

Fekete Anna - Benkei-Kovács Balázs: Imázs és presztízs - Az ifjúsági közösségi színterek látogatottsági trendjeinek vizsgálata: elfordulás vagy pálfordulás



Bevezetés

Célunk, hogy felmérjük az ifjúsági közösségi terek ismertségét, látogatottságát. Másodlagos célunk volt megérteni, hogy a fiatalok általában miért és milyen fórumokat preferálnak szabadidejük eltöltéséhez, hogy azonosíthassuk azon programokat, melyek az ifjúsági közösségi tereket vonzóbbá tehetnék.

A tanulmány első felében az ifjúság célcsoport, a közösségi kapcsolataik és szabadidőfelhasználásuk, valamint magyarországi és külföldi ifjúsági közösségi terek jellemzőiről kerülnek bemutatásra, majd a második szakaszban következik a kutatást és annak eredményeinek ismertetése. mutatom be.

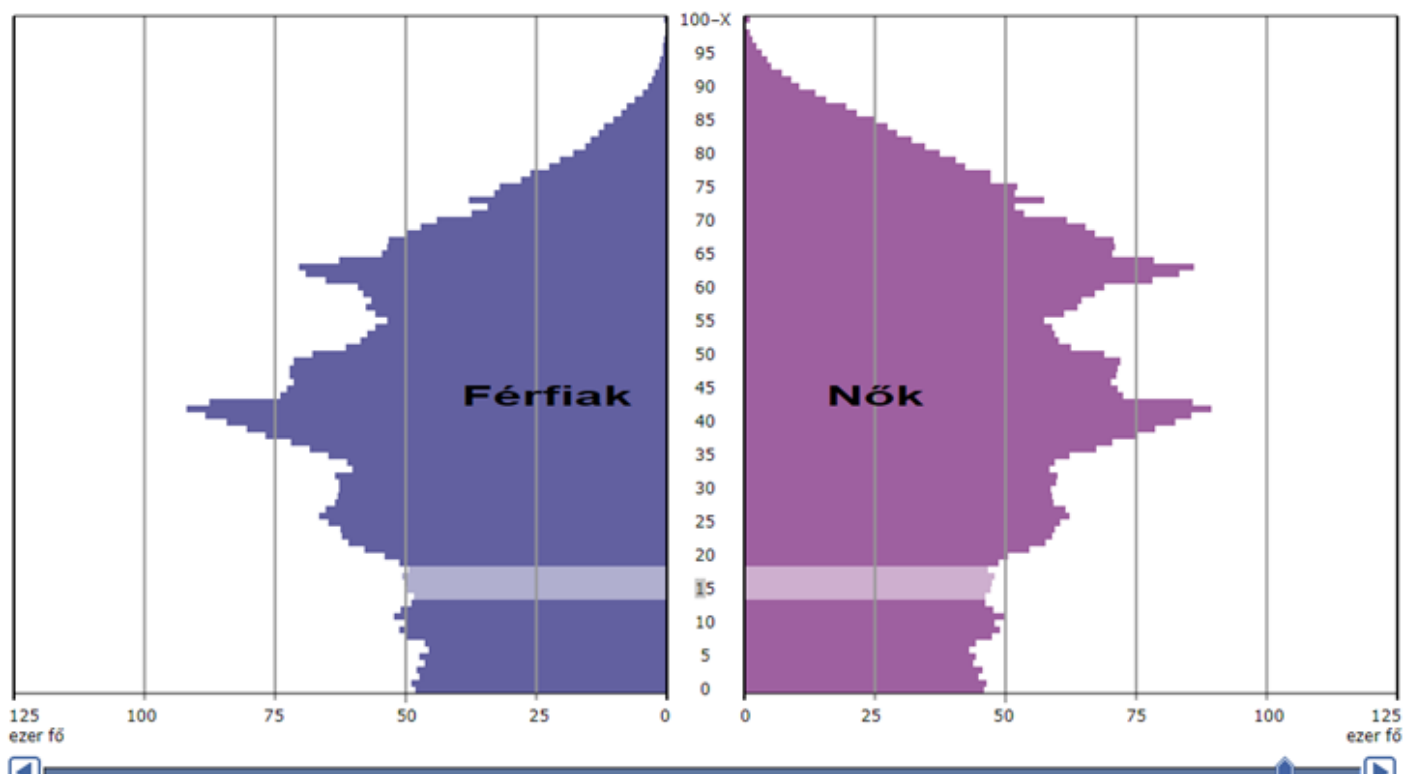
A szűkebb területtel, ennek az intézménytípusnak a sajátosságaival kevés kutatás foglalkozik napjainkban. Célunk, hogy a feltárt eredmények, nemzetközi modellek és a lakossági vélemények alapján hozzájárulhassunk az intézménytípus fejlesztéséhez, reputációjának növeléséhez.

Az ifjúság, mint művelődési célcsoport meghatározása és hazai jelenléte

A magyarországi lakosság statisztikailag egy előregedő társadalom, amit a kormányzati politikai családtámogatási eszközökkel igyekszik jelenleg megváltoztatni. (Engler, 2017.): az 1. számú ábrán látható friss, 2020-as adatok, egy felfelé szélesedő, úgynevezett hagyma alakú korfát mutatnak. Az első nagyobb kiugrás 35 és 45 év között észlelhető, valamint 60 és 70 év között újabb szélesedés látható. A 20 év alattiak aránya a lakosságon belül csökkenő tendenciát mutat.

1. számú ábra: Magyarország népességének száma nemek és életkor szerint 2020. január 01.

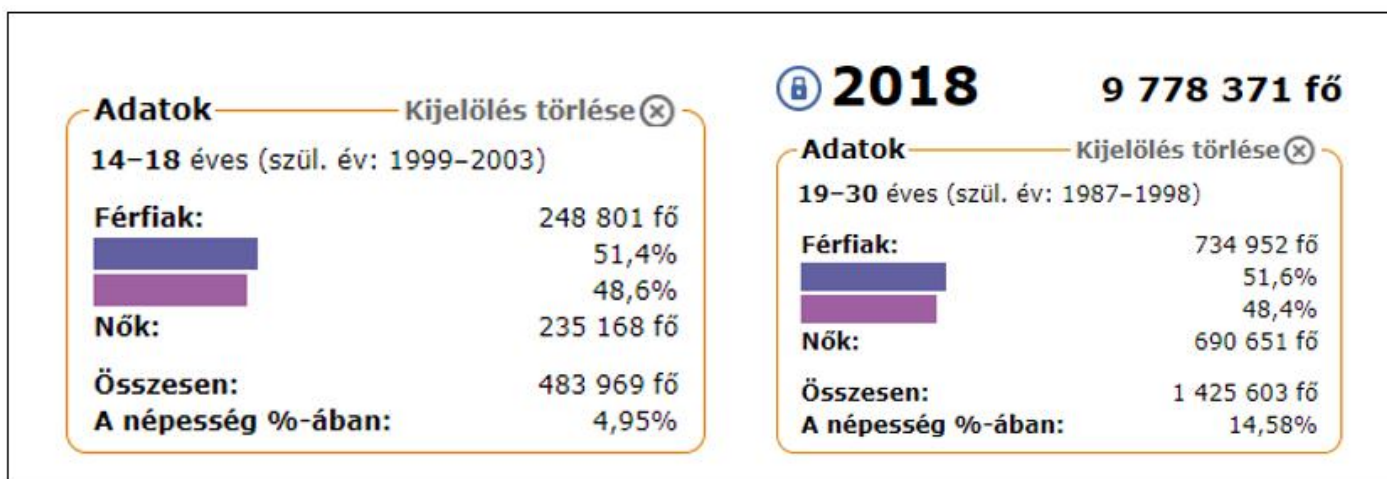
Forrás: KSH interaktív korfa (<https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html>)



A 2018-as adatokból (2. ábra) látszik, hogy az általunk vizsgált célcsoportba tartozók (14 és 30 év között) pontosan mekkora részét is adják ki a magyar népességnek. A 14 és 18 év közöttiek a magyar társadalom mindössze 4,95 százalékát teszik ki (483 969 fő), a 19 és 30 év közöttiek pedig a népesség 14,58 százalékát adják (1 425 603 fő). Mindkét vizsgált életkori célcsoportban kis mértékben magasabb a férfiak, mint a nők aránya.

2. számú ábra: a magyarországi ifjúsági és fiatal felnőtt célcsoport volumene

Forrás: KSH interaktív korfa (<https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html>)



Ifjúságkutatások a szabadidő tükrében

Az ifjúságügy és az ifjúságkutatások múltja hosszú időre nyúlik vissza, a huszadik század első fele óta intenzíven foglalkoznak a kutatók a témával (Jancsák, 2013).

Az utóbbi egy-két évtizedben azonban sokat változott a világ: a technika fejlődése és az információs társadalom fejlődése miatt kialakult globalizáció folyamatosan nagy hatással van a fiatalságra is (Elek, 2016). Egyre nehezebb ebben a komplex világban számontartani azt is, hogy pontosan mivel és hogyan töltik a fiatalok a szabadidejüket. Ennek mérésére törekednek a rendszeres ifjúságkutatások.

A *Margón kívül - magyar ifjúságkutatás 2016* című tanulmánykötet hangsúlyozza, hogy az utóbbi években az internet, a televízió és a barátokkal töltött idő a leginkább jellemző a fiatalságra. Bár növekedett a hobbitevékenységet végzők száma, korántsem annyira domináns, mint az előbb említett tevékenységek. A fiatalok egy része *„csak úgy elvan”*, miközben zenét hallgatnak vagy a barátaikkal beszélgetnek. Szerencsére az olvasó fiatalok aránya is nőtt, azonban ez is csak egyharmadukra volt jellemző. Fontos, hogy a technika fejlődése ambivalens módon hat személyes kapcsolataikra, hiszen míg magát a kapcsolattartás rendszerességét egyszerűsíteni tudja, azonban az online térben is való gyakori kommunikáció nem ér fel a személyes találkozással.

A fiatalok a barátaikkal szeretik leginkább eltölteni a szabadidejüket, és jellemző rájuk a *hang out tevékenység*, ami nem egy konkrét cselekvést jelent, hanem csak kötetlen együttlétet, *„lógást”*. Ez nem feltétlenül egy rossz jelenség, erre az ifjúsági közösségi tereknek lehetőségként kell tekinteniük (Csatári, 2015). Természetesen lehet a semmittevésnek negatív következménye is, hiszen a fiatalok arra várnak ilyenkor, hogy történjen valami (Rácz, 1998), ez pedig sok esetben lehet akár fizikailag akár szellemileg romboló dolog. Ilyen lehet egy összetűzés kialakulása, rongálás, vandálkodás.

Az ifjúsági közösségi színterek terek alkalmasok arra, hogy a fiataloknak konstruktív eseményekkel teli hétköznapiakat biztosítsanak. Az ifjúságsegítés területén általánosságban lényeges tényező, hogy a korcsoportnak jól ismerjék a hobbijait, szokásait, problémáit, és meg tudják szólítani őket saját nyelvezetükön (Majár, 2010). Fontos tehát egy olyan bizalmi közeg kialakítása, ahova az ifjúság nyugodtan és belső feszültségek nélkül tud belépni, hiszen tudja, az intézmény vezetői neki is jót szeretnének (Uő).

Az ifjúság és a közösségi művelődés viszonya

Bauer Béla és Szabó Andrea *Ifjúság 2008 Gyorsjelentés* című kutatásából kiderül, hogy a fiatalok ritkábban látogatnak közművelődési intézményeket, szabadidejüket sokkal inkább töltik más helyeken, vagy egyszerűen csak otthon. Ebben a tekintetben településtípusok szerint jelentő különbségek figyelhetők meg: akik a fővárosban élnek, sokkal nagyobb kulturális programkínálatból választhatnak, mennyiségi és minőségi tekintetben egyaránt. A budapestiek rendszerint a magaskultúra fogyasztói, a vidéken élők pedig inkább a helyi művelődési házba és rendezvényekre járnak. Bauer és Szabó (2008) fontos megállapítása még, hogy a fiatalok szabadidős elfoglaltságai inkább egyéni jellegűek, kevésbé köthetőek művelődő közösségekhez.

Egy négy évvel későbbi tanulmánykötet, a *Magyar Ifjúság 2012* tovább romló tendenciáról számol be: A fiatalok szabadidő felhasználása egyre passzívabb módon valósul meg. A fiatalok egy része szinte sosem járt még a magaskultúra színterein, a megkérdezettek hatvan százaléka nem járt korábban színházban vagy múzeumban, nyolcvan százalékuk pedig sohasem volt hangversenyen. Elmondható még, hogy a fiatalok 24 százalékának nincsen olyan társasága, akikkel szabadidejükben rendszeresen együtt van (ez az arány 2008-ban alacsonyabb, mindössze 13 %).

volt). Ezek az aggasztó adatok szintén azt mutatják, hogy a fiatalok életéből maguk a közösségek is kezdenek hiányozni, így a közösségi művelődés megvalósítása is nehéz feladat a szakemberek számára.

A *Margón kívül - magyar ifjúságkutatás* (Nagy, 2016) legújabb tanulmánykötete azt mutatja, hogy ez a negatív tendencia továbbra sem állt meg, még kevesebb lett a különböző közművelődési és kulturális intézményeket látogató fiatalok száma. A közösségi élet egyéb színterei, mint a konditermek, multiplexek, kávéházak, kocsmák, könnyűzenei koncertek és fesztiválok nagy népszerűségnek örvendenek.

Az ifjúsági közösségi tér intézménye

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről 77. § (5) bekezdése alapján az alábbi intézménytípusokat különböztetjük meg a közművelődés területén: művelődési ház, művelődési központ, kulturális központ, többfunkciós közművelődési intézmény, népőiskola, népi kézműves alkotóház, gyermek-illetve ifjúsági ház, valamint szabadidőközpont.

Az ifjúsági közösségi tér egy olyan intézménytípus, amely kifejezetten a fiatal korosztály igényeit hivatott kielégíteni. *„Az ifjúsági ház egy olyan nyitott, mindig a fiatalok rendelkezésére álló kulturális intézmény, amelyben öntevékeny közösségek működnek, és ahol a látogatók legnagyobb részét az ifjúsági korosztály teszi ki.”* (Szabó - Kovács - Bitter - Bauer, 2001: 91.) Az ifjúsági házak és színterek tehát a magyarországi közművelődési intézmények sorába tartozik.

Nagy Ádám (2007) a következőképpen definiálja az intézménytípust: *„Az ifjúsági közösségi terek az ifjúsági korosztály tagjainak közösségi tevékenységének, önszerveződő közösségeik, szervezeteik működésének és programjaik megvalósításának infrastrukturális hátterét, a közösségi stratégiák mentén megvalósuló cselekvések szakmai támogatását, továbbá a gyermekek, és a fiatalok demokráciára nevelését látja el. A közösségi tér kereteit – hasonlóan az ifjúsági információs pontokhoz – jelenleg sok esetben az egyéb ágazatokhoz kötődő intézmények adják. Ifjúsági közösségi térré az teszi őket, hogy nem csak programjaikat igazítják a fiatalokhoz, hanem teret adnak a fiatalok kezdeményezésinek: befogadják közösségeiket, programokat szervezhetnek.”* (Nagy, 2007: 174.)

A többi közművelődési intézményre is igaz, hogy mindenki rendelkezésére állnak, az látogatóknak van beleszólásuk abba, hogy mi történjen az adott intézményben. Ezek az intézmények a lakosság igényeit igyekeznek kielégíteni, és aktivitásra sarkallják az embereket (Beke, 2010).

Az ifjúsági közösségi színterek esetébentér kifejezetten hangsúlyos feladat, hogy nyitvatartási időben bármikor a fiatalok rendelkezésére álljanak, valamint, hogy a látogatók nagyobb mértékben vesznek részt a programok megvalósítása mellett kialakításukban is.

Esetpéldák

Az alábbi fejezetben olyan ifjúsági közösségi térek, és szervezetek bemutatása következik, amelyek illusztrálják ennek az egységes önálló országos hálózattal nem rendelkező intézménytípusnak, elszórta megjelenő jó gyakorlatait.

ELEVEN Ifjúsági Közösségi Tér és Információs Pont

A Kecskeméten található ifjúsági közösségi tér a Hírös Agórához tartozik. Az intézmény egy barátságos, jó hangulatú helyet kínál, ahova a fiatalok nyitvatartási időben bármikor betérhetnek. Kínálnak nyitott közösségi szolgáltatásokat, ilyen például a csocsó, ping-pong, társasjáték és számítógép. Segítenek a fiataloknak az önéletrajzírásban, valamint van lehetőség nyomtatásra, fénymásolásra. Várnak még önkénteseket és közösségi szolgáltatókat, minden lehetséges emberi erőforrást szívesen fogadnak. (<https://montazsmagazin.hu/eleven-ifjusagi-kozossegi-ter-es-informacios-pont-juniusi-programjai/>)

Somogy Ifjúságáért Egyesület

Az egyesület alapvető célja, hogy a megyében élő fiatalokat és közösségeiket segítsék jogaik, kötelezettségeik és lehetőségeik megismerésében. Az Ifjúsági Módszertani Szolgáltató Központot és a Megyei Ifjúsági és Nonprofit Szolgáltató Központot ők üzemeltetik, valamint civil szervezetekkel működnek együtt. Közösségi programokat szerveznek, elősegítik a közösségfejlesztő folyamatokat, a fiatalokat az egészséges életmódra, a hagyományok őrzésére és az elfogadásra nevelik. Profiljukhoz tartozik az információszolgáltatás, az internetszolgáltatás, valamint helyszíni tanácsadás, civil szervezetalapítás, közösségfejlesztés, tréningek, konferenciák szervezése. (<http://www.sie.hu/koszonto.html>)

Új Nemzedék Központ

Az Új Nemzedék Központ Nonprofit Közhasznú Kft. fontos háttérintézménye a hazai ifjúságpolitikának és közösségépítésnek. A különböző projektjeik leginkább a fiatalok segítésére és az ifjúsági szakma fejlesztésére összpontosítanak. Fontos, hogy megteremtsék a magyarországi ifjúságügy fejlődéséhez szükséges infrastrukturális, személyi és szakmai erőforrásokat. (<http://www.ujnemzedek.com/>)

Kerülj Be Ifjúsági Közösségi Tér

Ez az intézmény 2019 májusában jött létre, Szabadkán található, amely bár Szerbiához tartozik, de magyar nyelvterületen helyezkedik el. Az ifjúsági közösségi tér, alapvető célja: az ifjúságot ösztönözzék ötleteik megvalósítására, és lehetőséget adjanak kibontakozásukra. (<https://www.instagram.com/keruljbe/>)

Offline Center

Az Offline Center Szentendrén található, 2016 óta működő ifjúsági központ. Ez az ifjúsági központ számos olyan értéket képvisel, ami vonzó a helyi fiatalság számára és megtartó erővel is bír. Az Offline Center épülete önkormányzati tulajdon, az üzemeltetése pedig egy alapítványon keresztül zajlik. (<http://offlinecenter.hu/>)

Nemzetközi kitekintés - ifjúsági közösségi és kulturális színterek a nagyvilágból

Az ifjúsági közösségi házak és színterek a nyugati demokratikus államok elterjedt intézményei, ahol a fiatalok számára politikamentes, ugyanakkor a társadalom szövetét erősítő programokat kínálnak az Egyesült Királyságtól Ausztráliáig.

Az angolszász országokban a fiatalokra jobban differenciált intézménytípusokat találunk: az Ausztrál Ifjúsági Kulturális Központok[1], a Kanada: Ifjúsági Központok Hálózata[2] és Írország: Ifjúsági Kávézók Hálózata (Youth Cafe)[3]. Az ausztrál, a kanadai és az ír modell országos hálózatot működtet egy franchise rendszerhez hasonlóan, ahol hasonló programokat kínálnak a fiatalok részére, egy-egy nagyvárosban néha 3-4 ifjúsági központot is működtetve, biztosítva a földrajzi elérhetőséget.

Az Egyesült Királyságban a civil hagyományok történeti gyökerei révén számos helyen egyesületi alapon működnek ezek az intézmények. A Youth & Community Centre[4] például egy londoni kerületben (Lewisham kerület) működik, fiatalok vezetésével, 50 főnek adva feladatokat, évi 5000 főnek biztosítva programokat. Tulajdonképpen egy kifejezetten nagyvárosra specializálódott intézménnyel találkozunk itt, ami a közművelődés területén egyedinek számít, ami viszonylag fiatal, 2016-ban alapított, és gyorsan népszerűvé vált intézmény, amely közhasznú jellege miatt élvezzi a londoni polgármesteri hivatal támogatását is (Forrás: <https://www.youthfirst.org.uk/>).

A magyar szakirodalomban korábban az ír ifjúsági házak kerültek bemutatásra Csatári Emese (2015) tanulmányában követendő mintaként. Csatári kiemeli, hogy az ír ifjúsági intézményhálózat a helyi Ifjúságügyi Minisztérium támogatását élvezzi, amely módszertani útmutatóval is segíti munkájuk hatékonyságának növelését. (Csatári, 2015). Az intézménytípus küldetését az alábbiakban foglalja össze: *„A Youth Café egy biztonságos, minőségi találkozási hely a 10–25 éves fiatalok számára. Egy hely a fiatalokkal a fiatalokért („by young people for young people”) partnerségben a felnőttekkel. Egy pihenésre alkalmas találkozóhely, amely biztonságos, barátságos, befogadó és toleráns, mindkét nem számára, különböző társadalmi és kulturális háttérű fiataloknak, egy hely, amely bátorítja a fiatalokat a kapcsolatok építésére egymással és a felnőttekkel, drog- és alkoholmentes környezetben”* (Csatári, 2015, 9.).

A Youth caféknak 9 irányelve van: 1. a fiatalok részvételének biztosítása; 2. biztonságos és minőségi tér; 3. tiszta, világos célok; 4. befogadó légkörű, elérhető és rugalmas minden fiatal számára; 5. lehetővé teszi a jó kapcsolatok kialakítását, fejlesztését a fiatalok között és a felnőttekkel; 6. támogatja az önkéntességet, az önkéntes munkát, és a fiatalok bevonását a szervezésbe; 7. tiszteletben tartja az egyéniséget; 8 a fiatalok személyes erősségeire épít, 9. fenntarthatóság (Forkan-Canavan és tsai, 2010).

A Youth café intézménye Írországban fokozatosan terjedt el az elmúlt két évtized során. Amíg 2000-ben mindössze egy ilyen intézményt tartottak nyilván, addig 2013-ban már 163 intézmény szerepelt a statisztikákban. (Forkan - Brady, 2015). A fővárosban és Corkban, a második legmeghatározóbb településen 21, illetve 20 ifjúsági kávézót tartottak nyilván, mégsem nevezhető fejnehéznek a rendszer, hiszen országosan 26 városban működtek a hálózat intézményei. (Uo.)

Az intézménytípus felosztására a szakirodalom kétféle tipológiát is javasol: az első a kávézók funkcionalitása szerint, a második a kávézókat fenntartó szervezetek szerint különíti el őket (Csatári, 2015. Forkan-Canavan és tsai, 2010. Forkan - Brady, 2015)

A funkcionalitás szerint megkülönböztethetők 1. Az egészséges életmód népszerűsítését kávézók a *Youth Health Café* helyezik előtérbe. 2. A „résztidős” ifjúsági kávézók (Part time youth café) fő célja, hogy a munkaidőn és az iskolai oktatási időszakon kívül biztosítsa a fiatalok felügyeletét, programokat is szervezve számukra. 3. Az önkéntesek által irányított kávézókat (Volunteer lead youth cafés), amelyek leginkább közösségi házakon belül kapnak helyett, fiatal önkéntesek vezetik.

A fenntartók szerinti felosztásban a független (31%) intézmények száma legmagasabb, ezt követően az ír ifjúsági szövetség (Foroige), és a fiatalkorúakat célzó állásközvetítő szervezetek (Youth work Ireland) aránya jelentős (30-30%) (Forkan - Brady, 2015) A családsegítő központok által fenntartott ifjúsági kávézók (7%) és a katolikus ifjúsági szolgálat területen való aktivitása (3,5%) szerényebbnek mondható.

A nemzetközi kitekintés tanúsága egyrészt, hogy a nyugati országok egy részében nem csak létezik az ifjúsági közösségek építésére létrehozott dedikált intézménytípus, hanem ennek differenciált formái működnek, hálózatos formában. A másik fontos észrevétel, hogy az intézménytípus viszonylag újkeletű és gyors fejlődésre, terjedésre képes, ezt támasztja alá angol példa 4 év alatt, az ír intézmény 15 év alatt történő felfutása.

Az empirikus kutatás fő kérdései és módszerei

Kutatásunkhoz három fő kérdést fogalmaztunk meg.

- Hallottak-e már a fiatalok az ifjúsági közösségi színterekről?
- Miért nem népszerűbbek jelenleg az ifjúsági közösségi színterek?
- Hogyan lehetne a fiatalokat bevonítani az ifjúsági közösségi terekbe?

Az empirikus kutatás során törekedtünk a módszerek triangulációjára (Babbie, 2017.): kvalitatív és kvantitatív eredményeikre együttesen építve szerettünk volna jól megalapozott következtetésekre jutni.

Elsőként két fókuszcsoportos beszélgetés készült el, majd ennek eredményére alapozva került kidolgozásra az online kérdőív, amit a 14 és 30 év közötti korosztály tagjai töltöttek ki, összesen 254 válasz érkezett.

A Fókuszcsoportos beszélgetés tapasztalatai

A fókuszcsoport beszélgetésekbe 5-5 résztvevő kapcsolódott be, akik életkorukat tekintve a húszas éveikben járnak. A fókuszcsoportos beszélgetések lebonyolításánál fontos szempont az interaktivitás biztosítása, valamint, hogy egy fesztelen környezetben tudják megosztani egymással a gondolataikat. A beszélgetésekre 2020 februárjában került sor, és az alábbi témákat érintettük: közösséghez tartozás, intézménylátogatási szokások, szabadidő-felhasználás, közösségi média és marketing, ifjúsági közösségi terek.

A meghívottak alapvetően nyitottak voltak a különböző művelődési módokra, nem a passzív befogadók, hanem jellemzően az aktív kultúrafogyasztók közül kerültek ki. Az egyik résztvevő saját magát kulturális mindenevőként jellemezte: „*Kulturális helyekre egész sokat járok. Színházba nagyon sűrűn, most hálistennek van bérletem is, és annak nagyon örülök. Irodalmi*

felolvasóestekre, Várkert Bazárba, oda is havonta egyszer biztosan. Akkor, szintén ilyen író-olvasó találkozókra, ezeket nagyon szeretem.” Ez meglepő volt a szakirodalom ismeretében, hiszen arra számítottam, hogy a résztvevőknél alacsonyabb lesz a kulturális intézmények látogatása.

A résztvevők közül ugyanakkor senki nem járt rendszeresen ifjúsági közösségi terekbe. A többség nem is hallott róluk, akik mégis, ők sem ismerték pontos feladatukat, funkciójukat, működésüket. Jellemzően olyan helyekre látogatnak szívesen, ahol fogyasztanak valamit, például étterembe, kávézóba, kocsmába, plázákba, parkokba. *„Csocsózni én is nagyon szeretek, billiárdozni imádok - de az számomra a kocsmá. Pingpongozni is nagyon szeretek, de hát őszintén szólva azért nem biztos, hogy elmennék valahova máshova csak azért, hogy 'Na, jó, csocsózzunk egyet!'. Akkor inkább bemegyek a kocsmába.”*

Az ifjúsági közösségi terek hiába biztosítanak ingyenes kikapcsolódási lehetőségeket, vagy szimplán csak helyszínt ahhoz, hogy a fiatalok találkozzanak és beszélgessenek, hogyha ez kevésbé van bent a köztudatban. A résztvevők hangsúlyozták, hogy az ismertség hiánya miatt nem veszik sokan a bátorságot, hogy egyedül felkeressék ezeket színtereket.,

A fókuszcsoportok résztvevői mind a húszas éveikben jártak, és az ifjúsági közösségi tereket nem a saját korosztályuknak valóknak ítélték meg, hanem inkább az általános iskolai és a gimnáziumi diákoknak valóknak. *„Én nem érzem szükségét. Most már nyilván találok magamnak olyan helyeket, ahova tudom, hogy szeretnék menni, és meg is találok hozzá a társaságot, hogyha esetleg kell. De esetleg nem tudom, pár évvel ezelőtt azért lehet, hogy igényeltem volna ilyesmit.”*

Jellemzően ők az általános vagy középiskolás korukban tanítás után az iskolában maradtak, vagy pedig az utcán töltötték idejüket. *„Én is azt mondanám, hogy korábban, mondjuk ilyen gimis időszakokban jó lett volna, ha így az osztálytársakkal el tudtunk volna menni valahova, és nem csak ott a suliban ültünk volna, és ott beszélgetünk, hanem valami pingpongos helyen, vagy ilyesmi.”*

Felmerült azonban a gondolat, hogy valószínűleg sok egyetemistának és fiatal felnőttnek is lenne igénye ilyen helyszínekre, ehhez azonban az ifjúsági közösségi tereknek át kellene alakítaniuk a profilját: *„Ki is lehetne ezt az egészet terjeszteni a mi korosztályunk, meg még idősebbek, egyetemisták felé, mert az lehet, hogy jobban vinné ennek az egésznek a hírét. Egyrésztől szerintem többen is vagyunk ilyen igényekkel. - beülni valahova -, mint ahogy az elején is beszéltek, aztán lehet, hogy jobban elterjedne.”*

A beszélgetéseknek fontos témaköre volt a színterek vonzerejének, népszerűsítésnek növelése. Ehhez a válaszadók szerint a leghasznosabb megoldás az imázs radikális megváltoztatása lenne: *„Konkrétan egy gimis környezetben is ezt menővé kellene tenni. Tehát hogy az lenne a cél, hogy ne szégyellje valaki, hogy oda jár, hanem hogy ez legyen az általános, hogy jó, akkor sulis után közösségi tér, de szerintem ilyet kevés gimis mond.”* A fiatalok lehetséges elérés kapcsán két csatornát emeltek ki a résztvevők a közösségi médiát, és, a fiatalokat megszólító személyes kontaktust, Minden résztvevő egyetértett azzal, hogy az ifjúsági közösségi terek ismertségének növelésében sokat segíteni, hogyha iskolákba ellátogatva, szakemberek is önkéntesek bemutatnák, hogy milyen programokkal és lehetőségekkel várják a fiatalokat.

A résztvevőket bevontuk egy interaktív játékos szavazásba is, amely során különböző programokat/szolgáltatásokat kellett pontozniuk egy klasszikus ötfokú skálán. Azt kellett eldönteniük rövid gondolkodási időt követően, hogy mennyire szívesen vennék igénybe a

szolgáltatásokat vagy mennének el meghatározott programokra ifjúsági közösségi terekben. (1. számú táblázat)

1. számú táblázat: A választható programok népszerűsége Likert skálán

Forrás: Saját kutatás, fókuszcsoportos beszélgetés 2020 február

Választható programok	1. válaszadó	2. válaszadó	3. válaszadó	4. válaszadó	5. válaszadó	6. válaszadó	7. válaszadó	8. válaszadó	9. válaszadó	10. válaszadó	Leggyakoribb válasz	Átlag
E-sport/ konzoljátékok	2	4	1	1	4	2	4	3	2	4	4	2,7
Csocsó/biliárd	5	5	5	5	5	2	2	4	3	5	5	4,1
Just dance	5	4	5	5	5	4	5	1	5	5	5	4,4
Filmvetítés	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4,9
Tánc	5	2	5	3	4	3	4	2	4	4	4	3,6
Társasjáték est/nap	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4,5
Színjátszás	4	4	4	2	4	3	3	2	5	3	4	3,4
Pszichodráma foglalkozás	5	5	3	4	5	3	4	3	5	5	5	4,2

A legnépszerűbb programötletnek a *filmvetítés* bizonyult, egy ember kivételével mindenki ötösre értékelte. A legalacsonyabb pontszámmal a *társasjáték*, a *Just Dance játék*, a *pszichodráma foglalkozás* és a *csocsó*, valamint a *biliárd* (4 és 4,5 közötti átlaggal) következtek. A *tánc* (3,6), a *színjátszás* (3,4) értékelésük alapján a középmezőnyben szerepelt. A legkevésbé népszerűek a pontozás során az e-sport és a konzoljátékok voltak (2,7-es átlag), amit azonban a csoportok nemi összetétele is befolyásolt, hiszen a résztvevők között mindössze egyetlen férfi volt.

A fókuszcsoportos beszélgetések tapasztalatait összefoglalva a résztvevők az ifjúsági szintérrel és szabadidős programkínálatával szimpatizáltak, azonban az intézmény alacsony ismertségéből és imázsából kifolyólag mégsem látogatták.

Kérdőíves kutatás

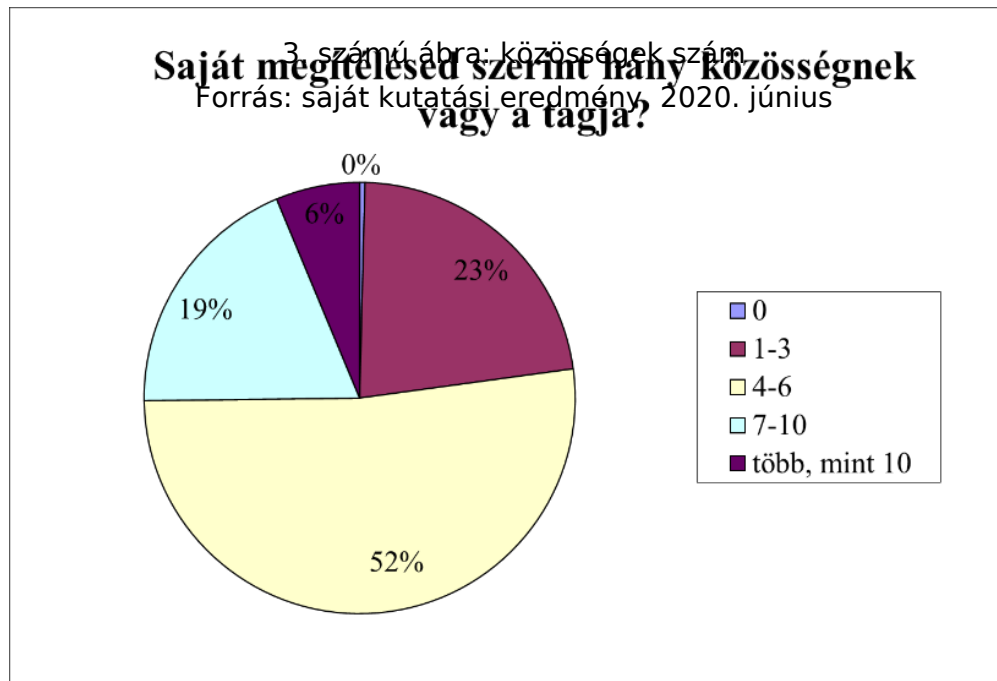
A kvalitatív kutatási eredményekre építve összeállítottunk egy online kérdőívet. Az alábbiakban a vizsgálatra érkezett válaszok (n=254) eredményeinek kiértékelése következik.

A válaszadók véletlenszerű mintavételi eljárással kerültek kiválasztásra. A kitöltők 74%-a nő, 26%-a férfi. A kérdőívet 14 és 30 év közötti fiatalok töltötték ki. 12,2% a 14-17-es korcsoportba, 52,4% a 18-21-es korcsoportba, 23,2% a 22-25-ös korcsoportba és 12,2% a 26-30-as korcsoportba tartozik, tehát elmondható, hogy a kitöltők több, mint fele 18 és 21 év közötti.

A válaszadók 40,9 százaléka jelenleg egyetemi tanulmányokat folytat, 16,9 százalékanak már diplomás, 7,9 százaléka pedig szakmunkás vagy OKJ-s végzettséggel rendelkezik.

A válaszadók 68,9 százaléka válaszolta, hogy neki a közösségről az első szó, ami eszébe jut, az összetartozás. Ezen kívül a szórakozás volt még jellemző (14,2%) és a közös értékrend (11%). A

megkérdezettek több, mint fele vallotta magát 4-6 különböző közösség a tagjának. A megkérdezettek közel egynegyede azonban csupán 1-3 közösséghez tartozott, míg közel 20 százalékuk 7-10 különféle csoport tagja (3. ábra). Ezek leginkább baráti, hobbi- és sporttevékenység alapú, valamint vallási közösségek, illetve diák vagy hallgatói szervezetek. A fiatalok hasonló jellegű kapcsolati-közösségi hálózatát a bemutatott ifjúságkutatások hasonló eredményekkel támasztják alá.



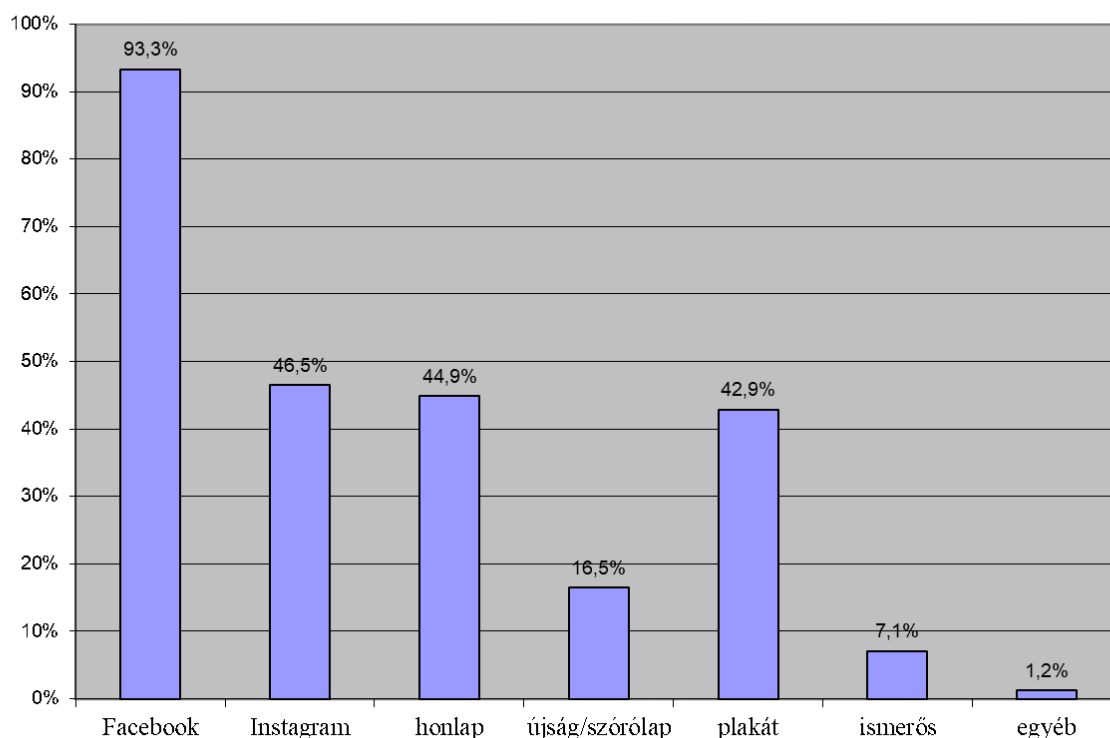
Az intézménylátogatási szokásokról feltett kérdések is igazolják azt, amit a szakirodalom mond: hetente és havonta leginkább kávézókat, kocsákat, esetleg mozivetítéseket látogatnak a fiatalok. A válaszadók 15 % jelezte, hogy havonta többször járnak kultúrházba vagy kulturális központba, 25 százalékuk pedig havonta több alkalommal jár ifjúsági közösségi térbe. A színházba és a múzeumba a megkérdezettek többsége (76 %) évente néhány alkalommal jut el, havonta pedig a válaszadó fiatalok 15 százaléka.

Az érme másik oldalán a passzív fiatal kultúra fogyasztók látogatási szokásai találtak: Közülük legtöbben a kultúrházak és kulturális központok (28 %), valamint az ifjúsági közösségi terek (31%) esetében jelezték, hogy soha nem látogatták őket. Az egyáltalán nem látogatom („soha”) válaszopció a kulturális és közművelődési intézmények között az ifjúsági közösségi tereknél volt a legmagasabb.

A megkérdezettek 81,1 százalékának nincs kedvenc közművelődési vagy kulturális intézménytípusa. A fennmaradó csoportnak pedig leginkább színházak, galériák, zenei intézmények a preferáltjaik. Az egyes programokról a válaszadók 93,3%-a tájékozódik a Facebookról, 46,5% az Instagramról, és 44,9% az adott intézmény honlapjáról. Jellemzően még ismerősöktől, plakátokról és újságokból, szórólapokról tájékozódnak a fiatalok (4. ábra).

4. számú ábra: tájékozódási felületek
Forrás: saját kutatási eredmény, 2020. június

Hol tájékozódsz az egyes programokról?



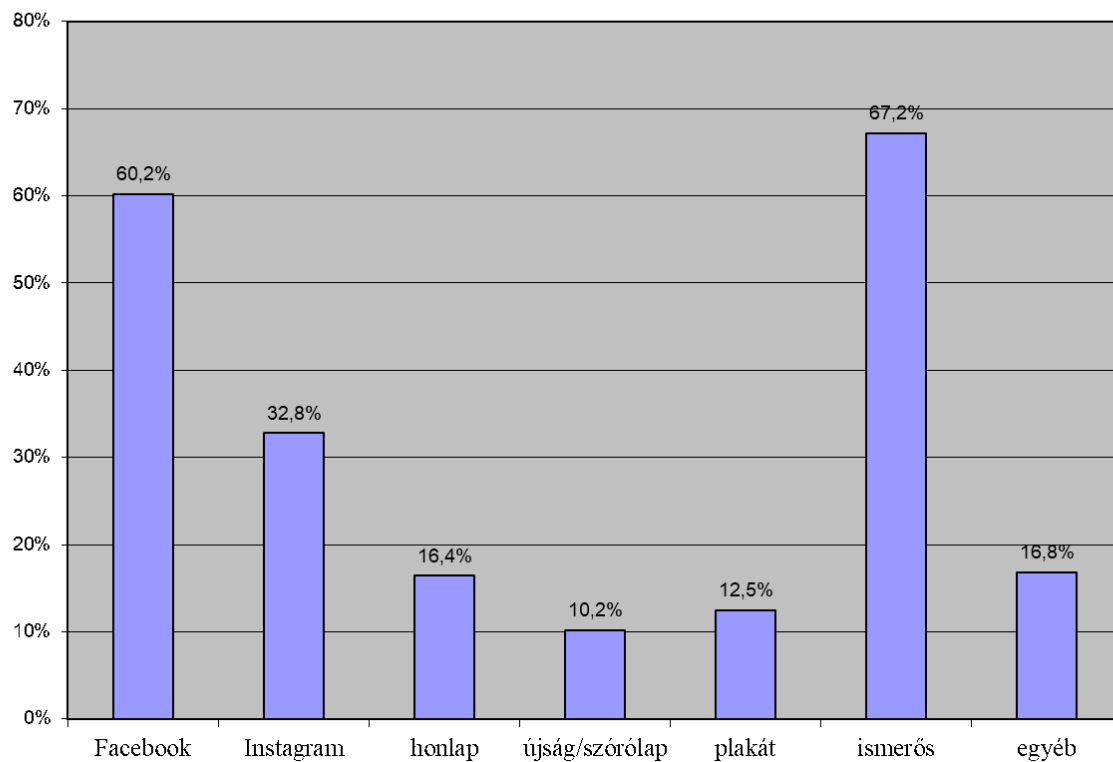
Fontos eredmény, hogy a kitöltők 52 százaléka, azaz több, mint a fele hallott már az ifjúsági közösségi terekről (132 fő). Természetesen nem tudjuk, hogy ez mennyire jelenti azt, hogy ismerik is az intézménytípust, de mindenképpen biztató adat. Az Offline Centerről csatolt videó megtekintése után a kitöltők több, mint háromnegyede azt válaszolta, hogy szívesen ellátogatna egy hasonló intézménybe (5. ábra). Szintén az előzetes elvárásoktól eltérő, meglepetést okozó pozitív eredménynek számít, hogy a válaszadók 50,4 százaléka járt már ifjúsági közösségi térben. (Ez a válasz jelenthet egyszeri alkalmat és rendszeres látogatást is.)

Akik jártak már, ők az intézménytípusról legtöbb esetben ismerősöktől (67,2%), a Facebookról (60,2%), az Instagramról (32,8%) és a honlapjukról (16,4%) hallottak (12. ábra). Látszik tehát, hogy a személyes kapcsolatokon kívül az internet az, ami ezeket a színterekkel kapcsolatos információkat gördülékenyen továbbítani tudja.

A 132 főből 92 évente néhányszor, 21 havonta többször, 14 hetente többször, és közülük 1 fő jár minden nap ifjúsági közösségi térbe (6. ábra)

5. számú ábra: ifjúsági közösségi terek hírneve
Forrás: saját kutatási eredmény, 2020. június

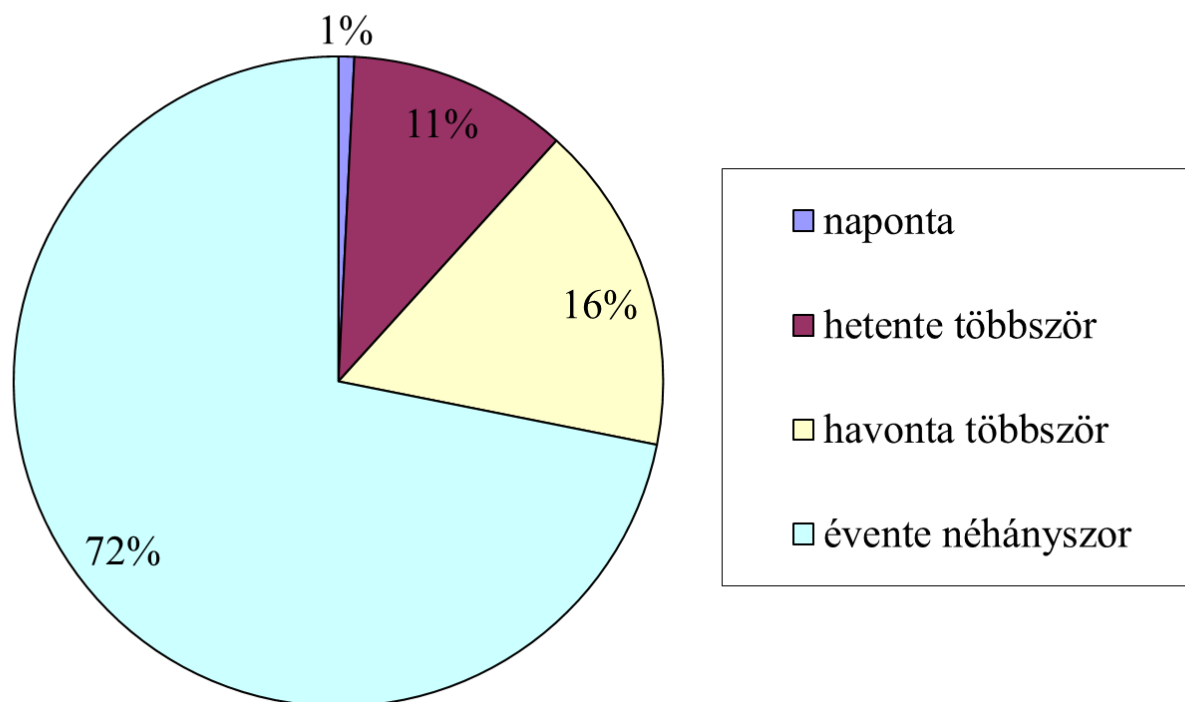
Hol hallottál az ifjúsági közösségi terekről?



6. számú ábra: ifjúsági közösségi terek látogatottságának gyakorisága

Forrás: saját kutatási eredmény, 2020. június

Milyen gyakran látogatsz ifjúsági közösségi tereket?



A vizsgálat során igyekeztünk feltárni, hogy a nemleges válaszadók miért nem ismerik az intézménytípust. A kitöltők az alábbi válaszopciókat jelölhették meg: 1. *Korábban még nem hallottam róluk.* 2. *Nem érdekelnek.* 3. *Nincs olyan programjuk, ami érdekelne.* 4. *Úgy érzem nem az én korosztályomnak szól.* 5. *Furcsának érezném, hogy csak úgy odamenjek.*

Azon résztvevők száma, akik még nem jártak hasonló intézményben 126 fő volt. Közülük 61,1 százalék „*egyáltalán nem hallott korábban*” az ifjúsági színterekről, 32,5 százalékban pedig *furcsának érezné, hogy csak úgy ismeretlenül odamenjen.* 23 fő (18,3%) azt válaszolta, hogy *nem érdeklik őket a színterek*, 20 fő (15,9%) pedig *nem a saját korosztályának valónak érezte őket.*

Arra a kérdésre, hogy szerintük mi tudná őket bevonítani a színterekbe 75,4 százalékban válaszolták a jó közösséget, 68,3 százalékban pedig az érdekes programokat. 30 fő (23,8%) a jó marketinget emelte ki, 29 fő (23%) a modern környezetet, 8 fő (6,3%) pedig úgy gondolja, semmi nem tudná őt bevonítani az ifjúsági közösségi terekbe.

Következtetések és javaslatok

Eredmények

A kutatási adataink túlnyomó részben megerősítik a szakirodalomban korábban ismertetett felmérési eredményeket. Hazánkban a fiatalok szívesen töltik a szabadidejüket közösségekben,

azonban az jellemzően kevésbé köthető formális intézményekhez.

Azon fiatalok aránya, akik kulturális intézményeket látogatnak fokozatosan csökkenő tendenciát mutat, ez a trend a közművelődési intézmények esetében kifejezetten erős. meg.

A fiatalok számára vonzó programok (koncertek, előadások filmvetítések) számos helyszínen és formában elérhetőek a fiatalok számára. A gazdag programkínálat mellett az ifjúsági színterek a jelenleginél intenzívebb kommunikációval tudnának hatékonyan eljutni a célcsoportjukhoz.

Javaslatok

Kutatás eredményeképp az alábbi javaslatokat is szeretnénk megfogalmazni az ifjúsági közösségi terek vezetői és a szakmabeliek számára.

- A külföldi mintákhoz hasonlóan érdemes lenne növelni az intézménytípus működtetésébe bevont fiatal önkéntesek számát, akik egyszerre ágensként és résztvevőként is elősegíthetnék a rendszer fejlesztését. A presztízs kérdésének megváltoztatása kulcsfontosságú a fenntarthatóság szempontjából: amennyiben ezeket az intézményeket „trendivé” lehetne tenni a fiatalok körében, az a célcsoport látogatási szokásainak hosszú távú megváltozásához, növekedéséhez vezethet.
- A fiatalok kultúrafogyasztási szokásai az utóbbi időben jelentősen átalakultak és jelenleg is változnak, ezért érdemes lenne folyamatosan felmérésekkel nyomonkövetni, hogy aktuálisan mire is van érdeklődés.
- A hajlandóság és az igény megvan a fiatalokban, hogy ifjúsági közösségi tereket látogassanak, azonban az intézmények üzenetei nem jutnak el hozzájuk a megfelelő formában.
- Érdemes átgondolni, hogy a médián és a személyes kapcsolatok révén (iskolák bevonásával) hogyan lehetne őket jobban elérni. Az iskolai kitelepülések, valamint a közösségi médiában, valamint offline platformokon megjelenő marketing segíthet abban, hogy valóban vonzóbbnak és trendinek lássák a fiatalok az ifjúsági közösségi tereket.
- A területen biztató jel a nemzetközi példák alapján (Egyesült Királyság, Írország), hogy megfelelő módszerekkel akár egy évtized alatt országos hálózattá fejleszthető egy-egy jó gyakorlat vagy modell, amely a korosztály körében toborzott önkéntesek bevonásával valósul meg. Az ifjúsági közművelődési területen erősebben kellene építeni rájuk.

Összefoglalás

A kutatás eredményei megerősítették a szakirodalomban olvasottakat. Ugyanakkor olyan információk és eredmények birtokába is jutottunk, amelyek segíthetnek abban, hogy ez a közművelődési intézménytípus minél több rendszeres látogatót tudhasson magáénak. Az intézmények alapvető ismertsége bizakodásra ad okot. Erre ráépítve egy jó külföldi modell adaptálását, önkéntes tevékenységre alapozva, intenzívebb marketing tevékenységgel összekötve, sikeressé teheti a következő évtizedben ezt a ma méltatlanul mellőzött intézménytípust. A fiatalok alapvetően nyitottak az ifjúsági közösségi terek iránt, így elfordulást nem tapasztalunk, valamint a megfelelő módszerekkel pálfordulást is elérhetünk az intézménytípus népszerűségének növelése tekintetében.

Felhasznált irodalom:

- Bauer Béla- Szabó Andrea (2009): *Ifjúság 2008 Gyorsjelentés*. Budapest, Szociálpolitikai és Munkaügyi Intézet. 149. p.
- Babbie, Earl (2017): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*, Budapest, Balassi Kiadó.
- Csatári Emese (2015): *A fiatalok szabadidő eltöltési szokásaihoz alkalmazkodó ifjúsági közösségi tér – a hang out másik oldala*. In- Párbeszéd: Szociális munka folyóirat, 3. évfolyam 4. szám <https://ojs.lib.unideb.hu/parbeszed/article/view/5906>
- Elek Tímea (2016): *25 év – Jelentés az ifjúságügyről*. Budapest, Iuvenis - Ifjúság szakmai Műhely, Ifjúság szakmai Együttműködési Tanácskozás
- Engler Ágnes (2017): *Család és karrier*. Felsőoktatási Kutató és Fejlesztő Központ, Debrecen, 213. p.
- Forkan, C., Brady, B., Moran, L., Coen, L. (2015): *An operational profile and exploration of the perceived benefits of the youth cafe model in Ireland*. Írország, Dublin, Department of Children and Youth Affairs, 99 p.
- Forkan, C., Canavan, J., Devaney, C. and Dolan, P. (2010): *Youth Cafe toolkit 2010*. The Office of the Minister for Children and Youth Affairs. Írország, Dublin The Stationary Office.
- Jancsák Csaba (2013): *Ifjúsági korosztályok korszakváltásban*. Budapest, Új Mandátum Kiadó
- Majár János (2010): *Az ifjúságsegítés módszertára*. Szolnok, VE-GA Gyermek és Ifjúsági Szövetség
- Nagy Ádám – Oross Dániel (szerk.) (2016): *Ifjúságügy: szöveggyűjtemény*. Budapest, UISZ Alapítvány
- Nagy Ádám (2007): *Ifjúságsegítés*. Budapest-Szeged, Új Mandátum Kiadó
- Nagy Ádám (2016): *Margón kívül – magyar ifjúságkutatás 2016*. Budapest, Excenter Kutatóközpont, 408. p.
- Rácz József (1998): *Ifjúsági (szub)kultúrák, intézmények, devianciák*. Budapest, Scientia Humana kiadó.
- Szabó Andrea, Kovács Szilvia, Bitter Brunó, Bauer Béla (2001): *Gyermek-, művelődési és ifjúsági házak*. Budapest, Ifjúsági és Sportminisztérium.
- Székely Levente (2013): *Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet*. Budapest, Magyar Közlöny Lap- és Könyvkiadó

Internetes források:

- <http://aycc.com.au/>
- <http://www.sie.hu/koszonto.html>
- <http://www.ujnemzedek.com/>
- <http://youthcentrescanada.com/>
- <https://mjcpaysdebegard.pagesperso-orange.fr/>
- <https://montazsmagazin.hu/eleven-ifjusagi-kozossegi-ter-es-informacios-pont-juniusi-programjai/>
- <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99200150.kor>
- <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700140.tv>

- <https://www.facebook.com/KBter>
- <https://www.foroige.ie/our-work/projects-services-and-programmes/youth-cafes>
- <https://www.hirosagora.hu/fooldal>
- <https://www.instagram.com/keruljbe/>
- <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html>
- <https://www.youthfirst.org.uk/>

[1]<http://aycc.com.au/>

[2]<http://youthcentrescanada.com/>

[3]<https://www.foroige.ie/our-work/projects-services-and-programmes/youth-cafes>

[4] <https://www.youthfirst.org.uk/>