon), valamint mert tisztában vannak a túlfogyasztás káros hatásaival. Ugyan a jó életminőségben élők közel 50%-ban nem értettek egyet az állítással, miszerint „környezettudatos vagyok, ezért sok esetben használt termékeket vásárolok, vagy másokkal cserélek”, viszont a válaszok alapján látható az is, hogy a javuló életminőség mentén növekszik azok aránya, akik viszont élnek ezzel a lehetőséggel is. A válaszok alapján külön ábrázoltam azon

attitűdállításokat, melyekre „negatív hatással van” a javuló életminőség (negatív irányú kapcsolatot mutatott a keresztábrás szignifikancia vizsgálat) – azaz a válaszadók egyre kisebb arányban értettek vele egyet, minél jobbnak értékelték szubjektívan jelenlegi életminőségüket és azokat, melyek esetében pedig pozitív hatással volt a jobb életminőség (20-21. mellékletek).

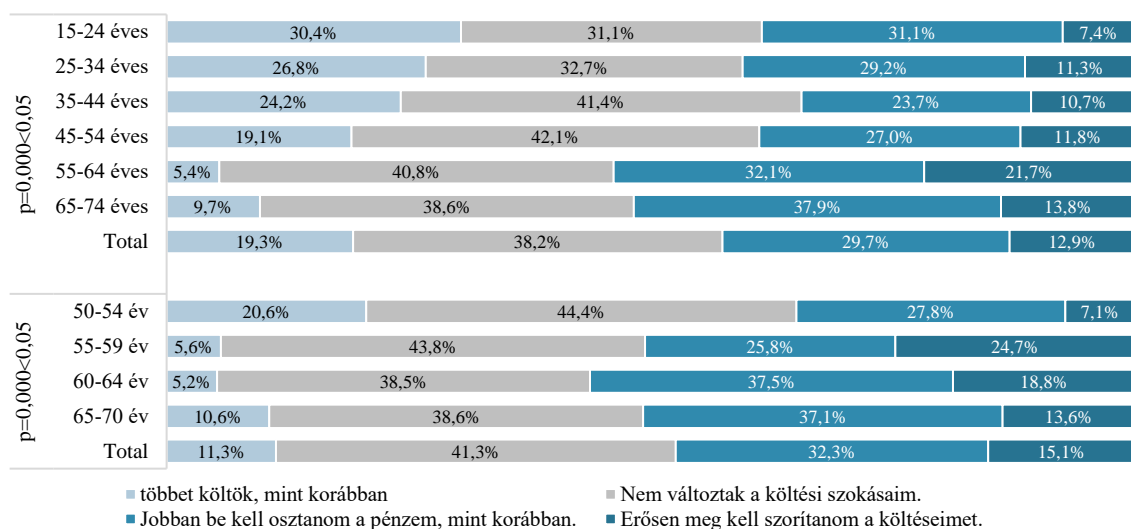
5.2.2. Szubjektíven értékelt fogyasztói magatartásváltozás

A vásárlási szokások megváltozását sok tényező előmozdítja, befolyásolja. Egyértelműnek vesszük, hogy egy-egy új élethelyzet (új családtagé érkezése, életkörülmények megváltozása) maga után vonja, hogy részben más termékek vásárlására, fogyasztására van szükség. Mindezen életszituációk kapcsán a fogyasztó nem is gondol bele mélyebben, hogy ezen változások kihatnak-e az életére hosszabb távon vagy sem. Ebből kiindulva merült fel a kérdés, hogy ezen életbeli fordulópontok egységesen változtatják-e meg a fogyasztók vásárlási szokásait. Mekkora hatása van egyáltalán az öregedésnek (a valós, illetve a szubjektíven érzékelt életkori növekedésnek) a vásárlási szokások megváltozására? Maguk a fogyasztók mennyire érzékelik ezeket a vásárlási változásokat és mekkora jelentőséget tulajdonítanak nekik? Mindezen kérdésekre kapott válaszok segíthetik annak megismerését, hogy mennyire jelenik meg a vásárlási szokások megváltozásának problémája a fogyasztók életében.

Annak felmérésére, hogy a fogyasztók mennyire érzékelték, hogy megváltoztak-e az utóbbi években vásárlási szokásaik, 4 fokozatú skálán kellett válaszolniuk. Ehhez az alábbi lehetőségek közül választhattak: *„sokkal többet költök, mint korábban, többet költök, mint korábban, nem változtak a költési szokásaim, jobban meg kell szorítanom a költéseimet, mint korábban, erősen meg kell szorítanom a költéseimet”*. A demográfiai adatokat csak röviden érintve megállapítható, hogy az online 1038 fős megkérdezésben válaszolók közül többet költenek, mint korábban a férfiak, a fiatalok, a nagyobb városok lakói, a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők, valamint azok, akik jónak ítélik meg saját jövedelmi helyzetüket. Az életkor kapcsán kapott eltéréseket az 26-27. ábrák szemléltetik. Ugyan a legtöbben azt nyilatkozták, hogy nem változtak a költési szokásaik, mégis kimutatható volt a válaszokból, hogy minél idősebb volt a megkérdezett, annál inkább érezte úgy, hogy az utóbbi években jobban be kell osztania a pénzét. Csak az időseket figyelve pedig, a válaszok alapján megállapítható, hogy a nyugdíjazást körülölelő években lévők érezték a legnagyobb arányban, hogy erősen meg kell szorítaniuk a költéseiket. Az online kutatáshoz képest a személyes, 2001 fős megkérdezés

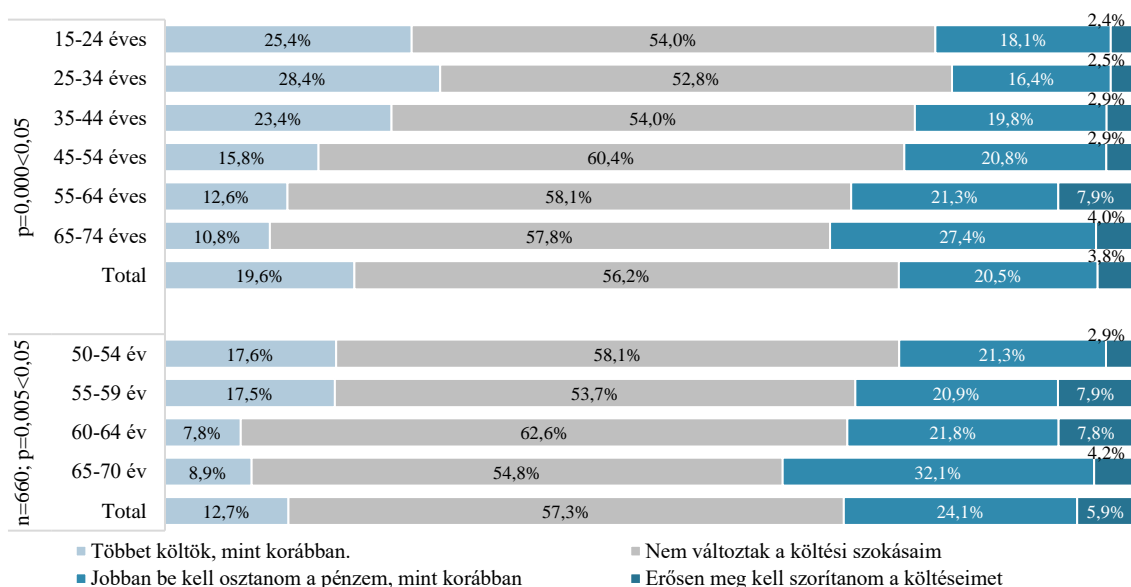
során a válaszadók nagyobb arányban vallottak úgy, hogy nem változtak a költési szokásaik és egyenletesebbnek mutatkozott a növekedés az idősödés és a költségek megszorítása között. Ezen eltérés adódhat a megkérdezés módjából is, hiszen személyesen kellemetlenebb nyilatkozni a pénzügyi szituációkról, melyeket tompítandó szavazhattak többen a semleges válaszra.

26. ábra: Vásárlási, költési szokások változása – online megkérdezés



Forrás: saját szerkesztés (online megkérdezés, n=1038). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

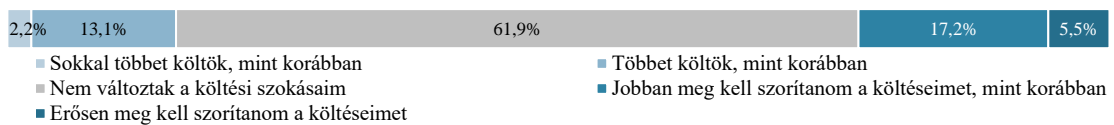
27. ábra: Vásárlási, költési szokások változása – személyes megkérdezés



Forrás: saját szerkesztés (személyes megkérdezés, n=2001). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

Az 50-70 évesek megkérdezésében (500 fős) legnagyobb arányban (62%) úgy vélekedtek, hogy nem változtak a költési szokásaik, míg 23%-uk nyilatkozott úgy, hogy jobban vissza kell fognia magát költségei terén és 15%-uk úgy, hogy bátran költsékezhet többet (28. ábra). Legnagyobb arányban azok nem értettek egyet az állítással, akik nagyon jól megélik és félre is tudnak tenni (75%), az egészségesek (67,5%) valamint a szakmunkásképzőt végzettek (66,7%). Leginkább azok költési szokásai változtak, akik végzettség terén legfeljebb 8 általánost végeztek, 43,7%-uk költ kevesebbet, de ettől nem sokkal lemaradva az egyetemi végzettségűek is kevesebbet költenek (43,4%). A párkapcsolatban élők kicsivel többet költenek az utóbbi években, mint a „magányosok”, valamint az unokák számának növekedésével is gyarapszik kis mértékben a költségek száma. A jelenleg is munkanélkülieknek sokkal jobban meg kell szorítaniuk kiadásukat és ez vonatkozik azokra is, akiket egészségi állapotuk mindenben korlátoz.

28. ábra: Költési szokások megváltozása – idős megkérdezettek



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

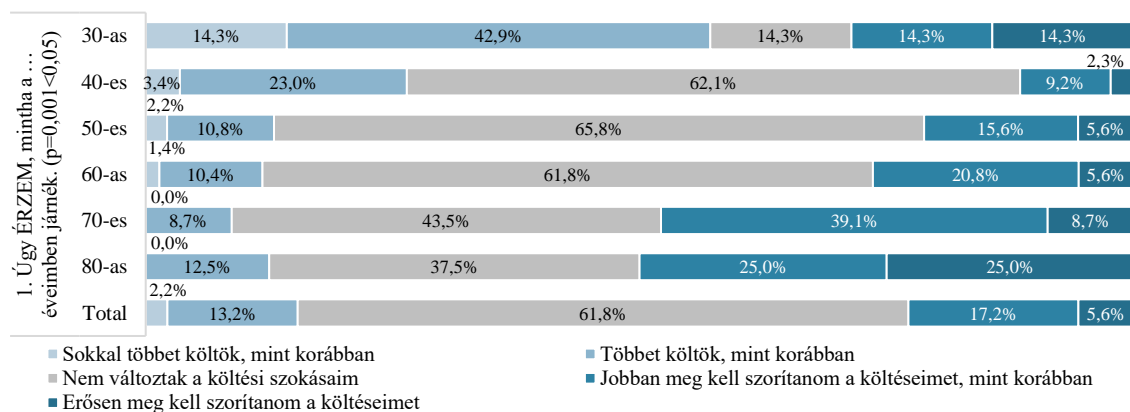
Az idős (tehát kvázi homogén) mintát vizsgálva, a *kronológiai életkorból kapott korcsoportok alapján nem volt kimutatható szignifikáns eltérés* a vásárlási, költési szokások kapcsán, viszont a szubjektív életkori korcsoportok már mutattak szignifikáns különbségeket a válaszadók között. A vizsgálat során alkalmazott, *minden szubjektív életkori kategória mentén* (összességében/ kinézet/ aktivitás/ érdeklődési kör/ egészségi állapot alapján) *kimutatható volt*, hogy minél inkább idősebb korcsoportba sorolta magát az egyén, annál jobban úgy érezte, hogy jobban meg kell szorítania a költési szokásait az utóbbi években. A legegységesebb összefüggést ezen állítással az „idősödő” egészségi állapota mutatta.

Tehát a szubjektív, növekvő életkor menti költségmegtörítés érzékelhetően növekszik, viszont ahogy az a következő 29-31. ábrákon is látható, azok számoltak be erősebben költségmegtörítéssel, akik 80 éves éretűek, illetve, ha a 20-as éveikben járónak érzik magukat – különösen érzékelhető ez, ha az *érdeklődési kör* életkor van a fókuszban. Valószínűsíthető, hogy a két csoport eltérő motivációval és elvárásokkal rendelkezik

életszínvonalával kapcsolatban. A demográfiát vizsgálva, havi nettó jövedelmüket tekintve mindkét csoport nagyobb arányban úgy nyilatkozott, hogy éppen elegendő a jövedelmük, de félretenni már nem tudnak belőle, de míg a 80-as éretűek egy része spórolni is tud, a 20-as „életbelieknek” néha arra se nagyon elég, hogy megéljenek, és kevésbé elégedettek életminőségükkel (32. ábra). Emellett akik a 80-as korcsoportba sorolták magukat az érdeklődési körük alapján (50%-ban választották az erős költségmegtörítést), ők valós életkorukat tekintve a nyugdíjazást követő 65-70 éves korcsoportot teszik ki.

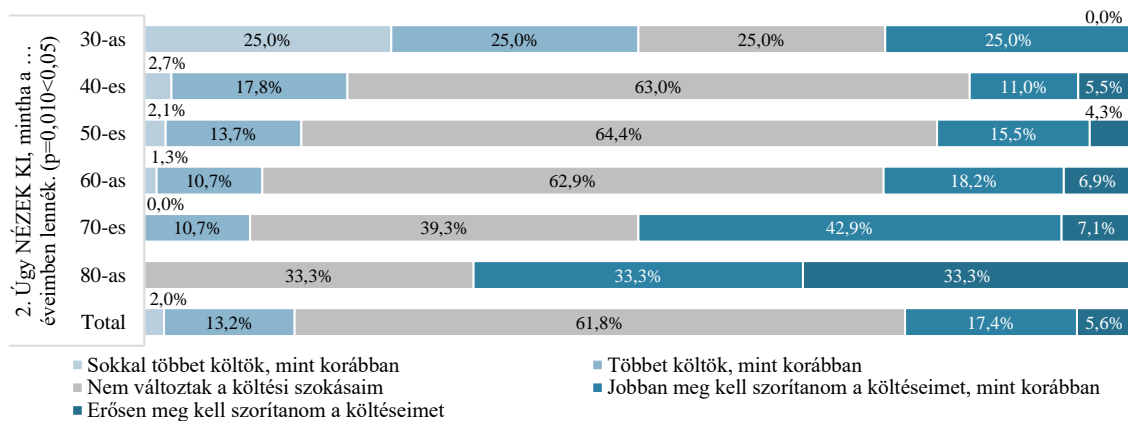
Az érdeklődési kör mellett a kinézetük (33%) és az aktivitásuk (22%) miatt voksoltak a költségmegtörítésre a legtöbben. Mivel a szubjektív életkori érzet nem minden esetben kapcsolódik, vagy nő párhuzamosan a kronológiai életkorral, a kapott eredmények szemléltetik, hogy mekkora befolyásoló ereje lehet annak, hogy hogyan érznek önmagukkal kapcsolatban a fogyasztók. Mindez nem csak az életkor tekintetében, hanem általános aktivitásban, egészségi állapotban, érdeklődési körben, vagy számos más tényező mentén is igaznak bizonyulhat.

29. ábra: Költsési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (összességében)



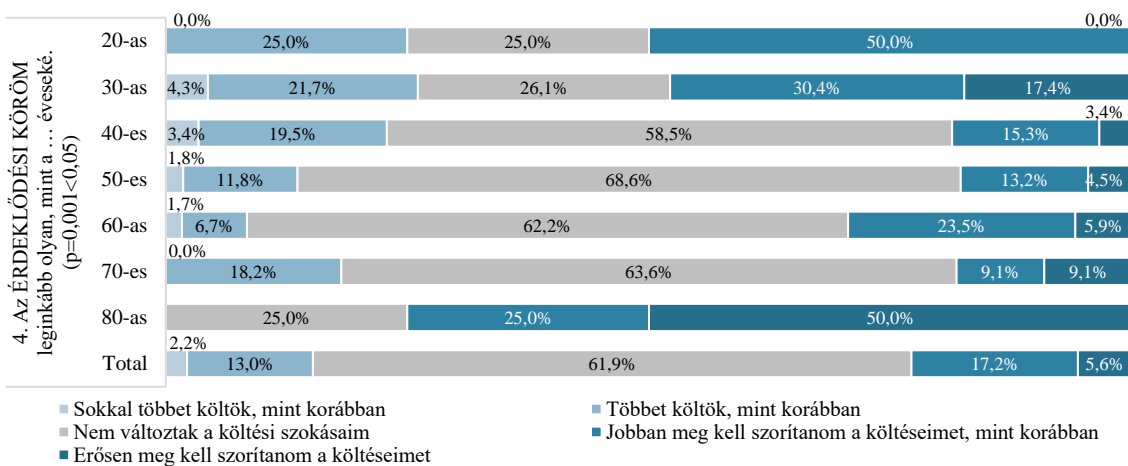
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

30. ábra: Költsési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (kinézet)



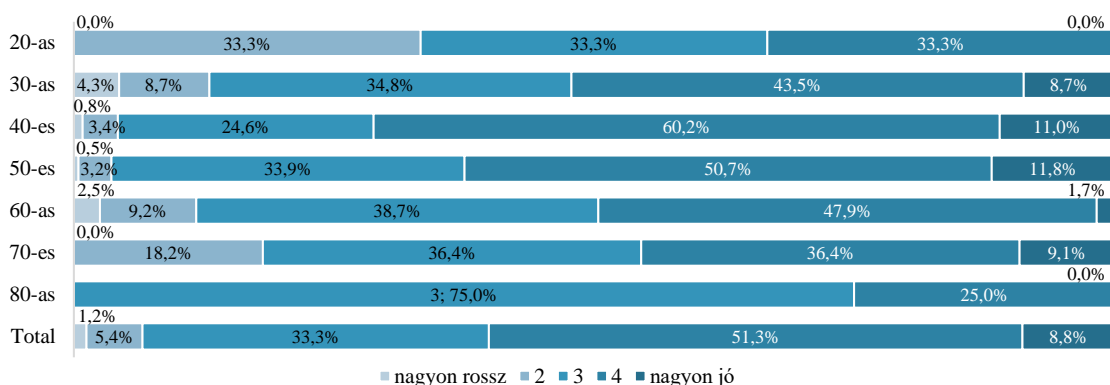
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

31. ábra: Költsési szokások megváltozása – szubjektív korcsoportbontásban (érdeklődés)



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500). „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?”

32. ábra: A szubjektív életkor (érdeklődési kör tekintetében) és az életminőség értékelésének kapcsolata



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500). „Az összes jó és rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészen, hogyan értékelné az életminőségét?”

Az életkor szerepe a költési volumen időbeli változásában

Az előző eredmények is összhangban vannak a szakirodalom azon állításával, hogy a szubjektív életkori érzet pontosabb képet mutathat a vásárlási szokásokról, mint a tényleges kronológiai életkor. Mindebből kiindulva az 50-70 évesek csoportjában vizsgáltam, hogy milyen tényezők hatnak az *érezelt* költési volumen megváltozására, valamint *attól függően, hogy az egyén idősebb-e, jelentkeznek-e változások a költéseiben*, minden más paramétert változatlanak tekintve. Kiindulási gondolat volt, hogy a kronológiai életkor növekedése kapcsolatban áll a költési volumen megváltozásával.

A vizsgálathoz 10 éves időszakot választottam, mert úgy gondoltam ez egy relatíve könnyen felidézhető időtávot jelent, amiben már megmutatkozhatnak a változások, és még az egyén emlékezetében is felidézhető a változás. Ezen időszakon belül érdekelt, hogy milyen tényezők és hogyan befolyásolják a vásárlói habitus megváltozását és vajon az életkor növekedése befolyásolja-e leginkább a vásárlói habitus megváltozását? A kérdésekre a választ a demográfiai ismérvek mellett elsősorban olyan szubjektíven értékelt jellemzők segítségével vizsgáltam, mint a kognitív (szubjektív), pszichológiai értelemben vett életkor, valamint a költések megváltozásának érzékelése/értékelése (a válaszadó 10 évvel ezelőtti életére visszatekintve) (Hegedüs et al., 2020 alapján).

A vizsgálat során csak a válaszadók által adott szubjektív információkkal dolgoztam, figyelmen kívül hagyva az aktuális gazdasági környezetet, hogy az általuk *érezelt* változásokat vizsgálhassam a költéseikben. Tisztában vagyok vele, hogy az egyének viselkedése nehezen (vagy egyáltalán nem) függetleníthető aktuális környezetüktől, ezért érdemes utalni a magyar háztartások fogyasztási helyzetére. A KSH Háztartások életszínvonala 2018-as kiadványa alapján 2018-ban legmagasabb jövedelemmel az 55–64 évesek rendelkeztek, mellettük pedig a felsőfokú végzettségűek és az aktív dolgozók. 2010-ről 2018-ra összességében az egy főre jutó fogyasztási kiadás folyó áron 58,3, reálértéken 34,5%-kal nőtt. Az alapvető kiadások aránya a 2008-as válságot követő dekonjunktúra éveiben volt a legmagasabb (60% körüli), mely azóta a gazdasági teljesítőképesség és a jövedelmek növekedésével párhuzamosan mérséklődött. 2018-ban a nem alapvető tételekre (kultúrára, szórakozásra, hírközlésre, vendéglátásra stb.) kiadott összegek aránya az összes kiadásból 44,3%-ra emelkedett a 2012-ben mért negatív rekordhoz képest (39,6%). A háztartások jövedelmi helyzete regionálisan számottevően eltér. 2018-ban a legmagasabb egy főre jutó jövedelemmel rendelkező Budapest és a legalacsonyabb jövedelmű Észak-Alföld háztartásainak egy főre jutó bruttó jövedelme

között másfélszeres volt a különbség. Emellett pedig a jövedelmek nagysága követi a települési hierarchiát is: minél nagyobb a település, annál magasabb az egy főre jutó bruttó jövedelem (KSH, 2018).

Az életkor növekedése és az idősebb korosztály fogyasztási habitusának megváltozása közötti kapcsolat feltérképezése érdekében a szubjektív ön- és helyzetértékelés irányából közelítettem meg az eltéréseket, kiválasztva azon releváns változókat, melyek priori feltételezés és a szakirodalom szerint hatással lehetnek a fogyasztási szokások megváltozására 10 éves viszonylatban. Cél volt beazonosítani a kiválasztottak közül azon tényezőket (többek között demográfiai vagy szubjektív jellemzőket), amelyek szignifikánsan megkülönböztetik az esetek csoportjait, és ellenőrizni, hogy a csoporthoz való tartozás becsülhető-e az adott független változókkal, és amennyiben igen, hány százalékban. A logisztikus regresszió-számítás feltételei alapján:

- *A függő változó (Y) nominális skálán mérhető.*
- *A független magyarázó változók (x) bármilyen skálán mérhetőek.* Az elemzések során az alábbi változók használatából indultunk ki:
 - demográfiai jellemzők: kronológiai életkor, korcsoportok (50-54, 55-59, 60-64, 65-70 év), nem, családi állapot, iskolai végzettség, gazdasági aktivitás, a háztartás nettó jövedelme, régió.
 - szubjektív érzékelés: szubjektív életkori meghatározások, illetve besorolások (összességében, vagy kinézet, egészségi állapot, aktivitás alapján), különbségek érzékelése (anyagi, egészségi állapot, aktivitás) illetve hátrányok érzékelése a vele egykorú személyekhez képest (életkor, nem, egyedüllét, anyagi helyzet, megjelenés vagy testi adottságok), egészségi állapot.
- *A változók között nincs multikollinearitás.*
- *A mintanagyság feltételei teljesülnek (N=500), tehát a teljes mintanagyság legalább tízszer nagyobb a független változók számánál (n=20), valamint a függő változó kimeneteiből elégséges mennyiség áll rendelkezésre.*

A függő változónak az alábbi szubjektíven értékelt kérdés számított 3 irányúvá kódolt kimenettel, mely kérdés az adott termékcsoporthoz való költés önmagához viszonyított időbeli változására utal reálértékben: „*Hogyan változtak a következő termékcsoporthoz képest a költései a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, sokkal kevesebb költ rá, 3: nem változott, az 5 pedig, hogy*

sokkal többet költ rá.” A termékcsoportok megfelelnek a KSH által alkalmazott 12 termék kategóriának (pl. élelmiszerek és alkoholmentes italok, lakásfenntartás és háztartási energia, kultúra..., KSH, 2018). A kérdés vizsgálatához feltételeztem, hogy a valóságnak megfelelnek az alanyok emlékei, és erre a hipotézisre támaszkodtam. Az Y függő változó a kategóriákra való költségek móduszának felhasználásával alakult ki.

Az Y (függő) változó kategóriális, értékei = $\begin{cases} k_2 \text{ mérséklődők (kevésbé költ, mint 10 éve)} \\ k_3 \text{ szinten tartók (ugyanannyit költ, mint 10 éve),} \\ k_4 \text{ költsézők (többet költ, mint 10 éve)} \end{cases}$

ahol k_3 a referenciaérték és a többi esélyét e bázis kategória bekövetkezési esélyeihez viszonyítottam. Az egyes kategóriákhoz való tartozást kifejező indexet y eredmény változóként kezelve, feladat volt a $\Pr(y = k | x_1, x_2, \dots, x_p) = P_{kx}$ feltételes valószínűség becslése valamennyi ($k=2,3,4$) kategóriára nézve, ahol az alábbi feltétel teljesül: $\sum_{k=1}^m P_{kx} = 1$. Az egyes kategóriák feltételes bekövetkezési valószínűségét a kategóriák odds (esélyhányados)-arányainak megoszlásaként definiálja a módszertan:

$$P_{Kx} = \frac{\text{odds}_{K:k_3|x}}{\sum_{k=1}^{k_3} \text{odds}_{k:k_3|x}}, \text{ ahol } \text{odds}_{k_3:k_3} = 1.$$

A regressziós modell futtatása előtt az elemzés leíró fázisában a kapcsolatok létét kereszt táblák segítségével (Khi-négyzet próbák) ellenőriztem. A háttérváltozók többféle csoportosítása és a lefuttatott elemzések alapján az alábbiak rajzolódtak ki:

A *szubjektívan érzékelt életkorral* operáló modellek jobban illeszkedtek, mint a kronológiai életkort tartalmazók, továbbá vizsgált szubjektív-életkori szempontok közül (összességében/ aktivitás/ egészségi állapot/ kinézet szempontjai) a kinézetre vonatkozó szubjektív életkor bizonyult a legerőteljesebb magyarázó változónak („*Ön hány évesnek érzi saját magát az alábbi szempont alapján: kinézet?*”). A modellspecifikáció során nagyobb magyarázó erő mutatkozott, amikor azon tényezőket használtam, amik a konkrét szubjektívan érzékelt életkorra kérdeztek rá, mint a korosztályonként (pl. 50-es éveiben jár) vett csoportosítással vagy a ’fiatalabbnak/idősebbnek érzi magát, mint a kronológiai életkora’ felosztással. A kronológiai életkor csak abban az esetben mutatott szignifikáns kapcsolatot a költségi volumen változásával, amennyiben valamilyen szubjektív életkori felosztást is tartalmazott a modell, de ezen két életkori ismérv erősen összefügg egymással, így előbbi elhagytam a végső modelltől.

Nagyobb magyarázó erővel bírt az, hogy az adott személy *érez-e bármilyen hátrányt a neme miatt*, mint a konkrét neme (a *nem* változó a modellspecifikáció során egyszer sem befolyásolta a kategóriákba sorolódást).

A nemhez hasonlóan az *iskolai végzettség* (alapfokú – középfokú – felsőfokú) sem befolyásolta a kategóriákba sorolódást egyik próbamodell esetében sem.

A modellspecifikáció során a végleges modellbe összesen 20 magyarázó változó került be (a modell illeszkedésére vonatkozó mutatók alapján a pseudo R^2 értékek alakulása: Cox&Snell: 0,282, Nagelkerke: 0,353, McFadden: 0,206, likelihood-ratio test: 150,846 $p < 0,001$) Az 21. táblázat tartalmazza a klasszifikációs táblát (mely a marketingkutatási gyakorlatban szintén sokszor alkalmazott eszköz, amely a tényleges, szubjektíven érzékelt változást hasonlítja össze a modell által előre jelzettel (Lázár, 2011)). Az “alapmodell”, ami semmilyen magyarázó változót nem használ fel, 70%-os találati arányt mutatna, hiszen mindenkit a legnagyobb elemszámú csoportba sorolna. Ehhez képest az elért 76,8% nem kimondottan jó eredmény, de így értékelhető találati arány alakult ki a két kisebb csoportban is. Ugyanakkor ez előrevetíti, hogy a modell előrejelzésre (csoportok közötti hovatartozás becslésére) nem igazán lesz alkalmas. Ezért egyik közvetkeztetés az, hogy más, a vizsgálatban nem szereplő tényezők is befolyásolják a vásárlási, költési habitus megváltozását. Viszont a magyarázó változók hatása így is vizsgálható és értékelhető, melyeket az 22. táblázat (szignifikáns kapcsolatot mutató tényezők) és részletesebben a 22-23. melléletek szemléltetnek. A végső modell háttérváltozóit az alábbiak szerint csoportosítottam:

- demográfiai ismérvek: nem, végzettség, háztartás havi nettó jövedelme, családi állapot, gazdasági aktivitás és régió
- szubjektíven értékelt ismérvek: egészségi állapot, életkor (kinézet szempontjából), saját neme miatti hátrány érzékelése.

21. táblázat: Klasszifikációs tábla - a modell előrejelzési pontossága

Tényleges változás	Előrejelzett változás			
	k ₂	k ₃	k ₄	Találati arány
k ₂ (kevesebbet költ)	29	55	1	34,1%
k ₃ (nem érzékelt változást)	11	310	1	96,5%
k ₄ (többet költ)	1	38	11	22,6%
Összesen	8,9%	88,3%	2,8%	76,8%

Forrás: saját szerkesztés

22. táblázat: Paraméter becslések – szignifikáns kapcsolatot mutató szempontok

Magyarázó változók	Mintabeli arány	Y	Paraméter	Standard hiba	Esélyhányados
Háztartás havi nettó jövedelme (ref=megél, de félretenni nem tud)					
Megélhetési gondokkal küzd	6,5%	k_2	1,086*	4,059	2,964
Jól él és félre is tud tenni	45,5%	k_2	-1,064**	10,501	0,345
Gazdasági aktivitás (ref= aktív dolgozó)					
Munkanélküli	1,3%	k_2	1,995*	3,879	7,351
Régió (ref= Dél-Alföld)					
Dél-Dunántúl	9,8%	k_2	-1,922*	4,320	0,146
Szubjektív életkor kinézet alapján		k_2	0,076***	11,019	1,079
Egészségi állapot (ref= egészségi állapota semmiben nem korlátozza)					
Mindenben korlátozza	3,9%	k_2	2,140**	10,444	8,497
Neme miatti hátrány érzékelése (ref=semlegesen gondolkodik a kérdés kapcsán)					
Nem érez hátrányt	87,1%	k_4	-1,248**	6,504	0,287

Forrás: saját szerkesztés (p<0,050*, p<0,010**, p<0,001*** szignifikancia szintek mellett)

A 22. tábláról leolvasható, hogy 5%-os szignifikancia szint mellett a mérséklődőkhöz tartozás esélyhányadosa magasabb azoknál, akik megélhetési gondokkal küzdenek, viszont mellettük párhuzamosan a jó megélhetésnek örvendőkhöz azok is, akik félre tudnak tenni jövedelmükből – és ezen vizsgálat alapján élnek is ezzel a lehetőséggel. Nem meglepő módon gazdasági aktivitás szempontjából a munkanélküliek is inkább mérséklődők, de e csoport igen elhanyagolható mértékben van jelen az elemszámok alapján, így a hatásuk értelmezése nem megalapozott. Régiók tekintetében a Dél-Dunántúlon élők költési volumene mutat inkább csökkenést 10 éves viszonylatban a referenciaként vett Dél-Alföldi lakosokkal szemben. A szubjektíven értékelt életkori növekedés (kinézet szempontjából) illetve az egészségi állapot romlása is a mérséklődés irányába hajtja az egyéneket. Azoknál pedig, akik nem érznek hátrányt saját nemüket illetően nagyobb a költsézők közé kerülés esélyhányadosa, mint a semlegesen gondolkodó társaiké. A paraméterbecslések alapján leolvasható továbbá, hogy sem a nem, a párkapcsolat megléte vagy hiánya, sem pedig az iskolai végzettség nem befolyásolta a költési volumen változását a válaszadók 10 évvel ezelőtti életéhez képest. A vizsgálat során a fogyasztási struktúra *érvékelt* változására helyeztem a hangsúlyt és nem a tényleges változás felmérésére törekedtem. Ennek alapján a költési volumen

változását a felépített modell alapján a *szubjektíven érzékelt életkor* (kinézet alapján), a *nem* miatti hátrány érzékelése, a *szubjektív egészségi állapot*, a *háztartás havi nettó jövedelme* és a *régió* befolyásolták. Életkor tekintetében az egyén szubjektív életkorának ismeretében jobban előre jelezhető a költési volumen változása, mint a kronológiai életkor ismeretében (mely nem mutatott szignifikáns kapcsolatot), és a szubjektív érzékelésen belül a kinézet alapján történő értékelés volt a legmeghatározóbb. Tehát ezek alapján kiderült, hogy a kronológiai életkor növekedésével szemben, a szubjektív életkori jellemzők álltak kapcsolatban a költési volumen megváltozásával.

Ez alapján elmondható, hogy az elemzésem is alátámasztotta a szakirodalomban olvasottakat. Ugyan a marketingkutatások során az egyik legfontosabb demográfiai tényező az életkor, de sok esetben nem ezen életkori kategória a számottevő, mert az egyén szubjektív életkorának ismerete fontosabb ismérv lehet, mint aktuális életkora (Barak – Schiffman, 1981, Stephens, 1991, Hofmeister-Tóth et al., 2011).

A vásárláshoz fűződő viszony

Az előbbi vizsgálat alapján is megállapítható, hogy a vásárlás megváltozásának okai nem biztos, hogy kimutathatók a kérdőívekben szereplő egyszerű demográfiai adatokkal, melyekre a keresztmetszeti felmérés amúgy is csak egy adott időpontban szolgáltat rálátást, ezért a mélyebb megértés érdekében – további szubjektív tényezőként – a vásárláshoz való hozzáállás irányából folytattam az elemzést.

Az 500 fős személyes megkérdezés során arra kértem a vizsgált 50-70 éves fogyasztói csoportot, hogy gondoljanak jelenlegi és 10 évvel ezelőtti fogyasztási, vásárlási szokásaikra és koncentráljanak a két időszak közötti eltérésekre.

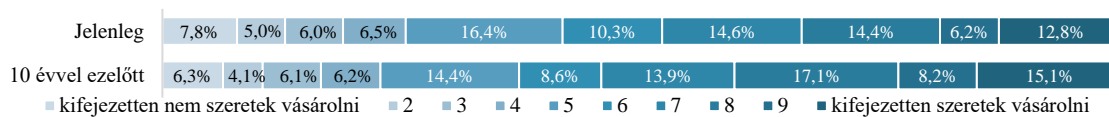
A kérdések kitértek többek között:

- a vásárlással kapcsolatos érzelmekre és attitűdökre,
- a fogyasztott termékcsaládok (KSH kategóriák alapján) vásárlásának mennyiségbeli eltérésére és az ezekhez fűződő érzelmi hozzáállásra,
- a vásárlási szokások megváltozását kiváltó okokra,
- a generációkra jellemző vásárlói tulajdonságokra.

A vásárlással kapcsolatos attitűdök felmérése érdekében a kutatás során megkérdeztük a *vásárlás szeretetének* mértékét, illetve, hogy mennyire jelenik meg élményként vagy

feladatként a tevékenység a megkérdezettek életében. A 33. ábra szemlélteti azt, hogy a válaszadók átlagosan mennyire szeretnek jelenleg és szerettek 10 évvel ezelőtt vásárolni. A válaszokat 10 fokozatú Likert skála segítségével mértük, ahol az 1-es jelentette, hogy kifejezetten nem szeretnek/szerettek vásárolni, míg a 10-es, hogy kifejezetten szeretnek/szerettek vásárolni. Míg egy évtizeddel korábbra vonatkozóan 63%-ban válaszoltak pozitívan a kérdésre (6-10-es válaszok), jelenleg már csak 58%-ban szeretnek vásárolni, viszont többségében még így is a pozitív tartományban vannak. Emellett jelenlegi életükre vonatkozóan csak 7,8%-ban állították (1-es skálapont), hogy kifejezetten nem szeretnek vásárolni, viszont ezen érték is növekedett a 10 évvel ezelőtti időszakhoz képest (6,3%).

33. ábra: Mennyire szeret Ön jelenleg/ és szeretett 10 évvel ezelőtt vásárolni?



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Véleményét 10 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, kifejezetten nem szeret/ett vásárolni, a 10 pedig, hogy kifejezetten szeret/ett vásárolni!”

Az átlagnál jobban szeretnek jelenleg vásárolni a gimnáziumi érettségivel, vagy a fölötti végzettséggel rendelkezők, az aktív szellemi dolgozók, a Közép-Magyarországon élők, valamint a budapestiek. A kérdés kapcsán az idős férfiak 44,8%-ban, míg a nők 69,9%-ban válaszoltak 6-os fölötti értékeléssel, mely alapján a kérdezett csoport kapcsán is megállapítható, hogy a nők vásárlás iránti szeretete megmarad idős korukra is. Ezzel szemben a 10 évvel ezelőtti időszakra visszatekintve, a nők 76,1%-ban szerettek vásárolni, míg a férfiak 47,6%-ban. Az adatokból az látszik, hogy a nők vásárlási kedve nagyobb mértékben apad az évek elteltével, míg a férfi válaszadók esetében ez az arány csak kismértékben változik.

Más megközelítést alkalmazva érdekelt, hogy a vizsgált korcsoport inkább *feladatként* vagy *élményként* tekint a vásárlásra és ez hogyan alakult át 10 éves viszonylatban (34. ábra). Szintén azonos skálán kellett elhelyezniük saját hozzáállásukat, ahol az 1-es jelentette, hogy teljes mértékben feladatként tekintenek/-tettek rá, míg a 10-es, hogy élményként. Ugyan a válaszadók nagyobb arányban szeretnek vásárolni, mint sem, viszont többségében feladatként tekintenek rá (52%), viszont ezen vélemény a 10 évvel ezelőtti időszakukra visszatekintve még erősebb volt (62%). Ezzel szemben azok aránya

is nőtt, akik teljes mértékben feladatot látnak a vásárlásban (6,5%-ról 11,7%-ra nőtt az 1-es skálapont aránya).

34. ábra: Mennyire jelent jelenleg, illetve jelentett Önnek 10 évvel ezelőtt feladatot vagy élményt/örömet a vásárlás?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jelenleg	11,7%	5,4%	9,8%	8,0%	17,5%	10,5%	11,1%	10,7%	5,6%	9,7%
10 évvel ezelőtt	6,5%	16,4%	10,3%	14,6%	14,4%	6,2%	12,8%	11,7%	5,4%	9,8%
	feladat	2	3	4	5	6	7	8	9	élmény

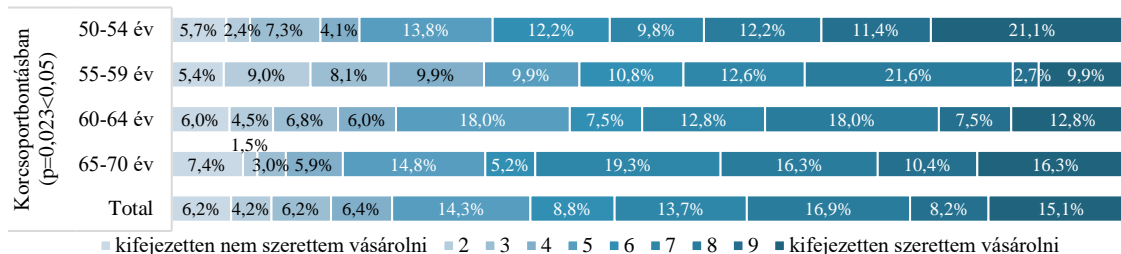
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Véleményét kérem, tízfokozatú skálán mondja el, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyértelműen feladatot jelent/ett a vásárlás, míg a 10 pedig, hogy egyértelműen élményt jelent/ett a vásárlás!”

A vizsgált idős korcsoportban a *vásárlást inkább élményként* élik meg a nők, a szakközépiskolai érettségivel rendelkezők és az Észak-magyarországiak, míg a Közép-Dunántúlon főképp feladatként tekintenek rá. Inkább a budapestieknek és a városok lakóinak jelent ez a tevékenység örömet, de azok is nagyobb arányban érzik örömtelienek, akiknek jelenleg nem kell gyógyszert szedniük egészségük érdekében. *10 éve* szintén a nők számára jelentett ez több élményt, valamint a háztartásbeliek (40%) és a jelenleg inaktívok is nagymértékben jelöltek 10-es választ a skálán (55%). Régiók tekintetében az élményorientáltság nőtt a 10 évvel ezelőttihez képest Észak-Magyarországon, míg a Dél-alföldiek nagyobb mértékben élik meg feladatként a vásárlást. Legmagasabb arányban a budapestiek szerettek vásárolni, valamint átlag felett szerettek anno azok is költekezni, akiket jelenleg egészségi állapotuk némiképp korlátoz.

A vásárlás szeretete kapcsán a szubjektív és valós életkort figyelembe véve, míg az életkori korcsoportbontás csak a 10 évvel ezelőtti helyzettel kapcsolatban mutatott szignifikáns kapcsolatot, addig a szubjektív korérzékelés a jelenleg érzett vásárlás szeretetével is (két kategória szerint is: a korcsoportozás és az egészségi állapot viszonylatában). A kapcsolatokat vizsgálva megállapítható, hogy minél idősebb volt a megkérdezett a válaszadás idején, visszatekintve a 10 évvel korábbi élethelyzetére, annál jobban szeretett vásárolni régen. Ezzel szemben a szubjektív érzései a korával és a vásárlás szeretetével kapcsolatban (régen és most is) pont fordított kapcsolatról árulkodnak, tehát minél idősebbnek érzi magát a megkérdezett, annál kevésbé szeret/szeretett vásárolni (35-37. ábrák). A szubjektív életkori érzékelés kapcsán azon állítás is szignifikáns kapcsolatot mutatott a vásárlás szeretetével, hogy „*Az egészségi állapotom olyan mintha ... éves lennék*”: minél idősebbnek érzi magát valaki e téren,

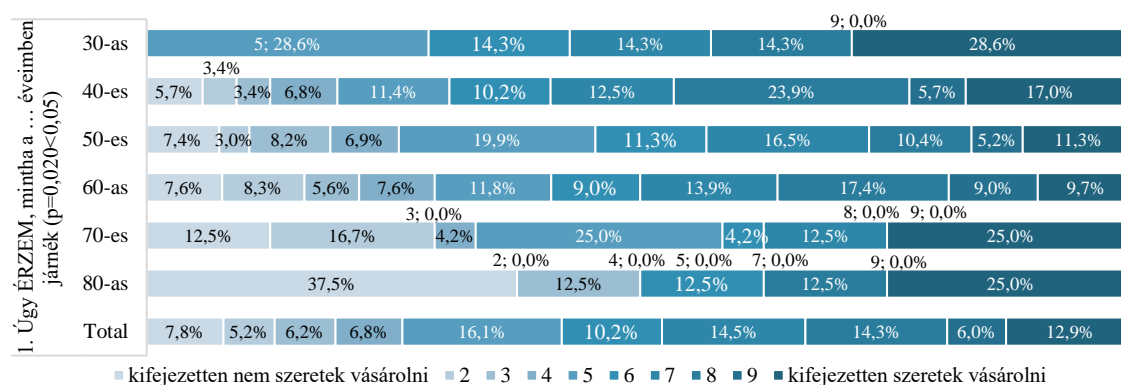
annál kevésbé szeret jelenleg vásárolni, de annál jobban szeretett a 10 évvel korábbi életére visszagondolva.

35. ábra: Mennyire szeretett Ön 10 évvel ezelőtt vásárolni? - korcsoportbontásban



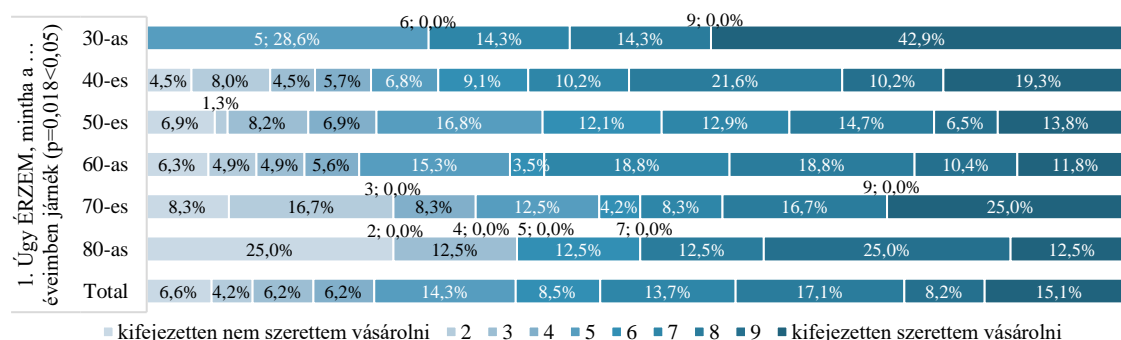
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); Véleményét 10 fokozatú skálán fejezte ki, ahol az 1 azt jelenti, kifejezetten nem szeretett vásárolni, a 10 pedig, hogy kifejezetten szeretett vásárolni!

36. ábra: Mennyire szeret Ön jelenleg vásárolni? – szubjektív életkor alapján



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); Véleményét 10 fokozatú skálán fejezte ki, ahol az 1 azt jelenti, kifejezetten nem szeret vásárolni, a 10 pedig, hogy kifejezetten szeret vásárolni!

37. ábra: Mennyire szeretett Ön 10 évvel ezelőtt vásárolni? – szubjektív életkor alapján

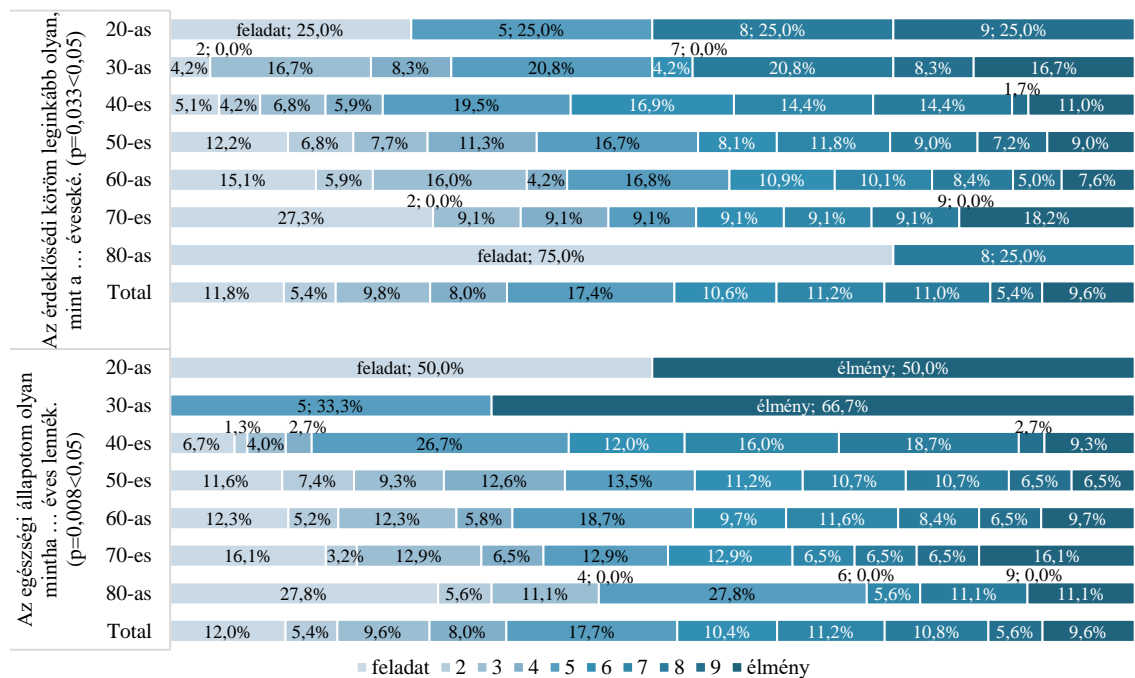


Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); Véleményét 10 fokozatú skálán fejezte ki, ahol az 1 azt jelenti, kifejezetten nem szeretett vásárolni, a 10 pedig, hogy kifejezetten szeretett vásárolni!

Annak kapcsán, hogy a vásárlást élményként vagy feladatként értékelik-e az idősebb válaszadók csak a szubjektív életkori kategóriák mutattak szignifikáns kapcsolatot (38. ábra). Minél fiatalabb életkori csoportot jelölt meg magára vonatkozóan a

megkérdezett „Az érdeklődési köröm leginkább olyan, mint a ... éveseké” állítás esetében, annál inkább jelent élményt számára a vásárlás, emellett ellentétes irányú kapcsolatot mutat (Gamma mutató értéke alapján) a „Az egészségi állapotom olyan mintha ... éves lennék.” attitűdállítás: tehát, minél idősebbnek érzi magát a válaszadó, annál inkább feladatot jelent számára a vásárlás.

38. ábra: Az idős korosztály feladat/élmény felosztása a vásárlás kapcsán – szubjektív korcsoportbontásban



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Véleményét kérem, tízfokozatú skálán mondja el, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyértelműen feladatot jelent/ett a vásárlás, míg a 10 pedig, hogy egyértelműen élményt jelent/ett a vásárlás!”

Az idős generáció vásárlási jellemzői

Az 50-70 éves korosztály kutatása során vizsgáltuk, hogy milyen attitűdökkel rendelkeznek vásárlási szokásaikkal, illetve fogyasztásukkal kapcsolatban és ezek hogyan változtak az elmúlt évek során. A válaszok százalékos megoszlásai a 24. mellékletben láthatók.

A válaszadóknak 5 fokozatú skálán kellett kifejezniük, hogy mennyire értenek egyet az adott állításokkal, ahol az 1 azt jelentette, hogy egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált rá az adott állítás. Legkevesebé a „mostanában többet vásárolok nem velünk élő családtagjaimnak (szülő, gyerek, unoka, rokon)” értettek egyet a válaszadók (43,4%-ban jelölték 1-es értéket), melyet a „mostanában többféle termék fogyasztásáról is le kellett mondanom anyagi okokból” (43,2%) valamint a „sok

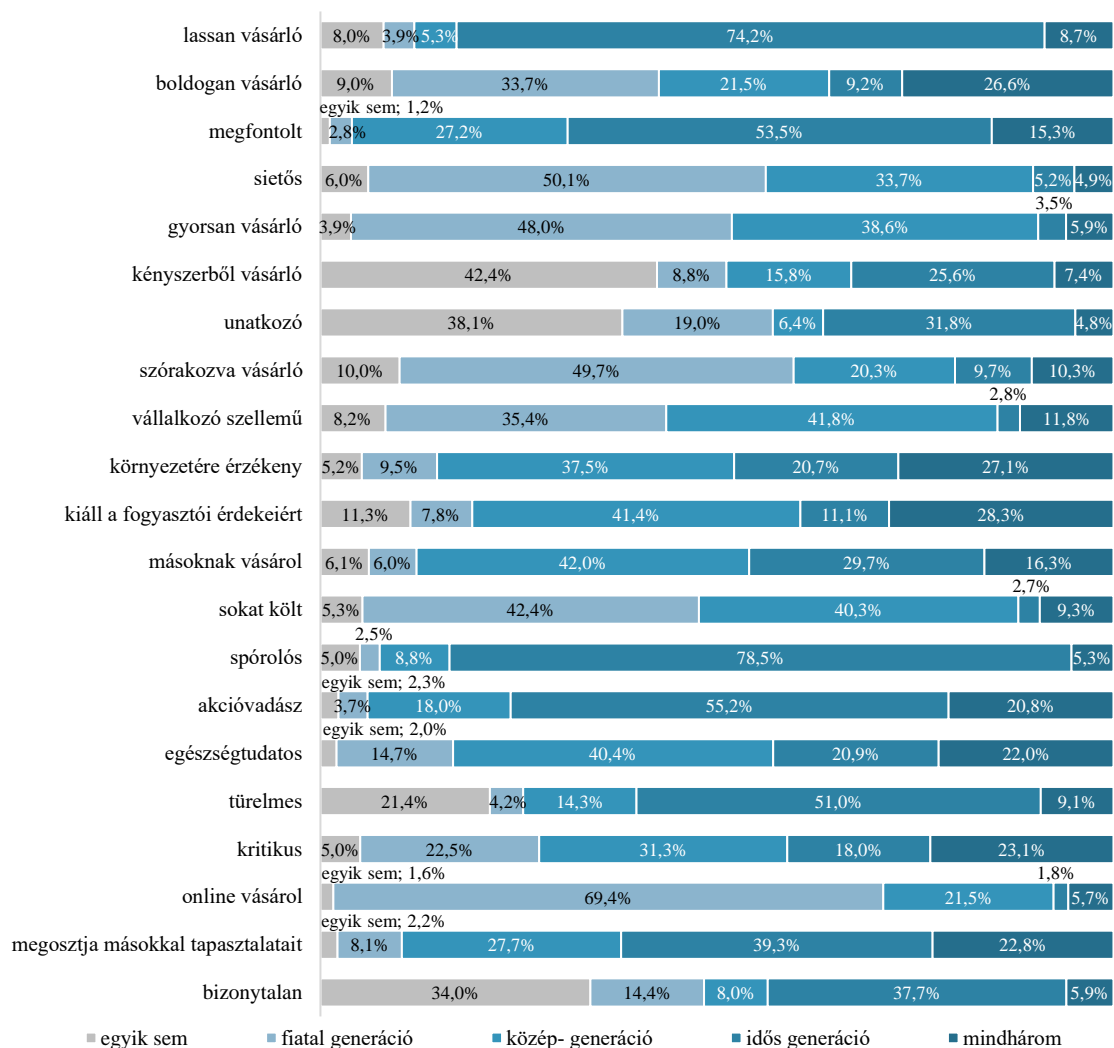
minden másra költök, mint korábban” (42,8%) állítások követnek. Legnagyobb arányban értettek egyet az *„elkerülöm a nem tervezett vásárlásokat”* állítással (5-ös értékelést figyelve 40,6%), továbbá azon mondattal, hogy *„ma jobban odafigyelek a költségeimre, mint korábban”* (37,4%). A *„gyors tempóban élem az életem”* kijelentés váltotta ki legnagyobb mértékben a semlegesnek számító 3-as jelölést (43,6%), de nem sokkal marad le mögötte (42,2%) a *„tradicionális a gondolkodásom”* kijelentés.

A környezettudatosság növekvő trendje jegyében megfogalmazásra került pár ezzel kapcsolatos állítást is, hogy látni lehessen a megkérdezetti bázis mekkora figyelmet szentel környezetének védelmére vásárlásaiban. A *„mostanában többféle termék vásárlásáról is lemondok, mert jobban odafigyelek a környezetemre”* attitűdállítás kapcsán 39,3%-ban szavaztak 1-2-es értékeléssel, melytől nem sokkal maradnak el a semleges nyilatkozók (32,5%). Hasonló képet mutatnak a *„környezettudatos vagyok, ezért sok esetben használt termékeket vásárolok, vagy másokkal cserélek”* állításra érkező szavazatok, mely esetében közel azonos arányban oszlanak meg a pozitívnak, negatívnak, illetve semlegesnek számító válaszok. Halványan, de egy fokkal pozitívabb képet fest a *„jobban odafigyelek a vásárlásaimra, mert tudom, hogy a túlzott fogyasztás milyen káros”* mondat, mely esetében már a pozitív oldali szavazatok voltak az erősebbek (4-5, közel 40%).

Öregedésük kapcsán megállapítható, hogy a megkérdezetti kör 48,9%-át nem zavarják az *öregedés külső jegyei (pl. ráncok)*, de közel 36%-uknak fontos, hogy *fiatalosságot sugározzon a külseje*. Közel 55%-uk gondolja úgy, hogy *modern gondolkodásmóddal rendelkezik*. Emellett 27%-uk nyilatkozott úgy, hogy *„mostanában többféle termék fogyasztásáról is le kellett mondania egészségi okokból”*. Vásárlási szokások tekintetében 46%-uk vallotta, hogy *„az utóbbi időben az akciók alapján tervezi meg a vásárlói körútját”* és 45%-uk *„szívesebben sétál végig a bolton és nézegeti a kínálatot”*. Kicsivel kevesebben, a megkérdezettek 42%-a mondta, hogy *„figyelemmel kíséri az őt érdeklő új termékek megjelenését”*. A terjedelmi korlátok miatt az attitűdállítások háttérelmezéséből csak a legjellemzőbb összefüggéseket emelem ki, melyek a 25. mellékletben olvashatók.

A 39. ábra vonultatja fel a *generációk vásárlási szokásaira jellemző tulajdonságokat* a válaszadók véleménye alapján. A válaszadóknak az adott tulajdonságokat kellett kapcsolniuk ahhoz a generációhoz (fiatal, közép- és idős generáció), amely vásárlási szokásaira szerintük a legjellemzőbb.

39. ábra: Generációkra jellemző tulajdonságok



Forrás: saját szerkesztés (n=500); „Kérjük, mondja meg, hogy az egyes tulajdonságok melyik generáció vásárlásaira jellemzőek inkább! Egy tulajdonságot hozzárendelhet csak az egyik generációhoz, de az is lehetséges, hogy mindhárom vagy egyik generációhoz sem rendeli hozzá.”

A három generáció mellett vélekedhettek úgy is, hogy igazából egyikre sem jellemző, vagy hogy mindháromra jellemző az adott tulajdonság. Legkevésbé jellemző kifejezés a „*kényszerből vásárló*” volt a generációkra (42,4%), melyet az „*unatkozó*” (38,1%) és a „*bizonytalan*” (34%) követnek. Ettől függetlenül mindhárom jelzőt inkább az idős generációhoz párosították (sorban 25,6%, 31,8%, 37,7%-ban) a másik két lehetőséghez képest. Az idős generációhoz leginkább a „*lassan vásárló*” (74,2%), a „*spórolós*” (78,5%) és az „*akcióvadász*” (55,2%) szavakat rendelték, a középgeneráció tagjaihoz a „*vállalkozó szellemű*” (41,8%), „*kiáll a fogyasztói érdekeiért*” (41,4%) és a „*másoknak vásárol*” (40%) kifejezéseket, míg a fiatalokhoz az „*online vásárol*” (69,4%), „*sietős*” (50,1%), valamint „*szórakozva vásárló*” (49,7%) tulajdonságokat.

A 23. táblázat és a 40. ábra szemlélteti a kérdés kapcsán alkalmazott korrespondencia-elemzés eredményeit. Az elemzés ábrája vizuálisan is segít értelmezni, hogy az idősök véleménye alapján, mely tulajdonságok „kerültek” közel 1-1 generációhoz, és hol vannak kisebb-nagyobb átfedések a társított tulajdonságok között.

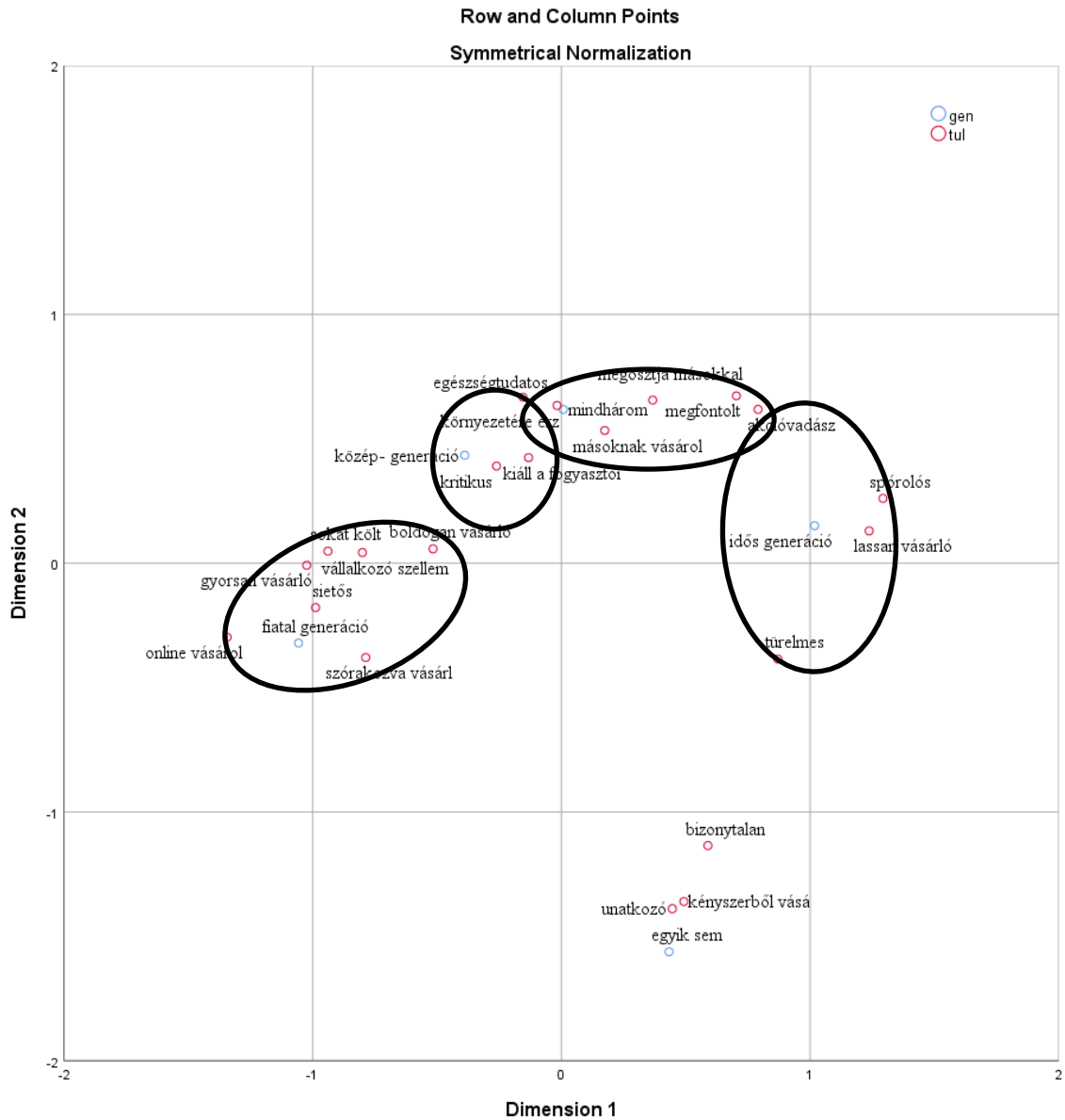
23. táblázat: Generációkra jellemző tulajdonságok - korrespondencia tábla

Tulajdonság	Generációk				
	egyik sem	fiatal generáció	középgeneráció	idős generáció	mindhárom
lassan vásárló	8,0%	3,8%	5,4%	74,2%	8,6%
boldogan vásárló	9,0%	33,7%	21,4%	9,2%	26,7%
megfontolt	1,2%	2,8%	27,2%	53,4%	15,4%
sietős	6,0%	50,2%	33,8%	5,2%	4,8%
gyorsan vásárló	3,8%	48,0%	38,6%	3,6%	6,0%
kényszerből vásárló	42,4%	8,8%	15,8%	25,6%	7,4%
unatkozó	38,0%	19,0%	6,4%	31,8%	4,8%
szórakozva vásárló	10,0%	49,8%	20,4%	9,6%	10,2%
vállalkozó szellemű	8,2%	35,4%	41,8%	2,8%	11,8%
környezetére érzékeny	5,2%	9,4%	37,5%	20,6%	27,3%
kiáll a fogyasztói érdekeiért	11,4%	7,8%	41,4%	11,2%	28,2%
másoknak vásárol	6,2%	6,0%	42,0%	29,6%	16,2%
sokat költ	5,2%	42,4%	40,4%	2,8%	9,2%
spórolós	5,0%	2,4%	8,8%	78,6%	5,2%
akcióvadász	2,2%	3,6%	18,0%	55,3%	20,8%
egészségtudatos	2,0%	14,8%	40,4%	20,8%	22,0%
türelmes	21,4%	4,2%	14,2%	51,0%	9,2%
kritikus	5,0%	22,6%	31,3%	18,0%	23,0%
online vásárol	1,6%	69,5%	21,4%	1,8%	5,6%
megosztja másokkal tapasztalatait	2,2%	8,2%	27,6%	39,2%	22,8%
bizonytalan	34,0%	14,4%	8,0%	37,6%	6,0%

Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500)

A 40. ábra alapján megállapítható, hogy a középgeneráció vásárlói tulajdonságai nehezen kategorizálhatóak, nincsenek karakteres jellemzőik. „Könnyen” jellemezhető, elkülöníthető a fiatal és az idős vásárló, de épp, mint életkori határait tekintve, vásárlási tulajdonságai alapján is elmosódó képet mutat a középkorúság. Ezen időszak rengeteg feladatot tartalmaz, mind a munka, mind magánélet terén, tele van tartalommal, viszont olybá tűnik, mintha az ember fiatalon „megmutatná magát” (pl. sokat költ, hogy megtalálja, majd kifejezze egyéniségét), majd ezen időszakot követően, mint egyéniség visszahúzódna és más, fontosabb tényezők vennék át a helyét az önkifejezésnek (pl. család).

40. ábra: Idősek véleménye a generációkra jellemző vásárlási tulajdonságok kapcsán



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500)

Fogyasztásváltozást kiváltó életesemények

A fenti eredmények alapján látható változások és generációs jellegzetességek pontosabb megértéséhez a mélyinterjúk kutatás során feltettem azon kérdést, hogy a válaszadóknak *mi változott meg életükben*, ami kiválthatta az érzékelt fogyasztói magatartásbeli változásokat, illetve ezen esemény mikor (hány éve, illetve hány éves korukban) következett be. A kérdés esetében bármit tekinthettek változásnak: életpályában bekövetkező fordulópontok, magánéletben bekövetkező változások vagy épp új generációba lépést.

Átlagosan a változást 9 évvel korábbi időszakra becsülték, de letöbben úgy nyilatkoztak, hogy 10 éve volt az esemény (móduszérték). A legrégebbi változást 40 évvel korábbra vallotta az egyik válaszadó (24 évesen megszülettek gyermekei), míg egy másik a legközelebbiként a megkérdezés évére (2020 február) tette az említett életeseményt (51 évesen elküldték a munkahelyéről). Életkorok tekintetében átlagosan 52 éves korokban történt a változás és a módusz az 50. életévre jött ki. Legfiatalabbként érzékelt változást az egyik válaszadó 24 éves korára tette, míg másik végletként valaki 67 éves korban érzett eltérést a korábbi évekhez képest („*élelmiszerek és szakemberek drágulása*” – jelenleg 69 éves).

A válaszadók által említett *életeseményeket* kategóriákba sorolva a 24. táblázat szemlélteti (n=191 válaszadóval) az említéshez társított érzelmi viszonyulással együtt. Érzelmi viszonyulás alatt az értendő, hogy egy-egy eseményt eltérően érzékelhetnek az emberek (pl. egy válás, a családi állapot megváltozása lehet pozitív és negatív élmény is, illetve az anyagi helyzet változása lehet előléptetés, vagy jövedelemcsökkenés, és ezeket is máshogy élhetik meg az egyének). Az említett változások 58%-a negatív töltetű, 22%-a pozitív és 20%-a semleges eseményként jelenik meg a válaszok alapján. A táblázat szemlélteti az adott kategória említési arányát, valamint, hogy azon belül milyen arányban soroltak fel pozitív, negatív vagy épp semleges változásokat. Semlegesként jelenítettem meg azt az említett eseményt, melyet nem lehetett egyértelműen besorolni örömtelinek vagy bánattelinek (pl. „*nyugdíjas lettem*”, „*családi okok*”, „*anyagi helyzetem megváltozott*”, „*értékrend változás*”).

A táblázatot követő ábrák szemléltetik az említett *életesemények/változások szófelhőit*: először kategóriákra bontva (41. ábra), majd összesítetten ábrázolva a használt kifejezéseket és megfogalmazást (42. ábra), végezetül a pozitív állításokra szűrve (43. ábra). Az összesített szófelhőből előbukkanó szavak elég negatív képet mutatnak: a nyugdíjas kifejezés mellett nagy számban említették többek között a betegséget, halált, válást; viszont a változatos fogalmazásokat értelmezve az anyagi helyzet, illetve az egészségi állapot változása jönnek ki leggyakrabban említett eseményekként. Pozitív eseményként említett változásokat vizsgálva pedig a család bővülése (gyermekkel, unokával vagy társsal) a legfontosabb változás.

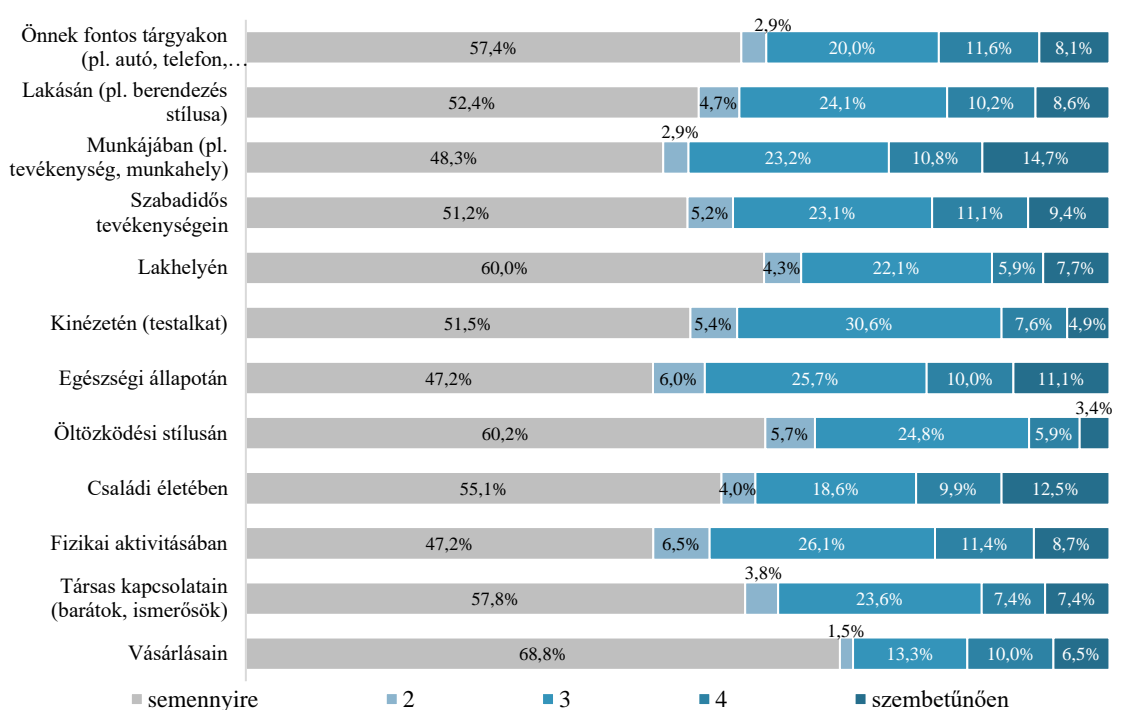
43. ábra: Fogyasztói magatartást megváltoztató események – pozitív változások



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=191)

A 44. ábra mutatja, hogy a válaszadók által említett, az *életükben bekövetkezett legutóbbi komoly változás mennyire mutatkozott meg életük bizonyos területein*: a számukra fontos tárgyakon (pl. autó, telefon, könyvek), lakásukon (pl. berendezés stílusa), munkájukban (pl. tevékenység, munkahely), szabadidős tevékenységeikben, lakhelyükön, kinézetükben (testalkat), egészségi állapotukon, öltözködési stílusukban, családi életükben, fizikai aktivitásukban, társas kapcsolataikban (barátok, ismerősök), végezetül pedig vásárlásaikban. Legtöbb esetben úgy érzékelték a válaszadók, hogy „semennyire” nem érzékelhető az adott területeken a változás. Ezen belül legkisebb százalékban (47%) az egészségi állapotot és a fizikai aktivitást választották – tehát ezeken a területeken inkább érzékelték a változást, mint a többin; ezzel szemben pedig meglátásuk alapján legkevésbé a vásárlásaikban mutatkozott meg az általuk említett komoly sorsfordulat (68,8%). A legtöbb „szembetűnően” szavazatot a munkában (pl. tevékenység, munkahely) megmutatózó változás kapta, de ez is 15% alatti arányt képvisel. Ezt követi a családi életben bekövetkező változás (12,5%), majd az egészségi állapoté (11%).

44. ábra: Mennyire mutatkozott meg az életében bekövetkezett legutóbbi komoly változás a következő területeken?

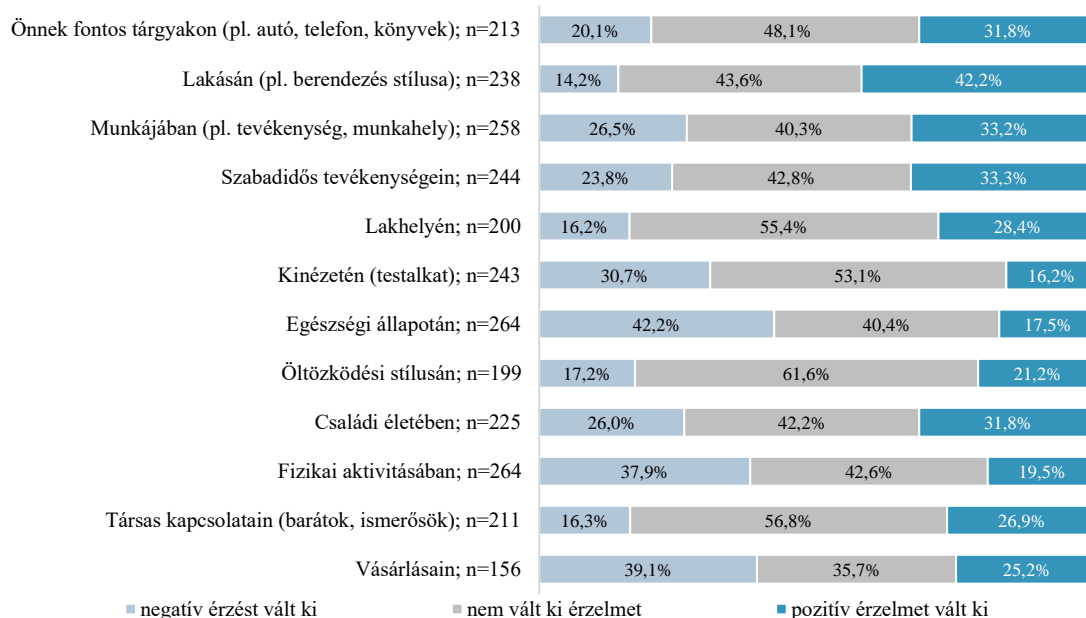


Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Kérjük, véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, semennyire, az 5 pedig, hogy szembetűnően.”

A 45. ábra mutatja, hogy azok, akik érzékelték változást az adott kategóriákban, *hogyan élték meg érzelmileg* – átlagosan – az eltérést. Legtöbb esetben úgy nyilatkoztak, hogy az adott eltérés leginkább (a legtöbbször számára) nem váltott ki érzelmeket. Ez alól kivétel egyedül az egészségi állapot, melyet 42%-ban negatívnak ítélték meg, 40,5%-ban semlegesnek, valamint 17,5%-ban pozitívnak. Meglehetősen magas a negatív kapcsolódó érzelmek a vásárlások megváltozása kapcsán is (39,3%), melyet a fizikai aktivitásban bekövetkezett változás követ a sorban (37,9%). Pozitív érzelmeket legkevésbé a kinézetben jelentkező változások okoztak (16%), míg leginkább a lakásban esett változásoknak örültek a válaszadók (42%). Hasonló mértékben váltottak ki pozitív érzelmeket (32-33% körül) a szabadidős tevékenységeken, a munkában, a fontos tárgyakon (pl. autó, telefon, könyvek) valamint a családi életben bekövetkező változások. Az öltözködési stílus megváltozása kapcsán a válaszadók közel 62%-a nyilatkozott úgy, hogy nem vált ki belőlük érzelmeket, melyet a társas kapcsolataikban (barátok, ismerősök) végbemenő változások követnek (56,8%), de szintén 50% felett kapott semleges szavazatot a lakhelyen, továbbá a kinézetben (testalkat) megmutatkozó változás. Ezzel szemben legkevésbé a vásárlások (35,7%), valamint a munkában (pl. tevékenység,

munkahely) történő változások (40,3%) kapcsán tudtak semlegesek maradni a válaszadók.

45. ábra: A változás kapcsán kiváltott érzelmek



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben! 1=negatív érzést vált ki; 2=nem vált ki érzelmet; 3=pozitív érzelmet vált ki.”

Fogyasztásváltozás az életúton megtapasztalt fordulópontok mentén

Érdekelte továbbá, hogy mennyire tudatosak a fogyasztók az életük során bekövetkező fogyasztói attitűdváltozások kapcsán és egyáltalán mennyire veszik észre, ha megváltoznak a vásárlási szokásaik (Hegedüs, 2020). Mélyinterjújuk keretében mértem fel a fogyasztás megváltozásával kapcsolatos tudatosságot, melyben az interjúalanyok arra kértem, hogy az általuk *megnevezett fordulópontok közül emeljék ki azokat, amelyek hatására a leginkább megváltoztak a vásárlási szokásaik*. Az alábbiakban a terjedelmi korlátok miatt, a mélyinterjújuk 50 év feletti alanyainak válaszait emelem ki (25 fő).

A felsorolt fordulópontok kategóriái az alábbi, 25. táblázatban láthatóak. Az említések sorrendje során kivehető volt egy általános életkori növekedés/ életív, de a válaszok nem voltak egységesek, és egyes esetekben az alanyok „csoportosították” a fordulópontokat visszaemlékezésük közben (pl. először említették az iskolákhoz, szakmához kötődő változásokat, majd a párkapcsolati, családi fordulópontokat, külön az egészségbeli változásokat). A több fordulópontot megemlítőink inkább az iskolás éveiket részletezték, mintsem a későbbi felnőtt éveiket osztották volna fel több részre. Társas kapcsolatok

terén nagyobb arányban a partnerrel való megismerkedés számított fordulópontnak, az ezt követő házasságot, összeköltözést sok esetben az előbbivel együtt említették, nem tekintve külön fordulatnak. A családalapítás kapcsán leginkább az első gyermek és/vagy unoka születése került kiemelésre, a többi gyereket kisebb arányban tekintették különálló fordulópontnak, inkább egy csoportba szedve meséltek róluk.

25. táblázat: Változást hozó életesemények kategóriái (említések száma összesen)

kategória	db	kategória	db	kategória	db
iskola (pl. váltások, befejezés, új képzés)	39	nyugdíjazás	9	egészséggel kapcsolatos változások (pl. betegség, új életforma)	13
önálló étellel kapcsolatos események (pl. költözés)	20	párkapcsolat kialakítása	28	tragédiák/krízisek	40
munkahelyi változások	51	gyerek/unoka születése	44	leszármazottak életében történt változások	8

Forrás: saját szerkesztés (mélyinterjúk megkérdezés, 50 év feletti válaszai (n=25))

Összességében megállapítható, hogy *a megkérdezettek nehezen emlékeztek vissza fogyasztásbeli változásra*. Főleg általánosságokban gondolkodtak (pl. „*önellátáshoz szükséges termékek*”), termékkategóriákat soroltak fel, konkrét termékeket vagy márkát elvéve említve. Mivel az említett fordulópontok változatosan vonultatták fel az életeseményeket, az eltérő fogyasztásbeli változásokat sem lehet egy-egy adott, átlagra vonatkoztatható életkorhoz vagy fordulóponthoz kapcsolni.

Két kategória (fordulópont során elhagyott termékek, illetve akkor vásárolni kezdett termékek) segítségével kellett jellemezniük a fordulópontokat, melyek közül az *elhagyott termékekre* ritkán tudtak csak válaszolni. Ezek legnagyobb arányban az egészségi állapot változásával voltak kapcsolatosak (pl. cigaretta, cukor/tejtermékek/zsíros ételek elhagyása), illetve a gyerekvállalás következtében az önmagukra fordított szórakozási kiadásokat fogták vissza (pl. „*utazás*”, „*aktuálisan divatos szórakoztató termékek*”). Sokan annak ellenére se tudtak termékcsoportokat megnevezni, hogy tisztában voltak vele, valószínűleg megváltozott a fogyasztási szerkezetük, de ennek se akkor, se ma nem tulajdonítottak jelentőséget.

Az újonnan megjelenő termékek esetében már nagyobb arányban és konkrétan válaszoltak, de még mindig csak általánosságokat felsorakoztatva, márkanevet egy-két kivételtől eltekintve nem említettek. Legnagyobb arányban a gyerekvállalás kapcsán érzékelték a változást (pl. „*gyermekgondozáshoz szükséges termékek (pelenka, babakocsi stb.)*”, „*tápszerek, bébiételek, bioételek*”, „*tankönyvek, ruhák*”, „*több magánorvos,*

osztálykirándulás, logopédus”), míg az unokák megszületése már nem volt ilyen jelentőségű, esetükben inkább az „*ajándékok*” jöttek szóba. Egy interjúalany emelte ki külön a gyerekek felnövéséből adódó költségeket („*sportfinanszírozás, életben való elindulás támogatása*”), ezzel szemben viszont a gyerekek kirepülését nagyobb gyakorisággal említették anyagi felszabadulásként („*minőségi ételek, italok, kulturális szórakozási lehetőségek saját magunk számára*”).

Ezt követően a szülőktől való elszakadás, külön költözés, illetve ezzel párhuzamban az egyetemi évek kapcsán érzékelték a változást (pl. „*albérletre főleg, de minden szükséges élelmiszert, tisztítószert megvásároltam, magamról gondoskodtam*”, „*színház, mozijegy, könyv*”).

„Trabantom megvásárlása, ennek fenntartása. A ruházatra igen figyeltem, külön munkásruha, külön utcai ruha. Ezekre gondosan figyeltem, jó minőségű ruhákat vásároltam. Barátnőmet megleptem kisebb ajándékokkal és édesapámnak sokszor bevásároltam élelmiszereket. A legújabb adidas cipő megvételére emlékszem még.” (61 éves férfi, 3. fordulópont kapcsán)

Az önállósodással párhuzamban az első bevétel és/vagy munkahely kapcsán is a márkásabb termékekre és szórakozásra való költés jött szóba (pl. „*megtakarítás, ruha, Triumph melltartó, disco, színház, mozi*”, „*jobb minőségű termékek*”, „*munkához szükséges eszközök*”). Emellett említésre kerültek a munkából, illetve vállalkozásindításból adódó kiadások is („*márkásabb ruhák vásárlása, több utazás*”).

A házasság, mint fordulópont főleg a külön háztartás fenntartásából, lakhatási kihívásokból és a házépítés feladataiból adódó problémákat juttatta eszükbe (pl. „*hitel*”, „*házzal kapcsolatos dolgok: építőanyagok, bútorok, hitel*”, „*sajt, gomba, tejtermékek a gyerekeknek, gyümölcs*”, „*mosópor*”).

Említésre kerültek továbbá a válás miatt bekövetkező változások, melyek inkább sorrendmódosítást eszközöltek a vásárolt termékekben, spórolást eredményeztek, illetve férfiak esetében új rutinok kialakítását hozták magukkal.

A megkérdezettek közül csak a nők hozták szóba házastársuk halálát, mint fogyasztásbeli változást hozó fordulópontot („*kevesebb termék a mindennapokhoz*”, „*fiamhoz költözés után elhagytam teljesen a vásárlást*”).

Az életíven történő haladás és az ehhez kapcsolódó fordulópontok kapcsán kialakult fogyasztásbeli változás nem hagyott mély nyomokat a megkérdezettekben, csak általánosságokban tudtak beszámolni az elkezdett, illetve elhagyott termékekről.

Valószínűleg a vásárlások irányából megközelítve, külön és részletesebben elemezve az egyes eseményekből adódó fogyasztói kosár megoszlást, majd ezekhez kapcsolva a fordulópontokat vagy életszakaszokat, pontosabb kép festhető az életív mentén érzékelhetően változó vásárlói magatartásról. Viszont, az emberi életút összességét vizsgálva, az 50 év feletti megkérdezettek egyáltalán nem társítottak jelentőséget a fogyasztásbeli változásuknak. Ilyen módon hiába próbálkoztam ráközelítéssel, a vásárlás csekély nyomot hagyott az emlékezetükben, ezáltal is szemléltetve a prioritásokat az életben.

Termékcsoportokra való költés 10 éves viszonylatban - érzelmi kapcsolódás

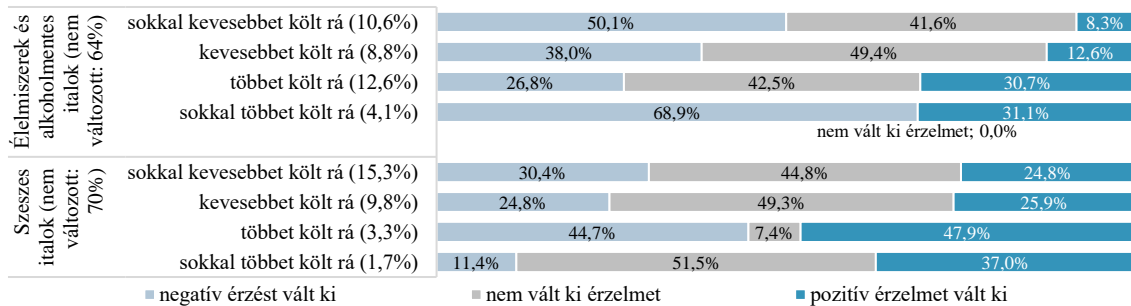
Visszatérve az 500 fős időskori megkérdezéshez, az alábbiakban szemléltetem, hogy hogyan élte meg érzelmileg azt a megkérdezett fogyasztói csoport, amennyiben megváltoztak a költései adott termék-kategóriák kapcsán.

Élelmiszerek és alkoholmentes italok vásárlásának esetén azok, akik sokkal kevesebbet költenek rá, mint a korábbi években (10,6%-a a változást jelző válaszadónak), kisebb arányban élnek át pozitív érzelmeket (8,3%), mint negatívokat (50,1%), és jól látható, minél többet költenek rá, annál többen nyilatkoznak negatív érzelmekről (68,9%), azonban a pozitívan nyilatkozók aránya is nő (31,1%). Ezzel szemben *szesz italok* kapcsán a sokkal kevesebb összeget rászánók pozitív (24,8%) és negatív (30,4%) érzelmei között nincs túl nagy aránybeli eltérés, viszont a sokkal többet ráköltőknek csak 11,4%-a él át negatív érzelmeket, míg 37%-ban ezt pozitívnak vélik (46. ábra). *Dohánytermékek* vásárlása esetén a többet, vagy sokkal többet ráköltők élnek át borúlátóbb érzelmeket, mely tendencia hasonló az *egészségügyre* való költés esetére (47. ábra).

Lakásfenntartásra és háztartási energiára való költések kapcsán megállapítható, hogy a változást jelző emberek 22,1%-a többet költ, de ez örömteli érzést csak 19,1%-ban okoz számukra. Ezzel szemben azok, akik sokkal többet költenek *lakberendezésre és felújításra* (6,4%), 76,9%-ban örömtelinek vélik ezt (48. ábra). Mivel ez utóbbi kategória általánosságban egy pozitív történetet takar, érthető, hogy akik sokkal kevésbé tudnak kiadásokat szánni rá (a válaszadók 12,5%-a), 59,6%-ban negatívként élik meg a helyzetet. *Ruházat és lábbeli*, valamint *megjelenés* (fodrász, kozmetikus, smink, körmös) kategóriákban a többet költők boldogabbnak tűnnek (49. ábra) és inkább a sokkal

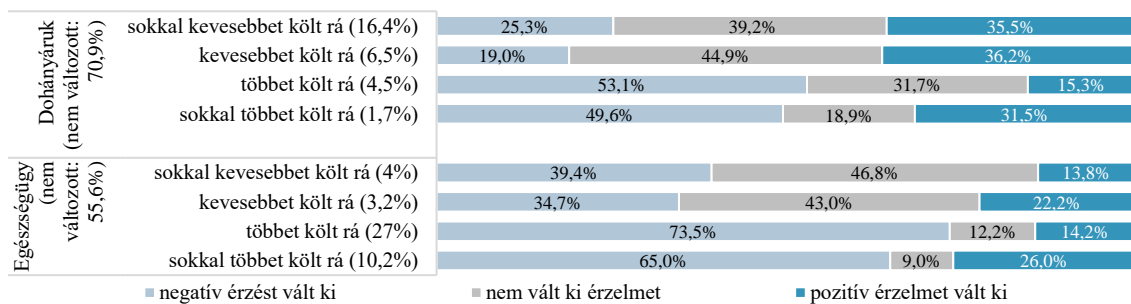
kevesebbet költők nyilatkoztak nagyobb mértékben ezzel kapcsolatos szomorúságról, a kicsivel kevesebbet költők inkább semlegesen viszonyultak a változáshoz.

46. ábra: Élelmiszerek és alkoholmentes italok (n=180), szeszes italok (n=150)



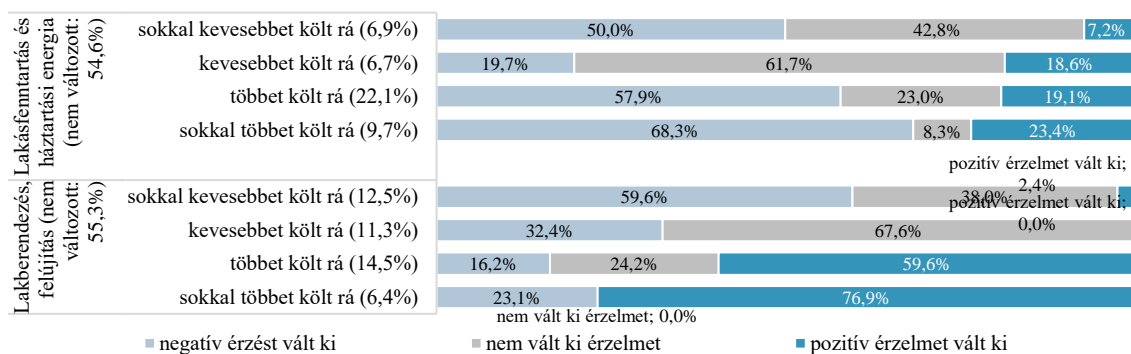
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

47. ábra: Dohányárak (n=146), egészségügy (n=222)



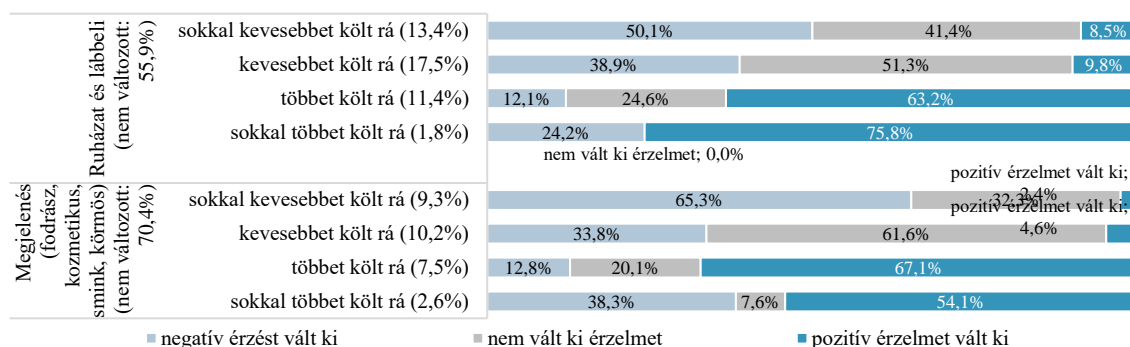
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

48. ábra: Lakásfenntartás és háztartási energia (n=227), lakberendezés, felújítás (n=223)



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

49. ábra: Ruházat és lábbeli (n=221), megjelenés (fodrász, kozmetikus, smink, körömös; n=148)



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költései a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

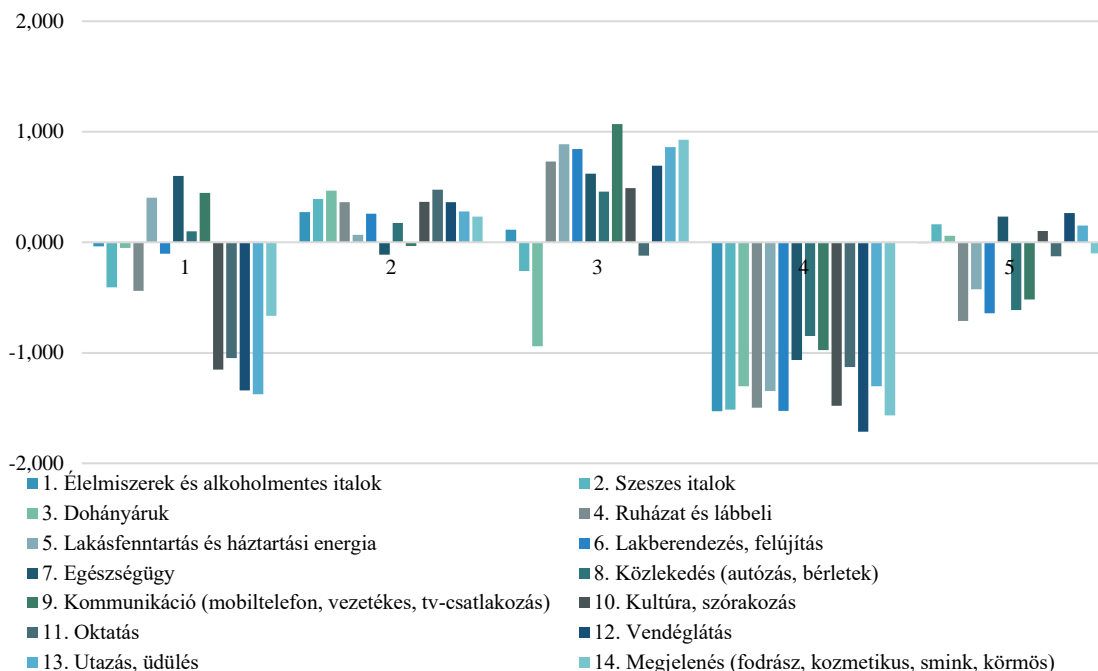
A *közlekedésre* (autózás, bérletek) nagyobb összegeket szánók 51,4% és 62,2%-ban nyilatkoztak negatív érzelmekről, míg a kevesebbet költők inkább semleges viszonyultak e kategória változásához az életükben. *Kommunikáció* (mobiltelefon, vezetékes, tv-csatlakozás) terén pedig a sokkal kevesebbet ráköltők közül senki nem nyilatkozott pozitív érzelmekről, nagyobb arányban voltak semlegesek a reakcióik; míg a ráköltött összeg növekedésével egyre derűsebbekké váltak a kommunikációra szánt összegekkel kapcsolatban (26. melléklet). Sajnos megállapítható, hogy a válaszadók *kultúrára*, valamint *oktatásra* szánt kiadásai a 10 évvel ezelőtti időszakukhoz képest nagyobb arányban csökkentek, mint nőttek volna és nem is elégedettek a változással kapcsolatban; bár az oktatás kapcsán főként semleges érzelmeket éltek át (27. melléklet). Végezetül *vendéglátásra*, valamint *utazásra és üdülésre* szintén kevesebbet költenek, mint 10 éve, és csak a többet vagy sokkal többet ráköltők pozitív érzelmei emelkednek ki a válaszokból. A 28. melléklet szemlélteti továbbá, hogy minél kevesebbet költenek a két kategóriára, annál negatívabban szemlélik a bekövetkezett változást.

Klasztercsoportok a termékcsoportokra való költés 10 éves viszonylatában

A vizsgálat következő lépéseként – továbbra is a *változásra* fókuszálva – a KSH fogyasztási kategóriáiban bekövetkező költési változás alapján soroltam klaszterekbe a válaszadókat. A feltett kérdésre („Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költései a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Pl. 1. Élelmiszerek és alkoholmentes italok”) 5 fokozatú skálán kellett a megkérdezetteknek válaszolniuk, mely esetében az 1 jelentette, hogy sokkal kevesebbet költ rá, a 3, hogy nem változott és az 5,

hogy sokkal többet költ rá. A vizsgálat során 5 jól elkülöníthető klasztercsoport képződött (50. ábra).

50. ábra: Klasztercsoportok költési változásai 10 éves viszonylatban



Klasztercsoportok	1	2	3	4	5
	Fő	54	268	61	55
Fogyasztási kategóriák	Átlagtól való eltérés				
1. Élelmiszerek és alkoholmentes italok	-0,038	0,273	0,114	-1,528	-0,007
2. Szeszes italok	-0,406	0,391	-0,261	-1,513	0,163
3. Dohányárúk	-0,053	0,466	-0,941	-1,304	0,058
4. Ruházat és lábbeli	-0,440	0,362	0,731	-1,496	-0,712
5. Lakásfenntartás és háztartási energia	0,402	0,067	0,887	-1,345	-0,426
6. Lakberendezés, felújítás	-0,102	0,259	0,843	-1,525	-0,642
7. Egészségügy	0,600	-0,113	0,622	-1,064	0,231
8. Közlekedés (autózás, bérletek)	0,100	0,175	0,460	-0,849	-0,614
9. Kommunikáció (mobiltelefon, vezetékes, tv-csatlakozás)	0,446	-0,033	1,069	-0,976	-0,517
10. Kultúra, szórakozás	-1,152	0,367	0,491	-1,480	0,103
11. Oktatás	-1,048	0,477	-0,122	-1,129	-0,127
12. Vendéglátás	-1,342	0,363	0,694	-1,713	0,264
13. Utazás, üdülés	-1,374	0,278	0,860	-1,302	0,152
14. Megjelenés (fodrász, kozmetikus, smink, körmös)	-0,667	0,233	0,928	-1,567	-0,102

Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költései a 10 évvel ezelőtti életéhez képest?”

Az eredmények összességében azt mutatják, hogy igazából drasztikusan nem változtak a megkérdezettek költései a 10 évvel ezelőtti életükhöz képest, vagy – mivel a szubjektív

emlékeken, érzéseken alapszik a válasz – nem feltétlen érzékelték a változásokat. A legnagyobb elemszámú csoport jelzi a mérsékelt visszaesést az évek során, de ez nem feltétlen az életkoruk növekedéséből adódik (és ezáltal az élethelyzetük változásokból), hanem nagyobb valószínűséggel az általánosan végbemenő gazdasági változások erőteljesebb befolyásoló erővel bírnak a kérdésben. Erre vonatkozó kérdést viszont a megkérdezés során nem alkalmaztam, így ezen hipotézist igazolása ebben az esetben nem megalapozott. A klaszterek ugyan jól elkülöníthetők, de a „Mérsékelt fogyasztók” (akik kevésbé érzékelték a változást) klasztere elviszi az arányokban a súlyt, ezért nem feltétlen jól megfogható maga a változás a klasztereken keresztül. Ennek ellenére bizonyos esetekben érzékelhető változásról számoltak be a megkérdezettek, így ezek alapján az alábbi klasztercsoportokról lehet beszélni:

1- Egészségre költő (11%): a csoport tagjai főképp nők, budapestiek, nyugdíjasok és éppen megélik jövedelmükből, de anyagi helyzetük miatt kevésbé érzik hátrányban magukat. A többiekhez képest ezen csoport tagjai élnek a legnagyobb arányban egyedül és 15%-uk hátrányban is érzi magát emiatt. Borúlátóak azzal kapcsolatban, hogy a családtagok, barátok vagy szomszédok segítenének nekik, ha szükségük lenne rá és talán pont emiatt, de kevésbé próbálnak bevonódni az őket körülvevő dolgokba.

Főképp az egészségükkel kapcsolatos dolgokra költenek többet, emellett pedig kommunikációra, lakhatásukra és közlekedésre. Ezzel szemben pedig jóval kevesebbet költenek bármilyen szórakozásra jelenleg, szemben a 10 évvel ezelőtti életükhöz képest, mint a többi csoport (egyedüli kivétel az alig fogyasztók csoportja). A második olyan a csoportok közül, mely tagjai a leginkább úgy gondolják, hogy az utóbbi években megváltoztak a költési szokásaik. Viszont ezen csoport tagjai vallottak úgy a legnagyobb arányban, hogy sokkal jobban odafigyelnek ma költéseikre, mint korábban és a leginkább akció-orientáltak. Ők vallottak leginkább úgy, hogy mostanában többféle termék vásárlásáról is lemondanak, mert jobban odafigyelnek a környezetükre.

2- Mérsékelt fogyasztók (54%): kicsi költési növekedés mutatkozott meg minden területen, mely alól csak az egészségügy a kivétel. Főképp még aktív dolgozói csoport, közepes jövedelmi helyzettel. A legkevésbé ők érzékelnek hátrányokat életükben és a többi emberhez viszonyítva ők a legelégedettebbek fizikai aktivitásukkal. Szintén elégedettek életminőségükkel és ez a csoport értett legnagyobb mértékben egyet azon állítással, hogy egészében véve élvezik az életüket. Eljárnak társaságba és erős családi, baráti kapcsolatokkal rendelkeznek. Őket zavarják a legkevésbé az öregedés külső jegyei

és egészségi állapot, valamint külsőségeik alapján, önmagukat szubjektíven a legfiatalabbnak érző csoport. Valós életkorukat tekintve a legtöbb korai 50-es ehhez a csoporthoz tartozik, de sokan vannak köztük a 60-64-es korcsoportból is.

Ezen csoport tagjai érezték úgy a legnagyobb arányban, hogy nem változtak költési szokásaik és legkevésbé, hogy sok minden másra költene, mint korábban. Több, mint 50%-uk vallott úgy, hogy egyáltalán nem kell lemondania termékek vásárlásáról egészségügyi okok miatt, vagy anyagi helyzetük miatt.

3- Kommunikáció-orientáltak (12%): ezen csoport tagjai főképp kommunikációra költenek többet, mint 10 éve, míg eközben „elhagyták” a káros szenvedélyeiket, mint a szeszes italok vagy a dohányárúk. Mindemellett kevesebbet költenek oktatásra – valószínűleg, mert ebben az időben repültek ki a gyerekeik az otthoni fészekből (a csoport legnagyobb arányban az 55-59 évesekből épül fel), és talán ennek következtében megnőtt a szórakozásra (utazás, vendéglátás, kultúra, öltözködés, lakberendezés) felhasznált kiadásuk. Túlnyomórészt gazdaságilag még aktívak, keveset félre is tudnak tenni jövedelmükből és jó egészségi állapotnak örvendenek. Hátrányokat az életükben kevésbé érzékelnek, főképp csak életkoruk miatt, de nem kiugró mértékben. Egészségesebbnek és aktívabbnak tartják magukat korosztályukhoz képest. Életminőség tekintetében a legelégedettebbek az életükkel, és a leginkább őket tölti el örömmel a saját otthonuk. Közel 85%-uk megpróbál bevonódva maradni a különböző dolgokba, társasági életet élnek, emellett főképp úgy veszik az életet, ahogy jön, és megpróbálják a legjobbat kihozni belőle, valamint szerencsésebbnek érzik magukat a többi emberhez képest. Mindezekkel szemben őket zavarják a legjobban az öregedés külső jegyei.

Nem feltétlen érzékelik, hogy megváltoztak az utóbbi években a költési szokásaik, és kevésbé mondanak le termékekről egészségi, anyagi vagy környezeti okok miatt. A csoport tagjai értettek egyet a legnagyobb mértékben azon állítással, hogy modern a gondolkodásmódjuk és hogy figyelemmel kísérik az őket érdeklő új termékek megjelenését.

4- Alig fogyasztók (11%): ezen csoport tagjai nagyobb részt férfiak, rossz jövedelmi helyzettel rendelkeznek és többségük nem él párkapcsolatban. Minden téren erős visszaesés mutatkozik a költséikben és főképp a 65 feletti korosztályból kerültek ki a tagok. Hátrányban érzik magukat anyagi helyzetük miatt és mert egyedül élnek. Mindezekből is adódóan, életminőségükkel a legkevésbé elégedett csoportról van szó,

akik a legkevésbé számítanak rá, hogy családtagjaik vagy barátaik segítenének, ha gondban lennének. Túlnyomórészt nem elégedettek azzal, amit csinálnak és szerencsétlenebbnek érzik magukat a többi emberhez képest.

Ez a csoport érezte úgy a legnagyobb arányban, hogy erősen meg kell szorítaniuk a költségeiket, és emiatt jobban is oda kell figyelniük költségeikre. Főképp egészségi és anyagi okokból mondanak le termékekről és a legkevésbé őket érdeklik a piacon megjelenő új termékek.

5- *Kis örömeiket megengedők (12%)*: a legnagyobb arányban falusi csoport, illetve nők, nyugdíjasok és korosztályt tekintve főleg 60 felettek (ezen belül pedig a legidősebb megkérdezett korcsoport tartozik ide a legnagyobb arányban). Többségük párkapcsolatban él és ezen csoport gondolkodott a legsemlegesebben az őket érő hátrányokat firtató kérdések kapcsán. Költségeik változásának tekintetében kicsivel többet költenek szeszes italokra, dohányárura, szórakozásra, vendéglátásra, üdülésre (de közlekedésre nem), valamint egészségükre, mint 10 évvel ezelőtti élethelyzetükben. A mindennapi étellel kapcsolatos tényezőkre viszont kevesebbet fordítanak: ideértve az élelmiszereket, lakhatási tényezőket, megjelenést. Nem elégedettebbek életükkel, mint mások, de korosztályuknál aktívabbnak gondolják magukat és egészében véve inkább élvezik az életet, és nem tartják magukat sem szerencsésebbnek vagy szerencsétlenebbnek másoknál. Elégedettek társas kapcsolataikkal.

Legnagyobb arányban semmilyen változást nem érzékelnek az utóbbi években vásárlási, költési szokásaikban, de úgy gondolják, jobban odafigyelnek költségeikre (29. melléklet). Túlnyomórészt az akciók alapján tervezik meg vásárlói körútjukat és érdektelennek mutatkoznak az új termékek irányába, a megszokott termékeiket vásárolják. Kevésbé gondolják, hogy modern lenne a gondolkodás módjuk és szintén kevés figyelmet szentelnek az öregedés külső jegyeire.

6. Összegzés

Jelen disszertáció nem makroszinten, hanem az emberek mindennapi életének, fogyasztásának változása szemszögéből vizsgálja az öregedés okozta hatásokat az életút során. Nem az egészségügyi vagy pszichológiai vonatkozásokra, változásokra fókuszál, hanem azon *szubjektív viszonyulásokra, melyeket az egyének saját időződésük és életkoruk kapcsán megélnék és ezek kifejtett hatásait keresi a vásárlási szokások megváltozásában*. Ezen irányvonal a marketing területén kevésbé kutatott, ezért a dolgozatban leírtak tovább segíthetik a fogyasztói gondolkodás mélyebb megértését. Az alkalmazott kutatási design szerkezete többlépcsős, kvalitatív és kvantitatív technikák kombinációjából áll. A kutatások során az öregedéssel kapcsolatos asszociációk és sztereotípiák részletes megismerését biztosította az, hogy ezen kérdéskör mindegyik kutatási elemében jelen volt.

A továbbiakban a kutatási kérdésekre és hipotézisekre adott válaszaimat foglalom össze.

Első kutatási kérdésemként merült fel, hogy *milyen az idős emberek mai megítélése. Mennyire uralják a róluk kialakított társadalmi képet a sztereotípiák?* A kérdés fontos, hiszen a vásárlási, fogyasztási döntéseket nagymértékben befolyásolja az egyének szubjektív gondolkodása önmagukról és környezetükről, valamint az, hogy mit gondolnak, éreznek, vélekednek annak kapcsán, hogy mások mit gondolnak róluk. Ezen gondolatok egyik sarkalatos része az aktuális és szubjektív életkorral és öregedéssel kapcsolatos érzések körül forog. Befolyásolja azt, hogy a fogyasztók mit akarnak üzeni a külvilág számára önmagukról (fiatalosságukról, életútjuk aktuális helyzetéről stb.), hogy érzik magukat a bőrükben és akár azt, hogy hogyan élik meg az életüket (pl. öregedésük befolyásolja-e az életmódjukat vagy mások hozzájuk való viszonyulását). Az olvasott irodalmak és saját tapasztalataim alapján tehát első hipotézisem a következő:

H1: A társadalom negatív viszonyulása jellemző az öregedéssel, az öregséggel kapcsolatosan, ami az elutasítottságtól, a sztereotípiák elfogadásától az ageizmusig terjed.

Mind a szakirodalom feldolgozásában, mind a saját kutatásaimban egyértelmű igazolást kaptam az állítás, miszerint az egyes generációkat vagy életkori csoportokat számos ok miatt érheti hátrány, de ez a probléma legnagyobb arányban az idős korosztályúakat érinti, különösen az anyagi helyzetük és az életkoruk miatt.

Az öregedés kapcsán vizsgáltam az egyetemista fiatalok és a magyar lakosság szubjektív asszociációit és értékeléseit az életkori szakaszok (fiatal, középkorú, idős/öreg) vonatkozásában, pillanatképet alkotva az adatfelvétel időpontjában mutatkozó véleményekről. A negatív irányultság érezhető mind az idős, mind az öreg, öregedés kifejezések kapcsán, melyek közül az öreg szó vonja maga után a legtöbb ellenérzést, félelmet. A gazdasági és kulturális jelenségek (pl. családok elaprózódása, öregedő társadalom), a média kommunikációs hatása, az egyre kevesebb családon belüli élő minta és példa hiánya miatt egyre kevesebb fiatal „éli meg”, milyen az öregség, többnyire csak „hallják/látják” másoktól és ez alapján alakítanak ki belső képeket. A „legideálisabb” fiatal kor elmúlása vegyes, többnyire negatív érzelmeket vált ki a személyekből, mely úgy tűnik, már a kultúránk részét képezi. A negatív jellemzők mellett számos pozitív vonulat is megmutatkozik az emberek gondolkodásában, viszont a fiatalok félelemmel teli hozzáállását a társadalomnak, az oktatásnak és a médiának komolyan kell vennie, törekednie kell az áthangolásra.

A nagyszámú megkérdezések során szintúgy, az idős jelző kevésbé kapott negatív felhangot az öreghez képest, és az idős generáció tagjai pozitívabban viszonyultak hozzá, mint a náluk fiatalabb generációk. Ettől eltekintve azonban a válaszadók inkább a negatívabb (1-5) skálatartományban gondolkodtak mindkét jelző esetében, de túlnyomó részt közepes értékeléseket adva. A személyes megkérdezés egy fokkal pozitívabb képet mutatott az online eredményeihez képest, de azon alapgondolatában nem tért el, hogy az öreg jelző negatívabb jelentéstartalmú, mint az idős. Nem lehet azonban azt állítani, hogy az életkorból adódó diszkrimináció jellemzően egy bizonyos életkori csoport, az idősebb generáció ügye volna, mert a szakirodalmak és a személyes interjúk során széles életkori skálán említettek ilyen tapasztalatot a megkérdezett válaszadók.

A szakirodalomban már számos színvonalas publikációval rámutattak arra, hogy az élettartam meghosszabbodását pozitív folyamatként élik meg az emberek, viszont a társadalmak előregedéséhez már többnyire negatív asszociációk társulnak, hiszen a folyamat komoly társadalmi problémákat vet fel. A szimbolikus interakcionista elméleti perspektíva azt feltételezi, hogy az öregedés biológiai folyamatának nincs velejáró kulturális jelentése, hanem az eltérő kultúrák mentén a jelentéstartalom az „idős” vagy „fiatal” mögött társadalmilag konstruált, és ugyanez vonatkozik a koresoportonként „elvárt, megengedett” viselkedési mintákra is, mely egyértelműen befolyásolja az ageizmus kialakulását.

Az időskorúak egészségi, szociális, pénzügyi vagy fogyasztásbeli helyzete megváltozik – önmagában nézve és az aktuális világtérkép miatt is –, ezzel együtt folyamatosan átalakul az ifjabbak jövőképe, változnak az időskorral és magával az öregedéssel kapcsolatos félelmeik, reményeik is. Az időskori változás nehezebb megélésében és a következő élethelyzetbe lépés elutasításában nagy szerepet játszanak az idősekkel, időszedéssel szembeni előítéletek, az érzékelhető diszkrimináció és az időszedéssel romló életminőség percepciói. Az időskor, különösen a nyugdíjba vonulás, krízishelyzetbe hozhatja az érintetteket: döntést kell hozni a további életstratégiáról, melyben ugyanúgy jelen van az új karrierépítési lehetőség is a kivonulás, és leépülés mellett (Füzesi et al., 2013). Nem szabad viszont figyelmen kívül hagyni, hogy a magyar gyakorlat inkább a sodródást mutatja, mint a tudatos, új életstratégia kialakítását (főképp a megromlott egészségi állapot miatt), mely erősítve hat vissza az öregedéssel kapcsolatos asszociációkra.

Mindezek alapján a felállított hipotézis igaznak bizonyult.

Érdekes kérdés volt ezek alapján, hogy hosszú távon nézve/ visszanézve (az emberi öregedés mentén) befolyásolja-e a fogyasztók boldogságát, boldogulását, hogy adott életszakaszban vagy életív menti fordulóponton milyen termékeket vásároltak meg maguknak, vagy sem. Nyomot hagyott-e bennük saját fogyasztásuk (avagy tényleg számítanak, boldogítanak, megváltoztatnak minket a megvett termékeink)? Mindezt befolyásolja az életkori változás valamilyen módon? Második kutatási kérdésem tehát, hogy *mennyire vagy miben befolyásolja az életkor, az életszakasz vagy az életút a vásárlási szokásokban bekövetkező változásokat?* E kérdés köré több hipotézist is felállítottam:

H2: Az időszedő generációk vásárlásának megváltozása az időszedésből adódó komplex problémahalmaz egyik elemeként jelenik meg.

Napjainkban gyakran tárgyalt generációs eltérésekhez hozzáadódik az életív felosztásának, tartalmának átalakulása. A fogyasztók életívük mentén történő rendezéséhez nem csak életkorukat kell figyelembe venni, hanem adott életfázisukat célszerű vizsgálni. Az egyének által fordulópontoknak tekintett események (pl. házasság, nyugdíjazás) sok esetben hasonlóképp merülnek fel (mit tekintenek annak és körülbelül mikor történt), melyek segítségével kirajzolódhatnak kulturálisan hasonló életutak (Eurostat, 2017).

A megkérdezések során azonban bebizonyosodott, hogy szinte bármi tekinthető fordulópontnak az életben, ha az egyénnek az adott esemény valamilyen szempontból fontos. Ezen fordulópontok mentén általános jelleggel, de inkább csak felszínesen egyetértettek a megkérdezettek abban, hogy az kihatótt a vásárlásaikra, viszont igazából kevésbé érzékelték a változások kisebb-nagyobb mértékét a fogyasztásukban. Ez alól egyedüli kivétel, ha drasztikusan romlott az anyagi helyzetük vagy egészségi állapotuk, mely esetében elkerülhetetlen volt a változás észrevétele. A megkérdezettek túlnyomó többsége 10 évvel ezelőtti életükkel szemben sem érzékelt „látványos” változást költési, vásárlási szokásaikban, főképp semlegesén vélekedtek, valamint kisebb mértékű növekedésről számoltak be, mely a gazdasági változásokból, a termékek árának drágulásából egyértelműbben következhet. Viszont összességében megállapítható, hogy az idősödésből, annak negatív megítéléséből vagy az élethelyzetek, életminőség megváltozásából eredő problémák, feladatok között eltörpült a fogyasztási szokások változásának érzékelése. Megfoghatóbb problémaként jelent meg, hogy az adott generációs szakaszhatárok elmosódtak a három nagy generáció között, besorolatlan életkori éveket képezve és nehezebben megfoghatóvá téve többek között azt, hogy mikortól számít valaki idősnek.

A generációk különböző „fogyasztási sajátosságai” (pl. az idősek spórolósok, a fiatalok költekezők, a középgeneráció „semleges, átmeneti, nehezen karakterizálható” fogyasztás szempontjából) is főképp a sztereotípiákon alapultak a megkérdezettek válaszaiban. Viszont az megállapítható, hogy a középgeneráció 60 évhez közelítő tagjait zavarják leginkább az öregedés külső jegyei és az idős korcsoportok közül ők költenek a legtöbbet megjelenésükre.

Mindez szemlélteti a sztereotípiák erejét, de nem feltétlen adja vissza a vásárlási szokások megváltozásának „problémáját”, így *ezen hipotézisemet elvettem*.

Fontos hozzátenni azonban, hogy a hipotézis elvetését eredményezhette megfogalmazásának túl általános mivolta, hiszen az idősödés adta komplex problémakör visszaköszön több elméleti szempontban is. Egyrészt a szakirodalmi áttekintés során láthatóvá vált, hogy többek között sem az életkori szakaszolásban, sem az életíven bekövetkező fordulópontok meghatározásában, sem pedig az életúttal kapcsolatos fogalmi rendszerben nincs (és valószínűleg nem is lehetséges) teljes egyetértés. Így nem várható el a laikus válaszadótól sem, hogy ténylegesen és tudatosan figyelje az idősödéséből fakadó változásokat, majd képes legyen őket felidézni több év távlatából.

Egyénekenként eltérő, hogy ki mire fókuszál egy-egy változás során, mit tart fontosnak vagy problematikusnak és mi marad emlékezetes a számára. A nyugdíjas évek kezdetével sem feltétlen következik be az idős ember életében a gazdasági passzivitás és az egyén aktívan töltheti el szabadidejét, egészségi állapota megfelelő lehet mind testileg, mind szellemileg és lelkileg. Ebből a megközelítésből kiindulva egy 50-64 éves személy nem tekinthető öregnek, viszont betegségek miatt vagy külsőleg, esetleg viselkedés szempontjából öregebbnek is érzékelhető, mint idősebb társai és ez egyben befolyásolhatja vásárlási szándékait is (lásd többek között Tróznai – Kullmann, 2003, Törőcsik, 2011, Csizmadia – Győri Szabó, 2014).

Továbbá nem csak az életkori megkülönböztetés jelenségét megtestesítő életszerepek sorrendje fontos az öregedés során, hanem a születési kohorszok történelmi, társadalmi és gazdasági elhelyezkedését is figyelembe kell venni, hiszen ezek befolyásolják az élettartam fejlődésének különbségeit is (Elder, 1975 idézi Alwin, 2012).

Az idősödésből folyamatából születő komplex problémahalmaz pontosabb feltérképezéséhez a későbbiekben szükség lesz az idősek vásárlásának megváltozására ható tényezőket célzottabban azonosítani, konkrétan vizsgálni és azok igazolási lehetőségeit kutatni.

H3: Az élethelyzet változása a vásárlásokban is megmutatkozik, mint a komplex problémahalmaz egyik markáns eleme.

A fentebb kifejtett gondolatok mellett azonban egyértelmű az is, hogy az élethelyzet hatással van a vásárlásokra, hiszen egy új családtag érkezése, távozása vagy az életkörülmények megváltozása más élethelyzetet hoznak maguk után, amihez pénzügyileg is alkalmazkodni kell. Az életesemények adta változások kimutatható hatással vannak többek között az étkezésre, alkoholfogyasztásra, de tükröződnek az életstílusváltásokban (Hopkins et al., 2006) és marketing szakemberek számára felhasználható lehetőségekben (Mathur et al., 2006). Viszont érdekes, de nem meglepő eredményként állapítható meg, hogy ezen változások a vásárlások kapcsán nem okoznak akkora érzelmi többletet, hogy „könnyen” felidézhető emlékként maradjanak meg az emberek emlékezetében. Az életíven történő haladás és az ehhez kapcsolódó fordulópontok kapcsán kialakult fogyasztásbeli változás nem hagyott mély nyomokat az általam megkérdezettekben, csak általánosságokban tudtak beszámolni az életük során

elkezdett, illetve elhagyott termékekről. Konkrét márkákat pedig csak elvétve említettek és csak akkor, ha azok jelentős státusfejlődést szimbolizáltak az életükben (pl. megvehette az első Trabantját). Viszont, az emberi életút összességét vizsgálva, az 50 év feletti megkérdezettek egyáltalán nem társítottak jelentőséget a fogyasztásbeli változásoknak. Ilyen módon hiába próbálkoztam ráközelítéssel, a vásárlás csekély nyomot hagyott az emlékezetükben, ezáltal is szemléltetve a prioritásokat az életben.

Emellett viszont a kutatás során kirajzolódott, hogy a fogyasztásmagatartást leginkább befolyásoló életesemények inkább negatív tartalmúak, mint az egészségi állapot, az anyagi helyzet romlása, a munkahely változása, családtag elvesztése, vagy a családi állapot változása. Jóval ritkábban hat a fogyasztás megváltozására valamely örömteli esemény, mint pl. új családtag, gyermek vagy unoka érkezése. Fontos megjegyezni, hogy ezen érzékelést befolyásolhatja azon tény is, hogy a negatív események sok esetben „maradandóbb nyomot” hagynak a személyek életében, így felidézésük is könnyebbé válik.

Az öregedésből adódó *életkori hatásokat* vizsgálva, az életkor szubjektív érzékelése viszont nagyobb befolyásoló erővel bírt a vásárlási, költési volumenek megváltozására, mint a tényleges kronológiai életkor, különös tekintettel a *kinézet alapján értékelt életkori tényező* esetében. Minden vizsgált szubjektív életkori kategória mentén kimutathatók összefüggések a fogyasztási attitűdbeli eltérésekben is és közülük a legtöbb összefüggést mutató életkori tényező az *egészségi állapot alapján érzékelt* életkor, mely egyben szemlélteti azt is, milyen fontos a megfelelő egészségi állapot fenntartása az idősödés során.

Az öregedéskutatásban fontos konstrukció a szubjektíven érzékelt életkor, mert nem csak a fizikai vagy mentális egészségre van hatással, hanem az életminőség alakulására is, így differens szemszögből jellemezheti az öregedési folyamat egyéni különbségeit (Barret, 2003; Westerhof – Barrett, 2005; Barak – Rahtz, 2009; Westerhof et al., 2014). A szakirodalom rámutatott, hogy a szubjektív életkori identitás magyarázó erővel bír a heterogén gazdasági viselkedések és döntések kapcsán a képességek és a preferenciák csatornáin keresztül (Zihan – Post, 2020), és hogy amennyiben a személy fiatalabbnak érzi magát a koránál, nagyobb eséllyel tér vissza a munkaerőpiacra és későbbre tervezi a nyugdíjba menetelét, valamint előrejelzi az aktuális munka- és nyugdíjazási döntéseket. Mindezeket figyelembe véve a különböző szubjektív/kognitív életkorok vizsgálatának kiemelt szerepet kell szánni a marketingkutatások során is, mert sok esetben pontosabb

előrejelzést adnak az általánosságban használt kronológiai életkornál (lásd többek között Bell, 1972; Barak – Schiffman, 1981, Hofmeister-Tóth, et al., 2020).

Viszont, mint a fentebbi hipotézis esetében is, saját kutatásom során a markáns változás egyáltalán nem mutatkozott meg a fordulópontok mentén, így a hipotézisemet elvetettem.

H4: Minél idősebb valaki, annál inkább csökken az élményvásárlás aránya és fokozatosan funkcionális tevékenységgé alakul át a számára.

Az idős minta megkérdezése alapján az életkor növekedésével csökkent az élményvásárlók aránya, 10 évvel korábbi életükhöz viszonyítva a válaszadók érzékelhetően inkább visszafogottnak mutatkoztak és jellemzően csak a feladat elvégzésére koncentrálnak. Ezen változás erősebben jelentkezett az idős nők esetében, viszont ennek ellenére még mindig az idős hölgyek élvezik jobban a vásárlást a férfiakhoz képest. A szubjektív életkori kategóriák közül az érdeklődési kör alapján és az egészségi állapot alapján érzékelt koréretet befolyásolja a vásárláshoz való hozzáállást: minél rosszabb egészségi állapottal rendelkezett az idős válaszadó, annál inkább élte meg a vásárlást feladatként, valós életkora ellenére is. Viszont azok, akik korukhoz képest fiatalosabb érdeklődési körrel rendelkeztek, nagyobb arányban számoltak be élményként a vásárlásról, mint feladatként.

Mivel sok esetben a szubjektív életkornak, az élet eseményeihez való szubjektív viszonyulásoknak nagyobb szerepük van a fogyasztói magatartás változásában, mint a kronológiai életkornak, igazolást nyert, hogy a nyugdíjba vonulás körüli időszakban tartják az emberek leginkább megfontolandónak a vásárlásaikat, és törekednek visszafogni a költségeiket, de önmagában a növekvő életkor is erre a visszafogottságra sarkall. Ezen jelenség megmutatkozik a szakirodalomban talált időskori klasztereknél is, melyek esetében az 50-es, korai 60-as korosztályok még szívesebben költenek különféle szolgáltatásokra, termékekre, majd ezt követően az idősebb életkori csoportok esetében már a visszahúzódnak, az „életből való kivonulás” az erősebben megmutató tendencia. Fontos viszont rámutatni arra, hogy az idős és főleg az öregkorral kapcsolatban számos negatív gondolat, asszociáció merül fel, mindenekelőtt a középkorosztályban, és kevésbé az idősebbekben, mely hatás szintén befolyásolja költési szokásaikat (pl. a fiatalságkultusz trendje kapcsán kialakult megfelelési vágy kapcsán).

Továbbá figyelembe kell venni azon tényt is, hogy a nyugdíjba vonulás egy olyan egyértelműen felidézhető fordulópont az egyének életében, mely prognosztizálja a háztartások bevételeinek csökkenését, így könnyebb tudatosan is figyelemmel követni a változásokat – az egyének mélyebb érzelmi hatásokat élhetnek át, melyek a visszaidézést is könnyebbé teszik.

A megkérdezésekre kapott válaszok alapján *a hipotézist elfogadtam.*

H5: Az életminőség szubjektív érzékelése kapcsolatban áll az idősök vásárlási tudatosságával.

Az életminőség és az élettel való elégedettség fontosságára számos szakirodalmi kutatás felhívja a figyelmet és ösztökél a cselekedetre javításuk érdekében. A megkérdezéseim során a tényezők szubjektív értékelése mentén vizsgáltam a különböző generációk, különös tekintettel az idős generáció jelenlegi életminőségéhez való hozzáállását, hogy megérthessem, milyen kapcsolatban áll ez a fogyasztási attitűdjeikkel. Az összképről megállapítható, hogy a megkérdezettek elégedettek életminőségükkel és jobbnak ítélik meg jelenlegi életüket, mint a kortársaikét.

A válaszok alapján *minél magasabbra értékelte az idős válaszadó az életminősége szintjét, annál „költekezőbb” lett, vagyis kevésbé figyel oda költségeire, mint korábban és ebből fakadóan kevésbé is veszi észre a kiadásában a változást.* Kisebb arányban spórol vagy épp mond le termékekről egészségi és anyagi okokból. Jellemző, hogy a válaszadók számára egyre fontosabbá válik az életminőség javulásával az, hogy fiatalosságot sugározzon a külsejük. A klasztercsoportok eredményei alapján a jobb életminőséggel rendelkezőket jobban is zavarják az öregedés külső jegyei, ezért többet költenek többek között öltözködésre. A klasztercsoportok alapján az is visszaigazolást nyert, hogy a költségekben bekövetkező változások némileg szemléltették a válaszadók szubjektív életminőségét és a vásárlással kapcsolatos attitűdjeiket, de egyértelmű következtetéseket csak a változást figyelve ezen kutatás alapján nem lehet levonni.

A megkérdezésekre kapott válaszok alapján *a hipotézist elfogadtam.*

26. táblázat: A hipotézisek rövid összefoglalója

Igazolást nyert hipotézisek

H1: A társadalom negatív viszonyulása jellemző az öregedéssel, az öregséggel kapcsolatosan, ami az elutasítottságtól, a sztereotípiák elfogadásától az ageizmusig terjed.

H4: Minél idősebb valaki, annál inkább csökken az élményvásárlás aránya és fokozatosan funkcionális tevékenységgé alakul át a számára.

H5: Az életminőség szubjektív érzékelése kapcsolatban áll az idősök vásárlási tudatosságával.

Elutasított hipotézisek

H2: Az idősödő generációk vásárlásának megváltozása *az idősödésből adódó komplex problémahalmaz egyik elemeként* jelenik meg.

H3: Az élethelyzet változása a vásárlásokban is megmutatkozik, mint a komplex problémahalmaz egyik markáns eleme.

Forrás: saját szerkesztés

A disszertáció eredményeinek gyakorlati alkalmazhatósága

A szakirodalom rámutatott, hogy az emberek életkorának növekedése maga után vonja annak új tagolási megközelítéseit (lásd többek között Vargha, 2015), hiszen tovább tart a munkavállalási életszakasz, de az idősség inaktív időszaka is kinyúlik. A gazdasági életciklust sem a fix korhatárok, hanem a jövedelemtermelés és a fogyasztás szintje határozza meg. Egyre inkább szükséges az új komplex megközelítések és az alternatív idősödési hatásokat mérő indikátorok használata, melyek figyelembe veszik többek között a foglalkoztatást, a társadalmi részvételt, az egészséget, az emberek életmódját és szubjektív viszonyulásait is a társadalmi-gazdasági kutatásokban, projekteken, és a marketingmunkálatok során egyaránt. A disszertáció témájának többoldalú megközelítése segítségül szolgálhat a marketingszakemberek számára, hogy mélyebben átlátva az idősödés folyamatát pontosabb, célzottabb szegmentációval és stratégiával javítsák az emberek életét a megtervezett szolgáltatásokkal, termékekkel és kommunikációval. Sok szakirodalmi megállapításhoz hasonlóan felhívja a figyelmet arra, hogy a sztereotípiákon alapuló időskori megjelenítés és kommunikáció (legyen az nekik vagy róluk szóló médiatartalom, kommunikációs stílus vagy szegmentációs ismérv) mennyire elavulttá vált a 21. századra és milyen káros hatással van az idősök társadalmi megítélésére.

A demográfiai öregedés fokozódó tendenciájának köszönhetően felerősödött az idős emberek testi és mentális egészségi állapotának, szociális kapcsolataik, életcéljaik, életminőségük, fogyasztói szerepük befolyásoló hatása, mert fokozatosan áttérünk a „hosszú életűek társadalmára” (Meyer-Hentschel, 2009). Mindezek következtében a

hazai időskorúakra irányuló marketingtevékenység is megújítást igényel. Disszertációmban törekedtem arra, hogy *az öregedésről a kapcsolódó társtudományokban felhalmozott elméleti tudást feldolgozzam*, ami a cégeknek, intézményeknek segíthet pontosabb szegmentációs ismérveket és kommunikációs stílust kialakítani az idősödő korosztály irányába.

Az időskort statikus értelmezése helyett dinamikus folyamatként kell kezelni, hiszen sok egyéni variabilitást és interindividuális eltérést mutat, emellett sok rejtett tartalékkapacitás van ezen időszakban – amikre egyre inkább lehet építeni, az idősödésről meglévő tudást gyarapítani, ezzel segítve az ageism kialakulásának megelőzését is. Magyarországon (is) a felnőttkorba lépés és az idősödés is lényeges mértékben a társadalmi szerepek alakulásától függ és egyre jobban elszakad a természetes biológiai folyamatoktól, vagy legalábbis azzal nem párhuzamosan zajlik. Ezért az időskorúak heterogenitásának figyelembevétele, a szubjektív megközelítések hangsúlyozása, a meglévő sztereotípiák mellőzése és a változásokat előidéző folyamatok feltárására való törekvés szükséges.

Marketingszempontról is fontos vizsgálni, majd ezt követően szegmentációs tényezőt jelent az emberek személyesen érzékelt és értékelt életkora, és ezen belül, hogy milyen mértékben kapcsolódik a befelé mutató életkori dimenzió (hány évesnek érzi magát a személy, „feel age”) a személy biológiai életkori jellemzőihez, valamint a kifelé mutató dimenzió (hány évesnek néz ki, „look age”) a társadalmi életkorához („social age”) (Kastenbaum, et al., 1972). A fiatal és az öreg csak egymás relációjában értelmezhető, mégis sok esetben próbálnak a marketingszakemberek – az egyszerűsítés végett – erősen karakteres, sztereotípiákon alapuló jellemzőket felállítani, akár rigid, kronológiai életkori határok mentén. Megállapítható viszont az eddigiek alapján, hogy már ezen egyszerűsítés egyre kevésbé állja meg a helyét, mert a rohamos fejlődésnek és a globalizációnak köszönhetően *egyre homályosabbak a határok a generációkhoz társított tulajdonságok között és életkori határaik kapcsán is*.

6.1. Kutatási korlátok

Jelentős kutatási korlátnak számít, hogy kvantitatív módon sok témakör van, amit nehéz teljesen átgondoltan megválaszolni, és kutatásom során elég sok diszkrétnek érzékelt

témát érintettem (életkor, hátrányok, anyagi helyzet változása), melyekről az emberek nem szívesen beszélnek, különösen nem idegeneknek – még a kvalitatív mélyinterjúk során is nehézkesen. Pont ebből kifolyólag, hogy az életükben adódó változásokat nem feltétlen szeretnék feltárni, az alkalmazott kvantitatív technikák hátrányai érzékeltették hatásukat. Emellett a terjedelmi korlátok sok kérdés esetében nem tették lehetővé a megfelelő mélységű kifejtéseket. Nehézséget okozott továbbá, hogy a megkérdezettek nehezen emlékeztek vissza vásárlási szokásaikra, azok változásaira vagy a megvásárolt termékek/márkák típusaira és csak általánosságban tudtak válaszolni az adott élethelyzetekből adódó fogyasztási eltérésekre. Mindemellett a kutatás során alkalmazott kérdésekre kapott válaszok rámutattak arra is, hogy egyes témakörök nem a megfelelő megfogalmazással és mélységgel lettek kialakítva, vagy épp nem a lényegi pontokra kérdeztek rá, melyek tanulságait a későbbi kutatási irányokban lehet felhasználni.

6.2. Jövőbe mutató irányok

A kutatási, valamint elemzési időszak során számos további kérdés felmerült, melyek kapcsán mélyebb és más fókusz mentén haladó elemzésekre van szükség, így ezek újabb kutatási célokat involváltak.

Többek között felmerült kérdésként, hogy az idővel változó költési volumen milyen összefüggést mutat az egyének vásárlási habitusának megváltozásával és hol érzékelhetők azok az életkorbeli fordulópontok, melyek „egyértelműen” jelezhetik előre a költések változását. Emellett új kutatási irány lehet, hogy a szubjektív életkorok mentén a fiatalságkultusz trendje mennyire érzékelhető a vásárlási, költési szokások változásában, és ezen belül milyen demográfiai tényezők játszanak szerepet abban, hogy mely fogyasztók szorítják meg a költéseiket, vagy épp költenek többet fiatalságuk látszatának fenntartása érdekében. Mindezen demográfiai hátterek persze nem csak a fiatalságvágy és kinézet mentén mutatnak feltárandó összefüggéseket, hanem az egészségi állapot, aktivitás, érdeklődési körök mentén is érdemes vizsgálat alá venni őket. Az életminőség további területeire, dimenzióira vonatkozó értékelések (pl. egészségi állapot) szintén mélyebb és bővebb kifejtéseket igényelnek, melyek további publikációk alapját fogják adni.

A mélyinterjú kutatás tapasztalatait felhasználva a kutatás további irányvonalait adja az életesemények számának pontosítása, azok elemzése, valamint pozitív vagy negatív aspektusuk jelentősége a válaszadók fogyasztására. Ideértve többek között olyan kérdéseket, mint:

- Vannak-e olyan életesemények, amelyek az életkorral voltak/vannak kapcsolatban és kiemelkedően jó érzéssel, illetve kiemelkedően rossz érzéssel jártak együtt és ezen érzés okozott változást a fogyasztási szokások módosulásában?
- Ha egy korai életesemény nagyon stresszes, több vagy kevesebb életeseményt idéz fel a későbbiekben az egyén? Esetleg meghatározóvá válik-e a fogyasztását tekintve az adott negatív élmény?
- Mennyire befolyásolja a költséket, illetve a fogyasztást, hogy környezetükhöz képest milyennek ítélik meg önmagukat, életüket az egyének?
- A saját korérzékelés, illetve az öregséggel kapcsolatos érzései az egyéneknek milyen mértékben befolyásolják, hogy hogyan osztja fel az életkori szakaszokat, illetve, hogy hány fordulópontot tart fontosnak az életében?
- Van-e annak jelentősége az életmódja és a fogyasztása szempontjából, ha több vagy kevesebb fordulópontot említ egy egyén és ha igen, akkor miben rejlik ez a hatás?

Mivel a társadalom negatív viszonyulása jellemző az öregedéssel, az öregséggel kapcsolatosan, számos termék született a folyamat elfedésének céljával. A továbbiakban kutatási kérdésként merül fel, hogy Magyarországon mennyire keresettek a különböző „öregedésgátló” termékek, mennyire hisznek, bíznak a hatásosságukban a fogyasztók és a magyarok átlagosan milyen messzire hajlandók elmenni fiatalságuk látszatának megőrzéséért. A természetes eszközöket, házi praktikákat keresik inkább, életmódváltásban gondolkodnak vagy a mesterséges beavatkozásokat választják nagyobb mértékben? Továbbá, milyen mértékű a fiatalságkultusz, illetve az ageism mértéke más országokhoz képest és ez miben nyilvánul meg Magyarországon a fogyasztás tükrében.

7. Irodalomjegyzék

- Aassve, A.,** Billari, F. C., & Spéder, Z. (2006). Societal Transition, Policy Changes and Family Formation: Evidence from Hungary. *Eur J Population*, 22, pp. 127–152.
doi:10.1007/s10680-005-7434-2
- Acxiom Corporation** (2018) Annual Report 2018. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.annualreports.com/Company/acxiom-corporation>
- Adams, B. N.,** & Sydnie, R. A. (2006). *Symbolic Interactionism. C. Goffman's approach to symbolic interactionism*. Online elérhető: <http://uregina.ca/~gingrich/319f1506.htm>
Megtekintve: 2020.08.01.
- Adams, D. L.** (1971). Correlates of satisfaction among the elderly. *The Gerontologist*, 11, pp. 64-68. doi: 10.1093/geront/11.4_part_2.64
- ÁEEK** (2014). *Egészségtudományi Fogalomtár*. Megtekintve: 2020.01.20.
Online elérhető: <https://fogalomtar.aEEK.hu/index.php/Korfa>
- Agogo, D.,** Milne, G. R., & Schewe, C. D. (2014). Time benders: A model of subjective aging in aging adults. *Health Marketing Quarterly*, 31(4), 383-398. doi: 10.1080/07359683.2014.966010
- Ajzen, I.,** & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of the Research. *Psychological Bulletin*, 84(5), pp. 888-918. doi: 10.1037/0033-2909.84.5.888
- Albuquerque, D. S.,** Amancio, D. A., Günther, I. A., & Higuchi, M. I. (2018). Theoretical contributions on aging from the perspective of person-environment studies. *Psicologia USP*, 29(3), pp. 442-450. doi: 10.1590/0103-656420180142
- Allen, M. M.** (2001). *The effects of stereotypes on memory*. New Orleans: Loyola University
- Allport, G. W.** (1999). *Az előítélet*. Budapest: Osiris Kiadó
- Alwin, D. F.** (2012). Integrating varieties of life course concepts. *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological sciences and social sciences*, 67(2), pp. 206–220. doi: 10.1093/geronb/gbr146
- Andorka, R.** (2006). *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris Kiadó. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://szociologiaszak.uni-miskolc.hu/segedanyagok/Bevezetes_szoc.pdf
- APA** (American Psychological Association) (2020a). Social age. Online elérhető: <https://dictionary.apa.org/social-age> Megtekintve: 2020.12.28.
- APA** (American Psychological Association) (2020b). Vineland Adaptive Behavior Scales (VABS). Online elérhető: <https://dictionary.apa.org/vineland-adaptive-behavior-scales> Megtekintve: 2020.12.28.

- APA** (American Psychological Association) (2020c). Mental age. Online elérhető: <https://dictionary.apa.org/mental-age> Megtekintve: 2020.12.28.
- Arber, S., Andersson, L., & Hoff, A.** (2007). Changing Approaches to Gender and Ageing: Introduction. *Current Sociology*, 55(2), 147–153. doi: 10.1177/0011392107073298
- Arcanum** (2020a). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - öreg.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/o-o-433E2/oreg-4386D/>
- Arcanum** (2020b). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - öregít.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/o-o-433E2/oregit-438BC/?list=eyJmaWx0ZXJzJjogeyJNVSI6IFsiTkZPX0xFWF9MZXhpa29ub2tfMUJFOEliXX0sICJxdWVyeSI6ICJcdTAwZjZyZWcifQ>
- Arcanum** (2020c). *Kézikönyvtár - öreg szinonímák.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/search/?list=eyJmaWx0ZXJzJjogeyJNVSI6IFsiTkZPX0xFWF9MZXhpa29ub2tfMUJFOEliXX0sICJxdWVyeSI6ICJcdTAwZjZyZWcifQ>
- Arcanum** (2020d). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - öregedés.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/o-o-433E2/oregedes-438AC/?list=eyJmaWx0ZXJzJjogeyJNVSI6IFsiTkZPX0xFWF9MZXhpa29ub2tfMUJFOEliXX0sICJxdWVyeSI6ICJcdTAwZjZyZWdlZFx1MDElOXMifQ>
- Arcanum** (2020e). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - öregség.* Megtekintve: 2020.11.01., Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/o-o-433E2/oregseg-438CA/?list=eyJxdWVyeSI6ICJcdTAwZjZyZWdzXHUwMGU5ZyJ9>
- Arcanum** (2020f). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - idős.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/i-i-31843/idos-31B4F/?list=eyJmaWx0ZXJzJjogeyJNVSI6IFsiTkZPX0xFWF9MZXhpa29ub2tfMUJFOEliXX0sICJxdWVyeSI6ICJpZFx1MDElMXMifQ>
- Arcanum** (2020g). *Kézikönyvtár, A magyar nyelv értelmező szótára - idősség.* Megtekintve: 2020.11.01. Online elérhető: <https://www.arcanum.hu/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-szotara-czuczorfogaras-55BEC/i-615A7/idosseg-6169E/?list=eyJxdWVyeSI6ICJpZFx1MDElMXNzXHUwMGU5ZyJ9>
- Atchley, R. C.** (1989). A Continuity Theory of Normal Aging. *The Gerontologist*, 29(2), pp. 183–190. doi: 10.1093/geront/29.2.183

- Atkins, T. V.,** Jenkins, M. C., & Perkins, M. H. (1990-91). Portrayals of persons in television commercials age 50 and older. *Psychology: A Journal of Human Behavior*, 27(4), pp. 30-37.
- Baars, J.** (1991). The Challenge of Critical Gerontology: The Problem of Social Constitution. *Journal of Aging Studies*, 5(3), pp. 219–243. doi: 10.1016/0890-4065(91)90008-G
- Baars, J.** (2009). Problematic foundations: theorizing time, age and aging. In Bengtson, V. L., Gans, D., Putney, N. M. & Silverstein, M. (szerk.), *Handbook of Theories of Ageing* (Second Edition. kiad., old.: 87-99.). New York: Springer Publishing Company.
- Bagdy, E.** (1983). Gondolatok az öregedés és öregség pszichológiai kérdéseiről. In Barta, B. (Szerk.), *Az időskorú népesség demográfiai helyzete és problémái. Tudományos konferencia.* Budapest: Statisztikai Kiadó Vállalat. pp. 141-143.
- Balderjahn I.,** & Scholderer J. (2007) Benefit- und Lifestyle-Segmentierung. In: Albers S., Herrmann A. (eds) *Handbuch Produktmanagement.* Wiesbaden: Gabler Verlag doi: 10.1007/978-3-8349-9517-9_12
- Baltas, G.,** & Doyle, P. (2001). Random Utility Models in Marketing Research: A Survey. *Journal of Business Research*, 51(2), pp. 115–125.
- Baltes, P. B.,** Reese, H. W., & Lipsitt, L. P. (1980). Life-span developmental psychology. *Annual Review of Psychology*, 31, pp. 65–110. doi: 10.1146/annurev.ps.31.020180.000433
- Baltes, P.,** & Baltes, M. (szerk.). (1990). *Successful Aging: Perspectives from The Behavioral Sciences.* New York: Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Barak, B.,** & Rahtz, D. (1999). Perceived youth: appraisal and characterization. *Int. J. Aging Hum. Dev.*, 49, pp. 231–257. doi: 10.2190/11cw-wklj-40kw-7kg9
- Barak, B.,** & Rahtz, D. (2009). Age identity: a cross-cultural global approach. *International Journal of Behavioral Development*, 33, pp. 2–11. doi: 10.1177/0165025408099485
- Barak, B.,** & Schiffman, L. G. (1981). Cognitive Age: A Nonchronological Age Variable. *Advances in Consumer Research*, 8, pp. 602-606.
- Barnes, M.,** Blom, A., Cox, K., Lessof, C., & Walker, A. (2006). *The social exclusion of older people: evidence from the first wave of the english longitudinal study of ageing (ELSA). Final Report.* London: Office of the Deputy Prime Minister. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://www.ifs.org.uk/docs/odpm_social_exclusion.pdf
- Barret, A. E.** (2003). Socioeconomic status and age identity: the role of dimensions of health in the subjective construction of age. *J. Gerontol. B Psychol. Sci. Soc. Sci*, 58, S101–S109. doi: 10.1093/geronb/58.2.s101
- Beard, J.,** Tracy, M., Vlahov, D., & Galea, S. (2018). Trajectory and socioeconomic predictors of depression in a prospective study of residents of New York City. *Ann Epidemiol*, Mar; 18(3), pp. 235–43. doi: 10.1016/j.annepidem.2007.10.004

- Beauvoir, S. d.** (1972). *Az öregség*. Budapest: Európa Könyvkiadó.
- Bekéné Zelencz, K.** (2017). Generációk közötti feszültségek okai, csökkentésének lehetőségei. *Magyar Gerontológia*, 9(33), pp. 2-10. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/9.33.magyar_gerontologia_1.pdf
- Bell, B.** (1972). Significance of Functional Age for Interdisciplinary and Longitudinal Research. *Aging and Human Development*, 3 (2), pp. 145-7. doi: 10.2190%2FD6VN-BALY-XAWM-KW8X
- Bengston, V. L., & Settersten, R. A.** (szerk.). (2016). *Handbook of Theories of Aging* (Third Edition). New York: Springer Publishing Company.
- Bengston, V. L., Burgess, E. O., & Parrott, T. M.** (1997). Theory, explanation, and a third generation of theoretical development in social gerontology. *The Journals of Gerontology: Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 52(2), S72–S88. doi:10.1093/geronb/52B.2.S72
- Bennett, A.** (2006). Punk's Not Dead: the Continuing Significance of Punk Rock for an Older Generation of Fans. *Sociology*, 40(2), pp. 219-35. doi: 10.1177/0038038506062030
- Bennett, K. C., & Ahammer, I. M.** (1977). Toward a Social Deficit Model of Ageing. *Australian Journal of Social Issues*, 12(1), pp. 3-18. doi:10.1002/j.1839-4655.1977.tb00583.x
- Bereczki, N. & Csordás, T.** (2016): Generációk a marketingben. A hazai Jones-generáció és jelenléte reklámfilmekben. *Jel-Kép Kommunikáció, Közvélemény, Média* 2016/4. szám DOI: 10.20520/JEL-KEP.2016.4.51
- Beregi, E.** (1984). *Az öregedés: Biológiai elváltozások, megbetegedések és szociális problémák öregkorban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Bilotta, C., Bowling, A., Nicolini, P., Casè, A., & Vergani, C.** (2012). Quality of life in older outpatients living alone in the community in Italy. *Health Soc Care Community*, 20(1), pp. 32-41. doi: 10.1111/j.1365-2524.2011.01011.x
- Bilotta, C., Bowling, A., Nicolini, P., Case, A., Pina, G. R., & et al.** (2011). Older People's Quality of Life (OPQOL) scores and adverse health outcomes at a one-year follow-up. A prospective cohort study on older outpatients living in the commucommunity in Italy. *Health and Quality of Life Outcomes*, 9, 72. doi: 10.1186/1477-7525-9-72
- Birren, J. E.** (1960). Behavioral theories of aging. In Shock, N. W. (ed.), *Aging: Some social and biological aspects*. Washington, DC: American Association for the Advancement of Science
- Birren, J. E.** (1968). Principles of Research on Aging. In B. L. Neugarten (Szerk.), *Middle Age and Aging: A Reader in Social Psychology*. Chicago, IL: University of Chicago Press. pp. 545-551.

- Birren, J. E., & Renner, V. J.** (1977). Research on the psychology of aging: Principles and experimentation. In J. E. Birren, & K. W. Schaie (szerk.), *Handbook of the psychology of aging*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Blaskó, Z.** (2009). Születési kohorsz-vizsgálatok itthon és külföldön – tapasztalatok és tanulságok. *Esély*, 6, pp. 45-75. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://www.researchgate.net/publication/323779877_Szuletesi_kohorsz-vizsgalatok_itthon_es_kulfoldon_-_tapasztalatok_es_tanulsagok
- Blau, Z. S.** (1956). Changes in status and age identification. *American Sociological Review*, 21, pp. 198–203. doi: 10.2307/2088522
- Bodzsár, É., & Zsákai, A.** (2013). *Antropológiai/Humánbiológiai gyakorlatok*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem. Online elérhető: https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/20110073_antropologiai_humanbiologiai_gyakorlatok/ch16s03.html Megtekintve: 2020.12.28.
- Boga, B.** (2010). *Az ageizmus speciális megjelenési formái demenciában szenvedő idősök esetében*. Online elérhető: http://www.gizella.hu/dok/2010/Dr.Boga_Balint.pdf Megtekintve: 2020.08.01.
- Boga, B.** (2013). A fizikai és mentális aktivitás egymásra hatásának szerepe a sikeres öregedésben. In Semsei, I. (Szerk.), *Magyar Gerontológia 5(19)* Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó. Online elérhető: http://foh.unideb.hu/sites/default/files/upload_documents/5.19.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Boga, B.** (2015). Aktív öregedés – sikeres öregedés. *Magyar Gerontológia*, 7(26), pp. 18-30. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://foh.unideb.hu/sites/default/files/upload_documents/magyar_gerontologia_7._26.pdf
- Boldizsár, I.** (Szerk.). (2018). *Mesék boldog öregekről*. Budapest: Magvető
- Bowling, A.** (1996). The effects of illness on quality of life: findings from a survey of households in Great Britain. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 50(2), pp. 149-155. doi: 10.1136/jech.50.2.149
- Bowling, A.** (2009). The Psychometric Properties of the Older People's Quality of Life Questionnaire, Compared with the CASP-19 and the WHOQOL-OLD. *Current Gerontology and Geriatrics Research*, ID 298950. doi: 10.1155/2009/298950
- Bowling, A., Hankins, M., Windle, G., Bilotta, C., & Grant, R.** (2013). A short measure of quality of life in older age: The performance of the brief Older People's Quality of Life questionnaire (OPQOL-brief). *Archives of Geriatrics and Gerontology*, 56(1), pp. 181-187. doi: 10.1016/j.archger.2012.08.012
- Börsch-Supan, A.** (1992). Saving and consumption patterns of the elderly. The German case. *J Popul Econ*, 5, pp. 289-303. Online elérhető: <http://www.jstor.org/stable/20007381>

- Bradstadter, J.** (1999). Sources of resilience in the aging self: toward integrating perspectives. In Hee, T., Blanchard, & Fields F. (szerk.), *Social Cognition and Aging*. London: Academic Press. pp. 125-144.
- Brettner, Z.** (2013). *Az időspolitika lokális interpretációi. PhD értekezés.* Pécs: PTE BTK.
Online elérhető: <https://idi.btk.pte.hu/dokumentumok/disszertaciok/brettnerzsuzsannaphd.pdf> Megtekintve: 2020.12.28.
- Brim, O. G.** (1976). Theories of the Male Mid-Life Crisis. *The Counseling Psychologist*, 6(1), pp. 2-9. doi: 10.1177/001100007600600102
- Bromley, D. B.** (1966). *The psychology of human ageing*. Harmondsworth: Penguin
- Bronfenbrenner, U.** (1999). Environments in developmental perspective: theoretical and operational models. In S. L. Friedman, & T. D. Wachs (szerk.), *Measuring environment across the life span: emerging methods and concepts*. Washington, DC: American Psychological Association Press. pp. 3-28.
- Brothers, A.,** Gabrian, M., Wahl, H. W., & Diehl, M. (2016). Future time perspective and awareness of age-related change: Examining their role in predicting psychological well-being. *Psychol Aging*, 31(6), pp. 605-617. doi: 10.1037/pag0000101
- Brown, J.,** Bowling, A., & Flynn, T. (2004). *Models of Quality of Life: A Taxonomy, Overview and Systematic Review of the Literature*. Megtekintve: 2020.07.21. Online elérhető: <https://lemosandcrane.co.uk/resources/European%20Forum%20on%20Population%20Ageing%20Research%20-%20Models%20of%20Quality%20of%20Life.pdf>
- Buda, B.** (1994). *Fejezetek az orvosi szociológia és társaslélektan tárgyköréből*. Budapest: Támasz Alapítvány
- Butler, R.** (1985). *Productive aging: Enhancing vitality in later life*. New York: Springer Publishing
- Butler, R.** (2011). *The Longevity Prescription*. New York: Avery
- Bühler, C.** (1962). Goal-Structure of Human Life: Model and Project. *Psychological Reports*, 10(2), pp. 445–446. doi: 10.2466/pr0.1962.10.2.445
- Bytheway, B.** (2005). Ageism. In Johnson, M. L. (ed.), *The Cambridge Handbook of Age and Aging*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 338-345.
- Cain, L. D.** (1964). Life course and social structure. In R. E. Faris (Szerk.), *Handbook of sociology*. Chicago, IL: Rand McNally. pp. 272–309.
- Campbell, A.,** Converse, P. E., & Rodgers, W. L. (1976). *The Quality of American Life*. New York: Russel Sage Foundation
- Cao, J.** (2016). How does neighborhood design affect life satisfaction? Evidence from Twin Cities. *Travel Behaviour and Society*. doi: 10.1016/j.tbs.2015.07.001

- Caporael, L. R.** (1981). The paralanguage of caregiving: Baby talk to the institutionalized aged. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 876. doi: 10.1037/00223514.40.5.876
- Carey, J. R.** (2003). The life span: A conceptual overview. In Carey, J. R., Tuliapurkar, S. (szerk.), *Population Development and Review*, 29, S1–S18.
- Cavan, R. S., Burgess, E. W., Havighurst, R. J., & Goldhammer, H.** (1949). *Personal Adjustment in Old Age*. Chicago, IL: Science Research Associates, Inc.
- Cavanaugh, J.** (2011). *Adult Development and Aging*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Chuah, S.-H.** (2010). Do Human Values Explain Economic Behaviour? An Experimental Study. *International Centre fo Behavioural Business Research. Working Paper Series*, 1, pp. 1-43. doi: ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/bbr/pdf/6.pdf
- Citizens Advice** (2020a). *Age discrimination - Equality Act 2010*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.citizensadvice.org.uk/law-and-courts/discrimination/protected-characteristics/age-discrimination/>
- Citizens Advice** (2020b). *What are the different types of discrimination?* Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.citizensadvice.org.uk/law-and-courts/discrimination/what-are-the-different-types-of-discrimination/>
- Clarke, P., Marshall, V., House, J., & Lantz, P.** (2011). The Social Structuring of Mental Health over the Adult Life Course: Advancing Theory in the Sociology of Aging. *Social Forces*, 89(4), pp. 1287–1313. doi: 10.1093/sf/89.4.1287
- Clark-Plaskie, M., & Lachman, M.** (1999). The sence of control in midlife. In Willis, S. & Reid J. (szerk.), *Life in midlife*. London: Academic Press. pp. 47-77.
- Clausen, J. A.** (1986). *The life course: A sociological perspective*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cokayne, K.** (2005). *Old Age in Ancient Rome*. Megtekintve: 2020.01.20. Online elérhető: <https://www.brsls.org/events-proceedings/proceedings/25020>
- Colarusso, C. A.** (1992). *Child and Adult Development. A Psychoanalytic Introduction for Clinicians*. New York: Springer US. doi:10.1007/978-1-4757-9673-5
- Cooper, K., & Stewart, K.** (2015). *Does money in adulthood affect adult outcomes?* York, England: Joseph Rowntree Foundation. Online elérhető: <http://www.jrf.org.uk/sites/files/jrf/money-adult-outcomes-full.pdf> Megtekintve: 2020.05.20.
- Coupland, D.** (2007). *X generáció*. Budapest: Európa Könyvkiadó
- Cowgill, D., & Holmes, L. D.** (szerk.). (1972). *Aging and Modernization*. New York: Appleton-Century-Crofts
- Crespo Cuaresma, J., Lábaj, M., & Pruzinsky, P.** (2014). Prospective ageing and economic growth in Europe. *Journal of the Economics of Aging*, 1(3), pp. 50–57. doi: 10.1016/j.jeo.2014.05.003

- Crimmins, E. M.** (2000). Life expectancy. In E. F. Borgatta, & R. J. Montgomery (szerk.), *Encyclopedia of sociology. 2nd ed. Vol. 3.* New York: Macmillan Reference. pp. 1627–1633.
- Crosnoe, R.,** & Elder, G. H. (2002). Life Course Transitions, the Generational Stake, and Grandparent-Grandchild Relationships. *Journal of Marriage and Family*, 64(4), pp. 1089–1096. doi: 10.1111/j.1741-3737.2002.01089.x
- Crowther, M. R.,** Parker, M. W., Achenbaum, W. A., Larimore, W. L., & Koenig, H. G. (2002). owe and Kahn's Model of Successful Aging Revisited: Positive Spirituality - The Forgotten Factor. *The Gerontologist*, 42(5), pp. 613-620. doi: <https://doi.org/10.1093/geront/42.5.613>
- Cumming, E.** (1964). New thoughts on the theory of disengagement. In R. Kastenbaum (Szerk.), *New Thoughts on Old Age.* Berlin, Heidelberg: Springer. pp. 3-18. doi: 10.1007/978-3-662-38534-0
- Cumming, E.,** Dean, L. R., Newell, D. S., & McCaffrey, I. (1960). Disengagement - A Tentative Theory of Aging. *Sociometry*, 23(1), pp. 23-35. doi: 10.2307/2786135
- Cumming, E.,** & Henry, W. E. (1961). *Growing old: The process of disengagement.* New York: Basic Books
- Cumming, R. G.,** Handelsman, D., Seibel, M. J., Creasey, H., & et al. (2009). Cohort Profile: The Concord Health and Ageing in Men Project (CHAMP). *International Journal of Epidemiology*, 38(2), pp. 374–378. doi: 10.1093/ije/dyn071
- Cunningham, W. R.,** & Brookbank, J. W. (1988). *Gerontology: The Psychology, Biology and Sociology of Ageing.* New York: Harper and Row
- Csányi, G.** (2017). Az időskor pszichológiájának strukturális meghatározottsága. Az öregek önkéntes halála és a veszteség-deficit paradigma. *Esély*, 4, pp. 97-115. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://www.esely.org/kiadvanyok/2017_4/ATT03702.pdf
- Csepe, G.,** Kígyós, É., & Popper, P. (2006). *Magára hagyott generációk. Fiatalok és öregek a XXI. században.* Budapest: Saxum Kiadó
- Csizmadia, S.** (2012). Idősek a magyarországi tévéreklámokban. In L. Józsa (Szerk.), *A marketing új tendenciái.* Győr: Széchenyi István Egyetem. Online elérhető: <https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/marketingkotet2012.pdf>
- Csizmadia, S.,** & Győri Szabó, R. (2014). Idősmarketing – kinek szól? *Valóság*, 2014/3.(LVII.), 54-73.
- Csizmadia, S.,** Szabó, R. & Kovács, N. (2019) „Az idős fogyasztók és a tévéreklámok Magyarországon”, *Marketing & Menedzsment*, 49(3), pp. 50-67. Megtekintve: 2020.12.28. Elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/924>

- Czigler, I.** (2000). Túl a fiatalságon (Megismerési folyamatok időskorban). *Pszichológiai tanulmányok, XVIII*, pp. 39-73.
- d'Albis, H., & Collard, F.** (2013). Age groups and the measure of population aging. *Demographic Research*, 29, pp. 617–640. doi: 10.4054/DemRes.2013.29.23
- Dahmen, N. S., & Cozma, R.** (szerk.). (2009). *Media Takes: On Aging. STYLEGUIDE for Journalism, Entertainment and Advertising*. California: International Longevity Center - USA and Aging Services of California. Online elérhető: <https://www.issueab.org/resources/11981/11981.pdf> Megtekintve: 2020.12.28.
- Dann, S.** (2007). Branded generations: Baby boomers moving into the seniors market. *Journal of Product & Brand Management*, 16(6), pp. 429-431. doi: 10.1108/10610420710823799
- Dannefer, D.** (1984). The role of the social in life-span developmental psychology, past and future: Rejoinder to Baltes and Nesselroade. *American Sociological Review*, 49, pp. 847–850. doi: 10.2307/2095534
- Dannefer, D., & Daub, A.** (2009). Extending the interrogation: Life span, life course, and the constitution of human aging. *Advances in Life Course Research*, 14, 15–27. doi:10.1016/j.alcr.2009.05.001
- Dannefer, D., & Kelley-Moore, J. A.** (2009). Theorizing the life course: new twists in the paths. In V. L. Bengtson, D. Gans, N. M. Putney, & M. Silverstein (szerk.), *Handbook of Theories of Ageing* (Second Ed.). New York: Springer Publishing Company. pp. 398-411. doi: <https://artscimedia.case.edu/wp-content/uploads/sites/118/2014/11/15005928/TheorizingtheLifeCourse-NewTwistsinthePaths.pdf>
- Davidson, P. M., M., D., & McGrath, S. J.** (2011). The Feminization of Aging: How Will This Impact on Health Outcomes and Services? *Health Care for Women International*, 32(12), pp. 1031-1045. doi:10.1080/07399332.2011.610539
- Davis, J. R.** (2006). Growing Up Punk: Negotiating Aging Identity in a Local Music Scene. *Symbolic Interaction*, 29(1), pp. 63-69. doi: 10.1525/si.2006.29.1.63
- Day, R. L.** (1987). Relationship between life satisfaction and consumer satisfaction. In Samli, A. C. (ed.), *Marketing and quality-of-life interface*. Westport, CT: Greenwood. pp. 289-311.
- De Pessemier, T., Martens, L., & Joseph, W.** (2013): Modeling subjective quality evaluations for mobile video watching in a living lab context. *IEEE International Symposium on Broadband Multimedia Systems and Broadcasting (BMSB)*, 1-5.
- Dennis, N. A., & Cabeza, R.** (2008). Neuroimaging of healthy cognitive aging. In Craik, F. I., Salthouse, T. A. (szerk.), *The Handbook of Aging and Cognition*. New York: Psychology Press. pp. 1-45.
- Deslandes, A., Moraes, H., Ferreira, C., & et al.** (2009). Exercise and mental health: many reasons to move. *Neuropsychobiology*, 59(4), pp. 191-198. doi:10.1159/000223730

- Deutsch, M.** (1968). Field theory in social psychology. In G. Lindzey, & E. Aronson (szerk.), *The handbook of social psychology 2nd ed. Vol. 1. Reading, MA: Addison-Wesley.* pp. 412–487.
- Diener, E.** (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), pp. 542-575. Online elérhető: http://labs.psychology.illinois.edu/~ediener/Documents/Diener_1984.pdf
- Diener, E., Inglehart, R., & Tay, L.** (2012). *Theory and Validity of Life Satisfaction Scales.* Megtekintve: 2020.07.21. Online elérhető: http://labs.psychology.illinois.edu/~ediener/Documents/Diener-Inglehart-Tay_Validity%20of%20ls%20measures.pdf
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L.** (1999). Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. *Psychological Bulletin*, Vol. 125, No. 2, pp. 276-302.
- Diggs, J.** (2008). The Exchange Theory of Aging. In L. S. J., & S. M. (szerk.), *Encyclopedia of Aging and Public Health.* Boston, MA: Springer. doi: 10.1007/978-0-387-33754-8_166
- Dobák, M.** (2008). *Szervezeti formák és vezetés.* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Dobossy, I., & Virágh, E.** (2004). Mit gondolunk az öregségről? In Giczi, J., Sággi, G. (szerk.), *Időskorúak Magyarországon.* Budapest: KSH. Online elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/idos/idos01.pdf> Megtekintve: 2020.12.28.
- Doheny, S., & Jones, I.** (2020). What's so critical about it? An analysis of critique within different strands of critical gerontology. *Ageing and Society*, pp. 1-21. doi: 10.1017/S0144686X20000288
- Dowd, J. J.** (1975). Aging as Exchange: A Preface to Theory. *Journal of Gerontology*, 30(5), pp. 584–594. doi: 10.1093/geronj/30.5.584
- Dowd, J. J.** (1981). Age and Inequality: a Critique of the Age Stratification Model. *Hum Dev*, 24, pp. 157–171.
- Dowd, J. J.** (1987). The reification of age: Age stratification theory and the passing of the autonomous subject. *Journal of Aging Studies*, 1(4), pp. 317-335. doi: 10.1016/0890-4065(87)90008-9
- Du, R. Y., & Kamakura, W. A.** (2006). Household life cycles and lifestyles in the United States. *Journal of Marketing Research*, 43(1), pp. 121–132.
- Eggleston, K., & Fuchs, V.** (2012). The New Demographic Transition: Most Gains in Life Expectancy Now Realized Late in Life. *The Journal of Economic Perspectives*, 26(3), pp. 137-56. doi: 10.1257/jep.26.3.137
- EKIMH** (2017). *Jólét és/vagy jóllét?* Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <https://eionet.kormany.hu/jolet-es-vagy-jollet>
- Elder, G. H.** (1975). Age differentiation and the life course. *Annual Review of Sociology*, 1, pp. 165–190. doi: 10.1146/annurev.so.01.080175.001121

- Elder, G. H.** (1985). Perspectives on the life course. In G. H. Elder (szerk.), *Life course dynamics: Trajectories and transitions, 1968–1980*. Ithaca, NY: Cornell University Press. pp. 23–49.
- Elder, G. H.** (1997). The life course and human development. In R. M. Lerner (szerk.), *Handbook of child psychology, Vol. 1: Theoretical models of human development*. New York: John Wiley. pp. 939–991.
- Elder, G. H.** (2000). The life course. In: , editors. . In E. F. Borgatta, & R. J. Montgomery (szerk.), *Encyclopedia of sociology. 2nd ed. Vol. 3*. New York: Macmillan Reference. pp. 1614–1622.
- Elder, G. H., & Johnson, M. K.** (2003). The life course and aging: Challenges, lessons, and new directions. In R. A. Settersten (szerk.), *Invitation to the life course: Toward new understandings of later life*. Amityville, NY: Baywood. pp. 49–81.
- Elder, G. H., Johnson, M. K., & Crosnoe, R.** (2003). The emergence and development of life course theory. In J. T. Mortimer, & M. J. Shanahan (szerk.), *Handbook of the life course*. New York: Kluwer Academic/Plenum. pp. 3–19.
- Encyclopaedia Britannica** (1998). *Mental age - Psychology & Mental Health*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.britannica.com/science/mental-age>
- Encyclopedia** (2020a). *Status Of Older People: Modernization. Encyclopedia of Aging*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <https://www.encyclopedia.com/education/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/status-older-people-modernization>
- Encyclopedia** (2020b). *Critical Gerontology*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.encyclopedia.com/education/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/critical-gerontology>
- Ercsey, I.** (2011). *Az életminőség mérése*. Megtekintve: 2020.07.21. Online elérhető: <https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2010/ercsey%20ida.pdf>
- ER Services** (2015). *Theoretical Perspectives on Aging*. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://courses.lumenlearning.com/suny-herkimer-sociology-1/chapter/theoretical-perspectives-on-aging/>
- Erikson, E.** (1950). *Childhood and society*. New York: W. W. Norton.
- Erikson, E.** (1991). Az életciklus: az identitás epigenezise. In E. Erikson (szerk.), *A fiatal Luther és más írások*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Erikson, E.** (1998). *The life cycle completed* (Extended Version edition). New York: W. W. Norton & Company.
- Escuder-Mollon, P., & Cabedo, S. (eds.).** (2013). *Education and quality of life in senior citizens*. Helsinki: Universitat Jaume I.

- ESRI** (2014). Market & Customer Analysis. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.esri.com/content/dam/esrisites/sitecorearchive/Files/Pdfs/library/brochures/tapestry-segmentation.pdf>
Online elérhető: <https://www.esri.com/en-us/search/?q=segmentation>
- Estes, C. L.** (1979). *The Aging Enterprise: A Critical Examination of Social Policies and Services for the Aged*. San Francisco: Jossey-Bass
- Estes, C. L., & Phillipson, C.** (2002). The Globalization of Capital, the Welfare State, and Old Age Policy. *International Journal of Health Services*, 32(2), pp. 279-297. doi: 10.2190/5TY7-PD68-QLD1-V4TY
- Estes, C. L., Swan, J. H., & Gerard, L. E.** (1982). Dominant and competing paradigms in gerontology: towards a political economy of ageing. *Ageing and Society*, 2, pp. 151-64.
- Eurofound** (2019). *Quality of life. Household composition and well-being*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi: 10.2806/009582
- European Commission** (2008). *Environment and Ageing. Final report*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <https://ec.europa.eu/environment/enveco/others/pdf/ageing.pdf>
- European Commission** (2012). *Discrimination in the EU in 2012. Report. Special Eurobarometer 393*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_393_en.pdf
- European Commission** (2019). *Discrimination in the European Union. Report. Special Eurobarometer 493*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/surveyKy/2251>
- Eurostat** (2018). *Népességszerkezet és a népesség elöregedése*. Megtekintve: 2020.07.20. Online elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing/hu#M.C3.BA1tbeli_.C3.A9s_.j.C3.B6v.C5.91beli_.C3.B6reged.C3.A9si_tendenci.C3.A1k_az_EU-ban
- Eurostat** (2019). *Népességszerkezet és a népesség elöregedése*. Megtekintve: 2020.12.20. Online elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing/hu
- Fábián, G.** (2016). Nemzetközi időspolitika. *Magyar Gerontológia*, 8(29-30), pp.19-41. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia-final.pdf
- Falussy, B.** (Szerk.). (1976). *A szabadidő szociológiája*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Farkas, F.** (2013). *A változásmenedzsment elmélete és gyakorlata* (Digitális kiad.). Budapest: Akadémiai Kiadó. doi: 10.1556/9789630597388

- Farkas, G.,** Gyarmati, A., & Molnár, S. (2009). Az idősödő társadalom gazdasági és társadalmi kihívásai Magyarországon. *Információs társadalom*, 9(4), pp. 7-31. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://infonia.hu/digitalis_folyoirat/2009_4/2009_4_farkas_gyarmati_molnar.pdf
- Farmosi, I.,** Frenkl, R., & Mohácsi, J. (1990). *A gyermeksport biológiai alapjai.* (Mészáros, J. Szerk.) Budapest: Sport Lap- és Könyvkiadó.
- Featherman, D. L.,** & Lerner, R. W. (1985). Ontogenesis and sociogenesis: Problematics for theory and research about development and socialization across the life span. *American Sociological Review*, 50, pp. 659–676. doi: 10.2307/2095380
- Ferraro, K. F.,** Pylypiv Shippee, T., & Schafer, M. H. (2009). Cumulative Inequality Theory for Research on Aging and the Life Course. In V. Bengtson, D. Gans, N. Putney, & M. Silverstein (szerk.), *Handbook of Theories of Aging.* New York: Springer. pp. 413–433.
- Fineman, S.** (2011). *Organizing Age.* New York: Oxford University Press.
- Fischer, D. H.** (1977). *Growing Old in America.* New York: Oxford University Press
- Fiske, S. T.,** Cuddy, A. C., Glick, P., & Xu, J. (2006). A (gyakran kevert) sztereotípiatartalom modellje: A kompetencia az észlelt státusból, a melegszívűség pedig a versengésből ered. In D. L. Hamilton (Szerk.), *A társak és a társadalom megismerése.* Budapest: Osiris Kiadó. pp. 315-388.
- Fowles, J.** (1974). On Chronocentrism. *Futures*, 6(1), pp. 65-68. doi: 10.1016/0016-3287(74)90008-1
- Fox, K.** (1999). The influence of physical activity on mental well-being. *Public Health Nutrition*, 2(3a), pp. 411-418. doi:10.1017/S1368980099000567
- Freud, S.** (1953). On psychoterapy. In J. Strachey (Szerk.), *The complete psychological works of Sigmund Freud. Vol. 6.* London: Hogart Press.
- Freter, H.** (1983). Marktsegmentierung, Stuttgart
- Frolkis, V. V.** (1980). *Az öregedés és az életkor.* Budapest: Gondolat Kiadó.
- Fung, H.,** & Isaacowitz, D. (2016). The Role of Time and Time Perspective in Age-Related Processes: Introduction to the Special Issue. *Psychology and aging*, 31, 553-557. doi:10.1037/pag0000119
- Fülöp, M.** (2005). Versengés öregkorban szociálpszichológiai és pszichoanalitikus megközelítésben. In Pető, K. (Szerk.), *Életciklusok.* Budapest: Magyar Pszichoanalitikus Egyesület – Animula
- Füzesi, Zs.,** Töröcsik, M., & Lampek, K. (2013). Az időskor egészségpszichológiája: tények és trendek. In Kállai, J., Kaszás, B., Tiringner, I. (szerk.), *Az időskorúak egészségpszichológiája.* Budapest, Medicina Könyvkiadó. pp. 63-82.

- Füzesi, Zs.,** Busa, Cs., Tistyán, L., Koós, T., Fekécs, É., Taller, Á., Wiegand, C., Reemann, H. (2014). Együtt az egészség-egyenlőségért az életkezdetektől - útmutató az érdekhordozók bevonásáról. In Koós, T. (szerk.), *Az egészség-egyenlőtlenségek csökkentése: Dokumentumgyűjtemény*. Budapest, SpringMed Kiadó. pp. 9-33.
- Füzesi, Zs.,** Boros, J. (2015). Az idősek életminősége és egészségmagatartása. In Lampek, K., Rétsági, E. (szerk.), *Egészséges idősödés: Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban*. Pécs, PTE ETK. pp. 28-47.
- Gaál, Z. A.** (2009). *Kognitív folyamatok életkorfüggő pszichofiziológiai változásai. PhD értekezés*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem, Pedagógiai és Pszichológiai Kar. Online elérhető: https://ppk.elte.hu/file/gaalzsofiaannadisszertacio_.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Gabriel, Y., & Lang, T.** (1995). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation*. London: Sage.
- Gál, R. I., & Vargha, L.** (2015). Generációk közötti erőforrás-átcsoportosítás. In Monostori, J., Óri, P., Spéder, P. (szerk.). Budapest: KSH NKI. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/demografiaiportre/article/view/2471/2478>
- Galambos, N. L.,** Turner, P. K., & Tilton-Weaver, L. C. (2005). Chronological and Subjective Age in Emerging Adulthood: The Crossover Effect. *Journal of Adolescent Research*, 20(5), pp. 538–556. doi: 10.1177/0743558405274876
- Gana, K.,** Alaphilippe, D., & Bailly, N. (2004). Positive illusions and mental and physical health in later life. *Aging & Mental Health*, 8(1), 58–64. doi: 10.1081/13607860310001613347
- Gatersleben, B., & Griffin, I.** (2017). Environmental stress. In G. Fleury-Bahi, E. Pol, & O. Navarro (szerk.), *Handbook of environmental psychology and quality of life research*. Basel, Switzerland: Springer. pp. 469-485. doi: 10.1007/978-3-319-31416-7
- Gendron, T. L.,** Welleford, E. A., Inker, J., & White, J. T. (2015). The Language of Ageism: Why We Need to Use Words Carefully. *The Gerontologist*, 56(6), 997-1006. doi:10.1093/geront/gnv066
- Generation, D. f.** (2009). *Freier den je... Das Lebensgefühl der Menschen ab 45 Jahre*. Nürnberg: Karstadt Quelle Versicherungen
- Gergátz, I.** (2010). *ICT az 50+ generáció életében, Ph.D. értekezés*. Pécs: PTE KTK. Online elérhető: <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/781/gergatz-ildiko-phd-2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Megtekintve: 2020.12.28.
- Giczi, J., & Sági, G.** (2004) *Időskorúak Magyarországon*. Budapest: KSH. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/idos/idos01.pdf>
- Giddens, A.** (2008). *Szociológia* (2.. kiad.). Budapest: Osiris

- Glas, I.** (2009). *3 Generationen im Vergleich*. Bauer Media KG.
- Glick, P. C.** (1947). The family life cycle. *American Sociological Review*, 12, pp. 164–174. doi: 10.2307/583663
- Goda, S.** (2009). Idősödés és kommunikáció. *Információs társadalom*, 9(4), pp. 94-96. doi:https://infonia.hu/digitalis_folyoirat/2009_4/2009_4.pdf
- Golander, H.** (1995). Rituals of temporality: The social construction of time in a nursing ward. *Journal of Aging Studies*, 9(2), pp. 119-135. doi: 10.1016/0890-4065(95)90007-1
- Golant, S. M.** (2016). The Origins, Programs, and Benefits of Age-Friendly Communities. *The Gerontologist*, 56(3), pp. 597–598. doi: 10.1093/geront/gnw071
- Gordon, T., Moser, H. R., & Warren, W. E.** (2002). Serving the Needs of Mature Citizens. Strategies and Techniques for Targeting the 50+ Population. *Services Marketing Quarterly*, 24(1), 1-16. doi: 10.1300/J396v24n01_01
- Gorman, M.** (1993). Mid-life Transition in Men and Women. In R. Wicks, & R. D. Parsons (szerk.), *Clinical Handbook of Pastoral Counseling*. New York: Paulist Press. pp. 297–312.
- Graney, M. J., & Zimmerman, R. M.** (1981). Causes and consequences of health self-report variations among older people. *Int J Aging Hum Dev*, 12(4), pp. 291-300. doi: 10.2190/D3A2-F554-JWWH-GXBD
- Gregory, J.** (2009). Too Young to Drink, Too Old to Dance: The Influences of Age and Gender on (Non) Rave Participation. *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, 1(1), pp. 65-80. doi: 10.12801/1947-5403.2009.01.01.04
- Gross, R.** (1996). *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. London: Hodder & Stoughton.
- Grundy, E., & Murphy, M. J.** (2015). Demography and public health. In R. Detels, M. Gulliford, Q. A. Karim, & C. C. Tan (szerk.), *Oxford Textbook of Global Public Health* (Oxford textbooks, 2. 6th ed.). Oxford: Oxford University Press. doi: 10.1093/med/9780199661756.001.0001
- Gubrium, J.** (1972). Toward a socio-environmental theory of aging. *The Gerontologist*, 12(3) Part 1 Autumn, pp. 281-284. doi:10.1093/geront/12.3_Part_1.281
- Gubrium, J. F., & Lynott, R. J.** (1983). Rethinking Life Satisfaction. *Human Organization*, 42(1), pp. 30–38.
- Guido, G., Pichierri, M., Pino, G., & Conoci, R.** (2018). The segmentation of elderly consumers: A literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 17(4), pp. 257-278. doi:10.1362/147539218X15445233217805
- Guralnik, J. M., & Melzer, D.** (2002). Chronological and Functional Ageing. In Copeland, J. R., Abou-Saleh, M. T. & Blazer, D. G. (szerk.), *Principles and Practice of Geriatric*

- Psychiatry* (Second Edition. New Jersey: John Wiley & Sons Ltd. pp. 71-74. doi: 10.1002/0470846410.ch13
- Guttman, D.** (1990). Psychological Developments and Pathology in Later Life. In Nemiroff, R. & Colarusso, C. (szerk.). New York: Basic Books.
- Gröger, M., Schmid, V., & Bruckner, T.** (2011). Lifestyles and Their Impact on Energy-Related Investment Decisions. *Low Carbon Economy*, 2. 107-114. doi:10.4236/lce.2011.22014.
- Gyarmati, A.** (2009). Hogyan verjük hidat az idősekhez? Az 50 év fölöttiek kommunikációs és kapcsolathálózatának néhány jellemzője. *Információs társadalom*, 9(4), pp. 55-69. doi: https://infonia.hu/digitalis_folyoirat/2009_4/2009_4.pdf
- Gyökössi, E.** (1988). Öregedés, öregség. In I. Jelenits, & T. Tomcsányi (szerk.), *Tanulmányok a vallás és lélektan határterületeiről*. Pécs: Római Katolikus Szeretetszolgálat Ifjúság- és Családsegítő Csoportja és a Szeged-Csanádi Püspökség
- Habermas, J.** (1987). *The theory of communicative action: Life world and system*. Boston, MA: Beacon Press.
- Hajdu, O.** (2003). *Többváltozós statisztikai számítások*. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal.
- Hajdu, T.** (2015). *Tanulmányok a szubjektív jóllét és az anyagi helyzet kapcsolatáról: jövedelem, fogyasztás és egyenlőtlenség. PhD értekezés*. Budapest: BCE. doi: 10.14267/phd.2016001
- Halford, W. K., Schweitzer, R. D., & Varghese, F. N.** (1991). Effects of Family Environment on Negative Symptoms and Quality of Life of Psychotic Patient. *Hosp Community Psychiatry*, 42(12) pp. 1241-7. doi: 10.1176/ps.42.12.1241
- Hall, G. S.** (1922). *Senescence: The last half of life*. New York: Appleton.
- Halmos, T.** (2002). Az öregedés élettani és társadalmi jelenségei. *Magyar Tudomány*, 4., 402. Online elérhető: <http://www.matud.iif.hu/02apr/halmos.html> Megtekintve: 2020.12.28.
- Hankin, J.** (2000). Lifestyles and health. In E. F. Borgatta, & R. J. Montgomery (szerk.), *Encyclopedia of sociology. 2nd ed. Vol. 3*. New York: Macmillan Reference. pp. 1639–1633.
- Hankiss, E., Manchin, R., Füstös, L., & Szokolai, Á.** (1982). *Kényszerpályán? MTA Értékszociológiai tanulmányok*. Budapest: MTA
- Haq, G., Snell, C., Gutman, G. M., & Brown, D.** (2013). *Global Ageing and Environmental Change Attitudes, Risks and Opportunities*. Stockholm: Stockholm Environment Institute. doi:10.13140/RG.2.1.2554.0966
- Havighurst, R. J.** (1948). *Developmental tasks and education*. New York: McKay.
- Havighurst, R. J.** (1968). Personality and Patterns of Aging. *The Gerontologist*, 8(1) Part 2 Spring, pp. 20-23. doi:10.1093/geront/8.1_Part_2.20
- Hayflick, L.** (1995). *Az öregedés titkai*. Budapest: Magyar Könyvklub

- Heady, B.,** Veenhoven, R., & Wearing, A. (1991). Top-down versus bottom-up. Theories of subjective well-being. *Social Indicators Research*, vol. 24, pp. 81-100.
- Heap, J.,** Fors, S., & Lennartsson, C. (2017). Coexisting Disadvantages in later Life: Demographic and Socio-Economic Inequalities. *Journal of population ageing*, 10(3), pp. 247–267. doi: 10.1007/s12062-016-9158-y
- Hegedűs, R.** (2019). Attitudes and Physical Activity in Old Age. In: Oláh, A., Sík, A. (szerk.) *Final Program and Abstract: Art of Ageing. Art of Ageing – International Conference and Professional Training For the Active Elders*. Pécs, PTE ETK
- Hegedűs, R.,** & Töröcsik, M. (2019) Időskori attitűdök a szubjektíven érzékelt anyagi helyzetre vonatkozóan. In: *XIII. Pécsi Pénzügyi Napok*. Pécs: PTE KTK
- Hegedűs, R.,** Töröcsik, M., & Németh, P. (2019). Generációs eltérések a korérezékelésben Magyarországon. In Obádovics, C. & Bruder E. (szerk.), *Változó társadalom, változó gazdaság*. Budapest: Scolar Kiadó. pp. 107-130.
- Hegedűs, R.** (2020). Az 50+ korosztály fogyasztói magatartásváltozásai - egy mélyinterjú kutatás eredményei. *Marketing és Menedzsment*, 54(4) pp. 51-61. doi: 10.15170/MM.2020.54.04.04
- Hegedűs, R.,** Csóka, L., Németh, P., & Töröcsik, M. (2020c). Perception of the athletic qualities among the older generation. *Interdisciplinary Management Research / Interdisziplinäre Managementforschung* 16 pp. 303-321.
- Hegedűs, R.,** Csóka, L., G. Tiszberger, M., Nagy, Á., & Töröcsik, M. (2020b). Az idősödő fogyasztók költési habitusát megváltoztató tényezők. In Temesi, J. (szerk.) *XVI. Gazdaságmodellezési Szakértői Konferencia: Előadások*. Pécs: Gazdaságmodellezési Társaság. pp. 85-96.
- Hegedűs, R.,** Csóka, L., & Töröcsik, M. (2020d). The Attendance about Sport Events of the 50+ Cohorts. *Acta Carolus Robertus* 10(1) pp. 69-80. doi: 10.33032/acr.2020.10.1.69
- Hegedűs, R.,** & Töröcsik, M. (2020). *Ageing: az idősödő magyar lakosság (50-70 év) öregedéssel és vásárlási szokásaik megváltozásával kapcsolatos vizsgálata – országosan reprezentatív személyes megkérdezés eredményei (n=500)*. Alaptanulmány. Pécs: PTE KTK. Online elérhető: https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/final_ageing_500fos_megkerdezés_alaptanulmány_2020.pdf
- Hegedűs, R.,** Töröcsik, M., & Németh, P. (2020a). Recent age-perceptions in Hungary. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 6(10) pp. 13-22. Online elérhető: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=toc&id_broj=19601
- Hegedűs, R.** (2001). Szubjektív társadalmi indikátorok - szelektív áttekintés a téma irodalmából. *Szociológia Szemle*, 2001/2. 58-72. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://szociologia.hu/dynamic/0102hegedus.htm>

- Hell, J.** (2018). Demokratikus értékek – diszkriminatív gyakorlatok tekintettel az időskorúak státusára. *Magyar Gerontológia*, 10(35-36), 64-76. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia_10._evf._35_-_36.sz._korr__1.pdf
- Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J.** (szerk.). (2013). *World Happiness Report 2013*. Online elérhető: https://s3.amazonaws.com/happinessreport/2013/WorldHappinessReport2013_online.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Helliwell, J. H., Layard, R., Sachs, J. D., & De Neve, J.** (szerk.). (2020). *World Happiness Report 2020*. Online elérhető: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf> Megtekintve: 2020.12.28.
- Heron, A., & Chown, S. M.** (1967). *Age and Function*. London: London Churchill.
- Herr, E. L.** (2011). Super's Life-Span, Life-Space Approach and Its Outlook for Refinement. *The Career Development Quarterly*, 45(3), pp. 238-246. doi:10.1002/j.2161-0045.1997.tb00468.x
- Herskovits, E. J., & Mitteness, L. S.** (1994). Transgressions and sickness in old age. *Journal of Aging Studies*, 8(3), pp. 327–40. doi: 10.1016/0890-4065(94)90007-8
- Hess, T. M.** (2000). Szociális megismerés felnőttkorban: öregedéssel kapcsolatos változások a tudásban és a feldolgozási mechanizmusokban. In Czigler, I. (Szerk.), *Túl a fiatalságon, - Megismerési folyamatok idős korban. Pszichológiai tanulmányok XVI*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hettich, D., Hattula, S., & Bornemann, T.** (2018). Consumer Decision-Making of Older People: A 45-Year Review. *Gerontologist*, 58(6), e349–e368. doi:10.1093/geront/gnx007
- Hidy Pálné, K.** (1987). *Az öregkorra való felkészülés nevelési és önnevelési feladatai. (Részlet egy nagyobb tanulmányból)*. Eger: Az Egri Ho Si Minh Tanárképző Főiskola tudományos közleményei (Új sorozat 18/4. köt.) = Acta Academiae Paedagogicae Agriensis. Neveléstudomány Eger, Ho Si Minh Tanárképző Főiskola. Online elérhető: http://publikacio.uni-eszterhazy.hu/3096/1/23-34_Hidy.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Hidy Pálné, K.** (1989). *Művelődés az időskorban*. Budapest: Országos Közművelődési Központ
- Hiemstra, R., Goodman, M., Middlemiss, M. A., Vosko, R., & Ziegler, N.** (1983). How older persons are portrayed in television advertising: implications for educators. *Educational Gerontology*, 9, pp. 111-122. Online elérhető: <https://roghiemstra.com/oppta.html>
- Hildebrand, P.** (1995). *Beyond Mid-Life Crisis. A psychodynamic Approach to Ageing*. London: Sheldon Press
- Hodkinson, P.** (2011). Ageing in a Spectacular ‘Youth Culture’: Continuity, Change and Community Amongst Older Goths. *Br J Sociol*, 62(2), pp. 262-82. doi: 10.1111/j.1468-4446.2011.01364.x

- Hodkinson, P.** (2012). Spectacular Youth Cultures and Ageing: Beyond Refusing to Grow Up. *Sociology Compass*, 7(1). doi: 10.1111/soc4.12008
- Hofmeister-Tóth, Á.,** Kelemen, K., & Piskóti, M. (2011). A kognitív életkor és az 50+ generáció környezettudatos fogyasztói magatartása. *Marketing & Menedzsment*, 45(3), 56-67. Online elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/553>
- Hofmeister-Tóth, Á.,** Kelemen, K., & Piskóti, M. (2011b). Self- Perceived Age of the Hungarian Consumers. *Global Business and Economics Anthology*, 2(1), 127-136.
- Hofmeister, Á.,** Neulinger, Á., & Piskóti, M. (2020). Az értékválasztás és a kognitív életkor közötti kapcsolat a magyar 50 év feletti lakosság körében. *Vezetéstudomány*, LI(07-08), pp. 53-64. doi: 10.14267/VEZTUD.2020.07-08.05
- Hollis-Sawyer, L.,** & Dykema-Engblade, A. (2016). *Women and Positive Aging: An International Perspective*. Academic Press. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.sciencedirect.com/book/9780124201361/women-and-positive-aging>
- Holzmann, R.** (2013). *A Provocative Perspective on Population Aging and Old-Age Financial Protection* (IZA Discussion Paper, 7571.). Bonn: Institute for the Study of Labor
- Honess, T.,** & Yardley, K. M. (szerk.). (2003). *Self and Identity: Perspectives Across the Lifespan*. London: Routledge. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://tinyurl.hu/bbVe/>
- Hopkins, C.,** Roster, C., & Wood, C. (2006). Making the Transition to Retirement: Appraisals, Post-Transition Lifestyle, and Changes in Consumption Patterns. *Journal of Consumer Marketing*. 23. pp. 87-99. doi: 10.1108/07363760610655023.
- Hornyák, P.** (2013). Generáció a fogalomtörténet mérlegén. *Nagyerdei Almanach*, 2/4(7), pp. 96-126. Online elérhető: http://filozofia.unideb.hu/na/vol2013_2/132_HP_GF_96-126p.pdf
- Horváth-Szabó, K.** (2004) Az emberélet középső szakasza – pszichológiai szempontból. *VIGILIA*, 68 (2). pp. 89-97.
- Horváth-Szabó K.,** Kézdi A., & S. Petrik K. (2007). *Család és fejlődés*. Sapientia Szerzetesi Hittudományi Főiskola
- Howe, N.** & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Generations*. New York: Vintage Books
- Hufeland, C.** (1867). *Art of prolonging life (Aging and old age)*. London: Lindsay & Blakiston
- Iecovich, E.** (2014). Aging in place: From theory to practice. *Anthropological Notebooks*, 20(1), pp. 21–33. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://www.drustvo-antropologov.si/AN/PDF/2014_1/Anthropological_Notebooks_XX_1_Iecovich.pdf
- Imre, S.** (2007). *A klinikai gerontológia alapjai*. Budapest: Medicina Könyvkiadó Zrt.

- Ishii-Kuntz, M.** (1990). Social interaction and psychological well-being: comparison across stages of adulthood. *Int J Aging Hum Dev*, 30(1), pp. 15-36. doi:10.2190/0WTY-XBXJ-GVV9-XWM9
- Iván, L.** (1994). Öregedés és önismeret. In J. Turgonyi (Szerk.), *Időskorúak önismerete. Családpolitikai füzetek* (old.: 29-40.). Nemzetközi Családév Titkársága.
- Iván, L.** (2004). *Öregedés: örök ifjúság?* Budapest: Mindentudás Egyeteme. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <http://real-eod.mtak.hu/1089/1/13%20Iván%202013-232.pdf>
- Jacobs, M.** (1997). The Quality of Life: Social Goods and the Politics of Consumption. *The Political Quarterly*, 68. pp. 47-61. doi: 10.1111/1467-923X.00115
- Jackson, W. A.** (1994). The economics of ageing and the political economy of old age. *International Review of Applied Economics*, 8(1), pp. 31-45. doi: 10.1080/758529651
- Jászberényi, J.** (2008). Az öregek nem is léteznek? Az időskorúak ábrázolása a magyarországi televíziós reklámokban. *Médiakutató*, 9(3), pp. 35–41. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/03_oreg_idos_reklam
- Jászberényi, J.** (2009). *Az aktív időskor lehetőségei Magyarországon*. Budapest: PritXBudavár Zrt.
- Jászberényi, J.** (2010). Az ageizmus. *Polgári Szemle*, 6(1). Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://polgariszemle.hu/archivum/51-2010-februar-6-efvolyam-1-szam/367-az-ageizmus>
- Jere, D.** (2016). *Learning to Love Growing Old*. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.psychologytoday.com/intl/articles/199409/learning-love-growing-old>
- Jeszenszky, Z.** (2003). Az időskori mentálhigiéné társadalmi jelentősége. In Kovács, M. (Szerk.), *Időskori depresszió és szorongás*. Budapest: Springer. pp. 23-29.
- Johnson, M.** (2005). *The Cambridge Handbook of Age and Ageing*. Cambridge: Cambridge University Press. Megtekintve: 2020.04.04. Online elérhető: <https://tinyurl.hu/uxIU/>
- József, I.** (2011). *Fejlődépszichológia*. Kaposvár: Kaposvári Egyetem. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://janus.ttk.pte.hu/tamop/kaposvari_anyag/jozsef_istvan/a_pszichoszocilis_fejldselmlet.html
- Judson, A.** (1990). *Making Strategy Happen: Transforming Plans into Reality*. Cambridge, MA: B. Blackwell
- Jung, C. G.** (1933). *The stages of life. The Structure and Dynamics of the Psyche, CW 8*. Online elérhető: https://issuu.com/jihadallam/docs/8_collected_works_of_c_g_jung_vol_ Megtekintve: 2020.08.01.

- Kaczor, A.** (2013). Az időskorúakkal szembeni ageizmus csökkentésének lehetőségei Magyarországon. *Magyar Gerontológia*, 5(19), pp. 31-75. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://foh.unideb.hu/sites/default/files/upload_documents/5.19.pdf
- Kahana, E.** (1982). A congruence model of person-environment interaction. In Lawton, M. P., Windley, P. G. & Byerts, T. O. (szerk.), *Aging and the environment: theoretical approaches*. New York: NY: Springer. pp. 97-121.
- Kállai, J., Kaszás, B., & Tiringner, I.** (2013). *Az időskorúak egészségpszichológiája*. Budapest: Medicina Könyvkiadó Zrt.
- Karmasin, H.** (1995): Wünsche und Bedürfnisse von Senioren. In: Haberda, W. et al. (Hrsg.): *Wachstumsmarkt Senioren. Eine Chance für Innovative Unternehmer*. Wien, pp. 57-58.
- Kastenbaum, R., Derbin, V., Sabatini, P., & Artt, S.** (1972). "The Ages of Me": Toward Personal and Interpersonal Definitions of Functional Aging. *Aging and Human Development*, 3(2), pp. 197–211. doi:10.2190/TUJR-WTXK-866Q-8QU7
- Katona, G.** (1975). *Psychological economics*. New York : Elsevier
- Kelemen, R** (2014): *A jóllét magyarországi indikátorrendszere, 2013*. In Kelemen R. (Szerk.). KSH. Online elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/jollet13.pdf> Megtekintés: 2020.12.28.
- Kenderfi, M.** (2011). *Tervezési modellek*. Gödöllő: Szent István Egyetem. Online elérhető: https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2010-0019_Tervezesi_modellek/ch03s02.html Megtekintve: 2020.12.28.
- Keynes, J. M.** (1936). *A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete* (magyar kiad. 1965) Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó
- Kimmel, D. C.** (1990). *Adulthood and aging: an interdisciplinary, developmental view*. New York, Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Kinsella, K., & Phillips, D.** (2005). The Challenge of Global Aging. *Population Bulletin*, 60(1).
- Kinsella, K., & Velkoff, V.** (2001). *US Census Bureau, Series P95/01-1. An Ageing World*. Washington D.C.
- Kirsch, J.** (2003). Senioren – Marktsegment der Zukunft. In Rabe-Lieb (Szerk.), *Zukunftsperspektiven des Marketing – Paradigmenwechsel und Neuakzentuierungen*. Berlin. pp. 181–196.
- Knight, B. G.** (2004). *Psychotherapy with older adults*. London: Sage Publications.
- Kohlbacher, F., & Cheron, E.** (2012). Understanding "silver" consumers through cognitive age, health condition, financial status and personal values: Empirical evidence from the world's most mature market Japan. *Journal of Consumer Behavior*, 11(3), pp. 179-188. doi: 10.1002/cb.382

- Kohlbacher, F.,** Sudbury-Riley, L., & Hofmeister, A. (2011). Challenging the culture-free hypothesis of cognitive age among older consumers: Evidence from a cross-national survey. In Ahluwalia, R., Chartrand, T. L., Ratner, R. K. (eds.), *Advances in Consumer Research*, 39. Chicago: Association for Consumer Research. pp. 325-332.
- Kohli, M.** (1990). Társadalmi idő és egyéni idő. Az életút a modern társadalom szerkezetváltozásában. In Gellériné Lázár, M. (Szerk.), *Időben élni*. Budapest: Akadémiai Kiadó. pp. 175-212.
- Kohorsz'18** (n.é.) Online elérhető: <https://kohorsz18.hu/resztvevoknek/kapcsolodokutatasok.html> Megtekintve: 2020.12.28.
- Kölzer, Br.** (1995): Senioren als Zielgruppe. DUV, Wiesbaden
- Kolos, K.,** Kenesei, Z., & Somosi, Á. (2014). Idősebb fogyasztók technológiai kompetenciáinak meghatározó tényezői. In E. R. Hetesi (Szerk.), „Marketing megújulás” - *Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája előadásai*. Szeged: Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar. pp. 507-517.
- Komár, Z.** (2017). Generációelméletek. *Új Köznevelés*, 73(8-9.), pp. 14-16. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-kozneveles/generacioelmeletek>
- Komp, K. S.** (2011). The Political Economy of the Third Age. In D. C. Carr, & K. S. Komp (szerk.), *Gerontology in the Era of the Third Age*. New York: Springer. pp. 51-66. Online elérhető: http://kathrin-komp.eu/images/political_economy_final.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Korean Embassy** (2000). *Korean Society Celebrations. Birthday Celebrations*. Online elérhető: http://www.asianinfo.org/asianinfo/korea/cel/birthday_celebrations.htm Megtekintve: 2020.01.20.
- Koselleck, R.** (2010). *Reinhart Koselleck: Vom Sinn und Unsinn der Geschichte*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag
- Kovács, M. E., & Jeszenszky, Z.** (2006). Időskor és életminőség. In Kopp, M. & Kovács, M. (szerk.), *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón*. Budapest: Semmelweis Kiadó. pp. 134-143.
- KPMG** (2018). *Fogyasztói mozgatóerők. Mi irányítja a sokoldalú fogyasztót? Kereskedelem és fogyasztói piacok 2018*. Megtekintve: 2020. január 20. Online elérhető: https://home.kpmg/content/dam/kpmg/hu/pdf/KPMG_Fogyasztoi_mozgatoerok.pdf
- Kramer-Hoffmann, U.** (2007). *Die verjüngten Alten, Lebensstile, Bedürfnisse, Konsumverhalten*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Krause, N.** (2004). Stressors Arising in Highly Valued Roles, Meaning in Life, and the Physical Health Status of Older Adults. *The Journals of Gerontology: Series B*, 59(5), S287–S297. doi: 10.1093/geronb/59.5.S287

- Krémer, B.** (2015). *Mi is a kétségbeejtő abban, hogy tovább élünk? avagy Az idősödési válság és a halál egyenlőtlenségei*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- KSH** (2016). *A háztartások életszínvonala*. Megtekintve: 2020. 01. 20., Online elérhető: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/hazteletszinv/hazteletszinv16.pdf>
- KSH** (2018). *A háztartások életszínvonala*. Megtekintve: 2020.01.20., Online elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/hazteletszinv/2018/index.html#chapter-19>
- KSH** (2019). *A háztartások életszínvonala*. Megtekintve: 2021.06.18., Online elérhető: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/hazteletszinv/2019/index.html>
- Kuh, D., & Ben-Shlomo, B.** (2004). *A life course approach to chronic disease epidemiology* (2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Kuráth, G.** (2007). A felsőoktatás változó környezete. *Tudásmenedzsment* 8(1), pp. 57-66.
- Kuráth, G.** (2018). A hallgatói kompetenciák elemzése és fejlesztési javaslatok: A Pécsi Tudományegyetem DPR eredményei és gyakorlata. Pécs, Magyarország: PTE
- Kuráth, G., Bányai, E., & Héra-Tóth, A.** (2017). Személyes márkaépítés coaching módszerrel: Versenyelőny a munkaerőpiacon. *Jegyzet, Megjelenés: Magyarország*, pp. 1-37.
- Kwak, S., Kim, H., Chey, J., & Youm, Y.** (2018). Feeling How Old I Am: Subjective Age Is Associated With Estimated Brain Age. *Front Aging Neurosci*, 10, 168. doi: 10.3389/fnagi.2018.00168
- Lábadai, B., & Pohárnok, M.** (2019). A születési kohorszvizsgálatok pszichológiai kérdései. *Demográfia*, 62(2-3), pp. 235-269. doi: 10.21543/Dem.62.2-3.3
- Lajkó, K.** (2008). *A viselkedésváltozás elmélete és gyakorlata. A pszichés zavarok korszerű megközelítése*. Budapest: Medicina Könyvkiadó Zrt.
- Lampek, K.** (2015). Az aktív időskor és a társadalom. In Lampek K. & Rétsági E. (szerk.), *Egészséges idősödés: Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban*. Pécs: PTE. pp. 8-27.
- Lampek, K., & Rétsági, E.** (szerk.). (2015). *Egészséges idősödés. Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban*. Pécs: PTE ETK. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/sport2/EgeszsegesIdosodesJ.pdf>
- Lampek, K., Csóka, L., Hegedüs, R., Zrínyi, M., & Töröcsik, M.** (2021). Sports activities of 60 above Hungarian elderly-explaining and predicting impact of exercise on health. *BMC PUBLIC HEALTH* 20:S1 pp. 50-63.
- Lane, W. C.** (1975). *The Subculture of the Aging: An Empirical Test. Electronic Thesis Collection*. 226. Pittsburg: Pittsburg State University. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <https://digitalcommons.pittstate.edu/etd/226>

- Laslett, P.** (1976). 'Societal Development and Aging. In Binstock, R. H. & Shanas E. (szerk.), *In Handbook of Aging and Social Sciences*. New York: Van Nostrand Reinhold. pp. 57–116.
- Laslett, P.** (1989). *A Fresh Map of Life*. London: Weidenfeld and Nicolson
- László, É. L.** (2012). „Ötven felett lehúzhatom a rolót”. Megtekintve: 2020. 08. 01. Online elérhető: https://hvg.hu/karrier/20070211_otven_feletti_munkavallalok
- Laukó, G., & Mihálka, M.** (2016). Az időskorúak társadalmi esélyegyenlősége. *Magyar Gerontológia*, 8(29-30), 72-99. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia-final.pdf
- Laureiro Martinez, D., Trujillo, C., & Unda, J.** (2017). Time Perspective and Age: A Review of Age Associated Differences. *Frontiers in Psychology*, 8. doi: 10.3389/fpsyg.2017.00101
- Lázár, E.** (2011). *Regressziós modellek alkalmazása a kereslet alapú árkutatásban*. Doktori (PhD) értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő.
- Lawton, M. P.** (1991). A multidimensional view of quality of life in frail elders. In Birren, J. E., Lubben, J. E., Rowe, J. C., Deutchman, D. E. (ed.), *The concept and measurement of quality of life in the frail elderly*. New York: NY: Academic Press. pp. 3-27.
- Lawton, M. P., & Nahemov, L.** (1973). Ecology and the aging process. In Eisdorfer, C., Lawton, M. P. (ed.), *The psychology of adult development and aging*. Washington, DC: American Psychological Association. pp. 619-674.
- Lawton, M. P., & Simon, B.** (1968). The ecology of social relationships in housing of the elderly. *The Gerontologist*, 8(2), pp. 108-115. doi: 10.1093/geront/8.2.108
- Lee, D., Sirgy, M. J., Larsen, V., & Wright, N. D.** (2002). Developing a Subjective Measure of Consumer Well-Being. *Journal of Macromarketing*, Vol. 22. No. 2., pp. 158-169. doi: 10.1177/0276146702238219
- Lee, M. M., Carpenter, B., & Meyers, L. S.** (2007). Representations of older adults in television advertisements. *Journal of Aging Studies*, 21, pp. 23-30. doi: 10.1016/j.jaging.2006.04.001
- Leelakulthanit, O., Day, R., & Walters, R.** (1991). Investigating the relationship between marketing and overall satisfaction with life in a developing country. *Journal of Macromarketing*, Vol. 11, pp. 3-23.
- Levinson, D. J.** (1978). *The seasons of a man's life*. New York: Knopf.
- Levinson, D., Darrow, C., Klein, E., Levinson, M., & McKee, B.** (1978). *The Season of Man's Life*. New York: Alfred A. Knopf.
- Levy, B. R.** (2003). Mind matters: Cognitive and physical effects of aging self-stereotypes. *Journals of Gerontology, Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 58, pp. 203–211. doi: 10.1093/geronb/58.4.P203

- Levy, B. R.** (2009). Stereotype Embodiment: A Psychosocial Approach to Aging. *Current directions in psychological science*, 18(6), pp. 332–336. doi: 10.1111/j.1467-8721.2009.01662.x
- Levy, B. R., Ashman, O., & Dror, I.** (2000). To be or not to be: The effects of aging stereotypes on the will to live. *Omega*, 40, pp. 409–420. doi: 10.2190/Y2GE-BVYQ-NF0E-83VR
- Levy, B., Chung, P., Bedford, T., & Navrazhina, K.** (2013). Facebook as a Site for Negative Age Stereotypes. *Gerontologist*, 54(2), pp. 172-176. doi: 10.1093/geront/gns194
- Lewin, K.** (1951). *Field Theory of Social Science*. New York: Harper and Row. doi: 10.1177/000271625127600135
- Lewin, K.** (1972). *A mezőelmélet a társadalomtudományokban*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Luborsky, M. R., & Sankar, A.** (1993). Extending the Critical Gerontology Perspective: Cultural Dimensions. *Gerontologist*, 33(4), pp. 440–444. doi: 10.1093/geront/33.4.440
- Lundebjerg, N. E., Trucil, D. E., Hammond, E. C., & Applegate, W. B.** (2017). When It Comes to Older Adults, Language Matters: Journal of the American Geriatrics Society Adopts Modified American Medical Association Style. *Journal of the American Geriatrics Society*, 65(7). doi: 10.1111/jgs.14941
- Lunt, P. K., & Livingstone, S. M.** (1991). Psychological, social and economic determinants of saving: Comparing recurrent and total savings. *Journal of Economic Psychology*, 12, pp. 621–641. doi: 10.1016/0167-4870(91)90003-C
- MacLean, A.** (2006). Age stratification at work: Trends in occupational age segregation in the United States, 1950–2000. *Research in Social Stratification and Mobility*, 24(3), pp. 299–310. doi: 10.1016/j.rssm.2005.08.001
- Maddox, G. L.** (2001). Housing and living arrangements: a transactional perspective. In Binstock, R. H., George, L. K. (ed.), *Handbook of aging and the social sciences*. Cambridge, MA: Academic Press. pp. 426-443.
- Majercsik, E.** (2008). Életminőség és közérzet az élet alkonyán. *Magyar Családorvosok Lapja*, 1(7), 7-10. Online elérhető: http://idosgyogyaszat.hu/upload/idosgyogyaszat.hu/files/Eletminoseg_es_koezerzet_az_elet_alkonyan.pdf
- Mannheim, K.** (2000). A nemzedékek problémája. In *Tudásszociológiai tanulmányok*. Budapest: Osiris. pp. 201–254.
- Mannheim, K.** (2010). The Problem of Generation, 1928. In *Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie* 7. Köln: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. pp. S. 157-185, 309-330. Online elérhető: https://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0100_gen_de.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Marketingmoments** (2012). *Öreg a nénikéd!* Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: https://marketingmoments.blog.hu/2012/10/03/oreg_a_neniked_586

- Markus, H. R.,** & Herzog, A. R. (1991). The role of the self concept in aging. *Annual review of Gerontology and Geriatrics*, 11, pp. 110–143.
- Marshall, V.** (1979). No Exit: A Symbolic Interactionist Perspective on Aging. *The International Journal of Aging and Human Development*, 9(4), pp. 345-58. doi: 10.2190/DMMA-4BKL-9P36-D6BX
- Marshall, V. W.** (2009). What is new about critical gerontology? *Ageing & Society*, 29(4), pp. 651–653.
- Martin, D. J.,** & Dillen, L. L. (2014). Revisiting gerontology's scrapbook: From Metchnikoff to the spectrum model of aging. *Gerontologist*, 54(1), pp. 51-58. doi: 10.1093/geront/gnt073
- Mathur, A.,** Barak, B., Zhang, Y., & Lee, K. S. (2001). Cross-Cultural Procedure to Assess Reliability and Measurement Invariance. *Journal of Applied Measurement*, 2(3), pp. 241-255. PMID: 12011509
- Mathur, A.,** Lee, E., & Moschis, G. (2006). Life-changing events and marketing opportunities. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*. 14. pp. 115-128. doi: 10.1057/palgrave.jt.5740174.
- Mayer, K.,** & Brückner, H. (2005). The De-Standardization of the Life Course. What It Might Mean and if it Means Anything whether it Actually Took Place. In Macmillan, R. (eds.), *The Structure of the Life Course. Standardized? Individualized? Differentiated?* (old.: 27-54.). Amsterdam: JAI Elsevier. Online elérhető: <http://www.yale.edu/ciqle/PUBLICATIONS/Brueckner%26Mayer-Dstandardization.pd> Megtekintve:2020.12.28.
- McCrimble, M.,** & Wolfinger, E. (2010a). Generations defined. *Ethos* 18(1) 8-13.
- McCrimble, M.,** & Wolfinger, E. (2010b). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk*, 3(11), pp.14-18.
- McFadden, S.** (2005). Points of Connection: Gerontology and the psychology of religion. In Paloutzian R., Park, C. (ed.), *Handbook of the Psychology of religion and spirituality*. London: Guilford Press. pp. 8162-176.
- Mecsnikov, I.** (1919). *Optimista világnézet. Betegség, öregség, halál*. Budapest: Révai.
- Melo, S.,** Guedes, J., & Mendes, S. (2019). Theory of Cumulative Disadvantage/Advantage. In Gu, D., Dupre, M. E. (szerk.), *Encyclopedia of Gerontology and Population Aging*. doi: 10.1007/978-3-319-69892-2_751-1
- Meyer-Hentschel, H.** (2009). *Seniorenmarketing*. Göttingen: Business Village.
- Meyers, K.** (2009). *The Truth about Death and Dying* (Golden, R. & Peterson, F. ed., 2. kiad.) New York. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://tinyurl.hu/ScGK/>
- Milgram, S.** (1970). The experience of living in cities: adaptations to urban overload create characteristic qualities of city life that can be measured. *Science*, 167, pp. 1461-1468. doi: 10.1126/science.167.3924.1461

- Miller, D. W.,** Leyell, T. S., & Mazachek, J. (2004). Stereotypes of the elderly in U.S. television commercials from the 1950s to the 1990s. *Int J Aging Hum Dev*, 58(4), 315-340. doi: 10.2190/N1R6-7Q5Y-2N7Q-8NM1
- Millenium Cohort Study** (n.é.) Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.millenniumcohort.org/research/publications>
- Mirer, T. W.** (1979). The wealth-age relation among the aged. *Am Econ Rev*, 69, pp. 435-443. Online elérhető: <http://www.jstor.org/stable/1807378> Megtekintve: 2020.12.28.
- Mitnitski, A.,** & Rockwood, K. (2015). Aging as a Process of Deficit Accumulation: Its Utility and Origin. In Yashin, A. I., Jazwinski, S. M. (szerk.), *Aging and Health – A Systems Biology Perspective*. Interdiscipl Top Gerontol. Basel, Karger, 40. pp. 85-98. doi: 10.1159/000364933
- Modigliani, F.** (1986). Life Cycle, Individual Thrift, and the Wealth of Nations. *American Economic Review*, 76(3), pp. 297-313. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://www.jstor.org/stable/1813352?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Molnár, L.** (1981). Az élettartam meghosszabbodása és a generációk kapcsolatának változásai. *Demográfia*, 24(1), pp. 13-27. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <http://www.demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/demografia/article/view/1141/1181>
- Molnár, L.** (2008). *A korrespondencia-elemzés (CA) elmélete és gyakorlata*. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://publikacio.uni-miskolc.hu/data/ME-PUB-33766/ml_publ_10.pdf
- Monostori, J.,** & Gresits, G. (2018). Idősödés. In Monostori J., Óri P. & Spéder Z. (szerk.), *Demográfiai portré 2018*, Budapest: KSH NKI. pp. 127-145.
- Montepare, J. M.,** & Lachman, M. E. (1989). "You're only as old as you feel": Self-perceptions of age, fears of aging, and life satisfaction from adolescence to old age. *Psychology and Aging*, 4(1), pp. 73–78. doi:10.1037/0882-7974.4.1.73
- Montepare, J. M.,** & Zebrewitz, L. A. (2002). A Social-Developmental View of Ageism. In T. D. Nelson (Szerk.), *Ageism: Stereotyping and Prejudice against Older Persons*. Cambridge: MA: MIT Press. pp. 77-125.
- Moody, H. R.** (2002). *Conscious Aging: A New Level of Growth in Later Life*. Megtekintve: 2020.08.01., Online elérhető: <http://www.wellnessgoods.com/consciousagingnewlevel.asp>
- Moody, H. R.** (2009). From successful aging to conscious aging. In J. Sokolovsky (Szerk.), *The cultural context of aging. Worldwide Perspectives*. Westport: Praeger. pp. 67-77.

- Moore, K. D.** (2005). Using place rules and affect to understand environmental fit: a theoretical exploration. *Environment & Behavior*, 37(3), pp. 330-363. doi: 10.1177/0013916504272657
- Moos, R. H., & Lemke, S.** (1984). Supportive residential settings for older people. In I. Altman, M. P. Lawton, & J. F. Wohlwill (szerk.), *Elderly people and the environment*. New York: Plenum. pp. 159-188.
- Morrow-Howell, N., Hinterlong, J., & Sherraden, M.** (szerk.). (2001). *Productive Aging: Concepts and Challenges*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. doi: 10.1353/book.3215
- Mortimer, J. T., & Shanahan, M. J.** (szerk.). (2002). *Handbook of the Life Course*. New York: Kluwer Academic Publishers.
- Moschis, G.** (1994). *Marketing strategies for the mature market*. Westport.
- Moschis, G. P.** (2000). *The maturing marketplace: buying habits of baby boomers and their parents*. Westport.
- Moughrabi, C.** (2007). Best Ager – Das Lebensgefühl der Generation 50+. Bauer Media KG. Online elérhető: <https://www.verbraucheranalyse.de/publikationen/forschungsberichte> Megtekintve: 2020.12.28.
- Murinkó, L.** (2010): Mitől lesz valaki felnőtt? A családi szerepek és az önállóvá válás szerepe a felnőtté válásban Magyarországon. *Demográfia* (53)1, pp. 7–37.
- Murphy, J. W., & Longino, C. F.** (1999). The Relevance of Multiculturalism for Aging. *Journal of Aging and Identity*, 4, pp. 223–229. doi:10.1023/A:1022883025791
- N. Kollár, K., & Szabó, É.** (2004). *Pszichológia pedagógusoknak*. Budapest: Osiris Kiadó. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_pszichologia_pedagogusoknak/ch30.html
- Nadler, D.** (1998). *Mercer Delta Consulting Group. "The Congruence Model: An Approach to Understanding Organizations"*. New York: Mercer Delta Consulting LLC: Mercer Delta Insights.
- Nagy, J. T.** (2015). "Szárnyuk és gondviselésük alatt holtom üdejéig lakván..." A család és jogszokásai: Az idősekről gondoskodás szokásrendje a Kétféleközén. In K. Kothencz (Szerk.), *Családi csokrok. A IX. Duna-Tisza közti nemzetközi néprajzi nemzetiségkutató konferencia (Baja, 2014. 07. 17-18.) előadásai*. Baja: Türr István Múzeum.
- Nakano, N., MacDonald, M., & Douthitt, R.** (1992). Toward consumer well-being: Consumer socialization effects of work experience. *Developments in quality-of-life studies in marketing*, Vol. 4., pp. 107-111.
- Nash, P.** (2017). Attitudes and Self-Perceptions of Aging. *Encyclopedia of Geropsychology*, pp. 315–321. doi: 10.1007/978-981-287-082-7_8

- National Research Council, C.** (1987). Environmental Effects on Age-Associated Diseases and Changes in Organ Function. In *Aging In Today's Environment*. Washington: National Academies Press. Online elérhető: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK218722/> Megtekintve: 2020.12.28.
- NECS** (2019). *Why Study Centenarians? An Overview. New England Centenarian Study*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <http://www.bumc.bu.edu/centenarian/overview/>
- Neményi, M., Ságvári, B., & Tardos, K.** (2019). *A diszkrimináció személyes és társadalmi észlelése és az egyenlő bánásmóddal kapcsolatos jogtudatosság. Egyenlő Bánásmód Hatóság*
- Nemiroff, R. A., & Colarusso, C. A.** (1985). *The Race Against Time. Psychotherapy and Psychoanalysis in the Second Half of Life* (New York. kiad.). Springer US. doi: 10.1007/978-1-4899-3481-9
- Németh, Gy.** (2015). Megjegyzések Vargha Lili: A társadalmi öregedés hagyományos és alternatív indikátorai című cikkéhez. *Demográfia*, 58(1), pp. 57–78.
- Neugarten, B. L.** (Szerk.). (1968). *Middle age and aging*. Chicago: University of Chicago Press.
- Neulinger, Á., & Radó, M.** (2015). Családi életciklusok szerint eltérő fogyasztási minták elemzése. *Közgazdasági Szemle*, LXII. 415-437. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://real.mtak.hu/23500/1/04_NeulingerRado_u.pdf
- Nguyen, L. L.** (2001). A szociálpszichológia alapkérdései. In A. Oláh, & A. Bugán (szerk.), *Fejezetek a pszichológia alapterületeiből*. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó. pp. 432-493.
- Nicassio, B. F.** (2006). *A nevelés öröme*. Don Bosco Kiadó: Budapest
- North, M. S., & Fiske, S. T.** (2012). An inconvenienced youth? Ageism and its potential intergenerational roots. *Psychol Bull*, 138(5), pp. 982-97. doi: 10.1037/a0027843
- Nussbaum, J. F., & Coupland, J.** (2004). *Handbook of Communication and Aging Research*. London: Routledge.
- O'Connor, G.** (2002). Marketing and Product Development for the Senior Market. *Boston Annual Meeting, Vol. 28*.(No. 3.), 2.
- Obádovics, C.** (2018). A népesség szerkezete és jövője. In J. Monostori, P. Óri, & Z. Spéder (szerk.), *Demográfiai Portré 2018* Budapest: KSH NKI. pp. 271-294. Online elérhető: http://epa.oszk.hu/03400/03464/00004/pdf/EPA03464_demografiai_portre_2018.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- OECD** (1998). *Maintaining prosperity in an aging society*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: <http://www.oecd.org/els/public-pensions/2429430.pdf>
- OECD** (2016). *OECD - Better Life Index - Hungary*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/hungary/>

- OECD** (2017). *Pensions at a Glance 2017: OECD and G20 Indicators*. Paris: OECD Publishing. Megtekintve: 2020.01.20. Online elérhető: http://dx.doi.org/10.1787/pension_glance-2017-en
- OECD** (2020a). *"How's Life? in OECD countries", in How's Life? 2020: Measuring Well-being*. Paris: OECD Publishing. doi: 10.1787/c5504f62-en
- OECD** (2020b). *How's Life in Hungary?* Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/1005389c-en.pdf?expires=1598395011&id=id&accname=guest&checksum=CC527BD3F39C61087E0A90E4A77FF13C>
- Olesen, J.** (2020a). *Fear of the Elderly or Aging Phobia – Gerontophobia*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.fearof.net/fear-of-the-elderly-or-aging-phobia-gerontophobia/>
- Olesen, J.** (2020b). *Fear of Getting Old Phobia – Gerascophobia*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.fearof.net/fear-of-getting-old-phobia-gerascophobia/>
- Olshansky, S. J.,** Carnes, B. A., & Brody, J. (2002). A biodemographic interpretation of life span. *Population and Development Review*, 28, pp. 501–513. doi:10.1111/j.1728-4457.2002.00501.x.
- Onega, L.,** & Tripp-Reimer, T. (1997). Expanding the scope of continuity theory. *Journal of Gerontological Nursing*, 23(6), pp. 29-35. doi: 10.3928/0098-9134-19970601-11
- Orimo, H.,** Ito, H., Suzuki, T., Araki, A., Hosoi, T., & Sawabe, M. (2006). Reviewing the definition of "elderly". *Geriatrics and Gerontology International*, 6, pp. 149-158.
- Otten, D.** (2008). *Die 50+ Studie. Wie die jungen Alten die Gesellschaft revolutionieren*. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Palk, L. C.** (2015). *An exploratory study of midlife transition in South Africa: in search of the midlife crisis*. University of South Africa, Pretoria, Online elérhető: <http://hdl.handle.net/10500/18909>
- Pál, E.,** & Töröcsik, M. (2015). Irodalmi áttekintés a Z generációról. In Töröcsik, M. (Szerk.), *Tanulmányok a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016, Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében*. Pécs: PTE. pp. 1-19.
- Pál, E.,** Töröcsik, M., & Jakopánecz, E. (2017). Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. *Marketing & Menedzsment*, 3, pp. 18-32. Online elérhető: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/799>
- Paris, M.** (2016). What is the Next Stage in Critical Gerontology? The Struggle for Recognition. *International Network for Critical Gerontology*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://criticalgerontology.com/next-stage-critical-gerontology-struggle-recognition-mario-paris/>

- Passuth, P. M., & Cook, F. L.** (1985). Effects of television viewing on knowledge and attitudes about older adults: A critical reexamination. *The Gerontologist*, 25, 69-77. doi:10.1093/geront/25.1.69
- Patyán, L.** (2016). Hazai időspolitika. *Magyar Gerontológia*, 8(29-30), 42-62. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia-final.pdf
- Pavot, W., & Diener, E.** (1993). The Satisfaction With Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. *Personality Assessment*, Vol. 5., pp. 164-172. doi: 10.1007/978-90-481-2354-4 5
- Pavot, W., & Diener, E.** (2007). The Satisfaction With Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, Vol. 3. pp. 137-152. doi: 10.1080/17439760701756946
- Páva, R.** (2015). *Interkulturális, multikulturális oktatás alapjai*. Megtekintve: 2020.08.01. Online elérhető: http://pedagoguskepzes.elte.hu/images/anyagok/ii3/27_interkulturalis_mutikulturalis_oktatas_alapjai.pdf
- Pecze, M.** (2007). Aggizmus – sztereotípiák és előítéletek az idősekkel szemben. *Educatio*, 1, pp. 160-163. Online elérhető: www.hier.iif.hu/hu/letoltes.php?fid=tartalom/423
- Peters, G. R.** (1971). Self-Conceptions of the Aged, Age Identification, and Aging. *The Gerontologist*, 11(4/2)Winter, pp. 69-73. doi: 10.1093/geront/11.4_Part_2.69
- Pew Research Center** (2010). *Generations 2010*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.pewresearch.org/internet/2010/12/16/generations-2010/>
- Phillipson, C.** (2005). The Political Economy of Old Age. In Johnson, M. L., Bengston, V. L., Coleman, P. G. & Kirkwood, T. B. (szerk.), *The Cambridge Handbook of Age and Ageing*. UK: Cambridge University Press.
- Pierce, M., & Timonen, V.** (2010). *A discussion paper on theories of ageing and approaches to welfare in Ireland, north and south*. Dublin: Centre for Ageing Research and Development in Ireland (CARDI). Online elérhető: <http://hdl.handle.net/10147/299848> Megtekintve: 2020.12.28.
- Pierce, M., & Timonen, V.** (2020). *A discussion paper on theories of ageing and approaches to welfare in Ireland, north and south*. Dublin: Centre for Ageing Research and Development in Ireland (CARDI). Online elérhető: <http://hdl.handle.net/10147/299848> Megtekintve: 2020.04.04.
- Plomin, R., & McClearn, G. E.** (1990). Human behavioral genetics of aging. In J. E. Birren, & K. W. Schaie (szerk.), *The handbooks of aging. Handbook of the psychology of aging*. Academic Press. pp. 67–78. doi: 10.1016/B978-0-12-101280-9.50010-3

- Pogátsnik M.** (2018): Műszaki képzésben tanuló fiatalok pályaeérdeklődésének, pályaa-
attitűdjének alakulása és a pályaaorientáció szerepe. Doktori (PhD) értekezés. Budapest.
p. 30. Online elérhető: <https://tinyurl.hu/r31d/> Megtekintés: 2020.12.28.
- Poston, D.,** Turnbull, A., Park, J., Mannan, H., Marquis, J., & Wang, M. (2003). Family Quality
of life: A qualitative inquiry. *Mental Retardation*, 41(5) pp. 313-28. doi:10.1352/0047-
6765(2003)41<313:FQOLAQ>2.0.CO;2
- Powel, J.** (2006). *Social Theory and Aging*. Oxford: Rowman & Littlefield Publisher.
Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://tinyurl.hu/qq8F/>
- Prieler, M.,** Kohlbacher, F. H., & Arima, A. (2015). The representation of older people in
television advertisements and social change: the case of Japan. *Ageing & Society*, 35(4)
pp. 865-887. doi: 10.1017/S0144686X1400004X
- Quadagno, J.** (1982). *Aging in Early Industrial Society: Work, Family and Social Policy in
Nineteenth Century England*. New York: Academic Press.
- Quick, H. E.,** & Moen, P. (1988). Gender, employment and retirement quality: A life course
approach to the differential experiences of men and women. *Journal of Occupational
Health Psychology*, 3(1), pp. 44–64. doi: 10.1037/1076-8998.3.1.44
- Rajani, F.,** & Jawaid, H. (2015). Theory of Gerotranscendence: An Analysis. *Austin J Psychiatry
Behav Sci*, 2(1), 1035. Online elérhető: [https://austinpublishinggroup.com/psychiatry-
behavioral-sciences/fulltext/ajpbs-v2-id1035.php](https://austinpublishinggroup.com/psychiatry-behavioral-sciences/fulltext/ajpbs-v2-id1035.php) Megtekintve: 2020.12.28.
- Rajna, P.** (2007). *Az életkor csapdái*. Budapest: MultiArt Kiadó.
- Ranzijn, R.** (2015). Critical Gerontology. In *The Encyclopedia of Adulthood and Aging*. pp. 1-5.
doi: 10.1002/9781118521373.wbeaa065
- Ravaglia, G.,** Forti, P., Lucicesare, A., et al. (2008). Physical activity and dementia risk in the
elderly. *Neurology*, 70, pp. 1786-1794. doi: 10.1212/01.wnl.0000296276.50595.86
- Redmond, M. V.** (2015). Symbolic Interactionism. *English Technical Reports and White Papers*.
4. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: [https://lib.dr.iastate.edu/cgi/
viewcontent.cgi?article=1004&context=engl_reports](https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=engl_reports)
- Remarque, E. M.** (1985). *Nyugaton a helyzet változatlan*. Budapest: Árkádia
- Reynolds, F. D.** & Rentz, J. O. (1981) 'Cohort Analysis: An Aid to Strategic Planning', *Journal
of Marketing*, 45(3), pp. 62–70. doi: 10.1177/002224298104500305.
- Rideg, A.** (2017). A versenyképesség, a vállalati kompetenciák és a pénzügyi teljesítmény
összefüggéseinek elemzése a magyar KKV- szektorban. PhD értekezés. Pécs: PTE KTK
- Riley, M. W.** (1985). Age Strata in Social Systems. In R. H. Binstock, & E. Shanas (szerk.),
Handbook of Aging and the Social Sciences. New York: Van Nostrand Reinhold
Company. pp. 369-411.

- Roebuck, J.** (1979). When Does “Old Age Begin?": The Evolution Of The English Definition. *Journal of Social History*, 12(3), pp. 416–428. doi: 10.1353/jsh/12.3.416
- Rogers, C. R.** (2003). *Valakivé válni - A személyiség születése*. Budapest: Edge 2000 Kft.
- Rose, A.** (1962). The Subculture of the Aging: A Topic for Sociological Research. *The Gerontologist*, 2(3), pp. 123–127. doi: 10.1093/geront/2.3.123
- Rose, A. M.** (2016). *A Current Theoretical Issue in Social Gerontology*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.923.2572&rep=rep1&type=pdf>
- Rose, C. L.** (1972). The Measurement of Social Age. *Aging and Human Development*, 3(2), pp. 153-168. doi: 10.2190/WVYA-6RB2-AWX5-V6AV
- Rowe, J. W., & Kahn, R. L.** (1996). Successful aging. *The Gerontologist*, 37(4), pp. 433-440. doi: 10.1093/geront/37.4.433
- Rowland, D. T.** (2003). *Demographic Methods and Concepts*. Oxford: Oxford University Press.
- Roy, A., & Harwood, J.** (1997). Underrepresented, Positively Portrayed: Older Adults in Television Commercials. *Journal of Applied Communication Research*, 25, pp. 39-56. Online elérhető: <http://www.u.arizona.edu/~jharwood/pdf/underrepresented%20positively%20portrayed.pdf>
- Rönnlund, M., Åström, E., & Carelli, M. G.** (dátum nélk.). Time Perspective in Late Adulthood: Aging Patterns in Past, Present and Future Dimensions, Deviations from Balance, and Associations with Subjective Well-Being. *Timing & Time Perception*, 5(1), pp. 77–98. doi: 10.1163/22134468-00002081
- Rubin, D. C., & Berntsen, D.** (2006). People over forty feel 20% younger than their age: subjective age across the lifespan. *Psychon. Bull. Rev.*, 13, pp. 776–780. doi: 10.3758/BF03193996
- Rutishauser, F.** (2005). *Seniorenmarketing*. Hamburg: Diplomica GmbH.
- S. Molnár, E.** (2009). Magyar szólások és közmondások az öregségről. In Molnár, E. S. (Szerk.), *A közvélemény tükrében. Demográfiai és családszociológiai tanulmányok*. Budapest: KSH Népeségtudományi Kutatóintézet. pp. 132-151.
- Sajtos, L., & Mitev, A.** (2007). SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest: Alinea Kiadó
- Salthouse, T. A.** (1988). Resource-reduction interpretations of cognitive aging. *Developmental Review*, 8(3), 238–272. doi: 10.1016/0273-2297(88)90006-8
- Salthouse, T. A.** (2000). Aging and measures of processing speed. *Biological Psychology*, 54, pp. 35-54. doi: 10.1016/S0301-0511(00)00052-1

- Samuel, L.** (2013). *Death, American Style*. Megtekintve: 2020. 01 20, Online elérhető: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/psychology-yesterday/201306/death-american-style>
- Sárváry, A.** (2011). *Egyén a Családban*. Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó
- Sas, I.** (2010). *Peched van, hogy öreganyádnak szólítottál*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: http://www.sasistvan.hu/files/tanulmanyok/peched_van_webre.pdf
- Scheff, T.** (2005). Looking-Glass Self: Goffman as Symbolic Interactionist. *Symbolic Interaction*, 28(2), pp. 147-166. doi: 10.1525/si.2005.28.2.147
- Schirmmacher, F.** (2007). *A Matuzsálem összeesküvés*. Budapest: Scolar kiadó
- Schroots, J.** (1995). Gerodynamics: Toward a Branching Theory of Aging. *Canadian Journal on Aging / La Revue Canadienne Du Vieillissement*, 14(1), pp. 74-81. doi: 10.1017/S0714980800010515
- Schroots, J.** (1996). Theoretical Developments in the Psychology of Aging. *The Gerontologist*, 36(6), pp. 742-748. doi: 10.1093/geront/36.6.742
- Schröder-Butterfill, E., & Fithry, T. S.** (2014). Care dependence in old age: preferences, practices and implications in two Indonesian communities. *Ageing Soc*, 34(3), pp. 361–387. doi: 10.1017/S0144686X12001006
- Schulte, P. A., Grosch, J., Scholl, J. C., & Tamers, S. L.** (2018). Framework for Considering Productive Aging and Work. *J Occup Environ Med*, 60(5), 440–448. doi:10.1097/JOM.0000000000001295
- Schulz, R., Noelker, L. S., Rockwood, K., & Sprott, R. L.** (2006). "Continuity Theory" *Encyclopedia of Aging. I.* Springer Publishing Company
- Schwartz, S. H.** (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, pp. 1-65. doi:10.1016/S0065-2601(08)60281-6
- Sebastiani, P., Nussbaum, L., Andersen, S. L., Black, M. J., & Perls, T. T.** (2016). Increasing Sibling Relative Risk of Survival to Older and Older Ages and the Importance of Precise Definitions of "Aging," "Life Span," and "Longevity". *J Gerontol A Biol Sci Med Sci*, 71(3), pp. 340-346. doi: 10.1093/gerona/glv020
- Seidman, S.** (1997). *Contested knowledge: Social theory in the postmodern world*. Oxford: Oxford University Press.
- Semsei, I.** (Szerk.). (2011). *Gerontológia I. & II.* Debrecen: Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar.
- Semsei, I.** (2014). *Lectures in Gerontology* (Book Series of Faculty of Health, No 21. Debrecen: University of Debrecen. University Press

- Semsei, I.** (2015a). Az öregedés művészete I. *Magyar Gerontológia*, 7(26), pp. 4-17. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia_7._26.pdf
- Semsei, I.** (2015b). Az öregedés művészete II. *Magyar Gerontológia*, 7(27), pp. 40-56. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia_7.27.pdf
- Semsei, I.** (2016). Társadalom gerontológia. *Magyar Gerontológia*, 8(29-30), 2-18. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia-final.pdf
- Senior, B.** (2002). *Organisational Change* (2nd ed. FT Prentice Hall Financial Times. kiad.). Harlow: Prentice Hall Books
- Senior-Marketing** (1997): Euro Advertising, Düsseldorf
- Seniormarkt** (1992) Infratest
- Shanahan, M. J.** (2000). Pathways to adulthood in changing societies: Variability and mechanisms in life course perspective. *Annual Review of Sociology*, 26, pp. 667–92. doi: 10.1146/annurev.soc.26.1.667
- Shanahan, M., & Macmillan, R.** (2008). *Biography and the sociological imagination*. New York: W.W. Norton.
- Simigné Fenyő, S.** (2018). Értelmet az éveknek - gondolatok a társadalom- és humántudományi gerontológiáról. *Magyar Gerontológia*, 10(35-36), pp. 13-25. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia_10._evf._35_-_36.sz._korr__1.pdf
- Sipos, N., Kuráth, G., & Gyarmatiné Bányai E.** (2020). A frissdiplomások kompetenciái és a bérek kapcsolata. A kompetenciafejlesztés lehetőségei a felsőoktatásban. *Közgazdasági Szemle*, 67(11), pp. 1130-1153. doi: 10.18414/KSZ.2020.11.1130
- Skirbekk, V., Loichinger, E., & Weber, D.** (2012). Variation in cognitive functioning as a refined approach to comparing aging across countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(3), pp. 770-774. doi: 10.1073/pnas.1112173109
- Smith, J. W., & Clurman, A.** (1997). *Rocking the ages: The Yankelovich report on generational marketing*. New York: HarperBusiness
- Sociovision** (é.n.) *Sergmentation*. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://www.ifop.com/en/>
- Solomon, E., Schmidt, R., & Adragna, P.** (1990). *Human anatomy & physiology*. Philadelphia: Sanders College Publishing
- Somlai, P.** (2012). Fejlődési zavarok. *Replika*, 2012/1.(78.), pp. 135-143.

- Somogyiné Petik, K.** (2011). *Felnőttképzési program a középkorbeli átmenet támogatására*. PhD értekezés. Budapest: ELTE
- Sparrow, S., Cicchetti, D., & McColl, E.** (2015). *Vineland Adaptive Behavior Scales Interview Edition Expanded Form Manual*. Semantic Scholar
- Starr, J. M.** (1982). Toward a social phenomenology of aging: studying the self process in biographical work. *Int J Aging Hum Dev*, 16(4), pp. 255-270. doi: 10.2190/f5tw-3e23-ctre-h7xe
- Strauss, W., & Howe, N.** (1992). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2006*. New York: Harper Perennial.
- Stroud, D.** (2005). *The 50 plus market. Why the future is AGE NEUTRAL when it comes to marketing & branding strategies*. London and Sterling, VA: Kogan Page Limited
- Stuart-Hamilton, I., & Mahoney, B.** (2003). The effect of aging awareness training on knowledge of, and attitudes towards, older adults. *Educational Gerontology*, 29(3), pp. 251-260. doi 10.1080/713844305
- Sudbury, L., & Simcock, P.** (2009). Understanding Older Consumers through Cognitive Age and the List of Values: A UK Perspective. *Psychology & Marketing*, 26(1), pp. 22-38. doi: 10.1002/mar.20260
- Sudbury-Riley, L., Kohlbacher, F., & Hofmeister, A.** (2011). Using Self-perceived Age and the List of Values to Study Older Consumer in Four Nations. In R. Ahluwalia, T. L. Chartrand, & R. R. K. (szerk.), *Advances in Consumer Research*, 39. Chicago: Association for Consumer Research. pp. 341-346.
- Suhajda, J.** (2013). Az idősek és az idősek helyzetének jogi aspektusai. Az időskor jogi szabályozása. In Deáky, Z., Suhajda, J. (szerk.), *Idősek és idősödés a mai magyar társadalomban. Konferenciakötet*. Gödöllő: Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar. pp. 38-58.
- Super, D. E.** (1984). Career and Life Development. In D. Brown, & L. Brooks (szerk.), *Associates Career Choice and Development*. San Francisco: Jossey Bass
- Super, D. E., & Thompson, A. S.** (1981). *Adult Career Concerns Inventory*. New York: Teachers College, Columbia University
- Super, D. E., Savickas, M. L., & Super, C. M.** (1996). The life-span, life-space approach to careers. In Brown, D., Brooks, L. & et al. (szerk.), *Career choice and development*. San Francisco: Jossey-Bass. pp. 121-178.
- Susánszky, É., Konkoly Thege, B., Stauder, A., & Kopp, M.** (2006). A WHO jól-lét kérdőív rövidített (WBI-5) magyar változatának validálása a Hungarostudy 2002 országos lakossági egészségfelmérés alapján. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 7(3), pp. 247-255. doi:10.1556/Mentál.7.2006.3.8

- Stephens, N.** (1991). Cognitive Age: A Useful Concept for Advertising? *Journal of Advertising*, 20 (4), pp. 37-48.
- Szabó, A.** (2015). *A generációs elmélet spiráldinamikai értelmezése*. Megtekintve: 2020. 01 20, Online elérhető: <http://blog.integralakademia.hu/a-generacios-elmelet-spiraldinamikai-ertelmezese/>
- Szabó, É.** (2004). Személypercepció, attribúció, egyének és csoportok megítélése. In Kollár, K. N., Szabó, É. (szerk.), *Pszichológia pedagógusoknak*. Budapest: Osiris Kiadó. Online elérhető: https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_pszichologia_pedagogusoknak/adatok.html
- Szakály, Z.** (2016). *A naptári (kronológiai) életkor kiszámításának, a biológiai életkor (morfológiai kor) és a várható testmagasság meghatározásának módszere*. Eger: Triatlon Sportszakmai Továbbképzés. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <http://triatlon.hu/upload/file/dr.-szakaly-zsolt-humanbiologiai-gyakorlatok.pdf>
- Szarka, K.** (2014). *Az 50+ generáció fenntartható fogyasztói magatartásának összehasonlítása svájci és magyarországi vizsgálatok alapján. PhD értekezés*. Gödöllő: Szent István Egyetem. Online elérhető: https://www.szie.hu/file/tti/archivum/Szarka_Krisztina_ertekezes.pdf
- Szeitz, J.** (2018). Az időskorúak létfeltételeinek válaszra váró kérdései. *Magyar Gerontológia*, 10(35-36), pp. 26-42. Online elérhető: http://magyargerontologia.foh.unideb.hu/sites/magyargerontologia.foh.unideb.hu/files/magyar_gerontologia_10._evf._35_-_36.sz._korr__1.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Székács, B.** (Szerk.). (2005). *Geriatríia. Az időskor gyógyászata*. Budapest: Semmelweis Kiadó.
- Székely Gáborné** (2017). Lakáspiaci életutak. In J. Giczi (Szerk.), *Ezüstkor: korosodás és társadalom. Konferenciakötet*. Budapest: KSH. pp. 18-27. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/korosodas.pdf>
- Székely, L., & Szabó, A.** (szerk.). (2017). *Magyar Ifjúság Kutatás 2016. Az ifjúságkutatás első eredményei. Ezek a mai magyar fiatalok!* Budapest: Új Nemzedék Központ. Online elérhető: http://www.ujnemzedek.hu/sites/default/files/magyar_ifjusag_2016_a4_web.pdf Megtekintve: 2020.12.28.
- Szemán, A., Hegyi, P., Bakó, G., & Molnár, P.** (2007). Az élet értelmességének szubjektív megélése időskorban. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 8(4), pp. 309—327. doi:10.1556/Mentál.8.2007.4.4
- Széman, Z.** (2007). *Idősek a magyar társadalomban*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola
- Tahir Jan, M., Zain, O. M., & Jehangir, M.** (2011). Can consumption make you happy? Exploring Student's Quality of Life from Marketing Perspective. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(1), pp. 01-08.

- Tesch, S.,** Whitbourne, S. K., & Nehrke, M. F. (1981). Friendship, social interaction and subjective well-being of older men in an institutional setting. *Int J Aging Hum Dev*, 13(4), pp. 317-327. doi:10.2190/049N-3LKY-B8K7-1357
- Thanakwang, K.,** & Isaramalai, S. (2013). Productive engagement in older adults: A concept analysis. *Nursing and Health Sciences*, 15, pp. 124–130. doi: 10.1111/nhs.12015
- The Center for Generational Kinetics** (2020). *Generational Breakdown: Info About All of the Generations*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://genhq.com/faq-info-about-generations/>
- Thomae, H.** (1970). Theory of aging and cognitive theory of personality. *Human Development*, 13(1), pp. 1–16. doi: 10.1159/000270877
- Thurstone, L. L.** (1926). The mental age concept. *Psychological Review*, 33(4), pp. 268–278. doi: 10.1037/h0072344
- Tornstam, L.** (1989). Gero-transcendence: A reformulation of the disengagement theory. *Aging Clin Exp Res*, 1, pp. 55–63. doi: 10.1007/BF03323876
- Tornstam, L.** (2005). *Gerotranscendence: A Developmental Theory of Positive Aging*. New York: Springer Publishing Company.
- Townsend, P.** (1981). The Structured Dependency of the Elderly: A Creation of Social Policy in the Twentieth Century. *Ageing and Society*, 1(1), pp. 5-28. doi: 10.1017/S0144686X81000020
- Törőcsik, M.** (2006). *Fogyasztói magatartástrendek – Új fogyasztói csoportok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Törőcsik, M.** (2011). *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Törőcsik, M.** (2016b). A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*, 47:4, pp. 19-25.
- Törőcsik, M.** (2016). *Fogyasztói magatartás* (Digitális kiadás. kiad.). Budapest: Akadémiai Kiadó. doi: 10.1556/9789630597371
- Törőcsik, M.** (2017). *Self-marketing: Személy és marketing kapcsolatok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Törőcsik, M.,** & Németh, P. (2018). *Ageing. A magyar lakosság korral, öregedéssel kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Pécs: PTE KTK.
- Törőcsik, M.,** & Szűcs, K. (2019). *A hazai életstílus-kutatások történeti áttekintése. Kézirat*.
- Trend Inspiráció** (2020). *Trendek*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: <https://www.trendinspiracio.hu/>
- Tróznai, T.,** & Kullmann, L. (2003). A WHOQOL-kérdőív hazai terepvizsgálata. *Mentálhigiéné és pszichoszomatika*, 22., pp. 59-62.

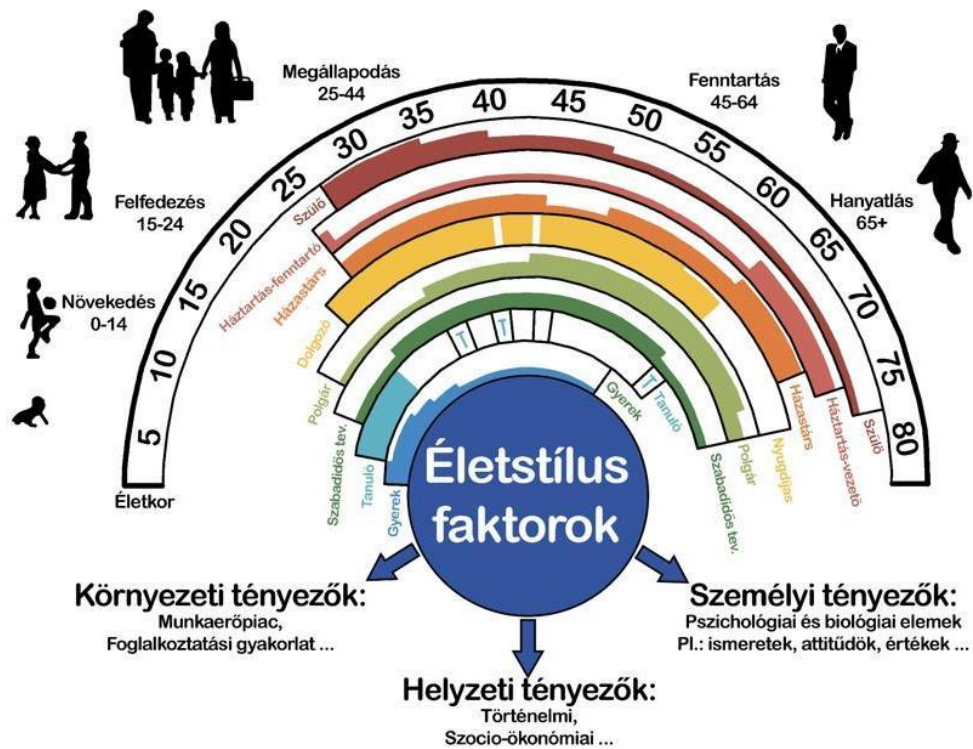
- Turai, T.** (2009). *Öregék társadalomnéprajzi vizsgálata. Doktori értekezéslet.* Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar.
- Turai, T.** (2010). *Öreg ember nem vénember! Idősek társadalom-néprajzi szempontból.* Budapest: Balassi Kiadó.
- Turner, B. S.** (1989). Ageing, Status Politics and Sociological Theory. *The British Journal of Sociology*, 40(4), pp. 588-606. doi:10.2307/590890
- Uhlenberg, P.** (2005). Demography of Aging. In D. I. Poston, & M. Micklin (szerk.), *Handbook of Population.* New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers. pp. 143-167.
- Underhill, L., & Cadwell, F.** (1984). „What age do you feel” Age Perception Study”, *Journal of Consumer Marketing*, 1(1), pp. 18-27. doi: 10.1108/eb008080
- United Nations** (2017). *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables. Working Paper No. ESA/P/WP/248.* Megtekintve: 2020.02.02., Online elérhető: <https://www.biomedcentral.com/getpublished/editorial-policies#citations>
- United Nations** (2019). *Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2019: Highlights. ST/ESA/SER.A/423.* Megtekintve: 2021.06.18., Online elérhető: <https://population.un.org/wpp/Publications/>
- United Nations Development Programme** (2020). *Human Development Indicators - Hungary. Human Development Reports.* Megtekintve: 2020. 08. 25., Online elérhető: <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/HUN>
- Van Auken, S., & Barry, T. E.** (1995). An Assessment of the Trait Validity of Cognitive Age Measures. *Journal of Consumer Psychology*, 4(2), pp. 107-132. doi: 10.1207/s15327663jcp0402_02
- Van Auken, S., Barry, T. E., & Bagozzi, R. P.** (2006). A Cross-Country Construct Validation of Cognitive Age. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(3), pp. 439–455. doi: 10.1177/0092070304270996
- van Dyk, S.** (2014). The appraisal of difference: Critical gerontology and the active-ageing-paradigm. *Journal of Aging Studies*, 31(Dec), pp. 93-103. doi: 10.1016/j.jaging.2014.08.008
- Vargha, L.** (2015). A társadalmi öregedés hagyományos és alternatív indikátorai. *Demográfia*, 58. évf.(1. szám), pp. 57-78.
- Vaskovics, L.** (2013). Az időskori életforma intézményesülése a modern társadalmakban. *Demográfia*, 56(1), pp. 7–24. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: <https://demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/demografia/article/view/367/600>
- Veenhoven, R.** (1996). Developments in satisfaction-research. *Social Indicator Research*, Vol. 20., pp. 333 -354.

- Veres, Z.** (szerk.) (2010). *Életstílus alapú fogyasztói szegmensek Magyarországon*. Tanulmánykötet. Szeged: SZTE Online elérhető: <https://eco.u-szeged.hu/download.php?docID=40127> Megtekintve: 2020.12.28.
- Veroszta, Z.** (2018). Regiszteradatok felhasználási lehetőségei a kohorsz kutatásban. *Demográfia*, 61(2-3), pp. 223-250. doi: 10.21543/Dem.61.2-3.4
- Vesperi, M. D.** (2001). Introduction: Media, Marketing, and Images of the Older Person in the Information Age. *Generations: Journal of the American Society on Aging*, 25(3), pp. 5-9. Online elérhető: <https://www.jstor.org/stable/26555076>
- Vincent, J.** (2003). *Old Age*. London: Routledge.
- Volinn, I. J., & Spielholz, J. B.** (1969). Relating health and social contacts to the morale of elderly persons. *Public Health Rep*, 84(11), pp. 1013-1020. doi: PMID: PMC2031698
- Wagner, T. & Bug, P.** (2015). *Actual consumer lifestyle segmentations - a European perspective*. Reutlingen: Reutlingen University. Megtekintve: 2020.12.28. Online elérhető: https://www.researchgate.net/publication/325100313_Actual_consumer_lifestyle_segmentations_-_a_European_perspective
- Wahl, H. W.** (2006). Introduction: The person-environment perspective in ageing research. In H. W. Wahl, H. Brenner, H. Mollenkopf, D. Rothenbacher, & C. Rott (szerk.), *The Many Faces of Health, Competence and Well-Being in Old Age*. Dordrecht: Springer. doi: 10.1007/1-4020-4138-1_1
- Walker, A.** (1981). Towards a Political Economy of Old Age. *Ageing and Society*, 1(1), pp. 73-94. doi: 10.1017/S0144686X81000056
- Walker, A.** (2006). Active ageing in employment: Its meaning and potential. *Asia-Pacific Review*, 13, pp. 78-93. doi: 10.1080/1343900060069762
- Wan, W. H., & Antonucci, T. C.** (2016). Social Exchange Theory and Aging. *Encyclopedia of Geropsychology*, pp. 1-9. doi: 10.1007/978-981-287-080-3_285-1
- Wärneryd, K.-E.** (1989). On the psychology of saving: An essay on economic behavior. *Journal of Economic Psychology*, 10(4), pp. 515-541. doi: 10.1016/0167-4870(89)90041-X
- Watzlawick, P., Weakland, J. H., & Fisch, R.** (2008). *Változás - A problémák keletkezésének és megoldásának elvei*. Budapest: Animula Kiadó
- Webster's** (1996). *Webster's New Universal Unabridged Dictionary*. New York: Barnes & Noble Books
- Westerhof, G. J., & Barrett, A. E.** (2005). Age identity and subjective well-being: a comparison of the United States and Germany. *J. Gerontol. B Psychol. Sci. Soc. Sci.*, 60, S129-S136.
- Westerhof, G. J., Miche, M., Brothers, A. F., Barrett, A. E., Diehl, M., Montepare, J. M., & et al.** (2014). The influence of subjective aging on health and longevity: a meta-analysis of longitudinal data. *Psychol. Aging*, 29, pp. 793-802.

- Wethington, E.** (2000). Expecting Stress: Americans and the “Midlife Crisis”. *Motivation and Emotion*, 24(2), pp. 85-103. Online elérhető: <http://midus.wisc.edu/findings/pdfs/103.pdf>
- While, R. M., Johnson, M., & Foner, A.** (1972). *Aging and Society. Volume III. A Sociology of Age Stratification*. New York: Russell Sage Foundation.
- WHO** (2002). *Active Ageing*. Megtekintve: 2020. 08. 01., Online elérhető: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/67215/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf?sequence=1
- WHO** (2015). World report on ageing and health. Luxembourg: WHO Press, World Health Organization. Online elérhető: <https://www.who.int/ageing/publications/world-report-2015/en/> Megtekintve: 2020.01.20.
- Wooldridge, J. M.** (2012). *Introductory Econometrics: A Modern Approach*, Fifth Edition. South-Western, Mason, OH.
- Wolters Kluwer** (2020). *2003. évi CXXV. törvény az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról*. Megtekintve: 2020.08.01.
Online elérhető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0300125.tv>
- Yamato, A.** (1993). *Asian Americans in the United States*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company
- Yoon, E.** (2013). *How China’s one-child policy hurts the elderly*. Megtekintve: 2020.01.20.
Online elérhető: <https://www.cnn.com/2013/10/22/how-chinas-one-child-policy-hurts-the-elderly.html>
- Zaidi, A., Gasior, K., Hofmarcher, M., Lelkes, O., Marin, B., Rodrigues, R., et al.** (2012). *Towards An Active Ageing Index: Concept, Methodology and First Results*. Vienna: European Centre for Social Welfare Policy and Research.
- Zakar, A.** (1989). *A szakmai életút kutatásának főbb tendenciái*. Megtekintve: 2020.08.01.,
Online elérhető: http://acta.bibl.u-szeged.hu/2264/1/paed_psych_031_023-031.pdf
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B.** (2000). *Generational Work: Managing the Class of Veterans, Boomers, X-ers and Nexters in Your Workplace*. New York: Amacon.
- Zihan, Y., & Post, T.** (2020). What age do you feel? – Subjective age identity and economic behaviors. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 173, 322-341.
doi:10.1016/j.jebo.2019.08.004
- Zimbardo, P., & Boyd, J.** (2012). *Időparadoxon*. Budapest: HVG könyvek.
- Zniva, R., & Weitz, W.** (2016). It’s not how old you are but how you are old: A review on aging and consumer behaviour. *Management Review Quarterly*, 66, pp. 267-297.
doi:10.1007/s11301-016-0121-z
- Zrinszky, L.** (2008). *A felnőttképzés tudománya. Bevezetés az andragógiába*. Budapest: Okker Kiadó

8. Mellékletek

1. Melléklet: Super-féle életpályamodell

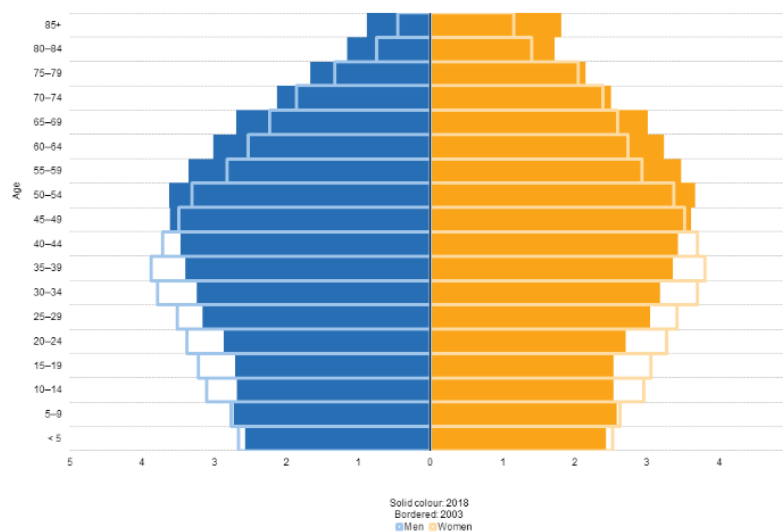


Pogátsnik, 2018, p. 30. (Super 1980 alapján)

2. Melléklet: EU-28 korfák

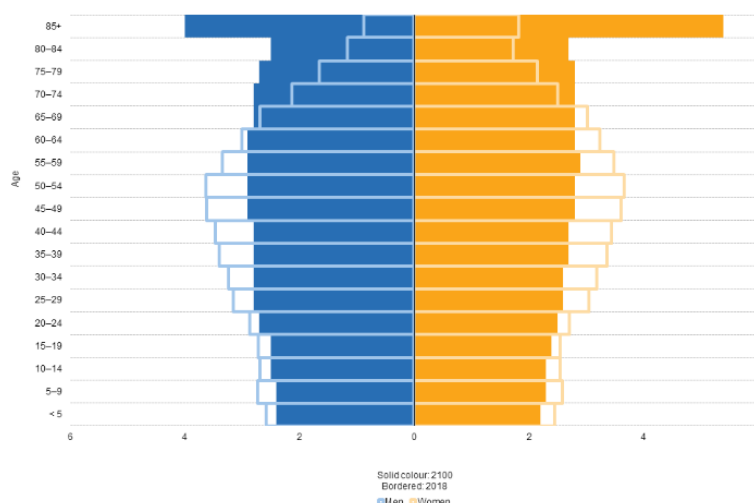
Korfa: A lakosság nemenkénti korelosztását ábrázoló, adott esetben a családi állapottal kiegészített grafikonja.

51. ábra: Az EU-28 korfa, 2003 és 2018 (a teljes népesség %-a)



Forrás: Eurostat, 2019 (online, o.n.); Note: 2018 provisional

52. ábra: Az EU-28 korfa, 2017 és 2080 (a teljes népesség %-a)



Forrás: Eurostat, 2019 (online, o.n.); Note: 2018: provisional. 2100: projections (EUROPOP2015)

3. Melléklet: Eltérő médiagenerációs felosztások

50 év feletti tagok	főleg 55 év felett	74+ évesek	Szerzők
Eltérő életkori generációs felosztások			
X-generáció (1965-1985)	Boomerek (1946-1964)	Érettek (1909-1945)	Yankelovich riport (2002)
X generáció (1965-1980)	Baby Boom generáció (1946-1964)	-	Tapscott (1998)
Gen-Xers (1960-1980)	Baby boomerek (1943-1960)	Veteránok (1922-1943)	Zemke, et al., (2000)
13. generáció (1961-1981)	Boom generáció (1943-1961)	Csöndes generáció (Silent eneration) (1925-1943)	Howe és Strauss (2000)
Gen-Xers (1965-1980)	Baby boomerek (1946-1964)	Tradicionálisak (1900-1945)	Lancaster és Stillman (2002)
X generáció (1965-1977)	Baby boomerek (1946-1964)	Csöndes generáció (Silent generation) (1925-1942)	Martin és Tulgan (2002)
A rendszerváltó generációja (1961-1980)	A vesztesek és győztesek generációja (1939-1960)	A nagy változások generációja (1920-1938)	Hoffmann (2003)
Gen-Xers (1965-1980)	Baby boomerek (1946-1964)	Érettek (<1946)	Obiinger és Obiinger (2005)
X generáció (1965-1980)	Boom generáció (1946-1964)	Érett generáció (1924-1945)	Reeves és Oh (2008)
X-generáció (1965-1976)	Boomerek (1946-1964)	Csendesek (1937-1945)	Pew Research Center (2010)
X generáció (1965-1979)	Baby boomerek (1946-1964)	Építők (1925-1945)	McCrindle Research (2012)
X generáció (1965-1976)	Baby Boomers (1946-1964)	Tradicionális, Csendes generáció (-1945)	The Center for Generational Kinetics (2020)
Generációs különbségeik röviden			
alacsony szintű tekintélyelfogadás, vállalkozók, hordozható karriert épít, jutalom a szabadság, változatosság-igényű	nem tekintélyelfogadó, magában biztos, rang és hatalom-központú (célú), csillagszerű karriert épít, sokat számít az egyéniség	magas szintű tekintélyelfogadás, egy munkahelyen megöregedés, hűség, kötelességtudat, csapatjátékos	Reeves - Oh (2008), Törőcsik (2016)

Forrás: saját szerkesztés Pál, et al. (2017, pp. 19-20.) táblája alapján (felhasználva: Reeves - Oh (2008, pp. 296-297.); McCrindle Research, Yankelovich- riport, in: Törőcsik (2011, 2016); Pew Research Center

(2010); The Center for Generational Kinetics, Obiinger, D., Obiinger, J. (eds.) (2005); Hoffmann Istvánné (2003); Howe, N. - Strauss, W. (2000); Tapscott, D. (1998); Zenike et al. (2000); Lancaster, L. C., Stillmann, D. (2002))

4. Melléklet: Online kérdőíves megkérdezés kérdései – alapképzéses hallgatók

Kérdések	Kiegészítés
Mi jut eszedbe az öregedés szóról?	
Hogyan határoznád meg az életkor szerinti életszakaszokat?	Szabad elképzeléseikre, elnevezéseikre hagyatkozva
Hány évesnek érzed magad?	
Saját magad hol húznád meg (mettől-meddig) az életkori határokat?	Megadva a WHO elnevezéseit, korhatárok nélkül: Gyerekkor, Fiatalkor, Középkorúak (fiatal illetve érett felnőtt), Öregedők, Időskorúak, Öregek, Aggastyánok, Matuzsálemi kor
Szerinted milyen érzés öregnek lenni?	
Szerinted milyen előnyökkel jár az öregség?	
Szerinted hogyan érzik magukat a mai idős emberek a világban?	
Milyen érzésed van, ha az idős jelzőt hallod?	
Milyen érzésed van, ha az öreg jelzőt hallod?	

Forrás: saját szerkesztés

5. Melléklet: Online kérdőíves megkérdezés – alapképzéses hallgatók - demográfiai tábla

Nem		A háztartás jelenlegi jövedelme				Lakóhely településtípusa	
Férfi	21	Kényelmesen megélünk a jelenlegi jövedelmünkben		40	főváros	6	
Nő	63	Kijövünk a jelenlegi jövedelmünkben		39	megyeszékhely	1	
Életkor		Nehezen élünk meg a jelenlegi jövedelmünkben		5	megyei jogú város	36	
19-21 év	61	60+ éves személy a háztartásban			egyéb város	30	
22-24 év	17	0 fő	60	2 fő	5	falu, község	11
25-28 év	4						
40+ év	2	1 fő	17	3 fő	2		

Forrás: saját szerkesztés (n=85; fő)

6. Melléklet: A 2018-as fókuszcsoporthoz viták, országos online, valamint személyes megkérdezés kérdéskörei

- *Milyen változások tükröződnek a magyar lakosság életstílusában, milyen jellemző nagyobb csoportok képezhetők? (életstílusra vonatkozó attitűdállítások, életstílusra vonatkozó értékek vizsgálata és életstílussal kapcsolatos értékek szemantikai vizsgálata)*
- *Milyen korral, korérzékeléssel kapcsolatos megállapítások tehetők általában és generációnként? (a fiatal, az idős és az öreg jelzők szimpátiája a magyar lakosság körében; különféle adottságok miatti hátrány érzékelése, különös tekintettel a kor miatti hátrányra)*
- *Milyen generációkkal kapcsolatos megállapítások tehetők a vizsgált kérdések alapján? (az egyes generációk kezdetének és végének érzékelése a felnőtt*

lakosság körében; a generációs feszültségek, együttműködések érzékelésének vizsgálata)

— OPQOL-Brief (Older People Quality of Life) skála három generáción történő vizsgálata

7. Melléklet: Országosan reprezentatív online megkérdezés – a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői

nem		gazdasági aktivitás		egészségi állapot					
	fő	% (n=1038)	fő	% (n=1038)	fő	% (n=1038)			
férfi	505	48,6%	aktív fizikai dolgozó	235	22,6%	Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben	629	60,5%	
nő	533	51,4%	aktív szellemi dolgozó	354	34,1%	Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvételemben	334	32,1%	
összesen	1038	100,0%	GYES-en, GYED-en	37	3,5%	Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz	57	5,5%	
generációk		háztartásbeli		nem válaszol		összesen		19	1,8%
	fő	% (n=1038)		fő	% (n=1038)	egy háztartásban élők száma		összesen	
fiatal	221	21,3%	tanuló	41	4,0%		fő	% (n=1038)	
középgenerációs	577	55,6%	nyugdíjas	255	24,5%	1 fő	141	13,6%	
idős	240	23,1%	munkanélküli	44	4,2%	2 fő	383	36,9%	
összesen	1038	100,0%	egyéb inaktív kereső	14	1,3%	3 fő	229	22,0%	
lakóhely régiója		legmagasabb befejezett iskolai végzettség		összesen		összesen		összesen	
	fő	% (n=1038)		fő	% (n=1038)	14 éven aluliak száma a háztartásban		összesen	
Közép-Magyarország	317	30,5%	legfeljebb 8 általános	70	6,7%	nincs	798	76,9%	
Közép-Dunántúl	112	10,8%	szakmunkásképző	134	12,9%	1 fő	139	13,4%	
Nyugat-Dunántúl	105	10,1%	szakközépiskolai érettség	216	20,8%	2 fő	74	7,1%	
Dél-Dunántúl	95	9,2%	gimnáziumi érettség	159	15,3%	3 fő	21	2,1%	
Észak-Magyarország	120	11,6%	felsőfokú technikum	78	7,5%	4 fő	3	0,3%	
Észak-Alföld	155	15,0%	főiskolai diploma	223	21,5%	nem válaszolt	2	0,2%	
Dél-Alföld	133	12,8%	egyetemi diploma	158	15,3%	összesen	1038	100,0%	
összesen	1038	100,0%	összesen	1038	100,0%	60 év felettek száma a háztartásban		összesen	
lakóhely településtípusa		jövedelmi szint		összesen		összesen		összesen	
	fő	% (n=1038)		fő	% (n=1038)	14 éven aluliak száma a háztartásban		összesen	
Budapest	186	18,0%	Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	78	7,5%	nincs	636	61,2%	
megyei jogú város	261	25,2%	Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	371	35,7%	1 fő	240	23,1%	
egyéb város	299	28,8%	Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tud(nak)	370	35,6%	2 fő	143	13,8%	
falvi község	291	28,0%	Néha arra se nagyon elég hogy megéljen(ek) belőle	93	9,0%	3 fő	11	1,0%	
összesen	1038	100,0%	Rendszeresen napi megélhetési gondjaj(k) vannak	43	4,2%	4 fő	5	0,5%	
családi állapot		tartós gyógyszeresedés		összesen		5 fő		nem válaszolt	
	fő	% (n=1038)		fő	% (n=1038)	összesen		összesen	
házas	440	42,4%	igen	421	40,5%	nincs	539	51,9%	
éltárs	142	13,7%	nem	592	57,1%	1 fő	282	27,2%	
örvegy	47	4,5%	nem válaszol	25	2,4%	2 fő	183	17,7%	
élettársi kapcsolatban él	222	21,4%	összesen	1038	100,0%	3 fő	28	2,7%	
összesen	1038	100,0%			összesen		4 fő	3	0,3%
						5 fő		1	0,1%
						nem válaszolt		2	0,2%
						összesen		1038	100,0%
						tartós betegek száma a háztartásban		összesen	
						összesen		összesen	
						nincs		539	
						1 fő		282	
						2 fő		183	
						3 fő		28	
						4 fő		3	
						5 fő		1	
						nem válaszolt		2	
						összesen		1038	

Forrás: Töröcsik – Németh (2018, p. 11., alaptanulmány, n=1038)

8. Melléklet: Országosan reprezentatív online megkérdezés – alkalmazott kérdőív

1. Milyen érzése van, ha az *idős* jelzőt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	0 – NT/NV	nagyon pozitív
----------------	--	-----------	----------------

2. Mennyire szimpatikusak Önnek az alábbi szavak? Jelölje szimpátiáját 1-től 10-ig terjedő skálán. Legye 1 a legkevésbé szimpatikus, a 10 a nagyon szimpatikus!

1.	siker	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
----	-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2.	robot	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.	fenntarthatóság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.	helyi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5.	én	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.	szépség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7.	kaland	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	természet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	gyors	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10.	élmény	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.	hagyomány	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12.	technika	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.	biztonság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14.	felelősség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15.	közösség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16.	lassú	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17.	virtuális világ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18.	egészség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19.	teljesítmény	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20.	család	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21.	változás	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22.	sokszínűség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23.	szabadság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24.	elismertség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25.	igazságosság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26.	átlagos élet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Hány éves kortól mondja valakire, hogy fiatal? éves kortól

4. Hány éves kortól mondja valakire, hogy középkorú? éves kortól

5. Hány éves kortól mondja valakire, hogy idős? éves kortól

6. Hány éves kortól mondja valakire, hogy öreg? éves kortól

7. Mekkora az Ön testsúlya? kb.kg 0 – NT/NV

8. a) Hány éves korokban vannak Ön szerint csúcson a nők az alábbi szempontok szerint?

b) Hány éves korokban vannak Ön szerint csúcson a férfiak az alábbi szempontok szerint?

	szempont	a) nők	b) férfiak
1.	bölcsesség éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
2.	szellemi kapacitás éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
3.	kreativitás éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
4.	szexualitás éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
5.	megjelenés éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
6.	fittség, erőnlét éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV
7.	társasági élet éves 0 – NT/NV éves 0 – NT/NV

9. Mennyire érzi egészségesnek magát? Kérem, egy tízfokozatú skála segítségével adja meg, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem érzem egészségesnek magam, a 10 pedig, hogy teljesen egészségesnek érzem magam! Természetesen a közbenső skálafokozatok is használhatók!

egyáltalán nem érzem egészségesnek magam	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 0 – NT/NV	teljesen egészségesnek érezem magam
---	---	--

10. Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?

1 – személyesen: fő

2 – telefonon keresztül: fő

3 – Messengeren, chaten keresztül: fő

4 – közösségi médián keresztül: fő

5 – egyéb internetes felületen (pl. Skype, e-mail) keresztül: fő

11. Milyen érzése van, ha az *öreg* jelzöt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 / 0 – NT/NV	nagyon pozitív
----------------	--	----------------

12. Hány éves korig mondja valakire, hogy gyerek? éves korig
13. Hány éves korig mondja valakire, hogy fiatal? éves korig
14. Hány éves korig mondja valakire, hogy középkorú? éves korig
15. Hány éves korig mondja valakire, hogy idős? éves korig
16. Hány éves korig mondja valakire, hogy öreg? éves korig

17. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öst, ha teljes mértékben egyetért!

	állítások	egyetértés foka
1.	Hátrányban vagyok az anyagi helyzetem miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
2.	Hátrányban vagyok a korom miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
3.	Hátrányban vagyok a megjelenésem/ruházatom miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
4.	Hátrányban vagyok a testi adottságaim miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
5.	Hátrányban vagyok, mert egyedül élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 / 99 – nem élek egyedül
6.	Hátrányban vagyok, mert nő/férfi vagyok	1 – 2 – 3 – 4 – 5

18. Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?

- 1 – Többet költök, mint korábban.
2 – Nem változtak a költési szokásaim.
3 – Jobban be kell osztanom a pénzem, mint korábban.
4 – Erősen meg kell szorítanom a költségeimet.

19. Milyen érzése van, ha a *fiatal* jelzöt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 / 0 – NT/NV	nagyon pozitív
----------------	--	----------------

20. Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Véleményét ötfokozatú skálán jelezze, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet az állítással, míg az 5 azt jelenti, hogy teljes mértékben egyetért az állítással!

	állítás	egyetértés foka
1.	Egyetértek azzal, ahogyan felneveltek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
2.	Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
3.	Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
4.	Az anyagi javak birtoklása szerint ítél meg a környezetem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
5.	Élvezem a digitális világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
6.	Nagy teljesítményeim még előttem állnak	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
7.	Mindig rend van körülöttem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
8.	Inkább csak szemlélem a világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
9.	Sokat utazom külföldre	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
10.	Mindenki hallgat a véleményemre	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
11.	Keresem az újdonságokat	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
12.	Kimaradok a dolgokból	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
13.	A férfinak el kell tartania a családját	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
14.	Környezet- és egészségtudatosan élek.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
15.	Másokhoz képest lassan élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
16.	A háziállatok a legjobb barátaink	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
17.	Az a legjobb, ha minél kevesebb dolog változik	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
18.	Tudom, mit akarok a jövőben	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
19.	Legjobb a virtuális térben tölteni az időt	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
20.	Nem értem ezt a mai világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
21.	Gyors életet élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
22.	Tradicionalisan gondolkodom	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
23.	Lassú tempóban élem az életem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
24.	Modern a gondolkodásmódom	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV

21. Mennyire az *együtműködés* vagy a *feszültség* jellemzi Ön szerint a különböző generációk viszonyát? Kérjük, jelezze ezt tízfokozatú skálán, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon jellemző a feszültség, míg a 10 azt jelenti, hogy nagyon jellemző az együtműködés!

nagyon jellemző a feszültség	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 0 – NT/NV	nagyon jellemző az együtműködés
------------------------------	---	---------------------------------

22. Az összes jó és a rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészségében, hogy értékelné az életminőségét? Értékelje ötfokozatú skálán, ahogy az 1 azt jelenti, hogy nagyon rossz, míg az 5 pedig azt jelenti, hogy nagyon jó!

nagyon rossz	1 – 2 – 3 – 4 – 5 / 0 – NT/NV	nagyon jó
--------------	-------------------------------	-----------

23. Kérjük, értékelje ötfokozatú skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal! Jelentse az 1, hogy egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetért!

	állítás	egyetértés foka
1.	Egészségében véve élvezem az életemet.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
2.	Várom, hogy történjenek a dolgok.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
3.	Ahhoz egészséges vagyok, hogy eljárjak társaságba.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
4.	Családtagok, barátok vagy szomszédok segítenének, ha szükségem lenne rá.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
5.	Van olyan társadalmi/szabadidős tevékenységem (hobby), amit élvezek.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
6.	Megpróbálok bevonódva maradni különböző a dolgokban.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
7.	Elég egészséges vagyok ahhoz, hogy független maradjak.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
8.	Meg vagyok elégedve azzal, amit csinállok.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
9.	Biztonságban érzem magam, ahol élek.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
10.	A saját otthonom örömmel tölt el.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
11.	Úgy veszem az életet, ahogy jön, és megpróbálok a legjobbat kihozni belőle.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
12.	A többi emberhez képest szerencsésnek érzem magam.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
13.	Van elég pénzem, hogy kifizessem a számláimat.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV
14.	Vannak számomra fontos emberi kapcsolatok	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0 – NT/NV

A megkérdezett

- Neme? 1 – férfi / 2 – nő
- Hány éves Ön:
- Családi állapota?
1 – hajadon/nőtlen / 2 – házas / 3 – elvált / 4 – özvegy / 5 – élettársi kapcsolatban él
- Szed-e Ön tartósan gyógyszert betegség miatt?
1 – igen / 2 – nem / -1 – nem válaszol
- Melyik állítás illik Önre?
1 – Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben
2 – Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelben
3 – Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz
-1 – nem válaszol
- Hányan élnek Önök egy háztartásban?fő
Ebből hány fő 14 éven aluli?fő
Hány fő 60 év feletti az Önök háztartásában?fő
Hány főnek van tartós betegsége a háztartásban?fő
- Milyen magas Ön (cm)? cm / -1 – nem válaszol

8. Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?
 1 – legfeljebb 8 általános / 2 – szakmunkásképző / 3 – szakközépiskolai érettségi
 4 – gimnáziumi érettségi / 5 – felsőfokú technikum / 6 – főiskolai diploma
 7 – egyetemi diploma
9. Ön hova sorolná családjá havi nettó jövedelmét?
 1. Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni
 2. Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni
 3. Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak
 4. Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle
 5. Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak
 0. NT/NV
10. Gazdasági aktivitás alapján hova sorolná magát?
 1 – aktív fizikai dolgozó / 2 – aktív szellemi dolgozó / 3 – GYES-en, GYED-en
 4 – háztartásbeli / 5 – tanuló / 6 – nyugdíjas / 7 – munkanélküli / 8 – egyéb inaktív kereső
 9 – egyéb eltartott / 99 – NT/NV
11. Hol lakik Ön életvitelszerűen? településen 0 - NV

9. Melléklet: Országosan reprezentatív személyes megkérdezés – a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői

nem		
	fő	% (n=2001)
férfi	973	48,6%
nő	1028	51,4%
összesen	2001	100,0%

generáció		
	fő	% (n=2001)
fiatal	462	23,1%
középgenerációs	1082	54,1%
idős	457	22,8%
összesen	2001	100,0%

lakóhely településtípusa		
	fő	% (n=2001)
Budapest	372	18,6%
megyei jogú város	423	21,1%
város	654	32,7%
falu, község	552	27,6%
összesen	2001	100,0%

lakóhely régiója		
	fő	% (n=2001)
Közép-Magyarország	239	11,9%
Közép-Dunántúl	216	10,8%
Nyugat-Dunántúl	203	10,1%
Dél-Dunántúl	183	9,2%
Észak-Magyarország	231	11,6%
Észak-Alföld	299	15,0%
Dél-Alföld	256	12,8%
Budapest	372	18,6%
összesen	2001	100,0%

családi állapot		
	fő	% (n=2001)
hajadon/nőtlen	437	21,9%
házas	867	43,3%
elvált	207	10,3%
özvegy	162	8,1%
életjársági kapcsolatban él	327	16,4%
összesen	2001	100,0%

iskolai végzettség		
	fő	% (n=2001)
legfeljebb 8 általános	271	13,5%
szakmunkásképző, szakiskola	681	34,0%
szakközépiskolai érettségi	406	20,3%
gimnáziumi érettségi	239	11,9%
felsőfokú technikum/OKJ/FOKS	125	6,2%
főiskolai diploma	191	9,5%
egyetemi diploma	78	3,9%
nem válaszolt	10	0,5%
összesen	2001	100,0%

gazdasági aktivitás		
	fő	% (n=2001)
aktív fizikai dolgozó	841	42,0%
aktív szellemi dolgozó	374	18,7%
GYES-en, GYED-en	80	4,0%
háztartásbeli	15	0,7%
tanuló	124	6,2%
nyugdíjas	471	23,6%
munkanélküli	42	2,1%
egyéb inaktív kereső	26	1,3%
egyéb eltartott	3	0,2%
NV	24	1,2%
összesen	2001	100,0%

háztartásban élők száma		
	fő	% (n=2001)
1 fő	306	15,3%
2 fő	687	34,3%
3 fő	450	22,5%
4 fő	353	17,6%
5 fő	140	7,0%
6 vagy több fő	66	3,3%
összesen	2001	100,0%

14 éven aluliak száma a háztartásban		
	fő	% (n=2001)
nincs	1441	72,0%
1 fő	354	17,7%
2 fő	152	7,6%
3 fő	38	1,9%
4 fő	10	0,5%
5 vagy több fő	7	0,3%
összesen	2001	100,0%

60 év felettek száma a háztartásban		
	fő	% (n=2001)
nincs	1367	68,3%
1 fő	379	18,9%
2 fő	247	12,3%
3 fő	8	0,4%
összesen	2001	100,0%

tartós betegek száma a háztartásban		
	fő	% (n=2001)
nincs	1339	66,9%
1 fő	477	23,8%
2 fő	167	8,4%
3 fő	16	0,8%
4 fő	2	0,1%
összesen	2001	100,0%

jövedelmi helyzet szubjektív megítélése		
	fő	% (n=2001)
Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	151	7,5%
Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	790	39,5%
Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak	869	43,4%
Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle	97	4,8%
Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak	22	1,1%
NT/NV	72	3,6%
összesen	2001	100,0%

tartós gyógyszeresedés		
	fő	% (n=2001)
szed tartósan gyógyszert	679	33,9%
nem szed	1297	64,8%
nem válaszolt	25	1,2%
összesen	2001	100,0%

egészségi állapot megítélése		
	fő	% (n=2001)
Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben	1505	75,2%
Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelben	410	20,5%
Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz	78	3,9%
nem válaszolt	8	0,4%
összesen	2001	100,0%

Forrás: Törőcsik – Németh (2018, p. 47., a megkérdezés alaptanulmánya, n=2001)

10. Melléklet: Országosan reprezentatív személyes megkérdezés – alkalmazott kérdőív

1. Mennyire értékeli összességében *aktív*nak az életvitelét? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem aktív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon aktív!

egyáltalán nem aktív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 NT/NV	nagyon aktív
----------------------	--	--------------

2. Milyen érzése van, ha az *öreg* jelzöt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	nagyon pozitív
----------------	--	----------------

3. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öt, ha teljes mértékben egyetért!

állítások	egyetértés foka
1. Csak a saját korosztályom körében érzem jól magam	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
2. A generációk megértik egymást	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
3. Ez a társadalom nem szereti a fiatalokat	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
4. Idegesítenek a nálam fiatalabbak	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
5. A generációk nagyon segítik egymást családon belül	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
6. Elégedett vagyok magammal	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
7. Ez a társadalom nem szereti az időseket	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
8. Csak a fiatal emberek érvényesülnek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
9. Idegesítenek a nálam öregebbek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
10. A generációk harcolnak egymással a munkahelyeken	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0

4. Hány éves kortól mondja valakire, hogy fiatal?

5. Hány éves kortól mondja valakire, hogy középkorú?

6. Hány éves kortól mondja valakire, hogy idős?

7. Milyen érzése van, ha a *fiatal* jelzöt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	nagyon pozitív
----------------	--	----------------

8. Ön hány évesnek érzi saját magát az alábbi szempontok alapján?

	szempont	érezelt kor
1.	általános közérzet, összességében éves
2.	aktivitás éves
3.	egészségi állapot éves
4.	kinézet éves

9. Milyen érzése van, ha az *idős* jelzöt hallja? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon negatív, a 10 pedig azt jelenti, hogy nagyon pozitív!

nagyon negatív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	nagyon pozitív
----------------	--	----------------

10. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öt, ha teljes mértékben egyetért!

	állítások	egyetértés foka
1.	Hátrányban vagyok az anyagi lehetőségeim miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
2.	Hátrányban vagyok a korom miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
3.	Hátrányban vagyok a megjelenésem miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
4.	Hátrányban vagyok a testi adottságaim miatt	1 – 2 – 3 – 4 – 5
5.	Hátrányban vagyok, mert egyedül élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 / 99 – nem élek egyedül
6.	Hátrányban vagyok, mert nő/férfi vagyok	1 – 2 – 3 – 4 – 5

11. Mennyire tartja fontosnak az alábbi tulajdonságokat? Véleményét kérjük, hatfokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem tartja fontosnak, a 6 pedig azt jelenti, hogy nagyon fontosnak tartja az adott szempontot!

tulajdonságok	fontosság
1. új dolgok kitalálása, kreativitás	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
2. gazdagság, pénz	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
3. egyenlő lehetőségek, egyenlő bánásmód	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
4. képességek megmutatása, hogy nagyra becsüljenek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
5. biztonságos körülmények között élni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
6. új, változatos dolgok kipróbálása	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
7. a szabályok követése	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
8. más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
9. alázatos, szerény, visszafogott	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
10. jól érzem magam	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
11. saját döntések, hogy szabad legyek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
12. segítségnyújtás más embereknek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
13. sikeresség, elismertség	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
14. hatalom mások felett	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
15. kalandok, érdekes élet	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
16. hogy mások tiszteljenek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
17. becsületesség	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
18. a környezet védelme	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
19. a hagyományok tisztelete	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0
20. öröm abban, amit teszek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 0

12. Mennyire elégedett a jelenlegi életével? Kérjük, egy tízfokozatú skála segítségével adja meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem, 10 pedig, hogy nagyon elégedett!

egyáltalán nem vagyok elégedett	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 NT/NV	nagyon elégedett vagyok
---------------------------------	---	-------------------------

13. Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?

- 1 – személyesen: fő
- 2 – telefonon keresztül: fő
- 3 – Messengeren, chaten keresztül:fő
- 4 – közösségi médián keresztül: fő
- 5 – egyéb internetes felületen (pl. Skype, e-mail) keresztül: fő

14. Mekkora az Ön testsúlya? kb kg / -1 – nem kívánok válaszolni

15. Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Véleményét ötfokozatú skálán jelezze, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet az állítással, míg a 5 azt jelenti, hogy teljes mértékben egyetért az állítással!

	állítás	egyetértés foka
1.	Imádok vásárolni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
2.	A lehető leggyorsabban intézem el a vásárlásokat.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
3.	Nagyon jó érzés, ha telepakolhatom a bevásárlókocsimat.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
4.	Én intézem a vásárlások nagy részét.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0

16. Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?

- 1 - Többet költök, mint korábban.
- 2 - Nem változtak a költési szokásaim.
- 3 - Jobban be kell osztanom a pénzem, mint korábban.
- 4 - Erősen meg kell szorítanom a költéseimet.

17. Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Véleményét ötfokozatú skálán jelezze, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet az állítással, míg az 5 azt jelenti, hogy teljes mértékben egyetért az állítással!

	állítás	egyetértés foka
1.	Egyetértek azzal, ahogyan felneveltek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
2.	Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
3.	Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
4.	Az anyagi javak birtoklása szerint ítélek meg a környezetem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
5.	Élvezem a digitális világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
6.	Nagy teljesítményeim még előttem állnak	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
7.	Mindig rend van körülöttem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
8.	Inkább csak szemlélem a világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
9.	Sokat utazom külföldre	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
10.	Mindenki hallgat a véleményemre	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
11.	Keresem az újdonságokat	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
12.	Kimaradok a dolgokból	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
13.	A férfinak el kell tartania a családját	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
14.	Jobb szeretem mások életét élni a filmek nézésével.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
15.	Másokhoz képest lassan élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
16.	A háziállatok a legjobb barátaink	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
17.	Az a legjobb, ha minél kevesebb dolog változik	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
18.	Tudom, mit akarok a jövőben	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
19.	Legjobb a virtuális térben tölteni az időt	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
20.	Nem értem ezt a mai világot	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
21.	Gyors életet élek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
22.	Tradicionalisan gondolkodom	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
23.	Lassú tempóban élem az életem	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
24.	Modern a gondolkodásmódom	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0

A megkérdezett

Neme? 1 – férfi / 2 – nő

Hány éves Ön? éves

Családi állapota?

1 – hajadon/nőtlen / 2 – házas / 3 – elvált / 4 – özvegy / 5 – élettársi kapcsolatban él

Szed-e Ön tartósan gyógyszert betegség miatt?

1 – igen / 2 – nem / -1 nem válaszol

Melyik állítás illik Önre?

- 1 – Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben
- 2 – Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelben
- 3 – Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz
- 1 nem válaszol

Hányan élnek Önök egy háztartásban?fő

Ebből hány fő 14 éven aluli?fő

Hány fő 60 év feletti az Önök háztartásában?fő

Hány főnek van tartós betegsége a háztartásban?fő

Milyen magas Ön (cm)? cm -1 – nem válaszol

Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?

- 1 – legfeljebb 8 általános / 2 – szakmunkásképző, szakiskola
- 3 – szakközépiskolai érettségi / 4 – gimnáziumi érettségi
- 5 – felsőfokú technikum/OKJ/FOKSZ / 6 – főiskolai diploma / 7 – egyetemi diploma

Ön hova sorolná családjá havi nettó jövedelmét? - 0. NT/NV

- 1. Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni
- 2. Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni
- 3. Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak
- 4. Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle
- 5. Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak

Gazdasági aktivitás alapján hova sorolná magát?

- 1 – aktív fizikai dolgozó / 2 – aktív szellemi dolgozó / 3 – GYES-en, GYED-en
 4 – háztartásbeli / 5 – tanuló / 6 – nyugdíjas / 7 – munkanélküli / 8 – egyéb inaktív kereső
 9 – egyéb eltartott / 99 – NT/NV

Hol lakik életvitelszerűen? település

11. Melléklet: A mélyinterjú sorozat vezérfonala (6 témakör)

1. Melyek voltak élete *legfontosabb állomásai*, amelyek változást hoztak az életébe?
2. Az előzőekben megnevezett fordulópontok közül melyik vagy *melyek hatására változtak meg leginkább a vásárlási szokásai*?
3. Mit gondol, mik *lesznek még ilyen jelentős fordulópontok* az életében?
4. Voltak-e olyan *életesemények*, amelyek az életkorával voltak/vannak kapcsolatban és amik kiemelkedően jó érzéssel, illetve kiemelkedően rossz érzéssel jártak együtt?
5. Érte már *hátrány a kora miatt*, és ha igen, mikor történt ez? Volt-e már véleménye szerint „túl fiatal”, „túl idős” valamihez?
6. Hogy *viszonyul* ma a korához?

12. Melléklet: A mélyinterjú sorozat megkérdezetti körének demográfiai jellemzői

Nem		Iskolai végzettség		A család havi nettó jövedelme		Egy háztartásban élők száma	
Férfi	51,6%	Legfeljebb 8 általános	3,2%	Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni.	19,4%	1 fő	19,4%
Nő	48,4%	Szakk munkásképző	22,6%			2 fő	45,2%
Korcsoport (év)		Szakközépiskolai érettségi	9,7%	Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni.	54,8%	3 fő	19,4%
50-54	25,8%	Gimnáziumi érettségi	16,1%			4 fő	9,7%
55-59	3,2%	Felsőfokú technikum	12,9%	Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak.	22,6%	5 fő	6,5%
60-64	22,6%	Főiskolai diploma	19,4%			0 fő	90,3%
65-69	16,1%	Egyetemi diploma	16,1%	Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle.	3,2%	Ebből 14 év alatti	
70-74	6,5%	Gazdasági aktivitás				1 fő	6,5%
75-79	16,1%	Aktív fizikai dolgozó	22,6%	Egészségi állapot		2 fő	0,0%
80-84	9,7%	Aktív szellemi dolgozó	32,3%	Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben.	38,7%	3 fő	3,2%
Lakóhely		Nyugdíjas	45,2%			60 év feletti	
Megyei jogú város	45,2%	Családi állapot		Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelemben.	54,8%	0 fő	35,5%
		Házas	48,4%			1 fő	35,5%
Város	32,3%	Élettársi kapcsolatban él	12,9%	Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz.	6,5%	2 fő	29,0%
Község	22,6%	Elvált	12,9%			Gyógyszer szedése	
		Özvegy	25,8%	Igen	64,5%	Tartós betegséggel élők a háztartásban	
				Nem	35,5%	0 fő	38,7%
						1 fő	35,5%
						2 fő	22,6%
						3 fő	3,2%

Forrás: saját szerkesztés (csak az idős válaszadók, n=31)

13. Melléklet: A mélyinterjú sorozat során alkalmazott kérdőív

0. Az interjúalany profilja (Mutassa be az interjúalanyt, a viszonyait, jellemzőit! Segíthet a „meséljen kicsit magáról” kérés, illetve az interjút megelőző ismeretek a személyről. Legyen érintve a kor, jelenlegi élethelyzete, életében fontos emberi kapcsolatait, általános költési szokásai, szabadidős tevékenységei, stb.)

1. Melyek voltak élete legfontosabb állomásai, amelyek változást hoztak az életébe? Hány éves volt ekkor? Gondoljon a magánéletére, munkájára, egészségére, iskoláira! Miért ezeket nevezte meg? Kérem, fejtse ki, mi történt ekkor, miben mutatkozott meg leginkább a fordulat? Megváltozott-e gondolkodása, időbeosztása, életstílusa? Ha igen, mennyiben?

2. Az előzőekben megnevezett fordulópontok közül melyik vagy melyek hatására változtak meg leginkább a vásárlási szokásai? Nevezzen meg olyan termékeket, termékcsoportokat esetleg márkákat, amelyeket ezután már nem vásárolt, illetve elkezdett vásárolni! (Legalább 5 megnevezés legyen! Emlékeztessük az interjúalanyt a felsorolt fordulópontokra!) Példa:

Elhagyta a termékcsoportot	Elkezdte vásárolni a termékcsoportot
1. Fordulópont: Saját bevétel szerzése 16 évesen diákmunkából.	
matrica, gumicukor, újság	szempillaspirál, parfüm

3. Mit gondol, mik lesznek még ilyen jelentős fordulópontok az életében? Hány éves lesz ekkor? Mit gondol, mi fog ekkor megváltozni? Miben mutatkozik majd meg leginkább a fordulat? (Pozitív és negatív válaszokat is várunk!)

4. Voltak-e olyan életesemények, amelyek az életkorával voltak/vannak kapcsolatban és amik kiemelkedően jó érzéssel, illetve kiemelkedően rossz érzéssel jártak együtt? Miért? (Min. 1 példa!)

5. Érte már hátrány a kora miatt, és ha igen, mikor történt ez? Volt-e már véleménye szerint „túl fiatal”, „túl idős” valamihez? (Min. 1 példa!) Tettek-e fájó megjegyzést a korára?

6. Hogy viszonyul ma a korához? Milyen érzéseket kelt Önben a kora? Változott-e a környezete magatartása a kora miatt?

7. Az összes jó és rossz dolgot együttvéve, amelyek meghatározzák az életminőségét, egészében nézve, hogyan értékelné az életminőségét? Értékelje ötfokozatú skálán, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon rossz, míg az 5 pedig azt, hogy nagyon jó!

8. Kérjük, értékelje ötfokozatú skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal! Az 1-es jelenti, hogy egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetért!

1. Egészében véve élvezem az életemet.
2. Várom, hogy történjenek a dolgok.
3. Kifejezetten szeretek vásárolni.
4. Ahhoz egészséges vagyok, hogy eljárjak társaságba.
5. Családtagok, barátok vagy szomszédok segítenének, ha szükségem lenne rá.
6. Van olyan társadalmi/szabadidős tevékenységem (hobby), amit élvezek.
7. Megpróbálok bevonódva maradni különböző dolgokban.
8. Elég egészséges vagyok ahhoz, hogy független maradjak.
9. Meg vagyok elégedve azzal, amit csinálok.
10. Biztonságban érzem magam ott, ahol élek.
11. A saját otthonom örömmel tölt el.
12. Úgy veszem az életet, ahogy jön és megpróbálok a legjobbat kihozni belőle.
13. A többi emberhez képest szerencsésnek érzem magam.
14. Van elég pénzem, hogy kifizessem a számláimat.
15. Vannak számomra fontos emberi kapcsolatok.

Demográfiai kérdések
Neme: Nő / Férfi
Hány éves Ön?

Hol lakik Ön életvitelszerűen?		településen
Családi állapot:		
1 – hajadon/nőtlen	3 – elvált	5 – élettársi kapcsolatban él
2 – házas	4 – özvegy	0 – nem válaszol
Melyik állítás illik Önre?		
1 – Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben.		
2 – Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelemben.		
3 – Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz.		
0 – nem válaszol		
Szed Ön tartósan gyógyszert betegség miatt?		
1 – igen	2 – nem	0 – nem válaszol
Hányan élnek Önök egy háztartásban? fő		
Ebből hány fő 14 éven aluli? fő		
Hány fő 60 év feletti? fő		
Hány főnek van tartós betegsége a háztartásban? fő		
Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?		
1 – legfeljebb 8 általános	4 – gimnáziumi érettségi	7 – egyetemi diploma
2 – szakmunkásképző	5 – felsőfokú technikum	0 – NV
3 – szakközépiskolai érettségi	6 – főiskolai diploma	
Ön hova sorolná családja havi nettó jövedelmét?		
1. Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni.		
2. Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni.		
3. Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak.		
4. Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle.		
5. Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak.		
0. NT/NV		
Gazdasági aktivitás alapján hova sorolná magát?		0– NT/NV
1 – aktív fizikai dolgozó	4 – háztartásbeli	7 – munkanélküli
2 – aktív szellemi dolgozó	5 – tanuló	8 – egyéb inaktív kereső
3 – GYES-en, GYED-en	6 – nyugdíjas	9 – egyéb eltartott

14. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés kérdéskörei

- *Milyen változások tükröződnek az idős magyar lakosság életstílusában, és milyen jellemző nagyobb csoportok képezhetők?* (életstílusra vonatkozó attitűdállítások és életstílusra ható értékek vizsgálata, életstílussal kapcsolatos értékek szemantikai vizsgálata)
- *OPQOL-Brief (Older People Quality of Life) skála használata*
- *Milyen korról, korérzékeléssel kapcsolatos megállapítások érvényesek általában és korcsoportonként (50-54 év, 55-59 év, 60-64 év, 65-70 év)?* (szubjektív korérzékelés az idős magyar lakosság körében; különféle adottságok miatti hátrány érzékelése; az idős korosztály tagjai által önmaguk viszonyítása a velük egykorú személyekhez)

— *Hogyan érzékeli és értékeli az vizsgált korosztály a vásárlási szokásainak megváltozását? (a jelenlegi és a 10 évvel ezelőtti vásárlási szokások összehasonlítása; online vásárlási szokások az idősödő korosztályban)*

15. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés megkérdezetti körének demográfiai jellemzői

Korcsoport		Régió		Legmagasabb befejezett iskolai végzettség	
50-54 év	24,3 %	Közép-Magyarország	28,3 %	legfeljebb 8 általános	10,9 %
55-59 év	22,1 %	Közép-Dunántúl	11,1 %	szakmunkásképző, szakiskola	40,7 %
60-64 év	26,5 %	Nyugat-Dunántúl	10,5 %	szakközépiskolai érettségi	18,5 %
65-70 év	27,1 %	Dél-Dunántúl	9,9 %	gimnáziumi érettségi	9,3 %
		Észak-Magyarország	12,0 %	technikum	6,5 %
		Észak-Alföld	14,9 %	főiskolai diploma	10,6 %
		Dél-Alföld	13,3 %	egyetemi diploma	3,2 %
				NV	0,2 %
Neme		Településtípus		Gazdasági aktivitás	
férfi	46,1 %	Budapest	16,1 %	aktív fizikai dolgozó	34,8 %
nő	53,9 %	megyei jogú város	22,3 %	aktív szellemi dolgozó	16,0 %
		város	32,9 %	munkanélküli	1,4 %
		falu	28,7 %	háztartásbeli	1,0 %
				nyugdíjas	40,9 %
				nyugdíj előtti segélyen levő	2,0 %
				egyéb inaktív	3,9 %
Egy háztartásban élők száma		Családi állapot		Munka kategóriája	
1 fő	23,7 %	párkapcsolatban él	61,4 %	vállalkozó/tulajdonos	6,4 %
2 fő	47,1 %	nem él párkapcsolatban:	38,6 %	alkalmazott állami cégnél	13,9 %
3 fő	15,7 %	nőtlen/hajadon	7,2 %	alkalmazott magánvállalkozásnál	29,5 %
4 fő	9,1 %	elvált	19,2 %	más	1,0 %
5-7 fő	4,3 %	özvegy	12,3 %	nem dolgozik	49,2 %
10 fő felett	0,2 %				
Saját gyerekek száma		Család (háztartás) havi nettó jövedelme		Egészségi állapot	
nincs gyereke	14,1 %	Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	7,3 %	Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben.	62,8 %
1 fő	20,7 %	Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	38,6 %	Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelben.	33,5 %
2 fő	45,6 %	Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak	45,9 %	Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz.	3,7 %
3 fő	15,5 %	Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle	5,0 %		
4-6 fő	4,0 %	Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak	1,1 %		
		NT/NV	2,0 %		
Unokák száma		Betegség miatti tartós gyógyszeresedés			
nincs unokája	49,0 %	igen	53,5 %		
1 fő	15,9 %	nem	46,5 %		
2 fő	15,9 %				
3 fő	8,6 %				
4-6 fő	9,2 %				
7-9 fő	0,9 %				
10 fő felett	0,5 %				

Forrás: saját szerkesztés

16. Melléklet: Az országosan reprezentatív 500 fős személyes megkérdezés során alkalmazott kérdőív

D2. Hány éves Ön? éves → *Ha 50 évnél fiatalabb, vagy 70 évnél idősebb vége*

A1. Mennyire szeret Ön *jelenleg vásárolni*? Véleményét 10 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, kifejezetten nem szeret vásárolni, a 10 pedig, hogy kifejezetten szeret vásárolni!

kifejezetten nem szeretek vásárolni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	kifejezetten szeretek vásárolni
-------------------------------------	--	---------------------------------

A2. Mennyire jelent Önnek *feladatot vagy élményt/örömet a vásárlás*? Véleményét kérem, tízfokozatú skálán mondja el, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyértelműen feladatot jelent a vásárlás, míg a 10 pedig, hogy egyértelműen élményt jelent a vásárlás!

feladat	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	élmény
---------	--	--------

A3. Mennyire szeretett Ön 10 évvel ezelőtt vásárolni?

kifejezetten nem szerettem vásárolni	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	kifejezetten szerettem vásárolni
--------------------------------------	--	----------------------------------

A4. Mennyire jelentett Önnek 10 évvel ezelőtt *feladatot vagy élményt/örömet a vásárlás*?

feladat	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	élmény
---------	--	--------

A5. Rendelkezik Ön valamilyen közösségi média-fiókkal, profillal?

1 – igen 2 – nem → Ugrás A7. kérdésre

A6. Melyik az a három közösségi média oldal, amit a leggyakrabban használ? (Kérzőnek segítség: a táblázatban látottak; ha csak kettőt mond, akkor csak kettőt ír be.)

1. Facebook	2. Twitter	3. Snapchat	4. Instagram	5. Pinterest
6. LinkedIn	7. Ask.fm	8. YouTube	9. Tumblr	10. egyéb...

A7. Milyen gyakran végzi online az alábbi tevékenységeket?

		1 – soha, 2 – ritkán, 3 – gyakran		
1.	Használt termékek vásárlása. (Pl. apróhirdetési felületek vagy adok-veszek csoportok használata.)	1	2	3
2.	Használt termékek eladása.	1	2	3
3.	A felületen látott hirdetés termékére való rákeresés.	1	2	3
4.	Webáruházból vásárlás	1	2	3
5.	Saját termékek vagy vállalkozás hirdetése.	1	2	3

B1. Mennyire fontosak az Ön számára az alábbi tényezők? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1-es azt jelenti, egyáltalán nem fontos, az 5 pedig, hogy rendkívül fontos!

1.	lelki egyensúly	1	2	3	4	5
2.	fizikai teljesítőképesség	1	2	3	4	5
3.	külső vonzerő	1	2	3	4	5
4.	anyagi lehetőségek	1	2	3	4	5
5.	megbecsültség a környezetében	1	2	3	4	5
6.	megbecsültség a családban	1	2	3	4	5
7.	sikeresség	1	2	3	4	5
8.	önállóság	1	2	3	4	5

B2. Mennyire szimpatikusak Önnek az alábbi szavak? Jelölje szimpátiáját 1-től 10-ig terjedő skálán. Legyen 1 a egyáltalán nem szimpatikus, a 10 pedig a nagyon szimpatikus!

1.	siker	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.	robot	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.	fenntarthatóság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.	helyi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5.	én	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.	idős	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7.	szépség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	kaland	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	természet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10.	gyors	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.	élmény	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12.	hagyomány	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.	technika	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14.	biztonság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15.	felelősség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16.	közösség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17.	lassú	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18.	virtuális világ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

19.	egészség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20.	teljesítmény	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21.	család	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22.	változás	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23.	öreg	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24.	sokszínűség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25.	szabadság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26.	elismertség	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27.	igazságosság	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28.	átlagos élet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29.	új dolgok	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30.	öregedés	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

B3. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1-et, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-öt, ha teljes mértékben egyetért!

1.	Hátrányban vagyok az anyagi helyzetem miatt.	1	2	3	4	5
2.	Hátrányban vagyok a korom miatt.	1	2	3	4	5
3.	Hátrányban vagyok a megjelenésem/ruházatom miatt.	1	2	3	4	5
4.	Hátrányban vagyok a testi adottságaim miatt.	1	2	3	4	5
5.	Hátrányban vagyok, mert egyedül élek. 99 – nem él egyedül	1	2	3	4	5
6.	Hátrányban vagyok, mert nő/férfi vagyok.	1	2	3	4	5

B4. Mennyire tartja *egészségesnek* önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal egészségesebbnek, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal kevésbé egészségesnek tartja magát!

sokkal kevésbé egészségesnek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	sokkal egészségesebbnek
------------------------------	--	-------------------------

B5. Milyen helyzetűnek tartja *anyagilag* önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal jobb az anyagi helyzete, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal rosszabb az anyagi helyzete, mint az Önnel egykorúaknak!

sokkal rosszabb helyzetűnek	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	sokkal jobb helyzetűnek
-----------------------------	--	-------------------------

B6. Mennyire elégedett *fizikai aktivitásával*, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal aktívabbnak, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal kevésbé aktív!

sokkal kevésbé aktív	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10	sokkal aktívabbnak
----------------------	--	--------------------

B7. Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai? Melyik állítás igaz Önre leginkább?

1. Sokkal többet költök, mint korábban
2. Többet költök, mint korábban.
3. Nem változtak a költési szokásaim.
4. Jobban meg kell szorítanom a költéseimet, mint korábban.
5. Erősen meg kell szorítanom a költéseimet.

B8. A legtöbb ember nem tűnik annyi idősnek, mint amennyi születési dátuma szerinti „hivatalos” életkora. A következő kérdések az Ön „nem hivatalos életkorának” a megismeréséről szólnak. Kérjük, válaszoljon, melyik korcsoporthoz tartozónak ÉRZI magát valójában.

	tínédzser	20-as	30-as	40-es	50-es	60-as	70-es	80-as
1. Úgy ÉRZEM, mintha a ... éveimben járnék.								
2. Úgy NÉZEK KI, mintha a ... éveimben lennék.								
3. A legtöbb dolgot úgy csinálom, mintha a ... éveimben járnék.								

4.	Az ÉRDEKLŐDÉSI KÖRÖM leginkább olyan, mint a ... éveseké.								
5.	Az egészségi állapotom olyan mintha ... éves lennék.								

V1a. Mikor volt az Ön életében utoljára komoly változás, aminek következtében a vásárlási szokásai is megváltoztak? *Információ: Komoly változás lehet bármi, amit az alany annak érez.*

..... éve, éves koromban

V1b. Mi változott meg, mi volt a kiváltó ok? Kérem, röviden fejtse ki!

.....

V2a. Mennyire mutatkozott meg az életében bekövetkezett legutóbbi komoly változás a következő területeken? Kérjük, véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, semennyire, az 5 pedig, hogy szembetűnően.

V2b. *Csak ha az adott területen volt változás (V2a≠1)!* Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben! 1=negatív érzést vált ki; 2=nem vált ki érzelmet; 3=pozitív érzelmet vált ki.

1.	önnek fontos tárgyakon (pl. autó, telefon, könyvek)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
2.	lakásán (pl. berendezés stílusa)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
3.	munkájában (pl. tevékenység, munkahely)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
4.	szabadidős tevékenységein	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
5.	lakhelyén	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
6.	kinézetén (testalkat)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
7.	egészségi állapotán	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
8.	öltözködési stílusán	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
9.	családi életében	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
10.	fizikai aktivitásában	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
11.	társas kapcsolatain (barátok, ismerősök)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3
12.	vásárlásain	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1	2	3

V3. Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Kérjük, véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált; 0: NT/NV.

1.	Ma jobban odafigyelek a költségeimre, mint korábban.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
2.	Mostanában többféle termék fogyasztásáról is le kellett mondanom <i>egészségi</i> okokból.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
3.	Mostanában többet vásárolok nem velünk élő családtagjaimnak (szülő, gyerek, unoka, rokon)	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
4.	Mostanában többféle termék fogyasztásáról is le kellett mondanom <i>anyagi</i> okokból.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
5.	Mostanában többféle termék vásárlásáról is lemondok, mert jobban odafigyelek a <i>környezetemre</i> .	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
6.	Az utóbbi időben az akciók alapján tervezem meg a vásárlói körutamat.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
7.	Lassú tempóban élem az életem.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
8.	Jobban odafigyelek a vásárlásaimra, mert tudom, hogy a túlzott fogyasztás milyen káros.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
9.	Modern a gondolkodásmódom.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
10.	Szívesebben sétálok végig a boltban, nézegetem a kínálatot.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
11.	Gyors tempóban élem az életem.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
12.	Környezettudatos vagyok, ezért sok esetben használt termékeket vásárolok, vagy másokkal cserélek.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
13.	Zavarnak az öregedés külső jegyei. (pl. ráncok)	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
14.	Figyelemmel kísérem az engem érdeklő új termékek megjelenését.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
15.	Elkerülöm a nem tervezett vásárlásokat.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0
16.	Tradicionális a gondolkodásmódom.	1 - 2 - 3 - 4 - 5 0

17.	Fontos számomra, hogy fiatalosságot sugározzon a külsőm.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0
18.	Sok minden másra költök, mint korábban.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 0

V4. Kérjük, mondja meg, hogy az egyes tulajdonságok melyik generáció vásárlásaira jellemzőek inkább! Egy tulajdonságot hozzárendelhet csak az egyik generációhoz, de az is lehetséges, hogy mindhárom vagy egyik generációhoz sem rendeli hozzá.

	tulajdonságok	fiatal generáció (-29 év)	közép-generáció (30-59)	idős generáció (60 felett)	mind-három	egyik sem
1.	lassan vásárló					
2.	boldogan vásárló					
3.	megfontolt					
4.	sietős					
5.	gyorsan vásárló					
6.	kényszerből vásárló					
7.	unatkozó					
8.	szórakozva vásárló					
9.	vállalkozó szellemű					
10.	környezetére érzékeny					
11.	kiáll a fogyasztói érdekeiért					
12.	másoknak vásárol					
13.	sokat költ					
14.	spórolós					
15.	akcióvadász					
16.	egészségtudatos					
17.	türelmes					
18.	kritikus					
19.	online vásárol					
20.	megosztja másokkal tapasztalatait					
21.	bizonytalan					

V5a. Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, sokkal kevesebb költ rá, 3: nem változott, az 5 pedig, hogy sokkal többet költ rá.

V5b Csak ha az adott területen volt változás (V5a≠3)! Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben! 1=negatív érzést vált ki; 2=nem vált ki érzelmet; 3=pozitív érzelmet vált ki.

		1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
1.	Élelmiszerek és alkoholmentes italok	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
2.	Szeszes italok	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
3.	Dohányárúk	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
4.	Ruházat és lábbeli	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
5.	Lakásfenntartás és háztartási energia	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
6.	Lakberendezés, felújítás	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
7.	Egészségügy	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
8.	Közlekedés (autózás, bérletek)	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
9.	Kommunikáció (mobiltelefon, vezetékes, tv-csatlakozás)	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
10.	Kultúra, szórakozás	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
11.	Oktatás	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
12.	Vendéglátás	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
13.	Utazás, üdülés	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3
14.	Megjelenés (fodrász, kozmetikus, smink, körmös....)	1 – 2 – 3 – 4 – 5	1	2	3

H1a. Mennyire *elégedett* saját *jelenlegi* helyzetével az alábbi tényezők alapján? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, nagyon elégedetlen, az 5 pedig, hogy nagyon elégedett.

1.	lelki egyensúly	1	2	3	4	5
2.	fizikai teljesítőképesség	1	2	3	4	5
3.	külső vonzerő	1	2	3	4	5
4.	anyagi lehetőségek	1	2	3	4	5
5.	megbecsültség a környezetében	1	2	3	4	5
6.	megbecsültség a családban	1	2	3	4	5
7.	sikeresség	1	2	3	4	5
8.	önállóság	1	2	3	4	5

H1b. Mennyire volt *elégedett 10 évvel ezelőtt* a helyzetével az alábbi tényezők szerint? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti, nagyon elégedetlen volt velük, az 5 pedig, hogy nagyon elégedett.

1.	lelki egyensúly	1	2	3	4	5
2.	fizikai teljesítőképesség	1	2	3	4	5
3.	külső vonzerő	1	2	3	4	5
4.	anyagi lehetőségek	1	2	3	4	5
5.	megbecsültség a környezetében	1	2	3	4	5
6.	megbecsültség a családban	1	2	3	4	5
7.	sikeresség	1	2	3	4	5
8.	önállóság	1	2	3	4	5

H2. Az összes jó és rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészében, hogyan értékelné az *életminőségét*? Értékelje ötfokozatú skálán, ahol az 1 azt jelenti, hogy nagyon rossz, míg az 5 pedig azt jelenti, hogy nagyon jó!

nagyon rossz	1 – 2 – 3 – 4 – 5	nagyon jó
--------------	-------------------	-----------

H3. Kérjük, értékelje ötfokozatú skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal! Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért.

1.	Egészében véve élvezem az életemet.	1	2	3	4	5
2.	Várom, hogy történjenek a dolgok.	1	2	3	4	5
3.	Ahhoz egészséges vagyok, hogy eljárjak társaságba.	1	2	3	4	5
4.	Családtagok, barátok vagy szomszédok segítenének, ha szükségem lenne rá.	1	2	3	4	5
5.	Van olyan társadalmi/szabadidős tevékenységem (hobby), amit élvezek.	1	2	3	4	5
6.	Megpróbálok bevonódva maradni különböző dolgokban.	1	2	3	4	5
7.	Elég egészséges vagyok ahhoz, hogy független maradjak.	1	2	3	4	5
8.	Meg vagyok elégedve azzal, amit csinálok.	1	2	3	4	5
9.	Biztonságban érzem magam, ahol élek.	1	2	3	4	5
10.	A saját otthonom örömmel tölt el.	1	2	3	4	5
11.	Úgy veszem az életet, ahogy jön, és megpróbálok a legjobbat kihozni belőle.	1	2	3	4	5
12.	A többi emberhez képest szerencsésnek érzem magam.	1	2	3	4	5
13.	Van elég pénzem, hogy kifizessem a számláimat.	1	2	3	4	5
14.	Vannak számomra fontos emberi kapcsolatok.	1	2	3	4	5

Demográfiai kérdések

D1. Neme? 1 – férfi / 2 - nő

D3. Ön hány évesnek érzi magát az alábbi szempontok alapján?

	Szempont	Érzékelt kor
1.	összességében	éves
2.	aktivitás	éves

3.	egészségi állapot	éves
4.	kinézet	éves

D4a. Családi állapota?

1 – párkapcsolatban él → D5. kérdés

2 – nem él pátkapcsolatban

↓

D4b. 1 – nőtlen/hajadon

2 – elvált

3 – özvegy

D5. Melyik állítás illik Önre leginkább az alábbiak közül?

1. Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben.

2. Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelben.

3. Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz.

D6. Szed Ön tartósan gyógyszert betegség miatt?

1 – igen / 2 – nem

D7. Hányan élnek Önök egy háztartásban?fő

D8. Hány gyereke van?fő

0 – nincs gyereke

D9. Hány unokája van?fő

0 – nincs unokája

D10. Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?

1 – legfeljebb 8 általános / 2 – szakmunkásképző, szakiskola / 3 – felsőfokú technikum

4 – szakközépiskolai érettségi / 5 – gimnáziumi érettségi / 6 – főiskolai diploma

7 – egyetemi diploma / 0 – NV

D11. Ön hova sorolná családját (háztartását) havi nettó jövedelmét? – 0 – NT/NV

1. Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni.

2. Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni.

3. Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak.

4. Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle.

5. Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak.

D12. Milyen magas Ön (cm)? cm

0 – nem válaszol

D13. Mekkora az Ön testsúlya? kb. kg

0 – nem válaszol

D14a. Gazdasági aktivitás alapján hova sorolná magát?

1 – aktív fizikai dolgozó / 2 – aktív szellemi dolgozó / 3 – munkanélküli → *kérdés vége!*

4 – háztartásbeli → *kérdés vége!* / 5 – GYES-en, GYED-en → *kérdés vége!*

6 – nyugdíjas → *kérdés vége!* / 7 – nyugdíj előtti segélyen levő → *kérdés vége!*

8 – egyéb inaktív → *kérdés vége!*

D14b. Az alábbi kategóriák közül melyik fedti az Ön munkáját?

1 – vállalkozó/tulajdonos / 2 – alkalmazott állami cégnél

3 – alkalmazott magánvállalkozásnál / 4 – más, éspedig:

17. Melléklet: A csoporthatás erősségének meghatározására a Cramer V együttható értéke alapján

ha $\varphi_c=0,00$ akkor nincs kapcsolat	ha $0,30 < \varphi_c \leq 0,35$ akkor erős kapcsolat
ha $0,00 < \varphi_c \leq 0,15$ akkor nincs/nagyon gyenge kapcsolat	ha $0,35 < \varphi_c \leq 0,40$ akkor nagyon erős kapcsolat
ha $0,15 < \varphi_c \leq 0,20$ akkor gyenge kapcsolat	ha $0,40 < \varphi_c \leq 0,50$ akkor extrém erős kapcsolat
ha $0,20 < \varphi_c \leq 0,25$ akkor mérsékelt erős kapcsolat	ha $0,50 < \varphi_c < 1,00$ akkor a két változó ugyanazt méri
ha $0,25 < \varphi_c \leq 0,30$ akkor közepesen erős kapcsolat	ha $\varphi_c=1,00$ akkor tökéletes kapcsolat

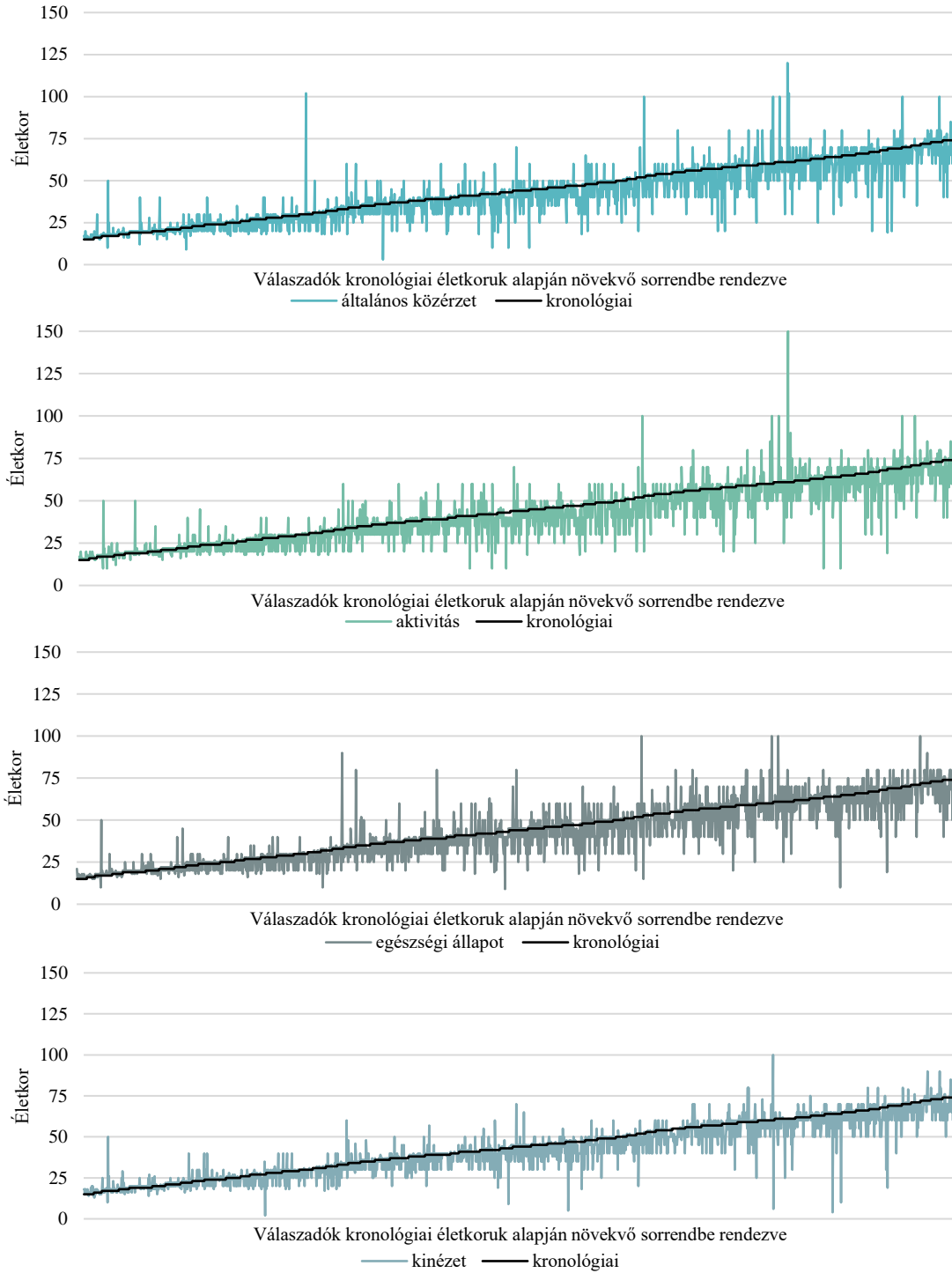
Erős feltétel: Pearson χ^2 teszt szignifikancia ($\leq 0,05$)

Gyenge feltétel: Kevesebb, mint 5 db elemszámú csoport aránya [%] $\leq 20\%$

Gyenge feltétel: Minimális várt csoportelemszám [db] ≥ 1

Forrás: Rideg (2017, p. 247.)

18. Melléklet: Szubjektív korérzetek és a kronológiai életkor eltérései



Forrás: saját szerkesztés. Személyes megkérdezés (n=2001), „Ön hány évesnek érzi saját magát az alábbi szempontok alapján?”

19. Melléklet: Szubjektív korérzet szempontoként kifejtve

Ha azon állítást szemléljük részletesebben, mely az összképre vonatkozik („Úgy érzem, mintha a ... éveimben járnék”) legtöbben az 50-es éveket jelölték meg, mint érzett életkori csoport; a fiatalabb korosztály nagyobb arányban gondolta még hogy a 40-es, illetve a 30-as éveiben járna és a 65 éves elmúlt megkérdezettek pedig 58%-ban hatvanasnak mondták magukat. Fiatalabbnak érzik magukat, akik párkapcsolatban vannak, mint akik nem, és utóbbiak közül pedig azok, akik elváltak. Az átlagnál fiatalabbnak érezték magukat, akiknek van gyermekük, illetve többen élnek egy háztartásban, viszont az unokaszám növekedése az idősebb érzett életkorok felé vitte el a súlyt. Emellett a jobb jövedelmi helyzet és a gazdasági aktivitás is a „fiatalabbság” malmára hajtotta a vizet, legöregebbnek pedig a nyugdíj előtti segélyből élők érezték magukat. Szintén erősíti a fiatalos attitűdöt a jobb egészségi állapot, és ha nincs szükség gyógyszerre az egészség megőrzése érdekében.

A válaszadók kinézet szempontjából („Úgy nézek ki, mintha a ... éveimben lennék.”) főleg a 40-es és 50-es éveikre voksoltak, különösen az 50-54 éves kohorsz. A nőtlenek/hajadonok 58%-ban úgy vélték, hogy az 50 évesekhez hasonlítanak, míg az elváltak átlagosan ennél fiatalosabbnak vallották magukat. Azon személyek, akiknek nincs unokájuk, vagy kevesebb unokájuk van, szintén a fiatalabb 40-50-es évekre szavaztak inkább, míg az egy háztartásban lévők száma pont fordítottn befolyásolta a kinézet érzékelését – akik egyedül élnek öregebb külsejűnek vallották magukat a többiekénél.

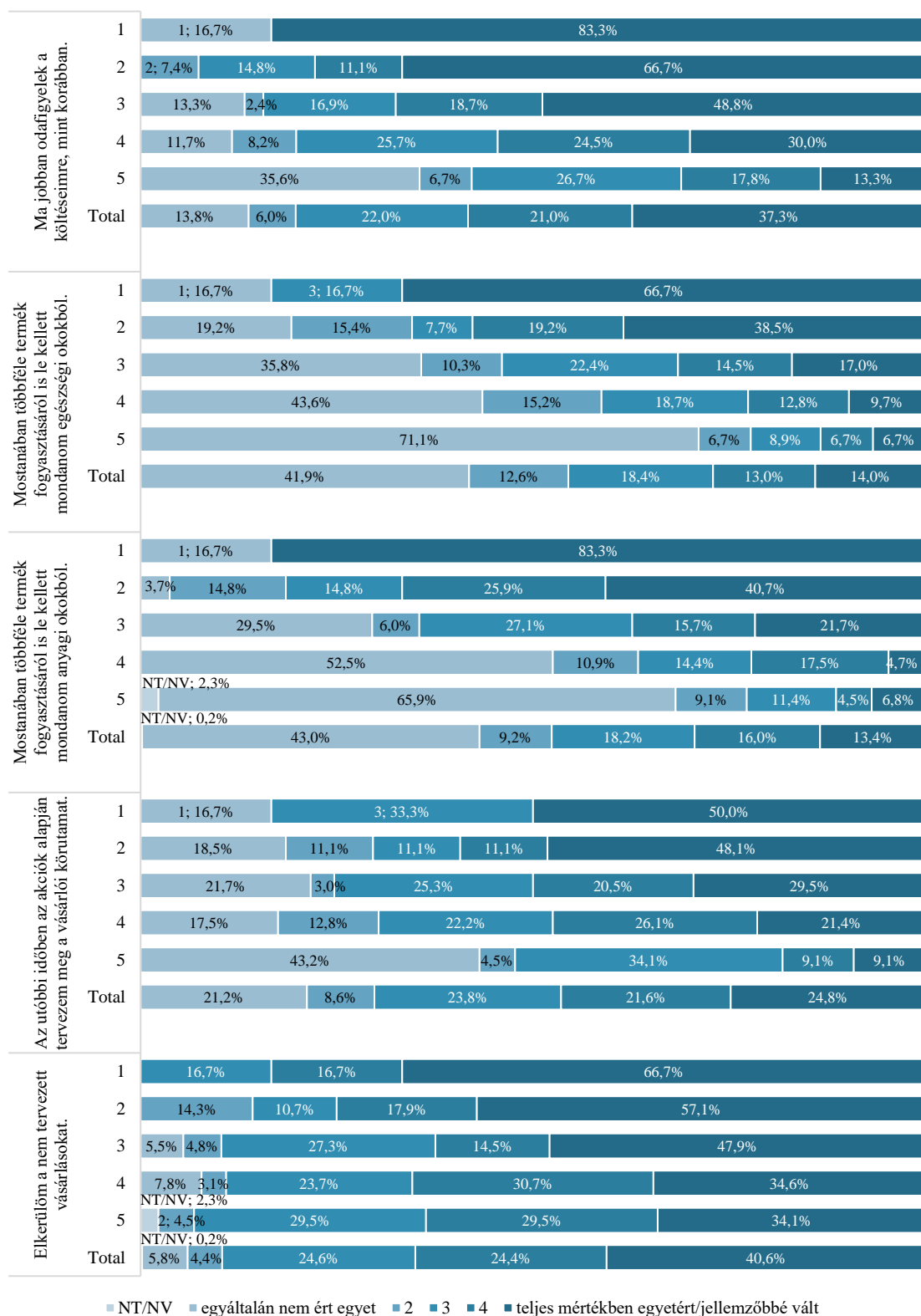
Aktivitás kérdésében („A legtöbb dolgot úgy csinálom, mintha a ... éveimben járnék.”) az átlagnál idősebbnek érezték magukat a 60 fölöttiek és az özvegyek, valamint akiknek 4 gyermekük van és azok, akiknek van unokájuk. A vizsgált korcsoportokat szemlélve azok mondták legnagyobb arányban, hogy az *érdeklődési körük* leginkább olyan, mint 20 éveseké, akik 55-59 évesek, de a többi korcsoport is hasonló (1% alatti) mértékben voksolt ezen évekre. Az érdeklődési kör „fiatalodik”, amennyiben többen élnek egy háztartásban és ha a család (háztartás) nettó havi jövedelme magasabb. Az átlagnál fiatalabb érdeklődési körrel rendelkeznek továbbá az aktív szellemi dolgozók és az egészségesek.

Átlagosan minden korcsoport fiatalabbnak értékeli *egészségi állapotát* a valós koránál, de a válaszok között kismértékben a 80-as évek is megjelentek. A legfiatalabb korcsoportot (50-54 évesek) nézve például 3,5%-ban mondták a válaszadók, hogy

egészségi állapotuk olyan, mintha 80 évesek lennének és 6,2%-ban pedig 70 évesnek érezték magukat. A párkapcsolatban nem élők rosszabb egészségi „életkorról” számoltak be, mint kapcsolattal rendelkező társaik, és közülük főleg az özvegyek vélekedtek így. A saját gyermekek növekvő száma „fiatalít”, míg az unokával rendelkezők átlagosan idősebbnek vélték magukat egészségi állapot szempontjából, mint azon személyek, akiknek még nincs unokájuk; továbbá jelen esetben is kedvezőbben értékelték helyzetüket azok, akik nem egyedül élnek háztartásukban. A többi korérzékeléstől eltérően itt régiók közti eltérések is kimutathatók voltak: a legfiatalabbnak a Dél-dunántúliak, valamint az Észak-magyarországiak érezték magukat egészségük tükrében.

20. Melléklet: Az életminőség kapcsolata a vásárlási szokásokkal – negatív irányú kapcsolatok

„Az összes jó és rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészében, hogyan értékelné az életminőségét?”



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált.”

21. Melléklet: Az életminőség kapcsolata a vásárlási szokásokkal – pozitív irányú kapcsolatok

„Az összes jó és rossz dolgot együttvéve, melyek meghatározzák az életminőségét, egészében, hogyan értékelné az életminőségét?”

Állítás	1	2	3	4	5	Total
Mostanában többféle termék vásárlásáról is lemondok, mert jobban odafigyelek a környezetemre.	16,7%	16,7%	16,7%	50,0%		
	3,8%	26,9%	19,2%	30,8%	7,7%	11,5%
	29,7%	8,5%	38,8%	13,3%	9,7%	
	28,4%	10,5%	31,9%	19,5%	9,7%	
	34,8%	10,9%	13,0%	23,9%	17,4%	
	NT/NV; 0,2%	29,2%	10,2%	32,2%	17,2%	11,0%
Jobban odafigyelek a vásárlásaimra, mert tudom, hogy a túlzott fogyasztás milyen káros.	1; 16,7%	3; 16,7%	16,7%	50,0%		
	3,8%	11,5%	38,5%	23,1%	23,1%	
	18,8%	9,1%	41,8%	13,9%	16,4%	
	14,8%	11,3%	31,9%	27,2%	14,8%	
	25,0%	11,4%	20,5%	25,0%	18,2%	
	16,5%	10,4%	34,3%	22,3%	16,5%	
Környezettudatos vagyok, ezért sok esetben használt termékeket vásárolok, vagy másokkal cserélek.	1; 16,7%	3; 16,7%	16,7%	50,0%		
	18,5%	18,5%	29,6%	22,2%	11,1%	
	28,9%	7,2%	40,4%	14,5%	9,0%	
	22,1%	12,0%	27,9%	25,2%	12,8%	
	27,3%	11,4%	22,7%	15,9%	22,7%	
	24,6%	10,6%	31,5%	20,6%	12,8%	
Figyelemmel kísérem az engem érdeklő új termékek megjelenését.	1; 16,7%	teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált; 83,3%				
	37,0%	14,8%	22,2%	11,1%	14,8%	
	19,9%	9,6%	34,3%	18,1%	18,1%	
	11,6%	12,0%	31,8%	30,2%	14,3%	
	9,1%	6,8%	31,8%	29,5%	22,7%	
	15,6%	10,8%	31,7%	24,8%	17,2%	
Fontos számomra, hogy fiataloságot sugározzon a külsőm.	2; 16,7%	4; 33,3%	50,0%			
	29,6%	18,5%	14,8%	18,5%	18,5%	
	24,8%	13,9%	36,4%	13,9%	10,9%	
	10,9%	14,5%	36,7%	28,5%	9,4%	
	2; 11,1%	31,1%	22,2%	35,6%		
	15,4%	14,2%	34,5%	22,6%	13,2%	
Sok minden másra költök, mint korábban.	1; 66,7%	4; 33,3%				
	70,4%	14,8%	3,7%	4; 11,1%		
	49,7%	13,9%	22,4%	8,5%	5,5%	
	35,5%	20,3%	20,3%	17,6%	6,3%	
	40,9%	15,9%	18,2%	11,4%	13,6%	
	43,0%	17,3%	19,7%	13,9%	6,2%	

■ NT/NV ■ egyáltalán nem ért egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált

Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése, n=500); „Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált.”

22. Melléklet: Paraméter becslések – szubjektív érzékelési szempontok

Jellemzők	Y	Magyarázó változók	Mintabeli arány	Paraméter	Standard hiba	Esély-hányados	Konfidencia-intervallum (95%)	
szubjektív érzékelés	k ₂	Subjektív életkor kinézet		0,076 ***	11,019	1,079	(1,032-1,129)	
	k ₄	alapján		0,005	0,033	1,005	(0,952-1,061)	
	Egészségi állapot (ref = egészségi állapota semmiben nem korlátozza)							
	k ₂	Mindenképp korlátozza	3,9%	2,140 **	10,444	8,497	(2,321-31,106)	
	k ₄			-18,262	0,000	1,172E-08	0,000	
	k ₂	Némiképp korlátozza	34,5%	0,429	1,788	1,536	(0,819-2,880)	
	k ₄			0,389	0,983	1,475	(0,684-3,1812)	
	Neme miatt hátrány érzékelése (ref = semlegesen gondolkodik a kérdés kapcsán)							
	k ₂	Nem érez hátrányt	87,1%	0,426	0,609	1,530	(0,525-4,458)	
	k ₄			-1,248 **	6,504	0,287	(0,110-0,749)	
	k ₂	Érez hátrányt	4,1%	-1,035	0,748	0,355	(0,034-3,709)	
	k ₄			1,294	3,255	3,648	(0,894-14,881)	

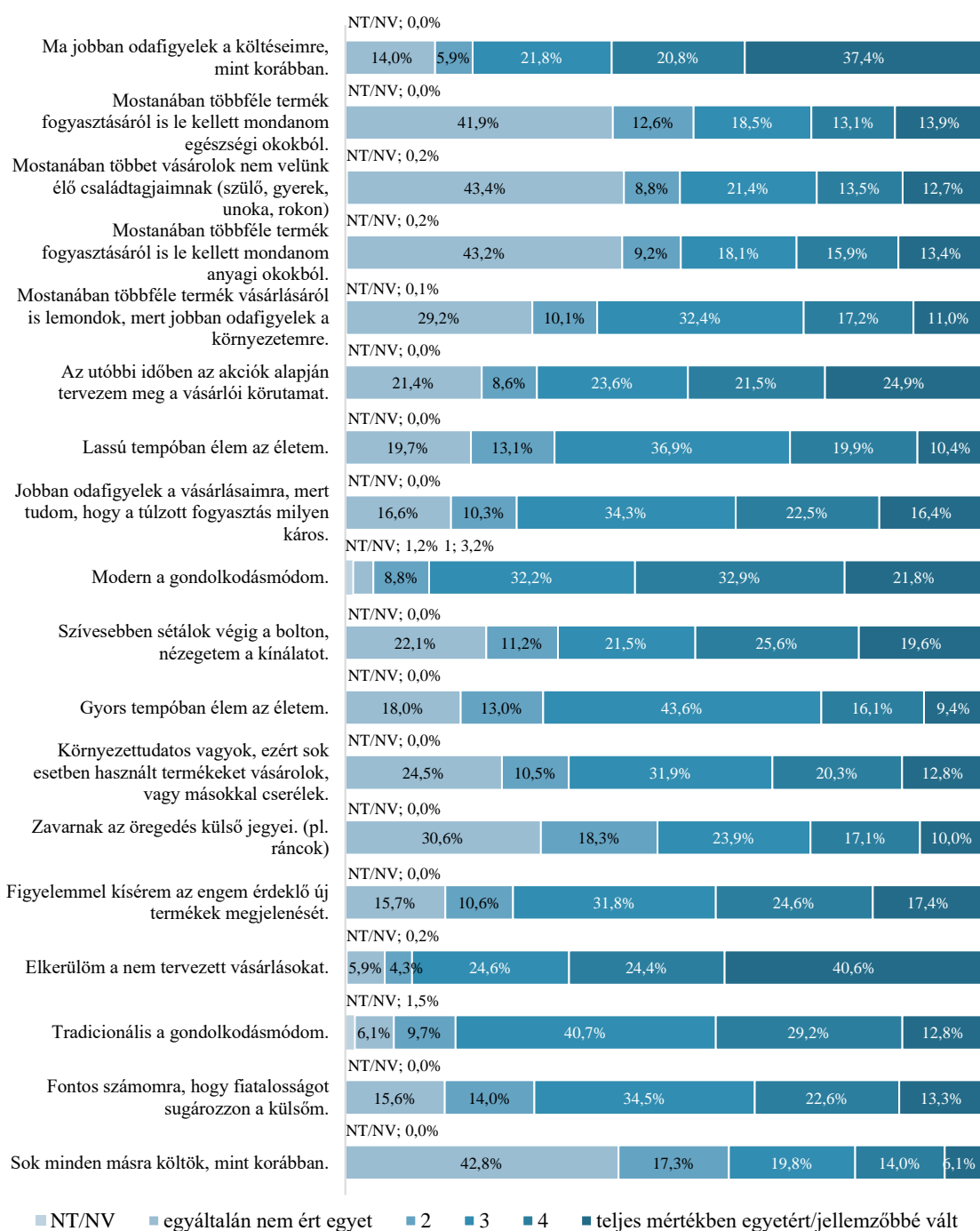
Forrás: saját szerkesztés (p<0,050*, p<0,010**, p<0,001*** szignifikancia szintek mellett, ref = k₃)

23. Melléklet: Paraméter becslések – demográfiai szempontok

Jellemzők	Y	Magyarázó változók	Mintabeli arány	Paraméter	Standard hiba	Esély-hányados	Konfidencia-intervallum (95%)	
demográfiai jellemzők	Nem (ref = nő)							
	k ₂	Férfi	45,5%	-0,426	1,946	0,653	(0,359-1,188)	
	k ₄			0,132	0,140	1,141	(0,572-2,277)	
	Végzettség (ref = felsőfokú)							
	k ₂	Alapfokú	11,5%	-0,742	1,577	,476	(0,150-1,516)	
	k ₄			0,129	0,037	1,138	(0,303-4,270)	
	k ₂	Középfokú	73,7%	-0,153	0,135	,858	(0,380-1,939)	
	k ₄			-0,429	0,802	,651	(0,255-1,666)	
	Háztartás havi nettó jövedelme (ref= megéln, de félretenni nem tud)							
	k ₂	Megélhetési gondokkal küzd	6,5%	1,086 *	4,059	2,964	(1,030-8,527)	
	k ₄			-17,973	0,000	1,565E-08	0,000	
	k ₂	Jól él és félre is tud tenni	45,4%	-1,064 **	10,501	0,345	(0,181-0,657)	
	k ₄			0,512	1,922	1,669	(0,809-3,445)	
	Családi állapot (ref = nem él párkapcsolatban)							
	k ₂	Párkapcsolatban él	60,1%	-0,058	0,035	0,944	(0,515-1,728)	
	k ₄			0,618	2,353	1,855	(0,842-4,086)	
	Gazdasági aktivitás (ref = aktív dolgozó)							
	k ₂	Munkanélküli	1,3%	1,995 *	3,879	7,351	(1,010-53,524)	
	k ₄			-17,463	0,000	2,606E-08	2,606E-08	
	k ₂	Egyéb	6,6%	-1,170	2,724	0,310	(0,077-1,245)	
	k ₄			0,080	0,013	1,083	(0,281-4,173)	
	k ₂	Nyugdíjas	40,7%	-0,621	2,704	0,537	(0,256-1,127)	
	k ₄			-0,540	1,498	0,583	(0,246-1,384)	
	Régió (ref = Dél-Alföld)							
	k ₂	Közép-Magyarország	27,0%	0,805	3,144	2,238	(0,919-5,451)	
	k ₄			0,473	0,531	1,604	(0,450-5,723)	
	k ₂	Közép-Dunántúl	12,2%	0,400	0,559	1,491	(0,523-4,253)	
	k ₄			1,255	3,153	3,508	(0,878-14,020)	
	k ₂	Nyugat-Dunántúl	10,3%	-1,525	3,649	0,218	(0,046-1,040)	
	k ₄			-17,669	0,000	2,120E-08	0,000	
	k ₂	Dél-Dunántúl	9,8%	-1,922 *	4,320	0,146	(0,024-0,896)	
	k ₄			1,209	3,002	3,351	(0,853-13,160)	
k ₂	Észak-Magyarország	11,6%	0,549	1,000	1,731	(0,591-5,075)		
k ₄			1,364	3,617	3,913	(0,959-15,966)		
k ₂	Észak-Alföld	14,9%	-0,180	0,108	0,835	(0,286-2,443)		
k ₄			1,025	2,305	2,788	(0,742-10,475)		

Forrás: saját szerkesztés (p<0,050*, p<0,010**, p<0,001*** szignifikancia szintek mellett, ref = k₃)

24. Melléklet: Vásárlással kapcsolatos attitűdállítások



Forrás: saját szerkesztés (n=500); „Mennyire ért egyet a következő állításokkal? Kérjük, véleményét 5 fokozatú skálán fejezze ki, ahol az 1 azt jelenti egyáltalán nem ért egyet, az 5 pedig, hogy teljes mértékben egyetért/jellemzőbbé vált!”

25. Melléklet: Az 50-70 évesek vásárlási attitűdállításának háttérelmzése – legjellemzőbb összefüggések (n=500)

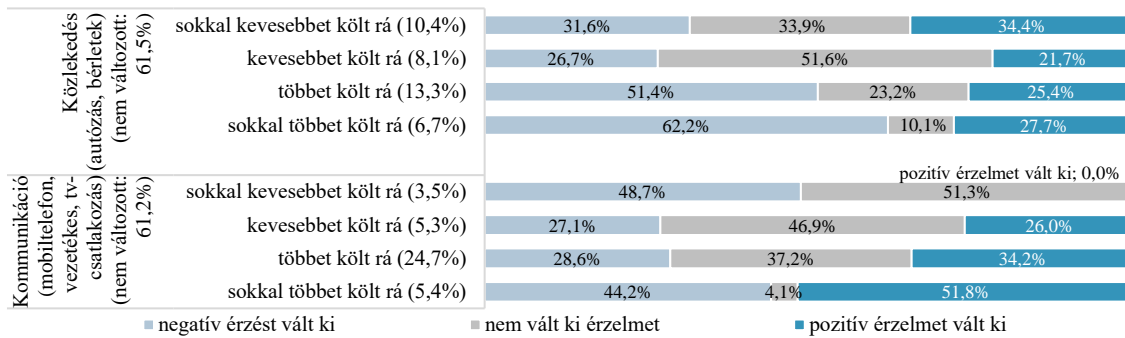
Jobban odafigyelnek a költségeikre manapság, mint korábban a nők, az egyedül élők és akiknek vannak gyermekeik, továbbá akik egyedül élnek egy háztartásban. A „mostanában többféle termék fogyasztásáról is le kellett mondanom egészségi okokból” állítással inkább egyetértők a

legfeljebb 8 általánost végzetekből, az özvegyekből és háztartásukban egyedül élők közül kerültek ki. Mostanában azok *vásárolnak inkább többet nem velük élő családtagjaiknak (szülő, gyerek, unoka, rokon)*, akik párkapcsolatban élnek, van unokájuk, és jól megélik a havi nettó jövedelmükből, de a rendszeres napi megélhetéssel küzdők közül is többen igennel válaszoltak a kérdésre. Azoknak kellett *mostanában többféle termék fogyasztásáról is lemondaniuk anyagi okokból*, akiknek legfeljebb 8 általános a végzettségük, nincs párkapcsolatuk, egyedül élnek vagy 5-nél többen egy háztartásban, valamint egészségi állapotuk korlátozza őket. A *„mostanában többféle termék vásárlásáról is lemondok, mert jobban odafigyelek a környezetemre”* állítás kapcsán legseminegyesebben a falusiak, a Közép-dunántúliak és az egészségi állapotukban némiképp korlátozottak vélekedtek. A nők, az egyedül élők, valamint a magánvállalkozások alkalmazottai pedig inkább lemondanak vásárlásaikról ilyen okokból, mint a többi válaszadó. A háztartásban élők számának növekedésével és a havi nettó jövedelem csökkenésével nő azok aránya, akik *„az utóbbi időben az akciók alapján tervezik meg a vásárlói körútjukat”*.

A nyugdíjasok pedig 72%-ban tervezik akciók alapján vásárlói körútjaikat. A 60 év felettiek nagyobb arányban értettek egyet azon állítással, hogy *„jobban odafigyelek a vásárlásaimra, mert tudom, hogy a túlzott fogyasztás milyen káros”*, mint az ötvenesek, továbbá a nők és az egyedül élők a figyelmesebbek ilyen téren. A nők és az egyedülállóak, valamint azok, akinek vannak gyerekeik *szívesebben sétálnak végig a boltban, nézegetik a kínálatot*. A *„környezettudatos vagyok, ezért sok esetben használt termékeket vásárolok, vagy másokkal cserélek”* attitűdállítással az átlagnál magasabb arányban értettek egyet az egyedülállóak, a jó megélhetésnek örvendők, a vállalkozók és tulajdonosok, valamint a megyei jogú városokban élők. Azokat *zavarják leginkább az öregedés külső jegyei (pl. ráncok)*, akiknek több gyerekük van, nők és rendelkeznek unokákkal.

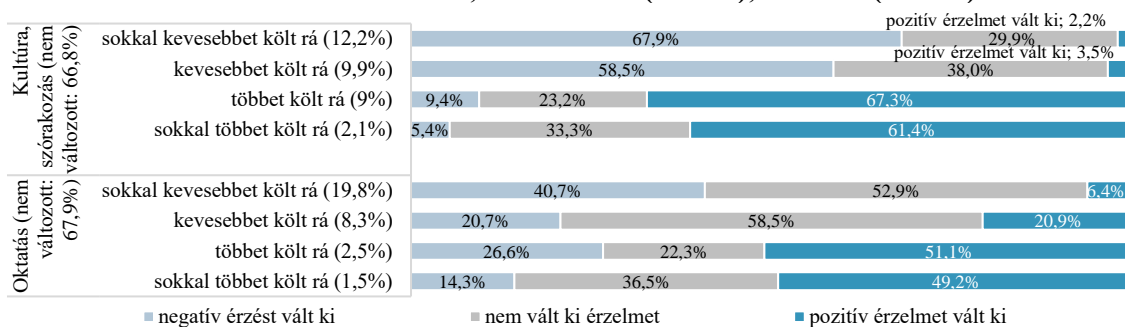
A válaszadók közül leginkább a gyerekesek értettek egyet a *„figyelemmel kísérem az engem érdeklő új termékek megjelenését”* attitűdállítással. A legtöbben úgy vélik, hogy *elkerülnek a nem kívánt vásárlásokat*, és ez az aktív dolgozókra, valamint a jelenleg inaktívokra is érvényes. Leginkább azok értettek ezzel egyet, akik munkakategória szempontjából a „más” (pl. közmunkás, nonprofit cégnél dolgozó) csoporthoz tartozónak vallották magukat, továbbá a falusiak is magas arányban adták meg 5-ös értéket a skálán. A legtöbb válaszadó úgy véli, hogy *nem költ sok minden másra, mint korábban*. Azonban a pozitív oldalt figyelve, átlag felett értettek együtt az attitűdállítással a párkapcsolatban élők, az aktív fizikai dolgozók, azok, akik félre tudnak tenni jövedelmükből és a városok lakói.

26. Melléklet: Közlekedés (autózás, bérletek; n=193), kommunikáció (mobiltelefon, vezetékes, tv-csatlakozás; n=194)



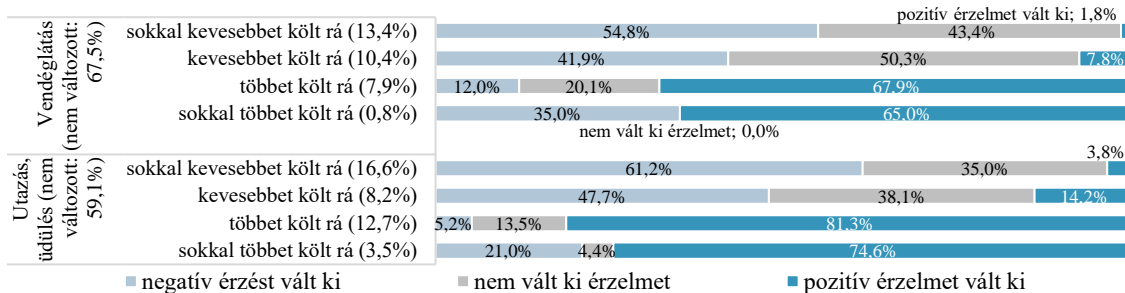
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

27. Melléklet: Kultúra, szórakozás (n=166), oktatás (n=160)



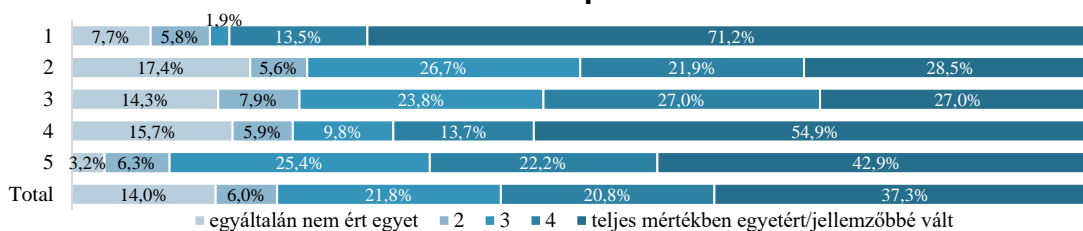
Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

28. Melléklet: Vendéglátás (n=162), utazás, üdülés (n=205)



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Hogyan változtak a következő termékcsoportok esetében a költségei a 10 évvel ezelőtti életéhez képest? Kérjük, jelezze, hogy ez a változás pozitív vagy negatív érzést kelt-e Önben!”

29. Melléklet: Ma jobban odafigyelek a költségeimre, mint korábban – klasztercsoportonként



Forrás: saját szerkesztés (50-70 évesek megkérdezése); „Mennyire ért egyet a következő állítással?”