

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

Jakopánecz Eszter  
Pécsi Tudományegyetem

---

## A TANULMÁNY CÉLJA

A COVID-19 járvány 2020. tavaszán világméretű pandémiává nőtte ki magát, gyorsuló ütemben növekedett a megbetegedések és a halálozások száma. Ellenszer hiányában a szakértők a távolságtartásban, a másokkal való érintkezés jelentős csökkentésében, a rendszeres higiénés gyakorlatban (kézmosás és fertőtlenítőszeres használata) és a maszk használatában jelölték ki a védekezés leghatékonyabb módjait. Az egyes nemzetgazdaságok emellett a mobilitás csökkentésének előírásával, kijárási korlátozásokkal, egyes esetekben kijárási tilalommal reagáltak. Hazánkban veszélyhelyzetet és kijárási korlátozást rendeltek el, ami 98 napon keresztül volt érvényben. A hétköznapi élet hetekre, hónapokra megváltozott. Az új helyzet nemcsak a vásárlási szokásokra, hanem a mindennapok ütemére, az emberek közérzetére, hangulatára is jelentős hatással volt. Jelen tanulmány azt célozza, hogy képet adjon a veszélyhelyzet hétköznapi életre gyakorolt hatásairól.

---

## ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A hétköznapi élet megváltozásait nagyszámú mélyinterjú lefolytatásával vizsgáltuk, összesen 285 fő részvételével. A megkérdezés 2020. április végétől május közepéig tartott, több témakörben. Az elemzést tartalomelemzés módszerével végeztük az ATLAS.ti szoftver segítségével. E tanulmány fókuszába annak a kérdésnek a megválaszolása áll, hogyan zajlott a megkérdezettek egy átlagos hétköznapija a korlátozások idején, és milyen változásokat tapasztalnak az új helyzetben.

---

## LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

Az eredmények szerint megélt változásokat karakteresen befolyásolja az egyén élethelyzete és munkával kapcsolatos státusza. A változások nagy része ugyanis munkával kapcsolatos, amit a sorban a házimunka és a szabadidő eltöltése követ. Az új mintázatok jobb megértése érdekében öt megkérdezetti típus különíthetünk el: a tanulókat, a munkahelyükre bejáró dolgozókat, a home office-ban dolgozókat, az aktív korú nem dolgozókat és az inaktív időseket.

---

## GYAKORLATI JAVASLATOK

A koronavírus okozta válság és a veszélyhelyzet időszakának megértéséhez jelentős hozzájárulással bír e nagyszámú mintán alapuló mélyinterjú kutatás: betekintést ad és segíti megérteni a hétköznapi élet megváltozott dinamikáját és a válság hatására megváltozó fogyasztói magatartást. Tekintettel arra, hogy számos piac érintett a válságban, a gyakorlati szakemberek részéről is jelentős érdeklődés várható az eredmények iránt.

*Kulcsszavak:* átlagos hétköznapi élet, megváltozott élet, COVID-19 válság, nagyszámú mélyinterjú, tartalomelemzés

*Köszönetnyilvánítás:* Jelen kutatás a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet „Fogyasztásváltozás kutatás” kutatási projekt keretében készült Dr. Töröcsik Mária vezetésével. A tanulmány az Egyesület A Marketing Oktatásért és Kutatásért XXVI. Országos Konferencián „A konferencia legjobb tanulmánya” díjat nyerte el.

DOI: 10.15170/MM.2021.55.KSZ.01.02

## BEVEZETÉS INTRODUCTION

A COVID-19 vírus okozta világvárvány 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 ezekből egyes körülményeket, mindez egyszerre még nem volt jelen a hétköznapokban. Számíthatunk rá, hogy számos körülmény visszarendeződik a régi formájába a válság elmúlásával, közben azonban az emberek is változnak, formálódnak, így biztosan lesznek új vonásai a fogyasztói magatartásnak.

Az új helyzet és a változások megértéséhez 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 (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 tartalomelemzés módszerével vizsgálja a magyar fogyasztók megváltozott hétköznapjait. 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 situációt is, azokat a fontosabb körülményeket, amelyek keretezték a hétköznapokat. Magyarországon 2020. március 11-én jelentették be a COVID-19 vírus okozta járványt pandémiaként (párhuzamosan a WHO nemzetközi nyilatkozatával), ezzel együtt a 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 felettiiek 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).

## ANYAG ÉS MÓDSZER MATERIAL AND METHODS

### *Szakirodalmi áttekintés Literature review*

A COVID-19 válság kezdetétől fogva nagy érdeklődés mutatkozott a helyzet piaci szempontú értelmezésére, amire több kísérlet történt. Idővel tudományos igényességű, társadalmi, szociológiai és kulturális kutatások is történtek a marketing szakterületén kívül is, így egyre részletesebb képet kapunk arról a komplex jelenségről, ami körülvesz minket a járvány hatására. Az alábbiakban rövid áttekintést adunk a koronavírus okozta válság hatásairól. Ennek célja a teljesség igénye nélkül érzékelteni, 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 tsai 2020). Sok esetben szélsőséges 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 Digital 2020). A vírus visszaszorítását célzó járványügyi intézkedések új szokásokat hoztak: a személyes kontaktus kerülése és a gyakori kézmosás (ezek a járvány előrehaladtával 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 félelemtől 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 ágazatokat érintett leginkább a válság: 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 távolságtartás 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 nemcsak 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 beszédek a társadalmat foglalkoztató témákról. Káldy (2020) elemzése a 65 év felettiekre irányuló nagyfokú figyelem és a vásárlási idősáv mindenkit érintő körülményét hangsúlyozza. A szerző azokat a fotó és videó formátumú online tartalmakat gyűjtötte, amelyek e korosztályhoz kapcsolódnak. Tamás (2020) online képi gyűjteménye a karantén és a koronavírus időszakában alkalmazott humor sze-

repét hangsúlyozzák, 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 átfertőzöttek 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.

## ***A kutatás módszertana Research methodology***

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 nagyszámú mélyinterjúk lefolytatását indította 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 (Töröcsik - 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 éves vagy idősebb). 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 hétköznapját, 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.

## EREDMÉNYEK RESULTS

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 hétköznapot és 61 a változásokat). Összesen 1874 idézetet, szövegrészt kapcsolunk a létrehozott kódokhoz.

### *Egy átlagos hétköznap tevékenységei* *Activities in everyday life*

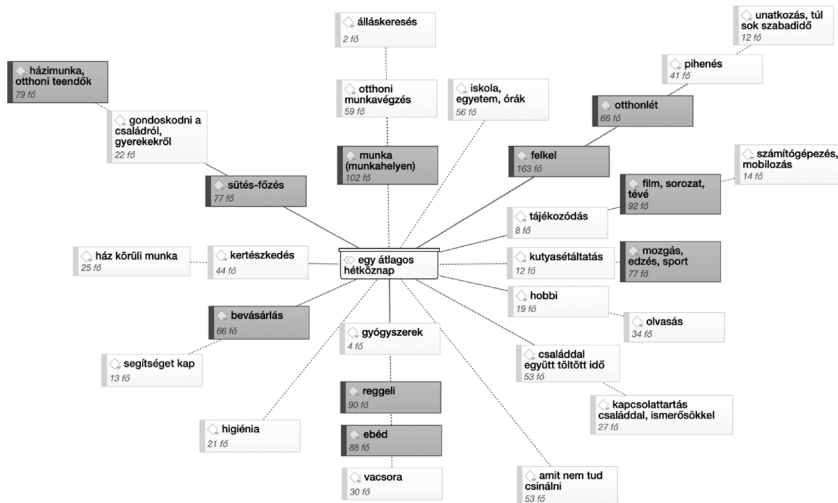
A megkérdezettek mindennapjai változatos tevékenységeket mutatnak összességében, ezek között a következők a leginkább elterjedtek: munkával töltött idő (58%), házimunka (28%), sütés-főzés (28%), rendszeres reggeli (32%), rendszeres ebéd (32%), bevásárlás (24%), filmek és sorozatok (33%), mozgás (28%). Az otthonlét kódja arra utal, hogy az érintettek kiemelték, hogy idejüket jóformán csak otthon töltik (24%) (1. ábra). Az egyes válaszadók esetében azonban sokféleképpen alakulnak ezen tevékenységek, amit elsősorban életrészek 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. A beszámolókat 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. E csoportok hétköznapjai jelentősen eltéréseket mutatnak az elbeszélések alapján. 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 bejárós munkát végzők beszámolójukban kevésbé jelennek 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.

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 délelőtti folyamán átnézem az iskolai teendőket, majd ezt követi az ebéd, délután dolgozom home office-ban számítógépen, majd újból megettem 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 elbeszéléseiből kiderült, hogy nincs mindenkinek napi rutinja, illetve vannak, akik a nap egy részét próbálják valahogyan 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 hétköznapi része, és néhányan keresztrejtvényekkel is kitöltik az idejüket – jellemzően az idősek.

1. ábra: Egy átlagos hétköznap tevékenységei  
Figure 1. Activities on average weekdays



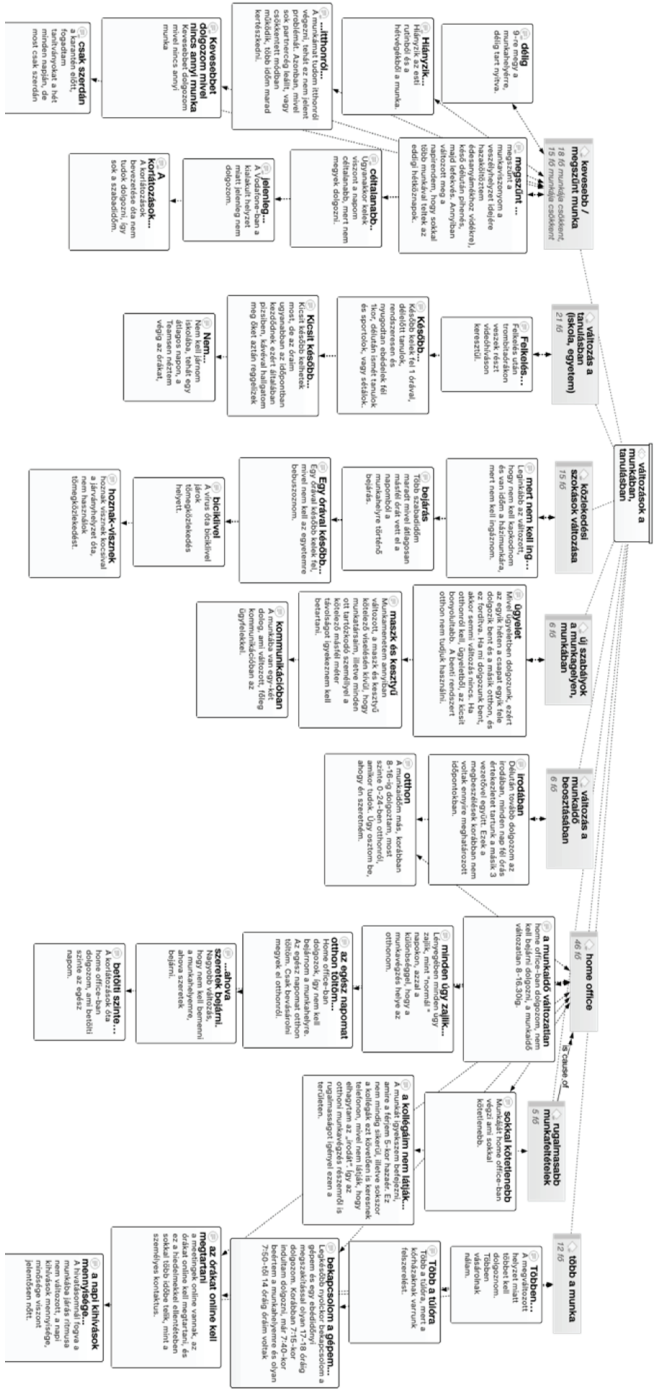
Megjegyzés: Szürke: magas arányban tett említések, legalább 60 fő esetén.  
Forrás: saját szerkesztés, ATLAS.ti output

### Változások a hétköznapokban Changes in everyday life

A hétköznapokban 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 hétköznapok. 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 érzékelték sok változást a korábbiakhoz képest azok, akik ugyanabban az ütemben, időbeosztásban, és hasonló mennyiségben végezték munkájukat, mint a munkahelyükön. Frustrációt inkább azok éreztek, akiknél a mennyiség is növekedett, illetve hatékonysági, kommunikációs problémák merültek fel az otthoni munkavégzéssel.

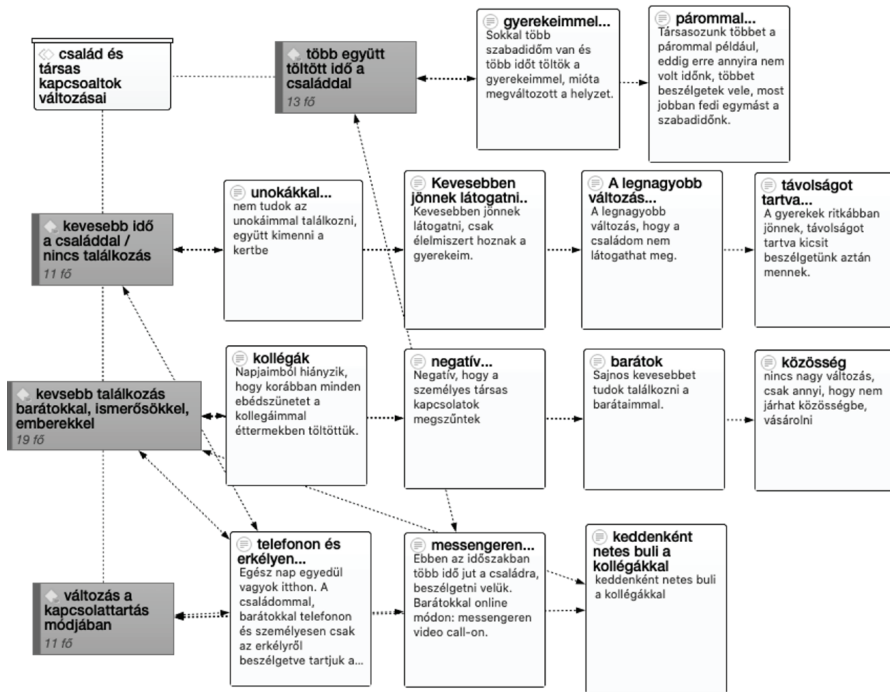
A családi és baráti, ismerősi kapcsolatok is változtak, amihez 44 említést társítottunk (3. ábra). A kép vegyes: a szűkebb családdal való kapcsolat sokaknál változott: mert otthon kényyszerültek maradni, vagy pedig azért, mert a kijárási korlátozások lecsökkentették a kapcsolattartás lehetőségeit, módjait. Ez utóbbi az idősekre jellemző. Körükben többen megjegyezték, hogy a távolságtartás ellenére segítséget kapnak a hozzátartozóktól. 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)  
 Figure 2. Changes in work and working conditions (with the number of relevant codes, citations)

Forrás: saját szerkesztés, ATLAS.it output

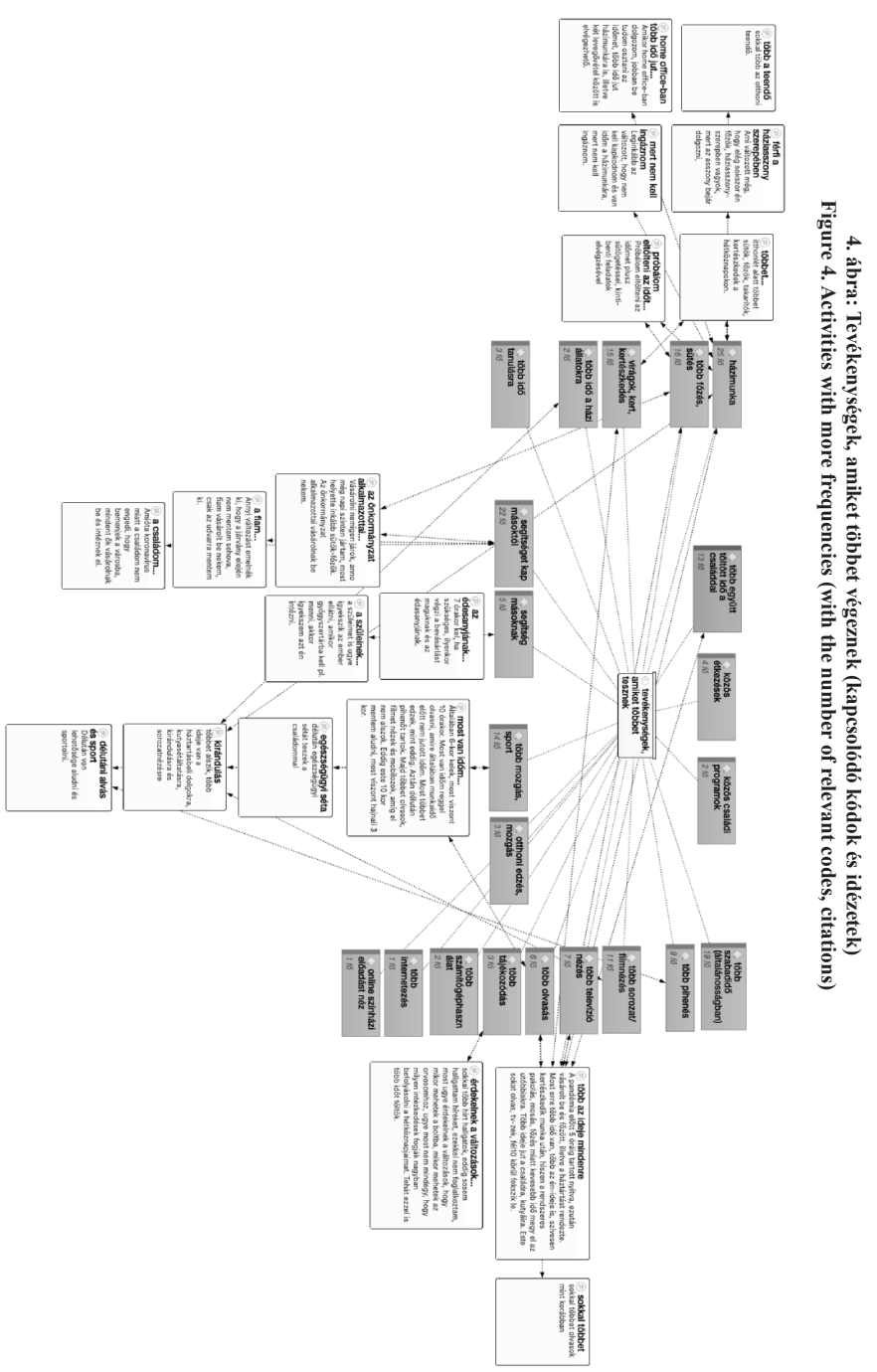
3. ábra: Változások családi, baráti kapcsolatokban (kapcsolódó kódok és idézetek)  
 Figure 3. Changes in relationship with family and friends (with the number of relevant codes, citations)



Forrás: saját szerkesztés

A következő témakör azokat a tevékenységeket foglalja magában, amelyekből többet végeztek a megkérdezettek a megelőző időszakhoz képest. Összesen 177 említést rögzítettünk, kódoltunk. Ezek között főleg háztartással kapcsolatos feladatok szerepelnek. Van, aki többet főz (süt), takarít, kertészkedik – és ezekre együtt is több ideje van. Olyan eset is előfordult, amikor a háztartási feladatok a férjre hárultak, mivel ő kényszerült otthon maradni, a feleség dolgozni jár. A kertészkedést, a virágok gondozását többen kikapcsolódásként élik meg, nem csak feladatként. A családdal együtt töltött idő meghatározó része a közös étkezések gyakoribb válása (ahogy a fentiekben láttuk, főleg a reggeli és ebéd került kiemelésre, vált rendszeresebbé). Néhányan több időt töltenek párjukkal, több közös tevékenységet

végeznek. A több szabadidő sokakra jellemző: vannak, akik általánosságban állapították meg, vagy csak azt, hogy többet pihennek. A konkrét tevékenységek között a több sorozat, televíziózás érint a legtöbbséget, amit a sorban a több olvasás követ. Vannak, akik most olvassák el azokat a könyveket, amiket korábban nem tudtak. A több tájékozódás a járványhelyzettel és a korlátozásokkal kapcsolatos hírekre vonatkoznak. A rendszeresebb mozgás is jellemző, van, akinek korábban erre egyáltalán nem volt ideje. A sport kapcsán azonban tipikusabb, hogy korábbi szokásokat próbálták a válaszadók átvinni a karantén időszakára.



4. ábra: Tevékenységek, amiket többet végeznek (Kapscsolódó kódok és idézetek)  
 Figure 4. Activities with more frequencies (with the number of relevant codes, citations)



A kevesebbet végzett tevékenységek (59 említés) között a vásárlásra vonatkozik a legtöbb (41 említés). Többen kiemelték, hogy igyekeznek minél ritkábban vásárolni. Ez azok körében is jellemző, akik egyébként bejárnak a munkahelyükre. „A munkába járásom megváltozott, eddig tömegközlekedéssel jártam, most autóval, illetve a bevásárlásaimat minimalizáltam, de mivel dolgozom, ezért összeségében a napirendem nem változott.” Főként az idősekre jellemző, hogy egyáltalán nem járnak bevásárolni, ők valamilyen családi, ritkább esetben önkormányzati segítséggel oldják meg a feladatokat. Ezért ők azok, akik közül többen szinte teljes idejüket otthonukban töltik. A kevesebbet végzett tevékenységek között szerepel a mozgás, sport is, ami több okból fakad: egyrészt nem érhetőek el azok a szolgáltatások, amelyeket korábban igénybe vett a válaszadó: „Korábban heti kétszer jártam kosarazni hobbi szinten és ez az iskolák bezárásával és a koronavírus megjelenésével egyből megszűnt, amit nagyon negatívan élek meg és már hiányzik.”. Másrészt pedig egyes idősök egyáltalán nem hagyják el otthonukat, ezért a korábban megszokott séták is elmaradtak. 3 fő esetén a reggeli rutin is leredukálódott, elmaradtak a szokásos szépitészeti 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.”

### **Következtetések és javaslatok**

#### **Conclusions and recommendations**

A mindennapok szinte minden válaszadónál mutatnak változásokat, de érintettségük eltérő mintázatot mutat. A válaszadók beszámolóit szerint öt 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 beszédese 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 többletidejük keletkezett 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 virushelyzet miatt megváltozott a tanrend, az órák nagy része nincs megtartva. Több időm van magamra, a tanulásra. Tévét 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 higiéniára 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 rendszeresebben étkeznek a válaszadók, 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 szeretteimmel. 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 állapot nem mindenkinek felhőtlen, van, aki céltalannak érzi a napjait, és feltehetőleg a kevesebb bevétel is frusztrációt okoz számukra.

### ***A kutatás korlátai*** ***Limitations of the research***

E tanulmány korlátja, hogy a megkérdezés nem reprezentatív mintán alapszik, a résztvevők kiválasztása ugyanis önkényes módon történt. Korlátja az is, hogy nem ad részletes áttekintést a demográfiai különbségekről, ez egy következő elemzés tárgya lehet.

## **ÖSSZEFOGLALÁS** **SUMMARY**

A tanulmány nagyszámú mélyinterjú megkérdezés eredményeiből mutat be egy metszetet a hétköznapok változásával kapcsolatos elbeszélésekből. A feldolgozás a tartalomelemzés módszerével történt az ATLAS.ti szoftver segítségével. Az eredmények szerint a koronavírus okozta válság a hétköznapok 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 öt típust különböztethetünk meg, akik között inaktív nyugdíjasokat, tanulókat, fiatalokat, munkahelyükre bejáró dolgozókat, távmunkában dolgozókat, és aktív korú otthon maradókat nevesítettünk. E típusok kiemelése jól szemlélteti a hatások eltérő mintázatait, az eltérő érintettséget.

Az elvégzett kutatás újszerűsége, hogy nagyszámú megkérdezett részvételével, kvalitatív módon gyűjtött információkat szolgáltat a magyar fogyasztók megváltozott életéről a koronavírus miatt bevezetett korlátozások idején.

## HIVATKOZÁSOK REERENCES

- 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 koronavírusral kapcsolatos online felmérés első eredményei, 2020.04.08. <https://www.elte.hu/content/a-koronavirussal-kapcsolatos-online-felmeres-első-eredményei.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.)
- ILO (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](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, Ipsos.hu, 2020. június 8. <https://www.ipsos.com/hu-hu/erezhetően-felszabadult-hazai-lakosság-korlatozasok-enyhiteset-kovetoen> (letöltve: 2020.07.25.)
- Káldy M. (2020), „COVIDÖS mémek – Idősekkel kapcsolatos mémek a járvány idején”, Médiapiac, <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 vendégszákák 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”, KSH, [https://www.ksh.hu/huncover\\_reprezentativ\\_felmeres\\_eredmenyek](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/D), „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?”, nrc.hu, 2020.07.01. <https://nrc.hu/nrc-hirek/pandemia-index-covid/> (letöltve: 2020.07.25.)
- Portfólio (2020), „Koronavirus: hiányzó áruk, vásárlási korlátozások és áremelkedés Magyarországon”, portfolio.hu, 2020. március 23. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20200323/koronavirus-hianyzo-aruk-vasarlas-i-korlatozasok-es-aremelkedes-magyarorszagon-421206> (letöltve: 2020.07.25.)
- Soós K. A. (2020), „A koronavírus válság gazdasági hatásai, gazdaságpolitikai reakciók 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+előadás+%28nyilvános%29.pdf/8f01ab11-308a-b01e-3aec-ff96e43d7c-c6?\\_=1592125036407](https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/1541438/Szakaly+et+al+előadás+%28nyilvános%29.pdf/8f01ab11-308a-b01e-3aec-ff96e43d7c-c6?_=1592125036407) (letöltve: 2020.07.25.)
- Szedmák B. - Szabó Zs. R. (2020), „Szimfonikus zenekari üzletmodell-innovációk, digitalizáció és „immunitás” a koronavírusal szemben”, *Magyar Tudomány*, 181 (6) 817-826.
- Tamás I. (2020), „Szereplők és karakterek - Járványfolklor”, avagy humor a közösségi hálón 6. rész”, *Ismeretterjesztés, MTA Bölcsészettudományi Kutatóhálózat*, <https://btk.mta.hu/ismeretterjesztos/1455-szereplo-karakterek-jarvanyfolklor-avagy-humor-a-kozossegi-halon-6-resz> (letöltve: 2020.07.25.)
- 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
- WHO (2020), WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard, <https://covid19.who.int> (letöltve: 2020.07.25.)

Jakopánecz Eszter, PhD, egyetemi adjunktus  
jakopanez.eszter@ktk.pte.hu

*Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar*

## **#STAYATHOME: CORONALIFE OUR CHANGING LIFE DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN HUNGARY. RESULTS FROM INTERVIEWS WITH A LARGE SAMPLE**

### **THE AIMS OF THE PAPER**

The COVID-19 epidemic becomes a global pandemic during the spring of 2020. We saw a rapid increase in diseases and mortality. In the lack of vaccine, social distancing, hygienic practices and wearing the mask was identified as the most effective way to slow the spread of the coronavirus according to the WHO recommendations. The different national economies have responded with requiring a reduction of mobility and curfew restrictions. In Hungary, 98 days long emergency and restrictions on movement were ordered. Everyday life has changed for several weeks. This new situation had a significant impact not only on shopping habits but also on the pace of everyday life, well-being and mood. This study aims to provide insight into the effects of the emergency period on the everyday life of Hungarian consumers.

### **METHODOLOGY**

We conducted a large number of in-depth interviews with a total of 285 Hungarian participants, on several topics. The fieldwork started in late April and ended at mid-May 2020. The analysis was performed using the content analysis method working with ATLAS.ti. The focus of our research is to investigate the average weekday during the movement restrictions and what changes they are experiencing in the new situation.

### **MOST IMPORTANT RESULTS**

The results show that experiences are determined by the individual's life situation and work-related status. The highlighted changes are in connection predominantly with work-related issues, followed by housework and leisure time. As a result, we identified five segments: the students, the workers going to the workplace, those working from home, the non-working but active respondents, and the inactive elderly.

### **RECOMMENDATIONS**

This study provides insight and helps to understand the changing dynamics of everyday life and consumer behaviour as a result of the coronavirus crisis. Because various markets are affected in the crisis, we can expect significant interest in these results from practitioners.

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

*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 Törőcsik.