

Napjainkra az is kiderült, hogy az alternatív változat helyett Közép-Kelet Európában sokkal inkább érvényesül a fogyasztói változat és a nyugat-európaihoz hasonlóan megjelennek – és egyre inkább elfogadásra találnak – a különböző menekülési változatok, különösen a fiatalok elit csoportjainál – a kábítószerek, az irracionális kultúrák különféle formái, az okkultizmus, csillagjósolás stb. A másik oldalon azt találjuk, hogy az agresszív ifjúsági kultúrák is egyre fontosabb szerepet kapnak.

Azt gondolom, hogy új jelenség még az átalakulási folyamatban, a regionalizmusok és az ifjúság viszonya, azon tendenciák megerősödése, hogy az ifjúsági kultúra legfontosabb színterévé a helyi társadalom válik.

Narancsik Ágnes

Az alternatív kultúrától a fogyasztói iparig

Az ifjúsági kultúrában bekövetkezett változásokat próbálom felvázolni a nyolcvanas évektől napjainkig. E tanulmány összefoglaló jellegű, melynek alapjai – Gábor Kálmán által vezetett ifjúságkutatások kapcsán – az elmúlt években írt több tanulmányom.

A nyolcvanas évek

Már a nyolcvanas években kétféle irányultság jellemezte a fiatalokat aszerint, hogy milyen családból származtak, illetőleg, hogy szakközépiskolába, vagy gimnáziumba jártak. Az előbbiek inkább családközpontúak, hagyománykövetők voltak, többségük jó anyagi viszonyok között élt, melyet a szülők a munkahelyi hierarchiában való elhelyezkedéssel, vagy a második gazdaságban való részvétellel értek el. Ők kispolgári értékekkel kispolgári életutat kezdtek el. A másik irányultság a leendő értelmiségie volt, és a gimnazisták elkülönült szűk csoportjában nyilvánult meg. Tudomány- és művészetbarátok voltak, az alternatív kultúrát követték, az alternatív mozgalmakban vettek részt. Életútjuk folyamán sokuk törekvései nem valósultak meg, a kilencvenes években a alternatív mozgalmárság nagyrészt elvesztette relevanciáját. Az ő előnyük az, hogy tetemes kulturális tőkájukat át tudták váltani gazdaságira, illetve szimbolikus tőkájukkal – ha akartak – sikerrel indulhattak a politikai életben akár lokális szinten is. De mindkét irányultságú csoportra jellemző – akárhogy is folytatódott életútjuk –, hogy elfogadják a yuppie-t, mint ideált. Vagyis alapvetően a magas életszínvonal, az intenzív és színvonalas fogyasztás a céljuk.

Az egyetemi élet a nyolcvanas években kiürült, illetve átveddődött az ún. második egyetemre, a szakkollégiumokba, különböző egyetemi ellenzéki csoportok fórumaira. Az egyetemi ifjúság két kulturális mintát követett. Az egyikben az alternatív kultúra keveredett a hagyományokkal. Visszanyúltak nagyszüleik világához, ami lázadásnak volt felfogható a Kádár-rezsimmel szemben. Keresték önazonosulásukat, vallásukat, polgári értékeiket az asszimilálódott zsidó és cigány családok gyermekei is. A kulturális lázadás terepe a második egyetem is volt, ahol az akkori marginalizálódott értelmiségiek tartottak előadásokat. A másik kulturális minta a piac, az üzlet világa volt. Akik

ezt elfogadták, ma megtalálhatóak a vállalkozók között. Ma a kiscég tulajdonosok között sok a fiatal. Elsőként a családi tradíciókat említik mozgatórugó gyanánt. (A nagyszülőknek kereskedése, gyára, földje, stb. volt.) Ezek a fiatalok általában hosszabb időre kijutottak Nyugatra is, tehát szerezhettek tapasztalatot vállalkozásukhoz. Nagyvállalkozóvá válhatott az a technokrata is, aki cége privatizálásakor szép zsákmányhoz jutott. A magyar fiatalok abban különböznek a nyugatiaktól, hogy konzervatív értékeket követnek, családcentrikusak, nemzeti érzésűek, és piacközpontúak. Ők a mai burzsoázia. A citoyen a kulturális elit soraiban található.

A nyolcvanas évek vidéki főiskolásira általában a rendet elfogadó nem lázadó uniformizáció volt jellemző. Családjukban a tanítóság már rangot, felfelé mobilitást jelentett, de ez beágyazódott a kisváros, falu társadalmi rendjébe, vagyis a tanítónak is volt a második gazdaságban földje, este pedig ugyanúgy leült a televízió elé sorozatot nézni.

Az alternatív kultúra inkább az egyetemi központokban volt fellelhető, ennek jellegzetessége ugyanis az, hogy a bujtatott ellenzékiesség miatt kialakult egy olyan szimbolikus nyelv, melyek részét képezték bizonyos kultuszfilmek, zenekarok, előadók (pl.: Cseh Tamás, Európa Kiadó). Ezekkel a szimbólumokkal csak az találkozhatott, aki tagja volt annak a közegnek, mely beszélte ezt nyelvet, hozzájuthatott a kalózmásolatokhoz, szamizdatokhoz. A kilencvenes évek elejére azonban már jól láthatóvá vált, hogy ennek az alternatív kulturális elitnek van egy olyan része, mely képes megteremteni magának az érdekérvényesítés legális útjait (HÖK létrejötte, diáktüntetések megszervezése). Ezen formák létrejötte hamarosan jó keretnek bizonyult a gazdasági karrier megindításához. A hatalom ugyanis együtt járt a pénzzel, mellyel gazdálkodni kellett. A gazdasági karrier másik útját jelentette ebben az időszakban az ún. „scenscelés”, vagyis a feketekereskedelemben való részvétel, mely sokszor országhatárokon keresztül is folyt. Kialakult tehát az egyetemen belül két markánsan elkülönülő réteg, a yuppie kelet-európai típusa, mely később gazdasági elité válhatott, és az alternatív kultúrába beágyazódott kulturális elit.

A kilencvenes évek

A kilencvenes évek legnagyobb változását kulturális szempontból a piac felszabadulása jelentette. Egyértelművé vált, hogy a gazdasági tőkével rendelkező csoportok fogják a legtöbb hasznot húzni a változásokból. Ennek köszönhető, hogy az egyetemista csoportok számára is egyre fontosabbá vált a biztos karrierépítés, a megélhetés biztosítása már az egyetemi évek alatt. Eltűnt az a hallgatói típus, aki még megehetette, hogy kevés tanulással, „elbulizgatott” egyetemi évek után is bizalommal nézhetett a jövőbe. Már 1993-ban az egyetemisták több mint fele dolgozott tanulmányaik alatt. Alapvetően három karriertípus rajzolódik ki a kilencvenes évek közepére: Az egyik a meghosszabbított tanulói évekkel operáló, aki elvégez még egy egyetemet, keresi a helyét, nem döntött még. Ennek tudatosabb változata a második, aki külföldi ösztöndíjakra pályázik, doktori címet szerez, tudományos karriert fut be. A harmadik típus az, amelyik rövid tanulmányi ideje alatt is már bekapcsolódik valamilyen piaci cég működésébe – akár szülei vállalkozásába is –, majd saját vállalkozásba fog, vagy egy nagyobb cégnél helyezkedik el.

Mindezek a változások azt jelentik, hogy az alternatív kultúra talaját vesztette Magyarországon. Hirtelen eltűnt az, ami ellen protestálni lehet, és az eddig jól behatárolt karrierépítési csatornák mellett szélesre tágult a piacon szerezhető előnyök tárháza. Szinte észrevétlenül, de gyorsan felolvadtak tehát az alternatív kultúra elemei a fogyasztás-orientált életstílusban. Még a kilencvenes évek elején az egyetemisták elit csoportja, az ún. szakkollégisták őrizték meg legtisztábban az alternatív elit kultúra elemeit. A többség ideálja azonban egyértelműen a sokat dolgozó és sokat fogyasztó, s a fogyasztás attribútumaival felszerelkezett yuppie lett.

Mind az elitnek, mind a fogyasztói kultúrának megvan a negatív lenyomata is ma Magyarországon. A kulturális elitnél a csalódásokat átélve megjelenik a menekülési stratégia, az irracionalitás felé fordulás, a szektához való csatlakozás és a kábítószer-fogyasztás. A vállalkozók körében megmutatkozik az agresszivitás elfogadása. A skinhead-ek Nyugaton az alsóbb társadalmi rétegekhez kötődnek. Nálunk viszont a cigányellenesség egy pesti elit gimnáziumban nagyobb, mint vidéken, ahol közvetlenebb a kapcsolat a kisebbségekkel. A agresszív ifjúsági kultúrában megnyilvánuló lázadás politikai formát is ölthet a különböző találkozáspontok mentén. Ez a lázadás alapvetően más, mint a hatvanas években Nyugaton volt. Ott a rend, a hatalom, a túl sok állam ellen hadakoztak, míg manapság a mi lázadóink több rendet, államot szeretnének. Ez a fajta agresszivitás az ifjúsági kultúra része, nem elsősorban politikai hozzáállás kérdése.

A fogyasztói kultúra közvetítői

A fogyasztási orientáció egész struktúrája tükröződik a médiákban. A fiatalok által legkedveltebb csatornák a zenei és filmes satelit csatornák, a magyar TV 1-es és 2-es műsora csak elvétve jelenik meg a választásokban. A magyar középiskolások átlagosan három órát töltenek el a televízió előtt naponta. Ez a nagy szám egyértelműen annak az individualizációs folyamatnak a része, mely felgyorsult a rendszerváltás után Magyarországon. Ezt a folyamatot erősíti az egyre szélesebb körben otthon is használt számítógép, valamint az, hogy az iskolai közösségek felbomlottak, és gyakorlatilag 5-6 év kellett ahhoz, hogy felismerjék ennek veszélyeit mind a tanárok, mind a szülők. Ma már a formalizált közösségi életben a tanulók 15%-a vesz részt, ellenben egyre nagyobb hangsúlyt kapnak lokális kisközösségi szinten a baráti társaságok. Ezek létét és aktív működését akadályozza azonban az, hogy a magyar kulturális intézményrendszer még nem alakult át teljesen a megváltozott igényeknek megfelelően, sőt sok helyen utód nélkül fel is számolódtak a kulturális élet színhelyei. Így nagy különbség van a városok és a térségek között abban, hogy hol találják meg a helyüket a fiatalok: az utcán, a kocsmában, a moziban, a jazz klubban, stb. Ebből a szempontból előnyösebb helyzetben vannak azok a fiatalok, melyek tradicionális, tőkével rendelkező polgári városban élnek, hiszen ott a tőke a szolgáltatási szférába is benyomult és lehetőségeket teremtett az ifjúsági szolgáltatások kiépítésére.

A közösségi élet hiányára a legszembeötlőbbben a Xénia-Láz Egyesület sikere derített fényt. Ez az egyesület stratégiájában éppen azokkal az elemekkel operál, melyek a mai általános iskolások életében a legfontosabbak. Az iskolai karriert, a tanulásban

való előmenetelt tűzte ki alapvető céljául, mely amúgy is a mobilitás leginkább preferált változata. E mellé rendelt egy sci-fi televíziós sorozatot, melynek hatása egyértelmű, hiszen a televíziót egyébként is nézik a gyerekek, a sorozatok pedig mindig kedveltek voltak. A legnépszerűbb szórakozási formát sem hagyták ki az egyesület szervezői: a zenei élményt, a koncerteket sem, ahol a barátokkal, osztálytársakkal szabadon, szülői felügyelet nélkül lehet szórakozni.

Az agresszív ifjúsági kultúrának van egy olyan része, melyet maskulin kultúrának szoktunk nevezni. Ennek középpontjában a testépítés, az aerobik, az energiatalok fogyasztása és egyáltalán a testi, fizikai és a megfelelő anyagi erő fitogtatása áll. Az árukapcsolás technikájával nem meglepő tehát, hogy e népszerű kulturális irányzatot is megcélozza az egyesület az ún. energiatalával, mely a fogyasztás ösztönzésére is rájátszik. Végül, de talán az egyik legfontosabb momentum a tanárok érdekeltté tétele. Közismert, hogy az alacsony tanári fizetések miatt kontraszelektált pályán megmaradók is két három plusz állást vállalnak megélhetésük biztosításáért, ezért az iskola falai közül kiszorult a nevelés, csak az oktatás maradt meg. Az iskolák költségvetési hiányt pótló manővereibe is jól beleillik a gyerekek teljesítményének fokozása az iskola anyagi érdekeiért is.

A média hatására visszatérve a reklámokról kell még pár szót szólnunk, hiszen ezek a legfőbb hordozói a fogyasztói világ attribútumainak. A fiatalok nemcsak mintakövetők, hanem mintaadókká is váltak az utóbbi időszakban. Önálló fogyasztói döntéseik vannak, lehet saját bankkártyájuk, a pénzüikkel maguk gazdálkodnak. Nem csoda tehát, ha a Magyarországon működő multinacionális cégek legfőbb célpiaca az ifjúság. A mai gyerekek népdalok helyett reklámokat énekelnek az utcán, reggelire pedig kolbász helyett cornflake-et esznek. Közhely, hogy az amerikai kultúra elárasztotta az európai kultúrát, de ehhez hozzá kell tennünk azt, hogy azon régiókban lakók veszik át leginkább kritikátlanul ezt a kultúrát, melyeknek saját gyökereik, tradícióik leginkább hiányosak, vagy erőtlenek, melyekben a nagyipar olvasztógelyében a szocialista uniformizáció leginkább hatott. Ezeken a területeken a kívülről jövő készen kapott formák átvételét a gazdasági, egyéni, családi élet válsága is erősíti.

Sokszor halljuk, hogy Magyarország tőkége a mezőgazdaságon kívül a humán erőforrásokban, a fejekben rejlik. E kiaknázásának alapja a kulturális identitás és tőke, az iskolarendszer – mely ma még az első évtől könyörtelenül szelektál – és a megfelelő gazdasági tőke lenne.