

**Fábián Zoltán – Kolosi Tamás – Róbert Péter:  
Fogyasztás és életstílus**

(elektronikus verzió, készült 2006-ban)

A tanulmány eredetileg nyomtatásban megjelent:  
Fábián Zoltán – Kolosi Tamás – Róbert Péter (2000):  
„Fogyasztás és életstílus” in: *Társadalmi riport 2000*,  
Kolosi Tamás, Tóth István György, Vukovich György (szerk.).  
Budapest: TÁRKI, Pp. 225–259.



## Fogyasztás és életstílus\*

Fábián Zoltán – Kolosi Tamás – Róbert Péter

### 1. Bevezetés

„Minden modell vagy térkép absztrakció, és egyes célokra jobban, más célokra pedig kevésbé alkalmazható. Az autós-térkép megmutatja nekünk, hogyan juthatunk el A-ból B-be, de nem igazán hasznos, ha repülőgépet vezetünk, amikor is olyan térképre van szükségünk, amely feltünteti a repülőtereket, az adótoronyokat (...). Térkép nélkül eltévedünk. Minél részletesebb a térkép, annál teljesebben tükrözi a valóságot. Am egy túlzottan részletes térkép nem túl sok célra használható.”

(Samuel P. Huntington, 1998: 29–30)

Az átalakuló posztkommunista magyar társadalomról több térkép is forgalomban van. Mi magunk is többször többféle térkép megrajzolásával próbálkoztunk már. (Kolosi et al., 1991; Kolosi és Sági, 1996; Fábián, Róbert és Szivós, 1998; 1999). Jelen írásunk célja a TÁRKI 1999-es Háztartás Monitor felvételének alapján olyan térkép felvázolása, amely az anyagi és kulturális fogyasztás szempontjából különíti el a magyar társadalom fő csoportjait. Úgy véljük ugyanis, hogy ezek a szolgáltató-információs társadalomban a társadalmi rétegződés legfontosabb összetevői, mert a fogyasztás révén nyilvánosan is kifejeződnek a hierarchikus és a nem hierarchikus jellegű társadalmi különbségek. Úgy is mondhatjuk, hogy a fogyasztás a társadalmi rétegződés leginkább *látható* dimenziója. A jövedelmét a legtöbb ember inkább eltitkolni igyekszik. Amit az egyén a társadalmi hovatartozásáról üzeni akar, azt a fogyasztás „nyelvén” üzeni. A ház, az autó, a mobiltelefon és a ruházkodás olyan jelek, melyeket a szomszédok, az ismerősök és az ismeretlenek számára is könnyedén dekódolhatók. Elég utalni a presztízfogyasztás, illetve hivalkodó fogyasztás kategóriáira (Veblen, 1975) vagy az életstílus mint státust kifele prezentáló fogyasztási forma amerikai vizsgálatára (Sobel, 1981).

A fogyasztási szokások átláthatóságának mértéke sem időben, sem társadalmi térben nem állandó. Paul Fussell (1983) az amerikai osztálylétra éles szemű (és kiváló fülű) leírója állapítja meg szociológiai bestsellerében: „Me-

---

\* A tanulmány első változata Fogyasztási csoportok címmel a TÁRKI Társadalompolitikai Tanulmányok sorozatban jelent meg (Fábián–Kolosi–Róbert, 2000).

rő más a gazdagság képe ma már, mint ahogyan az 1890-es években Thorstein Veblen ábrázolta gunyorosan „A dologtalan osztály elméleté”-ben [The Theory of Leisure Class] (...). Veblen korában a gazdagok boldogan tüntettek vagyonukkal, társaságukkal, szolgálóikkal. Ma rejtőznek, nem csupán az irigység és a bosszú elől (...).” Fussel kilencfokú osztálylétrájának teteje és alja egyaránt „láthatatlan”. Általában is igaz, hogy a gazdaságilag fejlett fogyasztói társadalmakban a társadalom alján és legtetején elhelyezkedő csoportok láthatatlan „szigeteket” alkotnak, és e csoportok fogyasztási szokásai nem ismerhetők meg teljes mértékben a kérdőíves lekérdezés módszerével. Galbraith (1958) „szigetes szegénységről” ír, mert a társadalom legszegényebb csoportjai szegregált lakókörnyezetben élnek, és ezeken a szigeteken a jómódú átlagpolgár nem fordul meg. Magyarországon a kis lélekszámú községekben, a fennmaradt-újratermelődött cigánytelepeken élő romák (vö. Bokor, 1985), az intézményes háztartásokban élők és a hajléktalanok bizonyos csoportjai tűnnek el a köznapi ember szeme elől. Mindazonáltal a fogyasztás szociológiai jelentősége, amint azt már a hatvanas években a fogyasztói társadalmak kutatói is felismerték, nem a termeléshez képest passzív jellegében rejlik, és nem is egyszerűen a szükségletek kielégítésében (Baudrillard, 1987). A fogyasztás ugyanis aktív jelentéshordozó, amelynek többretegű üzenete van: egyfelől kifejezi a fogyasztó társadalmi státusát, másfelől pedig megjeleníti a fogyasztó értékpreferenciáit, azt, hogy miként viszonyul a kulturális rendszerhez. Ha elfogadjuk azt a metaforát, hogy a fogyasztás nem más, mint „beszéd” (Baudrillard, i.m.), akkor azt mondhatjuk, hogy mi azokat a mondatokat elemezzük írásunkban, amelyek a fogyasztó egyének státusáról állítanak valamit. Olyan térképet vázolunk fel, amely főképpen a vertikális tájékozódáshoz szükséges információkat ragadja meg, vagyis a hierarchikus jellegű társadalmi különbségeket. Tesszük mindezt a tudományos érdeklődésen túl azért, mert az alkalmazott társadalomkutatásban érzékelhetően megnőtt a piaci igény arra, hogy a tipikus fogyasztási célcsoportok azonosíthatók legyenek.

Röviden jelezni kívánjuk azt is, hogy írásunkban mire nem vállalkozunk. Nem vállalkozunk a fogyasztás, a fogyasztói társadalom kritikájára, hiszen erről számos tudományos igényű (többnyire hatvanas években fogant baloldali) mű és a tudományosságtól távol eső (többnyire jobboldali) publicisztikai írás szól. (Az előbbire lásd Marcuse [1990] és Fromm [1994] műveit.) Nem vállalkozunk továbbá a társadalom struktúrájának a leírására sem. Ezt sem felkészültségünk, sem a jelen keretek nem teszik lehetővé. Végül pedig érdemes megjegyezni, hogy tanulmányunk társadalomtudományi és nem piackutatási céllal íródott, bár az ismertetett csoportosítás támpontokat szolgáltat a piaci elemzésekhez is.

## 2. Eszközök és módszerek

### 2.1. A fogalmak

A fogyasztás kategóriáján belül megkülönböztettük az anyagi és a kulturális fogyasztást. Minden fogyasztás persze kulturális jellegű is. A *kulturális fogyasztás* fogalmán a kultúraipar árucikkeinek fogyasztását értjük. A kulturális fogyasztás elkülönítését az indokolja, hogy a korábbi rétegződés- és mobilitásvizsgálatok egybehangzó eredménye szerint a magyar társadalomban az egyenlőtlenségi rendszert a legnagyobb mértékben a kulturális jellegű társadalmi különbségek határozzák meg. (Róbert, 1986; Kolosi, 1987) A kulturális fogyasztás tőkévé, kulturális tőkévé válhat, mely több generáción keresztül is kamatozhat. Az anyagi javak fogyasztásától viszont elkülönítettük (1) a *lakásvagyont* és a lakással összefüggő javak fogyasztását. Ezt indokoltá teszi az, hogy a háztartások gazdálkodásában általában ez a legértékesebb beruházás, és az a tény, hogy a magyarországi ingatlanpiacon nemzetközi összehasonlításban is különösen nagy társadalmi egyenlőtlenségek jelennek meg. (2) A tulajdonképpeni *anyagi fogyasztás* fogalma alatt a tartós fogyasztási cikkek birtoklását, valamint bizonyos térítéses szolgáltatások igénybevételét értjük. (3) A *kulturális fogyasztási* státus fogalmán pedig úgy definiáljuk, hogy ki, milyen mértékben fogyasztója a kultúraipar termékeinek. Ez mindenképp előtte a szabadidő felhasználáson keresztül ragadható meg. Modelünk ezért beleilleszkedik az *életstílus szempontú* megközelítések sorába.

### 2.2. A fogalmak mérése: operacionalizálás

E három előzetesen definiált státusdimenzió operacionalizálása során dichotóm és háromértékű változókkal dolgoztunk. Ezeket mutatja be az 1. táblázat. Az alapváltozókat jórészt intuitív úton, valamint korábbi vizsgálataink tapasztalatai alapján választottuk ki, majd egyszerű összeadásuk révén (additív) skálákat képeztünk. Végezetül a státusdimenziókat mérő összesített skálapontszámokat zéró átlagú 1 szórású sztenderdizált z-pontszámokká alakítottuk át.

1. táblázat A lakás, az anyagi és a kulturális fogyasztási státus operacionalizálásához felhasznált alapváltozók

	Lakás		Anyagi fogyasztás		Kulturális fogyasztás (szabadidő)	
	Változó	Kód	Változó	Kód	Változó	Kód
1.	Laksűrűség	0–1–2	Színes televízióval való ellátottság	0–1	Színházba járás gyakorisága	0–1
2.	Vezetékes vízzel való ellátottság	0–1	Automata mosógéppel való ellátottság	0–1	Múzeumba járás gyakorisága	0–1
3.	Fürdőszobával való ellátottság	0–1	Számítógéppel és Internettel való ellátottság	0–1–2	Hangversenyre járás gyakorisága	0–2
4.	Fűtés jellege	0–1–2	Értékes műtárgy birtoklása	0–2	Étterembe járás gyakorisága	0–1
5.	Telefonnal való ellátottság	0–1–2	Nyarló birtoklása	0–2	Nyarlás	0–1–2
6.	Lakóhely jellege	0–1–2	Autók száma a háztartásban	0–1–2	Könyvek száma a háztartásban	0–1–2
7.			Testápolásra fordított kiadások nagysága	0–1–2	Hanglemezek száma a háztartásban	0–1–2
8.			Művelődésre és oktatásra fordított kiadások nagysága	0–1–2	CD-k száma a háztartásban	0–1–2
9.			Fodrászhoz járás gyakorisága	0–1		
Terjedelem		0–10		0–15		0–13

Megjegyzés: A változók eloszlását lásd a Melléklet M1. táblázatában.

Az alapváltozók ismertetése után röviden térjünk ki arra, hogy miként mértük az elemzés során a látens fogalmakat. Előzetesen feltételeztük, hogy a három mért státusváltozónk (lakás, anyagi fogyasztás, kulturális fogyasztás) együttesen kifejezi a fogyasztás látens vertikális jellegű dimenzióját. Ezt a

feltevésünket igazolta a változók közötti korrelatív összefüggések vizsgálata, és az ezen alapuló főkomponens-elemzés. Az anyagi és kulturális fogyasztás közötti kapcsolat szorosabb ( $r=0,68$ ), mint az említett változók kapcsolata a lakás státussal ( $r=0,3$ ). A főkomponens-elemzés során egyetlen olyan faktor képződött, melynek sajátértéke egynél nagyobb volt (2. táblázat). A három változó közös főkomponense az együttes szórás 65%-át fejezi ki. A második főkomponens sajátértéke 1 alatti, de korántsem zéró, és ez a faktor 24%-át magyarázza a három változó információtartalmának.

2. táblázat Az anyagi fogyasztási, a kulturális fogyasztási és a lakás státus főkomponens elemzése: komponens mátrix

	1. főkomponens (státus)	2. főkomponens (státusinkonzisztencia)
Kulturális fogyasztási státus	0,874	-0,269
Anyagi fogyasztási státus	0,867	-0,301
Lakás státus	0,662	0,750
Sajátérték	1,953	0,725
Megmagyarázott szórás (%)	65,101	24,164

Megjegyzés: Sztenderdizált skálapontszámok, rotálatlan főkomponensek.

Az első főkomponens faktorpontszáma a fogyasztás szerinti hierarchikus különbségeket fejezi ki, és faktorpontszámára a továbbiakban, mint *fogyasztási státusra* hivatkozunk. Az első főkomponenstől független (merőleges) második főkomponens a társadalmi rétegződés nem-hierarchikus vetületét, a státusinkonzisztenciát fejezi ki.<sup>1</sup> A komponens mátrixból is kitűnik, hogy az alapvető inkonzisztenciák a lakáshelyzet, valamint a két fogyasztási státus-dimenzió „meg nem feleléséből” fakadnak (vö. 2. táblázat).

### 3. Fogyasztási csoportok meghatározása klaszterelemzéssel

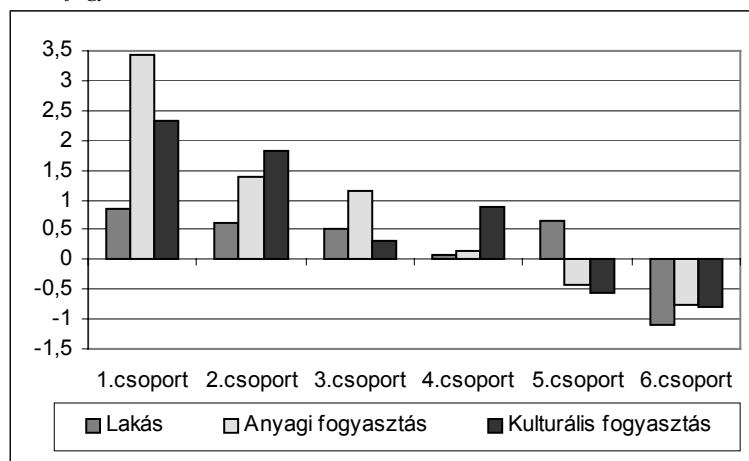
Elemzésünk célja nem pusztán az, hogy a fogyasztás szerinti társadalmi hierarchiában elhelyezzük a személyeket, és meghatározzuk a státusinkonzisztencia mértékét az egyenlőtlenségi rendszer különféle dimenziói mentén. Ennél tovább mentünk, és azt a kérdést is vizsgáltuk, hogy a három szóban for-

<sup>1</sup> A státusinkonzisztenciának így módon történő mérését Hope (1975) vezette be. Például Słomczyński (1989; 1999) lengyel szociológus elemzései is e módszeren alapulnak.

gó fogyasztási dimenzió szerint milyen *tipikus* csoportok különülnek el a mai magyar társadalomban.<sup>2</sup>

E kérdés megválaszolásához egy sor klaszterelemzést végeztünk exploratív célzattal. A klaszterelemzés célja ugyanis az, hogy a bevont változók szerint adott (*k*) számú homogén csoportot különíthessünk el. Az elemzés részleteinek ismertetésétől a jelen keretek között is kénytelenek vagyunk eltekinteni.<sup>3</sup> Végül is a sztenderdizált z-pontszámok klaszterelemzése alapján az 1. ábrán látható hatszorosított megoldást fogadtuk el.

1. ábra A fogyasztási státuscsoportok (átlagai) a lakás, az anyagi fogyasztás és a kulturális fogyasztás változókon



Megjegyzés: N=3467.

Az egyes dimenziók csoportátlagainak megjelenítésekor jól megkülönböztethetőek az átlag feletti, illetve az átlag alatti helyzetű csoportok. Az 1. és a 2. sz. csoport konzisztensen előnyös helyzettel jellemezhető mindhárom vizsgált fogyasztási dimenzióban. A két csoport között azonban jelentős hierarchikus jellegű különbségek vannak. A csekély létszámú 1. sz. csoport kimagasló anyagi és kulturális fogyasztási pozíciója alapján egyértelműen *elit*

2 Elemzésünket a 16 éves és idősebb, egyéni kérdőívet kitöltő személyek súlyozott mintáján végeztük el. A súlyozás a mintát nem, életkor, iskolai végzettség és településtípus szerint az 1996-os Mikrocensus megoszlásaihoz igazítja. A teljes súlyozott mintanagyság: N=3776. Az elemzésben szereplő megállapítások tehát a 16 évesnél idősebb *személyekre* vonatkoznak (Az érvényes súlyozott esetek száma, N=3467).

3 Különbözőképpen sztenderdizált skálapontszámokkal 5–6–7–8 csoportos klaszterelemzést végeztünk.

helyzetű, és elkülönül a *jómódú* 2. sz. csoporttól. Az előnyös helyzetű csoportok aránya a 16 éven felüli népességben 10%.

A 3. és 4. sz. csoportok az átlag körül, illetve valamivel az átlag felett helyezkednek el. E két csoport képezi a fogyasztási középréteget. Együttesen az egyének csaknem egyharmada (31%) tartozik ide. A két csoport leginkább az anyagi és a kulturális fogyasztás tekintetében tér el egymástól. A 3. sz. csoport (14%) az anyagi fogyasztási javak *felhalmozásával* tűnik ki, míg a 4. csoport (17%) kiemelkedő kulturális fogyasztásával. Mivel ez utóbbit főképpen a szabadidő felhasználásán keresztül mértük, *szabadidő-orientált középrétegek* neveztük el. Ötödik csoportunk lakás-státusa átlag feletti, még az említett középrétegekénél is magasabb. E csoport anyagi és kulturális fogyasztása az átlagtól elmarad. Az ötödik klasztercsoportot, mely arányában 28%-ot tesz ki, *jó lakású-deprivált*<sup>4</sup> csoportnak nevezzük, mert ez a csoport a lakást kivéve az átlaghoz viszonyítva „megfosztott” az anyagi és kulturális javak fogyasztásától. Más szempontból ez a csoport már „megkapaszkodott” a fogyasztási létrán, hiszen az egyik legalapvetőbb szükségletét képes átlag feletti szinten kielégíteni. A fogyasztási hierarchia alján a mindhárom vizsgált szempontból legkedvezőtlenebb helyzetű csoport helyezkedik el. Ez a társadalom alsó harmadát (31%) kitevő csoport a fogyasztási szempontból *deprivált-szegények* csoportja. Fontos hangsúlyozni azt, hogy a deprivált csoportok között és a deprivált csoportokon belül jelentős különbségek vannak, továbbá azt, hogy a depriváció nem azonos az abszolút értelemben vett szegénységgel. Habár, elemzésünkben a legmélyebb szegénységben élők is – amilyen mértékben ezt a vizsgálat jellege megengedi – megjelennek a deprivált-szegény csoportban. A legalsó csoport 10%-a olyan családok tagja, melyekre a háztartásfő szerint az jellemző, hogy „nélkülözések között élnek”, és további 31% esetében pedig arról számoltak be, hogy „hónapról-hónapra anyagi gondjaik vannak”.

#### 4. Fogyasztási csoportok elhelyezkedése a társadalmi egyenlőtlenségek terében

Láthattuk, hogy az egyes fogyasztási csoportok különböző – esetenként inkonzisztens – pozíciót foglalnak el a fogyasztás három vizsgált dimenziójában. Mint korábban kifejtettük, a hierarchikus és nem-hierarchikus különbségek számszerűsíthetők a fogyasztási státust és a státusinkonzisztenciát kifejező faktorpontszámok segítségével. Mivel a két főkomponens egymásra merőleges, lehetőségünk van arra, hogy a csoportokat elhelyezzük a státus és a

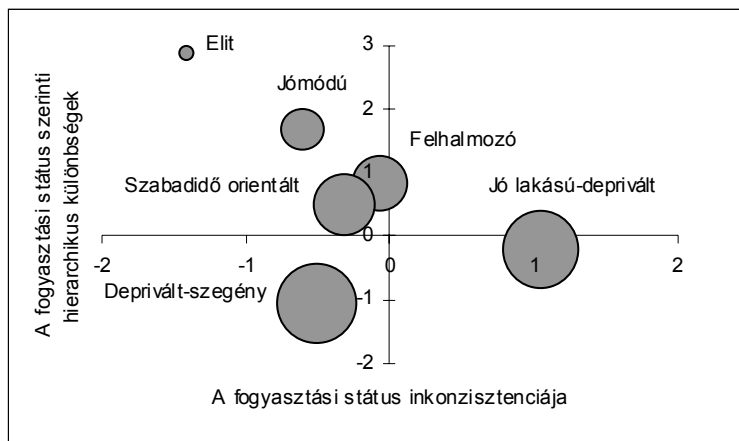
---

<sup>4</sup> A szociológiában és a szociálpszichológiában a viszonylagos hátrányos helyzetet, illetve annak érzetét a latin eredetű depriváció fogalmával jelölik.



státusinkonzisztencia kétdimenziós terében. A 2. ábrán éppen ezt tettük. A csoportokat szimbolizáló körök területe egyben a csoportok méretét is jelzi.

2. ábra Fogyasztási csoportok a fogyasztási státus és a státusinkonzisztencia terében – az 1. és a 2. főkomponens faktorpontszámainak átlaga

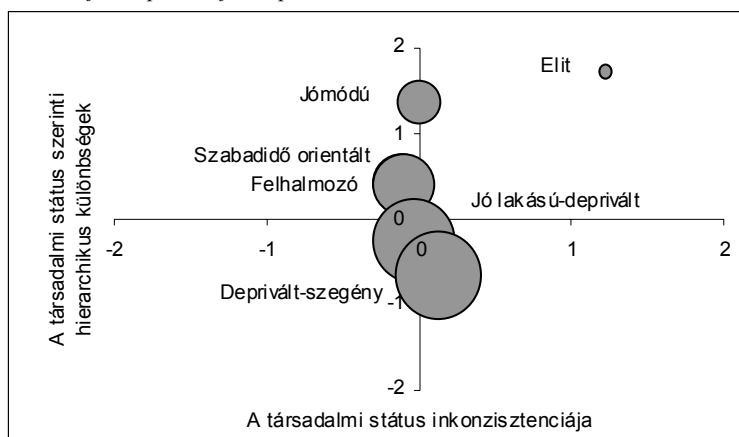


Az  $y$  tengelyen értelemszerűen a hierarchikus különbségeket jelenítettük meg, az  $x$  tengely pedig a státusinkonzisztencia dimenzióját jelzi. Az  $x$  tengelyen az origótól való eltérés pozitív irányba azt fejezi ki, hogy az anyagi és fogyasztási státushoz viszonyítva a lakás-státus előnyösebb és *vice versa*: a negatív eltérés viszonylagosan előnytelen lakás-státust fejez ki. Az ábrán látható, hogy a jó lakású-deprivált csoportot leszámítva ez utóbbi fajta inkonzisztencia a tipikusabb. Úgy véljük, ez fontos eredmény, még akkor is, ha látjuk, hogy részben a választott módszerekből fakad. Egyfelől arra gondolunk, hogy a lakás-státus mérése során túl szigorúan definiáltuk alapváltozóinkat. A lakás változó elméleti terjedelmének maximumát (10 pont) még az elit csoport körében sem figyelhettük meg. A második ok összefügg az előzővel. A mintában szereplő fogyasztási elit lakás-státusa nem kiugróan magasabb, mint a jómódú és a középrétegeké, ezért találtuk azt, hogy nagyfokú inkonzisztencia jellemzi a fogyasztási elitünket. Magyarországon is van konzisztens, jobb minőségű, nagyobb házakban élő fogyasztási elit is, amely ama bizonyos „láthatatlan csúcs” tartozik. A kérdezők esetükben maximum a videókamerával ellátott kaputelefont figyelhették meg, majd eggyel több esetet soroltak a kiesett főcímek közé. Mindazonáltal úgy véljük, hogy a hazai lakáshelyzet valóban inkonzisztenciák forrása, hiszen még a jobbmódúak és

középrétegek számára is hatalmas terhet jelent lakásuk minőségének javítása.<sup>5</sup>

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy miképpen helyezkednek el a fogyasztási csoportok a társadalmi rétegződés konvencionális indikátorai mentén, vagyis milyen a jövedelem, a foglalkozási presztízs és az iskolai végzettség szerinti helyzetük.<sup>6</sup> A társadalmi státust és az annak dimenziói szerint számított státusinkonzisztenciát az előzőekhez hasonlóan főkomponens elemzés révén állapítottuk meg (M2. táblázat). Az inkonzisztencia ezúttal – hasonlóan ahhoz, amit más fejlett ipari társadalmakban megfigyelték – a jövedelmi helyzet „meg nem feleléséből” adódik.<sup>7</sup>

3. ábra Társadalmi státus és státusinkonzisztencia fogyasztási csoportok szerint – az 1. és a 2. főkomponens faktorpontszámjai



A társadalmi státus konvencionális indikátorait tekintve (3. ábra) a fogyasztási csoportok szerinti hierarchikus különbségek kisebbek, mint a fogyasztás szerinti hierarchikus különbségek (vö. 2. ábra). Ez a társadalmi in-

5 Például a szűk elitre egyáltalán nem jellemző az, hogy anyagi gondjai lennének, mégis viszonylag nagy arányban (27%) a háztartás gazdálkodásával kapcsolatban kompetens személy arról számolt be, hogy az elmúlt év folyamán a „szükségesnél” kevesebb jutott lakáskarbantartásra.

6 A jövedelmet a márciusi havi személyes jövedelemmel, a foglalkozási presztízszt a Treiman-féle Sztenderd Nemzetközi Foglalkozási Presztízs (SIOPS) pontszámokkal (Ganzeboom–Graaf–Treiman, 1992), az iskolai végzettséget pedig az elvégzett osztályok számával mértük. A nyugdíjasok és az egyéb inaktív kategóriák esetében a SIOPS pontszám az utolsó foglalkozásra vonatkozik, de számottevő azok aránya, akik életükben sosem dolgoztak. Ez az oka az alacsonyabb esetszámnak (N=2973) a foglalkozás esetében (M3. táblázat).

7 A már idézett Słomczyński (1989, 1999) japán, lengyel és Egyesült Államok-beli adatokat közöl. A faktorok mintázata, megmagyarázott szórása a magyarországihoz nagyon hasonlóan alakul (vö. M2. táblázat).

tegráció szempontjából kedvező jelként értékelhető: a fogyasztási egyenlőtlenségek hosszabb távon csökkenhetnek, ha a társadalmi egyenlőtlenségi rendszer egyéb meghatározói – oktatás, jövedelemeloszlás, foglalkozási szerkezet – nem betonozzák be a kialakult fogyasztási egyenlőtlenségeket. A felhalmozó és a szabadidő orientált közép társadalmi státusa gyakorlatilag azonos, és e középső csoportok távolsága az alsóbb kategóriáktól is kisebb. A deprivált-szegények csoportjából tehát vezethetnek mobilitási utak a középrétegek felé. Nagyobb fokú hierarchikus különbség a középső csoportok és a fogyasztási hierarchia csúcsa (jómódú, elit) között található. A fogyasztói csoportok meglehetősen konzisztensek az iskolai végzettség, a foglalkozási presztízs és a személyes jövedelem együttjárását tekintve. Az inkonzisztencia az elitre jellemző, amely kimagasló jövedelmét tekintve – a meritokratikus elv terminológiájával – „túljutalmazott” helyzetben van.

## 5. Fogyasztási jellegzetességek

### 5.1. Lakás

A deprivált-szegények lakásának alapterülete átlagosan 73 m<sup>2</sup>. A fogyasztási hierarchiában emelkedve a lakás mérete folyamatosan nő. Az elit átlagos lakásnagysága 100 m<sup>2</sup>. Azonban a lakásra is igaz, hogy nem a méret az, ami igazán számít. Jelentősebb különbségek mutatkoznak a lakás minőségében és komfortfokozatában (M4. táblázat).

Minden negyedik (24%) *elit* csoportba tartozó személy többlakásos villa-, illetve sorházban lakik, és 39%-uk újabb, városi társasházban (M5. táblázat). A lakások településen belül a többség esetében (78%) „átlagos” lakáspiaci övezetbe tartozik, továbbá a kérdezők megítélése szerint az elit többsége „értékes modern”, illetve „patinás” bútorokkal berendezett lakásokban él.

A legalsó fogyasztói csoportbeli személyek az átlagosnál nagyobb arányban (81%) élnek családi házakban, melyek jelentős hányadban (34%) a településeken belül az olcsónak számító övezetekben találhatóak. A *deprivált-szegények* több mint harmada olyan házakban és lakásokban él, melynek a „napi életvitelt megnehezítő, kellemetlenné tevő” hiányossága van például zajos, dohos, sötét stb. (M6. táblázat). A kérdezők 50%-uk esetében „szegényesnek” ítélték meg a lakás berendezését. Továbbá a deprivált-szegények 30%-a olyan lakásban lakik, ahol nincs melegvíz és fürdőszoba, egy szűkebb csoportjuknak otthonában (21%) pedig egyáltalán nincsen vezetékes víz, és ennek következtében WC sem. Valamilyen fűtés szinte kivétel nélkül minden lakásban található. A deprivált-szegények zömének lakásában hagyományos egyedi fűtés van, melyhez olaj, fa avagy szén adja az energiát. A magasabb

státusúak tipikusan modernebb (gáz, villany) egyedi vagy központi fűtésű lakásokban laknak.

A telefonnal való ellátottság manapság már szinte minden fogyasztói csoportra egyaránt jellemző. Kivételt képez a legalsó fogyasztói csoport. A deprivált-szegény személyek zöme (54%) azonban telefon nélküli lakásokban él. Az elit csoportba tartozók 16%-ának családjában nemcsak vezetékes, hanem mobiltelefon is van. Megjegyzendő, hogy vezetékes telefon minden elit fogyasztói csoportba tartozó egyén lakásában van.

Az elit lakások átlagos piaci értéke 8 millió forint fölött van, míg a szegények lakásának értéke nem éri el a 2 millió forintot (M4. táblázat). A magyarországi lakáspiac sokat kritizált jellemzője az, hogy a rendszerváltást követően a szociális bérlakások aránya összezsugorodott, a magán bérlakáspiac pedig nem épült ki. A lakáshasználat jogcímét megfigyelve az tapasztalható, hogy a legalsó fogyasztói csoportok tagjainak 84%-a is tulajdonosként (vagy a tulajdonos családtagként) használja lakását. Ez az arány az elit körében 97%.

## 5.2. Tartós fogyasztási cikkek és pénzbeli kiadások

Átlagosan a személyek 44%-ának a családjában használnak személyes célra gépkocsit. A hierarchikus különbségeket a fogyasztási csoportok kialakítása során e tekintetben is figyelembe vettük, tehát nem meglepő, hogy ez az arány a deprivált csoportok esetében átlag alatti, míg a középrétegek és a jobb módúak esetében átlag feletti. Cég tulajdonában lévő személygépkocsit csak nagyon kevesek (2%) családjában használnak bevallottan magáncélra. Ez az arány gyakorlatilag nulla a depriváltak esetében, viszont 30% az elit esetében.

Hűtőgép, automata mosógép, színes televízió és személyi számítógép. Ezek a tartós fogyasztási cikkek minden elitbe tartozó személy háztartásában megtalálhatók (M7. táblázat). A hűtőgép státuszjelző szerepe persze csekély, hiszen még a deprivált-szegény személyek több mint kilenc-tizedének is van hűtőgépe a lakásában. Más fogyasztási cikkek „marker” jellege kézenfekvőbb: például az elitbe tartozó személyek 100%-ának van lakásában személyi számítógép, míg a deprivált-szegények körében ez az arány mindössze 1%. A legfelső státusú csoport 82%-a számára a számítógépes világhálózat, az Internet otthon is elérhető. Az otthoni Internet lényegesen kisebb arányokban a jómódúak és a felhalmozó közép háztartásaiban található még meg, alacsonyabb fogyasztási csoportokban gyakorlatilag nem fordult elő. Az igazán luxuscikkek számító fogyasztási javakról (pl. házi mozi, vitorlás hajó) a kérdőívünk nem tartalmazott kérdéseket. Elterjedtsége alapján talán csak a mosogatógép és a légkondicionáló berendezés számít annak: az előbbi 30%-os,

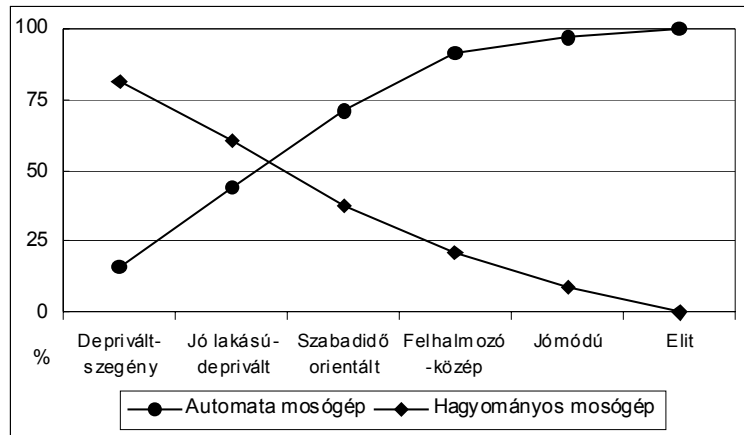
az utóbbi pedig mindössze 5%-os arányban található meg a legfelső fogyasztási csoport tagjainak háztartásában.

A színes televízióra is igaz az, hogy a berendezés birtoklása önmagában nem sokat árul el az egyén státusáról. Azonban a házak tetején lévő antennák és kábelek nemcsak a készülékbe viszik a jeleket, de a külvilág számára is üzennek. Az elit 14%-ának a lakásában van olyan tévékészülék, amely hagyományos tetőantennához csatlakozik. A deprivált szegényeknél ez az arány 61%. A kábelen érkező jel viszont tipikusan a magasabb státusú személyek privilégiuma: a deprivált-szegények negyede nézhet kábeltelvéziót, míg az elit közel kilencetizede (89%). Ezek az arányok a saját műholdvevő készülék esetében a legalsó és a legfelső státuscsoportban 12 és 24%. Nem mindegy persze, hogy a tetőn avagy az erkélyen elhelyezett „lavór” valódi műholdvevő és a csillagokat nézi, vagy „csak” AM-Mikro és a Szabadsághegyet bámulja. Ez utóbbival a fővárosban és az agglomerációjában találkozhatunk. Az mindenesetre biztos tudható, hogy a magasabb státusúak otthonában átlagosan több tévékészülék is van, és több tévécsatorna közül választhatnak, mint az alacsonyabb státusúak, bár a felsőbb státusúak kevesebb időt fordítanak tévénézésre. Megjósolható, hogy a fogható csatornák száma szerinti különbség a jövőben növekedni fog a digitális kábeltévé és a hozzákapcsolódó szolgáltatások, valamint az AM-Mikro sugárzás kódolása következményeképpen.

Vannak hasonló státusfüggő komplementer fogyasztási javak, mint azt láttuk a kábeltelvézió és a tetőantenna példáján. Ennek legtipikusabb példája az automata mosógép és a hagyományos mosógép. A vizsgált népesség felének (52%) van otthon hagyományos vagy automata mosógépe. E két fogyasztási cikk rétegeloszlását mutatja a 4. ábra.

A fogyasztási hierarchiában felfelé haladva egyre nagyobb valószínűséggel automata mosógépet találunk a háztartásokban. Az elit csoport tagjai esetében ez a valószínűség 100%, és 0% annak a valószínűsége, hogy hagyományos mosógépet találunk. Négy deprivált-szegény közül három ruháját viszont hagyományos mosógép tisztítja.

4. ábra A személyek hány százaléka lakik olyan háztartásban, ahol van automata és hagyományos mosógép – a válaszok eloszlása fogyasztási csoportok szerint (%)



Megjegyzés: átlag=52%.

Míg a legfelső fogyasztási csoport egy főre jutó háztartás jövedelme 3,5-szer több, mint a legalsó csoporté, addig a kiadásokban kisebb (2,9-szeres) különbség van. Ez jórészt abból adódik, hogy a háztartások kiadásai nagymértékben kötöttek, másrészt pedig a felső fogyasztási csoport többlet jövedelmeinek egy részét nem fogyasztásra, hanem megtakarításra fordítja. A megtakarítások nagyságáról – a tág statisztikai és nem-statisztikai jellegű hibahatárok miatt – csak óvatos becsléseket tehetünk. A deprivált-szegények átlagos (egy főre vetített) családi megtakarítása 17 ezer forint, az elit személyeké ennek kb. 26-szorosa: 430 ezer forint (M8. táblázat).

Azon személyekre vonatkozóan, ahol a családnak egyáltalán vannak megtakarításai, nagyon beszédes, státusfüggő különbségeket találhatunk az- zal kapcsolatosan, hogy a családok mire spórolnak. Az életkori különbségeket is figyelembe véve a középrétegek és a jobb módúak családjában fogyasztási cikkekre és öngondoskodásra („nyugdíjas korra”) takarékoskodnak. A fiatalabb, deprivált-szegények családjában a „gyerekekkel kapcsolatos kiadásra”, az idősebbek esetében pedig „váratlan eseményre” és temetésre teszik félre a pénzt.

### 5.3. Kulturális fogyasztás

A következőkben a fogyasztási rétegződés jellemzését az egyes csoportok kulturális fogyasztásán keresztül végezzük el. Az otthonon kívüli kulturális aktivitást tekintve fogyasztási csoportjaink hierarchikus elrendeződése jól visszatükröződik. Színházba, moziba, múzeumba, könyvtárba, komolyzenei koncertre stb. az elithez tartozók és a jómódúak összehasonlíthatatlanul inkább eljárnak, mint a két alsó csoport. A két középső státuscsoport közül pedig a szabadidő-orientáltak kulturális fogyasztása magasabb, mint a felhalmozóké. Az alsóbb csoportokhoz viszonyítva az elitből többen és többször (átlagosan évente 10-szer) járnak színházba. A deprivált-szegények közül azon keveseknél, akik eljutnak színházba, ez az átlag 2 alatt van. Jóllehet a szabadidő orientáltak gyakrabban mondták, hogy eljárnak kulturális intézményekbe, ha már csak a fogyasztókat vizsgáljuk, kisebb a különbség a felhalmozó és a szabadidő orientált típus között. A „magas kultúrán” kívül a fenti jellemzés megállja a helyét az étterembe járás esetében is, de például fodrászhoz a felhalmozó típusba tartozók járnak leginkább, bár nem a leggyakrabban.

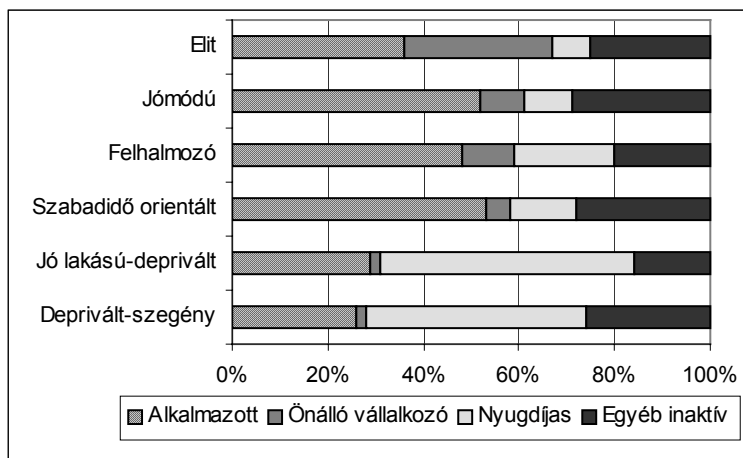
A csoportok közötti hierarchikus viszonyok megmutatkoznak a jellegzetes otthonülő aktivitásokban is. Az elithez és a jómódúak csoportjához tartozók 70–80%-a olvas rendszeresen újságot, a depriváltak fele sem. Hasonlóan az elit és a jómódúak mintegy fele olvas rendszeresen könyvet, a depriváltak alig több mint 10%-a. A szabadidő-orientáltak könyvet is gyakrabban olvasnak, mint a felhalmozók. Bár nem az elit tagjai mondják magukat a leggyakoribb könyvolvasóknak, mégis ötször annyi könyvet olvasnak, mint a depriváltak. A hierarchia megjelenik a másik tipikus otthonülő kulturális fogyasztásban, a tévézésben is, – bár éppen ellenkező módon. Az elit hétköznapi tévézése 2 óra alatt marad, miközben a jó lakású-depriváltak majd 3 órát ülnek a tévé előtt hét közben. Az elit a hétvégén se néz tévét 2 óránál sokkal többet, miközben az alacsony státusú csoportokban 3 és fél órát ülnek a tévé előtt hétvégén. A szabadidő-orientáltak egyébként többet is tévéznek, mint a felhalmozók.

### *6. A fogyasztási csoportok társadalmi-demográfiai profilja*

A fogyasztási státus pozíció társadalmi-demográfiai meghatározottságára ugyanaz érvényes, amely a társadalmi egyenlőtlenségek egyéb metszeteire. Elmondható, hogy a fiatalabbak, a gazdaságilag aktívak – mindenek előtt a vállalkozók – és a nagyobb városban lakók helyzete általában kedvezőbb, mint az idősebbek, a nyugdíjasok és más inaktív csoportok, valamint a vidéki kistélepüléseken élők helyzete. A társadalmi státussal való összefüggést tár-

gyalva jeleztük, hogy a fogyasztási státuscsoportok között vannak jelentős jövedelmi, iskolázottsági és foglalkozási presztízsbeli különbségek is (M3. táblázat). A fogyasztási csoportok nem szerinti összetételükben is különbözöek. A felsőbb csoportokban a nők alul-, míg a depriváció közeli csoportban felülreprezentáltak. Mindazonáltal nem figyelhető meg szignifikáns különbség férfiak és nők között a hierarchikus fogyasztási státuszpozícióban.

5. ábra A fogyasztási csoportok megoszlása gazdasági aktivitás szerint (%)



Megjegyzés: N=3463.

A társadalmi-demográfiai tényezők rangsorolásával kapcsolatban elmondható az, hogy a legnagyobb szerepe az iskolai végzettségnek van (M9. táblázat). A deprivált-szegények több mint kilenczede nem rendelkezik érettségivel. Az elit és a jómódúak közel fele viszont felsőfokú végzettségű. A települési egyenlőtlenségek szerepe szintén kitüntetett. Az elit zöme (58%) a fővárosban él, a deprivált-szegények viszont a községekben koncentrálnak, itt él e csoport 71%-a (M10. táblázat). Fontossági sorrendben az iskolázottsági és települési egyenlőtlenségeket az életkori, jövedelmi és gazdasági aktivitásbeli különbségek követik (5. ábra).



## 7. Attitűdök

### 7.1. Identitás és társadalmi összehasonlítás

Az egyének különböző csoportok tagjaként, azaz társas lényként cselekednek. Az egyén saját társadalmi helyzetét csoportok tagjaként, más csoportokkal összehasonlítva és saját élettörténetéhez mérve értékeli aszerint, hogy milyen mértékben képes céljait megvalósítani. Ez az összetett folyamat minél kedvezőbb képet ad az egyénről, annál nagyobb fokú az egyén lelki jóléte, és ez képessé teszi kreativitásának kibontakoztatására. Ha az egyén nem képes céljait megvalósítani, akkor módosíthatja igényeit, motivációit. Ha ezek nem módosíthatók (például enni mindenkinek kell, hogy Maslow motivációs hierarchiájára utaljunk), akkor vagy a normatív rendszer kérdőjeleződik meg az egyén számára (anómia), vagy az egyén saját magáról alkotott kognitív és affektív értékítélete változik kedvezőtlen irányba (depresszió). A részletek bemutatása nélkül csak jelezni kívánjuk, hogy e folyamat társadalmi meghatározottsága jól kimutatható a fogyasztási csoportok példáján is. A hierarchia alján lényegesen gyakoribbak az anómikus és depressziós tünetek, mint a felsőbb csoportokban. Ez az összefüggés kézenfekvően abból adódik, hogy a magasabb státusúak számára több társadalmi erőforrás adott céljaik megvalósításához. Részletesebben mutatjuk be azt, hogy az egyének milyen társadalmi osztályokkal azonosulnak és kikhez hasonlítják családjuk életszínvonalát, illetve annak változását.

Napjaink Magyarországon a népesség nagyobb része vagy a munkásosztályba (38%), vagy pedig a középosztály valamely szegmensébe sorolja magát (52%).<sup>8</sup> Az emberek egy kisebb hányada (8%) az „alsó osztályba” sorolja magát, s valószínűleg nem tévedünk, ha őket a tulajdonképpeni szegényekkel azonosítjuk, érte ez alatt azt, hogy szegénységük nem időleges és szegény mivoltuk meghatározza életformájukat, ha már egyszer „alsó” helyzetük beépült identitástudatukba. Ezt támasztja alá az is, hogy az alsó osztályba tartozók 59%-a esetében „nélkülözésről” és hónapról-hónapra ismétlődő „anyagi gondokról” számolt be a háztartás gazdálkodásában kompetens személy. Az emberek csak szűk töredéke (2%) az, aki a felső középosztályba sorolja magát. A középosztály nagyobb hányada (29%) a jelző nélküli középosztályt, kisebb része (21%) pedig az „alsó középosztályt” jelenti.

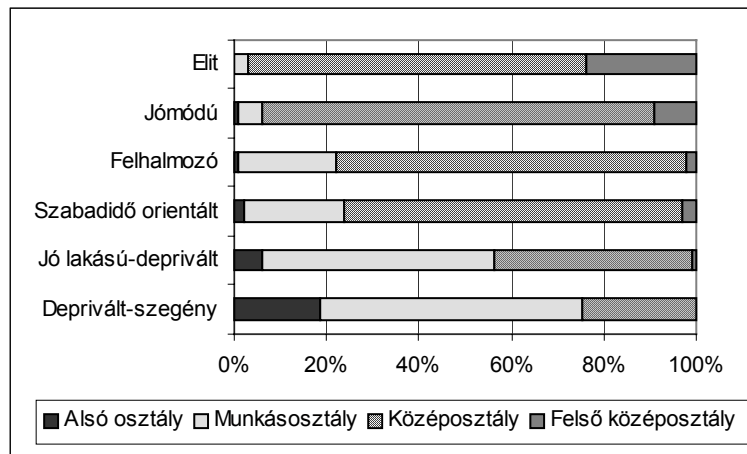
A fogyasztási csoportokat tekintve az tűnik ki, hogy a deprivált-szegények zöme (57%) a munkásosztállyal, egy kisebb csoportjuk – amely jelentős hányadot képvisel (25%) – a középosztállyal azonosul (6. ábra).

---

<sup>8</sup> A kilencvenes évek elején megfigyelhető volt a középosztályi identitás tényerése a munkásosztályi azonosulással szemben (Róbert, 1994). E folyamat mögött azonban feltehetően nem egy „objektív” középosztályosodási folyamat állt, hanem ezen azonosulási kategóriák átértékelése (Fábián, 1994).

Ezen túl e csoport majd minden ötödik (19%) tagja alsó osztálybelinek minősíti magát. A munkásosztályi azonosulás dominál a jó lakású-depriváltak körében is. A középosztályi identitás a felsőbb fogyasztási csoportokban válik igazán tipikussá. A legnagyobb arányban (86%) a jómódúak körében sorolták magukat a középosztályba. Az elit tagjainak negyede (24%) a felső középosztállyal azonosul.

6. ábra A fogyasztási csoportok összetétele osztályazonosulás szerint



A kérdőívünkben tizenhárom olyan viszonyítási lehetőséget soroltunk fel, melyek szóba jöhetnek a család életszínvonalának értékelésekor. Ezek egy kivételével („saját régebbi életszínvonala”) olyan csoportok, melyek vonatkoztatási szerepet tölthetnek be. Arra kértük a megkérdezetteinket, hogy válasszanak ki hármat, melyeket leginkább figyelembe vesznek akkor, amikor a családjuk életszínvonalát megítélik (3. táblázat).

Az emberek általában barátaikhoz, ismerőseikhez, valamint saját régebbi életszínvonalukhoz viszonyítanak, amikor a családjuk életszínvonalát értékelik. A fogyasztási elit megkülönböztető jegye az, hogy gyakorta a nyugat-európai országok lakóihoz hasonlítják magukat. A jómódúak, és a középrétegek sajátossága, hogy az átlagemberekhez viszonyítanak, a deprivált csoportoké pedig az, hogy a szomszédságukhoz, lakókörnyezetükhöz vagy közeli rokonaikhoz. A szabadidő-orientált közép e szempontból átmenetet képez, mert ők egyaránt gyakran választották az átlagembereket és a lakókörnyezetet viszonyítási alapként. A leggyakoribb három választás között e csoportnál nem szerepel a saját régebbi életszínvonal, melynek háttérében az is állhat, hogy e csoport átlagéletkora a legalacsonyabb.

Megfigyelhető az, hogy az elit csoporthoz tartozók körében gyakori referencia a magáncégeknél dolgozók csoportja is. Az állami szektorban dolgozókhoz leggyakrabban a jómódúak és a felhalmozó közép hasonlítja magát. Hasonlóan a lakókörnyezethez való viszonyításhoz, a rokonsággal való összehasonlítás is egyre gyakoribb a fogyasztási hierarchia alja felé. Nem meglepő, hogy ugyanez igaz a magyarországi szegényekre, mint viszonyítási kategóriára is, csak hogy a szegényekhez jóval kevesebben mérik magukat, mint a szomszédokhoz és a hozzátartozókhoz. Még a deprivált csoportok tagjai is inkább az „átlagemberekhez” viszonyítják saját helyzetüket.

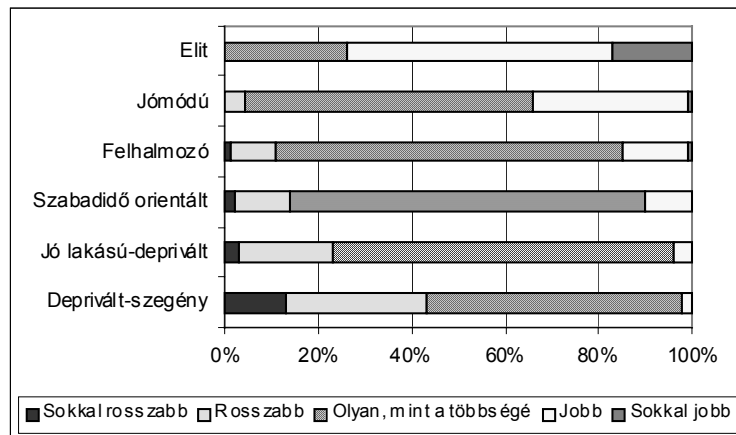
3. táblázat *Vonatkoztatási csoportok a család életszínvonalának megítélésekor – a leggyakoribb említések fogyasztási csoportok szerint*

	1. leggyakoribb választás	2. leggyakoribb választás	3. leggyakoribb választás
Elit	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal	Saját régebbi életszínvonal	Nyugat-európai országok lakóinak életszínvonal
Jómódú	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal	Magyarországi átlagemberek életszínvonal	Saját régebbi életszínvonal
Felhalmozó	Magyarországi átlagemberek életszínvonal	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal	Saját régebbi életszínvonal
Szabadidőorientált	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal	Magyarországi átlagemberek életszínvonal	A lakókörnyezetében élő emberek életszínvonal
Jó lakású-deprivált	Saját régebbi életszínvonal	A lakókörnyezetében élő emberek életszínvonal	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal
Deprivált-szegény	A lakókörnyezetében élő emberek életszínvonal	Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonal	Saját régebbi életszínvonal

Megjegyzés: Vö. M11. táblázat.

Hogy mit érzékelünk átlagosnak, az annak a függvénye, hogy milyen társadalmi közegben mozgunk, és milyen képet alkotunk a tömegkommunikáció üzenetei alapján a külvilágról. Ennek következtében az észlelt átlagok és a társadalomstatisztikai átlagok között nagy különbségek lehetnek. Az elit tagjait leszámítva minden fogyasztási csoport többsége „átlagosnak” ítéli meg családjá anyagi helyzetét (7. ábra).

7. ábra „Az Önök jelenlegi anyagi helyzete az ország lakosainak többségéhez képest...” – az anyagi helyzet megítélése a fogyasztási csoportokban (%)



Megjegyzés: N=3408.

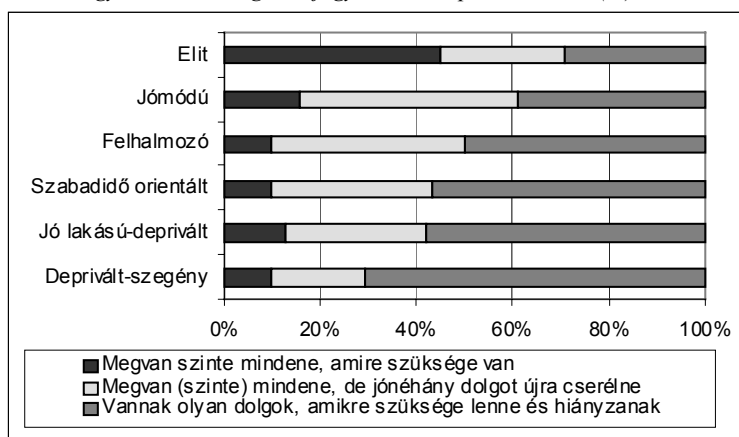
## 7.2. Fogyasztói attitűdök

Egy igen általános kérdéssel az emberek fogyasztói „jóllakottságát” próbáltuk megmagyarázni. Eszerint mintánkban minden tizedik válaszolóval „megvan mindene”, szűk 30% „jónéhány dolgot szívesen újra cserélné” maga körül, s majd 60%-nak hiányzanak dolgok, szüksége lenne valamire. A fogyasztói szempontból nyilván legvonzóbb célcsoportnak, az elitnek is csak kevesebb mint fele állítja, hogy megvan mindene, egynegyedük valamit lecserélné, másik bő negyedüknek még hiányzik is valami. Természetesen a depriváltak 70%-a panaszkodik hiányokról, s csak 10%-uknak van meg mindene. Lényeges viszont, hogy a jómódúak 40, a felhalmozók 50, a szabadidő-orientáltak majd 60%-ának hiányzik valami, illetve közel ilyen arányban cserélnének ki valamit otthonukban (8. ábra).

A fogyasztást nemcsak a pénztárca vastagsága, de a fogyasztói beállítódás is meghatározza. Mintánknak csak egynegyede jellemzi magát olyan személyként, aki szeret minden új terméket kipróbálni. Minden harmadik válaszoló szerint az új dolgok csak a pénztárcák „megcsapolására” valók. Az elit csoportba tartozók viszont 40%-ban, de még a felhalmozó, illetve a szabadidő-orientált típusba kerültek is egyharmados arányban szeretik kipróbálni az új termékeket. Igazából ez az arány még a depriváltaknál is viszonylag magas (20%), még ha az ilyesmi náluk esetleg többnyire csak vágy marad. A

depriváltak majd fele – savanyú a szőlő alapon? – úgy gondolja az új dolgok csak arra valók, hogy az emberek több pénzt költsenek. Érdekes módon ezt a nézetet az elit egyharmada is vallja. Viszont a jómódúak, a felhalmozók vagy a szabadidő-orientáltak között szignifikánsan alacsonyabb azok aránya, akik ilyen elutasítónan közelednének az új dolgokhoz. Ők tehát adott esetben jobb fogyasztási célcsoportok lehetnek a leggazdagabbaknál.

8. ábra Fogyasztási szükségletek fogyasztási csoportok szerint (%)



Megjegyzés: N=3449.

Különbözik természetesen az is, hogyan fogyasztanak az emberek: vásárláskor az árra vagy a minőségre figyelnek. Ezt persze nyilván az is befolyásolja, milyen árucikkről van szó. Két példánk közül, a zöldség-gyümölcs esetében az emberek egynegyede egyértelműen az árra, másik egynegyede egyértelműen a minőségre figyel. Egy fogyasztási cikk (cipő) esetében viszont csak egyötöd nézi egyértelműen a minőséget, egyharmad viszont az árat. Az elitnek közel 60%-a, a jómódúaknak viszont csak 30%-a, mindenképpen a minőségre figyel, a depriváltak 40–50%-a pedig leginkább az ár alapján vásárol. Mindkét termék esetében a relatív többség a minőséget helyezi az ár elé vásárlási döntésénél a felhalmozó és a szabadidő orientált csoportban is.

A fogyasztói–befektetői relációban jellegzetes a hazai állapot: egy képzeletbeli nagyobb pénzösszeget kétharmada életszínvonala javítására fordítana, s csak alig 20% fektetné be. (Lenne egy olyan réteg is, amelyik megtakarításait növelné a képzeletbeli pénzüsszeggel.) Természetesen az elit kétharmada befektetne, s a depriváltak 70%-a saját fogyasztásra költene a talált pénzből. A jómódúaknak viszont már csak 30%-a fordítaná az összeget befektetései

növelésére, miközben a felhalmozó és a szabadidő-orientált csoportba tartozók közel 60%-a életszínvonalát emelné.

A kockázatvállalás egyébként sem tűnik erősnek kutatásunk szerint a magyar társadalomban. Egy családtagra, jó ismerősre vonatkozó tanács adott esetben 86%-nál úgy szólna, hogy egy átlagos, biztos megélhetést kínáló állást fogadjon el az illető, s ne egy olyat, ahol vagy nagyon sokat, vagy pedig csak a minimálbért kereshetné majd. Igaz a nagyobb kockázatot jelentő választást az elitnek is csak 40%-a támogatná, de a depriváltak több mint 90%-a szerint „biztosra kell menni”.

## 8. Összefoglalás

A klaszterelemzés eredményeként kialakított fogyasztási csoportok alapján a magyar társadalomról egy hierarchikusan tagolt piramisszerű képet kaptunk. A szűk körű elittől lefelé haladva a társadalmi grádicson fokozatosan jutunk el a hierarchia alján elhelyezkedő, számosságában legkiterjedtebb deprivált-szegény csoportig. Látnunk kell azonban azt, hogy ez a kép egy sor tudatos kutatói döntés alapján rajzolódott ki. Egy festmény hangulatát már alapvetően meghatározza az, hogy a festő milyen színeket visz fel a vászonra. Esetünkben a színeket akkor határoztuk meg, amikor a korábbi vizsgálataink tapasztalatai és kutatói intuíciónk alapján kiválasztottuk alapváltozóinkat és meghatároztuk azok mérési szintjét, kódolását stb.<sup>9</sup> Mi a jelen keretek között arra törekedtünk, hogy a fogyasztási szempontból a nagyobb vásárlóerővel bíró célcsoportokról nyerjünk árnyaltabb képet. A kirajzolódott fogyasztási piramis nagymértékben e törekvésünk eredménye.

Mindazonáltal elgondolkodtató az, hogy különféle céllal és módszerekkel végzett vizsgálataink szerint a deprivált és a depriváció közeli csoportok együttes aránya a kilencvenes évek második felében Magyarországon 50–60%. A deprivált fogyasztási csoportok fő jellegzetessége az iskolázatlanság, és az, hogy a munkaerőpiacon nem képesek érvényesülni. Ők már nyugdíjba vonultak vagy időlegesen, vagy hosszabb távon kiszorultak a munkaerőpiacról.

---

<sup>9</sup> Itt vissza kell kanyarodnunk az eredeti változók kódolásának kérdéséhez. Az alkalmazott mérési eljárás a két és a három értékűre átkódolt alapváltozókkal viszonylag tág teret biztosított ahhoz, hogy a változók eloszlását a kutatás céljának megfelelően alakíthassuk ki. Lehetőségünk volt arra például, hogy a dichotóm változókat eloszlásuk alapján 0–1 értékűre, avagy éppenséggel 0–2 értékűre kódoljuk. (Vö. M1. táblázat.) A kutatás célja pedig éppen az volt, hogy fogyasztási célcsoportokat határozzunk meg. Egy, mondjuk szociálpolitikai célú elemzésnek nyilvánvalóan más szempontokra és más módszertanra kellene támaszkodnia, és egy ilyen elemzés nagy valószínűséggel más képet rajzolna a társadalomról.

A jó lakású-deprivált csoport 59%-a 50 év feletti. Esetükben ez a státus valószínűleg a korábbi előnyösebb pozíció elvesztéséből fakad. Nem véletlen tehát, hogy életszínvonaluk megítélésekor leggyakrabban saját régebbi életszínvonalukat veszik alapul, és kedvezőtlenül ítélik meg jelenlegi helyzetüket (lásd 3. táblázat). Megkockáztatható, hogy a jó lakású-depriváltak e szegmense a tulajdonképpen „lecsúszott”, zömében (53%) ma már nyugdíjas „kádári” kispolgárság, az egykori „városias jómódú munkás” és „városias alsó” státuscsoportok. A lakásfenntartási költségek az összes fogyasztási csoport közül a jó lakású-depriváltak esetében teszik ki a legnagyobb hányadot. Ez azt jelzi, hogy az idősebb jó lakású-depriváltak csoportjának egyre nagyobb erőfeszítést jelent a valamikori státusuknak megfelelő lakás fenntartása. Ők gyaníthatóan végső esetben arra kényszerülnek majd, hogy lakásuk eladásával jussanak többletjövedelemhez, s ezzel lecsúszhatnak a legalsó fogyasztási csoportba.

A jó lakású-deprivált csoport kétötöde még aktív korú és harmaduk teljesen aktív is a munkapiacon. Esetükben e státus inkább azt fejezi ki, hogy e csoport „megkapaszkodott”. Jelentős anyagi erőfeszítéssel megteremtett magának egy viszonylag jó minőségű lakást, amelynek megszerzése az anyagi és kulturális fogyasztás rovására történt. A csoport fiatalabb és aktív tagjai számára azonban még nyitott a fogyasztási középrétegekbe való felemelkedés lehetősége.

Általában is igaz, hogy az alapvető szükségletek kielégítése a deprivált csoportok kiadásainak közel 90–100%-át felemészti. Ebben a helyzetben tehát a lakosság mintegy 60%-át a létfenntartó fogyasztás különböző szintjei – a valódi szegénységtől a tisztas megélhetésig – jellemzik. A létfenntartási fogyasztás (élelmiszer, ruha, egészségügy, lakásrezsi) körén kívül eső termékek lényegében csak a társadalom 40%-át kitevő középrétegeknek és a jobb módúaknak adhatók el.

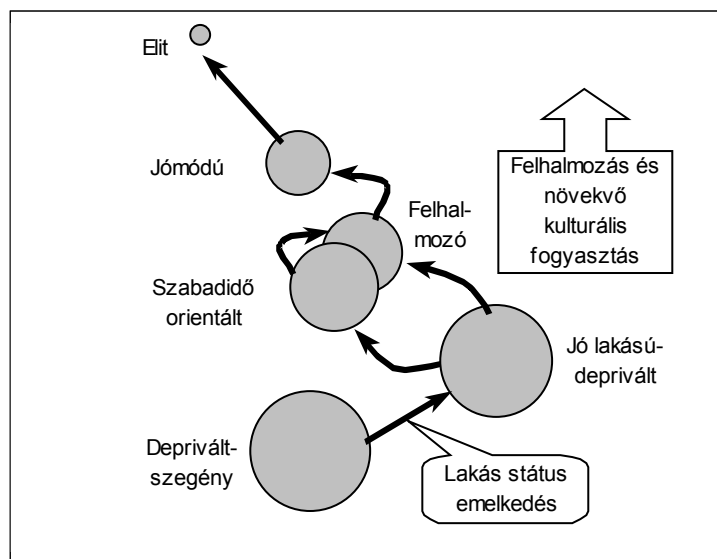
A középrétegek két csoportja, a szabadidő-orientáltak és a felhalmozók társadalmi státusa (iskolázottság, foglalkozási presztízs és jövedelem tekintetében) gyakorlatilag azonos. A foglalkozás és gazdasági aktivitás oldaláról azonban lényeges különbségek találhatók a középrétegek között. A diákok – akik általában erősen felülreprezentáltak a felsőbb státuscsoportokban – és a szakmunkások nagyobb arányban találhatók meg a szabadidő-orientált csoportban. A felhalmozók között ezzel szemben nagyobb arányú a vállalkozók és a nyugdíjasok csoportja. Ez utóbbi nyilvánvalóan összefügg azzal, hogy életkorilag a legfiatalabb fogyasztási csoport a szabadidő-orientáltak csoportja. A középrétegek két csoportja közötti különbség háttérben főképpen tehát egy életciklus effektus áll. A felhalmozók anyagi fogyasztásra és megtakarításokra fordítják a karrierjük során kumulálódott jövedelmet.

A középrétegek és a jobb módúak között jelentősek a társadalmi státusban megfigyelt hierarchikus különbségek. Az előbbieket esetében például a

diplomások aránya 20% alatti, addig a jómódúak és az elit körében a diplomások 40% feletti hányadot tesznek ki. Az elit a jómódúaknál nagyobb arányban a fővárosban koncentrálódik, és körükben a vállalkozók aránya is lényegesen magasabb. Társadalmi státusuk azonban megegyezik. Az eltérő fogyasztási pozíciók hátterében minden bizonnyal a családi átörökítés is szerepet játszik. Erre utal az, hogy az elitbe tartozó személyek egyötöde diák.

Különböző módszerű vizsgálatok összevetése mindig problematikus, mindazonáltal talán érdemes a hosszabb távú tendenciákra is utalnunk. A nyolcvanas évek elején még a deprivált csoportok arányát 10–30%-ra becsülték, ugyanakkor a középrétegek a társadalom nagyobb hányadát tették ki, mint napjainkban. Az elmúlt két évtizedben a társadalmi egyenlőtlenségek növekedtek, miközben a lakossági reáljövedelmek csökkentek egészen a legutóbbi esztendőig, s ez együtt járt a középrétegek anyagi helyzetének nivelálódásával. E folyamat a rendszerváltás kezdeti szakaszában kapott igazán nagy lendületet.

9. ábra *Lehetséges felfelé irányuló mobilitási utak a fogyasztási csoportok között*



Érdemes röviden utalni a politikai konzekvenciákra is. Az átalakulás politikai dinamikáját a lecsúszó középrétegeknek címzett üzenetek határozták meg. A nyugodt erőként fellépő MDF „fájdalommentes” átalakulást ígért



1990-ben. A nagy visszatérő, a Magyar Szocialista Párt az átalakulás kezdeti szakaszának sokkja után, 1994-ben a szociális biztonság iránti nosztalgiára építhetett. 1998-ban, túl az államháztartás stabilizálásán a Fidesz „polgároso-dást”, anyagi-jóléti gyarapodást ígért a középrétegeknek és konszolidációt a lecsúszottaknak.

Úgy véljük, hogy – a tárgyalt gazdasági, társadalmi és életkori törésvonalak ellenére – a fogyasztási csoportok között léteznek mobilitási utak. A logikailag lehetséges irányokat mutatja be a 9. ábra. Az, hogy a gyakorlatban mely utak bizonyulnak járhatónak, nagy mértékben társadalompolitikai kérdés is.

## IRODALOM

- Baudrillard, Jean (1987): A tárgyak rendszere. Gondolat, Budapest.
- Bokor Ágnes (1985): Telepi cigányok. Szociálpolitikai Értesítő. 1. (4–5). 396–422. old.
- Fábián Zoltán (1994): A középrétegek: Adalékok a posztkommunista átmenet társadalmi és társadalomlélektani hatásaihoz. In: Andorka R.–Kolosi T.–Vukovich Gy. (szerk.) Társadalmi riport 1994. TÁRKI, Budapest. 351–377. old.
- Fábián Zoltán–Róbert Péter–Szivós Péter (1998): Anyagi-jóléti státuscsoportok társadalmi miliói. In: Kolosi T.–Tóth I. Gy.–Vukovich Gy. (szerk.) Társadalmi riport 1998. TÁRKI, Budapest.
- Fábián Zoltán–Róbert Péter–Szivós Péter (1999): A társadalom anyagi-kulturális szegmentáltsága. In: Szivós P. és Tóth I. Gy. (szerk.) Társadalmi tény-kép, 1998. TÁRKI Monitor Jelentések. TÁRKI, Budapest.
- Fromm, Erich (1994): Birtokolni vagy létezni. Egy új társadalom alapvetése. (Fordította: Hidas Zoltán). Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Fussel, Paul (1987): Osztálylétrán Amerikában. (Fordította és az utószót írta: Bartos Tibor). Európa Könyvkiadó, Budapest.
- Galbraith, John Kenneth (1958): The affluent society. New American Library, New York.
- Ganzeboom, Harry B. G.–Graaf, Paul M.–Donald J. Treiman (1992): A Standard International Socio-economic Index of Occupational Status. Social Science Research 21: 1–56. old.
- Hope, Keith (1975): Models of Status-Inconsistency and Mobility Effects. American Sociological Review 40. 623–638. old.
- Huntington, Samuel P. (1998): A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása. Európa Könyvkiadó, Budapest. 29–30. old.
- Kolosi Tamás (1987): Tagolt társadalom. Gondolat, Budapest.
- Kolosi Tamás–Sági Matild (1996): Rendszerváltás és társadalomszerkezet. In: Andorka R.–Kolosi T.–Vukovich Gy. (szerk.) Társadalmi R riport 1996. TÁRKI, Budapest.
- Kolosi Tamás–Szelényi Iván–Szelényi Szonja–Bruce Western (1991): Politikai mezők a poszt-kommunista átmenet korszakában. Szociológiai Szemle (1). 5–34. old.
- Körösényi András (1996): Nomenklatura és vallás. Törésvonalak és pártrendszer Magyarországon. Századvég (1). 67–93. old.
- Marcuse, Herbert (1990): Az egydimenziós ember. (Fordította: Józsa Péter). Kossuth Könyvkiadó, Budapest.
- Róbert Péter (1986): Származás és mobilitás. Rétegződés-modell vizsgálat VII. Társadalomtudományi Intézet, Budapest.

- Róbert Péter (1994): Egyenlőtlenségtudat. In: Andorka R.–Kolosi T.–Vukovich Gy. (szerk.) Társadalmi Riórt 1994. TÁRKI, Budapest. 311–333. old.
- Słomczyński, Kazimierz M. (1989): Social Structure and Mobility: Poland, Japan, and the United States. Methodological Studies. Institute of Philosophy and Sociology, Polish Academy of Sciences. Varsó.
- Słomczyński, Kazimierz M. (1999): Mental Adjustment to the Post-Communist System in Poland. IFiS Publishers. (With Krystyna Janicka, Bogdan W. Mach, Wojciech Zaborowski.), Varsó.
- Sobel, Michael E. (1981): Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses. Academic Press, New York.
- Szelényi Iván–G. Eyal–E. Townsley (1996): Posztkommunista menedzserizmus: a gazdasági intézményrendszer és a társadalmi szerkezet változásai. I–II. rész. Politikatudományi Szemle 2. szám: 7–30. old. és 3. szám: 7–32. old.
- Veblen, Thorstein (1975): A dologtalan osztály elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

## Melléklet

M1. táblázat *A változók definíciója és százalékos megoszlása, valamint a hiányzó esetek száma*

I. Lakás és lakóhelyi státus	Változó definíció	Megoszlás (%)			Hiányzó esetek (N)	Mérési szint
		0	1	2		
I.1. Laksűrűség	0: kevesebb mint egy szoba/fő 1: 1–1,9 szoba/fő 2: egy személyre legalább két szoba jut	57,6	35,5	7,0	4	háztartás
I.2. Vezetékes vízzel való ellátottság	0: nincs vezetékes víz 1: van vezetékes víz	6,4	93,6	–	0	háztartás
I.3. Fürdőszoba	0: nincs fürdőszoba 1: van fürdőszoba	10,0	90,0	–	0	háztartás
I.4. A lakás fűtése	0: hagyományos egyedi 1: modern egyedi 2: központi fűtés, cirkókazán	20,1	45,6	34,3	0	háztartás
I.5. Telefonnal való ellátottság	0: nincs egyáltalán telefon 1: vezetékes vagy mobiltelefon van 2: vezetékes és mobiltelefon is van	20,9	75,9	3,2	0	háztartás
I.6. Lakóhelyi státus	0: falusi 1: nem önálló városi 2: önálló városi	37,1	35,5	27,4	0	háztartás

## Az M1. táblázat folytatása

II. Anyagi fogyasztás	Változó definíció	Megoszlás (%)			Hiányzó esetek (N)	Mérési szint
		0	1	2		
II.1. Színes TV	0: nincs színes TV 1: van színes TV	11,5	88,5	–	18	háztartás
II.2. Automata mosógép	0: nincs automata mosógép 1: van automata mosógép:	46,8	53,2	–	8	háztartás
II.3. Számítógép	0: nincs személyi számítógép (PC) 1: van PC, de nincs Internet 2: Internethez csatlakozható PC	83,6	13,8	2,6	62	háztartás
II.4. Műtárgy	0: nincs értékes műtárgy 2: van értékes műtárgy	96,9	–	3,1	0	háztartás
II.5. Nyaraló	0: nincs nyaraló 2: van nyaraló	95,2	–	4,8	0	háztartás
II.6. Autók száma	0: nincs személygépkocsi 1: egyetlen autójuk van 2: több autójuk van	54,7	39,5	5,8	4	háztartás
II.7. Művelődés/oktatás kiadás Ft-ban az elmúlt 3 hónapban	0: 0 Ft 1: 0–10 ezer Ft 2: 10 ezer Ft felett	59,8	30,1	10,1	10	háztartás
II.8. Testápolásra fordított kiadás Ft-ban az elmúlt 3 hónapban	0: 0–3 ezer Ft 1: 3–10 ezer Ft 2: 10 ezer Ft felett	57,2	36,0	6,8	100	háztartás
II.9. Fodrászhoz járás gyakorisága	0: nem volt fodrásznál az utóbbi félévben 1: volt fodrásznál az utóbbi félévben	22,9	77,1	–	2	egyéni

Az M1. táblázat folytatása

II. Kulturális fogyasztás	Változó definíció	Megoszlás (%)			Hiányzó esetek (N)	Mérési szint
		0	1	2		
III.1. Színházba járás gyakorisága	0: nem volt az utóbbi félévben színházban 1: volt színházban az utóbbi félévben	75,9	24,1	–	5	egyéni
III.2. Múzeumba járás gyakorisága	0: nem volt az utóbbi félévben múzeumban 1: volt múzeumban az utóbbi félévben	69,5	30,5	–	8	egyéni
III.3. Hangversenyre járás gyakorisága	0: nem volt az utóbbi félévben hangversenyen 2: volt hangversenyen az utóbbi félévben:	91,5	–	8,5	6	egyéni
III.4. Étterembe járás gyakorisága	0: nem volt az utóbbi félévben étteremben 1: volt étteremben az utóbbi félévben	57,9	42,1	–	6	egyéni
III.5. Nyaralás (az utóbbi 5 évben)	0: nem volt nyaralni 1: belföldön nyaralt 2: külföldön nyaralt	58,2	21,8	20,0	4	egyéni
III.6. Könyvek száma	0: 0–100 db 1: 101–999 db 2: 1000+ db	49,7	39,0	11,3	89	háztartás
III.7. CD lemezek száma	0: 0 db 1: 1–49 db 2: 50+ db	76,1	19,3	4,6	30	háztartás
III.8. Hanglemezek száma	0: 0 db 1: 1–49 db 2: 50+ db	61,9	21,8	16,3	27	háztartás

M2. táblázat *A személyes jövedelem, a foglalkozási presztízs és az iskolai végzettség főkomponens elemzése – komponens mátrix*

	1. főkomponens (társadalmi státus)	2. főkomponens (státusinkonzisztencia)
Iskolai végzettség	0,842	-0,236
Foglalkozás	0,817	-0,360
Jövedelem	0,655	0,753
Sajátérték	1,806	0,752
Megmagyarázott szórás	60,201	25,068

Megjegyzés: A változók definícióját lásd a tanulmány szövegében (2. fejezet). Rotálatlan főkomponensek.

M3. táblázat *Átlagos személyes jövedelem, foglalkozási presztízs és iskolai végzettség fogyasztási csoportok szerint*

Fogyasztási csoport	Jövedelem			Foglalkozási presztízs			Iskolai végzettség		
	Átlag	Szórás	N	Átlag	Szórás	N	Átlag	Szórás	N
Elit	97 070	141 957	37	49,8	12,2	30	13,32	3,21	37
Jómódú	58 804	56 277	310	51,2	12,5	232	13,34	3,21	309
Felhalmozó-közép	41 838	32 780	482	42,2	11,4	419	11,68	2,59	482
Szabadidő-orientált	39 605	31 524	598	41,5	10,9	488	11,56	2,45	598
Jó lakású-deprivált	31 843	19 134	958	36,3	10,5	886	9,59	2,82	958
Deprivált-szegény	25 373	14 513	1081	32,3	9,5	919	7,98	2,99	1081
<i>Átlag/összesen</i>	<i>35 667</i>	<i>33 386</i>	<i>3467</i>	<i>38,0</i>	<i>11,9</i>	<i>2973</i>	<i>10,09</i>	<i>3,35</i>	<i>3466</i>

Megjegyzés: A változók definícióját lásd a tanulmány szövegében (2. fejezet).

M4. táblázat *A lakás átlagos alapterülete, becsült értéke és piaci értéke*

	A lakás alapterülete			A lakás becsült értéke*			A lakás becsült piaci értéke**		
	Átlag	N	Szórás	Átlag	N	Szórás	Átlag	N	Szórás
Elit	100	37	54	8 360 842	33	6 655 133	8 107 929	31	6 751 298
Jómódú	86	310	43	6 792 903	283	4 791 733	6 038 204	256	3 863 019
Felhalmozó-közép	85	482	32	5 496 680	410	3 649 101	5 119 373	379	3 666 987
Szabadidő-orientált	78	592	33	4 250 307	502	3 306 559	3 809 228	477	3 086 314
Jó lakású-deprivált	75	944	28	4 060 502	776	3 393 075	3 881 786	707	3 597 099
Deprivált-szegény	73	1066	28	2 175 374	827	1 934 634	1 987 378	727	1 882 088
<i>Átlag/összesen</i>	<i>78</i>	<i>3431</i>	<i>32</i>	<i>4 074 414</i>	<i>2831</i>	<i>3 632 115</i>	<i>3 781 123</i>	<i>2578</i>	<i>3 492 047</i>

Megjegyzés: A kérdőívben szereplő kérdés a következő volt: \*HA TULAJDONOS: Mennyit ér ez a lakás/ház? HA BÉRLŐ: Mennyit érne ez a lakás/ház, ha öröklakás lenne? \*\* Mennyiért tudnák eladni?

M5. táblázat *Milyen jellegű épületben van a lakás – a kérdezők válaszainak megoszlása fogyasztási csoportok szerint (%)*

	Családi házban	Többlakásos villában	Régi bérházban	Új típusú városi	NT/NV	Összesen
Elit	39	24	0	37	0	100
Jómódú	45	11	12	32	1	100
Felhalmozó-közép	60	6	8	25	1	100
Szabadidő-orientált	51	8	12	26	3	100
Jó lakású-deprivált	62	6	9	23	1	100
Deprivált-szegény	81	3	9	4	4	100
<i>Átlag</i>	<i>64</i>	<i>6</i>	<i>9</i>	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>100</i>

Megjegyzés: N=3469.

M6. táblázat *„Van-e a lakásnak valami olyan hibája, hiányossága, ami a napi életvitelt nehezíti vagy kellemetlenné teszi?” – a válaszok fogyasztási csoportok szerinti megoszlása (%)*

	Nincs	Van	Összesen
Elit	92	8	100
Jómódú	81	19	100
Felhalmozó-közép	83	17	100
Szabadidő orientált	77	23	100
Jó lakású-deprivált	80	20	100
Deprivált-szegény	64	36	100
<i>Átlag</i>	<i>75</i>	<i>25</i>	<i>100</i>

Megjegyzés: N=3466.



M7. táblázat *Tartós fogyasztási cikkek aránya a fogyasztási csoportokban – az adott cikkel rendelkezők százalékos aránya*

	Elit	Jómódú	Felhalmozó- közép	Szabadidő- orientált	Jó lakású- deprivált	Deprivált- szegény	Átlag	N
Hifitorony	73	60	37	38	11	6	23	3463
Hűtőgép	100	99	100	99	98	92	97	3464
Mélyhűtő, fagyasztóláda	95	76	84	74	70	59	70	3465
Mikrohullámú sütő	84	78	69	55	37	13	41	3468
Hagyományos mosógép	0	9	21	37	60	81	52	3453
Automata mosógép	100	96	91	71	44	16	52	3467
Mosogatógép	30	11	1	3	1	0	2	3455
Színes televízió	100	98	98	96	91	74	88	3467
Lakásriasztó berendezés	21	16	5	3	2	1	4	3458
Személyi számítógép	100	60	37	17	3	1	16	3467
Internet hozzáférés*	82	19	10	2	0	0	16	540
Internet hozzáférés**	82	11	4	0	0	0	2	3468
Videó	92	81	75	65	37	27	49	3465
Légkondicionáló berendezés	5	3	1	0	0	0	0	3463
100 ezer forintnál nagyobb értékű sportfelszerelési cikk	38	3	2	0	0	0	1	3465
50 ezer forintnál nagyobb értékű hangszer	19	11	4	3	1	0	3	3465

Megjegyzés: \* A számítógéppel rendelkezők körében. \*\* A teljes mintában.

M8. táblázat *Az egy főre jutó havi nettó háztartási jövedelem, az egy főre jutó havi kiadások és az egy főre jutó átlagos megtakarítás nagysága fogyasztási csoportonként, forint*

	Egy főre jutó havi háztartás jövedelem			Egy főre jutó havi kiadások			Egy főre jutó átlagos megtakarítás		
	Átlag	N	Szórás	Átlag	N	Szórás	Átlag	N	Szórás
Elit	81 372	37	56 055	47 980	34	24 913	430 389	32	1 009 583
Jómódú	54 653	310	34 259	32 219	300	24 782	129 710	272	232 463
Felhalmozó-közép	38 058	482	24 403	23 387	461	10 234	78 159	441	216 818
Szabadidő-orientált	34 189	598	15 597	21 752	575	9 656	48 709	573	125 161
Jó lakású-deprivált	31 214	955	16 308	22 068	913	8 023	43 476	907	248 309
Deprivált-szegény	23 497	1078	9 005	16 423	1029	7 106	16 583	1033	63 071
Átlagosan	32 918	3461	21 478	21 628	3312	12 327	51 551	3257	209 975
<i>Felső/alsó*</i>	<i>3,46</i>			<i>2,92</i>			<i>25,95</i>		

Megjegyzés: \* Elit/deprivált szegény.

M9. táblázat *A fogyasztási csoportok iskolai végzettség szerinti összetétele (%)*

	Érettségínél kevesebb	Érettségi	Felsőfokú	Összesen
Elit	21	34	45	100
Jómódú	19	36	44	100
Felhalmozó-közép	44	40	17	100
Szabadidő-orientált	43	44	13	100
Jó lakású-deprivált	77	19	4	100
Deprivált-szegény	92	7	1	100
<i>Átlag</i>	<i>65</i>	<i>24</i>	<i>10</i>	<i>100</i>

Megjegyzés: N=3468.

M10. táblázat *A fogyasztási csoportok életkor szerinti összetétele (%)*

	16–25 éves	26–50 éves	50 év felett	Összesen
Elit	27	57	16	100
Jómódú	28	46	25	100
Felhalmozó-közép	20	55	25	100
Szabadidő orientált	32	49	19	100
Jó lakású-deprivált	9	32	59	100
Deprivált-szegény	13	38	49	100
<i>Átlag</i>	<i>18</i>	<i>42</i>	<i>41</i>	<i>100</i>

Megjegyzés: N=3467.

M11. táblázat *A fogyasztási csoportok vonatkoztatási csoportjai a család életszínvonalának megítélésakor: az adott kategóriát legfontosabb három közé választók aránya (%)*

Vonatkoztatási csoportok	Elit	Jómódú	Felhal- mozó- közép	Szabad- idő orientált	Jó lakású- deprivált	Deprivált- szegény
A hasonló képzettségű állami szektorban dolgozó emberek életszínvonala.	11	24	22	19	11	9
A hasonló képzettségű magáncégeknél dolgozó emberek életszínvonala.	42	27	24	21	10	8
Főnökei életszínvonala.	5	2	5	3	3	3
Hazai nagyvállalkozók életszínvonala.	6	5	4	2	2	4
A lakókörnyezetében élő emberek életszínvonala.	17	33	42	45	52	58
Barátai, közelebbi ismerősei életszínvonala.	61	63	45	57	48	52
Testvérei, hasonló korú rokonai életszínvonala.	6	19	28	34	41	46
Saját régebbi életszínvonala.	54	45	44	40	54	50
Magyarországi gazdagok életszínvonala.	11	9	6	4	7	7
Magyarországi átlagemberek életszínvonala.	39	46	51	45	43	37
Magyarországi szegények életszínvonala.	0	5	7	7	14	15
Kelet-európai országok lakóinak életszínvonala.	0	2	3	6	3	2
Nyugat-európai országok lakóinak életszínvonala.	50	18	19	13	9	6

Megjegyzés: A kérdőív szövege a következő volt: „Kérem, hogy a KÁRTYACSOMAG-on szereplő csoportok közül válassza ki azt a *hárm*at, amelyeket leginkább figyelembe vesz akkor, amikor a családja életszínvonalát megítéli!”