

# A KÉPERNYŐNEMZEDÉK MÉDIAIDENTITÁSA

Székely Levente  
szekely@kutatopont.hu

## Magyar Ifjúság 2012: 8000 fős a 15-29 évesekre reprezentatív kérdőíves (CAPI) kutatás

### előzmények

- Ifjúság2000, 2004, 2008

### célok

- összehasonlítható eredmények az Ifjúság2000-2008 programmal
- átfogó kép a magyar fiatalok élethelyzetének és társadalmi reprodukciós folyamatokban betöltött szerepének alakulásáról
- eredményei felhasználhatóak legyenek a társadalompolitikai célok megvalósításához szükséges döntések előkészítéséhez

### megvalósítás

- közreműködő szervezetek: Központi Statisztikai Hivatal, Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet, Emberi Erőforrások Minisztériuma, Magyar Szociológiai Társaság Ifjúságszociológiai Szakosztálya, Semmelweis Egyetem Magatartástudományi Intézet, Echo Survey Szociológiai Kutatóintézet
- 2012 őszi lekérdezés, 2012 végén gyorsjelentés, 2013 őszi első tanulmánykötet, 2014 tavasz második tanulmánykötet
- az adatbázis és a kérdőív szabadon hozzáférhető nonprofit célokra

A large crowd of people is gathered at a night festival. The scene is filled with falling white confetti, creating a dense, chaotic pattern against the dark background. In the center, a DJ is visible behind a booth, illuminated by bright stage lights. The crowd is dense, with many people raising their hands in the air. The overall atmosphere is one of high energy and celebration.

# HA ILYENNEK KÉPZELJÜK A MAI FIATALOKAT...

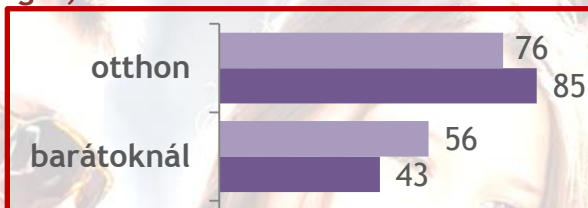
# AKKOR NAGYOT TÉVEDÜNK...



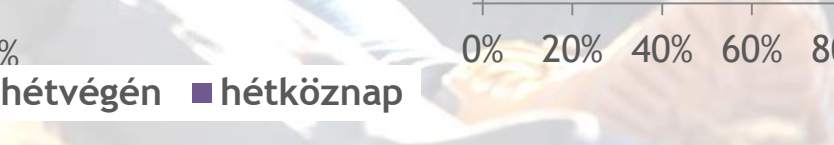
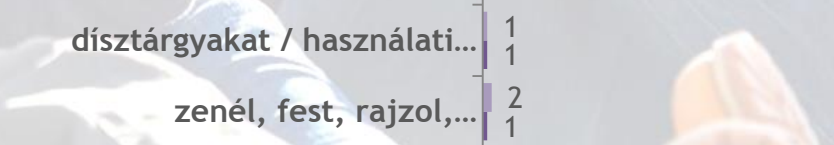
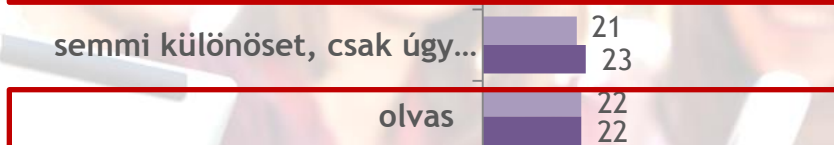
# PASSZÍV, MEDIATIZÁLT SZABADIDŐ

Kérdés

Hol tölti szabadidejét a leggyakrabban? (több válasz lehetséges, a kérdésre választ adók százalékában)



Mit csinál leggyakrabban a szabadidejében (több válasz lehetséges, a kérdésre választ adók százalékában)



N=7345

0% 20% 40% 60% 80% 100%

0% 20% 40% 60% 80% 100%

■ hétvégén ■ hétköznap



Bázis: teljes minta (N=8000)

# NEM SZABADIDŐ-TÁRSADALOM, INKÁBB KÉPERNYŐ-TÁRSADALOM

A szabadidőben legnagyobb szerepet a passzív és rekreatív tevékenységek kapnak.

A kulturális tevékenységekkel még kevésbé élnek a fiatalok, mint korábban. (A fiatalok 60%-a még sohasem volt színházban, vagy múzeumban, hangversenyen 80% nem volt.)

A szabadidő kétharmada-háromnegyede mediatizált környezetben zajlik.

A nem intézményesített fiatalkori szabadidőben egyre fontosabbá válik az elektronikus média, (leginkább az internet).

Összességében legalább annyi időt töltenek tv, számítógép és mobileszközök képernyői előtt, mint amennyit egy átlagos munkahely követel meg.

# RÉSZE-E A FIATALOK IDENTITÁSÁNAK A MÉDIA?



A képernyőnemzedék médiaidentitása

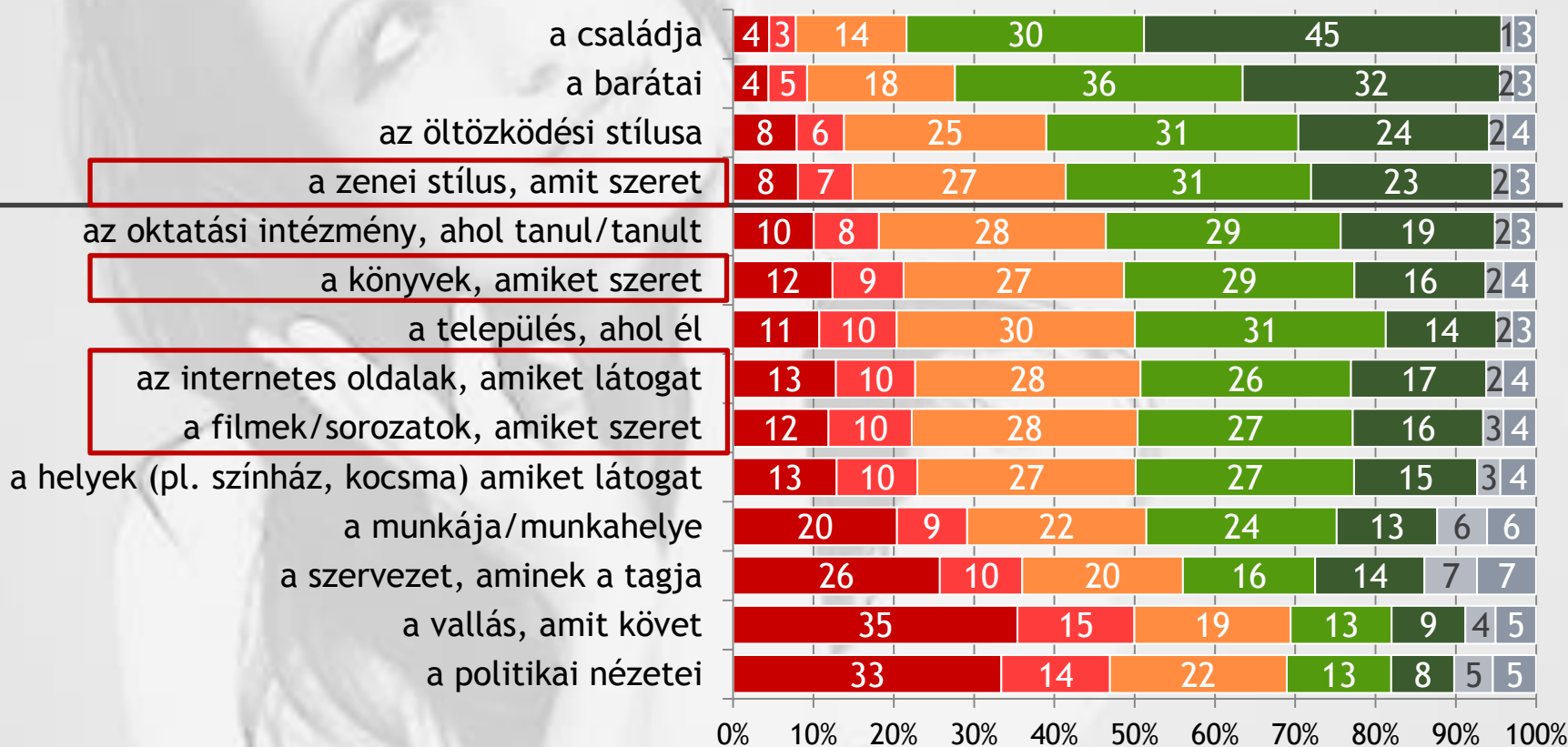


Kérdés

Az alábbiak mennyire fontos részei az önképének, azaz mennyire határozzák meg azt, hogy Ön kicsoda?

Minta: 2000 fő

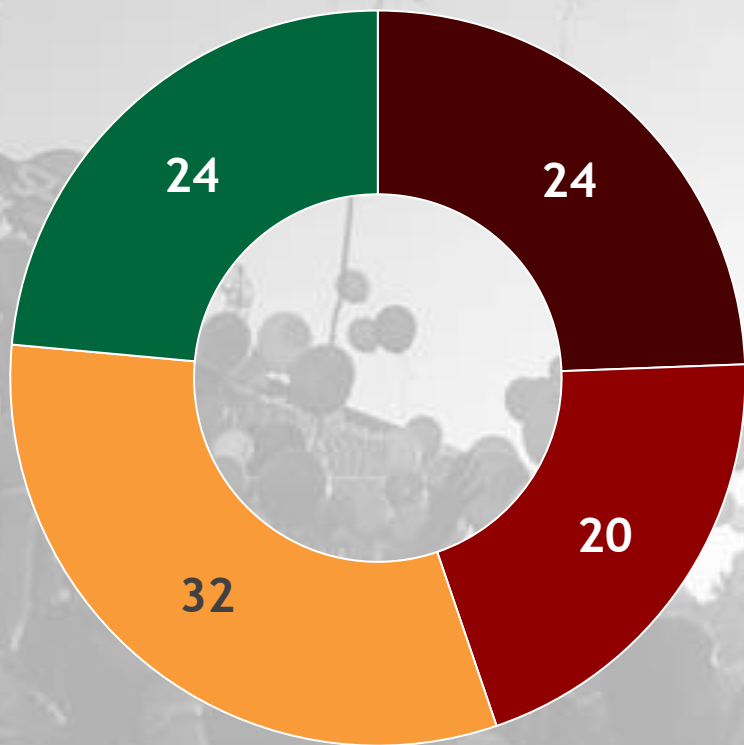
■ 1= egyáltalán nem ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = teljes mértékben ■ NT ■ NV



# A FIATALOK EGYHARMADÁNAK KIEMELTEN KÉTHARMADÁNAK EGYSZERŰEN FONTOS



- média (ízlés)
- individualista
- erős kötések dominanciája
- beágyazott



Bázis: érdeemben válaszolók (N=1568)

A média jobban alakítja a 15-18 évesek;

a nagyobb városokban élők;

a munkapiacon nem aktívak;

az egészségükkel, fizikai megjelenésükkel elégedettebbek identitását.

- Rozner Adél
- Szerekes Gergely
- Veres B. Szabolcs



**KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!**  
**szekely@kutatopont.hu**