

#maradjotthon: Koronás élet
A megváltozott élet a COVID-19 járvány ideje alatt. Nagyszámú mélyinterjú
kutató eredményei

#stayhome: Coronalife
Our changing life during the COVID-19 pandemic in Hungary. Results from
interviews with large sample

Dr. Jakopánecz Eszter
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem
jakopanecz.eszter@ktk.pte.hu

Absztrakt

A tanulmány célja a koronavírus okozta válság hatásainak vizsgálata nagyszámú mélyinterjú eredményeinek feldolgozásával. A 2020. április végétől május közepéig tartó mélyinterjú megkérdezés 285 fő részvételével zajlott, több témakörben. Az elemzést tartalomelemzés módszerével végeztük. A tanulmány fókuszába annak a kérdésnek a megválaszolása áll, hogyan zajlott a megkérdezettek egy átlagos hétköznapja a korlátozások idején, és milyen változásokat tapasztalnak az új helyzetben. A megélt változásokat karakteresen befolyásolja az egyén élethelyzete és munkával kapcsolatos státusza. A változások nagy része a munkával kapcsolatos, amit a házimunka és a szabadidő eltöltése követ. Az új mintázatok jobb megértése érdekében 5 megkérdezetti típus különíthetünk el: a tanulókat, a munkahelyükre bejáró dolgozókat, a home office-ban dolgozókat, az aktív korú nem dolgozókat és az inaktív időseket.

Kulcsszavak: átlagos hétköznap, megváltozott élet, COVID-19 válság, nagyszámú mélyinterjú

Abstract

This study aims to investigate the effects of the coronavirus crisis by presenting the results of a large number of in-depth interviews among Hungarian customers. The interviews took place from the end of April to the middle of May 2020. The number of participants is 285. The analysis methodology is content analysis. This paper focuses on an average weekday of the respondents and the experienced changes in the new situation. The changes are diverse, greatly influenced by an individual's life situation and work-related status. Changes are mostly work-related, followed by housework and leisure activities. In order to better understand the new patterns, we can distinguish five types of respondents: the students, the workers going to workplace, those working from home, the non-working but active respondents, and the inactive elderly.

Keywords: average weekday, changing life, COVID-19 crisis, interview with large sample

Köszönetnyilvánítás: Jelen kutatás a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet „Fogyasztásváltozás kutatás” kutatási projekt keretében készült Dr. Töröcsik Mária vezetésével.

Acknowledgements: This research was carried out within the framework of the “Consumption Change Research” research project of the Institute of Marketing and Tourism of the University of Pécs Faculty of Business and Economics, led by Prof. Dr Mária Töröcsik.

1. Bevezetés

A COVID-19 vírus okozta világjárvány sok szempontból új helyzetet teremtett, közel 3 hónapra megváltoztatta a magyar fogyasztók mindennapjait: vásárlási időszáv, hiánycikkek, bezárt üzletek, korlátozott vásárlási mennyiségek, online ügyintézés, maszkhasználat, állandó kézfertőtlenítés, kijárási korlátozás, távmunka és távoktatás. És még lehetne folytatni a sort. Még ha az idősebb generációk meg is éltek egyes körülményeket, mindez egyszerre még nem volt jelen a hétköznapiakban. Sok körülmény visszarendeződik a régi formájába, közben azonban az emberek is változtak, formálódtak.

Az új helyzet és a változások megismeréséhez szükséges, hogy in-situ vizsgáljuk a helyzetet. Kiemelten fontos az is, hogy a hazai változásokat (és visszarendeződéseket) első kézből, primer módon vizsgáljuk a magyar fogyasztók körében, hiszen eltérő következményeket várhatunk az egyes országokban. Egy ország adottságai mellett az eltérő járványhelyzet (WHO, 2020), a járványügyi intézkedések (HSRM, 2020) és a gazdasági intézkedések eltérései is (SOÓS 2020) is meghatározók. E kontextusban különösen fontos primer kutatások, és azon belül is a kvalitatív megközelítésű elemzések alkalmazása. Jelen tanulmány nagyszámú mélyinterjú kutatás lefolytatásával és a tartomelemzés módszerével vizsgálja a magyar fogyasztók megváltozott hétköznapijait. A fentiek alapján úgy értékeljük, hogy jelen kutatás jelentős hozzáadott értékkel bírhat a hazai jelenség megismeréséhez és a téma szakirodalmához.

A kutatási eredmények megfelelő értelmezéséhez ismernünk kell magát a szituációt is, azokat a fontosabb körülményeket, amelyek keretezték a hétköznapiakat. Magyarországon 2020. március 11-én jelentették be a COVID-19 vírus okozta járványt pandémiaként (párhuzamosan a WHO nemzetközi nyilatkozatával), ezzel együtt pedig veszélyhelyzetet (KORONAVIRUS.GOV.HU, 2020/A), ami 98 napon keresztül volt érvényben. Ezen időszak alatt több korlátozó intézkedés történt, amik között a legnagyobb hatású a nem alapvető szükségleti cikkeket árusító boltok nyitva tartásának korlátozása, a kijárási korlátozás, amit az üzletek bezárása is követett, a vásárlási időszáv bevezetése (délelőtt 9 és 12 óra között csak a 65 év feletti tartózkodhatnak e kiemelt üzletekben), illetve a maszkhasználat és a távolságtartás (KORONAVIRUS.GOV.HU, 2020/B). A veszélyhelyzeti intézkedések és korlátozások feloldása fokozatos volt: először a vidéki megyékben, később Budapesten és Pest megyében indult újra az élet. Néhány szabályozást ezt követően is érvényben tartottak: az 500 főnél nagyobb rendezvények tiltását (KORONAVIRUS.GOV.HU, 2020/C) és a külföldre történő utazás szabályait (KORONAVIRUS.GOV.HU, 2020/D).

2. Anyag és módszer

2.1. Szakirodalmi áttekintés

A COVID-19 válság szinte kezdetétől fogva nagy érdeklődés mutatkozott a helyzet piaci szempontú értelmezésére, amire több kísérlet történt (lásd digitalisakademia.hu). Idővel tudományos, társadalmi, szociológiai és kulturális kutatások is történtek a marketing szakterületén kívül is, így egyre részletesebb képet kapunk arról a komplex jelenségről, ami körül vesz minket a járvány hatására. Az alábbiakban rövid áttekintést adunk a koronavírus okozta válság hatásairól. Ennek célja a teljesség igénye nélkül érzékeltetni, hogy a válság az emberek széles körének életét meghatározta a korlátozások 3 hónapja alatt: mozgásteret, időtöltést, munkát és megélhetést, társas kapcsolatokat, hangulatot. Ezek pedig végső soron a fogyasztói döntésekre, lehetőségekre és preferenciákra is hatással vannak.

Viszonylag gyorsan jelentek meg olyan elemzések, amelyek naprakész képet adtak a vásárlások alakulásáról, így láthattuk idő közben azt is, milyen mértéket öltött a pánikvásárlás (INFOSTART, 2020), milyen termékkategóriákat érintettek a felhalmozások (PORTFOLIO, 2020), miként változtak egyes termékek értékesítési számai, a fogyasztói preferenciák, illetve a vásárlás gyakorisága (SZAKÁLY ÉS TÁRSAI, 2020). Sok esetben szélesőséges hatások következtek be: egyes ágazatok példa nélküli csökkenést mutatnak (a turizmus az egyik legnagyobb elszenvedőként 2020 áprilisában 97%-os forgalom csökkenést mutat az előző év azonos időszakához képest), addig más szegmensekben jelentős bővülés történt (az online kereskedelem 2020 áprilisi forgalma több mint 110 milliárd Ft-os csúcsot ért el) (KSH, 2020/A, B, GKI GIDITAL, 2020). A vírus visszaszorítását célzó járványügyi intézkedések új szokásokat hoztak: a személyes kontaktus kerülése és a gyakori kézmosás (ezek a járvány előre haladtával valamelyest csökkentek), illetve a maszkhasználat is jellemző erre az időszakra (ez utóbbi gyakorisága idővel növekedett) (IPSOS, 2020). Az NRC (2020) tracking kutatása a pandémia okozta közhangulatról, a vírustól való félelelről és annak változásáról ad képet.

A piacok szűkülésével az emberek megélhetése is bizonytalanná vált, leállások és elbocsátások történtek. Az ILO (International Labour Organization) (2020) adatai szerint globális viszonylatban a következő ágazatok érintettek leginkább a válságban: kereskedelem és gépjárműgyártás, feldolgozóipar, ingatlanközvetítések és üzleti szolgáltatások, szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás. A hazai helyzet valamivel kedvezőtlenebb: a magyar munkahelyek közel 60%-át a közepesen magas és magas szintű kockázattal rendelkező kategóriába sorolták szakértők (CSIZMADIA – ILLÉSY, 2020). Megjegyzendő, hogy az ILO értékelése szerint a művészetek és a szórakoztatóipar csak közepesen magas kockázattal érintett, idehaza ezek az utolsó, nyitásra váró szektorok közé tartoznak. „Megkoronázásukat” a nagy létszámú rendezvények további korlátozása okozza (KORONAVIRUS.GOV.HU, 2020/C). Az otthonmaradás és távolléttartás miatt a digitális megoldásokkal való útkeresésre olyan ágazatokban is igény lett, amelyek alapvetően a személyes részvételen alapulnak, lásd SZEDMÁK - SZABÓ-ZS. (2020) értekezését a szimfonikus zenekarok digitalizációjára adott lehetséges válaszairól. Mindez nem csak azt üzeni, hogy jelentősen változnak, változni fognak a fogyasztási szokásaink, hanem azt is, hogy talán el is maradtak eddig egyes piaci szereplők az erre való reagálások megtételében.

A vírus hétköznapi életre gyakorolt hatásába ad betekintést VESZELSZKI (2020), aki a járvány okozta új helyzet szóbeszédre és hétköznapi nyelvre gyakorolt hatásait és az újonnan kialakult kifejezéseket vizsgálta. Megfigyelései és gyűjtései révén a hétköznapi szóhasználatban, orvosi szaknyelvből és a közösségi média diskurzusaiból elterjedt kifejezéseket azonosított és értelmezett, szám szerint 400 különböző neologizmust. Ezek vonatkoznak magára a járványhelyzet leírására, sokat a home office, a távmunka és a távoktatás révén kezdtünk el használni, számos az otthoni főzéssel és kenyérsütéssel kapcsolatos, de a művészetek, a szórakozás, a humor területén is új kifejezések születtek. Az online felületeken ugyancsak virálisan terjedő vizuális tartalmak legalább ilyen beszédesek a társadalmat leginkább érintő kérdésekről, témákról. KÁLDY (2020) elemzése a 65 év felettiak magas fokú érintettségét és a vásárlási időszak mindenkit érintő jellegét hangsúlyozza. A szerző azokat az fotó és videó online tartalmakat figyelte és gyűjtötte, amelyek e korosztályhoz kapcsolódnak. TAMÁS (2020) online képi gyűjteménye a karantén és a koronavírus időszakában alkalmazott humor szerepét hangsúlyozza, amivel a mindennapi élet újként ható nehézségei kerültek kifigurázásra. Az ELTE (2020) nagymintás, ám nem reprezentatív felmérése szerint az emberek magas arányban követték a járványhelyzettel kapcsolatos ajánlásokat, a választ adók 96%-ára jellemző a szolidaritás és a

hatósági ajánlások követése, betartása. Több mint minden második megkérdezett veszélyesnek gondolta a járványt saját magára és családjára, bár érintettek csak jóval kisebb arányban voltak (13,5% ismeretségében van hatósági karanténba került ember, vagy olyan, akinek pozitív lett a vírus tesztje). Az országosan nagymintán (10 575 fő) elvégzett COVID-19 tesztvizsgálatok is azt mutatják, hogy a fertőzöttség és az átfertőzöttség nagyon alacsony volt hazánkban: tízezer lakosra vetítve a fertőzöttek száma 2,9 főre, az átfertőzötteké 68 főre tehető (KSH, 2020/C). Az egészségi hatások tehát elenyészőek, ugyanakkor ezt a szintet jelentősen meghaladta a félelem érzete, illetve a gazdasági és társadalmi hatások.

2.2. A kutatási módszertan

A Pécsi Tudományegyetem Marketing és Turizmus Intézetében kutatócsoport alakult annak vizsgálatára, miként változik (vagy nem változik) a magyar fogyasztók magatartása a koronavírus okozta járvány hatására. E kutatócsoport indított nagyszámú mélyinterjúk lefolytatását azzal a céllal, hogy in-situ vizsgálja a fogyasztók magatartását és az életükben megélt változásokat. E kutatás előzményét a 2008-2012-es válság hatásainak kutatása adja, amikor is a szociális lecsúszás jelenségét vizsgáltuk nagyszámú mélyinterjúk lefolytatásával (TÖRŐCSIK – JAKOPÁNECZ, 2012).

Jelen kutatás terepmunkája 2020. április 27-től május 15-ig zajlott a kiképzett hallgatók közreműködésével. Összesen 285 fő válaszadó részvételével zárult a megkérdezés. A résztvevők kiválasztása önkényes volt és generációs fókuszú, amit a minta demográfiai jellemzői is tükröznek. A válaszadók többsége nő, 30,9%-a férfi. A generációk közel azonos arányban képviseltetik magukat: 33,7% fiatal (30 év alatti), 33,7% középkorú (30-59 évesek) és 32,6% idős. (60 év feletti) A megkérdezettek 56,5%-a dolgozik, 9,1% munkaviszonya megszűnt a válság hatására, további 9,1% nem dolgozik, nincs munkaviszonya, 25,3% számára pedig nem volt releváns a kérdés (tanulók, hallgatók, nyugdíjasok). A kutatás több témakört is vizsgált, jelen tanulmányban a hétköznapi alakulását és az érzékelt változásokat mutatjuk be, amit a következő nyitott kérdés segítségével kérdeztünk meg: „*Kérem, mesélje el egy átlagos hétköznapiját, emelje ki, miben más a napirendje a korábbi időszakhoz képest!*” A kérdésre 278 fő adott választ, amiket tartalomelemzés módszerével elemeztünk, az ATLAS.ti szoftver segítségével.

3. Eredmények

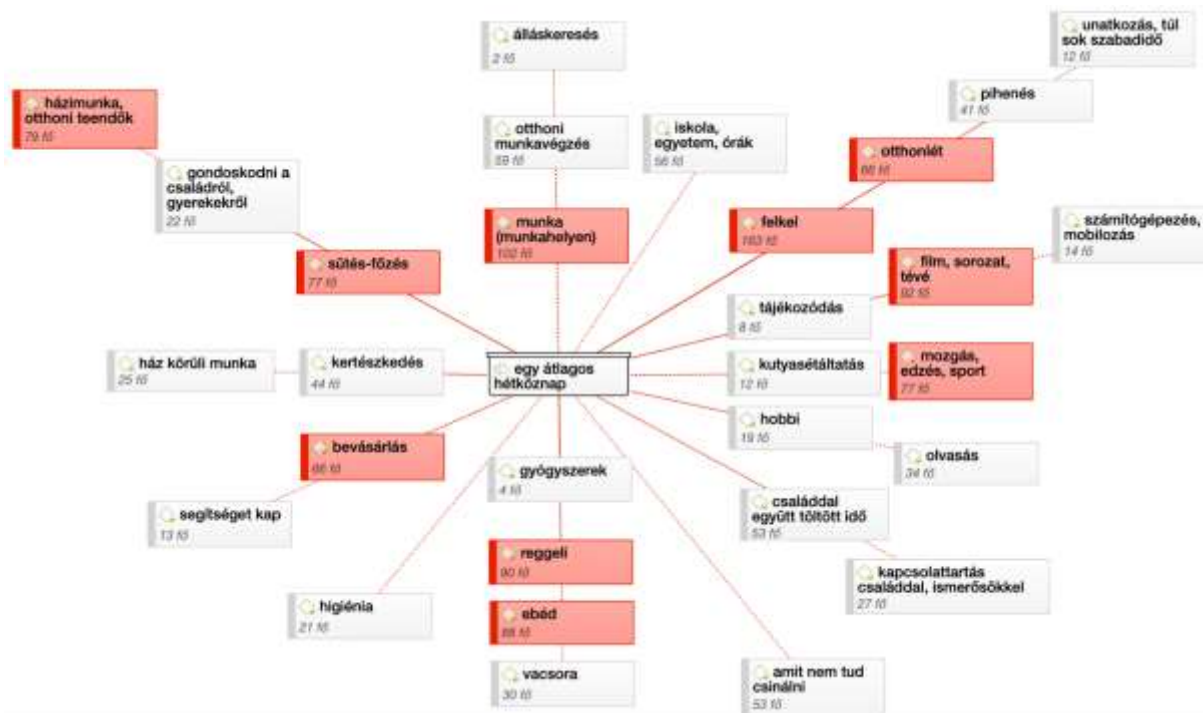
A kérdésre adott válaszokat kódoltuk, ami két lépésben történt, két kérdéskör mentén: első lépésben egy pillanatfelvételt kívántunk adni egy átlagos hétköznapi napról, majd pedig azokat a változásokat azonosítottuk, amiket a megkérdezettek megélnék és az elbeszéléseikben kiemelték. Az elemzés során összesen 91 kódot azonosítottunk (ezek közül 30 kód jellemez egy átlagos hétköznapi napot és 61 a változásokat). Összesen 1874 idézetet, szövegrészt kapcsolunk a létrehozott kódokhoz.

3.1. Egy átlagos hétköznapi tevékenységei

A megkérdezettek mindennapjai változatos tevékenységeket mutatnak összességében, ezek között a következők a leginkább elterjedtek: munkával töltött idő (58%), házimunka (28%), sütés-főzés (28%), rendszeres reggeli (32%), rendszeres ebéd (32%), bevásárlás (24%), filmek és sorozatok (33%), mozgás (28%). Az otthonlét kódja arra utal, hogy az érintettek kiemelték, hogy idejüket jóformán csak otthon töltik (24%) (1. ábra). Az egyes válaszadók esetében azon-

ban sokféleképpen alakulnak ezen tevékenységek, amit elsősorban életszakaszuk és a munkával kapcsolatos státusuk, illetve a távmunkában való érintettségük határoz meg. Az eredmények szerint a napi rutin alakulását a munkára irányuló tevékenységek határozzák meg elsősorban, illetve az, hogy érintett-e a válaszadó az otthoni munkavégzésben. Az eredmények szerint a munkavégzés a többség esetén munkahelyen (bejárással) történt a megkérdezéskor (102 fő), a munkával érintettek valamivel több mint harmada dolgozott home office-ban (59 fő). Megjegyzendő, hogy a távmunka csak néhány válaszadó esetén történt már a korlátozások bevezetését megelőzően is, a nagy többség számára új tapasztalatot jelentett. Az elbeszélések alapján jelentősen eltérnek e csoportok hétköznapijai: akik bejárnak dolgozni, azok egyéb tevékenységei korlátozottak, kevésbé változatosak: a munkán kívül főleg a bevásárlásra, kikapcsolódásra, kisebb mértékben háztartási feladatokra terjed ki. „Felkelek reggel 4:30-kor, elkészülök, elmegyek dolgozni, munka után pedig, elmegyek kutyát sétáltatni, illetve sorozatot nézek. 22:00 körül pedig lefekszem aludni.” Van, akinél az esti tevékenységek kevésbé változatosak: „6:00 ébredés. Mosakodás, reggeli. 7:00-16:00 munka. Közben valahol otthon vagy étteremben ebéd. Bevásárlás saját magam és nagyszüleim részére. Pihenés, vacsora, fürdés. 10:00 lefekvés.” A bejárás munkát végzők beszámolójukban kevésbé jelenik meg az étkezések (inkább vacsora) és azok rendszerességének hangsúlyozása, a főzés, vagy a kerti és ház körüli feladatok. A higiéniára azonban ők figyelnek a legjobban, és munkájuk kapcsán is többen új szabályokat alkalmaznak.

1. ábra: Egy átlagos hétköznapi tevékenységei



Megjegyzés: Piros: magas arányban tett említések, legalább 60 fő esetén. Forrás: saját szerkesztés, ATLAS.ti output

A megkérdezettek sokrétű otthoni feladatokról számoltak be, ami a háztartás, esetleg a ház, kert, állatok rendbetételével kapcsolatos. Főleg a házimunka (takarítás, mosogatás, mosás, rendrakás) és a főzés jellemző. A távmunkában dolgozó válaszadók körére gyakran jellemző, hogy munka közben megszakításokkal háztartási feladatokat is végeznek és a családtagokról is gondoskodnak: „Felkelek, utána jön gyermekem ébresztése, reggeliztetése, majd felöltöztetése. A délelőtt folyamán átnézem az iskolai teendőket, majd ezt követi az ebéd, délután dolgozom home office-

ban számítógépen, majd újból megetetem a gyermekemet, ezután jön a délutáni séta, illetve az egész napos iskolai dolgok feltöltése az előírások szerint. Ezután vissza a munka világához, majd este vacsi és fektetés, és csak ezt követően van időm a háztartási és egyetemi teendők elvégzésére.” A kerti és a ház körüli feladatok (virágok, veteményes, esetleg állatok gondozása) kisebb körre jellemző.

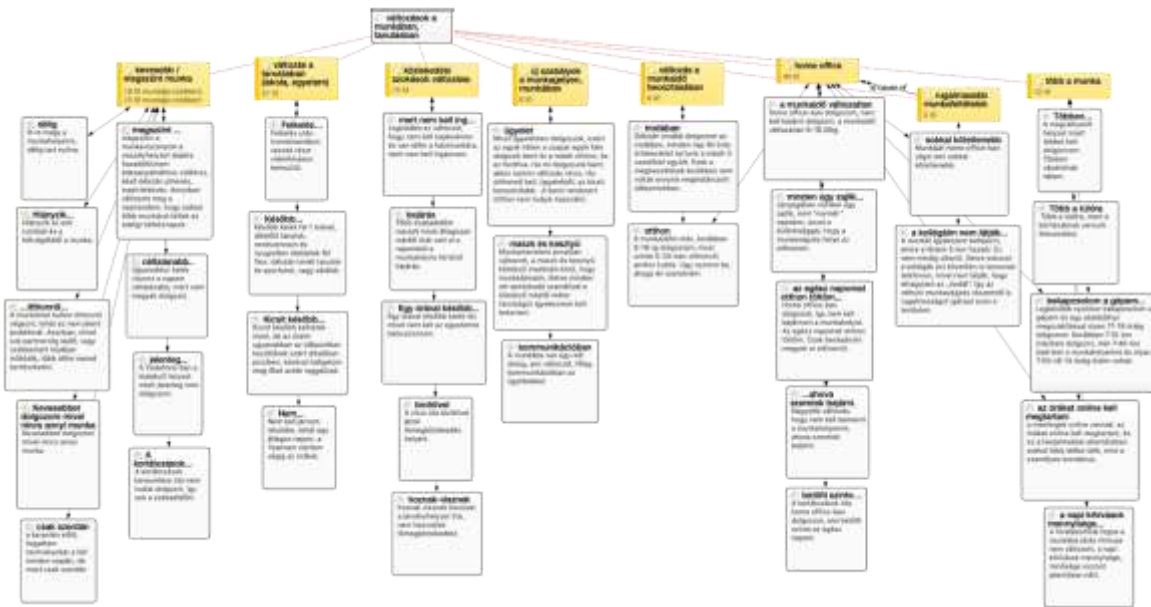
A napi rutin elbeszéléséből kiderült, hogy nincs mindenkinek napi rutinja, illetve vannak, akik a nap egy részét próbálják *valahogy* eltölteni. Az unatkozás, a túl sok szabadidő ugyan keveseket érint, a többség filmnézéssel, sorozatokkal, illetve mozgással, sporttal igyekszik idejét kitölteni. Kevesebben, de jelezték, hogy az olvasás is a hétköznapiak része, és néhányan kereszt-rejtvényekkel is kitöltik az idejüket – jellemzően az idősek.

3.2. Változások a hétköznapiakban

A hétköznapiakban megélt változások a következő struktúrát mutatják: (1) változások a munkában, munkavégzésben, (2) családi és társas kapcsolatok változásai, (3) tevékenységek, amiket többet végeznek, (4) tevékenységek, amik kevésbé jellemzőek. A munka vonatkozásában a 2. ábra szemlélteti a változások jellemzőit és a kapcsolódó idézeteket (144 említés). Az eredmények szerint az egyik markáns irány, hogy többek számára kevesebb lett a munka, esetleg meg is szűnt a munkaviszonya. A kevesebb munka a boltok rövidebb nyitva tartásával, illetve a kevesebb forgalommal, feladattal kapcsolatos. Akik elveszítették munkájukat, néhányan arról is beszámoltak, hogy azóta „céltalanabbak” a hétköznapiak. Vannak, akik több munkát végeznek a korábbi időszakhoz képest: ennek egyik oka a forgalomnövekedés, illetve az, hogy a távmunka több időt és erőforrást igényel, illetve nehezebb felkelni a számítógéptől. Többeknek változtak a közlekedési szokásai (autóval jár a tömeg elkerülése miatt, hozzák-viszik). A távmunka sokaknál rugalmasabb munkavégzést, időbeosztást eredményezett, amit pozitívan éltek meg, mert közben másra (mosni, ebédelni, virágokat megnézni) is lett idő. Az ingázás kiküszöbölése sok időt szabadított fel, amit szintén kedvezően értékelték. A távmunkát végzők körében nem érzékeltek sok változást a korábbiakhoz képest azok, akik ugyanabban az ütemben, időbeosztásban, és hasonló mennyiségben végezték munkájukat, mint a munkahelyükön. Frusztrációt inkább azok éreztek, akiknél a mennyiség is növekedett, illetve hatékonysági, kommunikációs problémák merültek fel az otthoni munkavégzéssel.

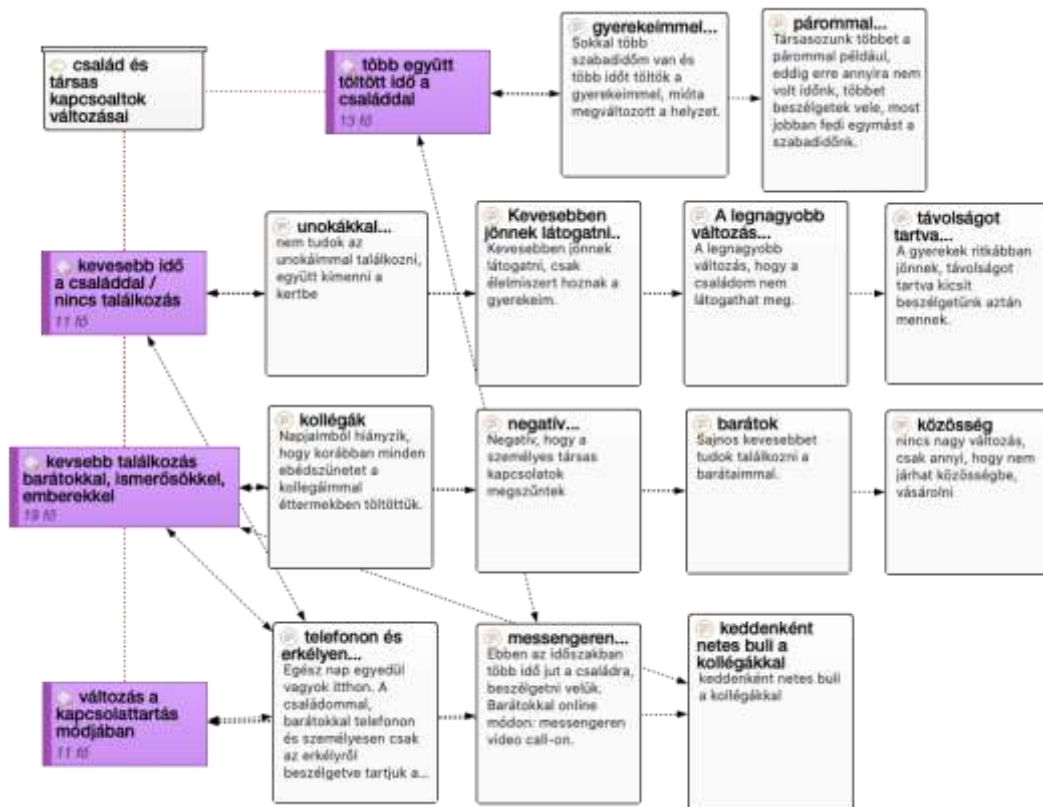
A családi és baráti, ismerősi kapcsolatok is változtak, amihez 44 említést társítottunk (3. ábra). A kép vegyes: a szűkebb családdal való kapcsolat sokaknál változott: mert otthon kényszerültek maradni, vagy pedig azért, mert a kijárási korlátozások lecsökkentették a kapcsolattartás lehetőségeit, módjait. Ez utóbbi az idősekre jellemző. Körükben többen megjegyezték, hogy a távolságtartás ellenére segítséget kapnak a hozzátartozójuktól. A baráti kapcsolatok esetén minden érintett azok hiányát fejezte ki. Ez elsősorban a fiatalokra és az idősekre jellemző. A kapcsolattartás módja a telefon és az online felületekre terelődött át. Előbbi inkább az idősekre jellemző, a fiatalok pedig valamilyen csetes megoldással tartják a kapcsolatot ismerőseikkel, barátaikkal.

2. ábra: Változások a munkában, a munkavégzésben (kapcsolódó kódok és idézetek)



Forrás: saját szerkesztés, ATLAS.ti output

3. ábra: Változások családi, baráti kapcsolatokban (kapcsolódó kódok és idézetek)



Forrás: saját szerkesztés, ATLAS.ti output

koronavírus megjelenésével egyből megszűnt, amit nagyon negatívan élek meg és már hiányzik.” Másrészt pedig egyes időssek egyáltalán nem hagyják el otthonukat, ezért a korábban megszokott séták is elmaradtak. 3 fő esetén a reggeli rutin is leeredukálódott, elmaradtak a szokásos szépítészeti teendők. Ez azoknál merült fel, akik távmunkában vagy távoktatásban vesznek részt, és jelentősen átalakultak a napjaik: „Munkába járás elmarad, öltözet, szépségápolásra kevesebb idő reggelente, pihenőidők kitolódása, valamit eltöltésének módja, munkaidő beosztás rugalmasabb, ebéidő, magány.”

4. Következtetések és javaslatok

A mindennapok szinte minden válaszdónál mutatnak változásokat, de érintettségük eltérő mintázatot mutat. A válaszdók beszámolóí szerint négy nagyobb típust tudunk megkülönböztetni a megkérdezettek körében, akik élethelyzetükből adódóan eltérő változásokat élnek és eltérő módon is jellemzik az új körülményeket. A válaszok szerint az *inaktív nyugdíjasok* azok, akiknek a napi rutinban a legkevésbé okozott változást a járvány és a korlátozások. Ők két területen szenvednek hiányt: nem járhatnak bevásárolni, amit veszteségként élnek meg, és kevesebb lehetőségük van a családdal és ismerősökkel való kapcsolattartásra, ami ugyancsak negatív tapasztalatnak mutatkozik. *„Reggel általában a szokásos időben felkelek, utána a férjemmel leülünk reggelizni, amit a gyógyszerek beszedése követ. A reggeli után neki szoktam állni a főzésnek, általában ezzel el is megy a délelőtt. A közös ebéd után ki szoktam menni az udvarba kertészkedni és elvégzem a ház körüli teendőket. Ezután jön az esti jól megérdemelt pihenés, majd az alvás. Annyi változás történt, hogy már nem járok bevásárolni és nem érintkezek személyesen senkivel.”* A másik típusba a tanulók és egyetemisták tartoznak. Körükben is azok, akik még nem dolgoznak, csak tanulmányokat folytatnak. A *„csak” tanulók* számára jelentős átalakuláson ment keresztül a napi rutin. Ugyan vannak kötöttségek, kötelezettségek (órák meghallgatása), de jelentős idejük szabadult fel az ingázás kimaradása és a lyukas órák felszabadulása miatt, egyeseknek kevesebb az órai kötelezettségük is. Vannak, akik többet tanulnak a felszabadult időben, azonban a legtöbb megkérdezettre a több film- és sorozatnézés jellemző. Néhányan a háztartási feladatokból is nagyobb részt vesznek ki, illetve többet olvasnak. Számukra tehát az új iskolai, oktatási helyzet megszokása mellett az idő kitöltésének módja is megváltozott. A fiatalok körében sokakra jellemző még a későbbi kelés és későbbi fekvés is. *„Később kelek fel, mert a vírus-helyzet miatt megváltozott a tanrend, az órák nagy része nincs megtartva. Több időm van magamra, a tanulásra. Tévé nézek, házimunkára is jut időm. Később fekszem le aludni, 11 óra felé vagy még később.”* A harmadik típust a munkahelyükön dolgozó megkérdezettek jelentik. Az ő esetükben a legnagyobb változást a kevesebb bevásárlás és a vásárlási időszávok jelentik, illetve a higiéniaira való nagyobb odafigyelés. Többen úgy fogalmaztak, hogy nem változott egy átlagos hétköznapjuk. *„Nincs változás, csak a maszkhasználat és a napi higiénia”.* A negyedik típus a távmunkában dolgozó, aki teljes vagy csökkentett munka idejét otthon végzi el, felmentést kapva a bejárás alól. Esetükben is jelentős idő szabadult fel az ingázás megszűnése miatt. Jellemzően rendszerebben étkeznek e válaszdók, több házimunkát végeznek (akár munka közben is), és több időt töltenek a családdal, mint korábban. A munka beosztása azonban nem mindenkinek könnyű: vagy azért, mert több a feladat, vagy pedig mert a munkatársak nem látják, hogy *„elhagyta az irodát”.* *„Reggel fél 8-kor kelek fel a megszokott 6 helyett, home office-ban dolgozom, nem kell bejárni dolgozni, a munkaidő változatlan 8-16:30-ig. Rendszeresen, ebéidőben ebédelek, délután mozgok, sportolok munkába jövés-menés helyett, tv-t nézek, több időt töltök a szerettemmel. Este fél 10-kor fekszem le, de később tudok elaludni.”* Az ötödik típusba azok az aktív korú nem dolgozók sorolhatók, akik idejüket otthon töltik, főként házi munkával és szabadidős tevékenységekkel. *„Sokkal később ébredek fel, reggelit az ágyban fogyasztom, kertészkedem a napi úszás helyett, délben,*

rendszeresen közösen ebédelek a férjemmel, délután pihenek majd minden nap sétálok az erdőben. Naponta szaunázom, nem hetente egyszer, mint a vírus helyzet előtt. Ugyanúgy este fél 10kor fekszem le.” Többen munkájuk elvesztése miatt kerültek ebbe a helyzetbe. Ezen állapotot nem mindenkinek felhőtlen, van, aki céltalannak érzi a napjait, és feltehetőleg a kevesebb bevétel is frusztrációt okoz számukra.

5. Összefoglalás

A tanulmány nagyszámú mélyinterjú megkérdezés eredményeiből mutat be egy metszetet a hétköznapi változásával kapcsolatos elbeszélésekből. A feldolgozás a tartalomelemzés módszerével történt az ATLAS.ti szoftver segítségével. Az eredmények szerint a koronavírus okozta válság a hétköznapi szinte minden szeletére hatással voltak, azonban eltérő mértékben, amit főként az egyének élethelyzete és munkahelyi státusa határoz meg. A napi rutin elbeszélései, illetve a megélt változások alapján 5 típust különböztethetünk meg, akik között inaktív nyugdíjasokat, tanulóikat folytató fiatalokat, munkahelyükre bejáró dolgozókat, távmunkában dolgozókat, és aktív korú otthon maradókat nevesítettük. E típusok kiemelése jól szemlélteti a hatások eltérő mintázatait, az eltérő érintettséget. E tanulmány korlátja, hogy a megkérdezés nem reprezentatív mintán történt, a résztvevők kiválasztása ugyanis önkényes módon történt. Korlátja az is, hogy nem ad részletes áttekintést a demográfiai különbségekről, ez egy következő elemzés tárgya lehet. Az elvégzett kutatás újszerűsége, hogy nagyszámú megkérdezett részvételével, kvalitatív módon gyűjtött információkat szolgáltat a magyar fogyasztók megváltozott életéről a koronavírus miatt bevezetett korlátozások idején.

Irodalomjegyzék

- Csizmadia P. – Illésy M. (2020): A nagy leállás: a magyar munkahelyek közel fele került veszélybe. MTA TK Szociológiai Intézet. <https://szociologia.tk.mta.hu/hirek/2020/04/a-nagy-leallas-a-magyar-munkahelyek-kozel-fele> (letöltve: 2020.07.25.)
- ELTE (2020): A koronavírussal kapcsolatos online felmérés első eredményei. 2020.04.08. <https://www.elte.hu/content/a-koronavirussal-kapcsolatos-online-felmeres-elso-eredmenyei.t.20875> (letöltve: 2020.07.25.)
- GKI Digital (2020): A koronavírus nyertese?! – lendületben az e-kereskedelem. 2020. május 5. <https://gkidigital.hu/2020/05/07/koronavirus/> (letöltve: 2020.07.25.)
- HSRM (2020): COVID 19 Health System Response Monitor <https://www.covid19healthsystem.org/mainpage.aspx> (letöltve: 2020.07.25.)
- Infostart (2020): Megjötték a pánikvásárlás számai: 57 milliárd egy hét alatt. 2020. március 27. <https://infostart.hu/gazdasag/2020/03/27/megjottek-a-panikvasarlas-szamai-57-milliard-egy-het-alatt> (letöltve: 2020.07.25.)
- International Labour Organization (2020): ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Second edition. 7 April 2020. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_740877.pdf (letöltve: 2020.07.25.)
- Ipsos (2020): Érezhetően felszabadult a hazai lakosság a korlátozások enyhítését követően. 2020. június 8. <https://www.ipsos.com/hu-hu/erezhetően-felszabadult-hazai-lakosság-korlatozasok-enyhiteset-kovetoen> (letöltve: 2020.07.25.)
- Káldy M. (2020): COVIDŐS mémek – Idősekkel kapcsolatos mémek a járvány idején. <https://www.mediapiac.com/trending-now/COVIDoS-memek-Idosekkel-kapcsolatos-memek-a-jarvany-idejen/114420/> (letöltve: 2020.07.25.)

- KSH (2020/A): 93%-kal kisebb volt a vendégéjszakák száma májusban, mint tavaly májusban. KSH Heti Monitor. 2020.07.23. <https://www.ksh.hu/heti-monitor/kereskedelem.html> (letöltve: 2020.07.25.)
- KSH (2020/B): Még mindig magas, de áprilishoz képest csökkent az internetes kiskereskedelem májusi forgalma. KSH Heti Monitor. 2020.07.23. <https://www.ksh.hu/heti-monitor/kereskedelem.html> (letöltve: 2020.07.25.)
- KSH (2020/C): H-UNCOVER – Reprezentatív felmérés a koronavírus elleni küzdelemben – eredmények. https://www.ksh.hu/huncover_reprezentativ_felmeres_eredmenyek (letöltve: 2020.07.25.)
- Koronavirus.gov.hu (2020/A): Veszélyhelyzetet hirdet az ország teljes területére a kormány. <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/veszelyhelyzetet-hirdet-az-oroszag-teljes-teruletere-kormany> (letöltve: 2020.07.25.)
- Koronavirus.gov.hu (2020/B): A kormány kijárási korlátozást vezet be. <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/kormany-kijarasi-korlatozast-vezet-be> (letöltve: 2020.07.25.)
- Koronavirus.gov.hu (2020/C): Általános tudnivalók a járványügyi helyzetről és intézkedésekről. <https://koronavirus.gov.hu/korlatozasok> (letöltve: 2020.07.25.)
- Koronavirus.gov.hu (2020/C): Gulyás: meg kell akadályozni a vírus külföldről történő behurcolását. <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/gulyas-meg-kell-akadalyozni-virus-kulfoldrol-torteno-behurcolasat> (letöltve: 2020.07.25.)
- NRC (2020): NRC Pandémia Hangulat index: Hogy állunk a pandémiával? 2020.07.01. <https://nrc.hu/nrc-hirek/pandemia-index-covid/> (letöltve: 2020.07.25.)
- Portfolio (2020): Koronavírus: hiányzó áruk, vásárlási korlátozások és áremelkedés Magyarországon. 2020. március 23. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/koronavirus-hianyzo-aruk-vasarlas-korlatozasok-es-aremelkedes-magyarorszagon-421206> (letöltve: 2020.07.25.)
- Soós K. A. (2020): A koronavírus válság gazdasági hatásai, gazdaságpolitikai reagálások külföldön. KRTK KTI, 2020.04.20.
- Szakály Z. – Soós M. – Kontor E. (2020): Az élelmiszerfogyasztói magatartás változása. Nébih kerekasztal rendezvény. 2020. június 11. <https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/1541438/Szakaly+et+al+eloadas+%28nyilvanos%29.pdf/8f01ab11-308a-b01e-3aec-ff96e43d7cc6?t=1592125036407> (letöltve: 2020.07.25.)
- Szedmák B. – Szabó Zs. R. (2020): szimfonikus zenekari üzletimodell-innovációk, digitalizáció és „immunitás” a koronavírussal szemben. Magyar Tudomány, 181 (6) 817-826.
- Töröcsik M. – Jakopánecz E. (2012): A márkaváltás a szociálisan lecsúszók körében: nagyszámú mélyinterjúk kezelésének problémái. Marketing Oktatók Klubja XVIII. Országos Konferencia 2012. Miskolc, Magyarország: Miskolci Egyetem Marketing Intézet, (2012) Paper: 22.
- Veszelszki Á. (2020): Karanténszótár. Virális tartalom. Inter-Iku, Budapest
- Tamás I. (2020): Szereplők és karakterek - „Járványfolklor”, avagy humor a közösségi hálón 6. rész. Ismeretterjesztés. MTA Bölcsészettudományi Kutatóhálózat. <https://btk.mta.hu/ismerettar/ismeretterjesztes/1455-szereplok-es-karakterek-jarvanyfolklor-avagy-humor-a-kozossegi-halon-6-resz> (letöltve: 2020.07.25.)
- WHO (2020): WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. <https://covid19.who.int> (letöltve: 2020.07.25.)