

Gaul Emil:

A FIATALOK ÍZLÉSE

A magyar középiskolások vizuális ízlése az öltözködésben és fogyasztói nevelésük tudományos alapjai

A pályázat támogatásával készült munka két részből áll:

1. Ízlésvizsgálat: kérdőíves felmérés, és a mintában szereplő személyek öltözékének fotózása, majd a kapott adatok statisztikai és kvalitatív feldolgozása.
2. Szakirodalom kutatás az öltözködés és annak oktatása témakörben.

A beszámoló követi a munka felépítését, először az ízlésvizsgálatot és eredményeit mutatjuk be.

1. Ízlésvizsgálat

Az utóbbi egy-két évtizedben a fogyasztói társadalmakra jellemző szokások nálunk is gyorsan elterjedtek. Emellett végbement az úgynevezett ifjúsági korszakváltás is, ami alatt többek között azt értjük, hogy a kereskedelmi vállalatok, a szolgáltatók és a média célkeresztjében többé nem a felnőttek, hanem a fiatalok állnak, a fiatal fogyasztó a mintakép (Gábor 2004)¹. A fiatalok életmódja az utóbbi évtizedekben drámaian megváltozott. Tömegessé vált a részvétel az oktatásban, lehetőség nyílt alkalmi és részmunkavállalásra, az első szexuális tapasztalat hamarabb megtörténik (16-17), míg a gyerekvállalás későbbre csúszott (29-30), hozzáférhetővé vált a média, a zene, az internet, stb. (Bauer, Szabó (2005)². Bár több, az ifjúság életét vizsgáló kutatás ismeretes, mégsem tudjuk pontosan, hogy milyen értékválasztás társul az egyes ifjúsági csoportok sajátos ízléséhez. (Csoport alatt életformában, zenei ízlésben és megjelenésben eltérő fiatalok csoportját értjük, amint azt Szapu Magda térképezte fel 1995-2000 között³) Kutatásunk éppen ezt az említett hiányt kívánja pótolni.

A kutatás célja pontokba szedve:

1. A magyarországi középiskolások életének, stílusának, feltérképezése az öltözködési csoportok mentén.
2. Fényképgyűjtemény készítése a középiskolások ruházatáról.
3. A középiskolások öltözködése és ízlése milyen összefüggést mutat a szocio-kulturális háttérével, lakóhelyével, valamint érték választásával.
4. Olyan adatok gyűjtése, ami a középiskolás tanulók személyiségfejlesztésében, főként vizuális nevelésében nyújthat segítséget.

A kutatás módszeréről és az előkutatásról

A kutatás *módszere* kérdőíves kikérdezés, az adatok statisztikai feldolgozása és értelmezése, valamint a fotók elemzése. A kérdőívről kapott adatokat a fotókról leolvasható öltözékek és öltözködési stílusok adataival egészítettük ki.

¹ Gábor Kálmán (szerk. 2004): *Ifjúsági korszakváltás, ifjúság az új évezredben*. Belvedere, Szeged.

² Bauer Béla, Szabó Andrea (szerk. 2005): *Ifjúság 2004 Gyorsjelentés* Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda

³ Szapu Magda (2002): *A zűrkorszak gyermekei*. Századvég, Budapest

Elő kutatásunk helyszínén a Diák Szigeten ahol nyaranta több százezer fiatal gyűlik össze, 2005-ben 623 magyar „szigetlakót” kérdeztünk meg⁴. A kapott adatok alapján módosítani tudtuk hipotetikus csoportfelosztásunkat, és pontosítani tudtuk kérdőívünk témáit.

Ezek után elkészítettünk egy nyolc oldalas kérdőívet, amit hat közreműködővel hat iskola egy-egy 10. osztályában próbáltunk ki, majd ennek alapján *korrigáltuk a kérdőívet*. Tehát a vizsgálatot innen kezdve a fiatalokról (15-30 évesek) a középiskolások korcsoportjára szűkítettük.

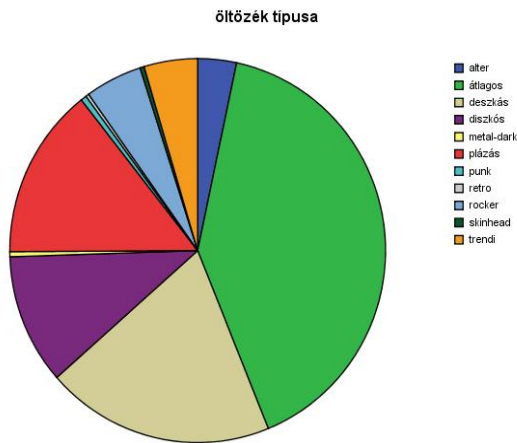
A kutatás menete

A kutatást 20 fő posztgraduális rajztanár-hallgatóval végeztük. A kutató hallgatók mindegyike kiválasztott három középiskolát a lakóhelyén, így összesen 60 középiskola (gimnázium, szakközépiskola és szakiskola) állt rendelkezésre. A mintában városok (város, megyeszékhely, főváros), és az ország nagy tájegységei arányos eloszlásban szerepeltek. Az iskolák kilencedik évfolyamos diákjaival összesen 1411 kérdőívet töltöttünk ki, és közülük 800-at (engedélyükkel) le is fényképeztünk.

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

A fotókat négy főből álló szakértő testület (ruhatervező szakos egyetemisták) válogatta szét, és sorolta be az előkutatással pontosított öltözködési csoportokba. A kitöltött kérdőívek alapján statisztikai elemzést végeztünk. A fotókról leolvasható jellemzőket és megfogalmaztuk azokat, így gazdagítva a mintában szereplő személyek, csoportok profilját.

⁴ Gaul Emil (2008): *A magyar fiatalok életformájáról és ízléséről, a sziget-kutatások alapján.* Kultúra és közösség. XII. évfolyam, 2008/I. p. 73-83.



1. diagram: Az öltözködési stílusok megoszlása

1. táblázat Az öltözködési stílusok megoszlása nagyság szerint. Alul a kicsi méretű, statisztikai elemzésre már alkalmatlan csoportok

Elnevezés	Fő	százalék
Átlagos	572	40,5
Deszkás	277	19,6
Plázás	204	14,5
Diszkós	155	11,0
Rocker	69	4,6
Trendi	65	4,6
Alter	47	3,3

Metal-dark	6	0,4
Punk	7	0,5
Retro	4	0,3
Skinhead	5	0,4
Összesen	1411	100,0

Kutatási eredmények

- Az öltözködés szerint 11 nagyobb csoportba sorolhatók a középiskolások, mégpedig *alternatív, átlagos, deszkás, diszkós, metal-dark, plázás, punk, retro, rocker, skinhead, trendi*. (1. diagram). Azoknak a fiataloknak a fotóját, akiknek nem rendelkeztek egy-egy csoport összes jellemzőjével, az *átlagos* csoportba soroltuk.
- A mintában szereplő középiskolás fiatalok életvezetésük alapján két nagyobb részre osztható mintát alkotnak: a túlnyomó többséget alkotó *konformistákra*, és a mintegy hatszázaléknyi *radikális* megjelenésű, szubkulturális jegyeket hordozók csoportjára, köztük is főként a rockerekre. Azokat nevezzük kutatásunkban konformistának, akiknek a megjelenését, viselkedését a környezetük (szülei, osztálytársaik) elfogadja, és azokat radikálisnak, akiket inkább elutasít.
Konformisták: *alternatív, átlagos, deszkás, diszkós, plázás, retro, trendi*.
Radikálisok: *metal-dark, punk, rocker, skinhead*.
- A teljes mintában 1%-nál kisebb öltözködési csoportokkal (metal-dark, punk, retro, skinhead) külön-külön a továbbiakban nem foglalkoztunk, mert már alkalmatlanok a statisztikai elemzésre. Az *öltözködés*, mint megjelenés alapján tehát hét nagy csoport különböztethető meg (1. táblázat).
- A zenei és ruházatkodási ízlés egy öltözködési csoporton belül *megegyezik egymással* (minden diszkós viseletű diszkó zenét hallgat), egyben el is különíti az egyes csoportokat egymástól (például az alterost a plázástól)(2. táblázat). Ez a megállapítás kutatásunk egy jelentős eredménye. Ennek a későbbi kutatások során lesz nagy jelentősége, ugyanis a korábbiakban a kutatók a zenei ízlés alapján sorolták be a fiatalokat. Öltözködés alapján sokkal egyszerűbb és gyorsabb a fiatalok megkülönböztetése, mint zenei ízlés alapján, mert a szakember a látható jegyek alapján el tudja őket különíteni. Így gyorsabb és egyszerűbb lesz a középiskolás tagjainak csoportba sorolása

2. táblázat A középiskolások öltözködési csoportjainak zenei preferenciája. A teljes minta és az egyes csoportok zenei stíluskedvelési átlagai.

ÁTLAG	ALTERNATÍV	ÁTLAGOS	DESKÁS	DISZKÓS	PLÁZÁS	ROCKER	TRENDI
Rock	Rock	Rock	Hip-hop	Disco	Disco	Rock	Pop
Pop	Pop	Pop	Rap	Hip-hop	Pop	Metal	Disco
Hip-hop	Reggae	Hip-hop	Rock	Rap	Hip-hop	Reggae	Hip-hop
Disco	Hip-hop	Diszkó	Pop	Pop	Rock	Pop	Techno
Rap	Metál	Rap	Diszkó	Techno	Rap	Hip-hop	Rock
Reggae	Rap	Reggae	Techno	Drumandbass	Techno	Rap	Rap
Techno	Dzsessz	Drumandbass	Reggae	Rock	Reggae	Dzsessz	Reggae
Drumandbass	Diszkó	Metal	Metal	Reggae	Metal	Diszkó	Drumandbass
Metal	Komolyzene	Techno	Drumandbass	Dzsessz	Dzsessz	Drumandbass	Világzene
Dzsessz	Világzene	Dzsessz	Dzsessz	Komoly zene	Világzene	Techno	Metal
Világzene	Techno	Világzene	Világzene	Metal	Drumandbass	Komolyzene	Dzsessz
Komolyzene	Népzene	Komolyzene	Komolyzene	Világzene	Népzene	Világzene	Népzene
Népzene	Drumandbass	Népzene	Népzene	Népzene	Komolyzene	Népzene	Komolyzene

5.

Míg a zenei és az öltözködésben megnyilvánuló ízlés öltözködési csoportonként karakteresen eltér egymástól, addig az *olvasmányok*, a *televíziós műsorok*, és az *ételek* választásában semmilyen különbséget sem tapasztaltunk, teljesen azonos volt az egész mintában. A jellemző sorrendet a táblázatokban mutatjuk be. (3. 4. 5. táblázat). Tehát a rocker és a diszkós számára egyformán a legfinomabb a *pizza*, a legérdekesebb a *filmvígjáték* és a legkevésbé vonzó a *tankönyv*. Tehát az ifjúsági csoportok ízlése csak két területen (zene, ruha) tér el egymástól, más területen megegyezik.

3., 4., 5. táblázat A vizsgált középiskolás fiatalok (a teljes minta) preferencia sorrendje az olvasás, a tévéműsorok és az ételek terén.

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

sorrend	TÉVÉMŰSOR
1.	filmvígjáték
2.	Film
3.	krimi, horror
4.	akció, háborús
5.	Videoklip
6.	sci-fi
7.	romantikus
8.	Természet
9.	Sorozat
10.	Vetélkedő
11.	hírek
12.	valóság show
13.	közéleti, politikai
14.	Reklám

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

6.

Az egyes csoportok értékvilága sem mutat eltérést egymástól, a legfontosabb mindegyiküknek a *barátság*, a *család*, a *szabadság* és a *szerelem*. Érdekes, hogy a közhiedelemmel szemben a magas jövedelem is csak a 10. a rangsorban (6. táblázat).

7.

A *társas kapcsolatok* közül messze a legfontosabb az anyai – derül ki a kérdőívre adott válaszokból, aztán a baráti, majd a testvéri következik. (A partner éppen színre

lép, de még nem játszik alapvető szerepet a fiatalok életében.) Az *anya* az, akivel a gondjaikat megbeszélik, és benne a legfontosabb tulajdonság az elfogadó *szerepet*, még az extrémebb megjelenésűek, elvált szülők, az alacsony iskolázottságúak gyerekei is így vallottak. Az *anya* véleménye, ízlése meghatározó még az öltözködésben is. A teljes mintától egyedül a *rockerek* csoportja tér el szignifikánsan, mert nekik a *barátok* véleménye az első, és nem az anyáé. A rokonság szerepe a barátságban háttérbe szorul, mert a barátok java az iskolából kerül ki, a szomszédságból is csak kis hányad.

8. A ruházkodással kapcsolatosan felsorolt értékek közül is egybehangzóan, mindegyiküknek a *ruha tisztasága, rendessége a döntő*, a vásárlás és a viselet szempontjából egyaránt (7. táblázat). Azt írják a középiskolások a kérdőíven, hogy családjuk, barátaik, tanáraik hozzájuk hasonlóan ítéli meg őket, és egyes tulajdonságukat, így öltözködésüket is, tehát elfogadják őket. A ruhák beszerzési helye, viselési szokásai is jóformán azonosak az egyes fogyasztói csoportokon belül: bármelyik öltözködési stílushoz tartozzon is mind áruházban, és márkaboltban vásárol.
9. A bemutatott adatok alapján megállapíthatjuk, hogy a vizsgált középiskolások öltözködési csoportjai értékekben, kapcsolatrendszerben, az ízlés több területén és fogyasztói szokásokban is megegyeznek, csupán csak egyes árucikkek (ruha) stílusában és szolgáltatás (zene) fajtájában különböznek, tehát *fogyasztói csoportokat* alkotnak. Közülük talán csak a rockereké tekinthető szubkulturálisnak.

6. táblázat *Mi a fontos az életben? A teljes minta értékválasztási sorrendje*

SORREND	EMBERI ÉRTÉK
1.	Barátság
2.	Család
3.	Szabadság
4.	Szerelem
5.	Egészség
6.	Tiszta lelkiismeret
7.	Szakmai siker
8.	Szórakozás
9.	Béke
10.	Magas jövedelem
11.	Saját gyerek
12.	Érdekes munka
13.	Haza
14.	Házasság
15.	Hit, vallás

7. táblázat *Mennyire jellemző a ruházatodra az alábbi jelző? A teljes minta preferencia rangsora*

SORREND	ÉRTÉK A RUHÁBAN
1.	Tiszta, rendes
2.	Fiatalosság
3.	Szabadság
4.	Férfias /nőies
5.	Önállóság
6.	Lazaság
7.	Egyéniség
8.	Érettség
9.	Erő

10. A fiatalok ruházatáról készített közel 800 középiskolásról készített *képgyűjtemény* az eddigi publikációkban is fontos szerepet játszott, de forrása a további munkáknak, tanulmányoknak is, kutatók számára rendelkezésre áll. A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem hallgatói közül már huszonnyolcan kapcsolódtak hozzá szakdolgozatukkal⁵, beleértve a húsz kutató-tanárt.

⁵ Gnädig Katalin: Fotózó kamaszok, avagy a 14-18 éves korosztály fotózási szokásai az információs társadalomban

Husztai Andrea: A japán kultúra hatása a magyar középiskolásokra,
Kővári Júlia: Ifjúsági csoportkultúrák öltözködési szokásai

2. Szakirodalom kutatás

2/a Öltözködéskultúra téma

A kutatás *célja* a közoktatás és a ruhaipari és művészeti szakközépiskolák hallgatói számára készítendő öltözködéskultúra tankönyv és tananyag szakirodalmi megalapozása, a kapcsolódó illusztrációk lelőhelyének feltárása. A tankönyv, illetve a tanítási célú szakirodalom kutatás sajátossága, hogy három szakterület együttes birtoklása kell a jó eredmény eléréséhez: a szaktudományos-, pedagógiai elméleti- és tanítási gyakorlati ismeretek. Ezt a feltételt egy olyan munkacsoport felállításával elégítettük ki, amely 18 fő posztgraduális rajztanár hallgatóból, és 18 fő szakértő konzulensből állt. Az elméleti pedagógiai ismereteket a tanszék munkatársai nyújtották. A munkacsoport először feltárta a témába vágó hazai dokumentumokat, majd a témák felosztása után megvizsgálta az adott terület szakirodalmát, és kutatása eredményéről tanulmányban adott számot.

A feltárás megállapításai

A hazai tankönyvkínálatban a műszaki ismeretek (anyagismeret, gyártásismeret, szerkesztés), és a történeti ismeretek (művészettörténet, viselettörténet, 20. századi nemzetközi divátáramlatok) témaköröihez kellő számú és színvonalú tankönyv áll rendelkezésre. Ugyanakkor az alábbi témakörök tárgyalása (megfelelő mélységű, és szintű tárgyalása) hiányzik a hazai tankönyvkínálatból:

1. A divat szociológiai értelmezése
2. A divatipar és kereskedelem törvényei
3. Az öltözködés szociálpszichológiai mozgatói
4. Az identitás. A test, a testkép. A szellemi önazonosság dimenziói.
5. Az öltözködés gyakorlati kérdései
6. A ruha és divattervezés folyamata, és maga a tervező
7. A magyar divattörténet tárgyalása
8. A kortárs ifjúsági csoportok viselete

A munkacsoport az alábbi témakörökben végzett szakirodalom feltárást és készített tanulmányt, és végzett illusztrációgyűjtést.

Tanulmányok

ssz.	téma	Hallgató-tanár	konzulens
1	Az öltözködés értelme	Svarcné M. Erzsébet	F. Dózsa Katalin dr.
2	Viselettörténet	Ambrus Noémi	F. Dózsa Katalin dr.
3	A köznép öltözködésének hagyományos rendje	Vörösné Péter Mária	S. Szacsvey Éva dr
4	Jelek, jelképek az öltözködésben	Bagdán Erika	Kapitány Gábor dr.

Kőházi Mária: A virtuális önreprezentáció a kamaszkorban

Sulyok Levente: Budapesti középiskolás fiatalok térhasználati szokásai

In. Gaul Emil (szerk. 2009): Diáktükör. Milyenek látják kortársaik ízlését az iparművész-hallgatók? *Új Pedagógiai Szemle*. 2009/5-6.

5	Társadalmi rétegek, csoportok és a viselet	Geisbühl Tünde	Antalóczy Tímea dr.
6	Ifjúsági szubkultúrák öltözködési szokásai	Kővári Júlia	Szapu Magda dr.
7	A divat üzlet (fogyasztás, gyártás, kereskedelem, reklám)	Szörényi Tamás	Móricz Éva dr.
8	Mi áll jól nekem? Identitás és öltözködés	Reményi Brigitta	Göbel Orsolya dr.
9	Lányok, fiúk. A nemi szerepek és a ruha	Füzesi Andrea	Latin Anna
10	Vásárlás, viselet, szokások, ízlés	Némethné Foki Ildikó	Kárpáti Andrea dr.
11	A ruha, a hajviselet, az ékszer és a testfestés	Magyar Éva	Zsolt Péter

12	Ifjúsági korszakváltás nyugaton és keleten	Tóth-Vásárhelyi Réka	Gábor Kálmán dr.
13	A fogyasztói társadalom és a fenntartható fejlődés	Csóka Ágnes	Gálhidy László dr.
14	A divat mint jelenség	Péter Natália-	Latin Anna
15	A ruha, a kirakat, a divatlapok, szövege, képe és jelentése (A ruha nyelve)	Rabb Tímea	Csákvári József
16	Hogyan dolgoznak a divattervezők?	Lázár Zsuzsanna	Deés Enikő DLA
17	A fiatalok népszerű ruhadarabjai. Esettanulmányok	Nagy Júlia	Gaul Emil dr.
18	Találmányok az öltözködésben	Simon Tünde	F. Pásztor Emese dr.

A konzulensi feladatok ellátása mellett szakértői munkával, szerkesztési közreműködéssel, képkölcsönzéssel segítette a munkát Csabai Márta, Csipes Antal, Dózsa Katalin, Latin Anna, Szatmári Judit és Zsolt Péter.

2/b. Vizuális kommunikáció téma

2007-ben lehetőség nyílt egy újabb témakör a vizuális kommunikáció szakirodalmának feltárására. Ezért engedélyt kértem és kaptam az OTKA Társadalomtudományi kollégium elnökétől, a kutatás kiterjesztésére és a befejezés elhalasztására. A vizuális kommunikáció témakörében az öltözködéskultúra témaköréhez hasonló módon folyt a szakirodalom kutatás, a hiányzó témakörök kiválasztása és kidolgozása, a tanulmányok megfogalmazása és a képek összegyűjtése. Az alábbi táblázatban a kidolgozott témák tartalomjegyzékét mutatom be.

Az vizuális kommunikáció szakirodalom kutatás témái, kutatói és konzulensei

s	Téma	Hallgató-tanár	konzulens
1	A közvetlen emberi kommunikáció	Pressingné Asztalos Mária	Horányi Attila
2	Társas viszonyaink „szóközei” (térközszabályozás)	Hegedűs Tibor	Gabnai Katalin
3	Az írás kialakulásának története, főbb típusai. Az íráskép alakulása a tipográfia előtt és után. A tipográfia Wiliam Morrístól napjainkig.	Kaslik Mónika, Koscsó László, Farkas László	Lévai Klára
4	A könyvnyomtatás feltalálása, elterjedése és művészete a preraffaeliták koráig. Hogyan kommunikálunk ma? – azaz az új kommunikációs formák.	Falcione Sarolta, Baukó Bernadett	Lévai Klára
5	A sajtó, a könyv szövegfajtái és kulturális kérdései	Csanádi Judit	Lévai Klára
6	A kép kialakulása, jelentősége a kultúrában. A kép fajtái	Gyórfy-Kovács Adrienn	Horányi Attila
7	Az állókép és a hasonlóság. A térábrázolás	Kópisné Nagy Mária	Mélyi József
8	A képi kifejezés története, főbb típusai,	Kovács Gombos Dávid	Mélyi József
9	A fotográfia képi nyelve A fotográfia képi nyelve és társadalomalakító hatása	Szávin László, Szabó Krisztina	Bán András

1	A fotográfia szövegfajtái	Schwanner Péter	Bán András
1	Miért alkotunk képeket? Az állókép társadalmi jelentősége	Hadobás Zoltán	Bán András
1	Mozgásábrázolás, mozgásillúzió	Sarkadi Nagy Balázs	Bodóczy István
1	A képregényről	Deli Júlia	Bodóczy István
1	Az internet és vizualitás. Honlapok.	Kőrös Sára	Bodóczy István
1	A fiatal fogyasztók és a márka kapcsolata	Tokodi Anita	Hargitai Lilla
1	Önkép és valóság (vállalati arculat, márka, termék személyiség).	László János	Pohárnok Mihály
1	Tömegkultúra, magas kultúra. Érték, érdekesség, közérthetőség.	S. Takár Anita, Dr. Tóthné N Beatrix	Antalóczy Tímea
1	Az ifjúság a fogyasztói társadalomban	Hufnágel Erika	Gaul Emil
1	Az ifjúsági szubkultúrák képi világa Graffiti, stencil,	Rónai Gábor	Gaul Emil
2	A hálózati kommunikáció és társadalmi kérdései	Gyenes Péter	Hargitai Lilla