



TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016

Tudománykommunikáció a Z generációnak

Projektvezető: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár

A munkacsoport vezetője: Dr. Szűcs Krisztián PTE KTK adjunktus

**A 15-29 éves magyar fiatalok jellemzői (a tudomány iránti
érdeklődés, informálódás, online magatartás, szabadidő,
médiahasználat, értékek) – kutatási jelentés**

Készítette:

Bittner Zoltán, PTE KTK

Dr. Kehl Dániel, PTE KTK

Dr. Szűcs Krisztián, PTE KTK

Kiadó: Pécsi Tudományegyetem

ISBN 978-963-642-991-1

Pécs, 2013

Tartalomjegyzék

1. A megkérdezések célja	2
2. A kutatás módszertana	3
2.1. A minta bemutatása	4
2.2. Módszertani kihívások.....	6
3. A megkérdezések eredményei	13
3.1. Leíró statisztikai elemzések.....	13
3.2. Tudománykommunikációs klaszterek	50
3.3. Életstílus csoportok a Z generáción belül.....	54
Irodalomjegyzék.....	67

1. A megkérdezések célja

Miután az új generációs fiatalokról, akik a célcsoportot alapvetően alkotják, viszonylag kevés átfogó, megbízható kutatási információ áll rendelkezésünkre, ezért a hatékony kommunikáció, a szemléletformálás érdekében, a projekt további lépéseinek megalapozásaként, kutatást végeztünk a 15-24 éves fiatalok körében.

A megkérdezések során alapvetően a fiatalok értékeit, életstílusát, mindennapjaik eltöltésének megismerését adó blokkot, a kommunikációjuk csatornáit kutattuk. Természetesen az alapvető cél támogatását is fontosnak tartottuk ennél a kutatási elemnél, így vizsgáltuk a célcsoport tudományhoz, tudományos eredményekhez való hozzáállását is, vagyis a projekt alapvető célkitűzéseivel kapcsolódóan több témakört is vizsgáltunk, így például:

- a tudomány, a tudományos eredmények megítélése,
- a vonzó tudomány főbb sajátosságai,
- tudománykommunikáció – trendek és eszközök,
- időfelhasználás, szabadidős aktivitások
- tartalomfogyasztás, -preferenciák
- értékek, attitűdök, életstílus,
- médiahasználat.

A kérdőíves megkérdezések célja összességében tehát az volt, hogy megalapozott információkat szerezzünk mindazon témakörök érintésével a kiválasztott célcsoport preferenciáira vonatkozóan, amelyek a tudományos eredmények disszeminációját hatékonyan képesek támogatni.

2. A kutatás módszertana

A vizsgálati célok és a projekt tartalmi elemeinek támogatása miatt fontos szempont volt, hogy a minta reprezentatív legyen, amellett, hogy a megkérdezések a lehető legjobb közelítést biztosítsák. Ez utóbbi szempontot figyelembe véve személyes megkérdezéseket tartottunk indokoltnak. A megkérdezéses vizsgálat a projekt elején egy alkalommal került lefolytatásra.

A kutatás során 2000 fős fiatal (15-24 évesekből álló) mintát kérdeztünk meg országosan, de külön elemzést végeztünk a dél-dunántúli térségben élő fiatalokra is. Az adatfelvétel lefolytatását külső szakértő cégre bíztuk.

Ezen a kutatási elemen túlmenően - miután a dél-dunántúli középiskolások és az egyetemisták álltak a kutatás célkeresztjében, körükben – 5-5 fókuszcsoportos vitát szerveztünk, csoportonként 8-9 fő részvételével. Ezek során elsősorban a tudománykommunikációhoz kerestünk érveket, vonzó megoldásokat.

Egy további módszertani elemként középiskolai tanárok és egyetemi oktatók körében végeztünk mélyinterjú megkérdezést a Z generáció körében szerzett oktatási tapasztalataik megismerésére. 10-10 mélyinterjú lefolytatását terveztük és valósítottuk meg a szekunder adatelemzéshez kapcsolódóan.

A fiatal célcsoport elérésére számos mintaértékű megoldás található, így a kutatás egy munkafázisában, trendkutatással a fiatalokkal való kommunikálás best practice példáit gyűjtöttük össze. Tanulmányok készültek olyan kapcsolódó témakörökről (időfelhasználás, tanulás, tartalomfogyasztás), melyeket a projekt későbbi fázisai során hasznosítani tudunk.

Mindezen eredményekből, valamint szekunder kutatási anyagokból adatbázist hozunk létre, amivel nem csupán ezt az adott projektet kívántuk megtámogatni, hanem annak szélesebb körben való terjesztést is megcélazzuk. Amellett, hogy a tanulmány kiindulópontját képezi a további aktivitások megtervezésének, alkalmas a Z generációs tudás dokumentálására is.

a komplex kutatási projekt során megvalósított tevékenységek

- 2000 fős személyes megkérdezés
- 5 középiskolás és 5 egyetemista fókuszcsoportos vita
- 10 középiskolai tanári, 10 egyetemi oktatói mélyinterjú
- 4 szekunder tanulmány, 2 kutatási jelentés, elemzések

Jelen tanulmány a 2.000 fős, országos reprezentatív mintán lefolytatott ún. CAPI (számítógéppel támogatott személyes megkérdezések) kutatás eredményeit foglalja össze, elsőként a módszertani kihívásokkal, a minta bemutatásával, a későbbiekben az egy- és többváltozós elemzések tapasztalataival.

2.1. A minta bemutatása

Az alábbiakban a 2.000 fős országos minta főbb jellemzői kerülnek bemutatásra annak érdekében, hogy az eredmények értékelése mindezen sajátosságok tükrében történjenek meg.

az alapsokaság

A „Z” generáció kutatás során a 15-24 éves magyar állampolgárok tudománnyal szembeni attitűdjét, értékrendjét, életstílusát, médiahasználati szokásait vizsgáltuk. Magyarországon – a KSH 2011-es adatai szerint - 1 211 769 fő esik ebbe az életkori kategóriába. Közülük 621 114 fő nő és 590 655 férfi, azaz 51,3% nő és 48,7% férfi.

A kutatást 2000 fős mintán bonyolítottuk le, ahol 1500 fős országos reprezentatív mintát egy 500 fős dél-dunántúli pótminta (boost) egészített ki.

a mintavételezés hibája

Keressük az N elemszámú populációból vett n elemű minta esetében, $(1-2\Phi(\lambda))$ azaz 95%-os megbízhatósági szinten a p valószínűségi esemény (p_1, p_2) becsült valószínűségének konfidencia intervallumát.

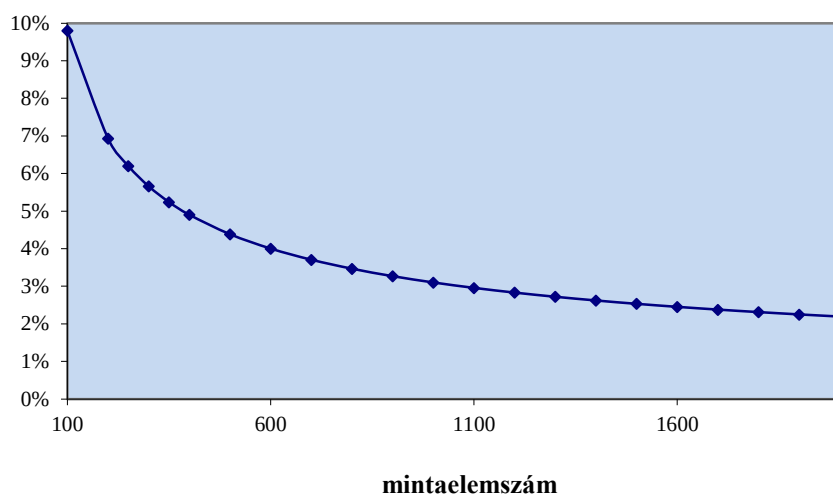
Ahol:

$\Phi(\lambda)$: a normális eloszlás sűrűségfüggvényének integrálja mínusz végtelentől λ -ig

$$p_1, p_2 = p \pm \lambda \sqrt{\frac{N-n}{N} \frac{p(1-p)}{n}}$$

Az $1-n/N$ korrekciótól a gyakorlatban eltekinthetünk, ha a populáció elemszáma legalább százszorosa a minta elemszámának.

1. ábra: A mintavételezés hibája 95%-os megbízhatósági szinten



A fenti kifejezés alapján megállapíthatjuk, hogy a hiba a $p=0,5$ bekövetkezési valószínűség esetében a legnagyobb. Ezt az értéket használva felülbecsüljük a mindenkori mintaválasztási hibát.

A diagrammról leolvashatjuk, hogy a piackutatás gyakorlatában általánosan elfogadott 95%-os megbízhatósági szinten, egy 300-400 elemű mintával teljesíthető az általánosan elvárt 5%-os hibahatár. Ez természetesen a konfidencia intervallum értelmezése szerint azt jelenti, hogy a választott minták 95%-ában esik a kijelölt intervallumba a becslésünk.

A mi esetünkben is eltekinthetünk a korrekciótól, így az 1500 fős reprezentatív minta mintavételi hibája $\pm 2,5\%$. Összességében a Dél-Dunántúlon – a reprezentatív mintában szereplő 142 fővel együtt 642 főt kérdeztünk le, így ennek a mintának a hibája $\pm 3,9\%$, ami szintén elégséges az elemzéshez.

a mintaválasztás

A mintaválasztás során többlépcsős technikát alkalmaztunk. Kiindulásként meghatároztuk régióként az elemszámot, amelyek a következők:

Közép-Magyarország	156	Észak-Alföld	236
Közép-Dunántúl	172	Dél-Alföld	200
Nyugat-Dunántúl	168	Budapest	264
Dél-Dunántúl	142	Összesen	1500
Észak-Magyarország	162		

A következő lépésben megvizsgáltuk régióként a településszerkezetet. Budapest esetében kerületenként népességarányban osztottuk fel a mintát, a további régiókban településtípusonként. A legkisebb települések – 200 főnél kevesebb lakos – gazdasági okokból szem előtt tartottuk, hogy egy településen legalább 3 főt kérdezhessünk. Régiókon belül a konkrét települések kiválasztása sorsolással történt.

Településen belül a véletlen séta módszerét alkalmaztuk. Minden településről – nagyobb települések esetében településrészről – térképvázlatot kaptak a kérdezők, ahol meghatároztuk az ún. kiinduló pontokat. Ez után egy megadott algoritmus szerint kellett kiválasztani a célháztartásokat. Egy háztartás akkor felelt meg a feltételeknek, ha lakott benne adott korosztályba eső személy. Amennyiben ez a személy nem tartózkodott otthon a felkeresés időpontjában a kérdezők egyeztetés után még legalább kétszer felkeresték a háztartást. Abban az esetben, ha a kiválasztott személy közösségi szálláson lakott. pl. kollégiumban életvitelszerűen, a kérdező névvel, címmel együtt visszaadta az instruktornak az adatokat, aki továbbadta a field vezetőnek. A field vezető kiadta a címet a megfelelő településen dolgozó munkatársaknak.

Olyan esetekben, ha a háztartásban több lekérdezhető személy is lakott, az utolsó születésnap módszere szerint választottunk.

2.2. Módszertani kihívások

Egy kérdőíves kutatás során a kutató abban reménykedik, és azért állítja össze az adott kérdőívet, hogy a kutatási kérdéseikhez kapcsolódó, helyes adatokat legyen képes gyűjteni. Helyes adatok alatt most elsősorban mérési hibától mentes adatokat értünk, ami az esetek nagy részében túlságosan optimista feltételezés, ezért a mélyebb elemzés és következtetések levonása előtt mindenképp foglalkozni kell a potenciális problémákkal. A mérési hibák lehetséges okainak és kezelésük módszerének megértéséhez röviden tekintsük át azokat. A kérdőíves kutatásokkal foglalkozó kézikönyvek gyakran négy nagy csoportra bontják a potenciális hibákat (Grover-Vriens, 2006):

- *Sampling error*: minden mintavétel hibát okoz, amit úgy kell értenünk, hogy pontatlanabb információink lesznek a sokaságról, mintha az egész sokaságot megkérdeztük volna, ez a fajta hiba nem védhető ki.
- *Coverage error*: ez a hiba akkor következik be, ha a mintába potenciálisan bekerülő egyének nem fedik le a teljes sokaságot, ezt a típusú hibát a mintavételi terv gondos elkészítésével meg tudjuk előzni.

- *Nonresponse error*: a nem válaszolási hiba elsősorban akkor fordul elő, ha a potenciális válaszadók egy részét nem vagyunk képesek elérni, illetve azok megtagadják a válaszadást. Esetünkben erről a típusú hibáról nem igazán beszélhetünk, hisz a mintanagysághoz képest elenyésző a nem válaszolás mértéke. Komolyabb problémát akkor okoz, ha mértéke a 10%-ot jelentősen meghaladja, illetve ha a nem válaszolás szisztematikus. Erre utaló jeleket az adatokban nem tapasztaltunk.
- *Measurement error*: a mérési hiba a válaszadó adott változóhoz tartozó tényleges értéke és a kérdőív segítségével kapott érték közötti különbséget jelöli. Természetesen ez a leggyakrabban előforduló, és egyben a legnehezebben felismerhető és kiküszöbölhető hibaforrás. Szisztematikus mérési hibát okozhat például maga a válaszadó, illetve a megkérdezés módszere (pl. személyes interjú, más eredmények születnek, mint telefonos megkereséssel, stb.) is, bár ezeket az okokat sokszor nehéz szétválasztani. Az ilyen jellegű hibákat a külföldi szakirodalomban sok esetben common method variance-nek nevezik, ami a 60-as évek óta komoly kutatási terület. Nagyon széleskörű összefoglalót ad a területről Podsakoff és szerzőtársainak munkája (Podsakoff et al., 2003).

A mérési hibák, illetve a válaszadói torzítások igen gyakoriak, ennek ellenére sok esetben nem veszik a kutatók figyelembe ezeket. A hibák sokféle torzulást okozhatnak, a mostani vizsgálat szempontjából azonban a változók közötti kapcsolatokra gyakorolt hatásra koncentrálunk. Különböző esetekben a torzítások miatt első- és másodfajú hibát is elkövethetünk, azaz némely esetben olyan változók között is mutathatunk ki korrelációt, melyek a valóságban függetlenek a felülbecslés miatt, illetve fordítva: a valóságban létező kapcsolatot fedhet el a torzítás.

Az ilyen szisztematikus hibák akár azt is okozhatják, hogy a tényleges és mért korreláció eltérő előjelű. A hiba mértéke sok tényezőtől függ, de Podsakoff tanulmánya alapján az attitűd állítások esetén a legnagyobb az ilyen jellegű torzítás (Podsakoff et al., 880. o.). A leggyakrabban említett és a legtöbb kutatást indukáló válaszadói torzítások az alábbiak:

- *Társadalmilag elfogadott válaszadás* (socially desirable responding): az a tendencia, mely szerint a válaszadók az érvényes társadalmi normák alapján jobb színben tüntetik fel magukat, mint a valóság. Tipikus példák az adócsalással, alkoholfogyasztással, rasszizmussal kapcsolatos kérdések.
- *Beleegyező válaszadás* (acquiescent responding): az általános definíció szerint ez a torzítás azt a tendenciát jelenti, hogy a válaszadók egyetértenek az állításokkal,

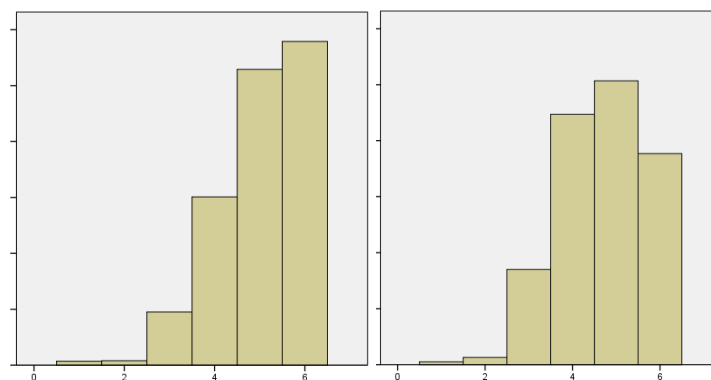
függetlenül azok tartalmától (Winkler, Kanouse, & Ware, 1982). A jelenség egyéb elnevezéseken is ismert: egyetértési tendencia (agreement tendency), igenlés (yea-saying), illetve pozitívizmus (positivity). Megjegyzendő, hogy a beleegyező válaszadásnak ismert, de kevésbé gyakran előforduló ellentéte a nay-saying, vagy disacquiescence responding.

- *Extrém válaszadás* (extreme responding): azt a válaszadási mintázatot jelenti, melyben a válaszadó a kérdés tartalmától függetlenül az extrém (legalacsonyabb, legmagasabb) értékeket választja. Az ilyen típusú válaszadásnak sok oka lehet, kutatások szerint kisgyermek és a téma iránt erős érzelmeket mutatók könnyen esnek ennek a torzításnak áldozatául.
- *Középre húzó válaszadás* (midpoint responding): ez a válaszadási mintázat tulajdonképp az extrém válaszadás ellentéte, a közepső lehetőség választása, a szóban forgó kérdés tartalmától függetlenül. Ennek a torzításnak az oka általában az óvatosság.

Természetesen a fentiekben bemutatottakon kívül is vannak egyéb, potenciális veszélyforrások, ezek kezelése azonban elengedhetetlenül fontos a megfelelő következtetések levonása érdekében. A következőkben a rendelkezésünkre álló adatokon keresztül vizsgáljuk meg az egyes torzító tényezők előfordulását, illetve próbáljuk azok káros következményeit kiszűrni.

A kérdőív sok egyéb változó mellett az élettempóra és az értékorientációra utaló méréseket is tartalmazott. Ezek vizsgálata során azt állapítottuk meg, hogy a fenti válaszadási torzítások közül a beleegyező válaszadás (acquiescent responding) erőteljesen megfigyelhető. Az alábbi ábrán két, tipikusnak mondható hisztogramot mutatunk be:

2. ábra: Tipikus válaszadási gyakoriságok két kiemelt változóra



Az egy változókra adott válaszok magas átlaga mellett problémát okoz az is, hogy a változók közötti korrelációk is torzítottak lesznek, ami a későbbi elemzés (faktoranalízis) alapja, ezért mindenképp bővebben foglalkoznunk kell a problémával. A következőkben a beleegyező válaszadást járjuk körül részletesebben, a saját adataink tükrében.

Egyes vélemények szerint a beleegyező válaszadás személyes jellemző, amely egy régebbi tanulmány (Couch, Keniston, 1960) szerint az emocionális, impulzív személyekre jellemző. A jelenséget más szempontok szerint is vizsgálták, például a különböző kultúrák közötti eltéréseket is (Bachman, O'Malley, 1984), esetünkben azonban erről nincs szó. Összefüggés található ezen kívül a képzettséggel, a jövedelemmel, illetve a korral és a nemmel is.

A következőkben tekintsük át a beleegyező válaszadás mérési lehetőségeit. Steenkamp és Baumgartner (1995) konkrét példát is hoz a mérésre. Egy kérdőívben belül egy kérdéspárt vizsgáltak, ahol az egyik negatív, a másik pedig pozitív módon került megfogalmazásra. Az állítások a következőképp szóltak:

- Szeretek új dolgokat és változást megtapasztalni a napi rutinban.
- A rutinszerű életet preferálom a változásokkal telivel szemben.

A fenti kérdésekre adott válasz alapján következtethetünk egy adott egyén, illetve a mintában szereplők beleegyező válaszadásának mértékére. Amennyiben a kérdésekről tudjuk, hogy egydimenziós módon egy adott jellemzőt mérnek, és azonos mennyiségű negatív és pozitív módon megfogalmazott kérdés segíthet a torzítás kiküszöbölésében.

Egy másik lehetséges megoldás, ami nem feltétlenül igényel negatív módon megfogalmazott kérdések feltevését, arra támaszkodik, hogy sok, minél heterogénebb kérdés esetén vizsgálja a válaszadók értékeit, pontosabban az egyetértésük mértékét. A kérdések heterogenitása azért fontos, hogy elkülöníthető legyen a beleegyező válaszadás és az adott téma iránti különös érzékenység. Azzal a feltételezéssel élhetünk, hogy ha a nagyon különböző kérdésekre egyaránt erős beleegyezést mutat egy adott válaszadó, akkor az nem csak a valós véleményét, hanem a beleegyező magatartását is méri.

A páronkénti korrelációs együtthatókat ugyancsak érinti a beleegyező válaszadás, még hozzá növeli a korrelációt, hisz a tényleges együttmozgáson kívül a válaszadók által magas pontszámok adása is belekerül a kapcsolatszorossági mérőszámba.

Az alábbi táblázatokban néhány korrelációs együtthatót mutatunk be:

1-2. tábla: Néhány korrelációs együttható

Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?

	Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	Kimaradok a dolgokból	Inkább csak szemlélem a világot	Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	Másokhoz képest lassan élek
Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	1				
Kimaradok a dolgokból	-0,103	1			
Inkább csak szemlélem a világot	-0,098	0,439	1		
Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	0,438	-0,068	-0,115	1	
Másokhoz képest lassan élek	-0,290	0,425	0,423	-0,184	1

Mennyire tartod fontosnak az alábbi tulajdonságokat?

	Gazdagság, pénz	Más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet	Alázatos, szerény, visszafogott	Sikeresség, elismertség
Gazdagság, pénz	1			
Más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet	-0,098	1		
Alázatos, szerény, visszafogott	-0,037	0,398	1	
Sikeresség, elismertség	0,350	0,078	0,084	1

A korrelációs együtthatók jól mutatják, hogy az egymással ellentétesnek tűnő kérdések esetén sem igen látunk gyengénél erősebb negatív irányú kapcsolatot, a kivételt talán a „Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni” és a „Másokhoz képest lassan élek” változópár jelenti, ahol az együttható -0,29 értéket vesz fel. A pozitív korrelációk minden esetben sokkal nagyobb abszolút értéket vesznek fel, mint a negatívok. A már bemutatott hisztogramokon kívül ez a jelenség is a beleegyező válaszadás jelenlétére utal.

A következőkben a beleegyező válaszadás statisztikai módszerekkel történő korrekcióját, valamint az élettempó és értékorientáció látens változók meghatározása történik a tisztított adatok alapján, majd csoportokat képzünk, illetve jellemezzük a kialakuló csoportokat néhány szempont alapján.

a beleegyező válaszadói magatartás statisztikai korrekciója

A fentiek, valamint az adatok vizsgálata alapján azt a következtetést vontuk le, hogy az egyes válaszadások értékében nem csak a tényleges egyetértés, hanem a pozitív válaszadási hajlandóság is szerepet játszik. Mivel a beleegyező magatartást sok tényező befolyásolhatja, úgy döntöttünk, hogy nem egyes csoportok, hanem az egyének szintjén korrigálunk. Ehhez vezessük be a következő jelöléseket:

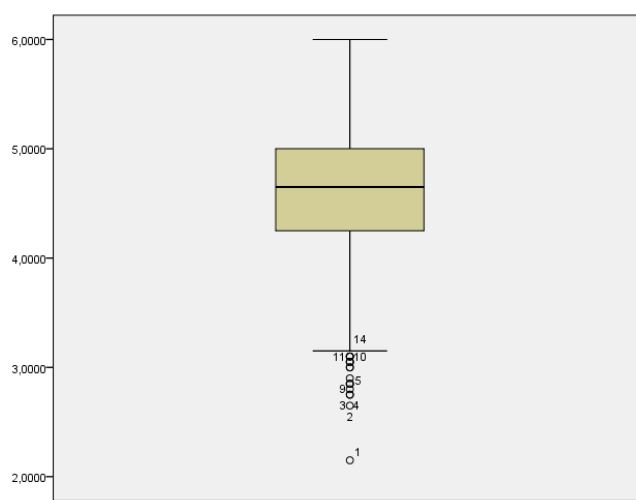
x_{ij} az i . válaszadó j . kérdésre adott tényleges válasza ($i = 1, 2, K, n$ $j = 1, 2, K, J$)

$\bar{x}_i = \sum_{j=1}^J x_{ij}$ az i . válaszadó heterogén kérdésekre adott válaszainak átlaga

Esetünkben $\bar{x}_i$ gyakorlatilag a beleegyező válaszadás (becsült) mérőszámának tekinthető. Abban az esetben, ha ez az érték az i . válaszadó esetén magas, az azt jelenti, hogy a válaszadóra erősen jellemző a beleegyező válaszadás jelensége.

A korábban már bemutatott két kérdéscsoport (Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?, Mennyire tartod fontosnak az alábbi tulajdonságokat?) közül a második esetben találtunk különösen magas mértékét a beleegyező válaszadásnak. A valamennyi válaszadóra meghatározott $\bar{x}_i$ mérőszámok eloszlását az alábbi boxplot segítségével mutatjuk be:

3. ábra: Boxplot a válaszadások átlagai alapján



A boxplot alapján az látható, hogy a válaszadók mintegy negyede 5 feletti átlagot „produkált” az 1-6 skálán, illetve a válaszadók fele 4,65 feletti mutatóval rendelkezik. A 3 alatti átlagúak pedig már kiugró értékűnek számítanak, ami újabb bizonyítékát adja annak, hogy a beleegyező válaszadás torzításával terheltek az adatok.

A jelenség megállapítása után a legfontosabb feladat a hatás csökkentése. A legegyszerűbb feltevés szerint a beleegyező válaszadási torzítás additív módon kapcsolódik a kérdésekhez, és független attól, ami az esetek többségében megfelelőnek mondható. Ennek megfelelően a tisztítást az alábbi módon végeztük el:

$$x'_{ij} = x_{ij} - \bar{x}_i \quad (1)$$

ahol a már bevezetett jelölések mellett $\frac{x_{ij}}{n}$ a beleegyező válaszadói torzítástól tisztított érték az i . válaszadó és j . változó esetében.

Az (1) képlet segítségével tisztított értékek közötti korrelációs együtthatók az alábbi táblázatban találhatóak meg. Jól láthatóan negatív korrelációk is megjelentek az ellentétes jellemzőket mérő változók esetén.

3. tábla: Néhány korrelációs együttható a tisztított értékek alapján

	Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	Kimaradok a dolgokból	Inkább csak szemlélem a világot	Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	Másokhoz képest lassan élek
Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	1				
Kimaradok a dolgokból	-0,275	1			
Inkább csak szemlélem a világot	-0,256	0,305	1		
Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	0,403	-0,239	-0,277	1	
Másokhoz képest lassan élek	-0,453	0,301	0,304	-0,335	1

3. A megkérdezések eredményei

Az összevont (dél-dunántúli boost-ot is tartalmazó) minta elemzésekor egy- és többváltozós eszközöket is használtunk. Elsődleges célunk volt, hogy jó áttekintést adjunk a megkérdezések eredményeiről, illetve két témakör mélyebb vizsgálatát is elvégeztük. Ez utóbbi részint a projekt fő céljához kapcsolódóan a vizsgált korcsoport esetében azonosítható ún. tudománykommunikációs klasztereket írja le, illetve ennek támogatására modelleztük a Z generáció életstílusát, annak tipikus csoportjait.

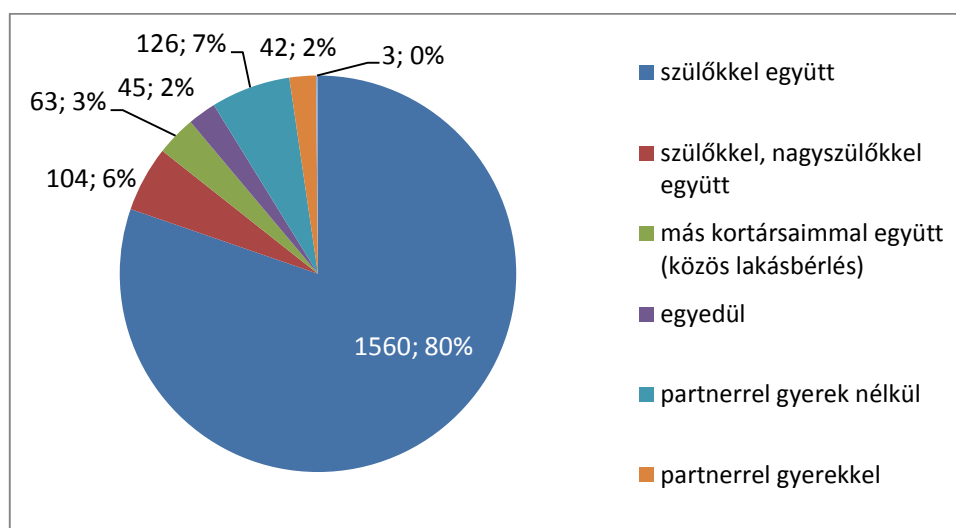
3.1. Leíró statisztikai elemzések

A következőkben a kérdőív felépítését követve bontjuk ki az egyes témakörök esetében, hogy milyen gyakorisági és kereszttáblás összefüggéseket találtunk. Természetesen lehetnek olyan további összefüggések az adatállományban, amelyre jelen eredménybemutató nem tér ki. Mellékleként közöljük azokat a kereszttáblás eredményeket, amelyek esetében szignifikáns különbség mutatkozott a változók összefüggéseinek vizsgálatakor.

demográfiai háttér

15-24 éves korosztály 83,2%-a (n=2000) szülőkkel, nagyszülőkkel él együtt, melyen belül 5,2 százalékpontnyi él ténylegesen kettőnél több generációs háztartásban.

4. ábra: Kérdés 63. Milyen típusú háztartásban élsz? (n=2000)



A válaszadók mintegy 8,5%-a (n=2000) alapított már saját életközösséget, ebből 6,3 partnerükkel, 2,1 százalékpontnyi pedig partnerrel és saját gyermekkel közösen él.

Gyermeüket egyedül nevelők aránya elenyésző, összesen 3 fő él ilyen háztartástípusban. Egyszemélyes, önálló háztartást a válaszadók csupán 2,3%-a vezet, míg 3,2% él kortársaival együtt.

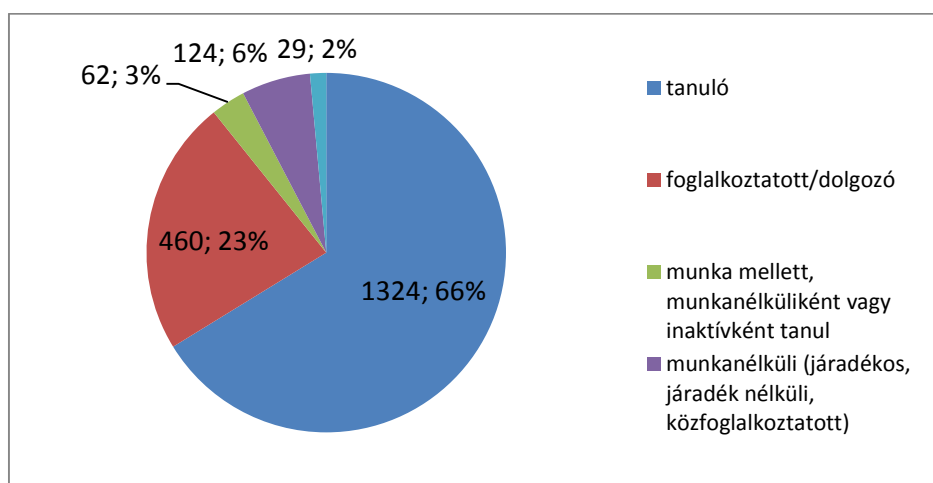
A fiatalok által lakott háztartásokban átlagosan 3,74 fő (n=2000) él együtt. A legjellemzőbb háztartásmodell a 4 fős lakóközösség, ennél többen csak a háztartások 22,4%-ában élnek. A legnépesebb háztartás 11 főt számlált. A válaszadók 18%-ának (n=2000) nincs egyetlen testvére sem, 46,0%-uknak (n=2000) egy, további 22,2%-nak (n=2000) pedig két testvére is van. A megkérdezett háztartások 23,3%-a (n=2000) részesül valamilyen jövedelemhez kötött társadalmi jövedelemben.

A fiatalok döntő többsége nem él tartós kapcsolatban (70,6%, n=1996), akik mégis azok között is kiemelkedő azoknak az aránya, akik nem hivatalos párkapcsolatban élnek (26,4%, n=1996), így a válaszadók mindössze 1,3%-a (n=1996) él élettársi és 1,6%-a (n=1996) házastársi kapcsolatban. A megkérdezések során 1 főt (n=1996) regisztráltak elváltként.

A kialakulatlan kapcsolati viszonyokból is következik, hogy a gyermekes válaszadók száma extrém módon alacsony, a válaszadók 96,4%-ának (n=2000) nincs még gyermeke, 3%-nak (n=2000) egy, még 12 főnek két gyermeke van. (0,6%, n=2000)

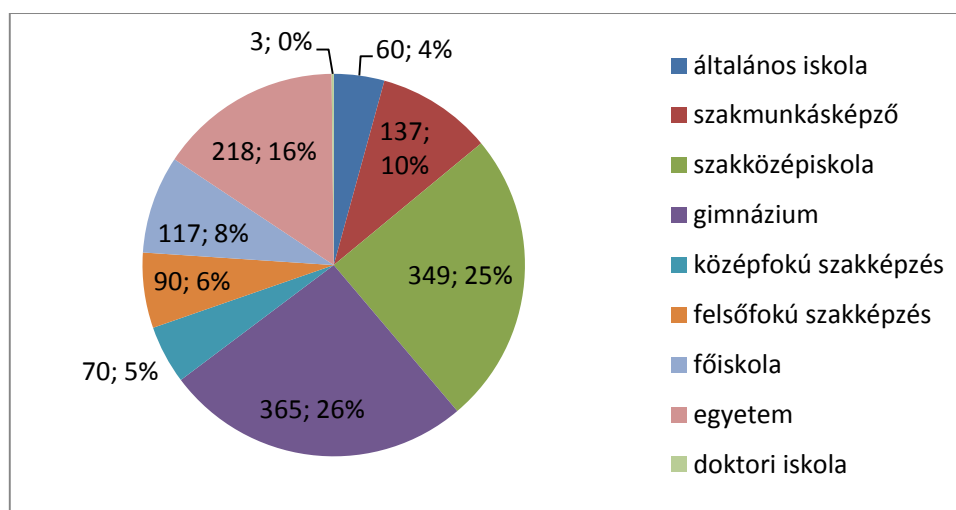
A válaszadók 66,2%-a (n=2000) tanul még, 23,0%-a (n=2000) dolgozik, további 3,1% pedig (n=2000) tanulás mellett is dolgozik. A munkanélküli ráta a korosztályon belül 6,2% (n=2000), amely az országos átlag alatt marad. A válaszadók 1,5%-a (n=2000) társadalmi jövedelmekből él.

5. ábra: Kérdés 51. Mi a jelenlegi munkaerő-piaci státuszod? (n=2000)



Az 1408 tanulmányokat folytató válaszadó közül 4,3% tanul alapfokú, 65,3% középfokú és 30,3% felsőfokú tanintézményben. A középfokú oktatási intézmények közül a gimnáziumok a legnépszerűbbek (25,9%, n=1408), még szakmunkásképző iskolákat a fiatalok 9,7%-a (n=1408) látogat rendszeresen.

6. ábra: Kérdés 52. Milyen típusú oktatási intézményben tanulsz jelenleg? (n=1408)

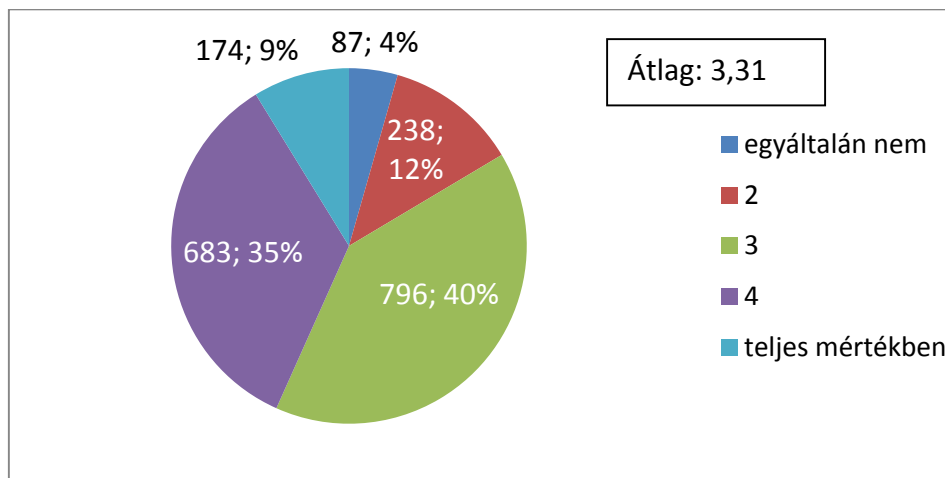


tájékozottság

A válaszadók egy ötfokozatú skálán értékelték, hogy mennyire érzik magukat tájékozottnak a napi hírekkel kapcsolatban. A legtöbb résztvevő (40,3%, n=1979) a közepső értéket választotta, még további 43,3% inkább tájékozottnak vagy teljes mértékben tájékozottnak gondolja magát. Ennek megfelelően a válaszok átlagos értéke szintén a skála középértékéhez áll közel a maga 3,31-os szintjével.

A férfi válaszadók magabiztosabbnak bizonyultak saját tájékozottságukat illetően. 6,0 százalékponttal (n=969) választották többen a két legmagasabb értéket, mint a korosztály nő tagjai. A tájékozottság szubjektív megítélése egyenes arányban nő a kor emelkedésével. Még a 15-18 éves korosztály 35,5%-a (n=744) érezte magát inkább tájékozottnak, addig a 22-24 évesek körében ugyanez az érték 51,9%-a (n=594).

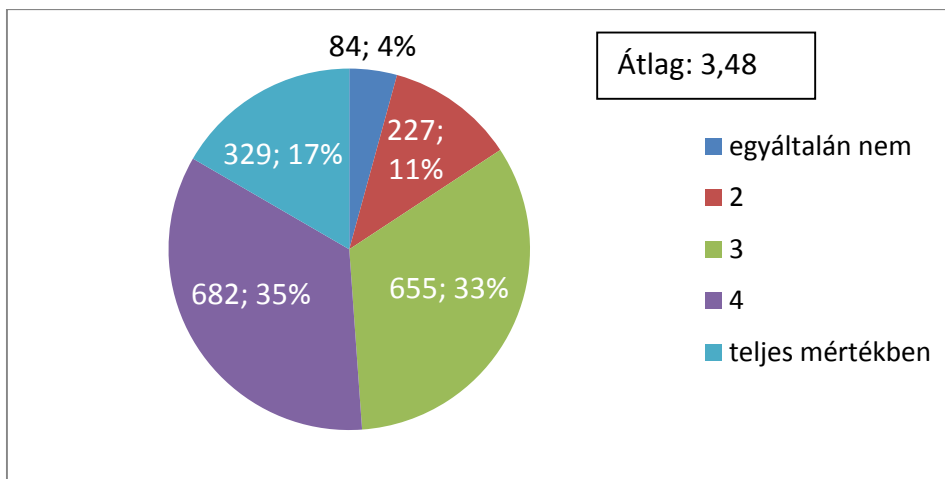
7. ábra: Kérdés 1. Mennyire érzed magad tájékozottnak a napi hírekkel kapcsolatban?
Kérem, válaszd egy ötfokozatú skála segítségével add meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem,
5 pedig, hogy teljes mértékben! (n=1979)



Nem sokkal mutat magasabb értéket a válaszok átlagos értéke arra a kérdésre sem, hogy mennyire tartják fontosnak a fiatalok, hogy a napi hírekkel kapcsolatban tájékozottak legyenek. Igaz, ebben a kérdésben már 3,48-os átlag mellé a skála négyes értéke társul modusként és a válaszadók több mint fele (51,1%, n=1977) gondolja úgy, hogy inkább fontos illetve nagyon fontos a tájékozottság.

A tájékozottság fontosságának megítélése szignifikáns különbséget mutat korcsoportonként valamint település jelleg szerint. Utóbbi változót nézve a budapestiek (57,1%, n=349) és a megyei jogú városban élők (54,4%, n=416) tartják a legfontosabbnak a tájékozottságot, még korcsoport szerinti bontásban az idősebb válaszadók.

8. ábra: Kérdés 2. Mennyire tartod fontosnak, hogy a napi hírekkel kapcsolatban tájékozott legyél?
Kérem, válaszd egy ötfokozatú skála segítségével add meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem,
5 pedig, hogy teljes mértékben! (n= 1977)

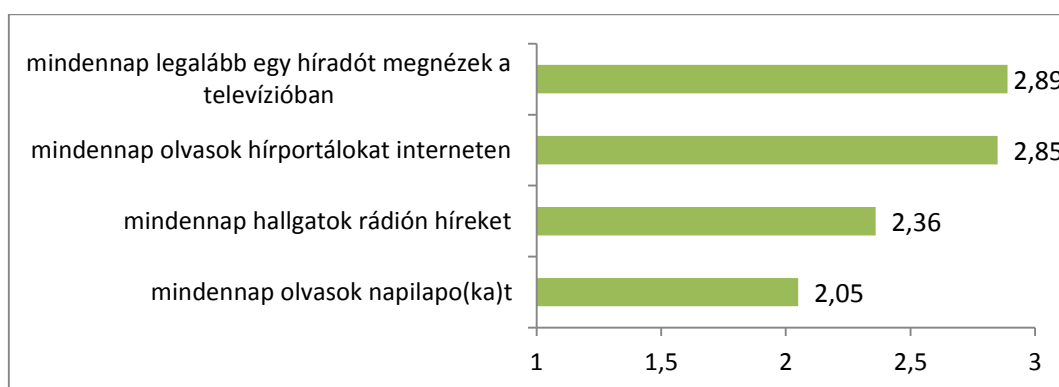


információs csatornák

A mérsékelt, közepes szintű információs igénynek megfelelően egyetlen információs csatorna esetében sem követi a hírtartalmakat napi rendszerességgel a válaszadók többsége. Némileg meglepő, hogy a leggyakrabban használt információforrás a napi tájékozódásban a fiatalok körében továbbra is a televízió híradója, amelyet a válaszadók 35,4%-a (n=2000) néz közel napi rendszerességgel. Az online hírportálokat 32,5% (n=2000), a rádiós híradókat pedig 21,9% (n=2000) követi jellemzően napról napra. A legkevésbé elterjedtebb információs csatorna a fiatalok körében a nyomtatott sajtó. A kutatásban résztvevők mindössze 11,6% (n=2000) nyilatkozott úgy, hogy rendszeresen olvas napilapokat.

A tájékozottság szubjektív megítélésével egybehangzóan a különböző információs források használatának gyakorisága minden egyes média esetében egyenes arányban nő az életkorral. Település típus szerint a nagyobb városokban élők inkább az online térben tájékozódnak, még a legkisebb települések lakói az átlagosnál jobban támaszkodnak a televíziók híradóira.

9. ábra: Kérdés 3. Mennyire igazak rád az alábbi állítások?
(1 – egyáltalán nem igaz; 5 – teljes mértékben igaz) (n=2000)



Amennyiben direkt, aktív információ keresésről van szó az online források már átveszik a vezető szerepet. A korosztály tagjai legnagyobb arányban (56,7%, n=2000) az interneten keresnek választ a kérdéseikre, azon belül is a keresőmotorok segítségével támaszkodnak, amennyiben információra van szükségük. Szintén fontos szerep jut a személyes kapcsolatoknak is informálódásban. Korosztálybeli társakhoz, barátokhoz a válaszadók 48,8%-a (n=2000), szüleikhez 45,8% (n=2000) fordul kérdéseivel. A közösségi médiát a válaszadók mindössze 31,3% (n= 1997) használja rendszeresen tájékozódásra. A legkevésbé a nyomtatott tartalmakra támaszkodnak a fiatalok az információgyűjtés során. Kevesebb mint

ötödük (16,8%, n=2000) válaszolt úgy, hogy könyvekből, újságokból gyűjtenék be a szükséges, hiányzó információkat.

Érdekesség, hogy a korosztály nő tagjai az információgyűjtés során szívesebben támaszkodnak offline forrásokra, azon belül is a személyes kapcsolatokra, valamint, hogy a település nagyság emelkedésével ezek a személyes kapcsolatok egyre kisebb jelentőséggel bírnak, helyét átveszik az online források.

10. ábra: Kérdés 8. Mennyire igazak rád az alábbi állítások? Amennyiben információra van szükségem...
(1 – egyáltalán nem igaz; 5 – teljes mértékben igaz)

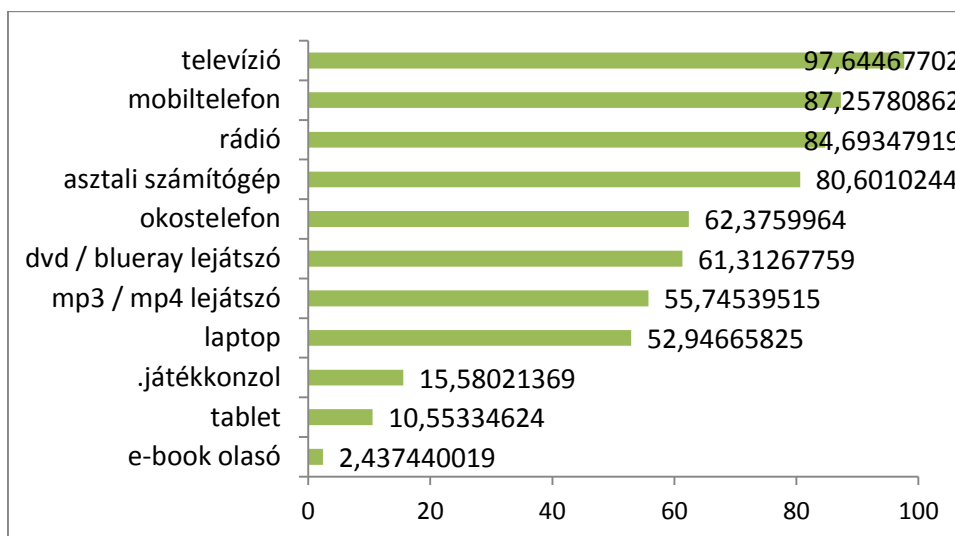


információs eszközökkel való ellátottság

Ami a háztartások információs kommunikációs eszközökkel való ellátottságát illeti, majdnem minden otthon rendelkezik televízióval (97,6%, n=2000), és több háztatás rendelkezik mobiltelefonnal (87,3%, n=2000), mint rádióval (84,7%, n=2000). Szintén markáns az okostelefonok jelenléte is a háztartásokban, hiszen 62,4%-uk már rendelkezik ilyen készülékkel is.

Ami kifejezetten az IT technológiát illeti a háztartások 80,6%-a rendelkezik asztali számítógéppel, 52,9%-a lappal és 10,6% pedig tablettel. Szórakoztató elektronikai termékekkel is jellemzően ellátottak a fiatalok otthonai. MP3/ MP4 lejátszóval a 55,7%-ukban, DVD/BLUERAY lejátszóval pedig 61,3%-ukban találkozhatunk. Játékkonzolokkal a háztartások 15,6%-ában játszhatnak.

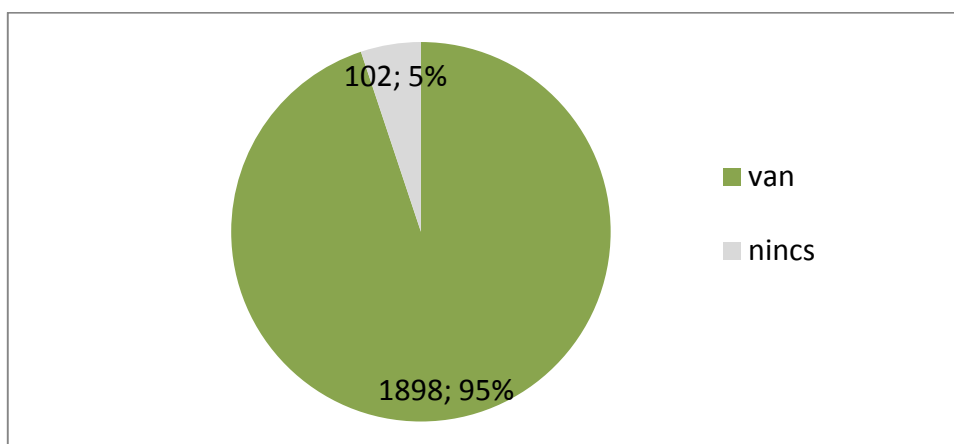
11. ábra: Kérdés 4. Az alábbi információkommunikációs eszközök közül melyekkel rendelkezik a háztartásod?... (%) (n=2000)



Az okostelefonok rohamos elterjedés jól mutatja, hogy a korosztályhoz tartozók 59%-a (n=2000) rendelkezik már ilyen készülékkel, 45,5% (n=2000) pedig hozzá tartozó mobilinternettel is. Az okostelefon használó fiatalok mindössze 11,1%-a (n=1181) nem töltött még le alkalmazásokat telefonjára, 45,8%-uk (n=1181) viszont rendszeresen frissíti készülékét. Ezek után nem meglepő, hogy a válaszadók közel fele (46,8%, n=2000) érzi úgy, hogy egyre több mindenre használja mobiltelefonját.

Az online eléréssel rendelkező háztartások aránya 94,9% (n=2000), amely érték megközelíti a televíziók elterjedtségét. A várakozásoknak megfelelően minél kisebb településen helyezkedik el a háztartás annál kevésbé valószínű, hogy rendelkezik internet eléréssel.

12. ábra: Kérdés 5. Van Internet elérés az otthonodban? (n=2000)



A háztartások magas online elérésének köszönhetően a válaszadók döntő többsége leginkább otthon internetezik (90,4%, n=2000), azt követően pedig iskolában (2,5%, n=2000) illetve munkahelyen (1,4%, n=2000). A válaszadók mindössze 1%-a (n=2000) nyilatkozott úgy, hogy egyáltalán nem internetezik.

A kutatás eredményei alapján a 15-24 éves magyar fiatalok átlagosan közel két és fél órát, 150 percet (n=2000) töltenek internetezéssel egy nap, amelynek a felét 75 percet (n=2000) kizárólag a Facebookon. Érdekesség, hogy még a nők (143, n=1020) átlagosan 14 perccel kevesebbet interneteznek egy nap, mint a férfiak (157, n=980), addig a Facebook-on töltött idejük 13 perccel meghaladja a férfiakét (68, n=980).

Az eddigi eredményekkel összhangban a nagyobb települések lakói töltik a legtöbb időt internetezéssel. Egy budapesti fiatal átlagosan 179 percet (n=), még egy 2000-10000 fő közötti településen élő 135-öt (n=), mely érték a legalacsonyabb a különböző lakóhelyek között.

online magatartás

A Facebook kifejezetten magas részesedésének ellenére a fiatalok mindössze 18,8%-a válaszolt úgy egy ötfokozatú skálán, hogy részben vagy teljes mértékben igaz rá, hogy Facebook függő lenne, sőt az online térben eltöltött tetemes időmennyiség ellenére egyáltalán nem érzik úgy a válaszadók, hogy kevesebb személyes kapcsolatot tartanak ismerőseikkel, barátaikkal, csupán 11,3% értett egyet ezzel az állítással.

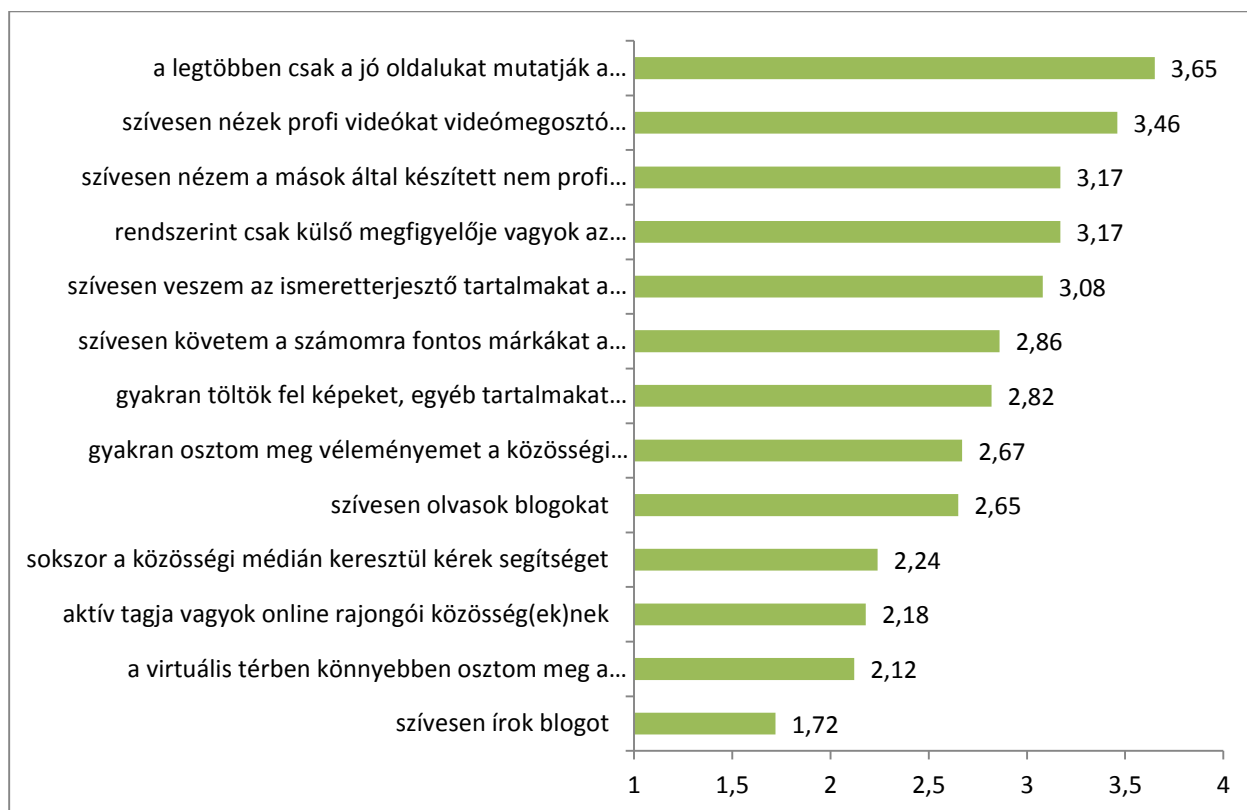
Némileg ellent mond ennek az állításnak, hogy a kutatás eredményei szerint a legtöbb emberrel az online térben tartanak rendszeres kapcsolatot a fiatalok, átlagosan 37,2 fővel (n=1946) szemben a személyes kapcsolattartás átlagos 21,9-es (n=1981) és a telefonon keresztüli 12,0-es (n=1970) értékével. Az online tér kapcsolati erejét jól mutatja, hogy volt olyan válaszadó, aki saját bevallása szerint 1500 fővel tartja interneten a kapcsolatot. Természetesen ezen online kapcsolatok zöme jellemzően gyenge kötelék, hiszen a kutatás eredményei szerint egy átlagos 15-24 éves fiatal 11,1 főt (n=1982) tekint a barátjának, míg a legjellemzőbb baráti társaságok csupán 5 fősek. A korosztály aktív szociális életét mutatja, hogy mindössze 15 (0,7%, n=1982) válaszadó nyilatkozta azt, hogy nincs egyetlen barátja sem.

A korábbi kutatási eredményeknek és a szakirodalomnak megfelelően a fiatalok kisebb hányada generálja az online tartalmak legnagyobb részét. A válaszadók mindössze 30,6%-a (n=2000) nyilatkozott úgy, egy ötfokú skálán, hogy részben vagy teljes mértékben igaz rá,

hogy gyakran oszt meg képeket a közösségi oldalakon, illetve 26,1% (n=2000), hogy a véleményét gyakran közlé teszi ezen a felületen. Még kevésbé jellemző a fiatalokra, hogy aktív tagjai lennének online rajongói közösségeknek (16,1%, n=2000), vagy a közösségi médián keresztül kérnének valakitől segítséget (15,3%, n=2000) illetve hogy szívesen osztanák meg problémáikat ebben a virtuális térben (14,8%, n=2000). Szintén az online passzivitás mutatja, hogy a válaszadók mindössze 8,1%-a nyilatkozott úgy, hogy szívesen ír blogot, miközben több mint háromszor akkora arányban (26,9%, n=2000) olvassák azokat. Az átlagosnál népszerűbbek ugyanakkor a vizuális tartalmak az interneten. A fiatalok több mint fele (51,2%, n=2000) szívesen néz profi videókat az interneten, 39,7%-uk (n=2000) pedig az amatőr videókat is kifejezetten kedveli. A különböző márkák sem kifejezetten népszerű elemei a közösségi térnek. A válaszok 2,86-os (n=2000) átlaga arra utal, hogy a fiatalok nem szívesen követik még a számukra fontos márkákat sem. Ennél még a 3,08-os átlagos értéket kapó ismeretterjesztő tartalmakat is szívesebben látják a web 2.0-ás felületeken.

Szembetűnő ugyanakkor, hogy az összes aktivitást mérő változó esetében a kor emelkedésével jelentősen csökkent az egyetértés átlagos értéke, vagyis a várakozásoknak megfelelően a 15-18 éves korosztály használja legaktívabban és a legtöbb dologra a közösségi média felületeit. Nemek szerinti bontásban a nők szívesebben osztanak meg magukról képeket és általánosságban valamivel aktívabbak, ugyanakkor a férfiak passzív tevékenységként szívesebben néznek különböző videó tartalmakat.

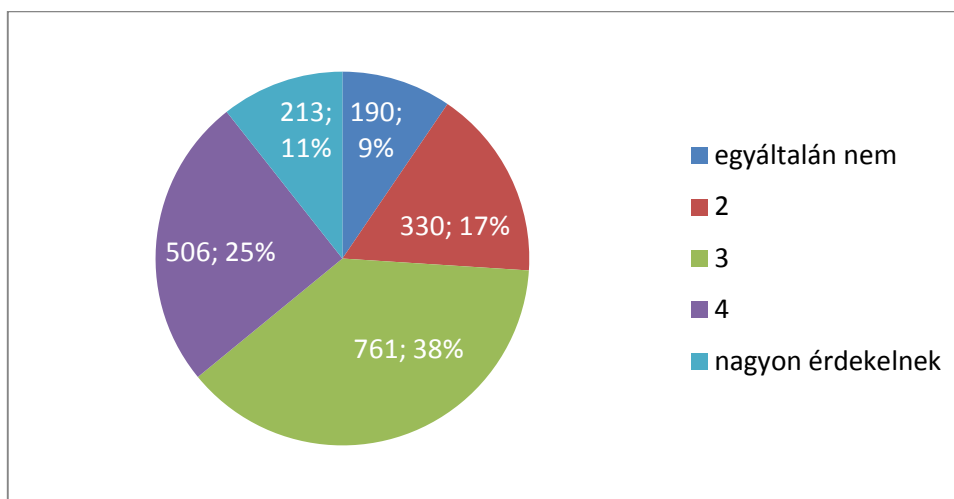
13. ábra: Kérdés 10. Mennyire igazak rád a következő állítások?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben) (n=2000)



a tudomány megítélése

Az új tudományos eredmények iránt a válaszadók valamivel több mint harmada (35,9%, n=2000) kifejezetten érdeklődő, ugyanakkor 26,0%-ukat egyáltalán nem mozgatják a tudományos újdonságok. A válaszok 3,11-os átlagos értéke szinte megegyezik azzal az értékkel, amennyire szívesen látják a fiatalok a tudományos tartalmakat a közösségi médiában. A várakozásoknak megfelelően nyitottabban a kutatás-fejlesztésre a korosztály idősebb tagjai, a férfiak és a nagyobb településeken élők.

14. ábra: Kérdés 12. Mennyire érdekelnek az új tudományos eredmények?
(1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon érdekelnek) (n=2000)



A megosztott, közepes érdeklődés mellett a válaszadók mindössze 10,6%-a olvas rendszeresen valamilyen tudományos, ismeretterjesztő lapot folyóiratot. Érdekesség, hogy a fővárosi fiatalokat (14,8%, n=351) követően a 2000 fő alatti településen élők (13,4%, n=283) nyilatkoztak úgy legnagyobb arányban, hogy rendszeres olvasói lennének tudományos nyomdatermékeknek. A legkisebb arányban e kérdés esetében is a 2000-10000 közötti településen élő fiatalok (6,9%, n=554) tájékozódnak a tudományos eredményekről. Az életkori sajátosságokat tekintve a várakozásoknak megfelelően a 15-18 évesek olvasnak legkisebb (7%, n=753), a 22-24 évesek pedig a legnagyobb arányban (13,7%, n=599) tudományos lapokat. Az első említések alapján az olvasott tudományos folyóiratok közül a legnépszerűbbek (n=212): National Geographic (29,6%), HVG (10,6%), Élet és Tudomány (6,4%), GEO (5,3%), IPM (4,8%).

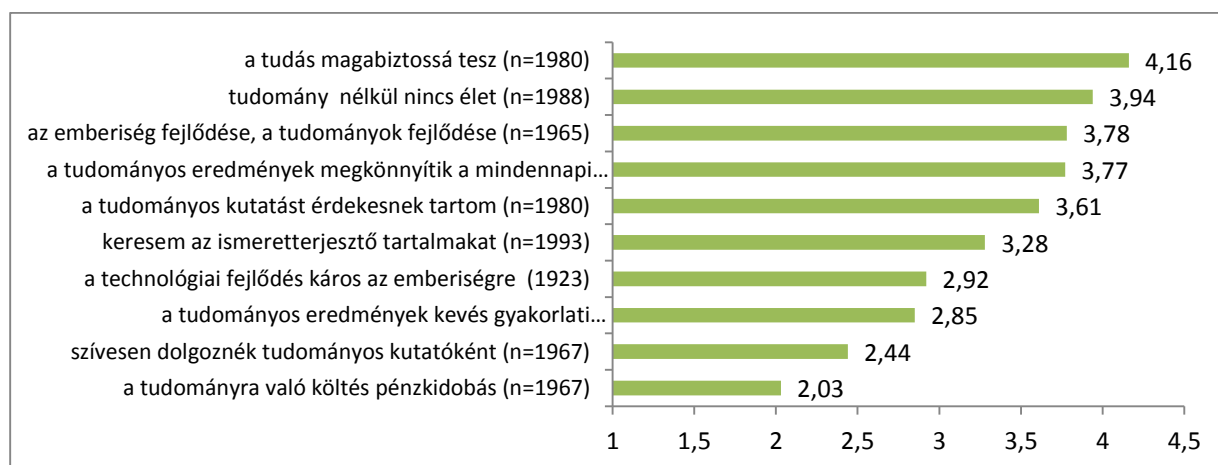
15. ábra: Kérdés 11. Szoktál olvasni rendszeresen valamilyen tudományos folyóiratot, ismeretterjesztő lapot? Melyikeket?



A kutatás további eredményei alapján a közepes érdeklődés ellenére, a tudomány megítélése kifejezetten jó a fiatalok körében. A témával kapcsolatos pozitív tartalmú attitűd állításokkal a nagy többsége részben vagy teljes mértékben egyetértett, míg a negatív kicsengésűeket a többség minden esetben elutasította. A válaszadók részben vagy teljes mértékben osztották azt a véleményt miszerint „tudomány nélkül nincs élet” (69,7%, n=1988), „a tudás magabiztossá tesz” (79,7%, n=1980), a „tudomány megkönnyíti a mindennapi életet” (63,3%, n=1975) illetve, hogy „az emberiség fejlődése egyet jelent a tudományok fejlődésével” (64,8%, n=1965). Valamivel kisebb arányban, de még mindig alapvetően pozitívan viszonyulnak a 15-24 éves fiatalok a tudománnyal való aktív kapcsolatokhoz. 56,7%-uk (n=1980) szerint, a tudományos kutatás kifejezetten érdekes, sőt 43,7% (n=1993) kifejezetten keresi is ezeket a tartalmakat, 22,9% (n=1967) pedig akár kutatóként is dolgozna. Hozzávetőleg minden negyedik válaszadó gondolja ugyanakkor úgy, hogy a tudományos eredmények kevés gyakorlati eredménnyel járnak illetve nagyjából minden tizedik (11,3%, n=1967), hogy a tudományba való befektetés pénzkidobás.

A kérdésekre adott válaszokat életkor és település típus szerinti bontásban vizsgálva megállapítható, hogy a tudomány megítélése annál pozitívabb minél nagyobb településen illetve minél idősebb korcsoportban vizsgáljuk a korosztályon belül.

16. ábra: Kérdés 13. Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben)

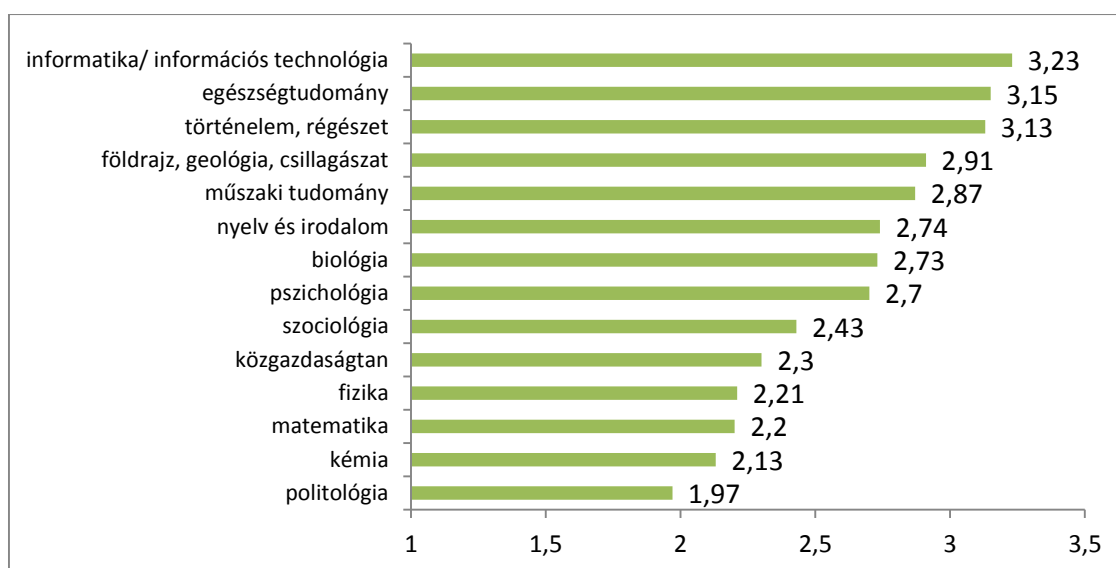


A tudományos élethez, kutatáshoz való kifejezetten pozitív hozzáállás ellenére az egyes klasszikus tudományterületek népszerűsége meglehetősen alacsony átlagokat mutat. A kétezzer válaszadó a leginkább érdeklődők az informatika (3,23), az egészségtudomány (3,15), a

történelem (3,13), a földrajz (2,91) és a műszaki tudományok (2,87) eredményei iránt mutatkoztak. Még a legkevésbé a politológia (1,97), a kémia (2,13) és a matematika innovációi (2,20) kötik le a figyelmüket.

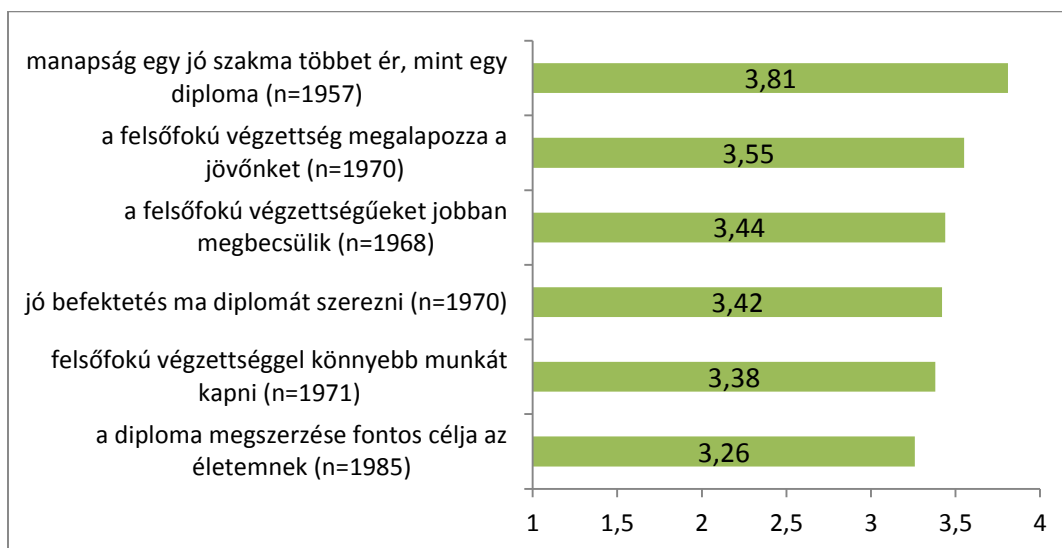
Az egyes tudományok népszerűsége jellemzően szignifikánsan függ a válaszadók nemétől. Azt lehet mondani, hogy a hagyományosan férfias és nőis tudományos ágak továbbra is fennmaradtak. A nők inkább a humán, élettani és társadalomtudományokat részesítik előnyben, még a férfiak a reál és műszaki tudományok iránt érdeklődnek.

17. ábra: Kérdés 14. Mennyire érdekelnek az új tudományos eredmények az alábbi területeken?
(1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon érdekelnek)



Érdekesség, hogy habár a válaszadók 49,6%-a (n=1970) továbbra is úgy gondolja, hogy jó befektetés ma diplomát szerezni, sőt 47,1%-uk (n=1985) kifejezetten fontos célként tekint a diploma megszerzésére a legmagasabb átlagot (3,81, n=1957) a „manapság egy jó szakma többet ér, mint egy diploma” állítással való egyetértés kapta. Ezzel együtt a szűk többség inkább egyetért azokkal az állításokkal, hogy a „felsőfokú végzettségűeket jobban megbecsülik” (50,0%, n=1968) illetve, hogy a „felsőfokú végzettség megalapozza a jövőnket” (53,0%, n=1970).

18. ábra: Kérdés 15. Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben)



Szintén meglepő eredmény, hogy a válaszok átlagai alapján a felsőfokú oktatási intézményben szerzett végzettség megítélése a középiskolás korúak körében a legjobb, még a 22-24 évesek körében a legalacsonyabb.

szabadidő, szórakozás

A fiatalok outdoor tevékenysége meglehetősen aktív. A válaszadók tíz szabadon eltölthető estéből átlagosan 4,58-at töltenek az otthonukon kívül. A legnagyobb arányban két éjszakát (17,3%, n=2000) vannak házon kívül, ugyanakkor 49,6%-uk (n=2000) minden második esténél is többször. Velük ellentétben pedig 4,7% (n=2000) minden estét otthon tölti.

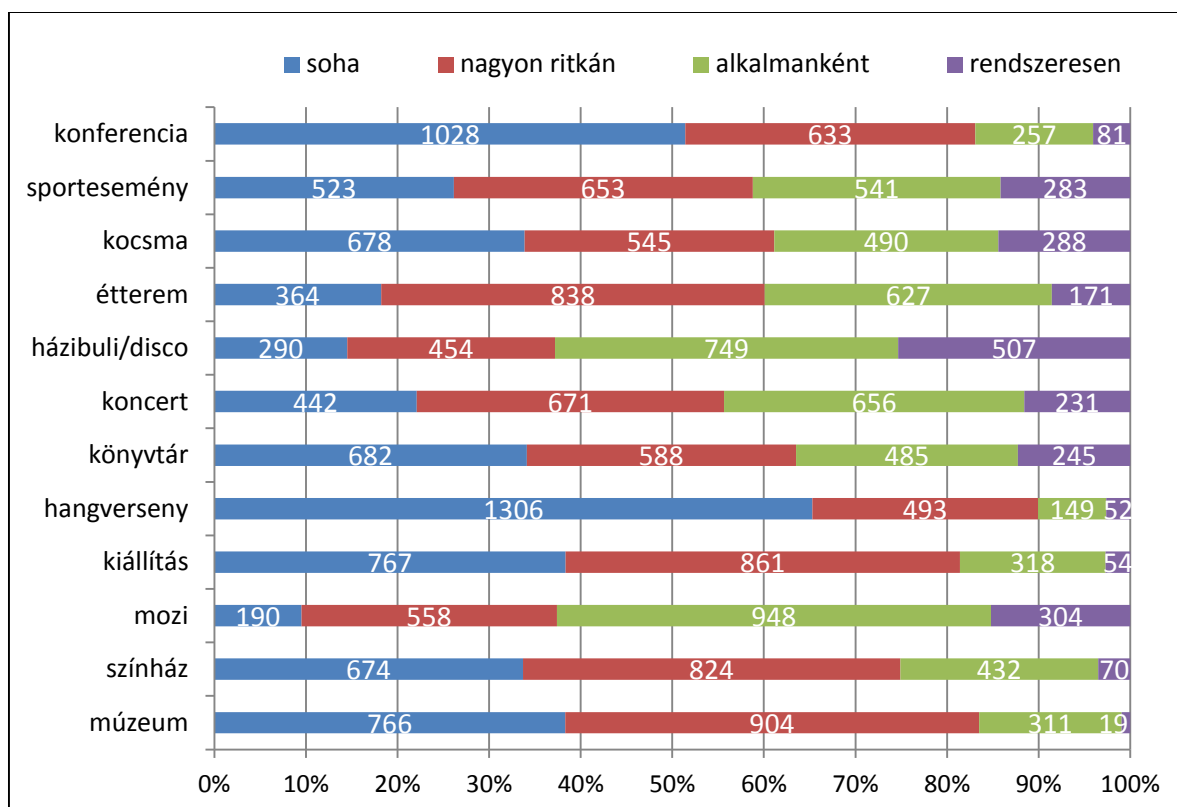
A települési hierarchia emelkedésével a nő az otthonon kívül töltött esték átlagos száma is. Még egy budapesti fiatalok tízből átlagosan 5,17 (n=350) estét tölt outdoor tevékenységgel, addig egy 2000 fő alatti településen élő fiatal átlagosan 3,9-et (n=283).

A különböző otthonon kívüli eseményekről, rendezvényekről a válaszadók 73,3%-a (n=2000) a barátoktól, ismerősöktől szerez tudomást, emellett pedig 52,4% (n=2000) használja jellemzően a Facebookot a programokról való tájékozódásra. A többi online és offline csatornának a fent említettekhez képest elenyésző szerep jut.

A házon kívüli tevékenységek közül kifejezetten keveset töltenek a fiatalok a magas kultúrához tartozó intézményekben, rendezvényeken. A válaszadók döntő többsége nagyon ritkán vagy egyáltalán nem látogat múzeumokat (83,5%, n=2000), színházat (74,9%,

n=2000), művészeti kiállításokat (81,4%, n=2000) és hangversenyeket (89,9%, n=2000), de 63,5% (n=2000) még könyvtárakat sem. Népszerűek, vagyis legalább viszonylagos rendszerességgel, alkalmanként látogatják a fiatalok a könnyed szórakozást biztosító házibulik/diszkókat (62,8%, n=2000) valamint a mozikat (62,6%, n=2000).

19. ábra: Kérdés 16. Milyen gyakorisággal látogatsz az alábbi intézményeket, eseményeket, helyszíneket?
(1. soha; 2. nagyon ritkán; 3. alkalmanként; 4. rendszeresen)



Általánosságban megállapítható, hogy a magas kultúrához kapcsolódó rendezvényeket a korosztály nő tagjai és a nagyobb településen élők látogatják gyakrabban, még a férfiak elsősorban inkább a könnyedebb szórakozást biztosító eseményeket részesítik előnyben. Érdekes, hogy a kulturális események és rendezvények látogatottságának csökkenése a 2000 fő alatti települések megtorpan, így az ott élők aktívabbak, mint a kisvárosok lakói.

Az otthon is végezhető szabadidős tevékenységek közé sorolható a könyvolvasás. A kutatás eredményei alapján egy 15-24 éves fiatal átlagosan 5,23 darab (n=1864) olyan könyvet olvasott el a tavalyi évben, amely nem kötelező olvasmány vagy tankönyv. Az adat ugyanakkor félrevezető a válaszok hihetetlen nagy terjedelme miatt, hiszen volt, aki egyet

sem, míg mások elmondásuk szerint százötven könyvet olvastak el egy év alatt. A viszonyokat jól mutatja, hogy a modulus érték a nulla, a válaszadók 21,7%-a (n=1864), ugyanis egyetlen egy könyvet sem olvasott, további 6,8% (n=2000) pedig nem tudta megválaszolni a kérdést. Azok, akik ténylegesen olvastak könyvet a legjellemzőbb, modulus érték, 16,5%-kal (n=2000), a kettő volt.

Az adott évben olvasott könyvek átlagos száma a nők körében közel két egységgel (6,16, n=953) magasabb, mint a férfiak esetében (4,25, n=911). Az olvasottság a település csökkenésével együtt csökken. Még Budapesten a válaszadók átlagosan 7,12 (n=320) könyvet olvasnak, addig a legkisebb településtípuson mindössze 3,96-ot (n=266).

A könyvolvasásnál népszerűbb otthoni szabadidős tevékenység a fiatalok körében a filmek, sorozatok követése, ugyanis a válaszadók mindössze 26,5%-a (n=2000) nem néz sorozatokat, viszont 67,0%-uk (n=2000) legalább heti rendszerességgel, amelyből 25,2 százalékpontnyi válaszadó naponta. Az átlagnál aktívabb sorozatnézőknek tekinthetők a korosztály fiatalabb tagjai és a nők.

Ráadásul azok közül, akik elkezdnek sorozatot nézni mindössze 35,9% (n=1470) néz végig csupán egy részt, vagyis a sorozat használat nemcsak extenzív, de kifejezetten intenzív tevékenység is. Szintén ezt támasztja alá, hogy jellemzően több szériát követnek a fiatalok, hiszen mindössze 22,1% (n=1470) nyilatkozott úgy, hogy egy időszakban csak egy sorozatot néz. A leginkább „sorozathalmazók” a budapesti fiatalok, de a nők és a fiatalabbak is egyszerre több sorozatot néznek, mint a korosztályos átlag.

Továbbá az eredmények alapján az is megállapítható, hogy jellemzően társas tevékenységként nézik a filmeket, hiszen 53,4%-uk (n=1470) másokkal együtt, jellemzően családtagokkal, baráttal/barátnővel közösen végzik ezt a tevékenységet.

A legtöbben televízión műsoridőben (57,4%, n=2000) követik a kedvenc sorozatokat, de valamivel több mint minden negyedik válaszadó számítógépen, internetről letöltve nézi az epizódokat. DVD-n, illetve felvételtől visszajátssza közel 5-5% követi a filmeket.

A legnépszerűbb, legtöbbször által követett sorozatok a korcsoportban a sit-com jellegű vígjátékok (31,3%, n=2000), a krimik (25,6%, n=2000) valamint a helyszínelő sorozatok (24,4%, n=2000). Még a felsoroltak között a legkevésbé népszerűek a politikai (2,2%, n=2000) és összeesküvés rövidfilmek (3,6%, n=2000).

A sorozat nézés nemcsak a szórakozás, hanem az idegennyelv használat és tanulás terepe is. A sorozatnézők 31%-a (n=1470) ugyanis a magyar mellett vagy helyett más nyelveken is követik a filmeket. A legtöbben angolul, a többi nyelv részesedése szinte elenyésző.

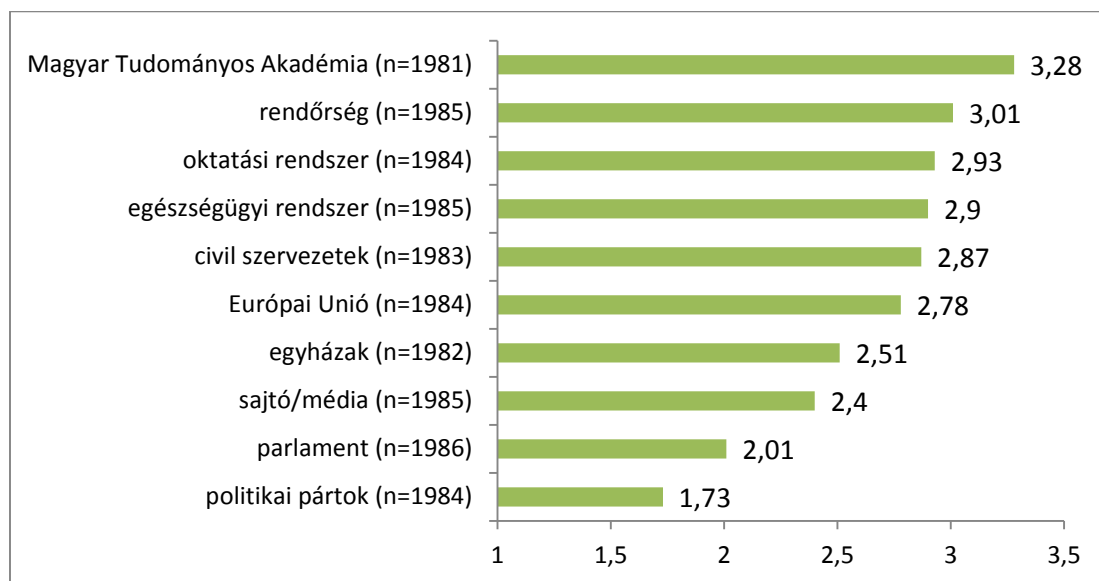
Ez az eredmény nem meglepő annak fényében, hogy a fiatalok által beszélt nyelvek közül kiemelkedik az angol, amelyről 60,9% (n=2000) nyilatkozta azt, hogy gond nélkül megérteti magát. Az angolon kívül jelentős arányban csak németül (28,4%, n=2000) beszélnek a korosztály tagjai, a többi nyelvet így például a franciát (2,3%, n=2000), az olaszt (2%, n=2000) és a spanyolt (1,4%, n=2000) csak egy nagyon szűk kisebbség. Az összes többi nyelven a válaszadók 2,5% (n=2000) osztozik, amelyek közül a legnagyobb arányban a román, orosz és a cigány nyelv különböző nyelvjárásait említették.

társadalmi részvétel

Szintén meglehetősen alacsony a fiatalok társadalmi részvétele, participációja a különböző nonprofit szervezetek, egyesületek, intézmények életében. A legtöbben sportegyesület (13,8%, n=2000), vallási felekezet (8,0%, n=2000) illetve művészeti, zenei társulat (6,1%, n=2000) aktív tagjának vallották magukat. Elenyésző ugyanakkor azon válaszadók aránya, akik jótékonyági szervezet (1,5%, n=2000), környezetvédő szervezet (1,4, n=2000), szakmai szervezet (0,9%, n=2000) vagy politikai párt (0,7%, n=2000) tagja lenne. Önkéntes munkát a fiatalok 12,1%-a végez a szabadidejében.

Az alacsony társadalmi részvételt némileg magyarázza, illetve jól tükrözi, hogy elképesztően alacsony a bizalom a társadalmi kohéziót biztosító intézményekkel, szervezetekkel szemben. Az ötfokozatú skálán kizárólag a Magyar Tudományos Akadémia iránti bizalom átlagos értéke haladta meg szignifikánsan a középértéket (3,28, n=1981). A legrosszabb megítélése egyértelműen a politikai elitnek és intézményeknek van. A pártokban a válaszadók mindössze 3,6%-a (n=1984) a parlamentben pedig 7,4%-a (n=1986) bízik meg közepesnél nagyobb mértékben, de a média iránt is csupán 12,2% (n=1985) fordul viszonylagos bizalommal. Az Európai Unióval, az oktatási és egészségügyi rendszerrel, a rendőrséggel és a civil szervezetekkel szembeni 25% feletti értékek már üde színfoltját képezik a hazai bizalmi indexnek. Ráadásul a felsorolt intézményekkel szembeni általános bizalom jellemzően csökken az életkor emelkedésével. A nők ugyanakkor ezekben a kérdésekben az átlagosnál nyitottabbak és elfogadóbbak, mint a férfiak.

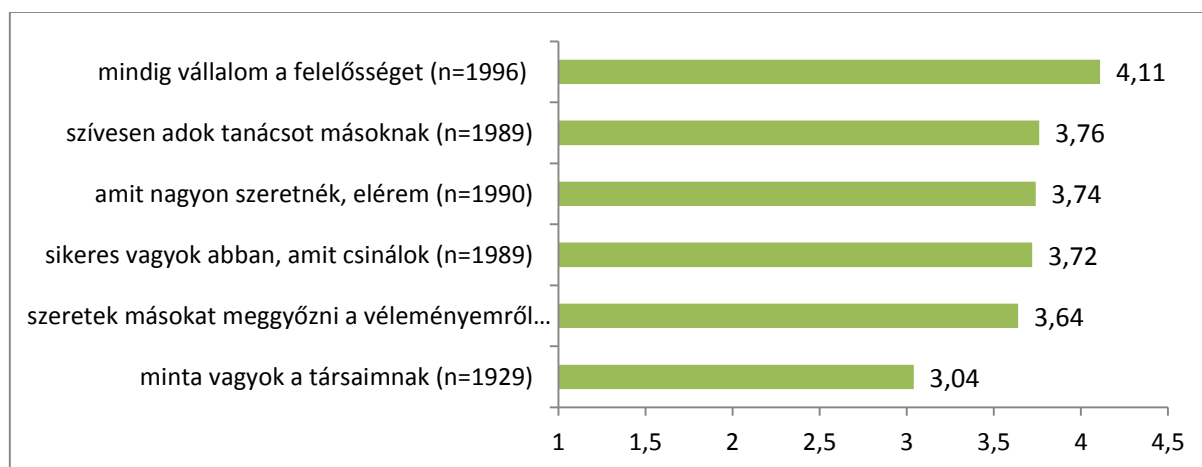
20. ábra: Kérdés 42. Mennyire bízol meg az alábbi szervezetekben, intézményi rendszerekben?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben)



életstílus, attitűd

A kutatás eredményei alapján a válaszadókat meglehetősen nagy magabiztosság jellemzi. A fiatalok 64,0%-a (n=1989) tartja magára nézve igaznak azt az állítást, hogy sikeres abban, amit csinál, sőt 62,2% (n=1990) úgy gondolja, hogy amit igazán szeretne, azt mindig megkapja, eléri, megszerzi.

21. ábra: Kérdés 22. Mennyire igazak rád az alábbi állítások?
(1 – egyáltalán nem igaz; 5 – teljes mértékben igaz)



Szintén az önbizalom jele, hogy 64,3%-uk (n=1989) tudását, nézeteit szívesen osztja meg másokkal, és ha már így tesz, akkor a véleményéről a többség (58,5%, n=1992) szereti is

meggyőzni a másik felet. Szintén fontos érték a fiatalok számára az etikus, erkölcsös magatartás. A fiatalok abszolút többsége (78,1%, n=1996) nyilatkozott úgy, hogy tetteikért mindig vállalják a felelősséget.

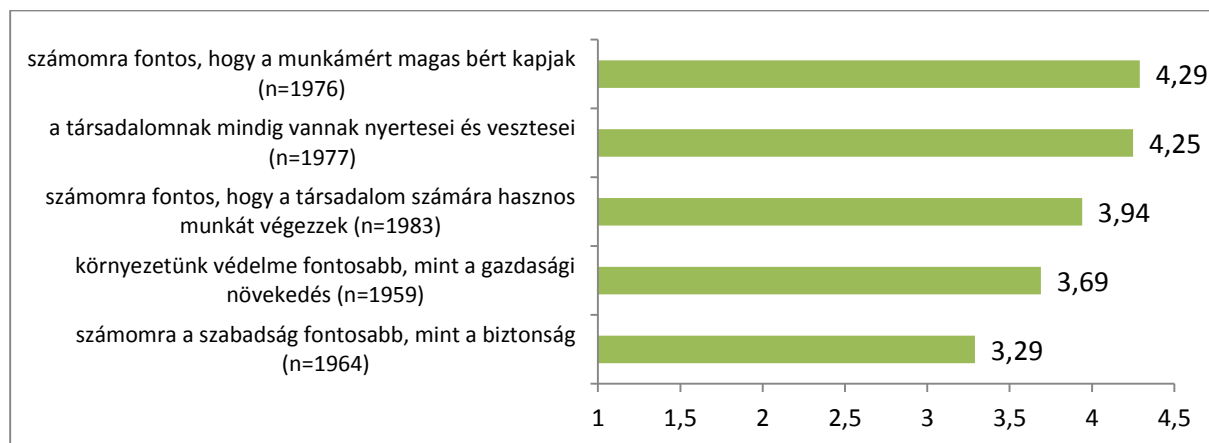
A munkavállalásnál kiemelt jelentősége van a fiatalok számára, hogy idejükért cserébe magas munkabért kapjanak. A válaszadók 83,4%-a (n=1976) értett részben vagy teljes mértékben ezzel az állítással, igaz, 69,4% (n=1983) nyilatkozott úgy, hogy lehetőség szerint a társadalom számára fontos munkát szeretne végezni. A fiatalok többsége ugyanakkor nem szívesen helyezné a munkát az élete központjába. 77,9%-uk (n=2000), 4,14-os egyetértési átlag mellett, tartja fontosnak, hogy munka/tanulás mellett elég szabadidővel is rendelkezzen.

Mutatja a környezetvédelem fontosságát, hogy az anyagi javak prioritása ellenére a válaszadók 58,2%-a (n=1959) ért egyet azzal, hogy a környezetvédelem fontosabb, mint a gazdasági növekedés. Kevésbé szolidárisak a fiatalok az embertársaikkal szemben és alapvetően elfogadják a piacgazdaság differenciáló erejét, hiszen 79,3% (n=1977) gondolja úgy, hogy a társadalmi rendszereknek mindig vannak nyertesei és vesztesei.

A nemek között két kérdésben alakult ki szignifikáns különbség. Egyrészt a nők fontosabbnak tartják a környezetvédelmet, másrészt pedig a férfiakkal ellentétben inkább előtérbe helyezik a biztonságot a szabadságnál.

Környezetvédelmi szempontból a település típus szerinti bontás is eltérő eredményekre vezet, hiszen még a budapesti válaszadók átlagosan 3,94-es értéket adtak a témát firtató kérdésre addig a 2000 fő alatti településen élők mindössze 3,55-öt.

22. ábra: Kérdés 23. Mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal?
(1 – egyáltalán nem igaz; 5 – teljes mértékben igaz)



A fiatalok értékorientációját és élettempóját két külön kérdésblokk volt hivatott mérni. Az adatok részben érdekes eredményekre vezettek, hiszen meglepően komformista, konzervatív világkép rajzolódik ki belőlük, amely fogalmakat ritkán kötjük a korosztályhoz.

A válaszadók egy ötfokozatú skálán fejezhették ki egyetértésüket a feltett állításokkal. A legmagasabb átlagot az „egyetértek azzal, ahogyan a felneveltek” (4,18, n=1995) megjegyzés kapta. A korosztály tagjainak több mint négyötöde (80,9%, n=1995) tudott ezzel részben vagy teljes mértékben azonosulni. Ezzel az eredménnyel összhangban magas azoknak az aránya is, akik úgy érzik, hogy szüleikkel bensőséges kapcsolatot ápolnak (64,7%, n=1996). A konzervatív család modellre, ideálra utal az is, hogy a válaszadók többsége, 58,6%-a (n=1996) nyilatkozott úgy, hogy a férfinek el kell tudnia tartani a családját.

A hagyományos család modell tisztelete mellett a válaszadók közel kétharmada konkrét elképzelésekkel rendelkezik a jövőjével kapcsolatban, 63,1%-uk (n=1993) gondolja úgy, hogy tudja mit szeretne a jövőben csinálni. Nyilván életkori sajátosság, hogy kifejezetten magas átlagos értéket kapott az az állítás is miszerint a nagy teljesítményeik még előttük állnak (75,2%, n=1997).

A fiatalokról alkotott elképzelésekkel inkább összhangban áll, hogy a közepesnél magasabb egyetértést fogalmaztak meg a válaszadók azokról az állításokról, hogy nagy gondot fordítanak kinézetükre (63,3%, n=1996) illetve, hogy szeretnek mindenhol ott lenni, pörögni (54,1%, n=1997).

Talán éppen ebből a felpörgött élettempóból következik, hogy a fiatalok többsége nem tartja magára nézve jellemzőnek, hogy másokhoz képest lassan élnének valamint, hogy gyakran kimaradnának a dolgokból. Előbbi állítással az egyet nem értők aránya (50,2% n=1987) míg az utóbbival (52,5%, n=1996).

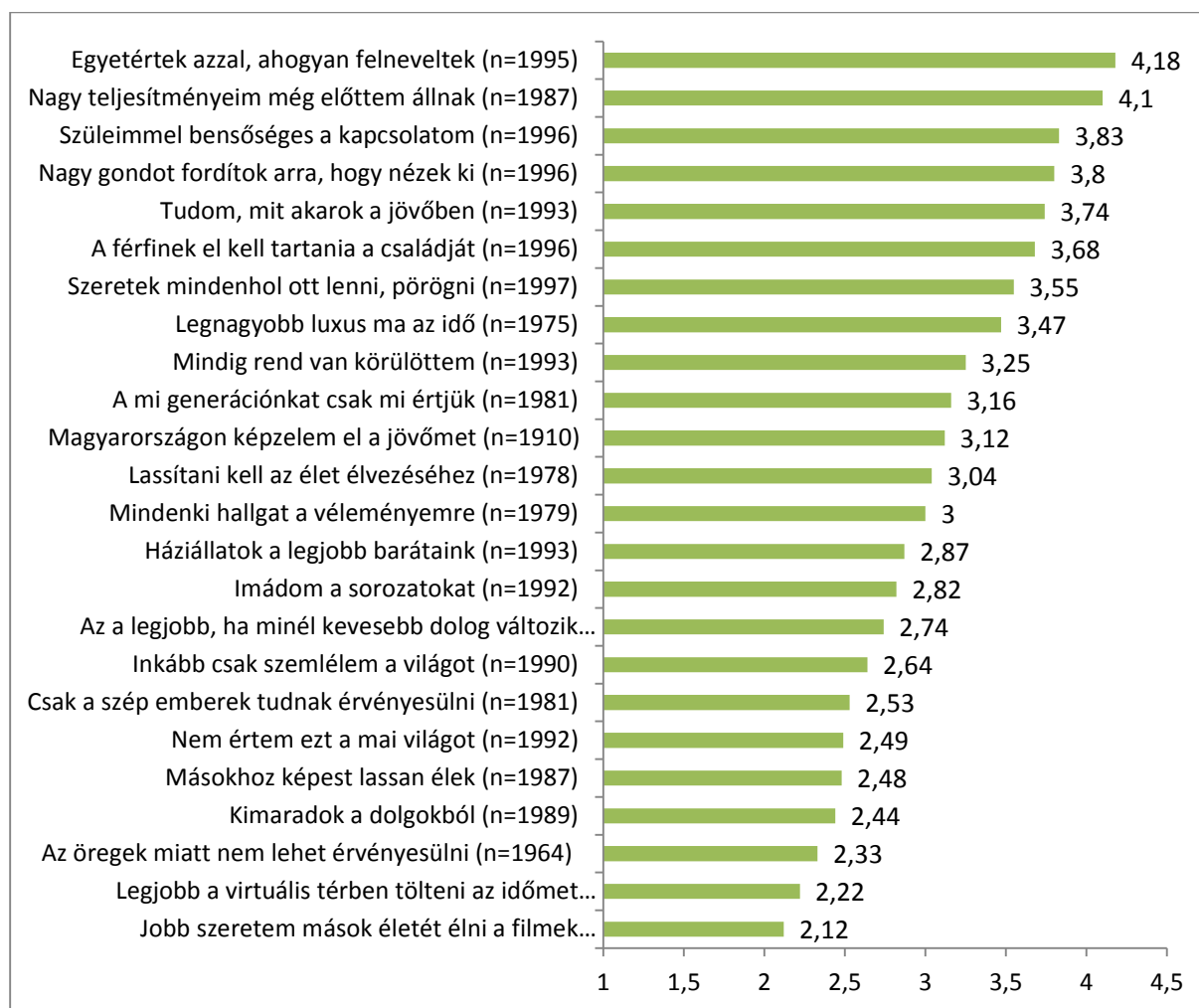
A fiatalok többsége szintén úgy gondolja, hogy érti a körülötte zajló eseményeket és alapvetően elfogadja a kialakult makrostrukúrákat. Mindössze 21,6% (n=1992) nyilatkozott úgy, hogy nem érti a mai világot. Szintén a fennálló rendszer elfogadása mellett szól, hogy az idősebb generációk tevékenységét nem ítélik meg gátló tényezőnek és többségük elutasítja azt az állítást, miszerint az öregek miatt ne tudnának érvényesülni (56,5%, n=1964).

Érdekesség, hogy a legalacsonyabb átlagot a „legjobb a virtuális térben tölteni az időmet” állítás kapta. A válaszadók 62,8%-a (n=1982) utasította el ezt a felvetést, szemben azzal 16,2%-kal, akik inkább vagy teljes mértékben egyetértettek vele. A legnagyobb

elutasítottságot pedig a „jobb szeretem mások életét élni filmek nézésével” megjegyzés kapta, 64,9%-os (n=1985) értékkel.

Amint az alábbi ábrán is látható a fentebb nem részletezett állításokkal való egyetértés kerekített átlaga minden esetben a középértékhez konvergál, vagyis nem határozhatók meg egyértelmű orientációk. Ezekre a kérdésekre adott válaszok szinte kivétel nélkül egyenletes, normál eloszlást követnek.

23. ábra: Kérdés 18. Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben)

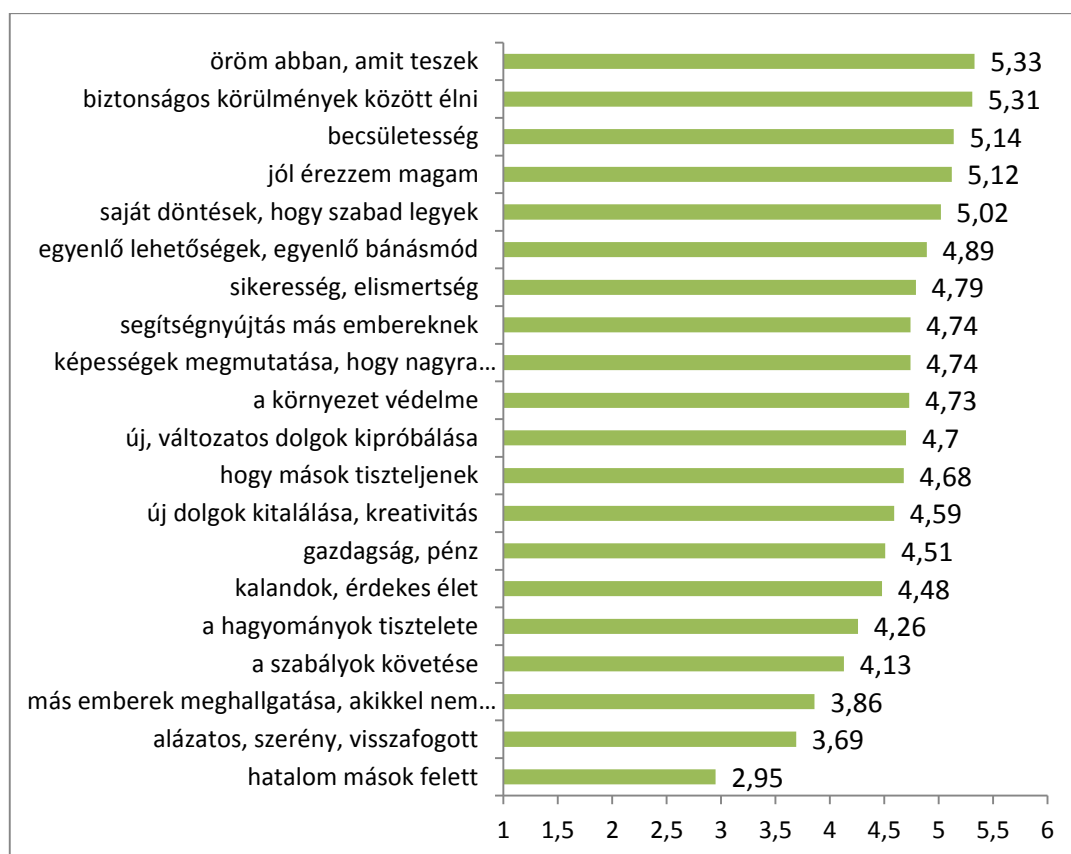


Amennyiben a válaszadók személyes értékorientációikról, tulajdonságaikról beszélünk, akkor a szabadság, mint életérzés egy nagyon fontos tényező a fiatalok számára: hogy saját döntéseik lehessenek (38,4%, n=2000), hogy jól érezzék magukat (46,2%, n=2000), és hogy örömeiket leljék abban, amit tesznek (56,8%, n=2000). Ez pedig szoros összefüggésben van

azzal, hogy biztonságos körülmények között tudjanak élni (54,6%, n=2000).¹ A becsületesség egy alapvető fontosságú erkölcsi érték a válaszadók részére.

A többi tulajdonsághoz képest nem vélik olyan fontosnak, hogy meghallgassanak olyan embereket, akikkel nem értenek egyet: a nagy többség, 58,9% (n=2000) a középső két értéket választotta. Szintén kevésbé lényeges tulajdonság számunkra, hogy alázatosak, szerények, visszafogottak legyenek: 44,2% (n=2000) inkább nem tartja fontosnak (1-3-as értéket választotta a hatfokozatú skálán). Valószínűleg ilyen tulajdonságokkal a mai világban nehezebben lehet érvényesülni, amit az ifjú generáció is már felismert. A leginkább hátrасorolt jellemző pedig a mások feletti hatalom, amit a válaszadók csaknem kétharmada, 65,7%-a (n=2000) inkább nem tart lényegesnek.

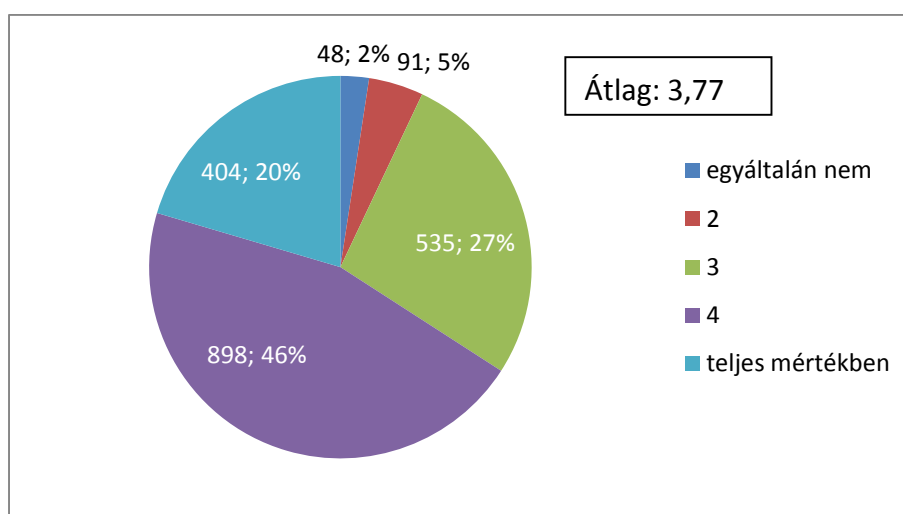
24. ábra: Kérdés 19. Mennyire tartod fontosnak az alábbi tulajdonságokat?
(1 – egyáltalán nem fontos; 6 – nagyon fontos, n=2000)



¹ A zárójelben a 6-os értéket (nagyon fontos) választók aránya található.

A válaszadók kétharmada (66%, n=1976) inkább, illetve teljes mértékben elégedett a jelenlegi életével. Csupán 7% azok aránya, akik többnyire elégedetlenül élik meg mindennapjaikat. A középső értéket a megkérdezettek 27,1%-a választotta. Az előbbieknak megfelelően az átlag a 4-es értékhez áll a legközelebb (3,77), valamint a medián és a módusz is a 4-es értéket veszi fel.

25. ábra: Kérdés 20. Mennyire vagy elégedett a jelenlegi életeddél? Kérem, válaszod egy ötfokozatú skála segítségével add meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem, 5 pedig, hogy teljes mértékben! (n=1976)



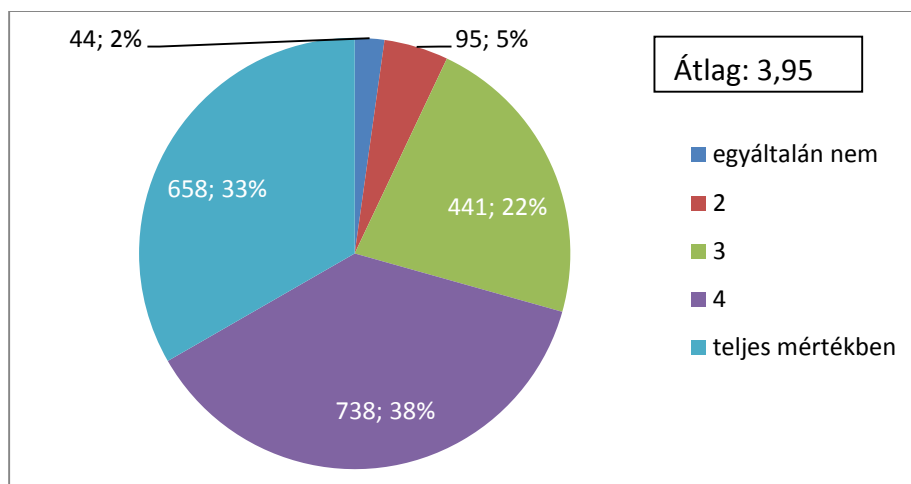
Tendenciaként megállapítható, hogy minél idősebbek annál kevésbé elégedettek az életükkel a válaszadók. Még a 15-18 évesek átlagos elégedettsége 3,88 (n=749), addig ugyanez az érték a 22-24 évesek között már csak 3,63 (n=592).

Szintén érdekes eredménye a kutatásnak, hogy az urbanizációs fok csökkenésével a fiatalok elégedettsége fokozatosan nő. A legelégedetlenebbek az életükkel a budapesti fiatalok 3,36-os (n=346) átlagos értékkel, a legelégedettebb viszont a 2000 fő alatti településen élők (4,01, n=278). A nemek elégedettsége között nincs jelentős különbség.

A megkérdezettek több mint 70%-a (n=1976) saját bevallása szerint többnyire, illetve teljes mértékben tudatosan készül a jövőjére. A fiataloknak mindössze 7%-a nem tervezi tudatosan az elkövetkezőket, a középső értéket pedig 22,3% választotta. A válaszok 4-es átlaga is arra utal, hogy a fiatalok többnyire tudatosan tekintenek a jövőbe. Ebben a kérdésben nincs szignifikáns különbség a vizsgált demográfiai csoportok között. A település típus szerinti

átlagok mutattak nagyobb szórást csupán, amelyek közül meglepő, de a legkisebb településen élők érzik leginkább úgy, hogy tudatosan tervezik jövőjüket (4,08, n=278).

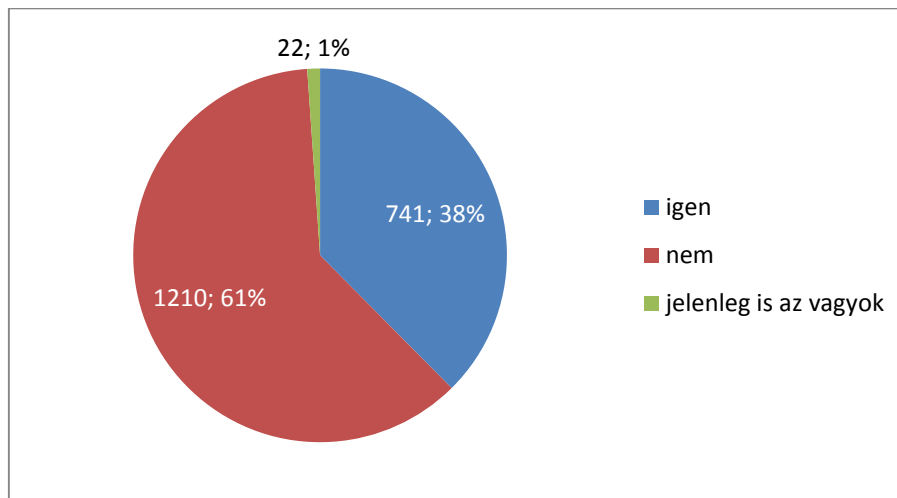
26. ábra: Kérdés 21. Tudatosan készülsz a jövődre? Kérem, válaszod egy ötfokozatú skála segítségével add meg, ahol 1 jelenti, hogy egyáltalán nem tervezem a jövőt, 5 pedig, hogy tudatosan tervezem a jövőt! (n=1976)



A fiatalok többségének tervei között nem szerepel a saját vállalkozás indítása. A korosztály vállalkozási kedve inkább alacsonynak nevezhető: 61,3%-uk (n=1973) nem szívesen lenne vállalkozó, 37,6% indítana szívesen saját vállalkozás, míg a válaszadók mindössze 1%-a vállalkozik jelenleg is. A legvállalkozóbb szelleműek a 2000-10000 fő közötti településen élők (43,7% n=540), valamint budapesti válaszadók (42,7% n=351) bizonyultak, még a legkisebb arányban a 2000 fő alatti települések lakói (28,8%, n=281) fognának saját üzletbe. Nem meglepő eredmény, hogy a férfiak 6,9 százalékponttal nagyobb arányban indítanának vállalkozást, mint a nők (34,2%, n=1006).

Annál a kérdésnél, hogy a közeljövőben terveznek-e vállalkozást indítani, még rosszabbak az arányok. A fiatalok 32,2%-a (n=763) tervezi, hogy 5 éven belül saját üzletet fog létrehozni, a másik kétharmada nemleges választ adott erre a kérdésre. Igaz a képet itt árnyalja, hogy a 22 évnél idősebb válaszadók már közel fele (46,4%, n=220) tervezi, hogy 5 éven belül saját üzletet nyit. Kérdés, hogy esetükben mi a motiváció, hiszen ez az arány magasabb annál, mint azok aránya, akik szívesen is lennének vállalkozók.

27. ábra: Kérdés 24. Szívesen lennél vállalkozó? (n=1973)

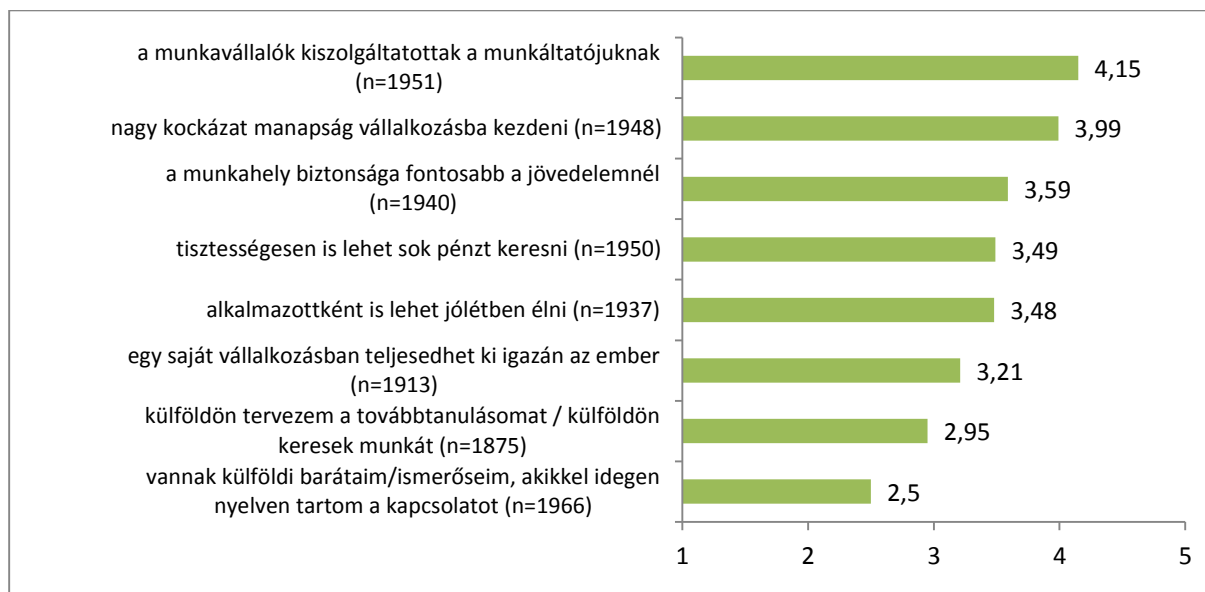


A fiatal generáció nagy része (77,2%, n=1951) úgy gondolja, a munkavállalók többnyire, illetve teljes mértékben kiszolgáltatottak a munkáltatójuknak. Mindössze 5,2% nem ért egyet az állítással. A fennmaradó rész (17,6%) a középső értéket választotta. Az előbbieknél megfelelően a válaszok átlagos értéke 4,15 lett, a legtöbb válasz (módusz) ugyanakkor az 5-ös értékre érkezett. Minél közelebb állnak korban a fiatalok a munkavilágához annál inkább érzik kiszolgáltatottnak a munkavállalók helyzetét.

A korábbiakban említett alacsony vállalkozási kedvet az is indokolhatja, hogy az ifjú generáció 69,1%-a (n=1948) szerint manapság nagy kockázatot vállal az, aki vállalkozásba kezd. Mindössze 7,6% nem lát ebben különösebb rizikót. A válaszok átlaga a 4-es értéket adja ki.

A válaszadók jelentős része (39,1%, n=1940) többnyire egyetért azzal, hogy a munkahely biztonsága fontosabb a jövedelemnél. 11,3% gondolja úgy, hogy a munkahely biztonságát nem helyezné a pénz elé, míg 32% nem tudta egyértelműen eldönteni, melyik fontosabb számára. A fiataloknak csak valamivel több mint a fele (52,1%, n=1950) ért egyet részben vagy teljes mértékben azzal az állítással, miszerint tisztességesen is lehet sok pénzt keresni. Ugyanakkor magas azok aránya (28,6%), akik a középső értéket választották, azaz nem tudnak egyértelműen állást foglalni.

28. ábra: Kérdés 26. Mennyire értesz egyet a következő állítások?
(1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben)



A fiatalok valamivel több mint a fele (50,9%, n=1937) szerint alkalmazottként is lehet jólétben élni, 16% gondolja úgy, hogy az alkalmazotti lét nem párosul a jóléttel. Az ötfokozatú skálán a válaszadók nagy része (33,1%) a közepső értéket választotta, mely alapján azt lehet mondani, a fiatalok nem tudják eldönteni egyértelműen ezt a kérdést. Hasonlóan nehéz kérdés előtt álltak, amikor a következőben kellett állást foglalniuk: az ember egy saját vállalkozásban teljesebben ki igazán (n=1913). A válaszadók negyede inkább, vagy egyáltalán nem osztja ezt a véleményt, 40,2% többnyire, illetve abszolút egyetért az állítással. Ugyanakkor itt is a közepső értéket választották a legnagyobb arányban (34,7%), így a válaszok átlagos értéke is a skála középértékéhez áll közel a maga 3,21-os szintjével.

A jövőre vonatkozóan a külföldi tartózkodásra is kitér a kérdőív. Itt nagyjából egyenletesen oszlik el azok aránya, akik terveznek, akik inkább nem terveznek külföldi tanulást/munkavállalást, és akik a középértéket választották (35%-34,4%-30,6%), így a válaszok átlaga is a 3-as (n=1875) értéket adja ki. A külföldi lét leginkább a nagyvárosokban élőket és a középiskolás korúakat vonzza.

A válaszadók 37,4%-ának (n=1966) egyáltalán nincsenek olyan barátai, akikkel idegen nyelven tartanak a kapcsolatot. Csaknem 30%-uknak többnyire vannak ilyen ismerősei.

a fiatalokat leginkább foglalkoztató dolgok, problémák

A válaszadók többsége, 56,9%-a (n=2000) gyakran, illetve rendszeresen szembesül az időbeosztás problémájával. 19,6%-nak nem okoz gondot a nap beosztása, 23,6%-uknál – ha nem is gyakran – de elő szokott fordulni ezen probléma. Ennél is nagyobb arányban osztják be nehezen az idejüket a nagyobb városok lakói, a budapestiek 62,6% (n=352) érezte úgy, hogy számára ez problémát jelent.

A karrier/tanulás/életpálya tervezés szintűgy a fiatalokat leginkább foglalkoztató problémák közé tartozik. Ezen a téren a válaszadók csaknem fele (47,7%, n=2000) gyakorta, illetve rendszeresen találkozik nehézségekkel, a megkérdezettek többségénél (32,3%) pedig alkalmanként azért felmerül e problémakör.

Többnyire egyenletesen oszlik el azon válaszadók aránya, akiknél az új élethelyzetek kezelésekor általában felmerülnek (4-5-ös érték; 29,3%), alkalmanként előfordulnak (3-as érték; 35,9%), illetve inkább nem merülnek fel nehézségek (1-2-es érték; 34,7%). A válaszok átlagos értéke így a középértékhez közeli, 2,88-at adja.

A fiatalok közül inkább azok vannak többségben, akiknél egyáltalán nem, vagy csak néha jelentkeznek gondok a párkapcsolat terén (38,2%, n=2000), további 28,5% szokott szembesülni esetenként ilyen jellegű problémával. A kor előrehaladtával egyre nagyobb fontossággal bír és nehézséget mutat a megfelelő partner kiválasztása a korosztályban. Településtípusok szerint a 2000 fő alatti települések lakói találják meg a párjukat a legnehezebben. Hasonló arányok alakultak ki a szabadidő tartalmas eltöltésére feltett kérdésnél is.

A barátok, valamint a közösség körében a fiatalok negyede egyáltalán nem, további 19,3% csak ritkán küzd nehézségekkel. Összességében 28,1% (n=2000) mondta, hogy sok esetben előfordul ilyen jellegű probléma. A válaszadók többsége a középértéket választotta, a válaszok átlaga 2,67 lett.

A saját stílus megtalálását többnyire nem, vagy csak ritkán (45,8%, n=2000), esetleg időnként (29,9%) fogják fel nehézségként. A válaszadók kevesebb mint ötöde szembesül gyakorta ezzel a problémával.

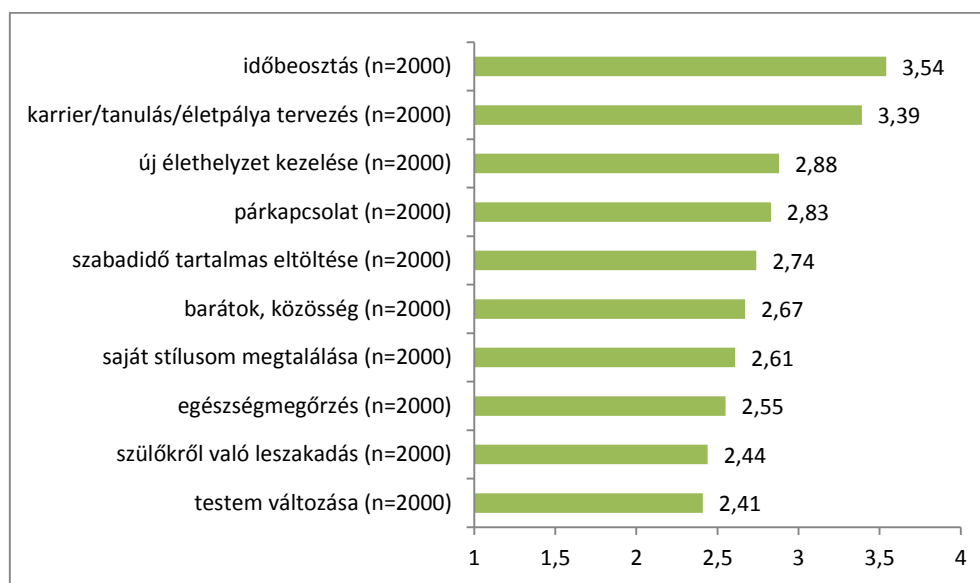
Az egészségszegmegőrzés többnyire nem merül fel komoly nehézségként a fiatal generáció körében. A válaszadók csaknem felénél (49,4%, n=2000) egyáltalán nem, vagy csak ritkán, további 27,2%-ánál csak időnként fordul elő, hogy az egészség megőrzése problémát

jelentene. A válaszadók negyedénél fordul elő gyakrabban, illetve rendszeresen ilyen jellegű nehézség.

A szülőkről való leszakadás problémájával a fiatal generáció több mint a fele, 53%-a (n=2000) néha, vagy abszolút nem szembesül, 25,4% azok aránya, ahol elő szokott fordulni. Az, hogy a megkérdezettek nagy része inkább nem küzd ezzel a problémával, abból is adódhat, hogy a szülőkről való leszakadás egyre magasabb életkorban merül fel egyáltalában, azaz ezt csak egy későbbi életszakaszban fogják problémaként értékelni.

A testük változását a fiatalok általában nem kezelik gondként. Mindössze 19,1% (n=2000) szokott sokszor, vagy rendszeresen szembesülni ezen problémával, a nagyrésznél (31,7%) azonban fel sem merül.

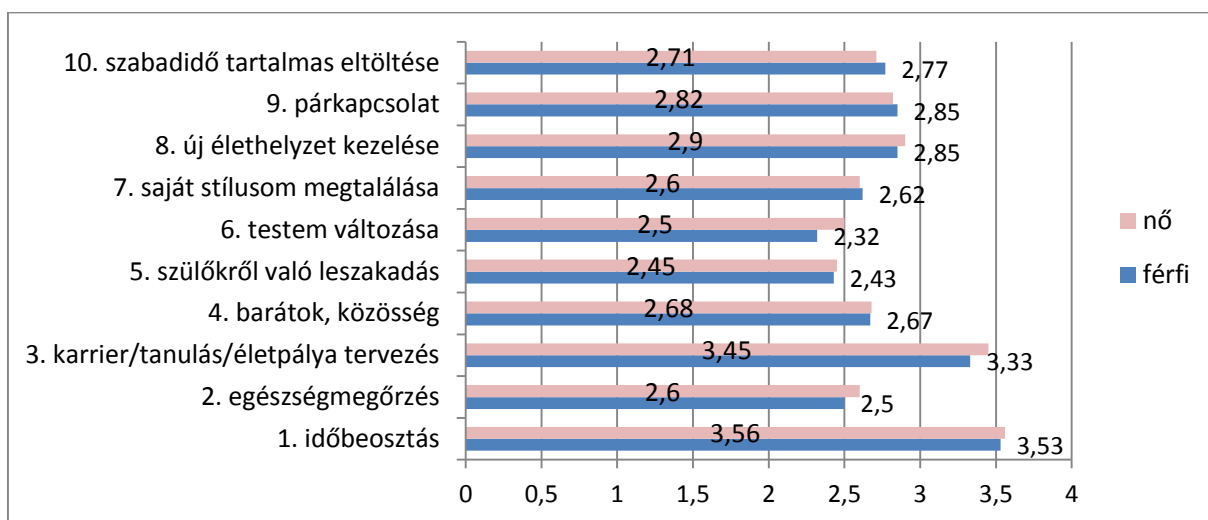
29. ábra: Kérdés 30. Milyen problémákkal kell legtöbbször szembesülnöd a következők közül? (1 – egyáltalán nem szokott felmerülni ilyen probléma; 5 – ezzel a problémával rendszeresen szembesülök)



A válaszok átlagát megvizsgálva és a fentieket összesítve a fiatalokat leginkább érintő, foglalkoztató problémák, nehézségek az időbeosztás, valamint a karrier/tanulás/ életpálya tervezés terén merülnek fel. Ugyanakkor az egészségmegőrzés, a szülőkről való leszakadás és a test változása nem okoz különösebb gondot a vizsgált korcsoport számára a válaszok alapján.

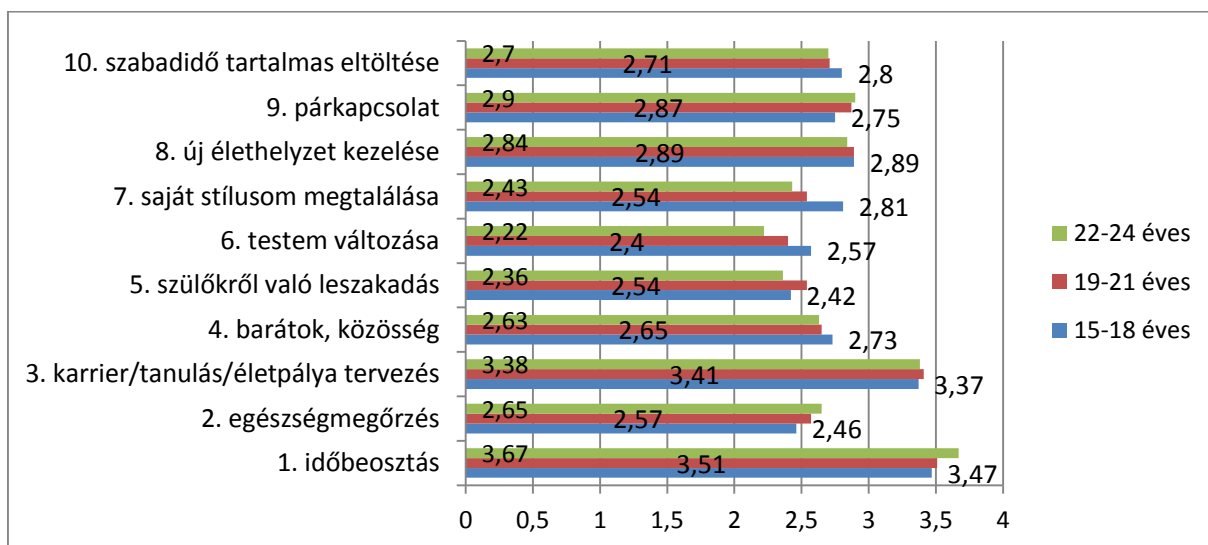
Ami a kihívások nemek szerinti értékelését érinti a legnagyobb különbségek a tényezők megítélésében a női és férfi válaszadók között a test változásának, a karrier tervezésnek és az egészség megőrzésnek tulajdonított nehézségekben mutatkoznak.

30. ábra: Kérdés 30. Milyen problémákkal kell leggyakrabban szembesülnöd a következők közül?
(1 – egyáltalán nem szokott felmerülni ilyen probléma; 5 – ezzel a problémával rendszeresen szembesülsz)



A kor előre haladtával egyre nagyobb nehézséget okoz az időbeosztás, az egészségmegőrzés és a párkapcsolat kialakítása, ugyanakkor egyre kisebb jelentőséget kap a saját stílus kialakítása, a test változásának hatásai valamint a szociális kapcsolatok.

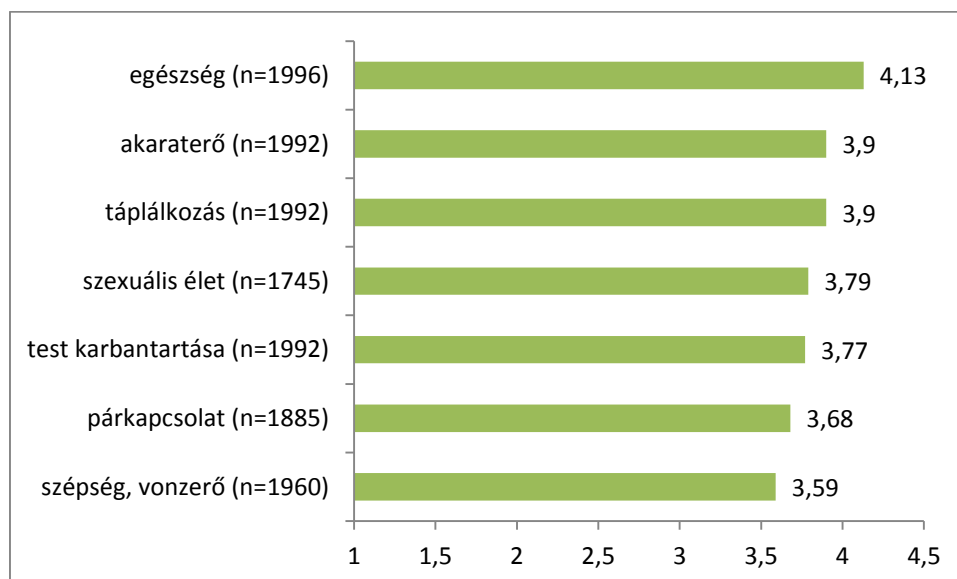
31. ábra: Kérdés 30. Milyen problémákkal kell leggyakrabban szembesülnöd a következők közül?
(1 - egyáltalán nem szokott felmerülni ilyen probléma; 5 - ezzel a problémával rendszeresen szembesülsz)



Össességében a fiatalok elégedettek önmagukkal az élet különböző – a kérdésekben felsorolt – területein. Az egészségükkel a fiatalok igen magas aránya, 80%-a (n=1996) inkább, illetve teljes mértékben elégedett. Csupán 3,5% elégedetlen ebből a szempontból. A válaszok átlagos értéke ennek megfelelően 4,13.

A fiatalok az akaraterejükkel is elégedettek: a válaszadók 68,7%-a (n=1992) a 4-es, illetve 5-ös értéket választotta az ötfokozatú skálán. Mindössze 7,5% tette le voksát az 1-2-es értékek mellett. Hasonló elégedettség tükröződik a táplálkozás terén is: 68,4% (n=1992) inkább elégedett és csupán 7,2% inkább elégedetlen. Az átlag mindkét kérdésrésznel magas, 3,9 lett.

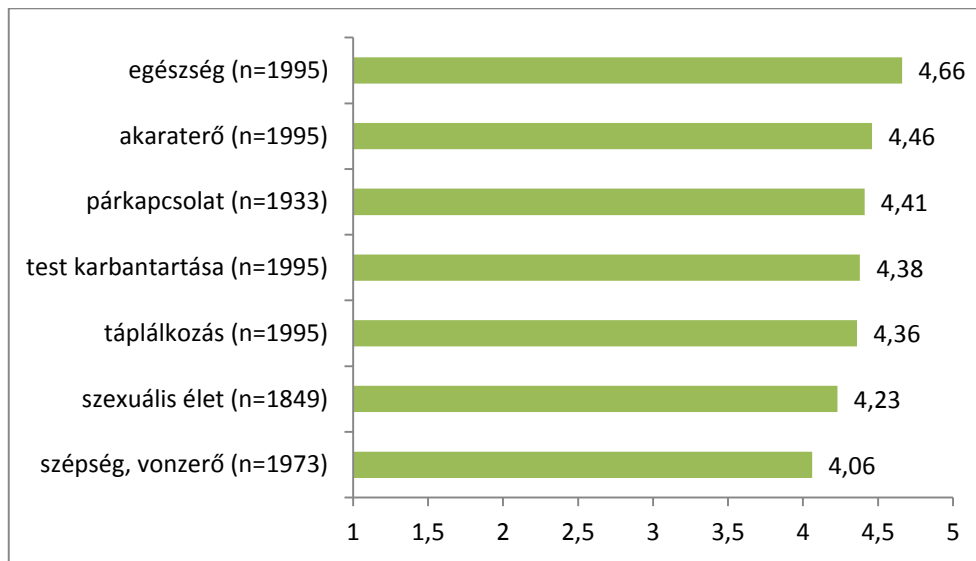
32. ábra: Kérdés 31. Mennyire vagy elégedett önmagaddal az alábbi szempontok szerint?
(1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon elégedett)



A válaszadók magas aránya, 64,8%-a (n=1745) érez elégtételt a szexuális életével kapcsolatban, 13,2% azon fiatalok aránya, akik egyáltalán, vagy inkább nem elégedettek. Hasonló arányok alakultak ki a test karbantartására vonatkozó kérdésrésznel is: a fiatalok 62,7%-a (n=1992) a 4-5-ös értéket választotta, mindössze 9,6% inkább elégedetlen ilyen téren.

A párkapcsolatok terén is többnyire megelégedés érezhető a válaszadók körében (60,3%, n=1885), 16,1% az inkább elégedetlenek aránya. A fiatalok a legkevésbé a szépség, vonzerő, azaz a külső kinézet alapján elégedettek önmagukkal. De a válaszok átlaga még itt a 4-es szinthez áll közelebb, ami azonban többnyire megelégedésre utal.

33. ábra: Kérdés 32. Mennyire fontosak neked az alábbi tényezők?
(1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon fontos)



A mai fiatalok egészségtudatosak: a megkérdezettek túlnyomó többsége, 94,5%-a (n=1995) számára többnyire, illetve nagyon fontos az egészség. A válaszok átlaga ebben a kérdéskörben a legmagasabb, 4,66 lett.

Az akaraterő is fontos szerepet tölt be a fiatalok életében: a válaszadók 58,5%-a (n=1995) szerint nagyon lényeges tényező, mindössze 1,5% azok aránya, akik inkább vagy egyáltalán nem tartják fontosnak. Többnyire hasonló arányok alakultak ki a párkapcsolatra vonatkozó kérdésrésznel is: 60,4% (n=1933) az 5-ös, míg mindössze 3,4% választotta az 1-2-es értéket.

A test karbantartása és a táplálkozás szintűgy fontos a fiatal generáció számára. Mivel ez két egymással összefüggő tényező, az arányok is nagyon hasonlóak: 84,8% (n=1995), illetve 83,3% (n=1995) gondolja többnyire, vagy teljes mértékben lényegesnek az előbbi, illetve az utóbbi tényezőt, és csupán 2,1-2,2% százalék számára egyáltalán, vagy inkább nem fontosak.

A szexuális élet a megkérdezett fiatalok 51,8%-a (n=1849) szerint alapvető fontosságú, további 29% szintén lényegesnek tartja.

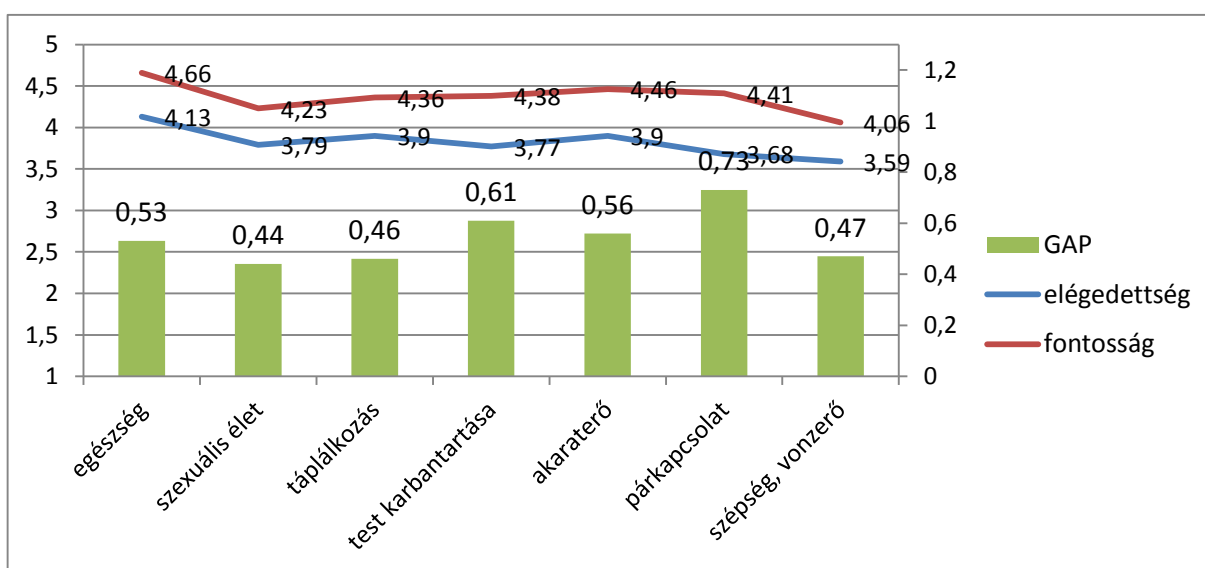
A válaszadók számára a felsorolt tényezők közül a szépség, vonzerő a legkevésbé fontos. Az előbbi tényezőkhöz képest a fiatalok jóval kisebb hányada, 39,2%-a (n=1973) tartja nagyon fontosnak, és jóval magasabb azok arány, akik a középértéket választották (20,4%).

A válaszadók az egészségnek tulajdonították a legmagasabb, a külső szépségnek pedig a legalacsonyabb fontosságot, de annak átlagos értéke is meghaladja a 4-es értéket. A

korosztály tagjai legkevésbé családi, párkapcsolati állapotukkal, illetve vonzerejükkel elégedettek.

A fontosság és elégedettség válaszok alapján elkészített GAP-analízis szerint a legnagyobb problémát a fiatalok számára a megfelelő párkapcsolat kialakítása és a test karbantartása jelenti.

34. ábra: Fontosság- elégedettség GAP
 Kérdés 31. Mennyire vagy elégedett önmagaddal az alábbi szempontok szerint?
 (1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon elégedett)
 Kérdés 32. Mennyire fontosak neked az alábbi tényezők?
 (1 – egyáltalán nem; 5 – nagyon fontos)

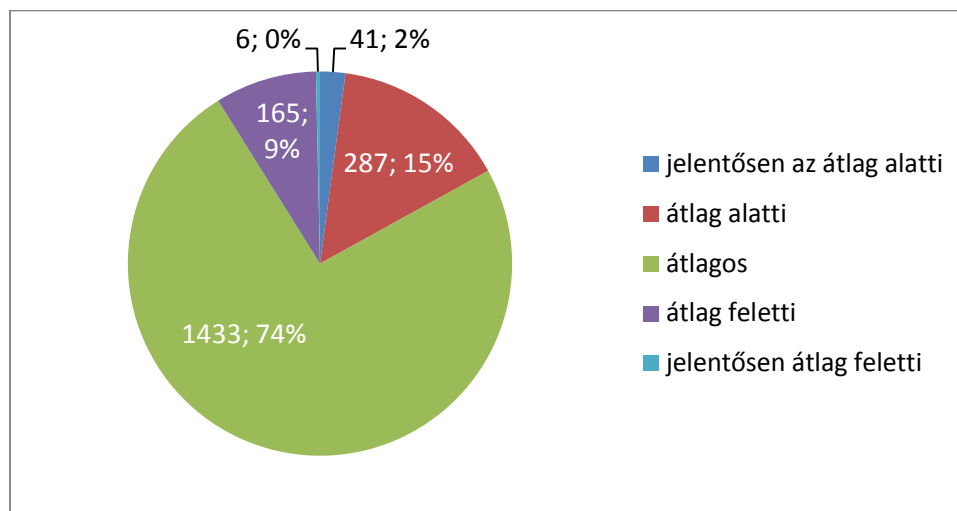


pénzügyek, költség

A kérdőívben rákérdeztünk a háztartás szubjektív anyagi helyzetének megítélésére, amelynek megoszlása az alábbi táblázatban látható. A válaszadók 74,1%-a (n=1933) sorolta magát az átlagos jövedelmű háztartások közé.

Ezekhez a háztartásokhoz tartozó fiatalok havonta átlagosan 37.043 Forintot (n=1755) költenek, igaz értelemszerűen az alulról zárt felülről nyitott válasz lehetőségek miatt mind a medián (25.000 Huf) mind a modus (20.000 Huf) összeg ennél alacsonyabb értéket mutat. A válaszadók 6,1%-a (n=1755) egyetlen Forint felett sem diszponál, addig egy válaszadó 300.000 Huf-ot jelölt meg havi kiadásaként. A fenti értékekből is látható, hogy az átlagostól vett átlagos eltérés, vagyis a szórás meglehetősen magas, közel negyvenezer Forint.

35. ábra: Kérdés 74. Hogyan értékelnéd háztartásod jövedelmi helyzetét? (n=1933)



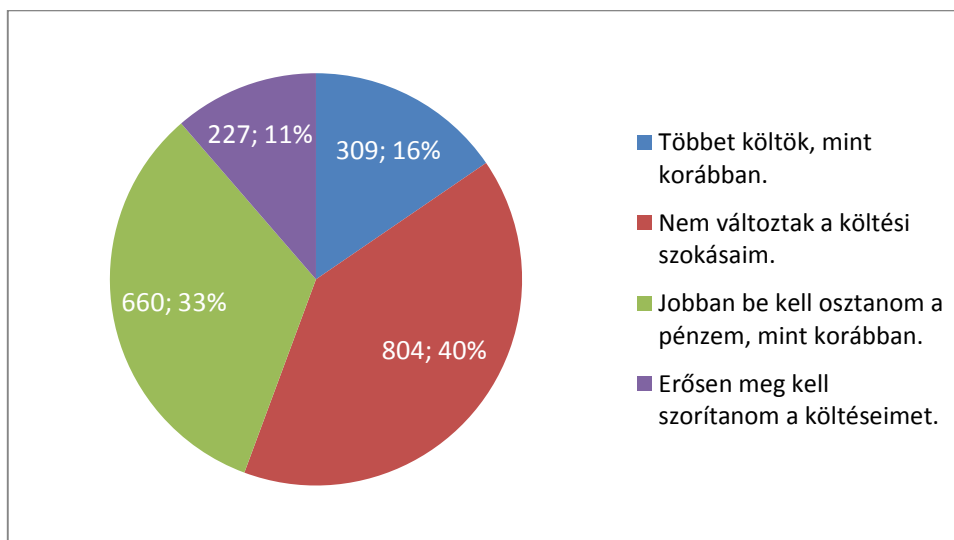
A legtöbb pénzre a budapesti válaszadóknak van szüksége egy hónapban. Az ő havi költségvetésük megközelíti az ötvenezer Forintot (49.437, n=301), amely értékkel kiemelkednek a mezőnyből, még a 2000 fő alatti településen élőké kevesebb, mint harmincezer (28.108, n=239).

A várakozásoknak megfelelően a korcsoporton belül, az életkor emelkedésével jelentősen nő a havi kiadások átlaga. Az adatok alapján egy középiskolás korú, 15-18 éves 19.121 (n=643), egy 19-21 éves 33.933 (n=578) még egy 22-24 éves már 61.970 (n=534) Forintot költ egy hónapban.

Ami a pénzügyi tudatosságot illeti a fiatalok 55,1%-a (n=2000) nyilatkozott úgy, hogy többé-kevésbé felelősséggel intézi saját pénzügyeit, míg 16% (n=2000) nem tartotta magára nézve igaznak ezt az állítást. Az ötfokozatú skálán adott válaszok átlaga 3,58 (n=2000), de a legtöbben a skála középső értékét (29%, n=2000) választották.

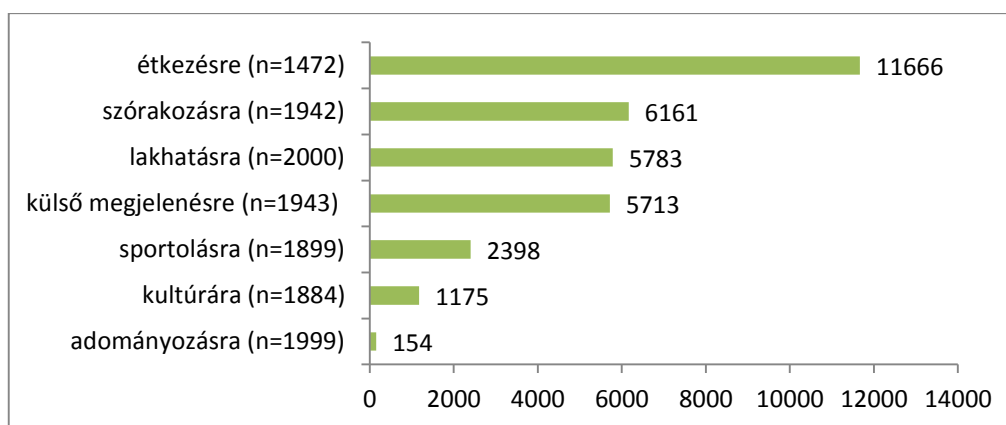
A válaszadók bevallása szerint az elmúlt egy évben 15,5%-nak (n=2000) javultak az anyagi lehetőségei, míg 44,4%-nak (n=2000) kismértékben vagy jelentősen vissza kell fognia kiadásait, fogyasztását. A legtöbb válaszadó (40,2%, n=2000) ugyanakkor változatlan költési szokásokról számolt be.

36. ábra: Kérdés 39. Hogy érzed, az utóbbi években megváltoztak vásárlási, költési szokásaid?
(n=2000)



Ami a költés szerkezetét illeti, a fiatalok az étkezés (11.666 Huf, n=1472) fiziológiai szükségletének kielégítését követően szórakozásra (6161 Huf, n=1942) költik átlagosan a legtöbb pénzt egy hónapban. Szintén érdekesség, hogy átlagosan közel ugyanakkora összeget fordítanak a külső megjelenésükre (5713, n=1943), mint lakhatásra (5783, n=2000). A legkevesebb összeget sportra, kultúrára és adományozásra költik átlagosan a válaszadók. Utóbbi nem meglepő, hiszen a fiatalok 71,4% (n=2000)-a nyilatkozott úgy, hogy nem szívesen fordítja jövedelme egy részét játékonyskodásra, így az állítással való egyetértés átlaga sem éri el a kettes értéket (1,93, n=2000) egy ötfokozatú skálán.

37. ábra: Kérdés 47. Mekkora összeget költöttél az elmúlt hónapban az alábbi célokra? (Forint)



A költségek szerkezetét vizsgálva nemek szerinti bontásban azt tapasztaljuk, hogy a korosztály férfi tagjai többet áldoznak sporttevékenységre és szórakozásra, még a nők jobban előtérben helyezik az étkezést és a lakhatást, de – kisebb költségvetésük ellenére - többet költenek kultúrára és adományozásra is. Érdekesség, hogy a válaszok alapján a külső megjelenésre fordított összeg közötti különbség a két nem között mindössze 118 Forint.

A vásárlások jellemző színtere továbbra is az offline tér. A válaszadók 69,4%-a (n=2000) nem tartotta magára jellemzőnek, hogy egyre többet vásárolna online. Az állítással 15,4% (n=2000) értet legalább részben vagy teljes mértékben egyet. Az ötfokozatú skálán adott válaszok átlagos értéke 2,05 (n=2000), még a modus megegyezik a minimum értékkel.

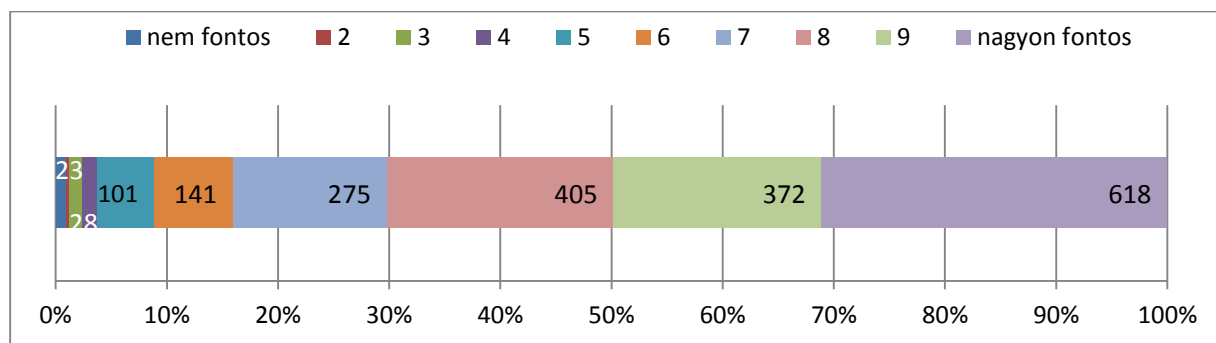
megjelenés, egészség

A külső megjelenés különösen fontos a korosztály számára. Az 1996 érvényes válaszból 63,6% adott hármasnál magasabb értéket arra az állításra, hogy „nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki”. Az állítással való egyetértés átlaga pedig 3,8 (n=1996), amelyhez 4-es medián és modus érték párosul.

A várakozásoknak megfelelően a megfelelő „outlook” inkább a fiatal nők számára fontos, válaszaik átlaga (3,94 n=1017) három tizeddel meghaladja a férfiakét. Érdekesség, hogy a település típusok két pólusán tulajdonítják a legmagasabb jelentőséget a válaszadók a kinézetüknek. A budapesti és 2000 fő alatti településen élők válaszainak átlaga 3,95 (n=350) és 3,94 (n=281).

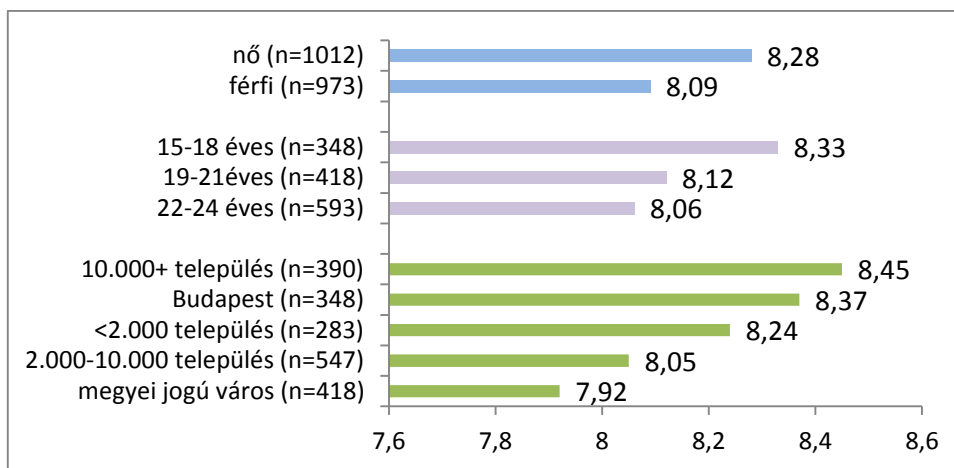
Szintén a megjelenés fontosságát támasztja alá, hogy a válaszadók 49,8%-a (n=1986) egy tízfokozatú skálán a két legmagasabb értéket választotta arra a kérdésre, hogy mennyire fontos számára, hogy legyen saját stílusa, sőt a legnagyobb arányban a maximum, tízes értéket választották.

38. ábra: Kérdés 18. Mennyire értesz egyet a következő állításokkal? 3. Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki (1 – egyáltalán nem; 5 – teljes mértékben) (n=1986)



Szintén a megjelenés fontosságát támasztja alá, hogy a válaszadók 49,8%-a (n=1986) egy tízfokozatú skálán a két legmagasabb értéket választotta arra a kérdésre, hogy mennyire fontos számára, hogy legyen saját stílusa, sőt a legnagyobb arányban a maximum, tízes értéket választották. Az egyedi stílus kialakításának fontossága az életkor csökkenésével fokozatosan nő.

39. ábra: Kérdés 28. Mennyire tartod fontosnak azt, hogy legyen saját stílusod?
1 – egyáltalán nem, 10 nagyon fontos



A külső megjelenés domináns részét képezi az egyén testfelépítése, fizikai állapota, így nem meglepő, hogy a fiatalok 54,6%-a (n=2000) egy tízfokozatú skálán nyolcannál nagyobb értéket adott a fizikai megjelenés fontosságára, amelynek köszönhetően a kifejezetten magas, 8,45-os átlag mellé 9-es medián és 10-es modulus érték párosul. A kérdés megítélésében az egyes demográfiai csoportok között nincs jelentős különbség.

Kevésbé elégedettek ugyanakkor a fiatalok a saját testfelépítésükkel, a fizikai állapot fontossága és az azzal való elégedettség átlagai között 1,21 a különbség, ami már jelentős eltérésnek tekinthető. Utóbbi kérdésre adott válaszok átlaga 7,24 (n=2000), még medián és modulus értéke egyaránt 8 (n=2000).

A fizikai testfelépítéssel való elégedettségre adott válaszok erőteljes hasonlóságot mutatnak a válaszadók egészségügyi állapotának szubjektív megítélésének eredményeivel. A tízfokozatú skálán, ahol az 1 azt jelenti, hogy sokkal rosszabb, míg a 10, hogy sokkal jobb az egészségügyi állapota, mint a hasonló korúaké, a válaszok átlaga 7,58 (n=1986), míg a két legmagasabb értéket magába foglaló top-boxot pedig a válaszadók 32,5%-a (n=1986) választotta.

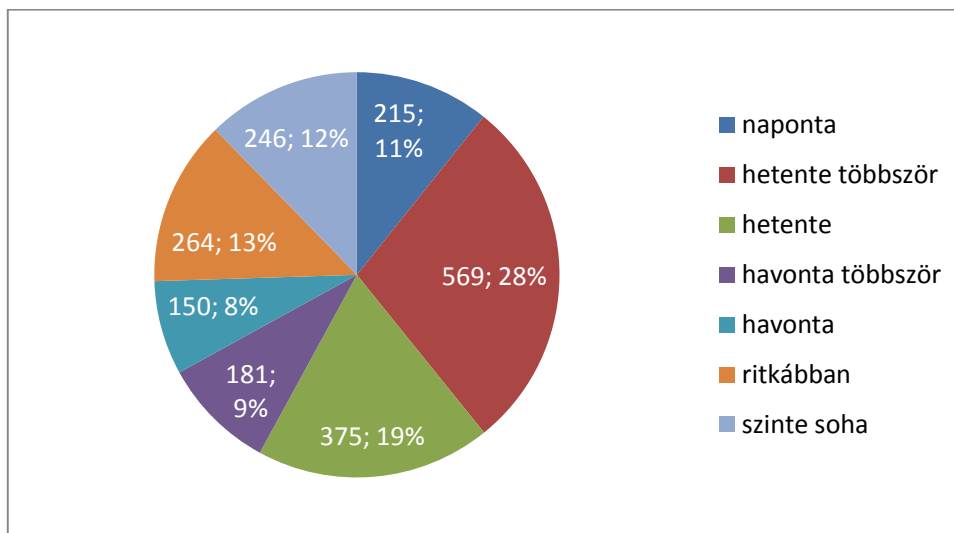
A minél jobb fizikális állapot elérése érdekében a fiatalok 10,8%-a (n=2000) naponta, további 28,5%-uk (n=2000) pedig hetente többször végez aktív sporttevékenységet. Azok aránya, akik nem sportolnak heti rendszerességgel mintegy 42,1%, amelyből 12,3 százalékpontnyi válaszadó soha nem hódol a testmozgásnak. A kétpúpú eloszlási görbe arra utal, hogy a testmozgáshoz való hozzáállásuk alapján, a fiatalok legalább két markánsan elkülöníthető csoportja azonosítható.

A válaszok alapján a települési hierarchia szerint a budapesti fiatalok élik a legaktívabb sportéletet, 51,7%-uk (n=350) mozog rendszeresen, még a legkevésbé sportosak ezen mutató szám alapján a megyeszékhelyen (36,3%, n=420) és a 2000 fő alatti településen élők (37,0%, n=283).

A sport az életkor emelkedésével egyre kevésbé része a fiatalok életének. A 22-24 évesek 41,3%-a (n=599) csupán havonta vagy annál is ritkábban veszi rá magát egy kis testmozgásra. A nők és a férfiak mozgáskultúrájuk között nincs jelentős különbség, közel azonos arányban sportolnak rendszeresen.

A férfiak esetében egyébiránt a 177 cm-es (n=980) átlagos testmagassághoz 73,5 kg (n=980) társul, míg a nők esetében 166 cm-es (n=1020) magassághoz 59,3 kg (n=1020).

40. ábra: Kérdés 46. Milyen gyakorisággal végzel aktív sporttevékenységet? (n=2000)



A következőkben a Z generáción belül vizsgáljuk, hogy milyen csoportok azonosíthatók a tudománnyal szembeni attitűdök, illetve az életstílus dimenzióiban.

3.2. Tudománykommunikációs klaszterek

A 2.000 fős mintát a további elemzésekhez megtisztítottuk a dél-dunántúli almintától és így összességében egy újabb országos reprezentatív mintát kaptunk, amelynek elemszáma 1519 fő lett. A továbbiakban ennek a mintának az elemzését fogjuk bemutatni, elsősorban a tudományhoz kapcsolódó attitűdök vizsgálatának eredményein keresztül.

Jelen vizsgálat célja, hogy olyan tipikus csoportokat (klasztereket) azonosítsunk a fiatalok között, amelyek egymástól jelentősen eltérő attitűdöket képviselnek a tudomány megítélése kapcsán. Ehhez az elemzéshez 10 attitűdállítást használtunk fel a kérdőívből, nevezetesen:

1. tudomány nélkül nincs élet
2. a tudás magabiztossá tesz
3. keresem az ismeretterjesztő tartalmakat
4. a tudományos eredmények megkönnyítik a mindennapi életet
5. a tudományos eredmények jellemzően kevés gyakorlati eredménnyel járnak
6. az emberiség fejlődése egyet jelent a tudományok fejlődésével
7. a tudományos kutatást érdekesnek tartom
8. a technológiai fejlődés hosszú távon káros az emberiségre
9. szívesen dolgoznék tudományos kutatóként
10. a tudományra való költés pénzkidobás

A változók elemzésekor elsőként a belső összefüggéseket igyekeztünk feltárni a korreláció-elemzés segítségével. Ennek eredménytábláját mutatjuk be az alábbiakban:

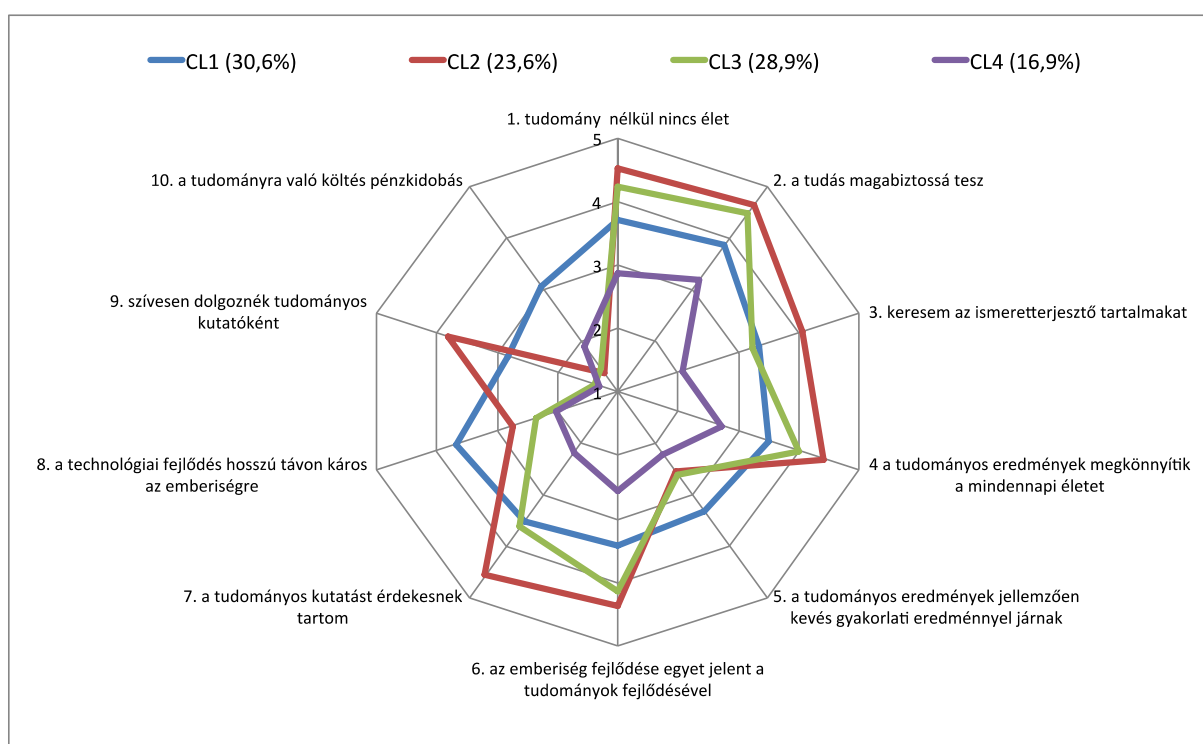
4. tábla: Az elemzésbe vont változók közötti összefüggések

	1. tudomány nélkül nincs élet	2. a tudás magabiztossá tesz	3. keresem az ismeretterjesztő tartalmakat	4. a tudományos eredmények megkönnyítik a mindennapi életet	5. a tudományos eredmények jellemzően kevés gyakorlati eredménnyel járnak	6. az emberiség fejlődése egyet jelent a tudományok fejlődésével	7. a tudományos kutatást érdekesnek tartom	8. a technológiai fejlődés hosszú távon káros az emberiségre	9. szívesen dolgoznék tudományos kutatóként	10. a tudományra való költés pénzkidobás
1. tudomány nélkül nincs élet		0.459	0.351	0.432	0.073	0.417	0.394	0.013	0.208	-0.147
2. a tudás magabiztossá tesz	0.459		0.387	0.391	0.05	0.382	0.345	0.067	0.139	-0.15
3. keresem az ismeretterjesztő tartalmakat	0.351	0.387		0.421	0.191	0.303	0.497	0.108	0.36	-0.033
4. a tudományos eredmények megkönnyítik a mindennapi életet	0.432	0.391	0.421		0.026	0.428	0.462	0.058	0.228	-0.151
5. a tudományos eredmények jellemzően kevés gyakorlati eredménnyel járnak	0.073	0.05	0.191	0.026		0.091	0.106	0.264	0.104	0.274
6. az emberiség fejlődése egyet jelent a tudományok fejlődésével	0.417	0.382	0.303	0.428	0.091		0.418	0.07	0.18	-0.14
7. a tudományos kutatást érdekesnek tartom	0.394	0.345	0.497	0.462	0.106	0.418		0.148	0.457	-0.112
8. a technológiai fejlődés hosszú távon káros az emberiségre	0.013	0.067	0.108	0.058	0.264	0.07	0.148		0.185	0.309
9. szívesen dolgoznék tudományos kutatóként	0.208	0.139	0.36	0.228	0.104	0.18	0.457	0.185		0.086
10. a tudományra való költés pénzkidobás	-0.147	-0.15	-0.033	-0.151	0.274	-0.14	-0.112	0.309	0.086	

A korrelációs mátrix elemzésekor kitűnik, hogy vannak olyan változók, amelyek között a kapcsolat közepesen erős, például az 1. és a 2., vagy a 3. és a 7. változó esetében, de nagyobb részt független változókról beszélhetünk.

Ezzel a változókészlettel kezdtük el a tudománykommunikációs klaszterek azonosítását. Módszertanát tekintve az egyszerű k-közép klaszterelemzés tűnt továbbra is a leghatékonyabbnak. Többszörös iterációs folyamatot követően végül egy négy klaszterből álló megoldást választottunk. A klaszterközöket az alábbi ábrán szemléltetjük.

41. ábra: A kiválasztott klasztermegoldás



A klaszterelemzést követően kirajzolódó négy szegmens jól elkülöníthető és értelmezhető preferenciákat mutat, így az alábbi klaszterek azonosíthatók:

1. *tudományellenes csoport (CL1)*: legfőbb jellemzőjük, hogy a többi klasztertől eltérően átlag feletti mértékben értettek egyet az 5., 8. és 10. állításokkal, tiltakozásuk aktív,
2. *tudományhívők csoportja (CL2)*: az első csoport nézeteivel teljes mértékben ellentétes nézeteket vallanak, minden állítással átlag feletti mértékben egyetértenek, kivétel a már említetteket (5., 7., és 10.), támogatásuk aktív,

3. *a tudomány támogatói (CL3)*: fontos jellemzőjük, hogy a tudományt passzívan támogatják, vagyis értik és elismerik a tudomány, a tudományos eredmények fontosságát, ugyanakkor azok alakításában nem kívánnak résztvenni, támogatásuk inkább passzívnak tekinthető,
4. *érdektelenek (CL4)*: gyakorlatilag minden állítást elutasítottak a többi csoporthoz képest, egyetlen esetben (10. változó) lehet némileg markánsabb véleményt kitapintani, ezért inkább passzív tiltakozás feltételezhető a részükről.

Amennyiben a klaszterek demográfiai háttérét vizsgáljuk, az alábbi eredményeket rögzíthetjük:

- az aktív véleményalkotók (legyen az negatív a „tudományellenesek”, vagy éppen pozitív a „tudományhívők”) esetében felülreprezentáltak a férfiak, míg a passzív hozzáállást mutató csoportokban a női válaszadók a dominánsak,
- életkor alapján a minta kis szóródása miatt nem alakultak ki jelentős eltérések az átlagoknál, annyit lehet talán kiemelni, hogy a „tudományhívők” csoportja a „legidősebb” (20 év körüli átlaggal),
- az iskolai végzettség tekintetében megerősítést nyert korábbi feltételezésünk, miszerint a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők átlagon felüli mértékben támogatják a tudományt, az ehhez kapcsolódó tevékenységeket, a legalacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők pedig felülreprezentáltak az „érdektelenek” csoportjában,
- érdekes tapasztalat a szakközépiskolában és a gimnáziumban tanulók közötti különbség, mivel míg az előbbi csoportban felülreprezentáltak a tudományellenesek és a tudománytámogatók, addig az utóbbiak esetében a két aktív csoport jelent átlag feletti részarányt, nevezetesen a „tudományhívők” és a „tudományellenesek”,
- a munkaerő piaci státusz szerint is kimutatható szignifikáns különbség a klaszterek között, így megállapítható, hogy a jelenleg is tanulók támogatják leginkább a tudomány művelését, az aktív munkavállalók megosztottak e kérdésben, ahogyan egyébként a munkanélküli fiatalok is,
- a jelenlegi munkával való elégedettség és a tudománnyal kapcsolatos attitűdök is
- regionális bontásban az látszik, hogy a negatív attitűd leginkább a közép-dunántúli régióban jellemző, igaz, hogy a megoszlások tekintetében viszonylag kiegyensúlyozottak az eredmények,

- az előzőeknek némileg ellentmond, hogy a településnagyság szerinti bontás kapcsán azt tapasztaltuk, hogy a budapesti válaszadók jelentősen az átlag felett támogatják a tudományt, az érdektelenség inkább a kisebb településeken jellemző,
- a havi kiadásokat vizsgálva megállapítható, hogy a tudományos munkát elismerő két klaszter tagjai szignifikánsan magasabb havi költséget mutatnak, mint a másik két csoport tagjai.

A demográfiai háttérelmézést követően vizsgáltuk, hogy a tudománykommunikációs szegmensek milyen médiumokon érhetők el a leghatékonyabban. Az alábbiakban az erre vonatkozó fontosabb megállapításokat összegezzük:

- a napi hírekkel kapcsolatos tájékozottság egyértelműen a tudomány elkötelezettjei esetében érdekes, a többi klaszter átlagon aluli érdeklődést mutat,
- érdekes módon a „tudományhívők” azok, akik rendszeresen néznek a televízióban (híradó)ka)t, míg az érdektelenek esetében ez egyáltalán nem jellemző,
- hasonló tendencia mutatkozik egyébiránt a hírportálok olvasottságát illetően is, hiszen a tudományos eredmények iránt nyitott klasztertagok visszajelzései alapján az ez irányú tevékenység rendszeresnek tekinthető,
- fontos ugyanakkor azt is kiemelni, hogy a tudomány passzív támogatói nem feltétlenül „habszólják” a híreket, információkat, többségük napilapokat sem olvas többnyire,
- a sztárokkal, celebekkel kapcsolatos hírek viszont nem feltétlenül klaszterfüggők, úgy tűnik az elemzések alapján, hogy ez sokkal inkább preferált a női válaszadók esetében,
- internet elérése a „tudományhívőknek” van a legnagyobb arányban, míg az érdektelenek érik el a világhálót a legkisebb mértékben (igaz, hogy ez is 90% feletti részarány),
- az online kommunikációs csatornák leginkább a pozitív attitűdöt mutatók esetében relevánsak, a másik két szegmens kapcsán ez átlag alatti.

A fentebb vázolt tudománykommunikációs szegmensek leírása természetesen még tovább árnyalható az adatállomány elemzésével, a fontosabb sajátosságok azonban már így is kirajzolódnak.

3.3. Életstílus csoportok a Z generáción belül

az „élettempó” és „értékorientáció” mögöttes változók meghatározása

Az átlagos válaszadói jellemzőitől tisztított adatok alapján az élettempó és értékorientáció látens változók meghatározása volt a következő cél. A fentiekben bemutatott modellnek megfelelően a transzformált értékekre vonatkozóan főkomponens analízist végeztünk. A rendelkezésre álló változókból szakmai szempontból is szelektáltunk, illetve voltak olyan változók, melyek nem mutattak kapcsolatot egyik másik változóval sem. Ezeket az analízisből kihagytuk.

A megmaradt változók két főkomponenst alkottak, melyeket élettempónak és értékorientációnak nevezünk el, az alábbiak szerint:

1. Élettempó (Mennyire értesz egyet a következő állításokkal?):
 - Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni (-)
 - Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki (-)
 - Kimaradok a dolgokból (+)
 - Inkább csak szemlélem a világot (+)
 - Másokhoz képest lassan élek (+)
2. Értékorientáció (Mennyire tartod fontosnak az alábbi tulajdonságokat?):
 - Gazdagság, pénz (+)
 - Más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet (-)
 - Alázatos, szerény, visszafogott (-)
 - Sikeresség, elismertség (+)

A fenti csoportosítás kvázi az elemzés végeredményének tekinthető, az alábbiakban a statisztikai részleteket mutatjuk be. A látens változók meghatározásához a főkomponens analízist választottuk, egyszerre alkalmazva azt az élettempót és az értékorientációt mérő, módosított változókon. Az egy feletti sajátértékkel rendelkező főkomponensek meghagyásával a magyarázó erő mintegy 50%-ot ért el, illetve a kommunalítások 0,4-0,5 közötti értékeket vettek fel. A szokásosan használt KMO teszt 0,764-es értéke jónak mondható.

A rotált komponens mátrixból elhagyva a 0,2 abszolút érték alatti értékeket az alábbi táblázatot kapjuk:

5. tábla: Rotált komponens mátrix

Rotated Component Matrix^a

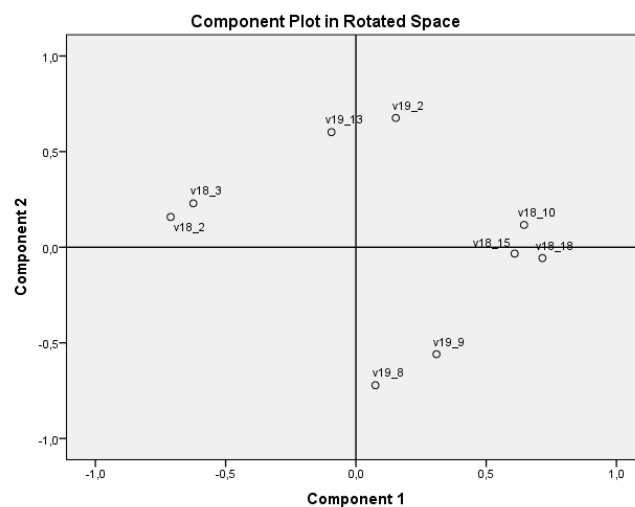
	Component	
	1	2
v18_18	,716	
v18_2	-,711	
v18_10	,645	
v18_3	-,624	,229
v18_15	,609	
v19_8		-,722
v19_2		,676
v19_13		,602
v19_9	,309	-,559

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

A rotált komponens mátrix alapján megállapítható, hogy a módszer jól szétválasztotta az értékorientációt és az élettempót mérő változókat. A mátrixban található együttthatók előjelei megfelelnek előzetes várakozásainknak. Hasonló következtetéseket vonhatunk le a főkomponensek ábrája alapján is.

42. ábra: Főkomponensek ábrázolása a rotált térben



A főkomponensek segítségével kapott score-okat elmentettük, amit a továbbiakban a csoportok kialakításánál fogunk felhasználni. A két kapott változó korrelálatlan, ezért azokat könnyedén fel tudjuk használni a csoportok jellemzésére. A kapott score-ok -1 -gyel való szorzására volt szükség a későbbi jobb értelmezhetőség miatt, ami csak az irányt változtatja meg (épp ellentétesre), a jelentést nem.

csoportok kialakítása az élettempó és értékorientáció alapján

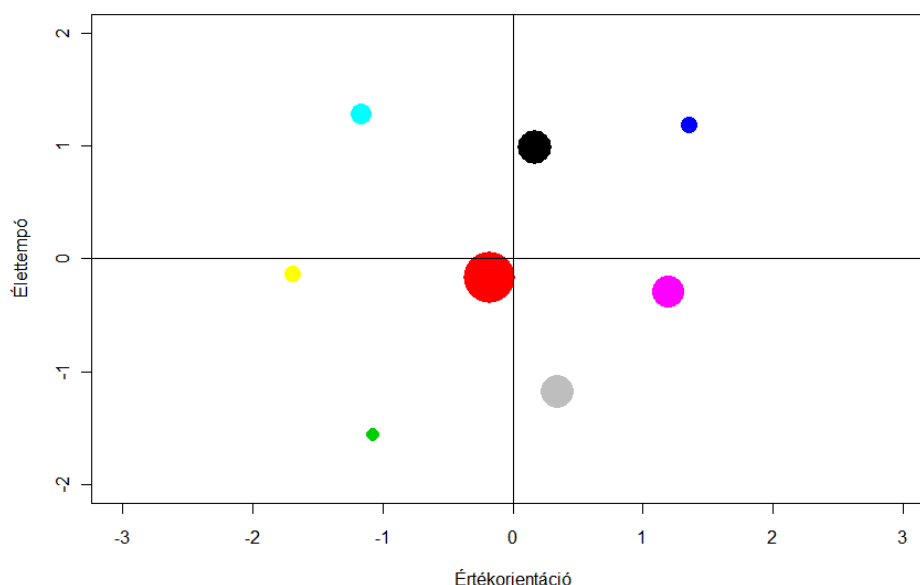
A két kapott koordináta alapján k-közepű klaszterezés segítségével készítettünk 8 csoportot a mintánkban. A módszer 16 lépés után érte el a végleges állapotot, a variancia-analízis tábla nagy F-értékei szerint mindkét változó jelentős hatással van a csoportok alakításában. A klaszterközéppontok, valamint az egyes klaszterekbe kerülő elemszámok az alábbiak szerint alakultak:

6. tábla: Klaszterközéppontok és elemszámok

#	Értékorientáció	Élettempó	Elemszám
1.	0,16	0,99	244
2.	-0,18	-0,16	364
3.	-1,08	-1,55	94
4.	1,35	1,19	114
5.	-1,17	1,28	143
6.	1,19	-0,29	217
7.	-1,70	-0,13	114
8.	0,34	-1,18	229

A kétdimenziós térben ábrázolva a fenti eredményeket, az egyes klaszterek középpontját reprezentáló köröket a klaszter méretével arányos méretűre rajzolva az alábbi ábrát kapjuk.

43. ábra: A csoportok középpontja az értékorientáció- élettempó terében



Az ábra alapján jól látható, hogy a legnagyobb csoport szinte teljes egészében középpütt helyezkedik el (a score-ok standardizáltak, azaz 0 várható értékkel és 1 szórással rendelkeznek, a jobb átláthatóság kedvéért a 0 értékekhez behúztuk a tengelyeket).

a kialakított csoportok jellemzése

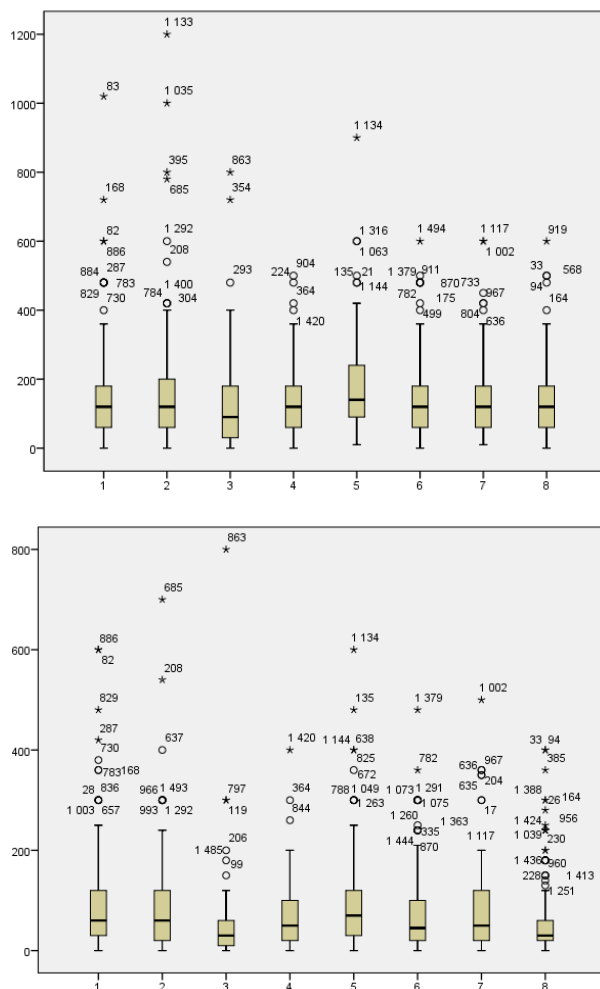
Az alábbiakban – túlnyomórészt táblázatok és ábrák segítségével – a kialakított csoportok jellemzőit mutatjuk be. Elsőként a főkomponenseket formáló eredeti (azaz nem tisztított) adatok átlagait szemléltetjük:

7. tábla: Klaszterek jellemzése

Klaszter tagság	1	2	3	4	5	6	7	8	Össz
Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	4,19	3,46	2,40	4,11	4,53	3,15	3,85	2,75	3,54
Nagy gondot fordítok arra, hogy nézek ki	4,30	3,82	3,09	3,95	4,53	3,47	4,06	3,09	3,79
Kimaradok a dolgokból	1,70	2,68	3,41	1,43	1,51	2,59	2,83	3,20	2,44
Inkább csak szemlélem a világot	2,04	2,72	3,40	1,79	1,76	2,91	2,70	3,46	2,63
Másokhoz képest lassan élek	1,71	2,58	3,62	1,49	1,30	2,86	2,46	3,52	2,47
Gazdagság, pénz	4,54	4,62	5,45	3,48	5,29	3,59	5,61	4,31	4,52
Más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet	4,18	3,66	3,02	4,92	2,92	4,71	2,46	4,00	3,84
Alázatos, szerény, visszafogott	3,75	3,62	3,28	4,37	2,45	4,48	2,60	4,17	3,70
Sikeresség, elismertség	5,04	4,79	4,99	4,43	5,50	4,13	5,58	4,34	4,78

A következő kérdéscsoport az internet és a facebook használatot írja le, az átlagos napi, percben mért internetezéssel töltött idő, illetve az ebből facebook-ozással töltött idő volt a pontos kérdés.

44. ábra: Az internet (a) és a facebook (b) használata (perc)



Az internetezéssel töltött idő szempontjából a 3-as csoport lefelé, míg az 5-ös csoport felfelé lóg ki. A facebookon eltöltött idő szempontjából hasonló a kép, de a 8-as csoport is ebből a szempontból kilóg lefelé, azaz ez a csoport több időt tölt más tartalom böngészve, mint a többiek. Természetesen minden csoportban vannak kiugró, akár extrém magas értéket megadó válaszadók.

8. tábla: Online médiafogyasztás

Klaszter tagság	1	2	3	4	5	6	7	8	Össz
Rendszerint csak külső megfigyelője vagyok az online tartalmaknak	3,14	3,23	3,17	3,25	2,80	3,30	2,96	3,28	3,17
Gyakran töltök fel képeket, egyéb tartalmakat közösségi oldalakra	3,11	2,76	2,23	2,95	3,43	2,71	2,96	2,44	2,82
Gyakran osztom meg véleményemet a közösségi oldalakon	2,85	2,64	2,19	2,71	3,23	2,47	2,86	2,45	2,67
A legtöbben csak a jó oldalukat mutatják a közösségi portálokon	3,79	3,60	3,63	3,62	4,02	3,55	3,84	3,38	3,65
Sokszor a közösségi médián keresztül kérek segítséget	2,27	2,24	1,97	1,97	2,53	2,13	2,19	2,34	2,23
Aktív tagja vagyok online rajongói közösség(ek)nek	2,20	2,17	1,89	1,96	2,58	2,06	2,25	2,27	2,19
A virtuális tér személytelenségében könnyebben osztom meg a problémáim, mint a valóságban	2,11	2,16	2,05	1,58	2,36	1,99	2,24	2,25	2,11
Szívesen olvasok blogokat	2,66	2,64	2,66	2,53	2,92	2,60	2,65	2,59	2,65
Szívesen írok blogot	1,65	1,74	1,73	1,41	1,66	1,88	1,66	1,92	1,73
Szívesen követem a számomra fontos márkákat a közösségi oldalakon	3,16	2,83	2,56	2,88	3,17	2,54	3,16	2,60	2,85
Szívesen nézek profi videókat videómegosztó portálokon	3,55	3,43	3,35	3,54	4,11	3,31	3,73	3,00	3,46
Szívesen nézem a mások által készített nem profi videókat videómegosztó portálokon	3,26	3,12	3,13	2,96	3,67	2,98	3,61	2,87	3,16
Szívesen veszem az ismeretterjesztő tartalmakat a közösségi médiában	3,18	3,07	2,77	3,29	3,04	3,20	2,98	2,95	3,08

A különböző csoportok között az online médiafogyasztási szokások alapján nincs minden szempontból nagy különbség, de az megállapítható, hogy az 5-ös csoport tagjai az első kérdésre átlagosan alacsonyabb, szinte minden másra pedig magasabb értéket adtak, mint a többi csoport tagjai. A 3-as csoport tagjai ezzel szemben nem szeretnek fényképeket megosztani és véleményt nyilvánítani a közösségi oldalakon.

A következő kérdéscsoport a tudományos érdeklődéssel kapcsolatos, méghozzá a „Mennyire érdekelnek az új tudományos eredmények az alábbi területeken?” kérdésre válaszoltak a megkérdezettek.

9. tábla: Tudományos eredmények iránti érdeklődés

Klaszter tagság	1	2	3	4	5	6	7	8	Össz
informatika/ információs technológia	3,32	3,27	2,86	3,25	3,48	3,27	3,23	3,05	3,23
matematika	2,23	2,28	1,84	2,40	2,01	2,33	2,04	2,22	2,21
fizika	2,27	2,23	1,96	2,35	1,96	2,39	1,89	2,24	2,20
kémia	2,20	2,14	1,72	2,33	1,93	2,36	1,84	2,15	2,13
biológia	2,95	2,70	2,14	3,23	2,62	2,98	2,45	2,53	2,73
nyelv és irodalom	2,86	2,79	2,41	3,00	2,49	3,00	2,39	2,64	2,74
szociológia	2,59	2,45	1,91	2,91	2,31	2,60	2,03	2,27	2,42
közgazdaságtan	2,50	2,43	1,90	2,31	2,25	2,29	1,89	2,18	2,29
történelem, régészet	3,34	3,04	2,72	3,30	2,99	3,32	2,94	3,08	3,12
pszichológia	2,98	2,62	2,18	3,25	2,69	2,96	2,39	2,39	2,70
egészségtudomány	3,47	3,07	2,57	3,76	2,92	3,45	2,92	2,89	3,16
politológia	2,15	2,06	1,68	1,93	1,80	2,11	1,73	1,95	1,98
földrajz, geológia, csillagászat	3,03	2,94	2,59	3,14	2,76	3,18	2,82	2,72	2,92
műszaki tudomány	2,95	2,93	2,57	3,01	2,92	2,93	2,86	2,72	2,88

A 3-as, 7-es és 8-as csoportok szinte minden tudományterülettel kapcsolatban átlag alatti érdeklődést mutattak átlagosan, míg a leginkább érdeklődőnek a 1-es, 4-es és 6-os csoport mutatkozik.

A „Mennyire vagy elégedett a jelenlegi életeddél?” kérdésre az alábbi válaszok születtek:

10. tábla: Mennyire vagy elégedett jelenlegi életeddél?

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	db	2	2	11	4	3	3	8	2	35
	%	0,8%	0,6%	12,0%	3,5%	2,1%	1,4%	7,2%	0,9%	2,3%
2	db	4	15	7	1	11	12	8	13	71
	%	1,6%	4,2%	7,6%	0,9%	7,7%	5,5%	7,2%	5,8%	4,7%
3	db	45	115	33	15	29	43	37	90	407
	%	18,5%	32,2%	35,9%	13,2%	20,4%	19,8%	33,3%	39,8%	27,1%
4	db	118	166	31	57	68	104	45	89	678
	%	48,6%	46,5%	33,7%	50,0%	47,9%	47,9%	40,5%	39,4%	45,1%
5	db	74	59	10	37	31	55	13	32	311
	%	30,5%	16,5%	10,9%	32,5%	21,8%	25,3%	11,7%	14,2%	20,7%

A 3-as és 7-es csoport tagjai közül relatíve sokan teljesen elégedetlenek jelenlegi életükkel, ugyanennél a két csoportnál lényegesen kevesebb arányaiban az a válaszadó, aki rendkívüli módon elégedett lenne. A legtöbb elégedett válaszadó az 1-es és a 4-es csoport tagjai közül került ki. A leggyakoribb válasz minden szinte csoport esetén a 4-es volt, a 3-as és 8-as csoportoknál a 3-as válasz azonban még gyakoribb volt.

A jövőre való tudatos készülés leginkább a 4-es és az 1-es csoport sajátja, a legkevésbé pedig a 8-as csoportra jellemző. A 3-as csoport ebben az esetben is másként viselkedik, ugyan a legkisebb csoportról van szó, mégis figyelemre méltó, hogy közel 10%-uk 1-es választ adott erre a kérdésre.

11. tábla: Tudatosan készülsz a jövőre?

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	db	2	2	9	2	6	6	5	2	34
	%	0,8%	0,6%	9,8%	1,8%	4,2%	2,8%	4,5%	0,9%	2,3%
2	db	4	11	9	1	9	11	8	14	67
	%	1,6%	3,1%	9,8%	0,9%	6,3%	5,1%	7,2%	6,2%	4,5%
3	db	38	79	28	19	18	42	27	78	329
	%	15,6%	22,1%	30,4%	16,7%	12,7%	19,4%	24,3%	34,5%	21,9%
4	db	90	150	23	38	55	88	37	87	568
	%	37,0%	42,0%	25,0%	33,3%	38,7%	40,6%	33,3%	38,5%	37,8%
5	db	109	115	23	54	54	70	34	45	504
	%	44,9%	32,2%	25,0%	47,4%	38,0%	32,3%	30,6%	19,9%	33,6%

Vállalkozási hajlandóság szempontjából hozzávetőlegesen 60-40% az arány.

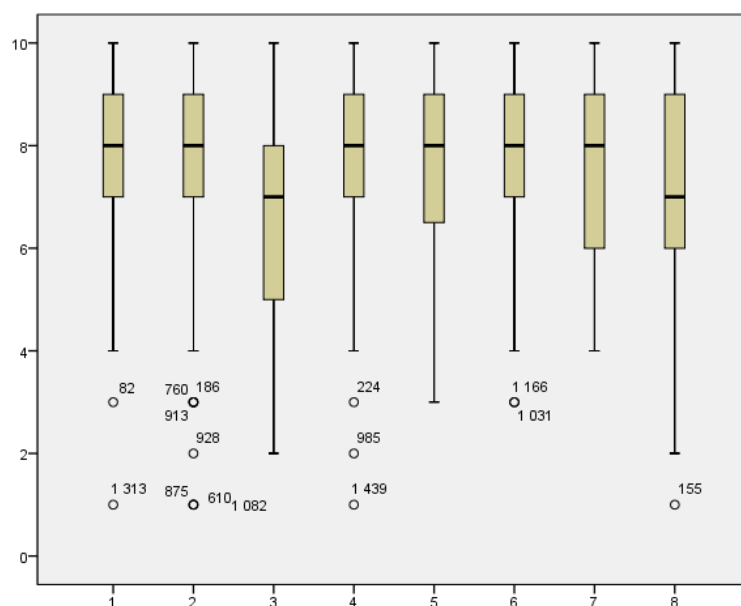
12. tábla: Szívesen lennél vállalkozó?

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
igen	db	97	133	35	53	62	65	51	63	559
	%	39,9%	37,3%	37,2%	46,5%	43,4%	30,8%	44,7%	28,3%	37,3%
nem	db	142	219	58	61	78	146	63	156	923
	%	58,4%	61,3%	61,7%	53,5%	54,5%	69,2%	55,3%	70,0%	61,6%
jelenleg is az vagyok	db	4	5	1	0	3	0	0	4	17
	%	1,6%	1,4%	1,1%	0,0%	2,1%	0,0%	0,0%	1,8%	1,1%

Az átlagosnál magasabb hajlandóságot a 4-es és 7-es csoportok mutatnak, míg a 6-os és 8-as csoportok inkább elutasítóak a vállalkozói léttel kapcsolatosan. Az életkori sajátosságok miatt a jelenleg is vállalkozó fiatalok aránya nem mondható magasnak.

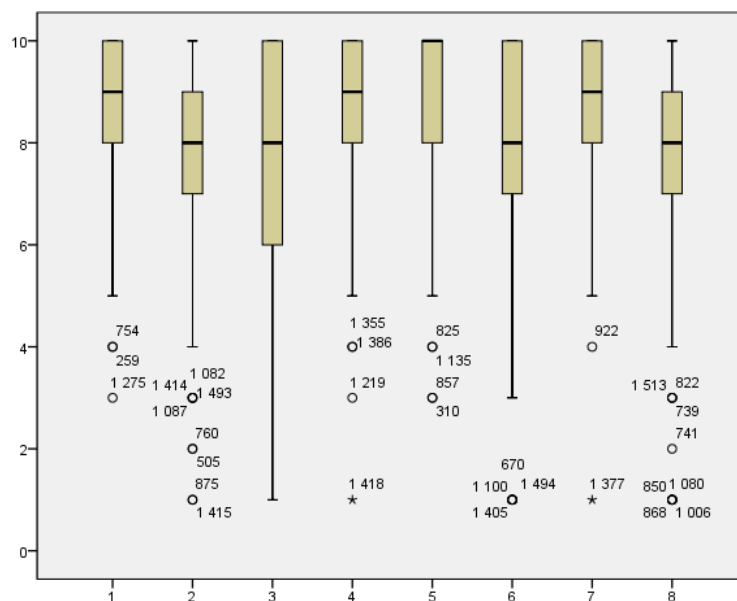
A „Mennyire érzed magad egészségesnek a veled egykorúakkal összehasonlítva” kérdésre 10 fokozatú skála segítségével volt lehetőség válaszolni, a kapott eredményeket az alábbi boxploton mutatjuk be:

45. ábra: Mennyire érzed magad egészségesnek a veled egykorúakkal összehasonlítva?



A csoportok nagy részében a válaszadók jó egészségérzetről számoltak be, a medián 8, a felső kvartilis pedig 9 a 3-as és 8-as csoportok kivételével, ahol a medián és az alsó kvartilisek is elmaradnak a többi csoportétól. A „Mennyire tartod fontosnak azt, hogy legyen saját stílusod?” kérdésre szintén hasonló skálán vártuk a válaszokat, az eredményeket ábrán az alábbiakban mutatjuk be:

46. ábra: Mennyire tartod fontosnak azt, hogy legyen saját stílusod?



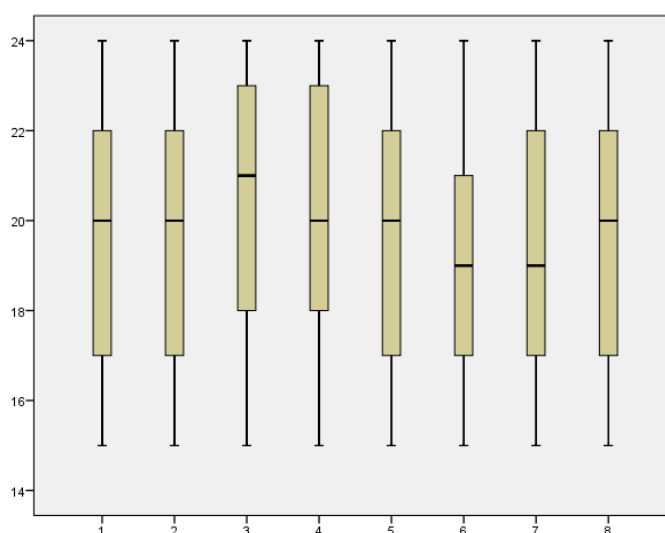
A „Hány barátod van?” kérdésre erősen heterogén válaszok érkeztek, ezért csak az átlagos értékeket adjuk meg az alábbi táblázatban, valamint az előző két kérdésre adott válaszok átlagait is megadjuk csoportonként.

13. tábla: Átlagos értékek

Klaszter tagság	1	2	3	4	5	6	7	8	Össz
Egészségérzet	7,91	7,50	7,03	7,95	7,69	7,74	7,71	7,11	7,58
Stílus fontossága	8,62	7,95	7,78	8,40	8,90	7,91	8,64	7,58	8,16
Barátok száma	15,39	9,05	6,65	10,50	15,81	11,76	9,87	11,33	11,45

Megvizsgáltuk a csoportokat életkor szempontjából is, de nem találtunk jelentősebb összefüggést, az alábbi ábrán láthatóak az életkorok:

47. ábra: Életkor



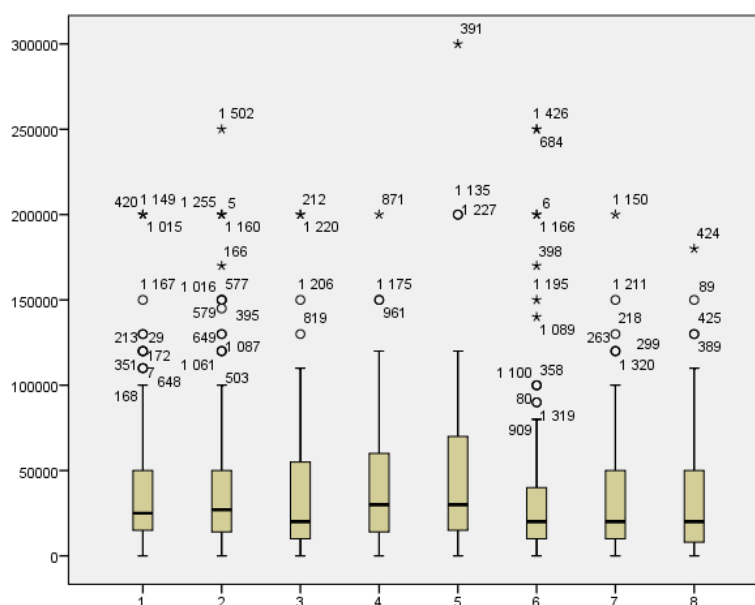
Iskolai végzettség szerint az alábbi keresztábra készíthető. A 4-es csoportban relatív több a főiskolai/egyetemi diplomával már rendelkezők aránya. Az összehasonlítást nehezíti, hogy az életkorból adódóan a válaszadók nagy része még csak 8 általános iskolai végzettséggel rendelkezik, az adatokból nem látszik, hogy mi lesz majd a végleges legmagasabb iskolai végzettsége.

14. tábla: Iskolai végzettség

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
kevesebb, mint 8 általános	db	9	7	6	6	8	5	6	5	52
	%	3,7%	1,9%	6,4%	5,3%	5,6%	2,3%	5,3%	2,2%	3,4%
8 általános	db	93	143	39	27	59	98	49	101	609
	%	38,1%	39,3%	41,5%	23,7%	41,3%	45,2%	43,0%	44,1%	40,1%
szakmunkásképző	db	17	45	12	11	14	15	16	21	151
	%	7,0%	12,4%	12,8%	9,6%	9,8%	6,9%	14,0%	9,2%	9,9%
érettségi/szakközépiskola	db	101	137	31	50	54	81	34	86	574
	%	41,4%	37,6%	33,0%	43,9%	37,8%	37,3%	29,8%	37,6%	37,8%
felsőfokú szakképzés	db	9	18	4	9	6	8	4	7	65
	%	3,7%	4,9%	4,3%	7,9%	4,2%	3,7%	3,5%	3,1%	4,3%
főiskola/egyetem	db	15	14	2	11	2	10	5	9	68
	%	6,1%	3,8%	2,1%	9,6%	1,4%	4,6%	4,4%	3,9%	4,5%

A havi kiadások szempontjából nagyon heterogén a válaszadói minta:

48. ábra: Havi kiadások



15. tábla: Háztartás jövedelmi helyzete

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
jelentősen az átlag alatti	db	5	3	5	0	2	6	7	4	32
	%	2,1%	0,9%	5,5%	0,0%	1,4%	2,9%	6,4%	1,8%	2,2%
átlag alatti	db	25	52	25	12	22	23	19	39	217
	%	10,4%	14,9%	27,5%	10,6%	15,9%	11,1%	17,4%	17,6%	14,8%
átlagos	db	186	268	53	86	97	163	76	159	1088
	%	77,5%	76,8%	58,2%	76,1%	70,3%	78,4%	69,7%	71,6%	74,0%
átlag feletti	db	24	24	8	14	17	15	7	19	128
	%	10,0%	6,9%	8,8%	12,4%	12,3%	7,2%	6,4%	8,6%	8,7%
jelentősen átlag feletti	db	0	2	0	1	0	1	0	1	5
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	0,3%

16. tábla: Családi állapot

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
egyedülálló	db	170	240	62	75	102	150	85	178	1062
	%	69,7%	65,9%	66,0%	66,4%	71,3%	69,4%	74,6%	78,4%	70,1%
párkapcsolatban él	db	67	110	23	36	38	59	27	45	405
	%	27,5%	30,2%	24,5%	31,9%	26,6%	27,3%	23,7%	19,8%	26,7%
házas	db	2	9	6	1	1	3	2	3	27
	%	0,8%	2,5%	6,4%	0,9%	0,7%	1,4%	1,8%	1,3%	1,8%
elvált	db	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
élettársi kapcsolatban él	db	5	5	2	1	2	4	0	1	20
	%	2,0%	1,4%	2,1%	0,9%	1,4%	1,9%	0,0%	0,4%	1,3%

17. tábla: Nem

		Klaszter tagság								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
férfi	db	102	182	52	45	81	103	59	128	752
	%	41,8%	50,0%	55,3%	39,5%	56,6%	47,5%	51,8%	55,9%	49,5%
nő	db	142	182	42	69	62	114	55	101	767
	%	58,2%	50,0%	44,7%	60,5%	43,4%	52,5%	48,2%	44,1%	50,5%

18. tábla: Településtípus

		Klaszter tagság a tisztított elemzésből								Össz
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Budapest	db	61	57	11	27	40	21	15	32	264
	%	25,0%	15,7%	11,7%	23,7%	28,0%	9,7%	13,2%	14,0%	17,4%
megyei jogú város	db	32	75	25	32	23	55	25	59	326
	%	13,1%	20,6%	26,6%	28,1%	16,1%	25,3%	21,9%	25,8%	21,5%
10.000+ település	db	59	67	22	20	31	44	21	35	299
	%	24,2%	18,4%	23,4%	17,5%	21,7%	20,3%	18,4%	15,3%	19,7%
2.000-10.000 település	db	62	98	27	26	34	71	33	66	417
	%	25,4%	26,9%	28,7%	22,8%	23,8%	32,7%	28,9%	28,8%	27,5%
-2.000 település	db	30	67	9	9	15	26	20	37	213
	%	12,3%	18,4%	9,6%	7,9%	10,5%	12,0%	17,5%	16,2%	14,0%

Irodalomjegyzék

Bachman, J. Bachman, G., O'Malley, P. (1984): Yea-Saying, Nay-Saying, and Going to Extremes: Black-White Differences in Response Styles, *Public Opinion Quarterly*, 48(2), 491-509

Couch, A., Keniston, K. (1960): Yeasayers and naysayers: Agreeing response set as a personality variable, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 60(2), 151-172

Grover, R., Vriens, M. (2006): *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances*, SAGE Publications, Inc.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., Podsakoff, N. P. (2003): Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies, *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903

Steenkamp, J.-B. E.M., Baumgartner, H. (1995): Development and cross-cultural validation of a short form of CSI as a measure of optimum stimulation level. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 97-104

Winkler, J. D., Kanouse, D. E., Ware, J.E. Jr. (1982): Controlling for acquiescence response set in scale development, *Journal of Applied Psychology*, 67, 555-561