

Nagy Bianka — Papp-Váry Árpád

METRO- SZEXUÁLISOK A MAGYAR LÁNYOK SZEMEVEL

EGY MINI ONLINE
FÓKUSZCSONPORTOS
KUTATÁS EREDMÉNYEI

A Magyar Fogyasztó előző cikke már bemutatta, kik is azok a metroszexuálisok. De mit gondolnak róluk Magyarországon? Hogyan viszonyulnak hozzájuk a fiatal hölgyek? Tetszik nekik az „új férfi” vagy kevésbé? Mini online kvalitatív kutatást, irányított chates beszélgetést végeztünk a témában, 18–28 év közötti lányokat faggatva.

On-lány

Bár a fókuszcsoportok klasszikus helyszíne hagyományosan egy szoba, ahol a résztvevők fizikailag jelen vannak és egymásra reflektálva beszélgetnek egy adott témáról, egyre gyakrabban merülnek fel másféle megoldások. Létezik már videokonferenciás fókuszcsoport kutatás, és az sem elképzelhetetlen, amit mi használtunk: internetes chatszoba segítségével faggattunk 18–28 éves lányokat.

Bár elsőre ez nem tűnhet túlzottan tudományos módszertannak, sokban hasonlít a klasszikus fókuszcsoporthoz: ugyanúgy egy homogén csoport, 6–10 fő vesz részt benne, akiket előre felkérnek, hogy adott időpontban jelenjenek meg egy szobában (csak nem fizikailag, hanem virtuálisan). A résztvevők látják egymás kommentjeit, véleményét, ami dinamizmust ad a beszélgetésnek, a moderátor pedig ügyel rá, hogy megmaradjon a hozzászólók közti egyensúly. Hátrány persze, hogy a csoport tagjai nem látják egymást, illetve a moderátor sem látja őket; ugyanakkor az online kutatásoknál gyakran felmerülő „ki ül a monitor mögött?” kérdés nem kérdés, hiszen a beszélge-

tés szereplőit előzetesen válogatják ki, és az adott chatszobáról csak ők tudnak.

Sőt, ha belegondolunk, a mai fiatalok számára, akik idejük nagy részét a neten töltik, sok szempontból életszerűbb, kötetlenebb egy ilyen beszélgetés, mint ami egy piackutató cég termében, adott esetben detektívtükörrel a hátuk mögött történik. És bár az érzelmi reakciókat nem látjuk a helyszínen, azt a smiley és hasonló ikonokkal jelzik a résztvevők. Az online világ lehetőséget ad arra is, hogy képeket, esetleg hanganyagokat, videoanyagokat mutassunk a beszélgetés résztvevőinek. Óriási előny az is, hogy mivel a hozzászólások írásban, a billentyűzet segítségével születnek, azokat az üzenetnapló archiválja. Végül, de nem utolsósorban ez a módszer sokkal olcsóbb – igaz, sok szempontból valóban nem olyan professzionális, mint a klasszikus, fizikai fókuszcsoportos megoldás.

A mi esetünkben az online módszer mellett szóló döntő érv az volt, hogy a megkérdezetteket – a 18–28 év közötti lányokat – így lehetett a legkönnyebben elérni és a témában „szóra bírni”. A beszélgetéshez előzetesen interjú-guide-ot készítettünk, a moderátor pedig a csoporthoz korban jól illeszkedő hölgy, Nagy Bianka volt, hogy a résztvevők könnyebben megnyíljanak.

A kutatás fő célja az volt, hogy felmérjük, a fiatal, főiskolás lányok hogyan vélekednek a metroszexuálisokról, hogyan hat rájuk az új férfi-típus megjelenése, mennyire szimpatizálnak velük. Ha pedig ellenérzéseket váltanak ki, akkor az miért van, mi lehet az az ok, amiért esetleg elítélik őket.

Azért is a hölgyekre esett a választás, mert ők általában kommunikatívabbak, szívesebben beszél-

nek és chatelnek, mint férfitársaik. Nem rejtik véka alá véleményüket, vitatkoznak egymással, így igazán interaktív tud lenni a virtuális beszélgetés.

Összesen kilenc lánnyal kezdtük a csoportos beszélgetést az MSN Messenger segítségével, és nyolcan egészen a végéig maradtak. A hölgyek a 18–28-as korosztályból kerültek ki, és az ELTE, a BKF, illetve a BME hallgatói.

Nos, a módszertani kitérő után lássuk az eredményeket! A neveknl az első név az igazi nevet, a második az MSN-es becenevet jelöli.

Tájékozott hölgyek

Az első kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy a fiatal lányok közül hányan hallottak már a metroszexuális kifejezésről, illetve mennyire vannak tisztában annak pontos jelentésével. Meglepő eredményt kaptunk: egy ember kivételével mindenki ismerte a fogalmat. Ez még annak ellenére is váratlan, hogy a megkérdezettek 18–28 éves főiskolások, akik nyilván tájékozottabbak e témában az „átlagembernél”. A lányok szerint:

Lívia: „Általában azokra a férfiakra mondják, akik túl sokat foglalkoznak a külsejükkel.”

Diana: „Metroszexuálisnak azokat a pasikat ne-

vezik, akik baromi sokat piperkészkednek.”

Timi (Mido): „Hát olyan (nem meleg) hűnnemű egyedekeket jelent, akik sokat cicomáznak.”

Dóra: „Már nagyon-nagyon-nagyon túlápolt férfiak... akár még a nőknél is többet vannak a fürdőben, és a legújabb divatos cuccok vannak meg nekik.”

Orsi (Sorsi): „Amikor először hallottam a kifejezést, David Beckham nevével magyarázták :-P”

Gréti (Grétibaba): „Metroszexuális: aki ragaszkodik egy bizonyos divathoz, követi a divatot, mondjuk David Beckham.”

Bara: „Azokra a férfiakra használják, akik sokat adnak és költenek a külsejükre.”

Gina: „Nem feltétlenül túl sokat, de mindenképp nagyon igényesek, képbén vannak divatban, kozmetikában, egészségügyi témákban.”

Emese: „Én nem tudom, mi a kifejezés.”

Férfiatlan játékok

Miután a fogalom hivatalos „definíciója” tisztázásra került a moderátor által, arra voltunk kíváncsiak, hogy mi a véleményük erről a 21. századi modern férfitípusról. E pontot illetően megosztottak a vélemények. A többség azon az állásponton volt, hogy a metroszexuális férfiak férfiatlanok.

Diana: „Férfiatlanok, nagyon.” Volt, aki kifejezetten elítélte őket. **Emese:** „Én elítélem őket, mert van sokkal fontosabb dolog az életben.”

Akadtt ugyanakkor olyan is, akik szerint szívük joga, hogy mennyit foglalkoznak magukkal, ettől még nem felszínesek. **Lívia:** „Ha így érzik jól magukat, akkor miért ne foglalkoznának ennyit magukkal. Én nem ítélem el. Szerintem attól, hogy valaki metroszexuális, még van számára más fontos





ÉVES A PLAYBOY

PLAYBOY.HU

PLAYBOY

FÉRFIAS SZÓRAKOZÁS

A PIACVEZETŐ FÉRFIMAGAZIN



MAP
MAP Magazine Kiadó Kft.

PIACVEZETŐ PRÉMIUM ÉLETMÓD MAGAZINOK KIADÓJA ÉS ONLINE TARTALOMSZOLGÁLTATÓ

dolog az életben, csak mindemllett lényegesnek tartja, hogy mindent megtegyen ápoltságáért.”

Végül fellelhető volt olyan hozzászólás is, ami az „arany középutat” képviselte.

Orsi (Sorsi): „Ez relatív, szerintem az nem baj, ha ápoltak, ügyelnek arra, hogy jó illatuk legyen, és figyelnek a ráncmegelőzésre... a sminket csak tévében való szereplésnél tudom elképzelni.”

Gréti (Grétibaba): „Amelyik férfi követi a divatot, az elfogadható szerintem, de amelyik bele van űrülve, az már forduljon orvoshoz.”

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy megítélésük szerint a női és férfi szerepek vajon hogyan változtak az elmúlt időszakban.

Orsi (Sorsi) szerint: „Egy férfi sose legyen nőies, max. odáig mehet, hogy arckrémet használ, és annyira szeretne gyereket dédelgetni, mint a párja, de ennyi. A házimunkának is a férfiasabb részét végezzék. Például szerelés... és szexi, ha egy pasi tud főzni.”

Lívia: „Én nem bánom, hogy például nők is végeznek férfimunkát és fordítva.”

Bara: „Szerintem a nők anno rossz irányba vitétki a függetlenségüket, mert ahelyett, hogy női természetükhöz és adottságaikhoz alakították volna a jogukat, a férfiakéhoz hasonlóakban látták a megoldást.”

A következő kérdés ezért az volt, hogy mitől lesz egy férfi férfias, hogyan jellemezhető. A következő válaszokat kaptuk.

Gréti (Grétibaba): „Férfias az, akinek van kiállása, nem tutyimutyi. És egy nő érzelmi, fizikai és anyagi biztonságot lel mellette.”

Orsi (Sorsi): „Akik magabiztosak, udvariasak, egy nőt igazi nőként kezelnek.”

Bara: „Én szeretem, ha egy férfi talpraesett, jó problémamegoldó, és olyan ezermester típus... meg illedelmes és tiszteli a nőt.”

Dóra: „...udvarias egy nővel, például előreen-gedi, nőként kezeli, megbízható; a nő érzi a férfi mellett a biztonságot.”

Timi (Mido): „Igen, szerintem is fontos férfitulaj-donság a problémamegoldó-készség és a talpra-esettség.”

Diana: „... tudja, mit akar; legyen határozott, karakán, minden körülmények között fel lehes-sen rá nézni.”

Érdekességkép-pen megjegyezzük: nem

határoltuk be, hogy férfias jellemzők alatt külső, vagy inkább belső tulajdonságokra lennénk inkább kíváncsiak, de a fókuszcsoporthoz mindenképp rögtön belső tulajdonságjegyekkel azonosította a szerinte férfias férfit. Amikor azonban az egyik alany továbbment a téma boncolgatásában, és rájött, hogy nem csupán belső tulajdonságok alapján értelmezhető a kérdés, hanem külsőségek tekinté-tében is, előjött a testfelépítés kérdése is. Az ezzel kapcsolatos válaszokból az derült ki, hogy fontos ugyan, de a férfi semmiképpen ne legyen „izom-agyú”.

Orsi (Sorsi): „Szerintem annyira törődjön a külse-jével, hogy ne növegszen sörhasat, ennyi elég is.”

Dóra: „Az is jó, ha szereti a sportot és ez meg is látszik rajta, de ne nagyon.”

Gréti (Grétibaba): „Fontos a testfelépítés, de ne

„Ha a pasim ilyet csinálna, tutira röhögnék rajta egy hétig...”

legyen izomagyú.”

Lívია: „Az ne legyen!”

Orsi (Sorsi): „Ha izomagyú, akkor már megint a külsejével van ugye elfoglalva...”

Timi (Mido): „Na ez az, ha izomagyú, akkor is túlzásba viszi magát, és az sok.”

Dóra: „Tényleg ne legyen izomagyú...”

Aranyos, vicces, sokkoló, durva?

Ezután jött a képasszociációs feladat. A lányokat itt arra kértük, hogy írják le az első szót, ami eszükbe jut a kép aláírását és magát a képet tekintve együttesen. (A kép alján lévő felirat jelentése: Modern Hímnemű). A kép a következő volt:



Diana: „Ez egy férfi?”

Dóra: „Huh, azért ledöbbsentem, mert nem sokat látok ilyet.”

Orsi (Sorsi): „Nemnemnem! Ezt nem akarom látni!”

Timi (Mido): „lololol” (MSN-en „lol” kifejezés a „lots of laugh”-ot jelenti, amely sok nevetést jelent.)

Orsi (Sorsi): „Ha a pasim ilyet csinálna, tutira röhögnék rajta egy hétig...” (Majd mosolygós arc.)

Lívía: „Leginkább az jut eszembe, hogy ezt nem szívesen nézném.”

Dóra: „Ez nekem durva, de lehet, hogy mert



90.9 jazzy lounge 2. CD!

A 90.9 Jazzy rádió legújabb lounge
válogatáslemeze szeptembertől
a boltokban és a www.jazzy.hu
webshop-ban

www.jazzy.hu

90.9 jazzy

ESTERHÁZY
SPEAKERS



ESTERHÁZY
FAMILIA

eddig ez nem volt annyira divat... de lehet, pár év múlva már ez tök természetes lesz, és egy alapkép... de ez engem most egy picit sokkolt.”

Timi (Mido): „Háát, remélem nem lesz azért olyan elterjedt... én nem bírom elképzelni, hogy egy rendes pasi ezt értelmes időtöltésnek találná...”

Voltak olyan alanyok, akikből nem váltott ki hasonló reakciót a kép látványa. Hozzászólásuk a képhez:

Bara: „Szerintem egy férfi arcborének sem árt, ha nyár előtt kitisztítják...”

Emese: „Kikapcsolódás.”

A fókuszcsoportos kutatás során gyakran előfordul, hogy ha valaki eltérő véleményen van, akkor azon a többiek elgondolkodnak, és eset-

leg maguk is felülbírálják a korábban mondottakat-írtakat. Most is így történt:

Diana: „Mondjuk, ha belegondolunk, melyik nő

ne szeretné, amikor a párja arca puha, finom és jó illatú... de nem akarom tudni, miért ilyen...” (MSN-es szégyenlős arc emoticon a végén.)

Orsi (Sorsi): „Mondjuk, ha az én kedvemért csinálja, akkor aranyos, de azért vicces is.”

Dóra: „Amúgy lehet, hogy két évente csak egyszer megy kozmetikushoz... nem biztos, hogy mindennap ez a

„Én is rengeteget költök magamra egy hónapban, de megéri, hiszen egy metroszexuális számára nincs jobb annál, hogyha a tükörbe nézve azt mondja: tökéletes vagyok.”

kikapcsolódás.”

Akad azonban olyan is, aki egyáltalán nem változtatott eredeti véleményén:

Timi (Mido): „De ha metroszexuálisokról

Egy férfi sose legyen nőies, max. odáig mehet, hogy arckrémot használ.



van szó, akkor... Ők nem biztos, hogy évente csak egyszer járnak...ugye?”

Amikor a válaszadókat arra kértük, hogy nevezzenek meg egy-két, szerintük metroszexuális férfit, a legtöbben David Beckhamet sorolták ebbe a kategóriába, de volt, aki Sebestyén Balázst, Steiner Kristófot, illetve Daniel Craigt tekintette annak.

Kíratkábú ... vagy?

Ami talán a leginkább egyértelművé tette a csoport véleményét a metroszexuálisokról, az a következő feladat volt: két internetes fórumhozzászólást tettünk közzé, melyeket metroszexuális fiúk írtak. (Azaz létező hozzászólásokról, férfivéleményekről van szó.) Arra voltunk kíváncsiak, hogy a hölgyek hogyan vélekednek ezekről. A két hozzászólás:

„Én is rengeteget költök magamra egy hónapban, de megéri, hiszen egy metroszexuális számára nincs jobb annál, hogyha a tükörbe nézve azt mondja: tökéletes vagyok.” (Dávid)
„Én is metro vagyok. Arcápolót használok,

sminket még nem használok, de jó úton haladok felé, úgy váltogatom a kozmetikai szereket, mint a csajok, de a csajokat kívánom, őket tartom szexisnek. Egyáltalán nem érzek semmilyen vonzalmat férfitársaim iránt. Mégis sok „őseMBER” haverom cukkol azzal, hogy homo vagyok. Ideje lenne felnőni és fejlődni!” (Viktor)

Emese: „Dávid hozzáállása elkésérítő.” „Beteg embernek tartom a metroszexuálisokat.”

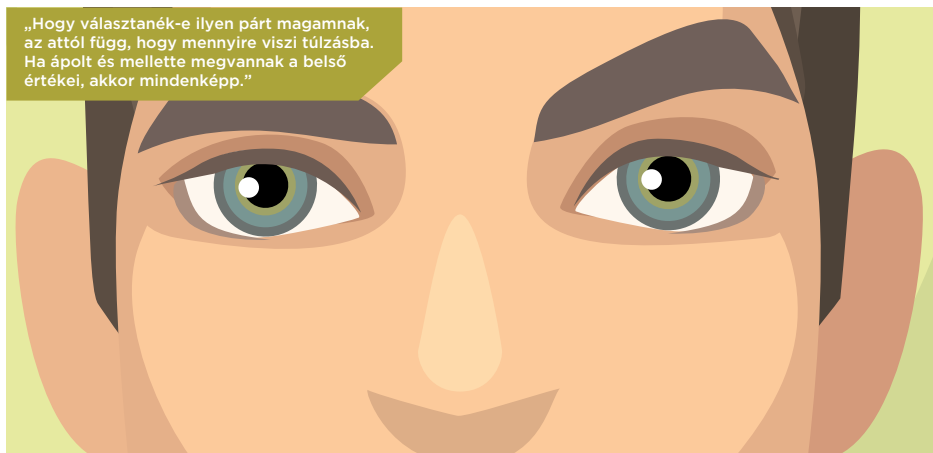
Dóra: „A külső tökéletesség nem jelent belső tökéletességet, belső értékeket nem lehet külsővel ellensúlyozni...”

Timi (Mido): „Én azt nem értem, hogy miért érzik egyes emberek ennyire fontosnak, hogy valami flancos nevet aggassanak magukra, és egy ilyen sztereotípiához tartozzanak... még metrónak is hívta magát...”

Orsi (Sorsi): „Nyilván elég erős önbizalomhiánnyal küzdenek, és azt hiszik, hogy a kozmetikumok segítenek. Szerintem, amíg nem viszik túlzásba, addig nincs vele semmi baj, de ők ketten már túlléptek egy bizonyos határon.”

Lívia: „Én nem tartom betegnek őket egyál-

„Hogy választanék-e ilyen párt magamnak, az attól függ, hogy mennyire viszi túlzásba. Ha ápolat és mellette megvannak a belső értékei, akkor mindenképp.”



Melyik nő ne szeretné, amikor a párja arca puha, finom és jó illatú.



talán, viszont nekem is az a véleményem, hogy attól, hogy sokat foglalkoznak a külsejükkal, közel sem lesznek tökéletesek.”

A hozzászólók hatottak egymásra, hiszen a következő véleményében már valamivel árnyaltabban fogalmazott Emese.

Emese: *„Viktor véleményével inkább egyetértek, szimpatikus, ha valaki ad a külsejére, gondolok arra például, hogy gyantázza magát, de azt se vigye túlzásba. Azért a farkasember haverjainál biztos vonzóbb lehet.”*

Az utolsó előtti kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadók szerint a metroszexuális férfiak milyen márkákat részesítenek előnyben. A következő válaszokat kaptuk:

Dóra: *„Szerintem a népszerű, reklámokban*

látható termékeket veszik.”

Timi (Mido): *„Bizonyára a Beckham márkát választják.”*

Bara: *„Egyetértek.”*

Emese: *„Olyan márkát, ami híres, közismert, és minél drágább, annál menőbb.”*

Diana: *„Mindenképp presztízs márkákat...”*

A kutatásalanyok véleménye ennél a résznél azt mutatta, hogy az ezen rétegbe tartozó férfiak által használt márkatermék tulajdonképpen bármi lehet, csak divatos és drága legyen. Végezetül elérkeztünk a vizsgált kérdéscsoport legutolsó részéhez, melyben arról faggattuk a lányokat, hogy választaná-e maguknak egy ilyen férfit párnak. Ez azért is fontos volt, mert ezek a férfiak azzal, hogy ennyit ad-

nak magukra és a külsejükre, mégiscsak hódítani (is) akarnak, a másik nemnek tetszeni. Viszont a siker nem minden esetben garantált. Lássuk hát a lezáró véleményeket!

Emese: „*Én nem választanék ilyen párt magamnak, de nem ez dominál, inkább az, hogy milyen ember és hogy szeret-e, ez a legfontosabb számomra.*”

Gréti (Grétibaba): „*Amúgy szeretem, ha egy férfi ad magára, de én nem tudom, járnék-e ilyenel...*”

Lívia: „*Hogy választanék-e ilyen párt magamnak, az attól függ, hogy mennyire viszi túlzásba. Ha ápolt és mellette megvannak a belső értékei, akkor mindenképp.*”

Timi (Mido): „*Ja, én sem hiszem, hogy választanék ilyen párt magamnak, nem nagyon a zsánerem.*”



ismered.

Mi 5 éve ismerjük Magyarorszáг kedvenc márkáit. A Tied melyik?

A Superbrands szakértői már 5 éve választják ki Magyarorszáг vezető márkáit. Most a Te véleményed vagyunk kíváncsiak. Nyereményjátékunkon megmondhatod, melyik a kedvenc márkád, a kedvenc úti célad, és azt is, ki legyen Magyarorszáг kedvenc személyisége. Szavazz az ismered.hu weboldalon, és Te lehetsz a decemberi Superbrands Gála főszereplője, sőt kedvenc városodba is elviszünk partnereiddel együtt!

2004-09 1TM
5^{EVES} Superbrands
MAGYARORSZÁG