

replika

TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

2019/2.

111. szám

replika

TÁRSADALOMTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT

alapítva 1990-ben

SZERKESZTŐSÉG

Berger Viktor, Fáber Ágoston, Hajdú Zita (szerkesztőségi titkár),
Havas Ádám, Huszár Ákos, Lajos Veronika
szerk@replika.hu

OLVASÓSZERKESZTŐ

Balikáné Bognár Mária

Kiadja a Replika Alapítvány
1038 Budapest, Tulipán u. 11.
Felelős kiadó: Sallay Zoltán
alapitvany@replika.hu

ELŐFIZETÉS

elofizetes@replika.hu

Papíralapú megjelenésünket az NKA, az IBS és egyéni adományozók támogatják.



Nemzeti Kulturális Alap

<http://replika.hu>

ISSN 0865-8188

BORÍTÓTERV

Berger Viktor

A borító ikatod (Freepik) képének felhasználásával készült.

Cover picture used: designed by ikatod / Freepik.

NYOMDAI ELŐKÉSZÍTÉS

Tükörterem Egyesület, Hajdú Zita

NYOMÁS ÉS KÖTÉS

Robinco Kft., 1089 Budapest, Orczy út 28.

Felelős vezető: Kecskeméthy Péter

Tartalom

Szereplők és folyamatok a gazdasági szervezetekben a kortárs Magyarországon

Blokkszerkesztők: Berger Viktor és Huszár Ákos

Füzér Katalin

Bevezető 7

Bodor Ákos, Füzér Katalin, Szerb László és Varga Attila

**A társadalmi tőke szerepe a magyarországi
gyorsnővekedésű vállalatok innovációs tevékenységében** 9

Bodor Ákos, Grünhut Zoltán és Pirmajer Attila

Értékpreferenciák az európai vállalkozók körében 23

Tomay Kyra

Az összekötő társadalmi tőke (újra)termelődésének terei

A városi és vidéki dzsentrifikáció szerepe a vállalkozói
és innovációs ökoszisztémákban 43

Törőcsik Mária, Szűcs Krisztián, Nagy Ákos és Lázár Erika

Életstíluscsoportok Magyarországon a digitalizáció korában
Életstílus-kutatások és a marketing 63

Csókási Krisztina, Bandi Szabolcs, Nagy László, Péley Bernadette és Láng András

**Az alapvető pszichológia szükségletek
mint a munkahelyi jóllétet és a szervezeti azonosulást befolyásoló tényezők** 87

Czibor Andrea, Szabó Zsolt Péter és Restás Péter

Sötét vonások a szervezetekben
Tapasztalatok magyar munkavállalók körében 105

Restás Péter, Szabó Zsolt Péter és Czibor Andrea

A munkahelyi elvándorlási szándék pszichológiai okai 119

Kázmér-Mayer Szilvia és Czibor Andrea

Nemi különbségek hatása a vezetésre
Milyen eltérések és hasonlóságok mutatkoznak
a férfiak és nők vezetési stílusa között? 133

Abstracts 145

Szereplők és folyamatok a gazdasági szervezetekben a kortárs Magyarországon



Blokkszerkesztők: Berger Viktor és Huszár Ákos

Füzér Katalin

Bevezetés

A *Replika* 111. száma a kortárs magyar gazdaság teljesítményének társadalmi előfeltételeivel foglalkozik. Az ipari forradalom negyedik korszakában jelentős átalakuláson mennek keresztül a gazdasági fejlődés kulcsdimenzióját jelentő innovációs ökoszisztéma szervezetei. A termelésben és a szolgáltatásokban használt új eszközök és a gazdasági szervezetekben dolgozó emberek is egyre inkább az internet különböző platformjain kommunikálnak egymással (*internet of things, internet of people*). A digitalizáció átalakítja a munkahelyeket, a munkafolyamatokat és hatással van a szervezeteken belüli és a szervezetek közötti kapcsolatokra is. Az ipar 4.0 és a munka 4.0 korszakában egyre kevésbé az anyagi erőforrásokon, hanem inkább a szervezetek belső és külső társas erőforrásain, a vállalkozói és az innovációs ökoszisztéma szereplői között kiépülő együttműködéseken alapul a gazdasági sikeresség. Az innovációs folyamatok szereplőinek „szervezeti jólléte” fontos gazdasági tényezővé válik és számos társadalomtudományos diszciplína ki is alakította a gazdasági szervezetek ezirányú vizsgálatának módszereit. Tematikus számunk áttekintést nyújt a releváns elméleti és empirikus megközelítésekről, és friss kutatási eredményekkel járul hozzá a magyar gazdaság átalakulásának társadalomtudományos értelmezéséhez.

Az endogén társas erőforrások szerepét a gazdasági fejlődés kulcsfolyamataiban három tanulmány vizsgálja. Bodor Ákos és szerzőtársai a magyar gyorsnővekedésű vállalatok innovációs teljesítményét elemzik a kortárs társadalomtudományokban széles körben alkalmazott társadalmi tőke szempontrendszer mentén, míg Tomay Kira összefoglalóan értékeli a társadalmi tőke szerepét a vállalkozói és az innovációs ökoszisztéma működésében. Restás Péter és szerzőtársai pedig a munkaerőmegtartó képesség döntő tényezőjeként azonosítják a társadalmi tőkét – mint a kedvező feltételek esetén a gazdasági szervezetekben a működés során újratermelődő erőforrást.

Az értékek szerepét a tematikus szám három tanulmánya is vizsgálja a gazdasági folyamatok viszonylatában. Bodor Ákos, Grünhut Zoltán és Pirmajer Attila elemzése az európai vállalkozói értékek kontextusában helyezi el a magyar vállalkozókat a Schwartz-féle értékeszt segítségével. Ugyanezt a módszert alkalmazzák Törőcsik Mária és szerzőtársai, amikor a kortárs Magyarországon a digitalizáció hatásait is figyelembe vevő fogyasztói és életstíluscsoportok jellemzőit írják körül. Az értékeket a gazdasági szervezetek teljesítményének egyik fontos szempontjaként azonosítja Kázmér-Mayer Szilvia és szerzőtársa, akik a vezetők szerepére is ráirányítják a figyelmet. A vezetési stílus – melynek skálája a szerzők által vizsgált transzformáló vezetési stílustól a Czibor Andrea és szerzőtársai által a sötét triáddal jellemzett vezetői stílusig terjed – alapvető jelentőségű a munkahelyi jóllét vonatkozásában. Míg a sötét triád által dominált vezetési stílus szinte ellehetetleníti, az előbbi sokrétűen támogatja a munkatársak pszichés és társas jóllétét, ezen keresztül pedig a szervezet magas szintű teljesítményét. Csókási Krisztina és szerzőtársai is a kapcsolódás igényének, valamint az alacsony mértékű szabályozással együtt járó autonómiának a kiemelkedő szerepét hangsúlyozzák kutatási eredményeik alapján, amely a szervezeti azonosulás kulcstényezője.

A tematikus szám tanulmányai alapján betekintést nyerünk abba, hogy a digitalizáció milyen új lehetőségeket jelent a munkahelyek és a gazdasági szervezetek regulációs és integrációs mintázatainak alakításában, és kézzelfoghatóbbá válik, hogy ezen átalakulások iránya mennyire lesz meghatározó az átalakuló gazdaság teljesítményének egészére.

A kutatásokat az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja (FIKP) finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT).

Füzér Katalin

Szociológus, egyetemi docens, PTE BTK TMI Szociológia Tanszék, a PTE FIKP Szociológia Kutatócsoport vezetője

Bodor Ákos - Füzér Katalin -
Szerb László - Varga Attila

A társadalmi tőke szerepe a magyarországi gyors növekedésű vállalatok innovációs tevékenységében

Absztrakt: Tanulmányunk a gazdasági növekedés kulcsszereplőinek tartott gyors növekedésű vállalatok társadalmi tőke-profiljának és innovációs tevékenységének az összefüggését vizsgálja a kortárs Magyarországon. A gazellák társadalmi tőke-profilját a cégfinanszírozás változatos forrásai alapján rajzoljuk meg. A gazellák és a befektető, hitelt biztosító szereplők kapcsolatait értelmezzük megkötő, összekötő, illetve összekapcsoló társadalmi tőkeként és összefüggésbe hozzuk innovációs tevékenységükkel. Eredményeink szerint markánsan ki-rajzolódik a nem innovatív magyar gazellák társadalmi tőke-profilja: esetükben mindhárom társadalmi tőke-típus minimális mértékben áll csak rendelkezésre. Az összességében szerény innovációs teljesítménnyel rendelkező magyar gyors növekedésű vállalatok körében a legjelentősebb innovációs tevékenységgel bíró gazellák társadalmi tőke-profilja sajátos képet mutat: nem az innovációs szakirodalomban kiemelkedő jelentőségűnek talált összekötő társadalmi tőke, hanem az összekapcsoló társadalmi tőke dominál benne. Az innovatív magyar gazellák egy másik csoportja pedig tipikusan megkötő társadalmi tőkére épít.

Kulcsszavak: társadalmi tőke, innováció, gazellák, Magyarország

Tanulmányunk a gazdasági növekedés kulcsszereplőinek tartott gazellákat vizsgálja a kortárs Magyarországon. A gyors növekedésű vállalkozások a gazdasági fejlettség, a versenyképesség és az innovációs folyamat meghatározó elemei (Ács és Szerb 2007; Szerb, Komlósi és Varga 2017). Az innovációs folyamatokkal foglalkozó irodalomban tetten érhető a társadalmi tőke szempontrendszerének alkalmazása: a szerzők azokat a társadalmi erőforrásokat igyekeznek beazonosítani, amelyek jelentős szerepet játszanak a régiók és a vállalatok innovációs teljesítményében (Bodor 2014). A társadalmi tőke három típusa (Füzér 2015) közül az innovációt leginkább támogató szerepet az összekötő (*bridging*) társadalmi tőke megnyilvánulásainak tulajdonítanak a kutatók és a szakpolitika alkotói (Capello 2007; Camagni 2004; Lundvall 1992). A magyar gazellákat vizsgáló kutatásunk keretében kidolgoztunk egy módszert a cégek társadalmitőke-profiljának azonosítására. A cégfinanszírozás változatos forrásait összefüggésbe hoztuk a társadalmi tőke három típusával (Makara és Kosztopolusz 2004; Maula, Autio és Arenius 2005; Szerb, Terjesen és Rappai 2007; Karsai 2011; Szerb és Bugár 2015; Daniels, Herrington és Kew 2016). Megkötő (*bonding*) társadalmi tőkén alapuló finanszírozásként értelmeztük a rokonok és barátok befektetéseit. Összekötő (*bridging*) társadalmi tőkére épülő cégfinanszírozásnak tekintettük az üzleti angyalok befektetéseit, a kockázati tőke-befektetéseket, a szállítói hitelekre és a más vállalkozások által nyújtott finanszírozásra támaszkodó megoldásokat. A banki és pályázati forrást igénybe vevő cégek esetében pedig az összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőke jelenlétét azonosítottuk. Elemzésünkben megvizsgáljuk a magyar gazellák társadalmitőke-profiljának és innovációs tevékenységének az összefüggéseit. Eredményeink szerint az összességében szerény innovációs teljesítménnyel rendelkező magyar gyors növekedésű vállalatok körében jól elkülönülő csoportot alkotnak a társadalmi tőke egyik típusában sem bővelkedő cégek: ezek a gazellák nem is innoválnak. A jelentősebb innovációs teljesítményt felmutató gazellák társadalmitőke-profilját azonban nem a szakirodalomban hangsúlyozott összekötő (*bridging*) társadalmi tőke dominálja, hanem – a leginkább innovatív gazellák esetében – az összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőke bizonyult kiemelkedő jelentőségűnek. Emellett az alapvetően megkötő (*bonding*) társadalmi tőkére építő cégek is viszonylag számottevő innovációs teljesítményt nyújtanak.

A társadalmi tőke sikertörténete a társadalomtudományokban és a fejlesztéspolitikában

A társadalmi tőke koncepciója lenyűgöző karriert futott be a társadalomtudományokban: az 1980-as évek komplexebb igényű elméleti írásait követően (Bourdieu 1984, 1986; Coleman 1988, 1990) az 1990-es években Robert Putnam és Francis Fukuyama állították a jelenséget az érdeklődés középpontjába a társadalmi tőkének tulajdonított politikai, illetve gazdasági előnyök hangsúlyozásával, két egymásra rímelő tézis formájában. Az ezredfordulóra robbanásszerűen megnőtt a társadalmi tőkével foglalkozó társadalomtudományos cikkek száma (Füzér, Sik, Gerő és Zongor 2005: 12, 2006: 337), elsősorban Putnam munkásságához kapcsolódóan. Putnam neotocqueville-iánus tézise (Berman 1997) a stabil demokrá-

ciához szükséges erős civil társadalomról (sok összekötő társadalmi tőkéről), illetve elemzése az amerikai demokráciát veszélyeztető gyengülő civil társadalomról – például a társasági érintkezés hagyományosan fontos terepét adó klubok helyett az egyedül való tekézés (továbbá tévélés, interneten időzés stb.) fémjelezte veszélyekről (Putnam 1993, 1995, 2000) – megkongatták a vészharangot a világ vezető demokráciája felett. Fukuyama párhuzamos tézise (1995, 1999) a globálisan is sikeres gazdaságokat támogató „spontán társas készségről” (sok összekötő társadalmi tőkéről) és a családelvű társadalmak (megkötő társadalmi tőkére építő) gazdaságainak korlátairól talán kevésbé volt visszhangos, pedig elméletileg kidolgozottabb társadalmitőke- és bizalomkoncepción alapult, főként a szűk és a tág bizalmi rádiusz alább általunk is alkalmazott megkülönböztetésének köszönhetően (Füzér 2015).

Mindeközben a fejlesztési szervezetek gyakorlati világában is sikertörténet lett a társadalmi tőke fogalmából: a nemzetközi fejlesztési szervezetek (mint az OECD, Világbank, UNDP) mellett az ezredforduló táján számos ország nemzeti fejlesztési terve is a társadalmi tőkét kívánta gyarapítani (pl. Egyesült Királyság, Írország, Kanada, Ausztrália, Új-Zéland). Az Egyesült Államokban a társadalmi tőke doyenje, Robert Putnam kezdeményezett országos társadalmitőke-fejlesztő (civil) stratégiát a tudósokat és civil szervezeti vezetőket összefogó Saguaro Szeminárium égisze alatt, valamint konkrét projekteket a Better Together elnevezésű mozgalom keretében (Füzér, Sik, Gerő és Zongor 2005).

A koncepció divatja azonban nem járt együtt a kutatói közösség konszenzusát bíró elméleti tisztázással: ahány kutató, annyi definíció és mérőeszköz, állapíthatjuk meg a kuhni értelemben vett preparadigmatikus állapotot észelve. Nem csoda, hogy a sikerekkel párhuzamosan a társadalmi tőke koncepciójának kritikája is előtérbe került. A koncepciót kritizálták (pl. Portes 1998) mind az elméleti hiányosságok, mind azon gyakorlat miatt, hogy túlságosan sokféle kedvező társadalmi jelenség magyarázatára igyekeztek felhasználni a kutatók: jobb egészségi állapot, javuló bűnözési statisztikák, jobb iskolai teljesítmény, munkaerőpiaci sikerek, az életminőség javulása, jó kormányzati teljesítmény – és természetesen a gazdasági fejlődés pozitívumai is mind a társadalmi tőkének tulajdoníthatók ezen elképzelések szerint (Fukuyama 1995; Putnam 1993, 1995, 2000). A fejlesztéspolitika gyakorlati világában is kritikát kapott a társadalmi tőke (Woolcook és Deepa 2000; Woolcook 2001), mint egy szinte minden társadalmi problémára felírható csodagyógyszer.

A társadalmi tőke koncepciójának kritikáira adott elméleti válaszok közül megítélésünk szerint a leggyümölcsözőbb a társadalmi tőke három típusának bevezetésére tett javaslat volt (Woolcook 2001: 13–14; Field 2003: 42–43; Halpern 2005: 26–31). Ez az elméleti megoldás lehetővé teszi egy komplexebb, robusztusabb elmélet kidolgozását a bizalom, a társadalmi normák és a kapcsolathálózatok dimenzióinak összekapcsolása révén (Füzér 2015). A megkötő (*bonding*) társadalmi tőke a szoros, partikuláris interszónális bizalmon, a baráti, családi, rokon kötelekekben előírt együttműködési normákon alapul, és olyan kapcsolathálózatokban ölt testet, mint például a családi vállalkozások. Az összekötő (*bridging*) társadalmi tőke a szűk bizalmi rádiuszon áttörő általánosított bizalomra, az üzleti és civil tisztesség, megbízhatóság együttműködési normáira építkezik, és olyan kapcsolathálózatokban testet öl meg, mint például a (spontán) innovációs együttműködések. Az összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőke az intézményesített bizalomra épül a gazdaság és a közzsféra hierarchikus rendszerein belül és azok között, összekapcsolva a különböző területeken befolyással bírókat egymással, valamint őket a befolyással nem bírók körével, érvényesítve a fiduciárius felelős-

ség és a jogkövetés együttműködési normáit olyan kapcsolathálózatokban, mint például a projektessített fejlesztéspolitika keretében létrehozott projektpartnerségek, együttműködések (Kovách 2007; Gerő és Kovách 2015; Czibere, Gerő és Kovách, 2017: 85–105; Füzér 2017).

A társadalmi tőke az innováció kutatásában

Az 1980-as évektől egyre inkább teret nyert az a szemlélet, miszerint az innováció a gazdasági fejlődés motorja, az innovációs tevékenységek egyenlőtlen területi eloszlása pedig a regionális egyenlőtlenségek egyik legfontosabb okozója (Porter 1990; Capello 2007). Ennek következtében a regionális fejlesztéssel kapcsolatos elméletek egyik legfontosabb célja az lett, hogy feltérképezzék az innovációt meghatározó tényezők rendszerét (Varga 2009). Ebben az interdiszciplináris térben is egyre nyilvánvalóbbá vált, hogy a materiális tőke jelentősége mellett a kevésbé megfogható tényezők sokaságától is függ a helyi, regionális gazdasági rendszerek versenyképessége.

Az ún. *ipari körzet* megközelítés volt az egyik első olyan koncepció, amelyben a fejlődés gazdasági aspektusait – és ezen belül a vállalatok innovációs teljesítményét – támogató szociokulturális dimenzió kulcsfontosságú tényezővé lépett elő (Dusek 1999; Capello 2007). Az empirikus eredményekre épülő modell szerint az ipari/gazdasági körzetekben a társadalmi és a gazdasági struktúra között a fejlődést előmozdító szinergikus hatások lépnek fel, melyek közül az egyik legfontosabb az interakciókból, illetve az együttműködésekben fakadó növekvő jövedelmezőség. Kulcsfogalom a „társadalmi közelség”, ami a helyi társadalom tagjai által közösen elfogadott intézmények és szabályok működésére utal, amelyek szabályozzák a piac működését és a vállalatokat együttműködésre ösztönzik. A társadalmi közelség a tranzakciós költségek mérsékléséhez a következőkkel tud hozzájárulni: a személyközi kapcsolatok meglévő informális hálózatával, a közös szabályok és intézmények rendszerével, a közös magatartásmintákkal, az összetartozás-tudattal, a szereplők közötti együttműködési képesség által, az informális szerződésekkel és megállapodásokkal. Capello (2007) szerint a közösséghez való tartozás tudata megalapozza a bizalomteli kapcsolatokat, jótékony hatással van a vállalatok közötti együttműködésekre, valamint az informális, nem bürokratikus megállapodások létrejöttére.

Az *innovatív miliő* koncepcióját megalkotó nemzetközi kutatócsoport, a GERMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs) a kisvállalatok koncentrációját vizsgálta és arra a konklúzióra jutott, hogy a társas interakciók, a személyközi kapcsolatok és a kollektív cselekvés jelentik azokat a tényezőket, amelyek a nagyobb innovációs kapacitást, és ezáltal a térség gazdasági sikerességét eredményezik (Ratti, Bramanti és Gordon 1997). Az innovatív miliő modelljének két alapvető eleme a földrajzi és a szociokulturális közelség megléte. Az utóbbi közös magatartásmintákat, kölcsönös bizalmat, közös nyelvet és reprezentációkat, közös morált és kognitív kódokat jelent (Camagni 2004). A kétfajta közelség pedig „nagy valószínűséggel” magával hozza a gazdasági szereplők közötti interakciókat és együttműködéseket, az informális megállapodások és szerződések sűrűségét és az opportunistá viselkedés hiányát. Ezt hívja Camagni helyi kapcsolati tőkének, és a kooperatív attitűdökből, bizalomból, a közösség kohéziójából és az összetartozás tudatából összeálló jelenségként határozza meg, megjegyezve, hogy „világos kapcsolat és hasonlóság mutatható ki a miliőkonceptió és a társadalmi vagy kapcsolati tőke között” (Camagni 2004: 126).

Az *innovációsrendszer-megközelítés* első megjelenése több mint negyedszázados múltra tekint vissza (Lundvall 1985; Freeman 1987), azóta pedig világszerte nagy hatást gyakorolt az innováció kutatására és a szakpolitika alakítására is. Mára az elmélet legtöbb alapvetése a gyakorlatban, vagyis az állami beavatkozások, illetve a szakpolitikai, fejlesztéspolitikai intézkedések szintjén is testet ölt. Az innovációs rendszerek elméleti koncepciója az intézményi, illetve az evolúciós közgazdaságtanban gyökeredzik (Edquist 2005). Az intézményi közgazdaságtan felfogásában a gazdasági élet megértéséhez az intézmények vizsgálatán keresztül vezet az út. Az intézményeken belül megkülönböztetnek formális (pl. jogi, gazdasági szabályokon alapuló) intézményeket, valamint informális intézményeket, amelyek alatt a kultúra által meghatározott, a formális intézményeknél lassabban változó szabályokat (hagyományok, normák, attitűdök, értékek) értik (North 1990). Továbbá az innovációsrendszer-megközelítés témánk szempontjából különösen figyelemre méltó alapvetése, hogy „az innovációs folyamatokat *granovetteri értelemben* beágyazottnak” tekintik, ami „felhívja a figyelmet az interaktív tanulást befolyásoló tágabb intézményi környezet sajátosságainak vizsgálatára” (Vas és Bajmócy 2012: 1236), ezáltal beépítve az új gazdaságszociológia egyik legfontosabb tételét az innováció szakirodalmába. A kezdetekben a társadalmi beágyazottsághoz kapcsolódó felvetések különböző elnevezések, fogalmak (pl. normák, értékek, miliő) formájában jelentek meg a nemzetközi innovációs irodalomban, gyakran az informális intézmény gyűjtőfogalmát használva e tényezők megnevezésére. Később a társadalmi tőke-koncepció általános elterjedése következtében a „társadalmi tőke” fogalmának használata is egyre gyakoribbá vált az innovációs rendszerrel kapcsolatos munkákban.

Az innovációsrendszer-koncepció központi gondolata, hogy az innováció rendszerszerűen működik, és a vállalatok, illetve az állam és az akadémiai szféra közötti interakciók eredményeképpen jön létre. Tulajdonképpen úgy is fogalmazhatunk, hogy az innovációs rendszernek az interakciók jelentik az alapját. Ennek megfelelően a szereplők közötti kapcsolatok és együttműködések szerepének hangsúlyozása az innovációs rendszer paradigmájában kiemelten fontos szerepet kap úgy a nemzeti, mint a regionális rendszerek szintjén (Lundvall, Johnson, Andersen és Dalum 2002; Rothwell 1994; Cooke 1998). Lundvall (1992) úgy fogalmaz, hogy az innovációs rendszer elsődlegesen *társadalmi rendszerként* értelmezendő, mivel *emberek közötti interakciók* adják az alapját. A vállalatokon túlmenően kulcsfontosságú szereplőknek tekintik a különböző állami és nem állami nonprofit szervezeteket, például egyetemeket, kutatóintézeteket, ügynökségeket. Sokuknak éppen az az elsődleges feladata, hogy a szereplők közötti együttműködések fokozza, hídépítő és segítő funkciót töltsön be a rendszerben. Az innovációsrendszer-megközelítéshez hasonlóan a triple helix modell (hármasspirál-modell), illetve annak továbbgondolása, a quadruple helix modell is a különböző szereplői körök interakcióiban látja a tudásalapú gazdaság fejlődésének kulcsát (Etzkowitz és Leydesdorff 2000; Carayannis és Campbell 2012)

Vázlatosan áttekintve az innovációval foglalkozó legfontosabb koncepciókat, látható, hogy a szerzők alapvetően az összekötő társadalmi tőkét tekintik az innovációs folyamatok szempontjából lényeges tényezőnek, előfeltételnek. Ugyanakkor a társadalmi tőke különböző típusainak explicit különválasztása nem történik meg a szakirodalomban.

Az innovációval kapcsolatos hazai empirikus kutatásokban a szereplők közötti interakció, az együttműködés vizsgálata gyakran megjelenő elem. Számos munkában ez több más kutatási kérdés mellett tölt be meglehetősen hangsúlyos szerepet (Hámori és Szabó 2010; Bajmócy és Lengyel 2010; Bartha és Matheika 2009; Kiss 2012), de több esetben éppen a

kapcsolatok jelentik a vizsgálat fő fókuszát (Ferincz 2012; Csonka 2009; Havas 2010; Csizmadia és Grosz 2012; Lengyel 2012; Sebestyén 2012; Inzelt 2010).¹

A módszertani sajátosságokra koncentrálva megkülönböztethetünk kvalitatív, kvantitatív, illetve mindkét típusú módszert használókat. A tisztán kvalitatív jellegű vizsgálatok egyértelműen kisebbségben vannak a hazai kutatásokban. Ezek interjú módszereket használnak és a megkérdezett szereplők kapcsolatrendszerének feltérképezését célozzák meg (Ferincz 2012; Dobák et al. 2012). A kvantitatív jellegű munkákban előfordul a másodlagos adatforrások használata (Community Innovation Survey vállalati együttműködésre vonatkozó indikátorai) (Halpern és Muraközy 2010; Havas 2010), de a korábban említett vizsgálatok között többségben vannak a saját adatforrásokat használó vizsgálatok.

Összességében tehát megállapíthatjuk, hogy az empirikus innovációkutatásban a társadalmi tőke vizsgálata leggyakrabban az innovációs rendszer szereplői közötti kapcsolathálózatok elemzését jelenti. Ezen adatok forrását általában olyan survey jellegű felmérések jelentik, melyek a társadalmi tőkét a hagyományos kapcsolathálózati, szervezeti közti együttműködési kérdések (pl. együttműködés tartalma, jellege stb.) formájában operacionalizálják, törekedve arra, hogy a létrejövő relációs adatbázison vizsgálhatók legyenek a klasszikus kapcsolathálózati összefüggések, szerkezetek. Meglátásunk szerint azonban ez a kutatási stratégia a magyarországihoz hasonló, erősen *projektesített*, felülről vezérelt, nem organikusan kifejlődött innovációs rendszerekben nem feltétlenül vezet érvényes eredményhez az innovációs együttműködések feltérképezésében. Az együttműködések jelentős része ugyanis a projektkövetelményeknek való megfelelés következményeként jön létre, azok gyakran csak formálisan működnek, így valódi társadalmi tőkeként nem feltétlenül értelmezhetők. További aggályunk a „klasszikus” kapcsolathálózati módszer alkalmazhatóságával kapcsolatban, hogy az általánosságban használt együttműködésre vonatkozó kérdések meglehetősen aluloperacionalizáltak, túlzottan tág értelmezési tartományt biztosítanak a válaszadó számára. Az innovációs kutatásokban megkérdezett szakemberek túlnyomó többségben magasan képzett szakemberek, akik nagyon gyakran maguk is tisztában vannak az innovációs irodalom alapjaival, továbbá a futó projektjeik követelményeivel, így felmerül a válaszadói megfelelés problémája, aminek következtében a valóságtól eltérő együttműködési hálózat képe rajzolódhat ki (Bodor 2014).

Adatok, módszerek és eredmények

Tanulmányunk empirikus része egy 2014-ben kezdődött magyarországi gazellákkal – gyors növekedésű cégekkel – kapcsolatos kutatás kérdőíves adatfelvételére épül.² Az addigi gazellakutatások döntő mértékben a már meglevő adatállományokon alapuló vállalati demográfiai vizsgálatokon – kor, méret, elhelyezkedés, tulajdonosi kör – alapultak, és evidenciának tekintették az innovativitást. A hazai gazellakutatás egy egyedileg kidolgozott kérdőív segítségével próbálta feltárni a gazellák innovációs kapcsolatrendszerét (Szerb, Komlósi és Varga. 2017).

1 Az elemzések egy része kizárólag a vállalatok közötti kapcsolatokkal foglalkozik (Ferincz 2012; Dobák, Hortoványi és Szabó 2012; Halpern és Muraközy 2010; Csonka 2009; Kiss 2012), míg mások egy tágabb kör, az innovációs rendszer elemei közötti együttműködések vizsgálják (Csizmadia 2009; Csizmadia és Grosz 2012; Bartha és Matheika 2009; Sass 2010; Inzelt 2010; Lengyel 2012; Tilinger 2010; Havas 2009; Havas 2010).

2 A kutatásról, illetve a kérdőíves adatfelvételtől bővebben lásd Szerb, Komlósi és Varga (2017).

A kutatás során használt, az OECD kategorizálásának megfelelő definíció szerint gazellának minősült egy cég, ha (1) az értékesítés nettó árbevételének átlagos éves növekedési üteme az egymást követő három éven keresztül (esetünkben 2009 és 2012 között) meghaladta a 20 százalékot, illetve (2) az adott évben (esetünkben 2009-ben) legalább öt főt foglalkoztatott. Továbbá kikötés volt, hogy a gazelláknak magyarországi székhelyű, legalább 75 százalékban magyar tulajdonban lévő, működő vállalkozásoknak kellett lenniük. Ezeknek a feltételeknek összesen 4037 magyar cég felelt meg a vizsgálat időpontjában. Tekintettel arra, hogy a kutatás alapvetően a városi agglomerációk gazdaságára koncentrált, így a mezőgazdasági tevékenységet folytató vállalatok nem kerültek be a vizsgált alapsokaságba. Végül 2661 cég közül rétegzett mintavételi eljárással (területi rétegzéssel) alakult ki a 404 céget tartalmazó minta.

A kutatás nem talált egyértelmű mintázatokot a magyarországi gazellák innovációs aktivitásával kapcsolatban. A vizsgált cégek közül meglehetősen kevés tekinthető „klasszikus innovátornak” (Szerb, Komlósi és Varga 2017). Ez meglepő eredmény, hiszen a nemzetközi szakirodalom szoros kapcsolatot feltételez a gyors vállalati növekedés és az innováció között. A kutatás ugyanakkor az eredeti elképzelések szerint kifejezetten a gyors növekedés és az innovációs együttműködés vizsgálatára koncentrált volna. A kérdőívben szereplő kérdések ennek megfelelően visszatükrözték a fentebb már ismertetett szereplők közötti kapcsolatokat (azaz innovációs együttműködések) feltérképező „hagyományos” módszert. Az innovációs kutatási paradigma társadalmi tőkét mérő ezen hagyományos módszere jelen esetben azonban nem bizonyult használhatónak, hiszen a válaszok alapján a magyar gazellák nagy része nem innovál, az innovációs együttműködés pedig még az innovátorok körében is minimális volt (Szerb, Komlósi és Varga 2017: 490).

Ezért, illetve a korábban felvázolt kételyek miatt jelen tanulmányban az innovációs kutatásokban megszokotthoz képest egy másik módot választottunk a cégek társadalmi tőkéjének megragadására. A kérdőív egy olyan kérdésével dolgoztunk, amely a különféle cégfinanszírozási forrásoknak az adott vállalat működésében betöltött fontosságát vizsgálta. A finanszírozás a gyors növekedés egyik kulcsfontosságú tényezője, a kialakuló cégfinanszírozási struktúra pedig alkalmas a cég társadalmi tőke-profiljának azonosítására is (Maula, Autio és Arenius 2005; Szerb, Terjesen és Rappai 2007). Az eredeti kérdés a következőképpen hangzott:

Mennyiben tartja fontosnak a cég finanszírozásában az alábbi eszközöket:

- a) hitelintézeti forrás,
- b) pályázati forrás,
- c) más vállalkozással való együttműködés,
- d) informális befektetés (család, rokon, barát, munkatárs),
- e) üzleti angyal,
- f) kockázati tőke,
- g) szállítói hitelek.

A különböző finanszírozási formákat, lehetőségeket egyenként fontosságuk szerint egy ötfokú Likert-skálán értékelték a válaszadók. Ez a kérdés meglátásunk szerint alapvető és lényegi információt nyújt a megkérdezett cégek társadalmi tőkéjéről. A lehetséges „cégfinanszírozási eszközök” mögött minden esetben valós partnerek állnak, akikkel releváns kapcsolatként értelmezhető a megkérdezett cég finanszírozásában való részvétel. Ráadásul a kapcsolatok sokszor nem merülnek ki pusztán a finanszírozási források nyújtásában, hanem azon túl mennek. Közismert, hogy az üzleti angyalok és a kockázati tőkések a forrásokon túlmenő segítséget is nyújtanak a finanszírozott cégnek, mint stratégia alakítása, új munkavállalók

felvétele, azonosítása, külföldi piacokhoz történő hozzáférés (Makra és Kosztopulosz 2004; Karsai 2011). A finanszírozott cég így áttételesen a finanszírozó hálózatához is hozzáfér. Ezáltal az adott finanszírozási forma fontossága, illetve a mögötte álló partner fontosságának megítélése lehetővé teszi számunkra, hogy azonosíthassuk, milyen mértékben rendelkezik a társadalmi tőke egyik vagy másik fajtájával a megkérdezett gazellának tekinthető vállalat.

A különböző eszközök, illetve partnerek jól elkülöníthetők a társadalmi tőke már bemutatott típusai szerint:

1. Megkötő (*bonding*) társadalmi tőke (ami a szoros, partikuláris interperszonális bizalmon alapuló kapcsolathálózati erőforrásokat jelenti) = *Informális befektetés (család, rokon, barát, munkatárs)*
2. Összekötő (*bridging*) társadalmi tőke (ami az általánosított interperszonális bizalmon alapuló horizontális kapcsolathálózati erőforrásokat jelenti) = *Más vállalkozással való együttműködés, Szállítói hitelek, Üzleti angyal, Kockázati tőke.*
3. Összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőke (ami a vertikális, intézményesített bizalmon alapuló kapcsolathálózati erőforrásokat jelenti) = *Hitelintézeti forrás, Pályázati forrás.*

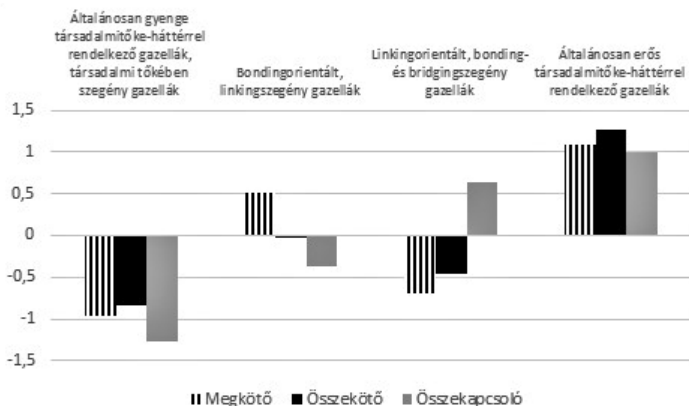
A háromféle társadalmi tőke változóit az összetartozó itemek összeadásával hoztuk létre (kivéve természetesen a megkötő társadalmi tőke változóját, ami csak egyetlen itemből áll). Ezt követően, a három társadalmi tőke-változót klaszterképző változóként használva, létrehoztunk egy 4 klaszteres struktúrát (nem hierarchikus K-MEANS eljárással). A létrejövő klasztereket az 1. ábrán mutatjuk be, jellemzőik a következők:

- Általánosan gyenge társadalmi tőkebeli háttérrel rendelkező gazellák, társadalmi tőkeében szegény gazellák ($n=91$). Ezek a cégek a társadalmi tőke mindhárom típusával nagyon gyengén ellátottak.
- Bondingorientált, linkingszegény gazellák ($n=108$). Az ebbe a klaszterbe tartozó cégek az előzőhöz képest mindhárom társadalmi tőke-típusban valamivel több erőforrással rendelkeznek, de leginkább a megkötő jellegűre építenek. Ebből a típusból az átlagnál valamivel jobban ellátottak, összekötő társadalmi tőkével átlagosan, ugyanakkor összekapcsolóval csak átlag alatti mértékben.
- Linkingorientált, bonding- és bridgingszegény gazellák ($n=94$). Az ide tartozó cégek az előzőhöz képest éppen fordított helyzetben vannak, vagyis leginkább az összekapcsoló társadalmi tőkére építenek, legkevésbé a megkötő jellegűre. Az előző csoporttól eltérően viszont összekötő jellegűvel is csak átlag alatti mértékben rendelkeznek.
- Általánosan erős társadalmi tőke-háttérrel rendelkező gazellák ($n=99$). Az ide tartozó cégek a társadalmi tőke mindhárom típusával számottevően jobban ellátottak, mint az előző klaszterekbe tartozók.

A magyarországi gazellák innovációs tevékenysége és a társadalmi tőke kapcsolata

Értelmezési keretünket úgy operacionalizáljuk tehát, hogy mind a magyar gazellák leíró elemzésében, mind a körükben megfigyelt innovációs tevékenység vonatkozásában keressük a szakirodalomban az összekötő (*bridging*) társadalmi tőkének tulajdonított kiemelkedő szerepet, és megvizsgáljuk, hogy a magyar posztoszocialista kapitalizmusban is ennek a társadalmi tőkefajtának, avagy a másik két típusnak, a megkötő (*bonding*), illetve az összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőkének van-e nagyobb szerepe. Utóbbira vonatkozóan is felvázolható egy érvényes értelmezési keret (Füzér 2018).

1. ábra. A klaszterközépponti értékek az egyes klaszterekben (standardizált értékek)



A gazellák innovációs tevékenységével a kérdőív két kérdésblokkja is foglalkozott. Az elsőben a következőkre válaszoltak a megkérdezett cégek:

2010 és 2012 között a vállalat végezte-e az alábbi tevékenységek valamelyikét:

- házon belüli K+F tevékenység,
- külső K+F,
- gépek, felszerelések, szoftverek vásárlása,
- külső tudás megvásárlása,
- továbbképzés a munkatársak innovativitásának növelése érdekében,
- designfejlesztés.

A hat itemre adott válaszokat összeadva azt az eredményt kaptuk, hogy a gazellák egyharmada (33,4%) a felsorolt tevékenység egyikét sem végezte a megkérdezett időszakban, míg kétharmaduk (66,6%) válaszolt pozitívan legalább a hat tevékenység közül egygel kapcsolatban. Tanulmányunk szempontjából a lényegi kérdés ugyanakkor az, hogy vajon a társadalmi tőke három típusával eltérő módon ellátott gazellák innovációs tevékenységében kimutathatók-e különbségek. Az 1. táblázatban a négy klaszter innovációhoz kapcsolódó tevékenységének megoszlása látható.

1. táblázat. A társadalmi tőke és az innovációhoz kapcsolódó tevékenységek összefüggése (n=392)

	Általánosan gyenge társadalmi tőkével rendelkező gazellák	Bondingorientált, linkingszegény gazellák	Linkingorientált, bonding- és bridgingszegény gazellák	Általánosan erős társadalmi tőkével rendelkező gazellák
Nem volt innovációhoz kapcsolódó tevékenység	54,9%	32,4%	23,4%	28,3%
Volt legalább egyféle innovációhoz kapcsolódó tevékenység	45,1%	67,6%	76,6%	71,7%
Összesen	100%	100%	100%	100%

A keresztábra-elemzés alapján elmondható, hogy van szignifikáns ($p=0,000$; $CV=0,25$) összefüggés az innovációhoz kapcsolható tevékenységek végzése és a cégek társadalmi tőkével való ellátottsága között. A társadalmi tőke három típusának egyikével sem jól ellátott gazellák több mint felének nem volt innovációhoz kapcsolódó tevékenysége. A másik három típusba tartozók ennél jóval jelentősebb arányban számoltak be innovációval kapcsolatos tevékenységről, különösen az összekapcsoló társadalmi tőke-orientált cégek bizonyultak innovatívnak (76,6%).

A kérdőívben az innovációs tevékenység másik kérdésblokkja kifejezetten a cég keretein belül megvalósított, illetve megkezdett innovációkra kérdezett rá a téma kutatásában bevett módon. Az ezekre a tevékenységekre vonatkozó kérdések a következők voltak:

2010 és 2012 között a vállalkozás hajtott-e végre termékinnovációt?

- a) Új vagy jelentősen továbbfejlesztett termék,
- b) új vagy jelentősen továbbfejlesztett szolgáltatás.

2010 és 2012 között a vállalkozás hajtott-e végre folyamatinnovációt?

- a) Új vagy jelentősen továbbfejlesztett módszer alkalmazása a termék vagy szolgáltatás termelésében vagy feldolgozásában,
- b) új vagy jelentősen továbbfejlesztett módszer alkalmazása a termék vagy szolgáltatás logisztikai, szállítási vagy értékesítési folyamatában,
- c) új vagy jelentősen továbbfejlesztett üzleti vagy termelési tevékenységet támogató folyamatok alkalmazása.

2010 és 2012 között végzett-e olyan innovációs tevékenységet, ami nem eredményezett termék- vagy folyamatinnovációt?

- a) Felfüggesztett/elvetett innovációs tevékenység,
- b) 2014-ben még folyamatban lévő innovációs tevékenység,

2010 és 2012 között vezetett-e be a vállalat marketinginnovációt?

2010 és 2012 között vezetett-e be a vállalat szervezeti innovációt?

A kilenc kérdésre adott válaszokat összeadtuk egy összesített innovációt mérő változóba. Ez alapján a mintába került magyarországi gazelláknak csak kevesebb mint a fele (44,8%) végzett innovációs tevékenységet. Közülük is csak kevesekre jellemző, hogy többféle innovációs tevékenységet végeznek. A társadalmi tőkével való összefüggés vizsgálatához a létrehozott összesített innovációt mérő indexből itt is létrehoztunk egy kétkategóriás változót, elkülönítve azokat a cégeket, amelyek egyáltalán nem innováltak, illetve azokat, amelyek legalább egy innovációs tevékenységet említettek. A 2. táblázat a négy társadalmi tőke-klaszter mentén elkülönített cécsoport innovációs tevékenységét mutatja.

2. táblázat. A társadalmi tőke és a megvalósított/megkezdett innováció összefüggése ($n=404$)

	Általánosan gyenge társadalmi tőkével rendelkező gazellák	Bondingorientált, linkingszegény gazellák	Linkingorientált, bonding- és bridgingszegény gazellák	Általánosan erős társadalmi tőkével rendelkező gazellák
Nem volt innováció	73,6%	52,8%	47,9%	48,5%
Volt legalább egyféle innováció	26,4%	47,2%	52,1%	51,5%
Összesen	100%	100%	100%	100%

A keresztábra-elemzés alapján elmondható, hogy itt is van szignifikáns ($p=0,001$; $CV=0,21$) összefüggés. Az előzőekben vizsgáltakhoz hasonlóan a társadalmi tőke három típusának egyikével sem jól ellátott gazellák között vannak a legkisebb arányban innovatív cégek, míg a másik három típusba tartozók ennél jóval jelentősebb arányban számoltak be innovációról.

A két innovációval kapcsolatos változó elemzése alapján megállapítható, hogy a magyarországi gyors növekedésű cégek esetében a társadalmi tőke mindhárom típusának hiánya egyértelműen csökkenti az innováció előfordulásának valószínűségét. Ugyanakkor az innováció esélyét nagyban növeli önmagában a megkötő, illetve az összekapcsoló társadalmi tőkével való erősebb ellátottság, még akkor is, ha a másik két társadalmi tőke-típussal kevésbé rendelkezik a cég. Az innovációs irodalomban kulcsfontosságúként kezelt összekötő társadalmi tőke hasonló jellegű szerepét adataink nem erősítik meg.

Következtetések

Tanulmányunkban arra kívántuk felhívni a figyelmet, hogy a társadalmi tőke komplex, három típusba kategorizálható megközelítése hatékony eszköz lehet az innovációs folyamatok mélyebb megértéséhez. A társadalmi tőkéhez sorolható tényezők jelentőségének elismerése már teret nyert az innovációval, gazdaságfejlesztéssel, illetve regionális fejlesztéssel foglalkozó irodalomban, ugyanakkor az is elmondható, hogy ez az elméleti érdeklődés egyelőre jóval az empirikus vizsgálatok előtt jár.

Az empirikus vizsgálatokban hagyományosan alkalmazott szervezetközi együttműködési formában operacionalizált kérdőívkérdések (pl. együttműködés tartalma, jellege stb.) feltételezhetően már a kapcsolatok tényleges komplexitását sem képesek teljességükben megragadni. Ezenkívül ezek a kizárólag a szervezetek közötti együttműködés mérésére szolgáló eszközök nem képesek megragadni a társadalmi kontextusnak azokat a további aspektusait, amelyeket az innovációval kapcsolatos elméleti irodalom amúgy kifejezetten relevánsként fogalmaz meg.

Az újszerű módon operacionalizált kapcsolati erőforrások feltárásával kapott eredményeink azt mutatják, hogy a hazai gyors növekedésű vállalatok markánsan elkülönülnek a társadalmi tőkével való rendelkezésük szerint, továbbá eredményeink megerősítik az innovációs irodalom azon tételét, miszerint az együttműködések pozitív hatást gyakorolnak az innovációra. A társadalmi tőke mindhárom típusával csak szerény mértékben rendelkező gazellák lényegesen alacsonyabb innovációs aktivitást mutatnak a kapcsolati erőforrásokkal jobban ellátott cégekhez képest. A mindhárom típussal átlag alatt, illetve átlag felett rendelkezők mellett sajátos társadalmi tőke-mintázatként a hazai gazellák között elkülöníthetünk két további csoportot. Az egyik azokat a gazellákat tartalmazza, akik alapvetően a közeli, szoros kapcsolataikra építenek, míg a másik csoport ezzel ellentétben éppen az összekapcsoló, vertikális jellegű erőforrásokra tud támaszkodni. Eredményeink azt mutatják, hogy a hazai gazellák esetében már pusztán a közeli kapcsolatok, illetve kizárólag a vertikális jellegű kapcsolatok birtoklása is elegendő a viszonylag fokozottabb innovációs aktivitáshoz.

A jelen tanulmányban felhasznált adatbázis korlátai nem teszik lehetővé a kapott eredmények komplex magyarázatát, ugyanakkor látható, hogy a társadalmi tőke három típusának elkülönítése értelmezhetőbbé teszi a magyarországi gazdasági és fejlesztési folyamatokat. A továbblépéshez olyan kutatások szükségesek, amelyek részletes és újszerű megközelítéseket alkalmaznak a gazdasági szereplők társadalmi viszonyainak feltárásában és megértésében, támaszkodva – többek között – a társadalmi tőke három típusának elméletére.

Hivatkozott irodalom

- Ács Zoltán és Szerb László (2007): Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy. *Small Business Economics* 28(2–3): 109–122. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3>
- Bajmócy Zoltán és Lengyel Imre (szerk.) (2010): *Innovációs képesség, versenyképesség és jólét. A Dél-Alföldi Régió innovációs képességének elemzése*. Szeged: SZTE Gazdaságtudományi Kar.
- Bartha Attila és Matheika Zoltán (2009): A magyar kis- és középvállalatok innovációs aktivitása és innovációpolitikai preferenciái egy felmérés tükrében. *Külgazdaság* 53 (7–8): 68–88.
- Berman Sheri (1997): Civil Society and the Collapse of the Weimar Republic. *World Politics* 49 (3): 401–429. DOI: <https://doi.org/10.1353/wp.1997.0008>
- Bodor Ákos (2014): *Innovációs szakemberek viszonyulásai az innováció mikro- és makrotársadalmi kontextusához*. (Doktori disszertáció.) Pécs: PTE BTK Interdiszciplináris Doktori Iskola.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203720790>
- Bourdieu, Pierre (1986): The Forms of Capital. In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. John Richardson (szerk.). New York: Greenwood, 241–258. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470755679.ch15>
- Camagni, Roberto (2004): Uncertainty, Social Capital and Community Governance: The City as a Milieu. In *Urban Dynamics and Growth*. Capello, Roberta és Nijkamp, Peter (szerk.). Amsterdam: Elsevier. 121–152. DOI: [https://doi.org/10.1108/s0573-8555\(2005\)0000266006](https://doi.org/10.1108/s0573-8555(2005)0000266006)
- Capello, Roberto (2007): *Regional Economics*. Abingdon: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203759134>
- Carayannis, G. Elias és F. J. David Campbell (2012) *Mode 3 Knowledge Production in Quadruple Helix Innovation Systems. Twenty-first-Century Democracy, Innovation and Entrepreneurship for Development*. Springer Briefs in Business 7. New York – Dordrecht: Springer, 1–63. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-2062-0>
- Coleman, James (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology* 94: 95–120.
- Coleman, James (1990): *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-08184-3_19
- Cooke, Philip (1998): Introduction. Origins of the Concept. In *Regional Innovation Systems. The Role of Governance in a Globalized World*. Philip Cooke, Hans-Joachim Braczyk és Martin Heidenreich (szerk.). London: UCL Press, 2–26. DOI: <https://doi.org/10.3828/tpr.70.2.580142115251t63u>
- Czibere Ibolya, Gerő Márton és Kovács Imre (2017): Újraelosztás és integráció. In *Társadalmi integráció. Az egyenlőtlenségek, az együttműködés, az újraelosztás és a hatalom szerkezete a magyar társadalomban*. Kovács Imre (szerk.). Budapest: MTA TK Szociológiai Intézet, 51–116.
- Csizmadia Zoltán és Grosz András (2012): Innováció és együttműködési hálózatok Magyarországon. In *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. Bajmócy Zoltán, Lengyel Imre és Málóvicz György (szerk.). Szeged: JATE Press, 52–73.
- Csonka László (2009): *A kutatás-fejlesztési és innovációs hálózatok hatása a vállalkozások tudományos és technológiai képességeinek fejlődésére. Autóipari tudásközpontok Magyarországon*. (Doktori értekezés.) Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Dobák Miklós, Hortoványi Lilla és Szabó Zs. Roland (2012): A sikeres növekedés és innováció feltételei. *Vezetéstudomány* 43(12): 40–48.
- Dusek Tamás (1999): A területfejlesztés megújítási iránya, az ipari körzetek. *Tér és Társadalom* 13(1–2): 89–108. DOI: <https://doi.org/10.17649/TET.13.1-2.514>
- Edquist, Charles (2005): Systems of Innovation Approaches. Their Emergence and Characteristics. In *Systems of Innovation. Technologies, Institutions and Organizations*. Charles Edquist (szerk.). London – New York: Routledge, 1–35. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0007>
- Etzkowitz, Henry és Loet Leydesdorff (2000): The Dynamics Of Innovation: From Nation Systems and „Mode 2” to a Triple Helix of University–Industry–Government Relations. *Research Policy* 29: 109–123. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Ferincz Adrienn (2012): Kis- és középvállalatok innovációs tevékenysége a válság idején –hálózatok szerepe. *Vezetéstudomány* 43(12): 14–22.
- Field, John (2003): *Social Capital*. London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203794623>
- Freeman, Christopher (1987): *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. London – New York: Pinter Publishing.
- Fukuyama, Francis (1995): *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press. DOI: <https://doi.org/10.2307/1251846>

- Fukuyama, Francis (1999): *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstruction of Social Order*. New York: Free Press. DOI: <https://doi.org/10.2307/20049458>
- Füzér, Katalin, Sik, Eendre, Gerő, Márton és Zongor, Gábor (2005): *A társadalmi tőke növelésének lehetőségei fejlesztéspolitikai eszközökkel*. Budapest: TÁRKI.
- Füzér, Katalin, Sik, Eendre, Gerő, Márton és Zongor, Gábor (2006): Társadalmi tőke és fejlesztés. In *Társadalmi Riport*. Budapest: TÁRKI, 335–350.
- Füzér, Katalin (2015): A bizalom társadalomelmélete és a társadalmi tőke szociológiálmélete. *Századvég* (78): 5–16.
- Füzér, Katalin (2017): *A projektessített város*. Pécs: Publikon.
- Füzér, Katalin (2018): Értelmiségiek és vállalkozók a szocializmusban és a poszt szocialista kapitalizmusban. A társadalmi tőke szerepe Szelényi Iván trilógiájában. In *Lépték és ironia. Szociológiai kalandozások*. Füzér Katalin és Bozóki András (szerk.). L'Harmattan, Budapest, 257–268.
- Gerő Márton és Kovács Imre (2015): Struktúrák, egyenlőtlenségek és hálózatok. *Socio.hu. Társadalomtudományi Szemle* (3): 17–43. DOI: <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2015.3.17>
- Granovetter, Mark (1973) The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78(6): 1360–1380. DOI: <https://doi.org/10.1086/225469>
- Halpern, David (2005): *Social Capital*. Cambridge: Polity Press. DOI: <https://doi.org/10.1177/205684601374>
- Halpern László és Muraközy Balázs (2010): Innovációs és vállalati teljesítmény Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 57: 293–317.
- Hámori Balázs és Szabó Katalin (2010): A gyenge hazai innovációs teljesítmény intézményi magyarázatához. Vita-írás a nemzetközi innovációs versenyben való részvétel akadályairól. *Közgazdasági Szemle* 57: 876–897.
- Havas Attila (2009): Magyar paradoxon? A gyenge innovációs teljesítmény lehetséges okai. *Külgazdaság* 53: 74–112.
- Havas Attila (2010): A vállalatok és a közfinanszírozású kutatóhelyek K+F és innovációs együttműködése Magyarországon. *Felsőoktatási Műhely* (4): 57–73.
- Inzelt Annamária (2010): Külföldi részvétel a hazai egyetemek és az ipar közötti együttműködésben. *Közgazdasági Szemle* 57: 431–456.
- Karsai Judit (2011): A kockázati tőke két évtizedes fejlődése Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 58(10): 832–857.
- Kiss János (2012): *Vállalati versenyképesség és innováció. TM 30. sz. műhelytanulmány*. Budapest: BCE Vállalati gazdaságtan Intézet Versenyképesség Kutató Központ.
- Kovács Imre (2007): A fejlesztéspolitikai projektessítése és a projektosztály. *Szociológiai Szemle* 17(3–4): 214–222.
- Lengyel Balázs (2012): Tanulás, Hálózatok, Régiók. In *Dialógus a regionális tudományról*. Rechnitzer János és Rácz Szilárd (szerk.). Győr: Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Magyar Regionális Tudományi Társaság, 132–139.
- Lundvall, Bengt-Ake (1985): *Product Innovation and User-Producer Interaction*. Industrial Development Research Series, 31. Aalborg: Aalborg University Press. DOI: [https://doi.org/10.1016/s0737-1071\(04\)08005-9](https://doi.org/10.1016/s0737-1071(04)08005-9)
- Lundvall, Bengt-Ake (1992): (szerk.) *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter. DOI: <https://doi.org/10.7135/upo9781843318903.004>
- Lundvall, Bengt-Ake, Björn Johnson, S. Esben Andersen és Bent Dalum (2002): National System of Production, Innovation and Competence Building. *Research Policy* (31): 213–231.
- Makra Zsolt és Kosztopolosz Andreász (2004). Üzleti angyalok szerepe a növekedni képes kisvállalkozások fejlesztésében Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 51(7–8): 717–739.
- Maula, Markku, Erkko Autio és Pia Arenius (2005). What Drives Micro-angel Investments? *Small Business Economics* 25(5): 459–475. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-004-2278-4>
- North, Douglass C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511808678>
- OECD (2009): *OECD Innovációpolitikai országtanulmányok Magyarország*. Budapest: Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal.
- Porter, Michael E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1_6
- Portes, Alejandro (1998): Social Capital. Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology* (24): 1–24. DOI: <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-7222-1.50006-4>
- Putnam, Robert (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press. DOI: <https://doi.org/10.1086/245323>
- Putnam, Robert (1995): Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy* 6(1) 65–78.
- Putnam, Robert (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster. DOI: <https://doi.org/10.7312/blau17412-081>

- Ratti, Ramigio, Alberto Bramanti és Richard Gordon (1997): *The Dynamics of Innovative Regions*. Ashgate: Aldershot. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429440755>
- Rothwell, Roy (1994): Towards the Fifth Generation Innovation Process. *International Marketing Review* 11(1): 7–31. DOI: <https://doi.org/10.1108/02651339410057491>
- Sebestyén Tamás (2012): Régiók hálózata és gazdasági teljesítmény. A régiók közötti tudáshálózati struktúra makrogazdasági szerepének vizsgálata. *Tér és Társadalom* 26(3): 69–91. DOI: <https://doi.org/10.17649/tet.26.3.1864>
- Szerb László, Komlósi Éva és Varga Attila (2017): Gyors növekedésű vállalatok Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 64: 476–506. DOI: <https://doi.org/10.18414/kszh.2017.5.476>
- Szerb László, Siri Terjesen és Rappai Gábor (2007): Seeding New Ventures–Green Thumbs and Fertile Fields: Individual and Environmental Drivers of Informal Investment. *Venture Capital* 9(4): 257–284. DOI: <https://doi.org/10.1080/13691060701414949>
- Tilinger Attila (2010): A regionális innovációs rendszerek elemei az Észak-Dunántúlon. *Tér és társadalom* (24): 207–220. DOI: <https://doi.org/10.17649/tet.24.4.1799>
- Varga Attila (2009): *Térszerkezet és gazdasági növekedés*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Vas Zsófia és Bajmócy Zoltán (2012): Az innovációs rendszerek 25 éve. *Közgazdasági Szemle* 59: 1233–1256.
- Woolcock, Michael és Deepa Narayan (2000): Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *World Bank Research Observer* 15(2): 225–249. DOI: <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>
- Woolcock, Michael (2001): The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes. *Canadian Journal of Policy Research* 2: 1–17.

Bodor Ákos

szociológus, tudományos munkatárs, MTA Regionális Kutatások Központja Dunántúli Tudományos Intézet (Pécs)

Füzér Katalin

szociológus, egyetemi docens, PTE BTK TMI Szociológia Tanszék (Pécs)

Szerb László

közgazdász, egyetemi tanár, PTE KTK (Pécs)

Varga Attila

közgazdász, egyetemi tanár, PTE KTK (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Bodor Ákos – Grünhut Zoltán – Pirmajer Attila

Értékpreferenciák az európai vállalkozók körében

Absztrakt: Tanulmányunkban vállalkozók jellemző értékmintázatait térképezzük fel európai keresztmetszetben. Mivel mind a közgazdaságtudomány szempontjából vizsgált ideális vállalkozói mentalitások, mind a szociológia számára különösen fontos vállalkozói szerepek, illetve azok etikai-morális tartalmi megismerési és cselekvési szintű aspektusokkal foglalkoznak, így abból indultunk ki, hogy ezen episztemikus és praxisalapú ismérvekhez képest az értékelméletek adhatják meg az ontológiai alapot. Az értékekkel foglalkozó koncepciók közül Shalom H. Schwartz „alapvető emberi értékek” elnevezésű megközelítését használtuk. Schwartz az értékek tíz típusát különbözteti meg, egy kettős tengelyen helyezi el őket. Empirikus vizsgálatunk során e tíz érték közül az individualista jelentéstartalmúakat alapul véve klaszterelemzéssel vállalkozói csoportokat különítettünk el, majd a kollektív értelmű értékek bevonása után profilokat állítottunk fel e csoportokról. Végül egyéb változók segítségével pontosítottuk profiljainkat. Legfontosabb megállapításként arra jutottunk, hogy Európa nyugati és északi felén, valamint inkább déli és közép-keleti régióiban két-két, értékmintázataikat tekintve igen eltérő vállalkozócsoport azonosítható. Előbbi térségben az egyik csoport fogékony az innovációkra, illetve szorgalmazza a társadalmi nyitottságot és progressziót, míg a másik inkább biztonságra vágyik, tiszteli a kulturális mintákat, s szem előtt tartja a kollektív boldogulást. Ezzel szemben Európa déli és közép-keleti részein két olyan vállalkozócsoport jellemző, amelyek egyaránt individualistábbak értékkészleteik szerint, s vagy mérsékelten, vagy még annyira sem űzi őket az újtársvágy.

Kulcsszavak: értékek, Schwartz, vállalkozók, European Social Survey

Bevezetés

Vállalkozónak lenni feltételez bizonyos egyéni elhivatottságot. Már maga a kifejezés is világosan utal erre, amennyiben hangsúlyozza a szubjektum készséget arra, hogy felvállaljon valami olyat, amit a társadalom konszenzuálisan kihívásnak tekint. Ezen egyéni elhivatottság számos dimenzióban ragadható meg, amelyeket különböző diszciplínák, elsősorban persze a közgazdaság-tudomány, az ideális vállalkozói mentalitás alapvető elemeiként azonosít. Összegzően azt mondhatjuk e mentalitásjegyekről, hogy azok a vállalkozói gondolkodás- és viselkedésmódot jelenítik meg. Nyilván azonban a vállalkozók maguk is individuumok, így nem egységesen képviselik e mentalitásokat, hanem egyéniségekként: vannak, akik inkább ilyenek, míg mások inkább olyanok – nagyon egyszerűen kifejezve. Mindez arra utal, hogy az ideális vállalkozói mentalitás a megismerés és a cselekvés szintjén azonosít individuális tulajdonságokat, amelyeknek azonban lennie kell valamiféle ontológiai megalapozásuknak. Dolgozatunkban ez utóbbiakkal, vagyis az értékekkel foglalkozunk. Az értékek tekinthetők ugyanis az egyéni szubjektivitás azon fundamentumainak, amelyekre az individuális jellemű kognitív-normatív percepciók és interpretációk, azaz ideák vagy képzetek, illetve az ez utóbbiakra támaszkodó egyéni praxisok felépülnek. Ha vannak tehát vállalkozók, akik eltérő módon képviselik egyéniségükben az ideális vállalkozói mentalitásokat, márpedig ilyen individuumok vannak, akkor ennek arra kell visszavezethetőnek lennie, hogy különböző szubjektív értékpreferenciákkal bírnak. Éppen ezért minket az érdekel, hogy a vállalkozók körében beazonosíthatóak-e jellemző, egymástól eltérő értékmintázatok, s ha igen, akkor mi mondható el ezekről a csoportokról.

Írásunkat ennek tükrében az értékelméletek felől indítjuk. Először áttekintjük az értékek jelentőségét, Shalom H. Schwartz alapvető emberi értékekről szóló teóriáját érvelésünk talapzataként használva. Egy második lépcsőfökként felelevenítjük, hogy – főként közgazdaság-tudományi perspektívából – miként értelmezik az ideális vállalkozói mentalitásokat, illetőleg, inkább szociológiai szempontból, miben látják a vállalkozók társadalmi szerepét etikai-morális összefüggésben. Az empirikus részben a European Social Survey (ESS) legújabb hullámában megtalálható Schwartz-értékteszt alapján vizsgáljuk a vállalkozók jellemző értékmintázatait, illetve az így elkülöníthető csoportok profiljait egyéb változók bevonásával, regressziós modellek segítségével pontosítjuk.

Az értékek jelentősége és Schwartz értékelmélete

Értékek határozzák meg egész világunkat: értékek mentén élünk, gondolkodunk és cselekszünk, s értékeket tulajdonítunk mások gondolatainak és cselekedeteinek is. Az értékek mindennapi életünk részét alkotják, megjelennek az erkölcs, a törvények, a vallás, a politika, a művészet, az oktatás-nevelés különböző formáiban. Szocializáció révén tovább is adjuk értékeinket, így részben ezek az áthagyományozott értékek határozzák meg azt, hogy milyen emberek vagyunk, milyen közösséget, társadalmat építünk. A kapott és vallott értékeink azt is elmesélik, milyen társadalmi közeg, kultúra vagy szubkultúra részesei vagyunk, ugyanis az értékek juttatják kifejezésre az egyénnel kapcsolatos társadalmi elvárásokat. Az értékeket úgy kezelhetjük, mint prioritásokat, életünk egyfajta belső irányítói, amelyek meghatározzák cselekedeteinket, és vezérelve szolgálnak arra vonatkozóan, hogy mit érdemes megtenni és

mit érdemes elkerülni. Átfogóan fogalmazva értéknek azokat az alapelveket, hiteket, eszméket tartjuk, amelyek kifejezik azt, hogy az egyén, a csoport, vagy épp az egész társadalom mit tart jónak, rossznak, kívánatosnak és fontosnak. Az érték fogalmának konceptualizálásához jelentős mértékben járult hozzá Talcott Parsons (1949 [1937]). A korai értékfogalmak általános jellegével szemben (lásd: gazdasági érték – Carey 1858; társadalmi érték – Thomas és Znaniecki 2002 [1921]) Parsons az értékeket olyan kulturális koncepcióknak tekintette, amelyek komoly szerepet játszanak a társadalmi viszonyok alakításában, így tanulmányozásuk lehetővé teszi az emberi viselkedés egységes elméletének kialakítását. A parsonsi funkcionalista megközelítés ezen érvek alapján hívta fel a figyelmet az értékekre, s eredményezte azok kutatásának fellendülését az 1950–60-as években.¹ Azonban a parsonsi okfejtés, illetve általában az értékelméletek nem sokkal később megtorpantak, empirikus kutatásuk számos megoldatlan kihívásba ütközött. Revitalizáció csak az 1970-es évtized közepén kezdett újra kibontakozni (Spates 1983), elsősorban olyan alkotók munkásságának köszönhetően, mint Milton Rokeach, Ronald Inglehart, illetve valamivel később Shalom H. Schwartz.

Utóbbi szerző a tématerület legújabb generációjának kiemelkedő alakja, aki az ún. „alapvető emberi értékek” elmélete megalkotásával járult hozzá az eredeti koncepciók továbbgondolásához. Fő állítása az, hogy vannak olyan fundamentális, egyetemes, általános értékek, amelyeket az emberek – kultúrájuktól függetlenül – a világon mindenütt ugyanazon jelentésekkel azonosítanak, s így a gondolkodásukban, viselkedéseikben és cselekvéseikben – relatív fontosságukat tekintve több vagy kevesebb jelentőséggel, de – mindig ugyanazon igazolási, motivációs és inspirációs tartalommal bírnak (Schwartz és Bilsky 1987). A relatív fontosság változatosságából nyilvánvalóan következik, hogy a különböző kultúrák, társadalmak vagy kisebb csoportok értékpreferenciái nem egyformák. Az azonos jelentéstartalmú „alapvető emberi értékek” éppen ezért arra szolgálnak, hogy egyetemességük és kultúrákon átívelő érvényességük révén összehasonlíthatóvá tegyenek eltérő társadalmakat és csoportokat (Schwartz és Bilsky 1990). Noha ezt az univerzális használhatóságot már korábbi értékvizsgálatok is magukénak vallották, mégis jelenleg úgy tűnik, hogy a Schwartz-féle értékeszt jutott ehhez a legközelebb.

Schwartz (1992, 2005) az értékekkel kapcsolatos igazoláselveihez és alaptételeihez a tématerületen előtte, avagy vele párhuzamosan maradandót alkotók – többek között: Allport et al. (1961); Inglehart (1997); Kluckhohn (1951); Kohn (1969); Morris (1956) és Rokeach (1973) – érveléseit szintetizálva, illetve azokat kiegészítve jut el. Először is rögzíti, hogy az értékek tulajdonképpen három alapvető emberi igényre vonatkozó igazoláselvek: egyfelől a szubjektum biológiai szükségleteire referálnak, másrészt a társas érintkezések koordináltságára, harmadrészt pedig a különféle csoportok túlélési (avagy jóléti és jólléti) törekvéseire. Mint az világosan látszik, ezen igények az individuálistól a mind szélesebb emberi csoportot átfogó kollektívig terjednek, vagy másként fogalmazva: a partikuláristól az univerzálisig. Az értékek tehát kifejezik a szubjektum individuális önállóságának, illetve másokkal való egzisztenciális összetartozásának szétválaszthatatlanságát, miközben jelzik az e konstellációban rejlő belső feszültség eshetőségét is. Éppen ezért tekinthető az egyéni értékválasztás on-

1 Az alapvetően amerikai dominanciájú funkcionista értékelmélet alapján végzett empirikus kutatásokra vonatkozóan lásd: Kahl (1965); Marsh (1965); Fallding (1965); Baum (1968); Jackson (1973); Namenwirth és Bibbee (1976); Spates (1976); általában az amerikai érték kutatásokra vonatkozóan lásd: C. Kluckhohn (1958, 1961); F. Kluckhohn (1952); Du Bois (1955); Williams (1960); Barrett (1961); F. Kluckhohn és Strodtbeck (1961); Vogt és Albert (1966).

tológiai értelemben vett önkonstituálásnak, amelyre megismerési és cselekvési szintű individuális ideák, attitűdök és viselkedések épülnek rá. A strukturális kényszerek között önalkotott (konstruált, dekonstruált és rekonstruált) egyén szubjektivitásának alapja mindezek tükrében a saját értékkészlete, amely ugyan nem statikus, hanem dinamikusan formálható, de csak jelentőségteljes külső kényszerek és belső erőfeszítések következtében. Schwartz (2006, 2012) ennek tudatában határozza meg az értékekkel kapcsolatos hat alaptételt:

- Az értékek nem pusztán racionális argumentumok, hanem releváns emocionális tartalommal bíró hitek.
- Az értékek motiválják az egyént bizonyos vágyott célok elérésére (*mit* kell megvalósítani).
- Az értékek ugyanakkor egyúttal kritériumokként, viszonyítási standardokként is funkcionálnak (*hogyan* kell megvalósítani valamit).
- Az értékek absztrakt érvényűek, általában nem függvényei konkrét szituációknak, interakcióknak.
- Az értékek között relatív fontosság szerinti dinamikus összefüggés áll fenn, ami meghatározza a szubjektív értékválasztást, magát az individuális értékkészletet.
- Az egyéni cselekvésben mindig több érték egyidejű hatása érvényesül.

Schwartz (1992) az értékek tíz típusát különbözteti meg.² Ezek azonosítása és definiálása során egyfelől tekintettel volt korábbi értékelméletek megállapításaira, másrészt empirikus eredményekből levonható tapasztalatokra is. Utóbbiak kapcsán fontos megjegyezni, hogy Schwartz a szociálpszichológiának nem a laboratóriumi jellegű kísérleti irányzatához, hanem a nagymintás, sőt nemzetközi komparatív kérdőíves vizsgálatokat alkalmazó táborához tartozik (első jelentősebb kutatási következtetéseit 67 országot átfogó adatbázis alapján tette meg).³ A tíz alapérték:

1. **Önállóság:** az autonómia iránti természetes vágyban gyökerezik. A következő fogalmakkal írható le: szabadság, függetlenség, kreativitás, önbecsülés.
2. **Ösztönzés:** a változatosság iránti igényt jeleníti meg. Az újdonság- és kihíváskeresés, kockázatvállalás, továbbá a rutinoktól mentes élet élménye motiválja.
3. **Hedonizmus:** a szükségletek és vágyak kielégítésének érzéki öröme, az élvezetek keresése adja tartalmát.
4. **Elismerés:** annak igénye, hogy a közeli és távolabbi embertársaink fogadják el, hagyják jóvá, sőt mi több, jutalmazzák a cselekedeteinket. A következő fogalmakkal írható körül: ambíció, siker, érvényesülés, megbecsültség.
5. **Hatalom:** a minél magasabb társadalmi státusz és presztízs elérése motiválja; dominanciára való törekvés emberek és erőforrások felett. Magába foglalja a tekintélyt, gazdagságot, irányítási és kontrolligényt.

2 A schwartzi értéktípusok koncepcionális fejlődése máig le nem zárt folyamat. Sokáig 11 kategóriára épült az elmélet, ám empirikus eredmények azt mutatták, hogy a spiritualitás értéke nem tekinthető kulturális közegtől függetlennek, mivel más-más társadalmi kontextusokban eltérő jelentéstartalmakat vett fel az érintett kategória. Több tanulmány foglalkozik manapság is az értéktípusok finomításával (lásd pl.: Schwartz et al. 2012), ám a szélesen elfogadott teória szerint tíz alapérték különböztethető meg.

3 A nemzetközi komparatív aspektus amiatt rendkívül fontos Schwartz elmélete szempontjából, mert éppen arra épül fel az érvelés, hogy különböző kulturális közegek intézményi és nyelvi struktúrái közepette az egyének eltérő módon ítélik meg az alapértékek relatív fontosságát, s ebből következőleg nagyon eltérő értékkészlettel bírhatnak, ám mindez nem befolyásolja azt az állítást, miszerint a tíz alapérték jelentéstartalma minden kulturális közegben ugyanaz.

6. *Biztonság*: az egyén egzisztenciális biztonságára, egészsége megőrzésére, személyes kapcsolatai stabilitására, valamint a szűkebb és tágabb társas közegében kialakult rend fenntartására vonatkozó igénye tartozik ide.
7. *Konformitás*: a társadalmi elvárásokhoz és normatív előírásokhoz való alkalmazkodás fontossága motiválja. Fogalmi: önfegyelem, engedelmesség, tisztelet, lojalitás, megbízhatóság.
8. *Tradíció*: a hagyományok, a közös tudások, valamint a kollektív hitek és tapasztalatok megőrzésének, ápolásának s továbbadásának fontosságát, a közösség iránti alázatot jeleníti meg.
9. *Jóindulat*: a szorosabb és intímabb relációk kiegyensúlyozottsága, megerősítése iránti igény, illetve az ezen interakciókban érintett felekről való gondoskodás motiválja. Fogalmi: becsületesség, barátság, őszinteség, segítőkészség, megbocsátás.
10. *Univerzalizmus*: az embertársak jólétének és jóllétének fontossága, a társadalmi egyensúlyok biztosítása, a makroszintű konfliktusok konszenzusos kezelése, valamint a természeti környezet megóvása motiválja. A tolerancia, igazságosság, szolidaritás, kölcsönösség, béke, környezetvédelem, egyenlőség eszméivel írható körül.

E tíz érték között Schwartz szerint dinamikus kölcsönhatás áll fenn, így az individuális értékválasztás nem teljesen szubjektív. Azt ugyan az egyén önállóan megválasztja – persze a strukturális kényszerek keretei között –, hogy relatív fontosságát tekintve melyik érték számára a legjelentősebb, ám a többi értéktípus ahhoz viszonyított relációja már egy belső logika függvénye. Mindez okvetlenül következik abból, hogy a tíz érték alapvetően két csoportra osztható: az első öt individualista, míg a második öt inkább kollektív természetű. E kettősségen túl Schwartz egy másik, négyes felosztást azonban fontosabbnak tart modelljére nézve. Az önállóság és az ösztönzés nemcsak individualista értékek, hanem egyúttal a szubjektum változásra való nyitottságát is kifejezik. Ezekkel szembeállítható a biztonság, a konformitás és a tradíció, amelyek kollektív értéktípusok, s ugyanakkor konzerváló-megőrző tartalommal bírnak. Hasonlóan, az elismerés és a hatalom individualista értékek, amelyek egyúttal önmegvalósítóan a szubjektumot állítják a társas érintkezések középpontjába, miközben ezekkel éppen ellentétesen a jóindulat és az univerzalizmus nemcsak kollektív jelentést hordoznak, de az egyént meghaladva, a közösség szempontjából fogalmazznak meg követendő célokat. Schwartz egyetlen értéktípust – a hedonizmust – nem tud egyértelműen elhelyezni e négyes tagolásban, így annak elsősorban csak az individualista jellege lényeges.

1. ábra. Schwartz értékmodellje



Forrás: Schwartz (2006) alapján szerzői szerkesztés

Az ideális vállalkozói mentalitásról és a vállalkozók társadalmi szerepéről

E fejezetben tömören azt tekintjük át, hogy az ideális vállalkozói mentalitás különböző elemeit miként definiálják, illetve írják körül főként közgazdaság-tudományi perspektívából, miközben egy ettől markánsan eltérő szociológiai nézőpont miben látja a vállalkozók társadalmi szerepét. E kettős fókusz számunkra azért fontos, mert a vállalkozók jellemző érték-mintázatainak vizsgálatok a közgazdaság-tudományi és a szociológiai érvelés más és más értékek fontosságát emeli ki.

A vállalkozói lét, illetve a vállalkozóvá válás okait, sajátosságait két kereten belül vizsgálja a közgazdaság-tudomány (Szerb és Lukovszki 2013). Az egyik – az individuumot helyezve a középpontba – azt állítja, hogy bizonyos pszichológiai tulajdonságok, személyiségjegyek, illetve szociodemográfiai tényezők szükségesek ahhoz, hogy valaki sikeres vállalkozó legyen. A másik keretrendszer szerint sokkal inkább az adott társadalmi kultúra milyensége van hatással arra, hogy az egyénből vállalkozó válik-e vagy sem. Minket a közgazdaság-tudományi irodalomból sokkal inkább az első nézőpont foglalkoztat, hiszen az ideálisnak vélt vállalkozói mentalitás-elemek megragadása ehhez kötődik. A következő áttekintésben szándékosan nem törekszünk sem elméleti konstrukciók szintetizálására, sem kifejezett definíció- és koncepcióalkotásra. Fontosabbnak tartjuk ehelyett megjelteni, hogy a fent említett, hosszú múltra visszatekintő kutatási előzmények miként tárgyalják nevezett kérdéskört. Már csak ezért sem célunk a vállalkozói mentalitásokkal kapcsolatos különböző fogalmak fejlődését végigkísérni, azok változó jelentéstartalmát aprólékosan kibontani, közöttük elméleti kapcsolatot teremteni, s mindezek alapján valamiféle metateoretikus keretet megadni, hiszen soha nem lesz paradigmaticusan rögzíthető az „ideális vállalkozó”. Másfelől amiatt is okosabbnak tartjuk az egyes fogalmakat önmagukban kezelni, mivel nem egy koherens mentáliskomplexumot, hanem annak különféle intenzionális elemeit szándékozunk a tanulmány következő fejezetében az alapvető emberi értékekre visszavezetni.

Az egyéni autonómiára való törekvést történetileg is az ideális vállalkozói mentalitás gerinceként értelmezi számos szerző (vö.: Hayek 1995 [1937]; Holt 1997; Kirby 2004; Knight 1921; Mises 2007 [1949]; Smith 1976 [1776]; Walras 2013 [1874]). A szubjektív autonómia felöleli a döntési szabadság kiterjesztése iránti igényt, valamint az önálló gondolkodás, információmérlegelés és célválasztás lehetőségének prioritizálását. Az önmagára hagyatkozás individuális igényének kiemelt momentuma a saját tőke és erőforrások befektetésének szabad megválasztása. Ez utóbbi már átvezet a kockázatvállaláshoz (vö.: Arrow 1951; Bélyácz 2013; Holton 2004; Keynes 1921; Marshall 1920; Thünen 1960 [1850–1863]). Amennyiben a bizonytalanságok rendszerint teljességgel nem kizárhatóak, legfeljebb mérésükre, kezelésükre lehet előzetesen felkészülni, illetve a mindig változó körülményekre adekvát reakciókat adni, úgy a saját tőke- és erőforrás-befektetéssel elérni kívánt legnagyobb profit tulajdonképpen az egyéni kockáztatás eredményének, jutalmának tekinthető. A bizonytalanságok sokrétűsége releváns egy adott döntési szituációban, ugyanakkor a kockázatok felvállalása rendszerint újabb kockázatokot szül, ami miatt az ideális vállalkozói mentalitás igazából egy folyamatos kockázatspirállal való szembenézést tartalmaz. Ennek tükrében beszélhetünk olyan problémamegoldó gondolkodásról, ami inspirálja és motiválja az egyént újszerűségek alkalmazására és bevezetésére, a fennálló körülmények megváltoztatására, új irányok és lehetőségek felfedezésére.

Ez utóbbi maga az innovációs készség és képesség (vö.: Baumol 1990; Cantillon 1931 [1755]; Chell 2008; Holcombe 1998; Schumpeter 1934), ami úgyszintén markáns része az ideális vállalkozói mentalitásnak. Az újító problémamegoldáson túl az innovációs lehetőségek utáni folyamatos és rendíthetetlen kutatás arra hivatott, hogy kompetitív előnyöket biztosítson a piaci versenytársakkal szemben. Egyszerre jelenik meg tehát az innovációban a túlélési mentalitás és a felfedezés ösztöne. Ráadásul ebben a folyamatos versenyhelyzetben, aki egyszer újítani tudott, az nemcsak saját, hanem a versenytársak innovációs törekvéseit is inspirálja, hiszen a felzárkózás és meghaladás útja csakis újabb innovációk bevezetésén keresztül vezethet előre. Éppen ezért, ha egy radikális, és így okvetlenül kockázatos újítás végül sikeresnek bizonyul, az valóságos innovációs hullámot okozhat az adott szakterületen vagy akár azon messze túlterjeszkedően is. Az újítási lehetőségek felismerése és kiaknázása azonban nem valósulhat meg olyan individuális képességek birtoklása, illetve folyamatos gyarapítása, gazdagítása nélkül, mint a kreativitás (vö.: Florida 2002) és a variabilitás (Schultz 1975, 1980). Ezen immateriális formában létező egyéni erőforrások a változásra való lankadatlan nyitottságot fejezik ki. Az ideális vállalkozói mentalitás ebből kifolyólag felöleli a rutinok kritikai felülvizsgálatát, legyenek ezek az individuális berögzültségek szokás- vagy gyakorlati jellegűek, tudásalapúak, esetleg normatív tartalmúak. E kritikai hozzáállás megteremtéséhez elengedhetetlen valamiféle személyes kielégületlenség, ami proaktív és progresszív önvizsgálatra, továbbá intézményesült keretek közötti és autodidakta tanulásra, azaz teljes szellemi nyitottságra ösztönöz.

A fentiek tükrében jól megragadható, hogy az ideális vállalkozói mentalitás alapja az egyén kezében összpontosuló materiális tőkékkel és immateriális erőforrásokkal való önálló és szabad rendelkezés. Ugyanakkor nem egyszerűen autonóm és szubjektív felhasználásról van szó, hanem egy hidegfejűen, racionálisan, valamiféle elvonatkoztatott kontemplatív pozícióból stratégiaileg végiggondolt, profitoptimalizáló kiaknázásáról a különböző tőke- és erőforráselemeknek (vö.: Chell 2007, 2008; Hart et al. 1995; Kwiatkowski 2004; Stevenson és Sahlman 1989; Stevenson és Jarilo 1990; Timmons 1989). Sőt; a szubjektumnak arra is képesnek kell lennie, hogy olyan tőkék és erőforrások igénybevételét szintén kalkulálni tudja, amelyek még nem állnak rendelkezésére, amelyeket előbb meg kell szereznie valamilyen módon (kölcsonzéssel, befektetésvonzással, partnerszerzéssel, termelés által). Mindezek alapján kijelenthetjük, hogy az ideális vállalkozói mentalitás a tőke- és erőforrás-gazdálkodással összefüggésben egyfajta kontrollképességről (Holt 1997; Kirby 2004), tervezési, irányítási, szervezési és vezetési potenciálról (Marshall 1920), azaz szuperintendánsi kompetenciáról (Ricardo 1962 [1817], 2009 [1821]; Say 1964 [1821]; Walker 1888) értekezik. Az ideális vállalkozó tehát tudatosan törekszik tőkéi és erőforrásai folyamatos bővítésére és gazdagítására, miközben sokrétű szintetizáló kapacitást fejleszt ki a leghatékonyabb befektetési kombinációk kidolgozása, mobilizálása és előmozdítása érdekében. Ehhez domináns státuszra van szüksége, mert csak így tudja biztonsággal a saját hasznára összpontosítani tőkéit és erőforrásait, illetve az azok termelésével, logisztikájával, értékesítésével s újrabefektetésével kapcsolatos munkafolyamatokat. Ez tehát nem egyszerűen szaktudást jelent, hanem tudás- és hatalomalapú érvényesülési késztetést, mégpedig autonóm célválasztási és döntési szabadság által (Marshall 1920).

Az ideális vállalkozói mentalitás nem engedhet meg olyan pazarló hedonizmust, ami nem jár profitszerzéssel. A haszonlogika szűrőjén átengedett örömezzet eredője csupán kettős lehet: materiálisan megtestesülő individuális gazdagság (Chell 2008; Mick 1940), illetve im-

materiális formában létező, de racionálisan újrabefektethető elismertség (Benz és Frey 2008), származzon utóbbi akár az egyéni tehetség, tudás, teljesítmény vagy státusz jutalmazásából.

Szemléletesen foglalja össze az individualista megközelítést Schumpeterre hivatkozva Kuczi Tibor:

[A]zért lesz az egyik emberből vállalkozó, a másiból pedig örökös alkalmazott, mert különböznek a személyes adottságaik. Az egyik nyughatatlan, kockázatkereső, és nagy az autonómia-igénye, a másik viszont óvatos, és mindennél többre becsüli a biztonságot. Joseph Schumpeter lényegében pszichológiai sajátosságokkal ragadta meg a vállalkozót, akit a hatalomvágy, az uralkodni akarás visz mindig előre... Szerinte a gazdasági fejlődésnek az a hajtóereje, hogy vannak emberek, akik hatalomvágyból, a nagyra törés energiáitól hajtva, a nagyobb haszon reményében mindig új piacokat keresnek, új termékeken, technológiai vagy szervezeti változtatásokon törik a fejüket (Kuczi 2011: 75).

Eddig tehát a közgazdaság-tudományi perspektívából értelmezett ideális vállalkozói mentalitás. E fókusz azt kutatja, hogy kiből és milyen személyes tulajdonságokra alapozva lesz vállalkozó. Az inkább szociológiai irodalomban fellelhető kérdésfeltevés egy ehhez képest igencsak eltérő témát boncolgat: tulajdonképpen azt, hogy a fent vázolt mentalitáselemekre támaszkodva vállalkozóvá vált egyén, bizonyos etikai-morális reflexiók tükrében, milyen szerepet tölthet be a társadalomban. Ha a vállalkozó egyéni autonómiára törekszik, akkor érdekelt a szabadság társadalmi szintű érvényesíthetőségében is. Ha a vállalkozó innovációkra, újításokra, új megoldásokra összpontosít, akkor érdekelt a merev kulturális logikák és szemantikák megkérdőjelezésében is. Ha a vállalkozó racionális érvek tükrében mérlegeli döntéseit és cselekvéseit, akkor érdekelt a kulturális referenciák és az intézményi struktúrák észszerűségének szorgalmazásában is. Ha a vállalkozó minduntalan igyekszik szellemi megújulásra, kritikai felülvizsgálatra, akkor érdekelt a tudás, a véleménynyilvánítás és a diszkusszió nyitottságában is. Jól érzékelhető tehát, hogy a vállalkozó milyen reflexív érvek tükrében tölthet be sajátos szerepet a társadalomban. Nem kétséges, e státusz eshetősége különösen érdekes volt a hazai szociológiai kutatások számára a rendszerváltást követő társadalmi átalakulási folyamatok közepette. A vállalkozó bizonyos fokig pozitív és nélkülözhetetlen szereplőjévé lépett elő a modern piacgazdaság, illetve a demokratikus struktúrák kialakulásának (Sik 1994). A vállalkozó e nézőpontból nem a saját önérdekét mindenáron érvényesítő *burzsoá*, hanem sokkal inkább a közügyek iránt is fogékony *polgár* (*citoyen*). Ennek a szerepelvárásnak a gyökerei nyilvánvalóan megtalálhatók már a klasszikus szerzőknél is, talán legtisztább formában Max Webernél, aki a vállalkozói mentalitásnak az etikai-morális aspektusait hangsúlyozza azon alaptételével összefüggésben, miszerint a modern kapitalizmus létrejöttének döntő mozzanata egy új „szellem” térnyerése volt. Weber szerint az első „új stílusú” vállalkozók élete nem volt könnyű, általános meg nem értettség vette körül őket, így szilárd jellemre és világosan megmutatkozó etikai erényekre volt szükségük annak érdekében, hogy fokozatosan elnyerjék mások bizalmát. Ezek az erények Weber meglátása szerint szöges ellentétben állnak a korábbi korszakok vállalkozóinak vakmerő, gátlástalan, spekulatív magatartásával. Sokkal inkább olyan polgárokról beszélhetünk, akik kitartóan, óvatosan, és mégis merészen szentelik magukat az „ügynek” (Weber 1982). A már kortárs elméletek közül ide kapcsolódik Boltanski érvelése is, aki a kapitalizmus által létrehozott kollektív előnyök tárgyalása során azt az ideológiát hívja a kapitalizmus szellemének, „amely igazolja a kapitalizmus melletti

elköteleződést, s amely kívánatossá teszi ezt az elköteleződést” (Boltanski 2002: 418). A kapitalizmus fejlődése során felbukkanó első „szellem” megjelenését a 19. századra teszi, és a „vállalkozó polgárt” tartja domináns szereplőnek, akinél a polgári értékrend tisztelete alapvetően meghatározó. Boltanski, Ève Chiapellóval írt közös munkájukban (2005), azt hangsúlyozza, hogy napjaink késő kapitalizmusában is érvényesül egy sajátos „szellem”, amely tulajdonképpen minden individuumot bizonyos fókig vállalkozóvá tesz, amennyiben a projektek világában saját szimbolikus termékét képviseli és piacosítja mindenki, miközben sűrűn változtatva munkahelyüket, lakó- és kulturális környezetüket, „nomád életformára” térnek az egyének. E soknyelvűség, identitási sokrétűség, sokféle azonosságtudat és hovatartozás-érzés, valamint sokszorosan próbára tett személyes rutinok hatására a szubjektumok reflexív és kritikai készsége a kozmopolitizmus irányába mutat. A hazai szociológiai szakirodalomban a Kapitány házaspár (2013) grandiózus társadalomelmélete a szellemi termelési módról ugyanezt a folyamatot ragadja meg még átfogóbban, a kapitalizmus meghaladási lehetőségét is sugalmazva. Alanyaik, a szellemi termelők, úgyszintén vállalkozók bizonyos értelemben, akik munkájukban, mindenki munkájában fel- és elismerik a szellemi tartalmat, s így az egyéniség kibontakozási lehetőségét. Ez innovációkra, azaz újításokra és új megoldásokra, reflexív racionalizációra, vagyis az objektív, a természeti s a társadalmi világba való egyéni egzisztenciális beágyazottság perspektívájából e szférák mélyebb megértésére és regisztrálására, továbbá mindenre érvényes kritikai változtatásigényre sarkall.

Az előzőekben bemutatott, az ideális vállalkozói mentalitást leíró különféle fogalmak, valamint a vállalkozó társadalmi szerepével kapcsolatos érvelések elsősorban a megismerés és a cselekvés szintjén értelmezhető szemlélet- és gondolkodásmódokat, percepciók és interpretációs keretezéseket, azaz ideákat, valamint azokra épülő praxisformákat azonosítanak. Az értékek valójában ezen episztemikus relevanciájú és gyakorlati jelentőségű ismérvek ontológiái alapjainak tekinthetők. Emiatt fontos a vállalkozók jellemző értékmintázatait feltárni.

Vállalkozói értékmintázatok

A Schwartz-féle modell alkalmazása a vállalkozói értékszerkezet vizsgálatára nem előzmények nélküli sem a nemzetközi, sem a hazai szakirodalomban. Holt (1997) kínai és amerikai vállalkozók egyéni értékészleteit vetette össze. Arra jutott, hogy az eltérő kulturális közegek hatásai ugyan számottevőek, ám a változásra való nyitottság és az önmegvalósítás mindkét vállalkozói célcsoportban relatív fontossággal bír az individuális értékészleteken belül. Noseleit (2008) ugyanezt az aspektust vizsgálta nyugat-európai társadalmak, illetve azok vállalkozói körében, azt igyekezvén feltérképezni, hogy a teljes népesség jellemző értékpreferenciájától eltér-e a vállalkozók értékészlete. Holthoz hasonlóan szintén azt tapasztalta, hogy a változásra való nyitottság (különösen az önállóság), valamint az önmegvalósítás értékei (elismerés és hatalom) valamivel fontosabbak a vállalkozók számára, mint a társadalom többi csoportja esetében. A hazai szakirodalomban Luksander et al. (2011) és Csíste et al. (2012) vették górcső alá ezt a kérdésfeltevést, európai kereszttmetszetben – saját empirikus adatokon is – vizsgálva mikro-, kis- és nagyvállalkozók, valamint menedzser-középvezetők értékészleteinek különbségeit. Több aspektusra kiterjedő megállapításaik nagyon tömör

konklúziójaként azt mondhatjuk, hogy összehasonlítva az európai szintű értékmintázattal, valamint az egyes országok társadalmi szintű értékmintázataival, a fenti eredményekhez hasonlóan, az individualista értékek relatív fontosságának dominanciáját tapasztalták a vállalkozók valamennyi csoportjának körében (kisebb eltérésekkel persze). Málovics és Sanagustin (2016) egy hasonló hazai kutatás tapasztalatait közlik: saját vállalkozói adatfelvételük eredményeit a magyar társadalom értékmintázatával vetették egybe. Úgy találták, hogy az általuk vizsgált vállalkozók számára főként az önállóság és az elismerés értékei fontosabban a társadalom egészéhez képest.

Összességében tehát kijelenthetjük, hogy valamennyi kapcsolódó munka arra a megállapításra jutott, miszerint a vállalkozók egyéni értékészletükben a tíz alapvető érték közül első sorban az individualista jelentéstartalmúakat, vagyis az önállóságot, az ösztönzést, a hatalmat és az elismerést (lényegesen kevésbé a hedonizmust) ítélték relatíve fontosabbnak. A korábban bemutatott kutatásokkal szemben minket nem az érdekel, hogy a vállalkozók egyéni értékészlete ténylegesen eltér-e nevezett értékek preferálása miatt a társadalom többi tagjának értékmintázatától. Ezt is érintjük persze. Fontosabbnak tartjuk azonban feltérképezni azt, hogy maguknak a vállalkozóknak milyenek az értékpreferenciáik. *Az érdekel tehát minket, hogy vannak-e egymástól eltérő, koherens mintázatokká összeálló vállalkozói értékészletek.*

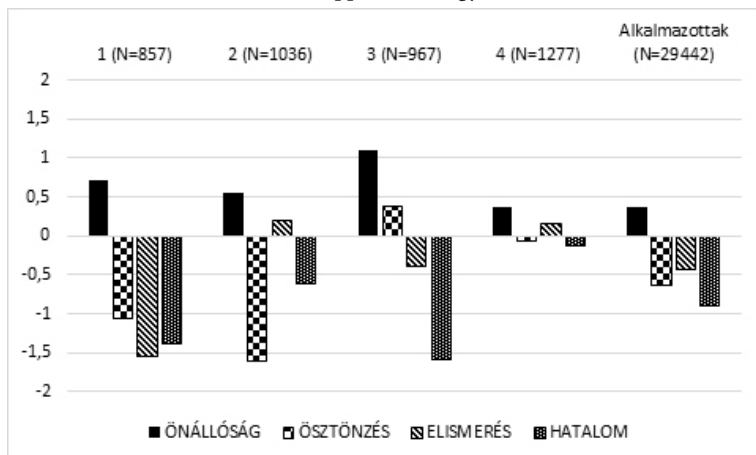
Elemzésünket a European Social Survey (ESS) 8. hullámának 2016-os adatai alapján végeztük.⁴ Az adatbázis 23 európai országból több mint 40 ezer megkérdezett válaszait közli. Az ESS minden adatfelvételi hulláma tartalmazza a Schwartz-modell alapján létrehozott, 21 kérdésből álló értékesztet. A lakossági mintán belül a vállalkozók elkülönítése nem okoz problémát, mivel az ESS kérdőíve a szociodemográfiai háttérváltozók széles körét foglalja magában, így többek között azt is, hogy a válaszadó (amennyiben valaha volt fizetett munkája) jelenlegi (illetve legutolsó) főállásban alkalmazott-e, vagy vállalkozó (volt), illetve harmadik kategóriaként elkülöníti a családi vállalkozásban dolgozókat is. Elemzésünket a 20 és 75 év közötti korosztályra szűkítve a vállalkozók aránya a teljes mintán belül 12,1%.

Elsőként az individualista értékeket, azokon belül is az önállóság, az ösztönzés, a hatalom és az elismerés dimenzióit vonjuk be az elemzésbe. Ennek oka egyrészt az, hogy a fent bemutatott kutatások eredményei szerint a vállalkozók értékészletei jellemzően e négy érték mentén térnek el a társadalmi szintű értékmintázatoktól. Másrészt láttuk azt is, hogy a közgazdaság-tudományi irodalomban tárgyalt ideális vállalkozói mentalitások főként ezen individualista jelentéstartalmú értékekkel hozhatók kapcsolatba. Harmadsorban pedig azt is érintettük, hogy a vállalkozók társadalmi szerepére fókuszáló szociológiai megközelítés, miközben bizonyos, egyéni reflexiók útján levont etikai-morális aspektusok fontosságát hangsúlyozza, nem vonja kétségbe a vállalkozóvá válás individuális motiváltságát és megvalósíthatóságát. Az elemzés második lépésében bevonjuk majd a többi hat értéket is, s azokkal együttesen adunk leírást a jellemző értékmintázatok szerint elkülönülő vállalkozói csoportokról. Végül pedig szociodemográfiai változókat építünk még be a vizsgálatba.

⁴ Az ESS egy nemzetközi összehasonlító vizsgálat, amely 2001-től kezdődően kétévente az európai társadalmak demográfiai jellegzetességeiről, politikai és közéleti preferenciáiról, illetve különféle társadalmi értékekről és attitűdökről nyújt széles körű betekintést. Bővebb információ: <http://www.europeansocialsurvey.org/> és <http://ess.tk.mta.hu/ess/>.

Elsőként tehát az individuális értékekkel dolgoztunk, s azokat klaszterképző változóként⁵ használva létrehoztunk egy négy klaszterből álló struktúrát a vállalkozókból (nem hierarchikus K-MEANS eljárással). A létrejövő klaszterek jellemzőit a 2. ábra mutatja.⁶ [Az ábra jobb szélén viszonyítási pontként az alkalmazottak (N=29 442) átlagértékei láthatók.]

2. ábra. Klaszterközéppontok az egyes klaszterekben



Forrás: Schwartz ESS 8. alapján szerzői szerkesztés

Az interpretáció szempontjából fontos, hogy az egyes értékekhez tartozó pozitív számok a schwartzi modell összes elemére (21 változó) adott válaszok egyéni átlagához képest erősebb preferenciát jelentenek, a negatívak pedig gyengébbet. Ennek tükrében elsőként az állapítható meg, hogy a vállalkozók nem rendelkeznek homogén értékkeliséssel. A klaszterek elemszáma alapján látható, hogy bár a mind a négy kiválasztott érték relatív fontosságát viszonylag magasra preferálók csoportjába (a 2. ábrán balról a negyedik klaszterbe) tartoznak a legtöbben, de ez így is csak az összes vállalkozó alig több mint egynegyedét jelenti.

5 Az ESS-ben alkalmazott Schwartz-teszt 21 különböző ember rövid profileírását tartalmazza, mely állításokra válaszolva a megkérdezett egy hatfokozatú skála segítségével határozza meg, hogy a kérdésben jellemzett ember mennyire hasonlít órá. Az univerzalizmus kivételével két-két változó átlagolásával jön létre egy adott érték mutatója. (Bővebb módszertani leírás az ESS-ben használt Schwartz-értékteszthez lásd: https://www.europeansocialsurvey.org/docs/methodology/ESS_computing_human_values_scale.pdf).

Az önállósághoz tartozó két kérdés a következő: (1) Fontos számára, hogy új dolgokat találjon ki, hogy kreatív legyen. Szereti a dolgokat a saját egyéni módján intézni. (2) Fontos számára, hogy saját maga döntsön arról, mit csinál. Szeret szabad lenni és nem függni másoktól. Az ösztönzéshez tartozó két kérdés a következő: (1) Szereti a meglepetéseket, és szeret mindig új dolgokat csinálni. Fontosnak tartja, hogy az ember különféle dolgokat csináljon életében. (2) Keresi a kalandokat és szeret kockázatot vállalni. Izgalmas életet akar élni. Az elismeréshez tartozó két kérdés a következő: (1) Fontos számára, hogy megmutassa a képességeit. Azt akarja, hogy az emberek nagyra becsüljék azért, amit tesz. (2) Fontos számára, hogy nagyon sikeres legyen. Reméli, hogy az emberek elismerik a teljesítményét. A hatalomhoz tartozó két kérdés a következő: (1) Fontos számára, hogy gazdag legyen. Azt akarja, hogy sok pénz és drága dolgai legyenek. (2) Fontos számára, hogy tiszteljék mások. Azt akarja, hogy az emberek azt csinálják, amit mond.

6 A klaszterelemzés során az eredeti skála nyers pontszámai helyett az egyes alapértékeknek centrált pontszámokat használtunk, amelyeket a 21 itemre számított átlagértékekből való kivonás után nyertünk.

A többiek tehát az önállóság, ösztönzés, hatalom és elismerés közül egy vagy több érték relatív fontosságának alacsony megítélése miatt elűtnek az ideálisnak vélt értékmintázattól.

A fenti ábrán balról az első klaszter tagjai ítélik önmaguk értékkeszlete szempontjából a legkevésbé fontosnak az önállóságot, ösztönzést, hatalmat és elismerést. Jól látható ennek alapján, hogy e klaszter esetében csak az önállóságnál mutatkozik pozitív szám, miközben a többinél erősen negatívak az eredmények. Meglepetésként tapasztalhatjuk, hogy az önállóságot kivéve a másik három, előzetesen kiválasztott érték lényegesen alulpreferált e csoportban még az alkalmazottakéhoz képest is. A második klaszter tekintetében feltűnően magas az elismerés preferálása, miközben az önállóság és a hatalom szintén nagy fontossággal bír. Ugyanakkor az ösztönzés megítélése messze e csoport esetében a legalacsonyabb. A harmadik klaszter több szempontból is az előző ellentétét jeleníti meg. Releváns különbség leginkább az ösztönzés dimenziójában mutatkozik, amely értékkel e csoportban viszonylag erősen azonosulnak: csak e klaszternél szerepel ezen érték pozitív tartományban. Mindeközben az önállóságnak szintén kiemelkedően magas a preferálása e csoportban, a hatalom és az elismerés értékei azonban az összes klaszter között a legkevésbé fontosak itt. Végezetül a negyedik klaszter tagjainak egyéni értékkeszletére fentebb már tömören utaltunk, amikor megjegyeztük, hogy esetükben a legmagasabb az önállóság, ösztönzés, hatalom és elismerés relatív fontossága – ami azt jelenti, hogy mind a négy érték vonatkozásában legalább az átlagot hozzák: nem alulpreferált a teljesítmény és hatalom, mint a többi csoportnál általában, viszont azt is meg kell állapítani, hogy az önállóság és ösztönzés sem kiemelkedően fontos számukra.

A következő lépés során az elemzésben eddig nem használt értékek (univerzalizmus, jóindulat, tradíció, konformizmus, biztonság és hedonizmus), illetve az ESS adatbázisában rendelkezésre álló egyéb különféle háttérváltozók segítségével megkíséreljük vállalkozói csoportjaink kirajzolódó profiljait további információkkal gazdagítani, pontosítani. Ezen információkkal kiegészítve a fent vázolt klaszterjellemzőket, neveket is adhatunk már az egyes csoportoknak (1. táblázat – balról jobbra a 2. ábrához hasonlóan ugyanazok a klaszterek szerepelnek).

1. táblázat. A klaszterezésben nem használt schwartzi értékek átlagai az egyes vállalkozói csoportokban

	Kollektivistá vállalkozók	Kockázatkerülő vállalkozók	Innovátor vállalkozók	Individualista vállalkozók
Hedonizmus	-0,31	-0,63	0,06	-0,12
Univerzalizmus	0,96	0,51	0,75	0,10
Jóindulat	1,09	0,68	0,75	0,26
Konformitás	0,03	-0,08	-0,93	-0,43
Tradíció	0,48	0,24	-0,33	-0,30
Biztonság	0,63	0,66	-0,07	0,19

Forrás: Schwartz ESS 8. alapján szerzői szerkesztés

Hedonizmus⁷ leginkább az *innovátorokra* jellemző, míg legkevésbé a *kockázatkerülőkre*. Az univerzalizmus⁸ és a jóindulat⁹ erősen kollektív jelentéstartalmú, önmeghaladó perspektívát képviselő értékeit az *individualista* vállalkozók sokkal kevésbé vallják magukénak, mint a többi csoport. A tradíció¹⁰ is körükben a leginkább alulpreferált, habár ebben sereghajtói holtversenyben vannak az *innovátorokkal*. A konformitást¹¹ ugyanakkor egyértelműen az *innovátorok* utasítják el legerősebben, mintként a biztonságot¹² is. Összességében tehát megállapíthatjuk, hogy a schwartzi modell valamennyi értékének bevonása megerősítette klaszterelemzésünk eredményeit, amennyiben az elkülönített vállalkozói csoportok más értékdimenziók mentén is lényegileg különböznek egymástól, valóban eltérő értékmintázatokat megjelenítve.¹³

Mindez igazolja egyébként az elméleti keret működését is, hiszen – ahogy az már szóba került – Schwartz szerint a tíz érték közötti relatív fontossági sorrend elvileg egy belső logikát követ: amelyik érték kiemelkedik az egyéni értékkészleten belül, ahhoz képest mind balra, mind jobbra a körkikkelyeken haladva a többi érték preferálása egyre csökken az ellenpontig. Ebből persze az is következik, hogy nemcsak a négy fő értékdimenzió (változásra való nyitottság, megőrzés, önmegvalósítás, önmeghaladás) szerint összetartozó értékek járnak rendszerint együtt, hanem az egymás melletti körkikkelyekben ábrázolt, más dimenziókhoz sorolt értékek között is összefüggéseknek kell lenniük, s csak az ellentétes értékpárok ütik egymást. Ezt Schwartz (1992) teoretikus érveléssel is alátámasztja. Így például hangsúlyozza, hogy az önállóságnak és az univerzalizmusnak közös jelentéstartalma a szubjektív diverzitás elfogadása, az egyetlen igazság elutasítása, s helyette a több vélemény konszenzusára épülő igazságosság szorgalmazása. A hatalomnak és a biztonságnak ugyanilyen közös nevezője a bizonytalanságtól való félelem, illetve az azokon való olyasféle felülkerekedés, amely az

7 A hedonizmushoz tartozó két kérdés a következő: 1. Fontos számára, hogy jól érezze magát. Szereti kényeztetni magát. 2. Minden lehetőséget megragad, hogy jól érezze magát. Fontos neki, hogy olyan dolgokat csináljon, amelyek örömet okoznak neki.

8 Az univerzalizmushoz tartozó három kérdés a következő: 1. Fontosnak tartja, hogy minden ember egyforma bánásmódban részesüljön. Azt gondolja, hogy mindenkinek egyenlő lehetőségekkel kellene rendelkeznie az életben. 2. Fontos számára, hogy meghallgassa azokat, akik másmilyenek, mint ő. Még ha nem is ért egyet velük, meg akarja érteni őket. 3. Komoly meggyőződése, hogy az embereknek óvniuk kell a környezetüket. Fontos számára, hogy vigyázzon a környezetére.

9 A jóindulathoz tartozó két kérdés a következő: 1. Nagyon fontos számára, hogy segítsen a körülötte élő embereknek. Törődik mások jóllétével. 2. Fontos számára, hogy becsületes legyen a barátaival. A hozzá közel álló embereknek akarja szentelni az életét.

10 A tradícióhoz tartozó két kérdés a következő: 1. Fontos számára, hogy szerény és visszafogott legyen. Megpróbál úgy élni, hogy ne vonja magára mások figyelmét. 2. A hagyományok fontosak számára. Megpróbálja követni azokat a szokásokat, amelyeket a vallási vagy családi hagyományok hagytak rá.

11 A konformitáshoz tartozó két kérdés a következő: 1. Azt gondolja, hogy az embereknek azt kell csinálniuk, amit mások mondanak nekik. 2. Azt gondolja, hogy az embereknek mindig be kell tartaniuk a szabályokat, akkor is, amikor senki sem figyeli őket.

12 A biztonsághoz tartozó két kérdés a következő: 1. Fontos számára, hogy biztonságos körülmények között éljen. Elkerül mindent, ami veszélyezteti a biztonságát. 2. Fontos számára, hogy a kormány biztosítsa a biztonságát mindenfajta fenyegetéssel szemben. Azt akarja, hogy az állam erős legyen, hogy meg tudja védeni polgárait.

13 Az egyes értékek mentén futtatott varianciaanalízisek szignifikáns eredményeket mutatnak, mindegyikük esetében $p < 0,01$.

individuum kontroll- és uralmi kapacitásaira támaszkodik. Az ösztönzésben és a hedonizmusban egyaránt megjelenik az individuális örömlélmény, legyen az valamilyen újdonság keresése vagy vágykielégülés űzése. Az elismerésben és a hedonizmusban ezzel szemben közös az önkényeztetés, előbbi esetében öntömjénezésként és öndicséretként, míg utóbbinál az élvezetek önboldogító szaporításaként. A jóindulat, valamint a tradíció és konformitás jelentéstartalmai tekintetében pedig azonosság fedezhető fel a közösséghez tartozás normativitásának különféle hangsúlyozásaiban, illetve a személyes relációk fontosságának kiemelésében.

Ezen elméleti okfejtésekre és a kapott eredményeinkre figyelemmel a következőképpen egészíthetjük ki vállalkozói csoportjaink profilleírását:

A *kollektivista vállalkozók* feltételezhetően a legkevésbé sem elhivatottság, belső késztetés és motiváció, felfedezés- és újításvágy, irányítási, szervezési és vezetői készségek, vagy akár önmegvalósításra való tudatos törekvés által inspirálva vágtak bele vállalkozói projektjükbe. Sokkal valószínűbb, hogy egyszerűen így alakultak a körülményeik; ez az út nyílt meg előttük valamiféle „sorsszerűség” vagy külső kényszer miatt. Noha megvan bennük a teljes populáció értékpreferenciájához képest egy kicsiny plusz az önállóság felülértékelésére, de ez inkább pusztá magánzóság, semmint innovációs hajlam, kockázatvállalási készség vagy vezetési intenció. A biztonságos, nyugodt élet, illetve a társadalmi normáknak való erős megfelelés vezérli a cselekedeteiket, miközben nemcsak a saját, hanem a szűkebb és tágabb környezetük boldogulását is fontosnak tartják.

A *kockázatkerülőket* ambicionálja a siker, amit főként a vállalkozói eredményességgel elérhető gazdagság, vagyon, tekintély, társadalmi elismerés, illetve a hatalom egyéb szimbolikus tényezői reprezentálnak számukra. Ugyanakkor nincs meg bennük igazán a kreativitás, a rutinokon felülemelkedni képes spontaneitás, a berögzültségeket leküzdő tudás- és újításvágy, továbbá az a fajta szabadság iránti elköteleződés sem, ami messze túlmutat a bevett szokásokon. Sőt, inkább ezek megtartását preferálják, kifejezetten erős bennük a biztonság iránti vágy. Mindezek miatt mérsékelt az innovációs potenciáljuk s az ahhoz szükséges kockázatvállalási készségük is. Értik, hogyan kell érvényesülni, önmagukat másokkal szemben előnyösebb pozícióba hozni, igénylik a dicsőségerzést, ám mégis nehézségeik vannak az individuális élvezetek megélésével, nem értékelik nagyra annak fontosságát. Nem az öröm, hanem a társadalmi megerősítés lényeges számukra, hiszen az kompenzálja bizonytalanságérzetüket.

Az *innovátorok* között találjuk az igazi újítókat, akik önmagukat is felfedezik minden egyes innováció során. Nyitottak a változásokra, kíváncsivá teszi őket minden lehetőség, motiválja őket minden leküzdhető kihívás, feloldható probléma. Űzik az újdonságot, mivel annak révén a saját maguk korlátait is hátrahagyhatják. Készek szembenézni a bizonytalanságokkal, a rutinokat és a stabilitást fenyegető kockázatokkal. Elutasítják a konvenciókat, a bevett szokásokat, keresik a függetlenség lehetőségét. Önállóak, akik hisznek a progresszióban, a fejlődésben. A szubjektivitás fontosságát hangsúlyozzák, éppen ezért a társadalom jobbításától, jólétének és jóllétének javulásától is az egyén szabad kibontakozását remélik, a korlátok lebomlását várják. A siker egyéni élmény számukra, ezért nem keresik a társadalmi megerősítést, s nincs szükségük a belső motivációik, inspirációik megvalósításához a mások feletti hatalomra, kontrollra és irányításra sem. A másik ember cél, és nem eszköz vállalkozói ambícióikban.

Az *individualista vállalkozók* racionális profitszerzők, akik „berendezkedtek”, „megalapodtak” mint vállalkozók. Idealizmusként tekintenek a nagy „felfedezés”, a „sorsfordító”

innováció lehetőségére. Meggyőződésük, hogy az örökös versengésben nem lehet nagy ugrásokkal előrehaladni, inkább kiszámítható, előrelátható, kalkulálható feltételek megteremtésére van szükség. Tudják, hogy elengedhetetlen a kockáztatás, készek vállalni a feltétlenül szükséges bizonytalanságokat. Nem ragaszkodnak a szokásokhoz, a rutinokhoz, a bevett megoldásokhoz, de azért keresik a stabilitás kialakításának lehetőségeit. Tisztában vannak azzal, hogy a piac tud kíméletlen lenni, s nem jellemző a szolidaritás, ezért igyekeznek alkalmazkodni hozzá, s nem helyezik mások érdekeit még véletlenül sem maguk elé. Megvannak a saját céljaik és törekvéseik, azokat akarják érvényesíteni, s kevésbé foglalkoztatja őket a „közös ügy” eszménye, a közösségi boldogulás és előrehaladás gondolata.

Elemzésünk utolsó szakaszában néhány szociodemográfiai háttérváltozó bevonásával bővítjük, illetve pontosítjuk a vállalkozói csoportokról megszerzett eddigi ismereteinket. A logisztikus regressziós modelleket a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat. Az egyes klaszterekbe való tartozás esélyei
(logisztikus regressziós modellek esélyhányadosai)

	Kollektivista vállalkozók	Kockázat- kerülők	Innovátorok	Individualista vállalkozók
Nem (ref.: Nő)	0,82**	1,03	0,97	1,21***
Életkor	1,03***	1,02***	0,98***	0,98***
Iskolai végzettség	0,98	0,97***	1,04***	1,02
Jövedelmi helyzet (ref.: nehezen tudnak kijönni a jövedelmükből))	1,16	0,75***	0,97	1,21**
Lakóhely (ref.: Észak- és Nyugat-Európa)				
Kelet-Közép-Európa	0,44***	1,51***	0,27***	3,56***
Dél-Európa	0,75***	1,53***	0,36***	2,20***
R_L^2	0,041	0,026	0,069	0,068
Nagelkerke R^2	0,065	0,044	0,109	0,112
N	857	1036	967	1277

Megjegyzés: A modellek függő változóinál 0 – nem tartozik az adott klaszterbe, 1 – az adott klaszterbe tartozik. Az iskolai végzettséget az elvégzett osztályok számával mértük. A jövedelmi helyzetre vonatkozóan egy szubjektív kérdést használtunk. Itt arról nyilatkoztak a válaszadók, a háztartásuk hogyan tud kijönni a jövedelmükből: nehezen, nagyon nehezen, vagy könnyen, illetve nagyon könnyen. Az elemzésben az első kettő és az utolsó kettő válaszlehetőséget összevontuk. Tehát 0 – nehezen vagy nagyon nehezen jön ki a jövedelméből, 1 – könnyen vagy nagyon könnyen kijön a jövedelméből. A lakóhely változónál az ESS 8. hullámában részt vevő országokat kategóriákba soroltuk a következők szerint: Észak- és Nyugat-Európa: Ausztria, Belgium, Svájc, Németország, Franciaország, Egyesült Királyság, Írország, Hollandia, Finnország, Izland, Norvégia, Svédország. Kelet-Közép-Európa: Csehország, Észtország, Magyarország, Litvánia, Lengyelország, Oroszország. Dél-Európa: Spanyolország, Szlovénia, Olaszország, Portugália (Izraelt kihagytuk az elemzésből). A kategóriális független változók esetében zárójelben tüntettük fel a referenciakategóriákat, az esélyhányadosok ezekben az esetekben a kategóriákhoz viszonyítva értelmezhetők. Az esélyhányadosok szignifikanciaszintjét a következő módon jelöltük: * $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$

Forrás: az ESS 8. hulláma alapján szerzői szerkesztés

A bevont magyarázó változók szerepét egyenként vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a nemnek két klaszter esetében van szignifikáns hatása: a nők körében nagyobb valószínűséggel találunk *kollektivistá vállalkozókat*, s kevésbé vannak közöttük *individualista vállalkozók*. Az életkor mindegyik klaszter esetében szignifikáns befolyással bír. A kor előrehaladtával valamelyest növekszik a *kollektivistá vállalkozók* és *kockázatkerülők* csoportjába tartozás esélye, míg az *innovátoroknál* és az *individualista vállalkozóknál* ennek éppen a fordítottja figyelhető meg. Az iskolai végzettség hatása két klaszterben szignifikáns: az iskolázottság csökkenésével nagyobb esély van a *kockázatkerülők* csoportjába való tartozásra, míg az *innovátoroknál* ennek ellenkezője tapasztalható. A szubjektíve megélt jövedelmi helyzet esetében pedig az látszik, hogy az anyagi nehézségekkel küzdők között több a *kockázatkerülő* és kevesebb az *individualista vállalkozó*.

Az eddig bemutatott szociodemográfiai jellemzőkhöz képest úgy tűnik, hogy a vállalkozói tevékenység tényleges színterének komolyabb hatása van arra, melyik típusba esnek a vizsgált egyének. Mivel a modellekben az észak- és nyugat-európai tömb jelenti a referenciakategóriát, ezért az esélyhányadosok ennek megfelelően értelmezendők. Így azt láthatjuk, hogy ha a nem, a kor, az iskolai végzettség és a jövedelmi helyzet hatását kontroll alatt tartjuk, akkor a dél-európai, és különösen a kelet-közép-európai vállalkozók között lényegesen kisebb valószínűséggel vannak *kollektivistá vállalkozók* és még kevésbé *innovátorok*. Ezzel szemben az észak- és nyugat-európaiakhoz képest *kockázatkerülőt* másfélszeres eséllyel látunk a másik két régiókategóriában. Továbbá a dél-európaiak esetében több mint kétszeres, míg a kelet-közép-európaiaknál 3,5-szer akkora valószínűséggel találunk *individualista vállalkozót*, mint ahogyan az az észak- és nyugat-európaiak között tapasztalható.

Összegzés

Tanulmányunkban az értékek mint a gondolkodást és a cselekvést meghatározó igazolás-elvek és hitek mentén vizsgáltuk a vállalkozók alapvető jellemzőit. Eredményeink azt mutatják, hogy bár a vállalkozók egyéni értékkészlete eltér az alkalmazottként foglalkoztatott individuumok értékmintázatától, de a legkevésbé sem egységes, trendszerű módon, így nem beszélhetünk koherens vállalkozói értékpreferenciáról. Mindazonáltal megragadható empirikusan is a vállalkozóknak egy olyan csoportja, őket neveztük *individualistáknak*, akiknek az értékkészlete elég hűen képviseli a közgazdaság-tudományi irodalomban ideálisnak tartott vállalkozói mentalitáselemeket, vagyis törekednek autonómiára, készek a kockázatvállalásra, továbbá elismerésre és hatalomra vágynak. A vállalkozók között azonban ugyanilyen markáns csoportot képeznek azok is, akik egyáltalán nem azonosulnak azzal a mentalitással, amelyet ezek a szükségesnek és ideálisnak tartott értékek alapoznak meg, sőt egyesek attól markánsan eltérőt képviselnek (őket említettük *kollektivistá vállalkozókként*). E két „ellenpóluson” túl további kettő, jól elkülöníthető klasztert azonosítottunk, amelyeket leginkább a változásokhoz és az újdonsághoz fűződő sajátos viszonyuk ír le. Az egyikbe tartozó vállalkozók – a *kockázatkerülők* – vágynak az önállóságra, az elismerésre és a hatalomra, de az innovációval járó bizonytalanságokat elutasítják, míg a másik – az *innovátor* – csoport tagjainak nagyon erős az újítás és autonómia iránti igénye, az elismerés és a hatalom azonban egyáltalán nem motiválja őket.

Az egyéb szociodemográfiai háttérváltozók bevonása után további ismérvek merültek fel a csoportokkal kapcsolatban, amely információk közül talán az a legérdekesebb, hogy a vállalkozó lakóhelyével kapcsolatos mutató valósággal két tömbre szakította klasztereinket: az *innovátorok* és az *kollektivista vállalkozók* jellemzően Európa nyugati és északi felén, míg a *kockázatkerülő* és az *individualista* vállalkozók inkább a déli és keleti részén élnek. Dolgozatunkban végig azt az érvelést hangsúlyoztuk, hogy ha a vállalkozók eltérő értékpreferenciákkal bírnak, akkor azokra nagy valószínűséggel eltérő vállalkozói mentalitások is épülnek fel. Eredményeink tükrében most azt látjuk, Nyugat- és Észak-Európában, illetve Dél- és Kelet-Közép-Európában egyaránt két-két, egymástól különböző vállalkozói értékkészlet a jellemző. Sőt az ideális vállalkozói mentalitást leíró közgazdaság-tudományi fogalmak tükrében ezen régiócsoportok szerint elkülönülő értékkészletek közül az egyik kedvezőbbnek, a másik pedig kedvezőtlenebbnek tűnik, amennyiben az *innovátor* közelebb van az elméletileg megkonstruált vállalkozó eszményképehez, mint a *kollektivista vállalkozó*, s ugyanez igaz az *individualista* vállalkozókra is a *kockázatkerülő*vel összehasonlítva. Európán tehát végighúzódní látszik egyfajta törésvonal a jellemző vállalkozói értékpreferenciák tükrében. Nyugat- és Észak-Európában az újítások iránt fogékony, a tágabb társadalmi közeg jólétét és jóllétét szem előtt tartó, a szociológiai megközelítésben tárgyalt *citoyen*hez lényegesen közelebb álló *innovátorok* testesítik meg az ideális vállalkozót. Ezzel szemben Dél- és Kelet-Közép-Európában az innovációkkal óvatosabb, a stabilitást méltányoló, a társadalom boldogulásánál és a kollektív előrehaladásnál az önérvényesülést és egyéni hatalmat többre tartó *individualista* vállalkozók képviselik az ideálishoz közelebb eső értékmintázatot.

Hivatkozott irodalom

- Allport, Gordon W., Philip E. Vernon és Gardner Lindzey (1961): *A Study of Values*. Boston: Houghton Mifflin.
- Arrow, Kenneth J. (1951): Alternative Approaches to the Theory of Choice in Risk-taking Situations. *Econometrica* 19(4): 404–437.
- Barrett, Donald N. (szerk.) (1961): *Values in America*. South Bend: University of Notre Dame Press.
- Baum, Rainer C. (1968): Values and Democracy in Imperial Germany. *Sociological Inquiry* 38(2): 179–196.
- Baumol, William (1990): Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy* 98(5): 893–921.
- Bélyácz Iván (2013): Várakozások, bizonytalanság, valószínűség. Értekezés a kockázat számszerűsítésének korlátaíró. *Közgazdasági Szemle* 60(7): 749–780.
- Benz, Matthias és Bruno S. Frey (2008): The Value of Doing What You Like: Evidence from the Self-employed in 23 countries. *Journal of Economic Behavior & Organization* 68(3–4): 445–455.
- Boltanski, Luc (2002): Létezik-e hálózati morál? Igazolás és kritika a kapitalizmus új képződményeiben. In *Forrásvidékek. Társadalomtudományi tanulmányok Némedi Dénes 60. születésnapjára*. Felkai Gábor, Molnár Attila Károly és Pál Eszter (szerk.). Budapest: Új mandátum, 412–425.
- Boltanski, Luc és Ève Chiapello (2005): *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso.
- Cantillon, Richard (1931 [1755]): *Essai sur la Nature du Commerce en General*. London: Macmillan.
- Carey, Henry C. (1858). *Principles of Social Science*. Philadelphia: Lippencott.
- Chell, Elizabeth (2007): Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process. *International Small Business Journal* 25: 5–23.
- Chell, Elizabeth (2008): *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. London: Routledge.
- Csöte András, Luksander Alexandra és Mike Károly (2012): Az európai vállalkozó karaktere. *Vezetéstudomány* 43(2): 4–13.
- Du Bois, Cora (1955): The Dominant Value Profile of American Culture. *American Anthropologist* 57(6): 1232–1239.
- Fallding, Harold (1965): A Proposal for the Empirical Study of Values. *American Sociological Review* (30): 223–233

- Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Hart, Myra M., Howard H. Stevenson és Jay Dial (1995): Entrepreneurship: A Definition Revisited. *Frontiers of entrepreneurship research* 15(3): 54–63.
- Von Hayek, Friedrich A. (1995 [1937]): Economics and knowledge. *Economica* 4(13): 33–54.
- Holcombe, Randall (1998): Entrepreneurship and Economic Growth. *The Quarterly Journal of Austrian Economics* 1(2): 45–62.
- Holt, David H. (1997): A Comparative Study of Values among Chinese and US Entrepreneurs: Pragmatic Convergence between Contrasting Cultures. *Journal of Business Venturing* 12(6): 483–505.
- Holton, Glyn A. (2004): Defining Risk. *Financial Analysts Journal* 60(6): 19–25.
- Inglehart, Robert (1997): *Modernization and Postmodernization*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Jackson, Royal G. (1973): A Preliminary Bicultural Study of Value Orientations and Leisure Attitudes. *Journal of Leisure Research* 5(4): 10–22
- Kahl, Joseph A. (1965): Some Measures of Achievement Orientation. *Studies in Comparative International Development* 1(13): 199–211.
- Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2013): *Szellemi termelési mód*. Budapest: Kossuth.
- Keynes, John M. (1921): *A Treatise on Probability*. London: MacMillan.
- Kirby, David A. (2004): Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge? *Education + Training* 46(8–9): 510–519.
- Kluckhohn, Clyde (1951) Values and Value Orientation in the Theory of Action. In *Toward a General Theory of Action*. Talcott Parsons és Edward A. Shils (szerk.). New York: Harper 388–433.
- Kluckhohn, Clyde (1958): Have there been Discernible Shifts in American Values During the past generation? In *The American Style: Essays in Value and Performance*. Elting E. Morrison (szerk.). New York: Harper, 145–217.
- Kluckhohn, Clyde (1961): The Study of Values. In *Values in America*. Donald N. Barrett (szerk.). South Bend: University of Notre Dame Press, 17–46.
- Kluckhohn, Florence R. (1952): American Women and American Values. In *Facing the Future's Risks*. Lyman Bryson (szerk.). New York: Harper, 175–199.
- Kluckhohn, Florence R. és Fred L. Strodtbeck (1961): *Variations in Value Orientations*. Bloomington, IN: Row Peterson.
- Knight, Frank H. (1921): *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston MA: Hart, Schaffner and Marx – Houghton Mifflin.
- Kohn, Melvin L. (1969): *Class and Conformity: A Study in Values*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuczsi Tibor (2011): *Kisvállalkozás és társadalmi környezet*. Budapest: Jelenkutató Alapítvány.
- Kwiatkowski, Stefan (2004): Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship. *Higher Education in Europe* 29(2): 205–220.
- Luksander Alexandra, Mike Károly és Csité András (2011): *Maguk urai – a magyar vállalkozó lelkialkata. A magyarországi kisvállalkozók értékvilágának néhány jellemzője*. TM 67. sz. műhelytanulmány. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Málovics Éva és Victoria Sanagustín (2016): Az innovációt támogató vállalkozói értékek vizsgálata a Dél-magyarországi régióban. *Taylor* 8(2): 72–78.
- Marsh, Robert M. (1965): Values, Demand and Social Mobility. *American Sociological Review* 28: 565–575.
- Marshall, Alfred (1920): *Principles of Economics* (8. kiadás). London: Macmillan.
- Mick, Laura A. (1940): *The Life of Amasa Walker*. (Doktori disszertáció.) Ohio State University.
- Von Mises, Ludwig (1949 [2007]): *Human Action: A Treatise on Economics*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Morris, Charles (1956): *Varieties of Human Value*. Chicago: University of Chicago Press.
- Namenwirth, J. Z. és R. C. Bibbee (1976): Change within or of the System: An Example from the History of American Values. *Quality and Quantity* 10(2): 145–164.
- Noseleit, Florian (2008): The Entrepreneurial Culture: Guiding Principles of the Self-employed. *Jena Economic Research Papers* 2008-034.
- Parsons, Talcott (1949 [1937]): *The Structure of Social Action*. Glencoe: Free Press.
- Ricardo, David (1962 [1817]): *The Principles of Political Economy and Taxation*, Letchworth: Aldine Press.
- Ricardo, David (2009 [1821]): *On the Principles of Political Economy and Taxation* (1821). Kessinger Publishing.
- Rokeach, Milton (1973): *The Nature of Human Values*. Glencoe: Free Press.
- Say, Jean-Baptiste (1964 [1821]): *A Treatise on Political Economy: Or, The Production, Distribution and Consumption of Wealth*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schultz, Theodore W. (1975): The Value of the Ability to Deal with Disequilibria. *Journal of Economic Literature* 13(3): 827–846.

- Schumpeter, Joseph A. (1934): *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schwartz, Shalom H. (1992): Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries. In *Advances in Experimental Social Psychology* (25). M. Zanna (szerk.). New York: Academic Press. 1–65.
- Schwartz, Shalom H. (2005): Basic Human Values: Their Content and Structure across Countries. In *Valores e comportamento nas organizações*. Alvaro Tamayo és Juliana Barreiros Porto (szerk.). Petrópolis, Brazil: Vozes. 21–55.
- Schwartz, Shalom H. (2006): Basic Human Values: Theory, Measurement, and Applications. *Revue française de sociologie* 47(4): 929–968.
- Schwartz, Shalom H. (2012): An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture* 2(1): 2–17.
- Schwartz, Shalom, H. és Wolfgang Bilsky (1987): Toward a Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology* 53(3): 550–562.
- Schwartz, Shalom, H. és Wolfgang Bilsky (1990): Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology* 58(5): 878–891.
- Schwartz, Shalom H., Michele Vecchione, Ronald Fischer, Alice Ramos, Kursad Demirutku, Ozlem Dirilen-Gumus, Jan Cieciuch, Eldad Davidov, Constanze Beierlein, Markku Verkasalo, Jan-Erik Lönnqvist és Mark Konty (2012): Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology* 103(4): 663–688.
- Sik Endre (1994) Traktátus. A vállalkozó társadalmi szerepének demisztifikálásáról. *Replika* (15–16): 7–12.
- Smith, Adam (1976 [1776]): *The Wealth of Nations*. London: Dent & Sons.
- Spates, James L. (1976): Counterculture and Dominant Culture Values: A Cross-National Analysis of the Underground Press and Dominant Culture Magazines. *American Sociological Review* 41(5): 868–883.
- Spates, James L. (1983): The Sociology of Values. *Annual review of sociology* 9(1): 27–49.
- Stevenson, Howard H. és J. Carlos Jarillo (1990): A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal* 11: 17–27.
- Stevenson, Howard H. és William A. Sahlman (1989): The Entrepreneurial Process. In *Small Business and Entrepreneurship*. Paul Burns és Jim Dewhurst (szerk.). Houndsmills: Macmillan Education, 94–157.
- Szerb László és Lukovszki Livia (2013): A magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés alapján. *Vezetéstudomány* 44(7–8): 30–40.
- Thomas, William I. és Florian Znaniecki (2002 [1921]): *A lengyel paraszt Európában és Amerikában. I. kötet*. Budapest: Új Mandátum.
- Von Thünen, Johann Heinrich (1960 [1850–1863]): *Volume 2: The Natural Wage and its Relation to the Rate of Interest and to Economic Rent*. Chicago: Loyola University Press.
- Timmons, Jeffry A. (1989): *The Entrepreneurial Mind*. Andover, MA: House Publishing.
- Vogt, Evon Z., Ethel M. Albert (1966): *People of Rimrock*. New York: Atheneum.
- Walker, Francis A. (1888): *The Wages Question: A Treatise on Wages and the Wages Class*. London: Macmillan.
- Walras, Leon (2013 [1874]): *Elements of Pure Economics*. Routledge.
- Williams, Robin M. (1960): *American Society*. New York: Knopf.
- Weber, Max (1982): *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. Budapest: Gondolat.

Bodor Ákos

szociológus, tudományos munkatárs, MTA Regionális Kutatások Központja Dunántúli Tudományos Intézet (Pécs)

Grünhut Zoltán

politológus, tudományos munkatárs, MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont (Pécs)

Pirmajer Attila

szociológus, egyetemi tanársegéd, PTE BTK TMI Szociológia tanszék; doktorandusz, PTE BTK Demográfia és Szociológia Doktori Iskola

Bodor Ákos és Pirmajer Attila kutatását az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” című programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Grünhut Zoltán munkája az NKFIH által támogatott „A bizalom és kormányzás összefüggései helyi szinten” című kutatás része (a 116424 számú projekt a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból biztosított támogatással, a K15 pályázati program finanszírozásában valósult meg).

Tomay Kyra

Az összekötő társadalmi tőke (újra)termelődésének terei

A városi és vidéki dzsentrifikáció szerepe
a vállalkozói és innovációs ökoszisztémákban

Absztrakt: A társadalmi tőke, és különösen az összekötő társadalmi tőke magas foka számos tanulmány és szerző által bizonyítottan pozitív hatással van a gazdasági növekedésre, serkentőleg hat a vállalkozói és innovációs kedvre, ezáltal kedvez a vállalkozói ökoszisztéma kialakulásának. Másfelől a dzsentrifikáció, azaz bizonyos városi térségek felértékelődése, és előbb a kreatív középosztály, majd a felső középosztály ezen helyeken történő koncentrációja évtizedek óta vezető kutatási területe a városszociológiának, illetve az utóbbi időben a vidékszociológiában is megjelent ez a kutatási irányzat. Jelen tanulmány célja, hogy ezt a két jelenséget összekapcsolja, és a nemzetközi szakirodalomra támaszkodva azt vizsgálja, miként hat a dzsentrifikáció, azaz a főként kreatív (művész, értelmiségi) foglalkozású népesség tömörülése és egymással, illetve a felső középosztállyal való rendszeres találkozása akár egy-egy városrészben, akár egy kis faluban vagy az ott rendezett fesztiválokon az összekötő társadalmi tőke (újra)termelésére, és hozzájárulhat-e ez a folyamat az innováció és a vállalkozások fellendüléséhez az adott térségben, illetve városrészben. Tekintettel arra, hogy a témában még nem készült empirikus kutatás, a jelen tanulmány a különböző elméleti és kutatási irányokhoz tartozó szakirodalmak összefésülésével, kritikai értelmezésével egyfajta konceptuális keretet szeretne felvázolni egy ilyen irányú jövőbeli kutatás számára.

Kulcsszavak: társadalmi tőke, összekötő társadalmi tőke, dzsentrifikáció, vidéki dzsentrifikáció, vállalkozói és innovációs ökoszisztéma

Kétségtelen tény, hogy manapság az innováció és a vállalkozások a gazdasági növekedés motorjai (Florida et al. 2017). Évente a világon mintegy 100 millió vállalkozás indul, közülük egyre többen innovatív üzleti modellt alkalmaznak és egyre több az egyéni vállalkozó (Sims 2017). Ugyanakkor az innováció, a vállalkozás és a kreativitás nem egyes egyének, cégek vagy művészek egyéni teljesítményei, hanem egymásra épülő társadalmi folyamatok (Florida et al. 2017). Ahhoz, hogy a kíváncsú gazdasági folyamatok beinduljanak, szükség van a vállalkozások környezetét képező társadalmi-gazdasági térre, azaz a vállalkozói ökoszisztéma egészére (Szerb 2016). A társadalmi feltételeket vizsgálva a társadalmi tőke, és különösen az összekötő társadalmi tőke magas foka számos tanulmány és szerző által bizonyítottan pozitív hatással van a gazdasági növekedésre, serkentőleg hat a vállalkozói és innovációs kedvre, ezáltal kedvez a vállalkozói ökoszisztéma kialakulásának (Füzér et al. 2006; Bodor 2013; Savanya 2013). Ugyanakkor e folyamatok nem függetlenek a tértől: már régóta köztudott, hogy az innovációs centrumok a globális nagyvárosokban, illetve bizonyos régiókban (pl. Szilícium-völgy) összpontosulnak. A globális világ gazdaságban felértékelődik a térségek szerepe: a lokális hálózatok ereje abban rejlik, hogy képesek pozitív externáliákat gerjeszteni, melyekhez a térségben jelenlévő és a hálózatban részt vevő szervezetek és egyének hozzáférnek, de a térségen kívüliek csak igen korlátozottan vagy nagyobb tranzakciós költséggel (Savanya 2013). Ma már ezen is túllép néhány szerző, amikor azt állítja, hogy a város, a régió nemcsak olyan hely, ahol az innováció és a vállalkozás megtörténik, hanem maga a város, az ott zajló társadalmi folyamatok azok a mechanizmusok, melyek lehetővé teszik az innováció és a vállalkozások növekedését (Florida et al. 2017).

Mind az innovációs és vállalkozói ökoszisztémák kutatása, mind a társadalmi tőke irodalma felfigyelt tehát a hely, a város szerepére ezen kedvező gazdasági folyamatok beindításában és koncentrációjában. Ugyanakkor nem általában „a város” az, ahol az innovációk koncentrálódnak, hanem a városok bizonyos részei, és hiába vizsgálják a közgazdászok egy-egy innovatív régió számos aspektusát, ami az egyikben működő modellnek tűnik, a másik város, régió esetében nem az. Isenberg (2010) szerint minden vállalkozói ökoszisztéma egyedi, azokat nem igazán lehet másolni és utánozni. Véleményem szerint a vállalkozói ökoszisztémák egyediségét, utánozhatatlanságát hangsúlyozó írárok részben azért születhetnek, mert a legtöbb szerző nem vizsgálja részletesen azokat a térbeli-társadalmi jelenségeket, melyek az innovációk és vállalkozások gyors növekedésének beindulásáért felelnek: jelesen a kreatív vagy értelmiségi foglalkozásokat végző magas státuszú társadalmi csoport térbeli koncentrációját bizonyos kitüntetett földrajzi terekben: azaz a dzsentifikációt.

Ebben a cikkben – a főbb fogalmak és folyamatok áttekintése után – a téma e szűkebb, speciális aspektusával kívánok foglalkozni: nevesül a térbeli és társadalmi közelség szerepével az összekötő (*bridging*) társadalmi tőke kialakulásában és megerősítésében a középosztályi és felső középosztályi társadalmi csoportok között a dzsentifikáció folyamata során. Tekintettel arra, hogy a témában még nem készült empirikus kutatás, jelen tanulmány a különböző kutatási irányokhoz tartozó szakirodalmak összefűzésével egyfajta konceptuális keretet szeretne felvázolni egy ilyen irányú jövőbeli lehetséges kutatás számára.

A 2000-es évektől a korábbi, szűkebben gazdasági szemszögű, és elősorban az outputokra fókuszáló megközelítéseket felváltotta a vállalkozói és innovációs ökoszisztéma fogalmi kerete. Az innovációs ökoszisztéma fogalma egy új hálózati modellt jelent az üzleti életben és gazdaságirányításban, mely képessé teszi a vállalatokat és területeket az innovációvezérelt növekedésre és a technológiai változásokból származó haszonszerzésre (Smorodinskaya és Katukov 2017). Grünhut (2018) szerint az innovációs ökoszisztéma alapja az innovativitás, az egyéni, közösségi és társadalmi szintű szellemi megújulási készség és képesség. Eszerint az ökoszisztéma-megközelítés elsődlegesen abban különbözik az egyéb, innovációs outputokra koncentráló értelmezésektől, hogy fókuszában a társadalmi, közösségi és egyéni innovativitás áll. Az eredetileg Dan Isenberg nevéhez fűződő „vállalkozói ökoszisztéma” fogalma Brown és Mason alapján „olyan egymással összeköttetésben, interakcióban álló vállalkozó szemléletű egyének, szervezetek, intézmények (egyetemek, állami ügynökségek) koncentrációja, melyben vállalkozásspecifikus folyamatok vannak jelen, és melyet formális és informális folyamatok működtetnek, kormányoznak” (Brown és Mason, idézi Kuti és Bedő 2018: 46). Isenberg (2010) a vállalkozói ökoszisztéma hat elemét azonosította: (1) politika (szabályozás és ösztönzés, végrehajtás és tulajdonosi jogosítványok), (2) kultúra (kockázat elfogadása, hibák és kudarcok, innováció, kísérletezés), (3) tőke (mikrohitel, kockázati tőke, részvénytőke, üzletiangyal-típusú befektetések), (4) piacok (elosztási csatornák, termelési tapasztalatok, vállalkozói hálózatok), (5) humán tőke (képzett munkaerő, vállalkozói tréning, továbbképzés), (6) támogatás (üzleti fejlesztési központok és jogi, technikai, pénzügyi kapacitások, beleértve az infrastruktúrát [telekommunikáció, energia, szállítás]). Ez azt jelenti, hogy a vállalatok beágyazódnak abba a társadalmi, kulturális, politikai és gazdasági környezetbe, amelyben működnek (Szerb 2017), ezért sikerüket, a gazdasági növekedés facilitálását sem lehet megérteni ezen társadalmi kulturális környezet elemzése nélkül.

Város, kreativitás, vállalkozások

Az innováció és a vállalkozások földrajzát kutatók általában arra koncentrálnak, hogy megértsék az innováció földrajzi megoszlását, a térbeli együtt járást az innovatív régiók és a helyi mikrogazdasági folyamatok közt. Stam (2015) meghatározása szerint a vállalkozói ökoszisztéma olyan függőségi viszonyban lévő szereplők és tényezők összessége, melynek koordinációja nyomán termékeny vállalkozói aktivitás jön létre egy adott területi egységen belül. A Stam által az ökoszisztéma rendszerfeltételeit képező elemek kialakulásának peremfeltételei közé sorolt regionális adottságokat a regionális kutatások irodalma úgy vizsgálja, hogy a település mint földrajzi egység hogyan befolyásolja a termékeny vállalkozóiság, kreativitás és innováció terjedését (Kuti és Bedő 2018).

A szakirodalomban nagy hagyománya van a várost a kreatív folyamatok középpontjába állító írásoknak. Jacobs (1969) szerint a sokféleség az, és nem a specializáció, ami stimulálja az innovációt és a városi növekedést. Szerinte a város és a régió maga hozza össze a gazdasági szereplőket: a cégeket, tehetséget és más intézményeket és szolgáltatásokat, amelyek az innovációk és vállalkozások elindulásához kellenek.

Az innováció és a vállalkozás sokkal inkább városi/régiós folyamatok, mint a cégek vagy az egyének tevékenysége. Florida és szerzőtársai (2017) érvelése szerint a település, a város nagyobb mértékben járul hozzá a vállalkozói aktivitás fokozódásához, mint amekkora a nagyvállalatok katalizátorhatása, az innováció és a vállalkozások nem egyszerűen a városokban koncentrálódnak, hanem megkövetelik a koncentrációt. Ennek legfőbb oka, hogy a tudásalapú kapitalizmusban a vállalkozó, innovatív és kreatív társadalmi csoportok számára kifejezetten fontos a fizikai közelség és az interakciós lehetőségek. A város és a régió a legfontosabb szervezési egység, mely összehozza a cégeket, a tehetségeket és az intézményeket. (Florida et al. 2017).

Ahogy azt több városokkal foglalkozó szakember már korábban is remélte (pl. Berg et al. 1982), több évtizedes kivándorlás és szuburbanizáció után a 21. század a „városok százada” lett a nyugati világban: fiatal értelmiségiek, főként tudósok, technológia- és tudásalapú szakmákban dolgozók, művészek, dizájnerek és médiamunkások – akiket Florida összefoglalóan a „kreatív osztály”-nak nevezett – áramlottak (vissza) a városokba. Nagyvállalatok és technológiai start-up cégek egyként települtek vissza szuburbán irodaparkjaikból az életteli városi központokba. Ezek a folyamatok nem minden várost és nem egyformán érintettek: az első évtizedekben a globális nagyvárosokba koncentrálódott a tehetség, az ötletek, beruházások letéteményesei és a gazdasági növekedés, de miután a metropoliszok megfizethetetlenül drágák lettek, és ezáltal kiszorították azt a sokféleséget, amely innovativitásuk alapját képezte,¹ ma már az új városi tudásalapú gazdaság nem csak a nagyvárosokat jellemzi: a közepes és kisvárosok (pl. a főiskolai, egyetemi városok), sőt a vidéki térségek is tudnak gazdaságilag sikeresé lenni (Florida 2018).

Az összekötő (bridging) társadalmi tőke

A társadalmi tőke fogalma népszerűsége tett szert az elmúlt évtizedekben, Bourdieu (1985) és Coleman (1990) munkáin túl elsősorban Robert Putnam (2000) *Bowling Alone* című kötete jelentette a fogalom széles körű társadalomtudományi elterjedésének gyökerét (Füzér et al. 2005, 2006). A társadalmi tőke (a gazdasági és kulturális tőkével szemben) kifejezetten társadalmi természetű erőforrás, amely lehetővé teszi az emberek közötti együttműködést (Füzér 2017). Eszerint az informális kapcsolathálóknak, barátságoknak és szomszédságoknak, vagy annak, amit Putnam „schmoozing”-nak ír le,² fontos szerepe van a bizalom és az elkötelezettség létrejöttében és növekedésében (Savage, Warde és Devine 2005).

A 2000-es évekre a társadalmi tőke koncepciója egy minden társadalmi-gazdasági egyenlőtlenség magyarázatára ráhúzható fogalommal vált. Az egyéni és kollektív előnyök számos aspektusa: az egészséges élet, a növekvő jövedelem, a demokratikus kultúra és az alacsony bűnözési ráták magyarázatában is megjelent, és természetesen a gazdasági fejlődés is a társadalmi tőkének tulajdonítható ezen elképzelések szerint (Füzér 2017).

1 Ahogy J. Jacobs mondta: „amikor egy hely unalmassá kezd válni, még a gazdagok is elhagyják” (Florida et al. 2017).

2 Putnam alapján „schmoozer” az, aki aktív, de informális társadalmi életet él: vacsoravendégségeket és kerti sütögetéseket tart, eljár a barátjaival, kártyázik, éjszakai életet él, látogatja a rokonokat és üdvözlőlapokat küld (Putnam 2000: 94).

Kritikusai szerint a társadalmitőke-koncepció szélesebb körű társadalomtudományi és politikai népszerűségéért az elképzelés neoliberális társadalomfelfogása felel. Mások szerint a társadalmi tőke a „trójai faló”, mely a társadalmat mint szempontot be tudta emelni a közgazdászok, politikatudósok és politikusok gondolkodásába. Mindenesetre a népszerűség ára, hogy a koncepció egyre szélesedett, és ezáltal diffúzzá vált. A 2000-es évekre egy kisebb iparág épült a társadalmi tőke dimenzióinak és aspektusainak kibontására (Blockland és Savage 2008). A koncepciót „szétszálazó” elméletek egyik irányzata a társadalmi tőke három típusát különíti el (Woolcook, Field, Halpern, idézi: Füzér 2015: 7). Eszerint a megköttő (*bonding*) társadalmi tőke alatt a szoros bizalmon alapuló, olyan kapcsolathálózatokban rejlő erőforrásokat kell érteni, mint például a család vagy a baráti kapcsolatokat; összekötő (*bridging*) társadalmi tőkén a gyengébb bizalmon alapuló, például munkatársi kapcsolatok lehetséges hasznait; míg összekapcsoló (*linking*) társadalmi tőkén az intézményesített kapcsolatokat, például a választott képviselők és az állampolgárok viszonyaiban megtestesülő lehetőségeket (Füzér 2015, 2017).

A gazdasági-társadalmi fejlődés szempontjából elsősorban az összekötő társadalmi tőke szerepe kitüntetett, mert új erőforrásokhoz nyújt hozzáférést. Míg a túl sok megköttő társadalmi tőke ezzel szemben a kreativitás, az innováció és a vállalkozói kedv gátja lehet (Portes 1998; Robert és Heinz 2013). Kérdés, hogy hogyan jön létre a gazdasági-társadalmi fejlődésben hasznos társadalmi tőke. Az ismétlődő interakciók során fokozatosan épül fel (Wilson 1997: 746), és különböző szintjei vannak (Sander és Lowney, idézi: Murzyn-Kupisz 2013: 36): (1) étkezés és ünnepek, (2) együtt cselekvés egy közös hobbi kapcsán, (3) szívésségtétel, (4) egy közösségi ügy megvitatása, (5) egy közös cél felvállalása, (6) kapcsolatháló-építés. Ahhoz azonban, hogy ez a folyamat megindulhasson, szükség van a közösen használt térre, közösségi színterekre és találkozási pontokra, melyek lehetőséget adnak az interakciókra (Murzyn-Kupisz 2013).

A társadalmi tőke térbelisége

Az utóbbi évtizedekben a szociológiában és a közgazdaság-tudományban robbanásszerű növekedésnek indult társadalmitőke-irodalomban mindeddig relative kevés szó esett a társadalmi tőke térbeli vonatkozásairól.

A település- és városszociológia irodalmában már régóta fontos témák a társadalmi kapcsolatok és a bizalom – elsősorban a szomszédsági kapcsolathálók (lásd Gans 1959; BVTV 1966; Nemes és Szelényi 1967), illetve az első generációs bevándorlóknak az adott népcsoport által lakott városrészek kapcsolathálói nyújtotta előnyök (Kloosterman és Van der Leun 1999) és a biztonságérzet szempontjából. E kutatások azonban túlnyomórészt a valamely szempontból deprivált társadalmi csoportok (szegények, idősök vagy újonnan érkező, más kultúrájú bevándorlók) egymás közötti, a társadalmi tőke nyelvére fordítva megköttő (*bonding*) típusú kapcsolathálóinak erejéről, fontosságáról szóltak.

Másfelől a társadalmi csoportok keverését (*social mixing*) célzó szakirodalmak és városszociológia is főként azon alapulnak, hogy az etnikai és társadalmi csoportok térbeli keverése, vegyülése a társadalmi előnyök egyenlőbb eloszlásához vezet, azaz az előnyösebb társadalmi helyzetűekkel való ismeretség, találkozás, fizikai közelség elősegíti a sokféle és termékeny kapcsolatháló kialakulását, ezáltal – összekötő társadalmi tőkeként – hozzájárul a hátrányo-

sabb helyzetű csoport felemelkedési lehetőségeinek javulásához, erőforrások eléréséhez, miközben a magasabb státuszúak szociális érzékenységét és a társadalmi szolidaritást is erősíti az, ha egy-egy városrészben, városnegyedben heterogén népesség lakik (lásd Kleinhans et al. 2007; Schneider 2017).

A társadalmi tőke szakirodalmának térkonceptiója általában a falvak és kisvárosok (esetleg „városi falvak”, azaz kisebb, homogén szomszédságok) és a nagyvárosok dichotómiájában tesz különbséget a társadalmi tőke tekintetében: az előbbieket erősebb közösség, magasabb társadalmi tőke jellemzi. Ez a megközelítés rimel a szociológiában a 19. századtól jelen lévő rurális-urbánus társadalmi kettősségre, amit Ferdinand Tönnies a *Gemeinschaft* (közösség) és *Gesellschaft* (társadalom) fogalompárjával hoz összefüggésbe (1983 [1887]). Ugyan Tönnies fogalompárja nem egyszerűsíthető le a vidéki és városi társadalom kettősségére, de felhasználta annak magyarázatára, hogy miért adta át a helyét a személyes, elsődleges kapcsolatokon alapuló, családközpontú és elsősorban a faluhoz kötődő élet a racionálisan szervezett, személytelen urbanizált életnek Európában (Csanádi et al. 2009).

Ez a dichotóm és statikus rurális-urbánus megközelítés azonban nem tartható fent a 21. század körülményei között (Ray 1998; Bodor et al. 2018). A mai világban a közlekedés fejlődésével és az infokommunikációs technológiák (IKT) elterjedésével a fizikai közelség, kapcsolat már nem feltétlenül szükséges a társadalmi kapcsolat tartásához, ahogy Castells (2005 [1996]: 533) fogalmaz, a helyek tere helyét az „áramlások tere” (*space of flows*) veszi át. Blokland és Savage (2008) amellett érvelnek, hogy a társadalmi tőke statikus, erőforrás-készlet-jellegű megközelítése helyett egy folyamatosan változó decentralizált és diffúz társadalmi folyamatról van szó: a közösségek sem csupán egy adott helyen megtalálható emberek összességei, hanem különböző hálózatok részei. A kulturális határok nem esnek egybe a földrajziakkal, és maguk a határok sem állandóak: a társadalmi tőke áthidalja a földrajzi határokat. A globális világban a kapcsolatháló Los Angelesztől Tokióig futhat, és nem a helyi közösség a társadalmi tőke alapja. Sokszor két földrajzilag távol eső hely magas társadalmi státusú lakosaiban több a közös, mint az adott városrész gazdagabb és szegényebb lakói között, ahogy azt Gupta és Ferguson Bombay és London esetében kimutatták (idézi: Blokland és Savage 2008: 9). Ugyanakkor az európai nagyvárosok „globális burzsoáziája” (a felső jövedelmi decilisbe tartozó mérnökök és menedzserek) kutatása alapján ezen rétegeknek még mindig fontosabbak a tényleges (nem virtuális) baráti találkozók. Egy sűrű, zárt homogén, helyben gyökerező, de szelektív kapcsolatháló a jellemző, de a szomszédsággal nincs kapcsolatuk (Andreotti és Le Galès 2008).

Tehát a földrajzi határok (akár a nemzetállamoké, akár a régióé, akár egy-egy városrészé) ma már nem feltétlenül jelentik egy adott társadalom vagy közösség határait is. Másfelől egy adott, lehatárolt tér és a közösség nem szükségszerűen fedik egymást. A fizikai közelség nem biztos, hogy társadalmi kapcsolatot eredményez, főként nem a globalizációs feltételrendszerben. A mai világban a „városi gettó”, azaz az azonos társadalmi helyzetűeket tömörítő városban belüli szigetek jelensége nem csak a szegénynegyedekre jellemző, de a befolyásos jól menő szomszédságok is be tudnak ékelődni a városi szövetbe úgy, hogy attól teljesen elzárkóznak. Biztonságos „buborékokban” élnek, elkülönülve a „veszélyes külvilágtól”. A közlekedés és az IKT fejlődése lehetővé teszi számukra, hogy minimalizálják az otthonon és a munkahelyen kívüli társadalmi interakciókat, ami szelektív társadalmi érintkezést és a civil elköteleződés teljes hiányát eredményezi, ezáltal a sokféleség elfogadása és az empátia nem fejlődik ki bennük (Atkinson 2008). Emellett a kisebb, zárt tér nem jelent automatikusan „jó szomszédságot” – negatív, kirekesztő társadalmi következményekkel is járhat (pl. a pletyka

zárt közösségekben sokkal erősebben van jelen), a napi rutin jellegű találkozás nem szükség-szerűen jelent személyes kapcsolatot és mozgósítható erőforrást (Blockland és Savage 2008).

A várospolitika a posztmodern kor társadalmi szétesésével, a szolidaritás és a kollektív cselekvés csökkenő mértékével szemben egy „mindenre jó, általános kúraként” kezdte használni a társadalmi tőkét. Ezen várospolitikai programok előfeltételezése, hogy a kapcsolatháló növelése és a helyi részvétel aktivizálása társadalmi tőkét visz a deprivált térségekbe. Eszerint a területileg szervezett társadalmi tőke növeli a negyed élhetőségét, növeli az együttműködési készséget és hatékonyabbá teszi a közös cselekvéseket (lásd Putnam), a diverz szomszédság, a bizalom és együttműködés helyi formáit tartalmazó kapcsolatháló az élhető városrész alapja. Boltanski és Chiapello (2005) – az 1960–1990 között keletkezett várospolitikai dokumentumokat vizsgálva – arra jutottak, hogy jelentős emelkedést mutatott azok száma, akik a társadalmi hálózatokra önmagában értéként tekintettek (függetlenül a hálózatok által elért eredményektől). A hálózatok és a társadalmi tőke építése önmagában értékévé vált, kapcsolódva a fenntartható közösségek, integráció és kohézió jelszavaihoz.

Ezzel szemben a városszociológiai kutatások azt mutatják, hogy a társadalmi kapcsolatok – és különösen az összekötő társadalmi tőke erősítésére tett várospolitikai beavatkozások – nem feltétlenül járnak a várt eredménnyel. Az összekötő társadalmi tőke éppúgy lehet kirekesztő, amennyiben például a magasabb társadalmi státuszú szomszédság elkülöníti, hogy az alacsonyabb státuszú negyed lakói közül kikkel köti össze magát (a „bevonhatók”) és kikkel nem (a „kívülállók”) (Blockland 2008). A társadalmi tőke határokat teremt és tart fent. Például a dzsentrifikánsok kisajátíthatják a teret azáltal, hogy sztemderdekert fogadnak el arra vonatkozóan, hogy a köztéri alkoholfogyasztás az egyik esetben (fehér középosztályiak szomszédsági piknikje) elfogadott, míg a másik esetben (hajléktalanok barna zacskóba csomagolt sört isznak) elítélendő tevékenységként értelmezi (Blockland és Savage 2008). A vidékkutatások alapján sem egyértelmű a társadalmi tőke pozitív hatása (Megyesi 2014, 2015; Csurgó és Megyesi 2016).

A dzsentrifikáció

A dzsentrifikáció fogalmát a szakirodalomban elsőként Ruth Glass használta az 1960-as évek elején a londoni East Enden tapasztalt jelenségek leírására (Glass 1964) Maga a fogalom az angol gentry szóból képződött, melyet eredetileg a Jane Austen-regények világából ismert (Redfen 2003) nem arisztokrata származású vidéki földtulajdonos rétegre használtak, utalva annak feltörekvő középosztályi jellegére.

Az 1960-as években London zömmel 19. századi belső kerületeinek egy részében és a hagyományos munkáskerületekben a jobb módúak kiköltözése után ott maradó szegényebb lakosok nem voltak képesek házuk felújítására, illetve az olyan magas lakbérek fizetésére, hogy a háztulajdonosok érdemesnek tartásák modernizálni a lakásokat. Ezt a slumosodási jelenséget állította meg, illetve fordította vissza egy kezdetben csak helyi lakáspiaci anomáliának vélt jelenség. Ruth Glass eredeti leírása szerint:

London munkások lakta negyedeit egymás után szállják meg a középosztály tagjai, alsó és felső középosztályiak egyaránt. A bérleti szerződések lejártakor átvették a szegényes lakóépületeket és szerény házakat – két szoba a földszinten, kettő az emeleten –, és elegáns, drága lakásokká alakították át. A nagyobb Viktória-korabeli házak, amelyek már régebben vagy csak nemrégiben leértékelődtek és bérházaként vagy soklakásos épületként maradtak fenn, újra felértékelődtek.

(...) Ha a „dzsentrifikáció” folyamata egy kerületben megkezdődik, gyorsan terjed, egészen addig, míg a néhai munkásosztályi lakosokat egészen ki nem szorítják, és a kerület társadalmi karaktere teljesen át nem alakul (Glass 1964: xvii-xix, saját fordítás).

A nyugati szakirodalomban ezt követően a dzsentrifikáció témája több évtizeden keresztül népszerű volt, számos elméleti és módszertani vita alakult ki körülötte. A különböző diszciplínák (közgazdaság-tudományi, földrajzi, szociológiai) és elméleti paradigmák (kritikai, neomarxista, neoweberiánus) eltérő álláspontokra jutnak a dzsentrifikáció okait, szereplőit és eredményeit illetően. A dzsentrifikáció magyarázó modelljeit tekintve alapvetően két nagy irányzat különböztethető meg: az egyik szerint az emberek, a másik szerint a tőke az, ami irányítja a folyamatot. Ennek a kettősségnek számos megfogalmazása létezik: termelés/fogyasztás, tőke/kultúra, kínálat/kereslet, marxista/liberális magyarázatokként szoktak utalni rájuk (Atkinson és Bridge 2005). A megközelítések egyik csoportja az életmód, életstílus és a kultúrához való viszony jellegzetességeit hangsúlyozza, míg másik csoportja elsősorban a tőke mozgásának tulajdonítja a dzsentrifikáció megjelenését.

A dzsentrifikáció a legtöbb meghatározás szerint olyan *folyamat*, melynek során a város belső részein fekvő korábbi szegény és munkásosztályi, gyakran etnikai kisebbségek által lakott negyedekbe ezen részek *felújításán keresztül* középosztályi ingatlanvásárlók, bérlők áramlanak be, és a negyed fizikai és demográfiai, társadalmi szerkezete átalakul. Ennél „keményebb” megfogalmazások szerint nemcsak új rétegek áramlanak be, hanem a régieket ki is szorítják, azaz kimondottan *lakosságcsere*ről beszélhetünk (Hamnet 1991; Smith 1996: 32; Tomay 2007, 2008).

Az 1990-es évektől megindult második, posztrecessziós dzsentrifikációs hullámban kulcsfontosságú az a várospolitikai, amely a dzsentrifikációt a belvárosok gondjainak általános „orvosságaként” alkalmazza. Ezen időszakban megindult a dzsentrifikáció terjedése a globális városoktól a periféria felé, így megjelent többek közt Kelet-Európában is.

A vidéki dzsentrifikáció

A városszociológiai irodalomban nagy karriert befutott dzsentrifikációs elmélet mellett a vidék dzsentrifikációját csak az utóbbi évtizedekben kezdték el felismerni és kutatni, azóta azonban kutatása világszerte elterjedt: az Egyesült Államoktól Európán és Oroszországon keresztül egészen Kínáig és Ausztráliáig találni a dzsentrifikációs megközelítést alkalmazó vidéki szakirodalmakat (Philips 1993; Stockdale 2009; Alonso González 2017; Mamonova és Sutherland 2015; Junxi Qian, Shenjing He és Lin Liu 2013; Holmes és Argent 2016). A város és a vidék dzsentrifikációja természetesen nem egy és ugyanaz a jelenség, a vidéki kistelepüléseken megjelenő középosztályi csoportok leírásakor nem egyszerűen a városi dzsentrifikációfogalom átvételéről van szó, ugyanakkor Philips (1993, 2005) felhívja a figyelmet a párhuzamokra a város és a vidék posztindusztriális átalakulása között. A vidék dzsentrifikációjának lényege, hogy városi felső és középosztályi csoportok költöznek természeti és társadalmi értékeik miatt vonzó vidéki településekre, ennek következtében a települések mind gazdasági, mind társadalmi értelemben felértékelődnek, illetve a városi fogyasztók a saját értékeik és vízióik szerint alakítják át a helyi adottságokat, az épített és a természeti környezetet (Kovács 2012). Az egyik legfőbb különbség a vidék és a város dzsentrifikációja között, hogy a vidék dzsentrifikációjában központi figyelmet kap a termé-

szet, míg a városi dzsentrifikáció „idillje” az esztétizálható múlttal rendelkező épített környezet. A vidék dzsentrifikációjában nagy szerepet kap, hogy a kiköltöző (*gentrifier*) vonzódik a vidéki tájhoz, természethez, növény- és állatvilághoz, mezőgazdasághoz, és ez meghatározza az életmódját (lovaglás, vadászat, golf) is (Csurgó 2013). A vidék dzsentrifikációja szoros kapcsolatban van a turizmus vidéki fordulatóval, amikor egy-egy megkapó természeti környezetben fekvő település vagy térség eleinte turisztikai célpontként válik ismertté, majd a városiak által felvásárolt nyaralók, második otthonok egyre inkább elsődleges otthonaivá válnak az új tulajdonosoknak (Solana-Solana 2010; Leebriick 2015).

Osztály, rend, státuszcsoporthatitus

A dzsentrifikáció szereplői a legtöbb meghatározás szerint jövedelmük és iskolázottságuk alapján középosztályiak, értékrendjük, kevésbé konzervatív nézeteik, kulturális fogyasztásuk mégis eltér a „régit” (jellemzően a szuburbán életmódot választó) középosztályétól (Gans 1995; Lees 2000). Kérdés, hogy mitől jelennek meg új lakóhelyi és kulturális-fogyasztási preferenciák a középosztály egy részénél, mivel a párhuzamosan zajló szuburbanizációs folyamatok egyértelműen bebizonyították, hogy nem a középosztály egésze fordul a belvárosok felé.

Az „új középosztály” elmélete (Ley 1996; Butler 1997) szerint a középosztály kulturális fragmentációjának térbeli leképeződése a dzsentrifikáció. Ley a kulturális és fogyasztási szokások megváltozásával magyarázza a dzsentrifikációt. Magyarázatában a fő faktor, hogy a szellemi dolgozók arányának növekedésével egy „új középosztály” alakult ki, amely keresleti nyomást jelent a belvárosi ingatlanpiacon.

Az „új osztály” koncepcióját kritizálta és finomította Redfern (2003). Ő is arra a problémára próbált választ találni, hogy hogyan lehetséges, hogy a dzsentrifikáció résztvevői ugyanabból a gazdasági osztályból származnak, ugyanazok a motivációik, mint a szuburbok lakóinak – az identitás kialakítása és megőrzése a modern világban –, csak abban különböznek, hogy milyen eszközökkel valósítják meg ezt. Redfern szerint a fő problémát az osztály és a státusz megfeleltetése okozza. A szerző definíciója szerint az *osztály* gazdasági kategória, a nem gazdasági tőkéket – pl. Bourdieu kulturális tőkéjét – a weberi státuszkonceptió³ alá sorolja be. Ezért aztán a szerző szerint a dzsentrifikánsok nem „új osztály”, inkább státuszcsoporthatitus, nem annyira az attribútumaik, mint az attitűdjeik különböznek. Redfern szerint fontos a divat szerepe: a szuburbok lakói és a dzsentrifikánsok különböző *státuszcsoporthatitus* tagjai, a lakhatást pedig státuszszimbólumként használják, világosan tudtára adva mindenkinek hovatartozásukat. Redfern szerint ez magyarázza a modern világban a divat fontosságát, mert az lehetőséget teremt arra, hogy mások legyünk, de ne nagyon mások. Ezt a törekvést tükrözi a ruházzkodás, a zenei ízlés, az étteremválasztás, és ez magyarázza az otthon, a szomszédság megválasztását is: olyannak akarjuk őket, ami mond rólunk valamit.

Itt említenék meg egy fontos tényezőt, amely számos tanulmányban visszaköszön, mint a dzsentrifikált réteg összekötő kapcsa, és ez a kommenzalitás, vagyis a közös étkezés. Ahogy Collins (1998) fogalmaz, minden közös étkezésnek van rituális jellege: csoportot hoz létre, és elhatárolja a tagokat a kívülállóktól. Akár abban a formában jelenik meg, hogy a saját

3 Weber a rendeket vagy státuszcsoporthatitusokat elsősorban a fogyasztás módja szerint definiálja, az egyes rendek sajátos életstílust valósítanak meg, a hasonló életstílus egységet hoz létre, még akkor is, ha a rend tagjai eltérő gazdasági körülmények között élnek.

otthonukba kit hívnak meg vacsorára (Butler 2008), akár úgy, hogy milyen éttermeket, kávézókat részesítenek előnyben, melyek azok a „gasztronómiai oázisok” (Neal 2006), ahol a dzsentrifikánsok nap mint nap találkoznak és ismerkednek egymással. A közös asztalnál étkezés kritériuma alapján (is) a weberi értelemben vett rendet alkotnak a dzsentrifikánsok.

A középosztályon belüli elkülönülést, eltérő preferenciákat Zukin (1987), Bridge (2001) és Butler (2002, 2008) is Bourdieu habituselméletének segítségével igyekszik magyarázni.⁴ Zukin szerint ugyan jövedelmüket és iskolázottságukat tekintve sem különíthetők el a dzsentrifikánsok a középosztály más részeitől, attitűdjeik, értékválasztásaik azonban eltérőek. Számukra fontos, hogy a régi történeti múltú helyekhez közel éljenek, hogy közel legyenek a munkahelyeikhez, hogy lehetőségük legyen szórakozni a közelben, legyen mozi, színház a környéken, és hogy munka után be tudjanak ugrani valahová egy kávéra.

Bridge (2001) szerint a dzsentrifikáció kezdeti szakaszában a beköltözők – Bourdieu fogalmi keretében értelmezve – kevesebb materiális tőkével és több kulturális tőkével rendelkeznek. Azok a középosztályiak, akik beköltöznek a belvárosba, *habitusukban*⁵ térnek el a szuburbokban élőkétől. Bridge szerint a tipikus dzsentrifikáns „pionír” az alulfizetett, állami szektorban dolgozó értelmiségi munkavállaló, akinek önmeghatározása jelentősen különbözik az üzletemberekétől. Ők indítják el a dzsentrifikációs folyamatot, az ő mozgásukat követi a többieké. A Bridge-féle módosított habituselmélet szerint az adott osztályban (jelen esetben a középosztályon belül) van egy csoport, amely vállalja a nehézséget, hogy viselkedése a középosztály hagyományos életstílusától, habitusától való eltérés miatt látványossá válik. Ez a csoport, melynek tagjai a dzsentrifikáció elindítói, tisztában van társadalmi helyzetével, a dzsentrifikáció során pedig a tér szimbolikus dimenziójával fejezi ki ezt az eltérést (amit követ a kulturális fogyasztás más téren történő változtatása is). Az új osztály önreflexív természete mutatkozik meg abban, hogy tagjai egyedi minőségre vágnak. A rossz állapotú házak vásárlásában az önkifejezés lehetősége rejlik, hiszen azokat saját ízlésük szerint tudják átalakítani. Az osztály elkülönülésének fontos része, hogy az épületek megfeleljenek a „jó ízlésnek”, azaz térjenek el mind a munkásosztály modernizációs törekvéseit szimbolizáló építményektől, mind a tradicionális középosztály eleve modern, standard otthonaitól. Miuután a beköltöző „városi középosztály” módosította habitusát, kialakította a megkülönböztető ízlésvilágot, a következő beköltözők döntéseit ez befolyásolja, míg végül a belvárosban lakhatás egy vágyott szimbólum lesz, az új identitás szimbóluma. A „pionírok” döntése persze kockázatos, és ki vannak téve annak a kellemetlenségnek, hogy döntésük látványos. Ez a gondolat társadalomelméleti magyarázatot próbál adni a dzsentrifikációra: egy adott csoport eltérő szemlélete a lakóhely-megváltoztatás motivációja, ezzel szimbolizálják a középosztály más csoportjaitól eltérő habitusukat.

Butler (2002) szerint létezik „nagyvárosi habitus”, ez különíti el a városelhagyó és a városban maradó középosztályt. A „nagyvárosi habitus” által jellemzett dzsentrifikánsok magasan iskolázottak, a nagyvárosban dolgoznak, vonzza őket a kulturális infrastruktúra és a hasonlóakhoz való közelség, de köztük is vannak eltérések: az egyes dzsentrifikált városrészeket eltérő „minihabitusok” jellemzik. Butler és Robson (2003) – London dzsentrifikált

4 Arról, hogy miért kézenfekvő Bourdieu habituskonceptciójának alkalmazása a városszociológiai folyamatok megértésében, részletesen ír Berger (2018).

5 A habitus azon öröklött diszpozíciók együttese, amelyek meghatározzák, hogyan viselkedünk bizonyos helyzetekben, anélkül, hogy tudnánk ezt. Így tarthatók fenn az osztályra jellemző viselkedésminták, ezzel őrzi meg az osztály státuszát, ehhez az kell, hogy az ízlések öröklődjenek (Bourdieu 2010 [1979]).

negyedeit vizsgáló tanulmányukban – amellet érvelnek, hogy a lakóhely kiválasztásában – az anyagi lehetőségeken túl – fontos szerepe van az életstílus kifejezésének, az identifikáció része ez, melynek során olyan negyedeket keresünk, ahol hozzánk hasonló emberek élnek. A dzsentrifikáció résztvevői jellemzően nem strukturált munkarendben dolgoznak, az infokommunikációs eszközök fejlődésével a földrajzi határok, távolságok elvesztették jelentőségüket, ezáltal a tér és az idő összezsugorodott, ami a biztonság hiányának érzetét kelti bennük. E struktúráhiánynak, a magánszféra és a munka világa elkülönítésének a kifejezését hivatott szolgálni a dzsentrifikációban részt vevő családok lakóhelyválasztása. Emellett számukra fontos része a dzsentrifikációs folyamatnak egyfajta „nosztalgikus múlt” felépítése, helyi közösségteremtés, helyi értékek megőrzése, újrafelfedezése. Ezt egy relatíve öntudatos stratégiával érik el, gazdasági, kulturális, társadalmi tőkéjük és habitusuk szerint választanak lakóhelyet. Kutatásuk eredményei szerint a „kozmetopolita” és „helyi” identitás ma már nem különül el, a londoni dzsentrifikánsok részei a globális „nagy társadalomnak”, amelynek káros hatásait „helyi” megoldásokkal kompenzálják.

Butler szerint a Belső-Londonra jellemző, zömmel egyéni és kisbefektetők által létrehozott dzsentrifikáció egy kollektív társadalmi cselekvés eredménye, míg a Docklands nagyberuházása alapvetően a tőke dzsentrifikációja (Butler 2008). A különböző városrehabilitációs beavatkozások a dzsentrifikáció különböző típusait eredményezik (lásd még Tomay 2008). A Docklands regenerációja a smithi értelemben vett „revansista” dzsentrifikáció példája, míg ahol a kollektív társadalmi cselekvés eredménye a dzsentrifikáció, ott nem egységes a társadalmi tőke alakulása sem, ezáltal helyi habitusok alakulnak ki (Butler 2002, 2008).

Dzsentrifikáció és társadalmi tőke

A dzsentrifikációnak az (összekapcsoló) társadalmi tőkére gyakorolt hatásait vizsgáló irodalmak legnagyobb része azzal foglalkozik, hogy a dzsentrifikációban részt vevő (felső)középosztályi rétegek miként „terjesztik ki” társadalmi tőkéjüket az általuk elfoglalt vagy azzal szomszédos területen élő alsóbb társadalmi helyzetű lakóira, hogyan mozgósítják – vagy épp ellenkezőleg, tartják vissza – az általuk birtokolt relatíve magasabb mértékű társadalmi tőkét a szomszédság vonatkozásában.

Blokland (2008) etnográfiai elemzést végzett az összekötő társadalmi tőke alakulásáról egy kudarccal végződött New Haven-i kertszépítési program keretében, melyben az alacsonyabb státuszú feketék lakta terület szomszédságába költözött középosztályi betelepülők önkéntes alapon projektet szerveztek a negyed szépítésére, miközben céljuk volt a helyi részvétel, aktivitás növelése, a közösségépítés is. Blokland egyik fő kérdése, hogy hogyan működik a társadalmi tőke, miért fektet be energiát egy magasabb társadalmi státuszú az önkéntes projektbe, ha tudja, hogy nem kap majd viszonzást sem társadalmi tőke, sem elismerés vagy növekvő önbecsülés formájában. Blokland szerint a részt vevő önkéntesek viselkedése nem irracionális, hanem egy ideológia kifejeződése a részükről: a dzsentrifikáció korai szakaszában részt vett emberek azt *választották*, hogy a városban élnek annak diverzitása miatt. Tehát kulturális, politikai és morális értékek vezették őket a cselekvésre (lásd Weber, Mannheim). A dzsentrifikáció eszerint nemcsak ingatlanberuházás, funkcionális döntés, hanem egy kulturális politikai önkifejezés is a szuburbokkal szemben és a kozmetopolita városközponti lehetőségek mellett. A középosztályon belüli törés ezáltal az identitásuk részévé

válik (lásd Ley 1986, 1996). Blokland szerint a dzsentrifikánsokat értékeik, iskolázottságuk és politikai kultúrájuk mobilizálta a cselekvésre. Nem személyes érdekből, hanem egy közös meggyőződés miatt aktivizálták társadalmi tőkéjüket, de ez nem jelentett bizalmat vagy személyes szívességeket, hitelépítést a szegénynegyed lakói felé. Blokland meglátása alapján valamit közösen csinálni nem egyenlő a közösségépítéssel, a társadalmi tőke külön-külön a dzsentrifikánsok és a szegénynegyed lakói között működött, de az etnikai és társadalmi falakat nem lépte át.

Butler (2008) a társadalmi tőke bourdieu-i és putnami fogalmát is használta a londoni dzsentrifikáció vizsgálatában. Kérdései, hogy hogyan kerül a hátrányos, főleg megkötő társadalmi tőke helyébe részben vagy egészben az összekötő társadalmi tőke a dzsentrifikáció során, valamint hogy a relatíve privilegizált dzsentrifikáns réteg hogyan tudja a hatalmát és privilégiumait fenntartani: a dzsentrifikáns középosztály a szomszédság szintjén megőrzi az előnyös pozícióját, vagy a társadalmi és kulturális tőkéjüket megosztják a szomszédsággal és ők is profitálnak belőle? Azaz az összekötő társadalmi tőkét megoszthatják-e helyben anélkül, hogy feláldoznák a társadalmi előnyöket? És ha így is van, miért teszik ezt?

Butler a putnami társadalmi tőke-készletet vizsgálta, esettanulmánya alapján a korábban deprivált környékek kisebb-nagyobb mértékű dzsentrifikációs átalakulásával a régi munkásosztályi közösség felbomlott, és új, középosztályi társadalmi kapcsolatháló épült. A putnami társadalmi tőke leginkább a közösségi önkéntes szervezetekben van jelen, ami az 1960-as évek munkásosztályát jellemezte leginkább. Ez a típusú tőke mindenhol csökkent, mivel a középosztályi beköltözők civil, helyi aktivitása (szervezeti tagsága) alacsony mértékű, számukra nem a szomszédság, hanem a jellemzően azonos nemű, korú, etnikumú és társadalmi státuszú barátai a fontosak.

A bourdieu-i értelemben vett társadalmi tőke a társadalmi kapcsolatokon keresztül épül fel és a viszonyok adják a lényegét. A bourdieu-i tőkéket vizsgálva Butler azt találta, hogy a szimbolikus kulturális tőke az, ami képes definiálni és legitimálni a kulturális, morális és esztétikai értékeket. A belső londoni területek esetén a magas kulturális tőke tette lehetővé, hogy megbecsüljék a múlt és a kézműves hagyomány jelentőségét, ami a viktoriánus, alsó középosztályi épületekből áradt. Butler szerint ez a dzsentrifikáció lényege: egy terület átalakítása a kisebbségben lévő középosztály elképzelései szerint.

Arról kevesebb szó esett mindeddig, hogy a dzsentrifikációban részt vevő rétegek egymással való kapcsolódása, illetve a dzsentrifikáció különböző hullámaiban részt vevők egymásra rétegződése az adott városrészben, szomszédságban milyen hatással van az összekötő társadalmi tőkéjükre.

Hullámok és hidak

Ahogy a dzsentrifikáció újabb és újabb hullámai egymásra következtek, úgy módosult a benne részt vevők köre is. A kutatások szerint egy-egy lerobbant városrész divatossá tételében, a dzsentrifikáció megindulásában sokszor szerepe van a művészeknek és bohémeknek, akik saját helyzetük stabilizálása érdekében költöznek ezen központhoz közeli, de olcsó területekre, többnyire ők hozzák divatba a korábban lepusztult városrészt, ez indítja el az ingatlanbefektetők érdeklődését, beruházásokat, és ezután érkeznek a területre a szélesebb közép- és felsőrétegek (Savage és Warde 1993).

A lakosságcserre fokozatos. Kezdetben jönnek a még anyagilag és művészileg a peremen elhelyezkedő művészek, és általában azok az emberek, akiket szerény anyagi eszközeik, nagy térigényük és az elővárosi házak és élet egyhangúsága arra késztet, hogy a koszos és veszélyes, polgári értelemben lakhatatlan utcákban fokozott érzékenységgel egy másfajta, színesebb élet lehetőségét lássák meg. Megkezdődik a házak, lakások felújítása – az érdekes belső terek iránti igény és a pénzhiány okán általában saját erőből. A New York-i Soho-beli vagy Lower East Side-i tömeges művészlakásmód kialakulása jól mutatja, hogyan válik az eleinte perifériális életmód- és művészeti mozgalom tömeges ingatlanpiaci mozgássá. Az avantgárd művészeket elkapja a főáram, a városnegyed veszélyes élete pedig nyárspolgári létformává csendesül (Bodnár 1996).

Az első dzsentrifikációs hullámban részt vevő „úttörők” vagy „pionírok” gyakran életformájukban, értékeikben tértek el a szuburbanizált középosztálytól. Hasonló jövedelemszint és iskolázottság mellett (értelmiségi réteg, főként kreatív foglalkozásúak) az választotta el őket a középosztály többi részétől, hogy bár nem igazán voltak gazdagok, a lerobbant, de már feljövőben lévő belvárosba költözéssel lehetőségük nyílt egy speciális magas státuszú foglalkozásra, kvázi nagypolgári társadalmi újratermelésre. Ezek az emberek szeretnek gyalog vagy biciklivel munkába járni ahelyett, hogy órákat utaznának szuburbán lakóhelyükről, a bevásárlóközpontok helyett a specializált kisboltokat választják, értékelik a városban elérhető kulturális és szórakozási lehetőségeket (Zukin 1987).

A dzsentrifikáció újabb hullámaiban részt vevő szereplők az egyre magasabb státuszú „városi gerillák” (Lees 2000). A magasan iskolázott, magas jövedelmű felső középosztályi, gyakran egyszemélyes vagy kis létszámú háztartásokban élő⁶ fiatal betelepülők, a yuppie-k⁷ belvárosba költözése mögött elsősorban a munkahelyeiket jelentő nemzetközi cégek térbeli mozgása, belvárosba telepedése a meghatározó. Lees (2000) szerint az 1990-es évek végétől a globális városokban már kimutatható az 1970-es években dzsentrifikált területek redzsentrifikációja is, azaz „szuperdzsentrifikáció” zajlik: ügyvédek, pénzügyi tanácsadók és banki szakemberek és menedzserek – akik a belvárosban vesznek ugyan lakást, de érzelmileg nem kötődnek ahhoz, a városon kívül is van házuk, és nagyon mobilak – beköltözése a korábban dzsentrifikált területekre. A dzsentrifikációs folyamat újabb hulláma már szélesebb rétegeket érint. Mára egyre kevésbé jellemző, hogy csak a fehér, középosztálybeli fiatalok vesznek részt a folyamatban, a belvárosok dzsentrifikációjában megjelent a fekete középosztály⁸ és a családós dzsentrifikáció is.

Márpedig ennek a két rétegnek (kreatív foglalkozású, művész és értelmiségi, illetve a magasabb jövedelmű pénzügyi szektorban vagy menedzsersként dolgozó csoportnak) a dzsentrifikációs folyamatba való belépése a legtöbbször (legalábbis a globális világvárosok kivételével) nem eredményez azonnali kiszorítást, sokkal inkább egymásra rétegződésről, találkozásról van szó közöttük. Ebben az esetben a társadalmi tőke megosztása sem olyan féloldalas, mint a középosztályi dzsentrifikánsok és a szegényebb szomszédai között, mivel a társadalmi interakcióval mindkét fél kap valamit. Mivel többnyire a pionír dzsentrifikánsok saját elképzeléseik szerint formálják át a negyedet és teszik azt divatosná (és most tekintsünk

6 DINKY = Double Income No Kids Yet, azaz gyerektelen kétkeresős háztartások.

7 A Young Urban Professional rövidítése, a városközpontban, szolgáltató szektorban dolgozó, 20-as éveik második, illetve 30-as éveik elején járó, jól kereső felső középosztályi réteg. A '80-as évek elején bevezetett „yuppie” fogalma a korábbi „hippi” ironikus visszhangjaként jelent meg.

8 Lees szerint az új dzsentrifikálók közé tartoznak a harmadik világból származó emigránsok, akiket a világvárosok vonzanak, a feketék és más kisebbségek, akik nem a folyamat áldozatai, hanem aktív résztvevői.

el a városrehabilitáció és városmarketing által generált nagyprojektektől), a magasabb jövedelmű rétegek ezen divatosság alapján kezdik el használni az adott környezetet és követik az új életstílust – ugyan felértékelik a városrészt, és az árak növelésével valóban ki is szoríthatnak belőle a pionírok, de ez nem jellemző. Ugyanakkor a kevésbé tőkeerős – de kreatív ötletekkel, új kezdeményezésekkel teli – réteg számára gyümölcsöző lehet olyan partnere találni, aki képes a kezdeményezéseik mögé állni, és beindításukhoz anyagi forrásokat biztosítani vagy hitelezni. A „gyümölcsöző kapcsolatoknak” azonban itt még távolról sincs vége, hiszen a kreatív foglalkozású, művész és értelmiségi dzsentrifikánsok koncentrációja az adott városrészben és az általuk látogatott kitüntetett közösségi terekben önmagában is olyan kapcsolatháló, együttműködések létrejöttét eredményezheti, amelyek elősegítik a vállalkozások és az innovációk sokasodását az adott helyen. Mivel egyelőre szisztematikus kutatást nem végeztem ezen a téren, az alábbiakban egy-egy példával fogom illusztrálni a fentiek működését a gyakorlatban.

A gasztrófalu, a bulinegyed és a 100 éves házak

A találkozási, közösségi csomópont – azaz a társadalmi tőke termelésének színtere – számos módon létre jöhet akár a dzsentrifikált városrészekben, akár a vidékeken. Az egyik lehetséges találkozóhelyet, ahol a társadalmi tőke kialakulhat, a kulturális örökségek adják (Murzyn-Kupisz 2013).

Ahogy már korábban szó volt róla, egy adott városrész gasztronómiai kínálata erős összefüggést mutat az ott lakók igényeivel: a pionír dzsentrifikánsok (művészek, értelmiségiek), vagy Florida fogalmával élve a kreatív középosztály igényeinek megfelelő vendéglátóhelyek az olyan kávéházak, ahol a helyi zenészek lépnek fel, ahol a wifi lehetőséget teremt a kávézóban laptopon végzett munkára, és ahol esetenként társas összejöveteleket rendeznek. A különböző nemzetek konyháját kínáló vendéglátóhelyek is vonzóak számukra, részben, mert kedvelik a sokszínű népesség által lakott városrészeket, részben, mert ez számukra egy „gasztronómiai utazást” biztosít, valamint ilyen helyek lehetnek a helyi termékek felhasználásával magas minőséget előállító éttermek is (Neal 2006; Florida 2005).

Kevésbé tűnik triviálisnak, de legalább ilyen „forró pontok” lehetnek a vidéki gasztronómiai rendezvények is – és itt most nem a hagyományos kolbászfesztiválokra gondolok. A hét vidéki étterem összefogásából alakult (ma már 16 tagot számláló) Stílusos Vidéki Éttermiség (SVÉT) ilyen alkalmakat teremt, amikor egy-egy vidéki helyszínen rendeznek párnapos összejöveteleket a helyi termelők és borászok, valamint az ország különböző pontjairól érkezett magas minőséget képviselő vendéglátók (éttermek, cukrászdák) részvételével a magas jövedelmű, és a rendezvény szellemiségére nyitott „erősen szűrt” látogatók számára. A ma már évente mintegy 8–10 rendezvénnyel megszólított célközönség ezáltal megismeri az adott tájegység szolgáltatóit, miközben a térben távolabb, de hasonló felfogás szerint működő vendéglátósok is kapcsolatokat – társasági és üzleti kapcsolatokat is – alakítanak ki egymással. A rendszeres találkozások és a közös projekt megerősíti, összefűzi ezeket a szálakat, mintegy „áthidalva” a földrajzi távolságot. Ezek a kapcsolatok már nemcsak a közös érdeklődésről és a találkozásról szólnak, hanem számos esetben az így keletkezett társadalmi tőke gazdasági tőkévé is konvertálható, amennyiben konkrét üzleti együttműködések ala-

kulnak ki a rendezvények nyomán. Így történhet meg például, hogy az egyik legjobb vidéki étteremként nyilvántartott észak-magyarországi étteremben a Villány–Siklói borvidék egyik kis kézműves borászata termékeit forgalmazza (saját interjú, 2018).

Máskor az örökség megóvása hozza életre ezeket a közösségeket: a közös akciók közben megismerik egymást, bizalom épül a szereplők, helyi lakosok és kisvállalkozók között. Az örökség gyakran a felújítás katalizátora is, mivel a dzsentifikációnak fontos eleme a „hely szelleme” és esztétikája (Murzyn-Kupisz 2013). Erre a típusú társadalmi-termelésre nyújt példát a régi pesti zsidónegyed bontásos rekonstrukciója nyomán kibontakozott mozgalom – és a városrész azóta megnövekedett turisztikai és dzsentifikációs vonzereje. A régi pesti zsidónegyed bontásos rehabilitációs tervei sok vihart kavartak a 2000-es évek elején: a műemlékvédelem (KÖH), az értékvédő civil szervezetek (ÓVÁS!) és a Fővárosi Önkormányzat is hangot adtak elégedetlenségüknek, amiért a kerületi önkormányzat a hagyományos városi szövet értékeit figyelmen kívül hagyva telkeit új – a környezetbe gyakran nem illő – ingatlanfejlesztések számára értékesítette. Eközben egy sor új vendéglátóhely (romkocsmák, új éttermek) és bolt (lakberendezési és dizájnüzlet) települt a területre, elsősorban a magasán képzett, alternatív kultúrára nyitott fiatalokat célozva meg. Az interjúkból kiderült, hogy a kutatásba bevont kereskedelmi, szolgáltató, kulturális, szórakoztató, vendéglátó vállalkozások mindegyike számára fontos volt a városrészben rejlő lehetőségek felismerése: a terület központi elhelyezkedése, kulturális öröksége, és a jelenlegi leromlott állapot mellett a megújulás lehetősége (Csanádi et al. 2007). Mindennek hatására ismertté vált és divatba jött a környék, és megindult a területen egy spontán, „úttörő” jellegű dzsentifikáció, melynek keretében a területre beáramlottak olyan magasán képzett fiatalok, akik itt vettek lakást, amelyet aztán felújítottak abban a reményben, hogy előbb-utóbb a környék is megújul (Tomay 2008). A 2008-as gazdasági válság utáni évek megtorpanását követően gyors ingatlanpiaci és turisztikai felfutás jellemezte a környéket, olyannyira, hogy mára már a legnépszerűbb turisztikai (elsősorban a „buliturizmus”) célpontok közé sorolható (Csanádi et al. 2012).

A kulturális örökséget megismerő, bemutató önkéntesség ugyancsak hozzájárul a társadalmi tőke épüléséhez (Murzyn-Kupisz 2013). A 2011-ben indult Budapest100 program pont egy ilyen önkéntes alapon szerveződő „civil városi ünnep”, amely minden évben egy hétvégén együtt ünnepli – az erre nyitott közönséggel és a programhoz csatlakozó lakóközösségekkel – az éppen akkor százéves budapesti házakat. A program célja, hogy „felhívja a figyelmet a körülöttünk lévő város mindennapi értékeire, közelebb hozza egymáshoz a városlakókat, a szomszédokat, a generációkat (...) bemutatni pincétől a padlásig a házakat, megismerni a lakókkal és hozzájárulni új közösségek kialakulásához”⁹. A Budapest100 eseményeit önkéntesek szervezik a házak lakóinak, illetve a részt vevő intézmények képviselőinek a segítségével. A több díjat¹⁰ begyűjtött kezdeményezés 1750 zömmel fiatal, egyetemista vagy pályakezdő, a város iránt érdeklődő (építész, művészettörténész, szociológus, várostörténész) önkéntest hozott össze az elmúlt nyolc év során, ezáltal számos személyes és szakmai kapcsolat épült ki a résztvevők között (albérlő és munkalehetőség megtalálásában is segített már az itteni önkéntes munka).

9 www.budapest100.hu.

10 Lebendige Stadt Stiftung (2013), Az Év Önkéntes Programja (2014), SozialMarie (2017), URBACT Good practice award (2017).

Zárszó

Összegezve az eddig leírtakat, elmondható, hogy az innovációs és vállalkozási ökoszisztémák egyik fontos peremfeltételét képezi az a társadalmi-kulturális környezet, melyben a vállalkozások és innovációk megvalósulnak. Ez annyit jelent, hogy a gazdasági növekedés motorjaként szolgáló innovációk, kreatív és tudásalapú vállalkozások kialakulásának és fejlődésének megértéséhez, ezáltal serkentésük „receptjéhez” nélkülözhetetlen azon térbeli társadalmi folyamatok feltárása, melyek az új ötletek és vállalkozások melegágyaként szolgálnak. Meglátásom szerint ez nem más, mint a városszociológiában sokat kutatott, de már a vidékszociológiában is azonosított dzsentrifikáció folyamata.

Tekintettel arra, hogy a témában még nem készült empirikus kutatás, a jelen tanulmány a különböző tudományágakhoz, elméleti és kutatási irányokhoz tartozó szakirodalmak összefűzésével egyfajta konceptuális keretet kívánt felvázolni egy jövőbeli kutatás számára, melyben empirikus vizsgálat alá vetem a városi és vidéki dzsentrifikáció szerepét, hatásmechanizmusait az összekötő társadalmi tőke (újra)termelésében, továbbá azt, hogy hozzájárul-e ez a folyamat és hogyan az innováció és a vállalkozások fellendüléséhez az adott térségben, illetve városrészben. Hipotézisem szerint a dzsentrifikáció folyamata során – az egymásra rétegződő dzsentrifikációs hullámok eredményeként és a dzsentrifikált városnegyedekben vagy falvakban – jönnek létre azok a társadalmi interakciós helyzetek (közös fogyasztási helyek, étkezések, önkéntes és jótékony akciók, vagy éppen civil megmozdulások keretében), ahol a dzsentrifikációban érintett két nagyobb társadalmi csoport: a magas kulturális tőkével rendelkező középosztályi kreatív és szabadfoglalkozású értelmiségiek, „úttörő dzsentrifikánsok”, valamint a magasabb anyagi tőkével (magasabb jövedelemmel) rendelkező felső középosztályi, főként pénzügyi és műszaki területeken dolgozó dzsentrifikánsok megismerkednek és rendszeresen találkoznak egymással, ezáltal (összekötő) társadalmi tőkéjüket növelve barátságokat és üzleti kapcsolatokat építenek ki egymással.

Jelen tanulmányban – elsődleges célkitűzése okán – nem tárgyaltam a dzsentrifikációs folyamatok árnyoldalait, negatív társadalmi következményeit: a szegények kiszorulását a városon kívülre vagy erősen szegregált városrészekbe (Budapest esetében erről részletesen lásd Csanádi et al. 2010; Jelinek 2010), ami szélsőséges esetben akár a város olyan mértékű társadalmi szétszakadásához vezethet, ami a gazdasági fejlődés gátja is lehet (nem beszélve az emberi és társadalmi veszteségekről).

Hivatkozott irodalom

- Alonso González, Pablo (2017): Heritage and Rural Gentrification in Spain. The Case of Santiago Millas. *International Journal of Heritage Studies* 23(2): 125–140. DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2016.1246468>
- Andreotti, Alberta és Patrick Le Galès (2008): Middle Class Neighbourhood Attachment in Paris and Milan. Partial Exit and Profound Rootedness. In *Networked Urbanism. Social Capital in the City*. Talja Blokland és Savage Warde (szerk.). Aldershot: Ashgate, 127–143. Interneten: <http://www.stellenboschheritage.co.za/wp-content/uploads/Networked-Urbanism-1.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Atkinson, Rowland G. (2008): The Flowing Enclave and the Misanthropy of Networked Affluence. In *Networked Urbanism. Social Capital in the City*. Talja Blokland és Savage Warde (szerk.). Aldershot: Ashgate, 41–58. Interneten: <http://www.stellenboschheritage.co.za/wp-content/uploads/Networked-Urbanism-1.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).

- Atkinson, Rowland G. és Gary Bridge (2005): *Gentrification in a Global Context. The New Urban Colonialism*. London – New York: Routledge.
- Berg, Leo van de et al. (1982): *Urban Europe. A Study of Growth and Decline*. Vol. 1.
- Berger Viktor (2018): *Térré szőtt társadalmiság. A tér kategóriája a szociológiaelméletekben*. Budapest: L'Harmattan – Könyvpont.
- Blokland, Talja (2008): Gardening with a Little Help from Your (Middle Class) Friends. Bridging Social Capital Across Race and Class in a Mixed Neighbourhood. In *Networked Urbanism. Social Capital in the City*. Talja Blokland és Savage Warde (szerk.). Aldershot: Ashgate, 147–170. Interneten: <http://www.stellenboschheritage.co.za/wp-content/uploads/Networked-Urbanism-1.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Blokland, Talja és Mike Savage (2008): Social Capital and Networked Urbanism. In *Networked Urbanism. Social Capital in the City*. Talja Blokland és Savage Warde (szerk.). Aldershot: Ashgate, 1–20. Interneten: <http://www.stellenboschheritage.co.za/wp-content/uploads/Networked-Urbanism-1.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Bodnár Judit (1996): A szakadozó városszövet. *Budapesti Negyed* (14). Interneten: <http://epa.oszk.hu/00000/00003/00012/bodnar.htm> (letöltve: 2019. február 9.).
- Bodor Ákos (2013): Az innovációt körülvevő társadalmi kontextus néhány elemének vizsgálata. In *Innovációbarát kormányzás Magyarországon. A regionális innovációs fejlesztéspolitika kihívásai*. Gál Zoltán (szerk.). Pécs: MTA KRTK RKI, 143–165. Interneten: http://www.regscience.hu:8080/xmlui/bitstream/handle/11155/153/Gal_2013_innovaciobarat.pdf?sequence=1.
- Bodor Ákos, Grünhut Zoltán és Horeczki Réka (2018): Considering the Linkage between the Theory of Trust and Classical Rural Sociology's Concepts. *European Countryside* 10(3): 482–497. DOI: <https://doi.org/10.2478/euco-2018-0027>
- Boltanski, Luc és Éve Chiapello (2005 [1999]): *The New Spirit of Capitalism*, London – New York: Verso.
- Bourdieu, Pierre (1985 [1979]): *Distinction*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2010 [1979]): A habitus és az életstílusok tere. *Replika* (72): 49–94.
- Bridge, Gary (2001): Bourdieu, Rational Action and the Time-Space Strategy of Gentrification. *Transactions of Institutions of the British Geographers* 26(2): 205–216. DOI: <https://doi.org/10.1111/1475-5661.00015>
- Butler, Tim és Garry Robson (2003): Negotiating Their Way In. The Middle Classes, Gentrification and the Deployment of Capital in a Globalising Metropolis. *Urban Studies* 40(9): 1791–1809. DOI: <https://doi.org/10.1080/2F0042098032000106609>
- Butler, Tim (1997): *Gentrification and the Middle Classes*. Aldershot: Ashgate
- Butler, Tim (2002): Thinking Global but Acting Local. The Middle Classes in the City. *Sociological Research Online* 7(3): 1–19. DOI: <https://doi.org/10.5153/sro.740>.
- Butler, Tim (2008): Social Capital and the Formation of London's Middle Classes. In *Networked Urbanism. Social Capital in the City*. Talja Blokland és Savage Warde (szerk.). Aldershot: Ashgate, 217–236. Interneten: <http://www.stellenboschheritage.co.za/wp-content/uploads/Networked-Urbanism-1.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- BVTV (1966): *Budapesti városszociológiai vizsgálatok*. Budapest: Budapesti Várostervező Vállalat.
- Castells, Manuel (2005 [1996]): *Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra. 1. kötet. A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest: Infonia.
- Coleman, James S. (1990): *The Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Collins, Randall (1998 [1992]): A státusz kultúrák termelése és a nők. In *A kultúra szociológiája*. Wessely Anna (szerk.). Budapest: Osiris, 160–173.
- Csanádi Gábor, Csizmady Adrienne, Kőszeghy Lea és Tomay Kyra (2007): A városrehabilitáció társadalmi hatásai Budapesten, In *A történelmi városközpontok átalakulásának társadalmi hatásai*. Enyedi György (szerk.). Budapest: MTA Társadalomkutató Központ, 93–118.
- Csanádi Gábor, Csizmady Adrienn, Kőszeghy Lea és Tomay Kyra (2009): *Társadalom – Tér – Szerkezet*. Budapest: ELTE TÁTK VRKK.
- Csanádi Gábor, Csizmady Adrienne, Kocsis János, Kőszeghy Lea és Tomay Kyra (2010): *Város-Tervező-Társadalom*. Budapest: Sík.
- Csanádi Gábor, Csizmady Adrienne és Olt Gergely (2012): *Átváltozóban*. Budapest: Eötvös.
- Csurgó Bernadett (2013): *Vidéken lakni és vidéken élni. A városból vidékre költözők vidékreprezentációja, mindennapi élete és hatásuk a vidék átalakulására: a város környéki vidék*. Budapest: Argumentum – MTA TK SZI.
- Csurgó Bernadett és Megyesi Boldizsár (2016): Területi integráció és fejlesztéspolitika: Esettanulmány a Vértesi Natúrpark példáján. *Metszetek* 5(3): 41–63. DOI: <https://doi.org/10.18392/METSZ/2016/3/2>
- Florida, Richard (2003): Cities and the Creative Class. *City and Community* 2(1): 3–19. DOI: <https://doi.org/10.1111/1540-6040.00034>

- Florida, Richard (2005): *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Florida, Richard (2018): Foreword. In *The Next American City. The Big Promise of Our Midsize Metros*. Mick Cornett és Jayson White (szerk.). New York: G. P. Putnam's Sons.
- Florida, Richard, Patrick Adler és Charlotta Mellander (2017): The city as innovation machine *Regional Studies* 51(1): 86–96. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1255324>
- Füzér Katalin (2015): A bizalom társadalomelmélete és a társadalmi tőke szociológiaelmélete. *Századvég* (78): 5–16. Interneten: <https://szazadveg.hu/uploads/media/588f411066d2f/szazadveg-78-tarsadalmi-toke.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Füzér Katalin (2017): *A projektetített város. Részvételi városfejlesztés az ezredfordulás Pécsén*. Pécs: Publikon.
- Füzér Katalin, Gerő Márton, Sik Endre és Zongor Gábor (2005): *A társadalmi tőke növelésének lehetőségei fejlesztéspolitikai eszközökkel*. Budapest: TÁRKI.
- Füzér Katalin, Sik Endre, Gerő Márton és Zongor Gábor (2006): Társadalmi tőke és fejlesztés In *Társadalmi riport 2006*. Kolosi Tamás, Tóth István György és Vukovich György (szerk.). Budapest: TÁRKI, 335–350. Interneten: http://www.tarsadalomkutatas.hu/kkk.php?TPUBL-A-703/publikaciok/tpubl_a_703.pdf
- Gans, Herbert J. (1959): Avult városrészek lebontásának és az ott élő lakosság átköltöztetésének emberi következményei. In *Városszociológia*. Szelényi Iván (szerk.). Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 414–442.
- Gans, Herbert J. (1995): *Urbanism and Suburbanism as Ways of Life. A Reevaluation of Definitions* utóirat, In *Metropolis. Center and Symbol of our Times*. Philip Kasinitz (szerk.). New York: New York University Press, 170–195.
- Glass, Ruth (1964): *London: Aspects of Change*. London, MacGibbon and Kee.
- Grünhut Zoltán (2018): Innovációs ökoszisztéma társadalomelméleti kontextusban. *Tudásmenedzsment* 19(2): 33–45.
- Hamnett, Chris (1991.) The Blind Men and the Elephant. The Explanation of Gentrification. *Transaction of the institutions of the British Geographers. New Series* 16(2): 173–189. Interneten: https://www.academia.edu/19572863/The_Blind_Men_and_the_Elephant_The_Explanation_of_Gentrification (letöltve: 2019. február 9.).
- Holmes, John és Neil Argent (2016): Rural transitions in the Nambucca Valley: Socio-demographic change in a disadvantaged rural locale. *Journal of Rural Studies* 48: 129–142 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.06.009>
- Isenberg, Daniel J. (2010): How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review* 88(6): 40–50. Interneten: <https://institute.coop/sites/default/files/resources/Isenberg%20-%20How%20to%20Start%20an%20Entrepreneurial%20Revolution.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Jacobs, Jane (1969): *The Economy of Cities*. New York: Random House.
- Jelinek Csaba (2010). The Phenomena of Displacement and Relocation during the Process of Gentrification in Budapest. *Studia Sociologia* 55(2): 105–116.
- Junxi Qian, Shenjing He és Lin Liu (2013): Aestheticisation, Rent-seeking, and Rural Gentrification amidst China's Rapid Urbanisation: The Case of Xiaozhou Village, Guangzhou. *Journal of Rural Studies* 32: 331–345 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.08.002>
- Kleinhans, Reinout, Hugo Priemus és Godfried Engbersen (2007): Understanding Social Capital in Recently Restructured Urban Neighbourhoods. Two Case Studies in Rotterdam. *Urban Studies* 44(5–6): 1069–1091. DOI: <https://doi.org/10.1080/00420980701256047>
- Kloosterman, Robert C. és Joanne P. van der Leun (1999): Just for Starters. Commercial Gentrification by Immigrant Entrepreneurs in Amsterdam and Rotterdam Neighbourhoods. *Housing Studies* 14(5): 659–677. DOI: <https://doi.org/10.1080/02673039982669>
- Kovács Imre (2012): *A vidék az ezredfordulón. A jelenkori magyar vidéki társadalom szerkezeti és hatalmi változásai*. Budapest: MTA TK SZI – Argumentum Kiadó.
- Kuti Mónika és Bedő Zsolt (2018): Az egyetemi központú vállalkozói ökoszisztéma és a közösségi finanszírozás kapcsolata. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review* 49(2): 45–52. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.02.05>
- Leebrick, Rhiannon A. (2015): Rural Gentrification and Growing Regional Tourism: New Development in South Central Appalachia. In *States and Citizens. Accommodation, Facilitation and Resistance to Globalization*. Jon Shefner (szerk.). Bingley, UK: Emerald, 215–234
- Lees, Loretta (2000): A Reappraisal of Gentrification. Towards a 'Geography of Gentrification' *Progress in Human Geography* 24(3): 389–408. DOI: <https://doi.org/10.1191/2F030913200701540483>
- Ley, David (1996): *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- Ley, David (1986): Alternative Explanations for Inner-City Gentrification: A Canadian Assessment. *Annals of the Association of American Geographers* 76(4): 521–535. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1986.tb00134.x>
- Megyesi Boldizsár (2014): Fejlesztéspolitikai helyben. A társadalmi tőke és a fejlesztéspolitikai összefüggései a városi és a lengyeltóti kistérségben készült esettanulmányok alapján. *Socio.hu* (3). Interneten: <https://socio.hu/>

- uploads/files/2014_3/megyesi.pdf (letöltve 2019. április 14.).
- Megyesi Boldizsár (2015): A társadalmi tőke negatív hatásai. *Századvég* (78): 105–122.
- Mamonova, Natalia és Lee-Ann Sutherland (2015): Rural Gentrification in Russia. Renegotiating Identity, Alternative Food Production and Social Tensions in the Countryside. *Journal of Rural Studies* 42: 154–165. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.10.008>
- Murzyn-Kupisz, Monika (2013): Cultural Heritage in Building and Enhancing Social Capital. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development* 3(1): 35–54. DOI: <https://doi.org/10.1108/20441261311317392>
- Neal, Zachary Paul (2006): Culinary Deserts, Gastronomic Oases. A Classification of US Cities. *Urban Studies* 43(1): 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1080%2F00420980500388728>
- Nemes Ferenc-Szelényi Iván (1967): *A lakóhely, mint közösség*. Budapest, Akadémiai.
- Phillips, Martin (1993): Rural Gentrification and the Processes of Class Colonisation. *Journal of Rural Studies* 9(2): 123–140. DOI: 10.1016/0743-0167(93)90026-G
- Phillips, Martin (2005): People at the Centre? The Contested Geographies of Gentrification. In *Contested Worlds. An Introduction to Human Geography*. Martin Phillips (szerk.). Aldershot: Ashgate, 313–352.
- Portes, Alejandro (1998): Social Capital. Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology* 24: 1–24. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.1>.
- Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Ray, Christopher (1998): Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis* 38(1): 3–20. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00060>
- Redfern, Paul A (2003): What Makes Gentrification 'Gentrification'? *Urban Studies* 40(12): 2351–2366. DOI: <https://doi.org/10.1080/0042098032000136101>
- Robert, Lee és Heinz Tuselmann. (2013): Entrepreneurship, Occupational Division and Social Capital Differentials. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 20(3): 661–680. DOI: <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2013-0058>
- Savage, Mike és Alan Warde (1993): *Urban Sociology, Capitalism and Modernity*. New York: Macmillan.
- Savage, Mike, Warde Alan és Devine Fiona (2005): Capitals, Assets, and Resources: Some Critical Issues. *The British Journal of Sociology* 56(1): 31–47. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2005.00045.x>
- Savanya Péter (2013): A társadalmi tőke jelentősége a gazdaságban, szerepe az innovációk társadalmi megformálásában. In *Innováció. A vállalati stratégiától a társadalmi stratégiáig*. Bajmócy Zoltán és Elekes Zoltán (szerk.). Szeged: JATE Press, 140–159.
- Schneider, Jo Anne (2017): *Social Capital, Community, and Place A Primer*. Chrysalis Collaborations. Interneten: <http://chrysaliscollaborations.com/wp-content/uploads/Knight-Social-Capital-primer-final.pdf> (letöltve: 2019. február 9.).
- Sims, Jim (2017): *Building an Effective Entrepreneurship Eco-system*. Interneten: <https://urbact.eu/building-effective-entrepreneurship-eco-system> (letöltve 2019. február 9.).
- Smith, Neil (1996): *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London – New York: Routledge.
- Smorodinskaya, Nataliya, Martha G. Russell, Daniel Katukov és Kaisa Still (2017): *Innovation Ecosystems vs. Innovation Systems in Terms of Collaboration and Co-creation of Value*. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences. Honolulu, HA: 5245–5254. Interneten: https://www.researchgate.net/publication/317396011_Innovation_Ecosystems_vs_Innovation_Systems_in_Terms_of_Collaboration_and_Co-creation_of_Value (letöltve: 2019. február 9.).
- Solana-Solana, Miguel (2010): Rural Gentrification in Catalonia, Spain. A Case Study of Migration, Social Change and Conflicts in the Empordanet Area. *Geoforum* 41(3): 508–517. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2010.01.005>.
- Stam, Erik (2015): Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy. A Sympathetic Critique. *European Planning Studies* 23(9): 1759–1769. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Stockdale, Aileen (2010) The Diverse Geographies of Rural Gentrification in Scotland. *Journal of Rural Studies* 26(1): 31–40. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.04.001>
- Szerb László és Horváth Krisztina (2016): *GEM 2015 Magyarország. Vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma helyzete 2015-ben*. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23616.33282>
- Tomay Kyrá (2007): Városrehabilitáció és dzsentifikáció Budapesten. In *A történelmi városközpontok átalakulásának társadalmi hatásai*. Enyedi György (szerk.). Budapest: MTA Társadalomkutató Központ, 119–150.
- Tomay Kyrá (2008): *Dzsentifikáció Budapesten az ezredfordulón – a belső-pesti területek átalakulása*. (Doktori értekezés.) Budapest: ELTE TáTK, Szociológia Doktori Iskola. Interneten: http://doktori.tatk.elte.hu/2009_Tomay_Kyra_tezis.pdf (letöltve: 2019. február 9.).

Tönnies, Ferdinand (1983 [1887]): *Közösség és társadalom*. Budapest: Gondolat.
Wilson, Patricia A. (1997): Building Social Capital. A Learning Agenda for the Twenty-First Century. *Urban Studies* 34(5–6): 745–760.
Zukin, Sharon (1987): Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core. *Annual Review of Sociology* 13: 129–147.

Internetes források

<http://budapest100.hu/>
<http://www.svet.hu/>
<https://ovas.hu/>

Tomay Kyra

szociológus, városszociológus, adjunktus, PTE BTK TMI Szociológia Tanszék

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Törőcsik Mária – Szűcs Krisztián – Nagy Ákos – Lázár Erika

Életstíluscsoportok Magyarországon a digitalizáció korában

Életstílus-kutatások és a marketing

Absztrakt: Tanulmányunk a társadalmirétegződés-vizsgálatok közül a marketingszakma számára is oly fontossá vált életstílus-alapú közelítés előzményeit és legújabb mérési eredményeit mutatja be. A megközelítés legfontosabb előnye, hogy „kézzelfogható”, a marketingaktivitások tervezésekor fontos áttekintést nyújt a lakosság életmódjáról. A marketing-alkalmazás céljai, közelítései jelentősen eltérnek az eredetileg a szociológiában felvetett kérdésektől. A téma iránti szakmai-üzleti érdeklődés változékonysága ellenére is fontos a társadalom életstílus szerinti csoportjainak megismerése. Életstílus kutatásaink között ez az első alkalom, amikor meghatározó elemként megjelent a digitalizáció hatása. Ez ma elsőre talán kevésbé meglepő, ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a mérések során a 2003-ban kifejlesztett ÉletstílusInspiráció modellt alkalmaztuk, amely alapvetően két dimenzióban, az életstílusmérések hagyományos elemeként használt értékorientációban és az akkor újdonságként bevezetett és azóta is egyedülálló közelítésként használt élettempóban vizsgálja a fogyasztói életstílust. Az értékorientáció méréséhez kiindulópontként a Schwartz-féle érték-mérést, az élettempó vizsgálatához a korábban kialakított és több alkalommal átdolgozott, validált attitűdkészletet alkalmaztuk. Az eredmények összehasonlítása, a korábbi évekkel történő összevetések ugyan még zajlanak, annyi azonban már bizonyosan megállapítható, hogy a hazai lakosság életstílusát tekintve jelentős változások körvonalazódtak az elmúlt évtizedben.

Kulcsszavak: életstílus, fogyasztás, marketing, életstílus-kutatás

Azokban az időszakokban, amikor egy társadalmi réteghez való tartozás olyan mértékű kötöttséget jelentett, hogy mindenki a normák szerint cselekedett, mert különben a csoport komoly szankciókat érvényesített az „eltévelyedettel” szemben, az életstílus nem volt igazán fontos, a hovatartozás nem választás kérdése volt. Az 1960-as évek hippikorszaka irányította az életstílusra a figyelmet (Miles 2005), felmutatva annak választhatóságát, ettől kezdve vált jellegzetessé a társadalom több kisebb csoportra való szétesése, azóta tapasztaljuk, hogy számos életstíluscsoport létezik egymás mellett. Az életstílus témaköre a szociológiai rétegződésvizsgálatokban, kutatásokban intenzíven az 1980-as években merült fel, előzményei azonban már korábban is megjelentek a kutatóknál, viták sorát elindítva arról, miképp gondolkodjunk a jelentősen megváltozott társadalmi közegben az osztályokról, csoportokról, az egyenlőtlenségről. Ezen diskurzusokhoz képest a marketing, a marketingkommunikáció később kapcsolódott az életstílus-vizsgálatokhoz, vállalkozva a kérdéskör speciális szempontokkal kiegészített, széles körű feltárására, az eredmények alkalmazására. A két tudományterület megközelítési szempontjai, s még inkább a vizsgálatokkal elérendő céljai meglehetősen eltérő mintázatot mutatnak. A marketing alkalmazásorientáltan viszonyul az életstílus-kutatások eredményeképpen létrejövő csoportokhoz, nevezetesen, a fogyasztókra irányuló szegmentációs döntések, illetve a fogyasztók elérésére koncentráló kommunikációs lehetőségek megalapozásaképpen tekint az elméleti konstrukciókra és a vizsgálati eredményekre. A marketingkutatók az esetek többségében társadalomkritikai él nélkül prezentálják az eredményeket, nem ítélkezve, hanem tényként elfogadva a fogyasztók döntéseinek következményeit – érthető módon, hiszen más irányú az ismeretek mélyítésének szakmai igénye. Mindkét tudományterület érdeklődése azonban egyfajta reflexió azokra az új jelenségekre, azokra az új csoportformáló tényezőkre, amelyek a korábbi időszakokhoz képest egyre inkább színesebbé, változatosabbá tették a társadalmi közösségeket, miközben új magyarázó elemek bevonására készítették a kutatókat. Egyértelmű, hogy a ma embere – bizonyos korlátok mellett – választási lehetőségekkel rendelkezik életstílusának megválasztásában, ami mind egyéni, mind társadalmi szinten komoly dilemmákat eredményezhet (Hitzler 2008 [1994]). A társadalmi trendek hatására formálódik az emberekben az egyes életstílusbeli lehetőségek iránti vonzódás vagy az azokkal szembeni ellenállás, jön létre vágyódás és a realitásokkal való ütközés. Mindezen kiindulópontok elfogadása mellett az a gondolat fogalmazódik meg, hogy a társadalom alsó és felső részében kisebb a választás szabadságfoka, erősebb a körülmények szorítása, mint a társadalom középső rétegeiben élők számára, mindkét szélső esetben más okok eredőjeként.

A 80-as, 90-es években az életstílus értelmezése, kutatása körül tapasztalható pezsgés azonban napjainkra jelentősen csökkent, mind a szociológia, mind a marketing más, újabb kérdések megoldása felé fordult. Gondolhatunk itt például a csoportképzés szempontjából a szcénák specifikus, esetenként kisebb létszámú, de egyre többféle téma köré szerveződő közösségeire, vagy még inkább a digitális kultúra változást generáló hatására, benne akár a virtuális életstílus, a sokszoros identitás, a big data okozta kutatási módszertani lehetőségek témakörére. Mégis, a kutatói kíváncsiság nem szűnik meg, az emberek fogyasztási döntései jobb megértésének vágya által vezérelve időről időre készülnek az életstílus megismerésére újabb elemzések, jönnek létre új vizsgálati koncepciók. Ki is kényszerítik az életstílus kérdésének újragondolását a társadalomban, gazdaságban végbemenő drasztikus (pl. a válság) vagy fordulóponthoz elérkező (pl. az okostelefonok penetrációja) hatások.

Tanulmányunkban alapvetően a marketing területén jelentőséget nyert koncepciókra, a marketingszakemberek részvételével végrehajtott életstílus-kutatásokra térünk ki, s ennek során az élettempó és értékorientáció dimenzióiban vizsgált magyar életstíluscsoportok jellemzőire, a mai társadalomkép új elemeire, az egyes generációk csoportkötődésére és a kutatás módszertani kihívásaira koncentrálunk. Hipotézisünk szerint az új elemek miatt új jellemzőkkel bíró csoportok színesítik a társadalomképet. E célból közöljük a 2018-ban lefolytatott vizsgálatunk eredményeit, reményeink szerint vitát generálva a megközelítésről, illetve az eredmények társadalmi struktúra szerinti értelmezéséről.

Életstílus-kutatások és a marketing

Az életstílus azon az emberi alapszükségleten alapuló társadalmi képződmény, amely az emberek integráció (tartozni valahová) és a differenciálódás (egyediség) iránti egyidejű igényén alapszik; az egyén viszonylag szabadon választott, időben meglehetősen stabil konstrukciója. Az életstílus egy személy értékeinek kifejeződése a cselekvéseiben, aminek során a belső jellemzőinek megmutatása zajlik a külső magatartással, és ami többek között vásárlással, fogyasztással történik. Magatartásával az egyén döntések sorának lenyomatát adja arról, mibe invesztálja idejét, pénzét, figyelmét, vagyis hogy mi fontos a számára, milyen érdeklődési köre, véleménye, világlátása van. Az egyének döntései alapján a hasonlóan cselekvők csoportjainak határai rajzolódnak ki, amely csoportok belső homogenitásuk mellett karakteres eltérést mutatnak más csoportokhoz képest, eltérő kulturális és szubkulturális magatartásmintákat képviselve a közösségen belül (lásd Veblen 1975 [1899]). Az emberek életvitelében mutatkozó különbségek mibenléte viszonylag régóta foglalkoztatja a gondolkodókat, és ebben a vonatkozásban a szociológusok voltak a zászlóvivők. Az életstílus-fogalom csírái Max Webernél jelennek meg, majd Georg Simmel (2004 [1900]) értekezik a stílus, az életstílus kérdéseiről, részben szinonimaként értelmezve azokat. Weber (1967 [1921–1922]) munkáiban találkozunk elsőként az életvitel fogalmával, amelyet a társadalmi rétegződéssel kapcsolatban fejt ki. Weber a társadalmi struktúra tekintetében három alapvető rétegző dimenziót határozott meg: a gazdasági, a hatalmi dimenziót, illetve a rendeket. Ez utóbbi alatt Weber azt érti, hogy a társadalom tagjai nemcsak a gazdasági helyzet és a hatalom szerint rendeződnek a társadalom hierarchiájában, hanem az életmódjuk, és ezen életmód következtében kialakuló megbecsültségük szerint is.

Miután napjainkban a sokszínűség, a vállaltan a mainstreamtől eltérni vágyó önmegmutatás divik (Lasch 1996 [1979]; Tari 2013; Bánki 2018), a stílus kifejezésének tág tere van (Kapitány és Kapitány 2000), hiszen a fogyasztó kész a figyelmet generáló választását képviselni, a kínálatot alakítók pedig akár néhány darabbal is a rendkívülit vagy a kisebbség ízlését kiszorgálni (Anderson 2007), ezáltal a kitűnést lehetővé tenni (Plummer 1974).

A stílusról alapvetően mint művészethez, öltözködéshez kapcsolódó fogalomról gondolkodtunk, majd az életstílus-kutatások a stílusnak egyre inkább a társadalmi csoportokat lehatároló és integráló funkcióját emelik ki. Ez az esztétizáló, külsőségekben megnyilvánuló működés egy személy, egy csoport számára a „kis különbség” reprezentálását, a másoktól való elhatárolódást eredményezi, a beavatottak számára látható, érzékelhető eltérések képviselésével. Az egyes csoportok a határaikat a fogyasztásukkal demonstrálják. Bourdieu (1978) a kultúra vizsgálatából kiindulva kultúrszociológiai osztályelméletet alkotott, szerinte az

osztályhoz tartozókat a látható „osztálystílus” jellemzi. Bourdieu a „finom különbségek” felmutatásával, a különféle eredetű tőke (társadalmi, gazdasági, kulturális) elemzésével mutat rá a státuskülönbségekre (1984 [1979]). Míg a csoportok közötti különbségek tekintetében az anyagi lehetőségek fontos jellemzők, a csoporton belül a pénz már nem elegendő önmagában, a képzettség, a státus, a hatalom, a kreativitás kell hogy társuljon még hozzá. A habitus olyan konstrukció, amely az észlelés, a jelentés, a külvilág eseményei értékelésének speciális módjára utal. A szocializáció kezdetén szinte öntudattalanul alakul ki a habitus, majd viszonylag stabil marad az életünk során. A habitus ad az egyén cselekedeteinek rendszerszerűt, a döntéseinek sémákat. A habitus „közvetítő” a társadalmi feltételek és az életstílus között (lásd még Márton 2019). A habitussal az ízlés szoros kapcsolatot mutat, az ízlés a habitus kifejezési formája.

Halbwachs (1971 [1913]) arra mutatott rá, hogy még a legalapvetőbb emberi szükségletek kielégítésében is erősen differenciálódnak a társadalmi rétegek. Kutatásaiban a táplálkozásra, a ruházatra, a lakásra, a bútortárlásra fordított kiadásokat vizsgálta, és arra a megállapításra jutott, hogy a különbségeket a társadalmi életfeltételek különbözősége eredményezi, de emellett felfigyelt arra is, hogy a fogyasztási szükségletek rangsorolásában, szerkezetének kialakításában a csoportnormák meghatározó szerepet játszanak. Hradil (1995) a társadalmi struktúrában elfoglalt pozíció megállapítására az életmód, az életstílus és az azt befolyásoló értékek alapján különbözteti meg a társadalmi struktúrában belüli társadalmi miliókat. A társadalmi miliók folyamatosan változnak, régieket váltanak fel újak, és ezzel árnyaltabb képet adnak az egy adott társadalomban kialakult strukturális viszonyokról (Berger 2008).

Az életstílus-kutatások következő meghatározó alakja Gerhard Schulze volt az először 1992-ben megjelent *Die Erlebnisgesellschaft* (Az élménytársadalom) című munkájával. Míg Bourdieu a foglalkozás, a kulturális tőke, a habitus szempontjából osztotta nagyobb csoportokra a társadalmat, addig Schulze a kapcsolatok megválasztása, a preferenciák vizsgálata alapján közelített a társadalom új jelenségei felé (Schulze 2000 [1992]). A mindennapi esztétikai sémák (magaskultúra sémája, triviális séma, feszültségséma) leírásával dolgozta ki a miliók tartalmát. A mindennapi esztétikai sémák leírásával kimutathatóvá válik a miliók tartalma is. Schulze öt alapvető miliót különített el: nívómilió, harmóniamilió, integrációs milió, önmegvalósító milió, szórakozási milió.

Az életstílus-vizsgálatok eredményeinek ismertetésekor gyakran felvetődő kérdés, vajon van-e átmenet, mozgás az egyes életstíluscsoportokból másokba az életciklus, a körülmények változásával. Érdekes kérdés a generációk életstíluscsoporthoz tartozása és életstílus-mobilitása, főképp abból a szempontból, hogy egy gyerek szülei életstíluscsoportjából felnőttként hová kerül. Annak, hogy az életstílusban változások is bekövetkezhetnek, több magyarázata lehet (Beck 2003 [1986]). Nem törvényszerű ugyanis, hogy valaki egész életét egy életstíluscsoporthoz tartozóan éli le (Driesberg 1995). Ennek okai a helyzetében bekövetkezett változás, az életkorral járó jellemzők, de a társadalmi mobilitás (Tóth és Szélessy 2018) is lehetnek. Miután az életstílus fő komponense az értékészlet, ezért az életstílus generációk közelítéssel is vizsgálható, hiszen a generációk kohorszélményei formálják a közösen elfogadott, képviselt értékeket (Strauss és Howe 1992; Schipperges és Schützer de Magalhães 2010).

Érthető módon „mozdult” a marketinges szakma a szociológusok után az életstílussal kapcsolatos kérdések irányába, hiszen a vásárlók magatartását életstílusuk befolyásolja, így „követésükhöz” meg kellett érteni őket, a kutatási eredmények szerint összekapcsolni az adott termék/márkavilág választását az adott életstíluscsoportokkal (Kozák 2011). Ez a tudás a teljes marketingdöntési spektrumot befolyásolja (Kramer 1991; Kritzmöller 2002). Az életstílus-kutatások meglehetősen alapos (költséges) vizsgálatokat jelentenek, fontosságukat jelzi mégis, hogy az 1970-es évektől napjainkig időről időre megjelennek ezek a kutatási célok viszonylag jól tematizált elméleti, módszertani kiindulóponttal (Wuggenig és Kockot 1992). Magyarázza az elterjedést az egyre jobb módszertani háttér rendelkezésre állása is, hiszen ezekben az esetekben olyan komplex kérdéseket elemzünk primer adatok felvételével, amelyekhez magas fokú matematikai-statisztikai apparátus is szükséges. A továbbiakban olyan kutatási rendszereket ismertetünk, amelyek meghatározóak a marketingalkalmazások tekintetében.

Az AIO-kutatások

Az MC & LB (Conrad és Burnett 1985) kutatás alapját Wells és Tigert (1971) Chicagóban lefolytatott kutatásáról megjelent tanulmánya képezi, amelynek nyomán átfogó vizsgálat készült. A kutatás során a tevékenységeket (activities), az érdeklődést (interests) és a véleményeket (opinions) vizsgálták. Ez az egyik legelterjedtebb megközelítés, mely könnyen értelmezhető, amely azonban nagy ráfordítást igénylő megoldás. Az indító 25 oldalas kérdőívben 300 AIO-állítás esetén kellett 1-től 6-ig terjedő skálán az egyetértés mértékét megadni. A kérdőív demográfiai, médiahasználati háttérre és termékekre vonatkozó kérdésekkel egészült ki. Az MC & LB ügynökség németországi kutatásokat is végzett 1973-tól nagyjából négy évente. Például az 1985-ös a német kutatásukat 2000 fő megkérdezésével a Sinus Intézettel kooperációban végezték. Az alapvizsgálat kiegészült olyan szatellittemékkel, mint például az autó és a hifi (Conrad és Burnett 1985). A kutatások terepmunkája kiterjedt, mondhatni bonyolult volt, hiszen a szóbeli megkérdezés mellett még háztartási és médianapló kitöltését is kérték a megkérdezettektől. A Sinus Intézet az eredeti módszertant kiegészítette a saját életvilág-kutatásainak eredményeivel, így az értékekre, az értékorientációra is kiterjedtek a kérdések. A megkérdezés után történt a típusképzés, az életstíluscsoportok jellemzőinek összeállítása. Ma is épülnek kutatások erre a kiindulópontra (Vyncke 2002).

A VALS-kutatások

A VALS-megközelítés (Values and Lifestyles) Mitchell nevéhez fűződik (Mitchell 1983), aki munkatársaival az értékek és az életstílus összefüggéséből kiindulva dolgozta ki modelljét, rendszerbe foglalva két elméleti bázist, nevezetesen Maslow szükségletelméletét (Maslow 1954) és Riesmanék (Riesman et al. 1968) társadalmi alaptípusait. E két perspektíva egybeolvasztása hierarchiát, mozgásirányt, evolúciós lehetőséget adott az

életstíluscsoportoknak. A szükségletvezérelt típusok esetében az alapvető szükségletek biztosításának különféle szintjei mutatkoznak, majd ezek elérése esetén kettéágazik a modell, nevezetesen a kívülről és a belülről vezérelt emberek csoportjaira. A kívülről vezéreltek esetében a kor elvárásainak teljesítése, az emberekkel való kapcsolat, a munka, a szórakozás, a teljesítmény és a verseny kiemelkedő fontosságú, míg a belülről vezéreltek esetében a saját elképzeléseknek, a jellem adta értékeknek való megfelelés bír jelentőséggel, vagyis ezen típusú embereknek az önmegvalósítás, saját szociális, kulturális fejlődésük fontos. A VALS-kutatások két változata ismert, az I. és a II. A VALS I., amelynek 1983-as publikációja a modell felépítésére és annak lehetséges dinamizálásra is rávilágít, a későbbiek során pontosításra került. Viszonylagos bonyolultsága miatt kevésbé terjedt el.

A Sinus-miliók koncepciója

A Sinus Intézet új megközelítésben próbált mind módszertanilag, mind elméletileg a szegmentációs feladatokra megoldást adni (lásd Becker és Nowak 1983; Flaig et al. 1993). Kiindulópontjuk az volt, hogy az emberek mindennapi életének sokszínűségét és tényszerű vonatkozásait az értékorientációk viszonylag stabil dimenziója alapján kell bemutatni, és az így ismételt vizsgálatokkal azok változására akár prognózisokat is fel lehet állítani. Miliótípusos „életvilágokat” képeztek a következő területek vizsgálatával: alapvető értékorientációk, mindennapi cselekedetek, általános beállítódások, mindennapi esztétika.

Az első kutatások 1979-ben kezdődtek 400 mélyinterjúval, amelyek 1980-ban 1000 megkérdezéssel folytatódtak. 1981-ben változtattak az addig tisztán kvalitatív módszertanon, maradt 300 mélyinterjú, de ezt egy 6000 szóbeli kérdőíves megkérdezésen alapuló kvantitatív elemzéssel egészítették ki. Ezen a bázison hozták létre a miliőindikátorokat, így meghatározva a csoportokat. A heidelbergi intézet a csoportok alapvető jellemzőiként ún. „miliőépítőkövekre” mutatott rá. Ezek a következők voltak: életcél (értékek, életstratégia stb.), *társadalmi helyzet* (részarány, szociodemográfiai háttér), *társadalomkép* (politikai érdeklődés, társadalmi problémák érzékelése, feldolgozása), *család, partnerség* (család, gyerekek iránti beállítódás, a szerencséről, a biztonságról stb. való vélekedés), *szabadidő* (eltöltése, motiváció, kommunikáció, társasági élet), *vágyak és minták*, életstílus (mint mindennapi esztétika és miliőspecifikus stílus).

A Sinus-miliő vizsgálati koncepciója ma a leginkább elterjedt az életstílus-kutatások között, rendszeres vizsgálataikat speciális célcsoportokra is kiterjesztik (például különböző országokra, migránsokra). Eredményeik a következő két dimenzióban értelmezendők: horizontálisan (X tengely) az értékorientáció, amelynek különféle típusai tulajdonképpen a generációk tipikus értékeit jelenítik meg, vertikálisan (Y tengely) a szociális helyzetből (jövedelem, iskolázottság, státus stb.) fakadó pozíció látható. A dimenziók társadalmi helyzetre vonatkozó eleme régóta változatlan, de az értékorientáció tartalma időről időre változik (Barth és Flaig 2017).

Az eddigiek mellett bemutatunk még három olyan koncepciót, amelyek kevésbé terjedtek el, de mindegyikhez társulnak primer kutatási eredmények. Mindezen modellek színesítik azt a képet, amelyet az életstílus-vizsgálatok alkotnak.

A kultúranropológia a társadalmi együttélés szabályainak, működésének, kereteinek vizsgálatát tűzi ki célul (Douglas és Isherwood 1980), mégpedig általában sajátos kutatási módszerekkel, főképp résztvevő megfigyeléssel. Mary Douglas munkáiból (1992), valamint Thompson, Ellis és Wildavsky (1990) modelljéből kiindulva az alábbi két dimenzióban értelmezhetők a nagyobb társadalmi csoportok: erős és gyenge szabályozás a csoportokon belül (mennyire szabályozott a csoporttagok élete), erős és gyenge csoporthatárokon belül (mennyire egyszerű a csoportba lépni vagy abból kilépni). E két dimenzió alapján írhatjuk le az életstíluscsoportokat. Ez a kutatási megközelítés a marketingesek számára is érdeklődésre számot tartó kiindulópont volt, így Ausztriában 1995-ben egy 1000 fős, a 14 év feletti lakosságot reprezentáló mintán végeztek megkérdezést, amelyet több mint 500 háztartásvezetői interjúval egészítettek ki (Karmasin és Karmasin 1997).

A szemiotikai megközelítés

A szemiotikai szemlélet marketinges alkalmazása során a szavak jelentéstartalmának interpretálásával a vizsgált személy számára az adott fogalom fontosságát, szimpatikusságát vizsgálják, így a vélemények alapján a megkérdezetteket bizonyos csoportokba lehet tagolni. Minden olyan „tárgy”, amelynek alternatív beszerzése lehetséges, vagyis lehet választani megoldások között, jelentéstartalommal bír (lásd erről bővebben: Karmasin 1993). Ilyen értelemben bárminek a denotációját (a valóságnak az a darabja, amire a jel vonatkozik, vagyis az eredetre, a funkcióra utaló leírás) és a konnotációját (az alapvető jelentést színesítő, arra „ráépülő” kiegészítő jelentés) vizsgálhatjuk, amelyek kiegészítik egymást. A szemiotikai vizsgálatokkal azokat a „jeleket” foghatjuk, amelyek fontosak egy-egy csoport számára, így értelemszerűen alkalmasak a módszer csoportképzésre, amely csoportokat nevezhetjük akár életstíluscsoportoknak is.

A TNS-Infratest módszertana a szemiotika tudományos eredményeinek alkalmazását jelenti. Ez a szemiotikai modell abból indul ki, hogy az értékek személyes hajlamok, a nevelés, a társadalmi normák, a kulturális hatások stb. következményeként alakulnak ki. Mélyebb elemzést, kutatási megalapozottságot ad, ha a vásárlói (vagy médiafogyasztói) magatartás magyarázata érdekében e rejtett struktúrák megismerését, mérését, illetve operacionalizálását is elvégezzük. A szemiotika ebben az esetben olyan eljárás, amely azáltal mutatja be a célcsoportok értékrendszerét, hogy a szavakhoz, fogalmakhoz fűződő viszonyukat méri fel, ahol az alkalmazott szavak az értékek (indirekt) mérésének indikátorai. A TNS-Infratest kutatások alapján a német társadalom csoportjait határozták meg értékterekvéseik alapján (Kalka és Allgayer 2007a).

A GIM (Gesellschaft für Innovative Marktforschung) rendszere

A GIM rendszere hat értékorientációra való reagálás alapján adja meg az egyes életstíluscsoportok jellemzését a választott értékek egyfajta sajátos, a csoportra jellemző ele-

gyeként. Vizsgálják a tradicionális, a posztmateriális, a hedonista, az individuális, a materiális és a szociális értékeket, ezek arányainak megjelenését a csoportokban. Amennyiben egy-egy csoportot jellemeznek, hangsúlyozzák azokat az értékmezőket, amelyek kiemelten aktivizálódnak esetükben (Kalka és Allgayer 2007b). Értékmező-vizsgálataikkal víziók megfogalmazásáig jutnak el (Fernow et al. 2017)

Magyar marketingorientált életstílus-kutatások

A magyarországi életstílus-kutatások az életmód és a társadalmi rétegződés szociológiai vizsgálataiban gyökereznek (lásd például: Andorka 1997; Losonczi 1977; Utasi 1982, 1984; Róbert 2015, 2002; Bukodi 2006; Keller 2008; Farkas 2018; vagy a TÁRKI-publikációkat: Kolosi és Tóth 2018; Fábíán et al. 2000). Nem térünk ki részletesen az egyes, a rendszerváltást követően lefolytatott vizsgálatok ismertetésére, hiszen más a feladatunk, inkább csak a mérőföldköveket jelezzük. Természetesen eltérő kiindulású kutatásokról emlékezhetünk meg ezek esetében is, ami akár összevetésekre is alkalmat adhat (Benecz 2007; Hetesi et al. 2007; Kozák 2011). Jelezzük azt is, hogy gyakran forrásmegjelölési akadályokba lehet ütközni az alapvetően üzleti célú kutatások kapcsán: e cégek sok esetben nem közöltek részletes adatokat, vagy elérhetetlen áron lehetett volna hozzájuk jutni. Nem csak az eredményközlés, hanem a módszertan megismerése is a legtöbb esetben problémás, hiszen a kommunikációs és kutatócégek márkaterméké fejlesztették eljárásukat, amelyet szintén nem tettek elérhetővé. Az alábbi áttekintésben szerepelnek ma már nem létező cégek, kutatások, koncepciók, így nem lehet például az értelmezések, eredmények változását sem követni.

Az első, ide számítható kutatás 1996-ban pilot study jelleggel készült a VALS-kérdések engedélyezetten adaptált változatának felhasználásával (lásd Hofmeister-Tóth és Törőcsik 1997). Mint jeleztük, a VALS-megközelítés első vizsgálatának tapasztalataiból kiindulva a módszer korrigálásra került, így a VALS 2 áttekinthetőbb rendszert eredményezett ugyan, ennek ellenére kutatási módszerként nem igazán terjedt el, főképp értelmezési nehézségei, összetettsége miatt. Néhány országban ismételték csak meg a kutatást.

1997-ben indította a TGI (*Target Group Index*) nemzetközi standardokra építő, de a magyar viszonyokat is szem előtt tartó MaRS Életstílus Tipológia kutatását (TGI 2002a, TGI 2002b). A TGI 2001-es, fogyasztói életstílusra vonatkozó kutatásában a márkahasználati csoportok mellett a kommunikációs, fogyasztói életstíluscsoportokat is felvázolták, megkülönböztetve férfi és női csoportokat (Andics és Kéri 2003).

A ma már nem aktív *Magyar Gallup Intézet* 1998-tól dolgozott a Gallup Életstílus Modell koncepciójával, azonban a munka eredményeit nem publikálták.

A *Young and Rubicam* ügynökség 4C's tipológiája (Cross Cultural Consumer Characteristics = 4C's) eredményeit időnként nyilvánossá tették, így a magyar eredmények rezüméjét is, de egy ideje nincs hír ismételt kutatásról.

A *Sinus Institut* 2002-ben Magyarországon is végzett életstílus-kutatást, ami 3000 fős megkérdezéssel, az adaptált, standard kérdésekre kapott válaszok alapján készült.

A *GfK saját modelljei alapján* több alkalommal végzett életstílus-kutatást Magyarországon is (GfK csoport Euro Socio Style 1995, 2005). A cég 10 kelet- és közép-európai országban kutatta 2005-ben a 15 évesnél idősebbek esetében azt, hogy milyen értékeket tartanak fontosnak, milyen értékeket utasítanak el, és milyen értékek mentén szervezik a minden-

napjaikat. A kutatási eredményeket két dimenzióban ábrázolták: a birtoklás vs. létezés (ez a szerzést vagy az élmények megélését, a tevékenységek fontosságát jelzi), illetve a nyugalombiztonság vs. szenvedélyes élet.

A *Szegedi Tudományegyetem 2007-ben* indította el az „Életstílus-alapú fogyasztói szegmentumkutatás” elnevezésű projektjét (Veres et al. 2010). A kutatók az életstílussegmentumok fogyasztási szerkezetének feltárására és az életstílus-kutatások módszertanának fejlesztésére, csiszolására egyaránt vállalkoztak (Hetesi et al. 2007).

A *GfK–Tárki fogyasztásszociológiai indíttatású* életstílus-kutatást végzett 2008-ban a magyar lakosság csoportjainak meghatározására. A több mint 3000 fő megkérdezésével készült vizsgálat alapvetően csak „hard” változók bevonásával készült, vagyis nem beállítódást mérő kérdések, hanem tényszerű fogyasztási adatok adták a bázist. A mindennapok fogyasztásának dimenzióira koncentrálva (élelmiszerek, ruházkodás, háztartási tisztítószer, személyes higiénia, tartós fogyasztási cikkek, infokommunikációs javak, pénzügyi termékek és szolgáltatások, kulturális és szabadidős fogyasztás) alakították ki a jellemző csoportokat (GfK Hungaria Piackutató Intézet – Tárki 2008).

Az ÉletstílusInspiráció-modell

Részletesebben foglalkozunk az ÉletstílusInspiráció-modell koncepciójával, miután a 2018-as kutatásunknak is ez a kiindulópontja. Az alapgondolat az, hogy az évezred elejére megváltozott a fogyasztói magatartás, ami miatt új dimenziók figyelembevétele válik szükségessé a fogyasztói csoportok képzésénél (Töröcsik 2003). Megtartva az értékorientáció széles körben használt dimenzióját, leváltottuk a másik dimenziót (társadalmi helyzet) az élettempó csoportképzésre alkalmas jellemzőjével. Hipotézisünk az volt, hogy aki gyors életet él, annak jobb jövedelme, tudásszintje és a modern infokommunikációs technikával (IKT) szorosabb kapcsolata van. Aki lassú életet él, az vagy választja azt és „ellentrendi”, vagy kiszorul a társadalom fő áramlataiból. A modell elméleti kiindulópontja tehát, hogy ma az emberek életstílusát az értékorientáció mellett az élettempó határozza meg. Eszerint egy kétszer kettes mátrix négy mezőjében helyezkednek el a csoportok, a gyors-modern (a trendekkel együtt mozgók), a lassú-modern (az ellentrendeket preferálók), a gyors-tradicionális (a társadalom többségi aktív tagjai), valamint a lassú-tradicionális (a kimaradók) mezőiben.

Az idő mint megkülönböztető téma nem képezi az életstílus-kutatások kiindulópontját, kivételt jelent Hörning és munkatársai tudásszociológiai közelítése (Hörning et al. 1990: 48). Ennek kiindulópontja azonban a munka és a szabadidő, az idő és a pénz viszonylatának vizsgálata az egyes munkavállalói csoportok életstílusában, ami csak kevésbé felel meg az élettempó szerinti értelmezésnek. Az idő középpontba állításával, annak a technikára, kommunikációra való kitekintésével három karakteres csoportot hoztak létre; szabad értelmezésben a technikaelvarázsolta, a kommunikációszeptikusokat, az időszonglőröket (Hörning et al. 1997). Ezen rendszer életstílus és politika összekapcsolásából eredő következtetései is eltérőek választott irányunktól (Ritter 1997).

A 2003-ban, az ÉletstílusInspiráció-modell szerint végzett 4000 fős szóbeli megkérdezésen, fókuszcsoportos vitákon alapuló empirikus kutatás első közleményei 2004-ben jelentek meg (Töröcsik és Szűcs 2004). A 16–64 évesek megkérdezésével keletkezett adatbázis elemzésével egy a modellnek megfelelő életstílustérkép jött létre. Bizonyítható volt, hogy a társa-

dalmi átlagnál gyorsabb életet élők csoportjainak majd mindegyike átlag feletti lehetőségekkel bír, kivéve egy nem várt csoportot, a „kényszersgyorsítók” csoportját, akik gyors életük ellenére sem tudnak átlag feletti jövedelemhez, lehetőségekhez jutni. A társadalom nagyobb része természetes módon az átlagot jelentő gyorsaság mellett tagozódik élményfogyasztóra (fiatalok), társadalmi közép- és kapaszkodó csoportra. Látszik, hogy a kapaszkodók kissé gyorsabb életpozícióban vannak, csakis így képesek stabilizálni helyzetüket. A leszakadókát egyértelműen jellemzi a lassú élettempó, ők azok, akik kiszorultak a fő társadalmi áramlatokból. Statisztikailag nem tudtuk kimutatni a lassú-modern, a „kiszálltak” csoportját, de a jövőben várjuk határozottabb megjelenését. Az értékorientáció modern-tradicionális végpontok közötti értelmezése komoly generációs összefüggést mutatott.

Lehetőségünk volt 2013-ban a fiatalok, a *Z generáció életstílusának* kutatására is a már jelzett elméleti konstrukció alkalmazásával (Törőcsik et al. 2014). Miután a modell alkalmazhatóságáról korábban meggyőződünk (Szűcs et al. 2010), az adatfeldolgozáshoz ezen alapról kiindulva kezdtünk hozzá. Tanulságos volt az a tapasztalat, hogy a közösségi média, az internethasználat, a mobiltelefon, a növekvő narcizmus milyen új vonásokat emel ki, és hogy ezek hatása már nem korlátozódik a fiatal generációkra. Ezeket a konklúziókat figyelembe véve alakítottunk a modell alapját képező attitűdkérdéseken.

Így két nagymintás kvantitatív kutatás és kapcsolódó kvalitatív kutatás eredményeire támaszkodva kezdtünk 2018-ban neki az újabb életstílus-kutatásnak.

A 2018-as életstílus-vizsgálat módszertani jellemzői

A mérések közvetlen előzménye tehát a 2012-ben indult „Tudománykommunikáció a Z generációnak” elnevezésű projekt volt, amelyben a fiatal generáció (egészen pontosan a 15–24 évesek) életstílusát vizsgáltuk. Habár már ebben a kutatásban is megjelentek „digitalizációs hatások”, a célsokaság eszközhasználatát tekintve ez nem volt meglepő. Kétségtelen ugyanakkor, hogy a 2013-ban megjelentetett eredmények (Törőcsik et al. 2014) alapján körvonalazhatóvá váltak azok az attitűdállítások, amelyek a korábbiaknál jelentősebb mértékben járultak hozzá a dimenziók kialakításához és így végső soron a szegmensek behatárolásához.

A hazai életstíluscsoportok ismételt vizsgálatakor az előző évek gyakorlatának megfelelően – az összehasonlító vizsgálatokra is lehetőséget biztosítva – továbbra is személyes megkérdezéseket alkalmaztunk. Az összefoglaló a kérdőíves módszerrel elért 2000 fős országos mintából azon résztvevők válaszait tartalmazza, akik esetében az elemzéshez felhasznált attitűdállítások a konzisztenciavizsgálatot követően relevánsnak mutatkoztak, így összességében a teljes vizsgált mintát 1833 főre szűkítettük. Természetesen mind a 2000 fős kiinduló minta, mind az elemzéshez használt 1833 fős al minta a társadalomtudományi kutatások elvárásainak megfelelően reprezentálja a hazai 15–74 éves alapsokaságot (életkor, nem, végzettség és településtípus, valamint régió szerint).

Az eredmények tárgyalását megelőzően az összefoglaló kitér a kutatásban érintett kérdések áttekintésére és céljára, valamint azokra a módszertani kihívásokra, melyek a vizsgálódás során merültek fel. Az 55 kérdésből álló megkérdezés az életstílus-vizsgálathoz szükséges attitűdkészlet mellett különféle részterületek megismerésére is lehetőséget adott. A kérdések olyan nagyobb kérdésköröket érintettek, mint:

- ageing, generációk megítélése, saját élethelyzet értékelése;
- egészségi állapot, egészségügyi innovációk iránti affinitás;
- média, kapcsolatok;
- turizmus;
- kultúra;
- étkezés, food.

Az értékorientáció értékeinek meghatározásához a Schwartz-féle értékészletet (1992) használtuk, az élettempó értékeinek meghatározásához pedig a saját attitűdállításokat alkalmaztuk. Az életstíluscsoportok értelmezéséhez az érték- és attitűdkérdések mellett a fent jelzett témákkal kapcsolatos állítások értékelése is hozzájárult.

Habár tisztában vagyunk a kérdőíves megkérdezések markáns korlátaival, mégis azt gondoljuk, hogy még mindig ez a módszertani megoldás visz legközelebb a valóságban létező csoportok azonosításához. Annak érdekében, hogy az adatfelvétel korlátaiból fakadó torzításokat minimalizáljuk, az elemzéseket megelőzően alapos adattisztítást végeztünk (aminek eredményeként például kizártunk olyan válaszadókat, akik esetében a válaszok kis szóródást mutattak stb.). Ezenkívül megvizsgáltuk a válaszadók következetességét az egymást kizáró válaszlehetőségek ellenőrzésével is.

Az attitűdállítások esetén annak érdekében, hogy a válaszok között jobban érvényesülhessenek az egyéni különbségek és az általános válaszadói hajlandóság kiszűrhető lehessen, azzal a módszerrel éltünk, hogy valamennyi válaszadó esetében a saját, egyéni átlagos állításokkal való egyetértésének mértékét kivontuk az adott állítással való egyetértés mértékéből. Így, amennyiben a saját általános egyetértésének mértéke alacsonyabb volt, mint az adott állítás esetén adott egyetértés mértéke, azt tapasztaltuk, hogy a válaszadó számára biztosan magasabb az egyetértés foka, mint általában. Az elmúlt évek tapasztalatai alapján ez a statisztikai kiigazítás jelentősen javítja az egyéni értékelések szóródását, végső soron az ötfokozatú (könnyen értelmezhető, de jellemzően alacsony szóródást eredményező) Likert-skála mérési hatékonyságát is.

Az életstíluscsoportok részletes ismertetését megelőzően fontos megismerni az elemzés alapjául szolgáló 1833 fős minta összetételével annak érdekében, hogy az eredmények értelmezését ennek tükrében tudjuk megtenni. A demográfiai háttérrel kapcsolatos jellemzők áttekintése fontos szerepet tölt majd be az egyes csoportok egyéni értelmezésében is.

A 15–74 évesek elemzésbe bevont mintája ($n=1833$) a nem, kor, iskolai végzettség és településtípus szerint reprezentatív arányoknak megfelelően került súlyozásra. Ezek alapján az elemzésben a férfi válaszadók aránya 48,6%, míg a nőké 51,4%.

A korkategóriák létrehozása mellett a válaszadók generációs csoportosítását is végrehajtottuk, aminek eredményeképpen a minta 24,3%-a a fiatal (29 éves korig), 53,2%-a a középkorú (30–59 évesek), míg 22,4%-a az idősebb generációhoz (60 év feletti) tartozik.

A válaszadók jelentős aránya (33,6%) városban él, ami mellett jelentős a nagyközségben, községben élők aránya (27,5%) is. Nagyvárosokban (Budapesten és megyei jogú városokban) a minta 38,9%-a él. A megkérdezés régiós bontásban is reprezentálja a magyar lakosságot. A mintában 13,5%-ban jelennek meg az alapfokú iskolai végzettségűek, ami mellett a válaszadók 72,9%-a középfokú, 13,6%-a pedig felsőfokú végzettségű.

A többségében párjával együtt élő (59,4%) válaszadók átlagosan 2,79 fős háztartásban élnek, s a legjellemzőbbek a 2–3 fős (56,8%) háztartások. Bár a megkérdezettek 40,6%-a nem él hivatalos párkapcsolatban, az egyszemélyes háztartások aránya csupán 15,3%.

Gazdasági aktivitás tekintetében a megkérdezésben részt vevők 61,2%-a aktív dolgozó, ami mellett jelentős arányban jelennek meg a mintában a nyugdíjasok (23,0%). A jövedelem szubjektív megítélése kérdésében a válaszadók 48,3%-a mondta azt, hogy a megélhetésén kívül megtakarításra is képes, de közel ennyi azoknak az aránya is, akik éppen kijönnek egy hónapban a jövedelmükből.

A következőkben az ÉletstílusInspiráció-modell dimenzióinak kialakítását vázoljuk, elsőként a faktoranalízis részleteivel, amelynek célja az életstíluscsoportok leírására szolgáló két dimenzió validálása volt. Ennek megfelelően a kérdőívben az értékekre vonatkozó attitűdállítások alapján definiáltuk az értékorientáció dimenzióját, míg a többi állítással létrehoztuk az élettempó dimenzióját. A faktorelemzésbe összesen 40 attitűdállítást vontunk be, melyek közül az értékek tekintetében 16, míg az élettempó szempontjából 14 volt alkalmas arra, hogy valamely faktorba besoroljuk.

Módszertani szempontból ehhez a főkomponens-analízist választottuk, varimax rotációt alkalmazva mindkét állításblokk esetében. Először az 1-nél magasabb sajátértékekre vonatkozóan futtattunk exploratív faktorelemzést, amelynek eredményeként a két-két faktor egyértelműen kirajzolódott, így a faktorelemszám megadásával a későbbiekben pontosíthattuk az elemzést. Az értékek esetében 55,56%-os magyarázóerővel rendelkezik a kétfaktoros megoldás, míg az élettempó esetében 46,87%-kal. A kommunalitásértékek mindkét esetben döntően 0,45 és 0,67 közöttiek voltak. A szokásosan használt KMO-teszt 0,709-es (az értékek esetében) és 0,860-as (az élettempó esetében) értéke jónak tekinthető, így a faktorelemzés eredménye elfogadható volt, a két dimenzió kialakítása megtörtént. Az elemzés alapján a dimenziók az alábbiak szerint írhatók le:

- *tradicionális értékrend:* becsületesség, környezetvédelem, boldogságra és szabadságra törekvés, biztonság, segítségnyújtás és a hagyományok tisztelete;
- *modern értékrend:* változás, kaland, kreativitás, siker, gazdagság és hatalom elérése;
- *gyors élettempó:* ambiciózus gondolkodás, digitalizálódás, újdonságkeresés, izgalom, aktív életmód;
- *lassú élettempó:* passzív és lassú életmód, kimaradás, állandóságra törekvés, ragaszkodás.

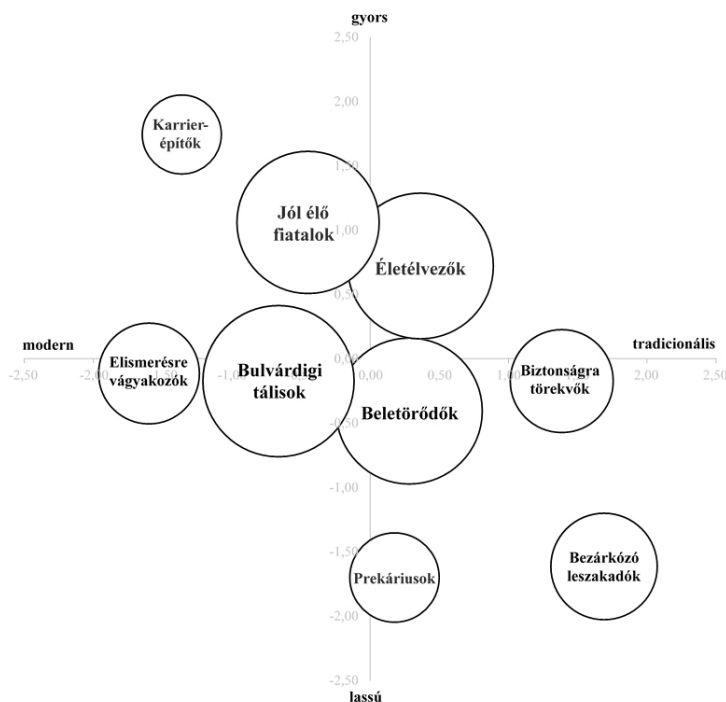
Az elemzés eredményét a mellékletben található 1. és 2. táblázat szemlélteti az elemzéshez használt állításokkal együtt. A faktoranalízissel definiált dimenziók célja, hogy az alapmodellnek megfelelően azonosíthatók legyenek tipikus életstíluscsoportok, melyek a kiválasztott dimenziók szerint belülről homogének, de kívülről jól elkülönülnek egymástól. Az elemzés elvégzéséhez a K-közepű klaszterelemzés módszere bizonyult a leghatékonyabb megoldásnak, a magas mintaelemszám figyelembevétele mellett. Előzetesen sor került egy hierarchikus klaszterelemzésre is, amely a Ward-féle módszerrel hozta létre a csoportokat. Az eredményül kapott dendogramot megvizsgálva döntöttünk végül a megfelelő csoportszámra, s így 9 csoportot definiáltunk.

A klaszterelemzés során a két faktorba kerülő állítások átlagát standardizáltuk, majd a „tradicionális” átlagból kivonásra került a „modern” átlaga, a „gyors” átlagából pedig a „lassúé”. Az elemzés végeredményeként kilenc jól elkülönülő csoportot határoztunk meg a korábban is tárgyalt faktorok mentén. Az életstíluscsoportokat ezt követően a szociodemográfiai jellemzőik segítségével tudtuk még pontosabban leírni.

Életstíluscsoportok 2018

A klaszterelemzés eredményeként létrejött kilenc életstíluscsoportot egy kétdimenziós térkép segítségével ábrázoljuk, mely a kategóriákat értékek és élettempó szerint ábrázolja (1. ábra).

1. ábra. Életstíluscsoportok Magyarországon 2018



Forrás: saját szerkesztés

A térképen felvett pozíciók alapján látszik, hogy a csoportok három szinten sűrűsödnek. A leggyorsabbak, vélemezhetően a legjobb anyagi helyzetben lévők, a „karrierépítők”, a „jól élő fiatalok” és az „életélvezők”. A társadalmi közepet képviselik az „elismerésre vágyakozók”, a „bulvárdigitálisok”, a „beletörődők” és a „biztonságra törekvők”. Leginkább problémás helyzetűek a „prekáriusok” és a „bezárkózó leszakadók”. Az életstíluscsoportokat részletesen is bemutatjuk a következőkben.

A „karrierépítők”

A megkérdezettek 4,8%-át ($n=96$) jelentő *karrierépítőket* találtuk a leginkább modern és gyors élettempót folytató csoportnak, amire a csoport demográfiaja is magyarázatot ad, hiszen döntő részük (69,3%) a fiatal, 34 év alatti korosztályba tartozik. A klaszter jelentős részét

alkotó férfiak jellemzően egyedül vagy élettársi kapcsolatban élnek, hiszen még a családalapítás előtti életszakaszban vannak. A fiatal és fiatal felnőtt státust erősíti, hogy a csoporttagok többségében még tanulnak, diplomájuk megszerzése előtt állnak, de sok esetben már aktív szellemi foglalkozást folytatnak, keresettel már a tanulmányaik során is rendelkeznek, aminek köszönhetően jó anyagi helyzetet tudhatnak magukénak. A karrierépítők sikeresre törekvő, kalandvágyó csoportot alkotnak, melynek tagjai keresik az újdonságokat és a kihívásokat, bár még karrierjük csúcsa előtt állónak érzik magukat. Fogyasztásukat tekintve aktív csoportról beszélhetünk, kulturális időtöltéseik fő helyszíne nem az otthonuk, szívesen utaznak, és nyitottak a technológiai újdonságok és innovációk iránt. Saját bevallásuk szerint imádnak vásárolni, ami a kiadásaik folyamatos növekedését eredményezi.

A „jól élő fiatalok”

A karrierépítőkhöz hasonlóan fiatal, gyors élettempóban élő és modern értékeket valló csoport a *jól élő fiatalok*, akik többsége kereső, gazdaságilag aktív élethelyzetben van, bár még egyetemi tanulmányokat is folytathatnak. A csoport eltérő jellegét szemlélteti az is, hogy az előző csoporttal összehasonlítva nagyobb arányban vannak jelen a középgeneráció tagjai. A minta 15,3%-át ($n=306$) jelentő csoport demográfiai összetétele szempontjából arányban jelentős a 44 év alatti nőtlen vagy élettársi kapcsolatban élő és jellemzően nem egyedül élő férfiak csoportja. Foglalkozásukat tekintve aktív szellemi vagy fizikai munkát végeznek, aminek eredményeként jól megélik a keresetükből és megtakarításra is van lehetőségük. A jól élő fiatalok kulturális és gasztronómiai kikapcsolódási affinitása mellett megjelenik az egészséges és aktív életmódra való törekvés, az egészségmegőrzés igénye is, bár egészségügyi problémákkal jellemzően nem küzdenek. Összességében nagyon hasonlítanak a karrierépítőkre, de már nyugodtabb élethelyzetben vannak.

Az „életélvezők”

Az előző két, gyors élettempóban működő csoporthoz képest idősebb és már inkább tradicionális értékeket vallók csoportja az életélvezőké, akik 16,0%-ban ($n=320$) jelennek meg a mintában. A klaszter tagjai jellemzően középgenerációsok, kiemelkedően 35–54 év közöttiek, akik már döntően családostak, nem egyedül élnek. Főként felsőfokú iskolai végzettségű, aktív szellemi foglalkozású nők tartoznak ide, akik jó szintű napi kiadásaik mellett megtakarításra is képesek. A csoport tagjai a jövőt illetően tudatosak, tradicionális értékrendjük elsősorban a természet szeretetében, a helyi termékek preferálásában és az étkezés fontos szerepében jelenik meg. Fogyasztásuk kiemelkedő, digitálisan is aktívak.

A „biztonságra törekvők”

A *biztonságra törekvők* ($n=162$) a tradicionális értékeket vallják és átlagos élettempót élnek, tehát érettebb koruk ellenére sem jellemző rájuk a túl lassú életvitel. A csoport tagjai főként 45 év feletti nők, akik házastársi kapcsolatban élnek vagy elváltak, özvegyek. Megjelennek körükben a nyugdíjasok is, de közép- vagy felsőfokú iskolai végzettségükből adódóan megélik a keresetükből, így a csoport egy része megtakarítani is képes. A kultúra fontos a tagok számára, ez a legolvasottabb csoport. Szívesen utaznak, töltik a szabadidejüket a természet-

ben, aminek már nem csak a kapcsolódásban, de az egészségmegőrzésben is fontos szerepe van. Előnyben részesítik a gyógyturisztikai célpontokat, hiszen egészségi állapotuk már némiképp korlátozhatja őket.

A „bulvárdigitálisok”

A leginkább fiatal és középgenerációs tagokból álló csoport tagjai korlátozott lehetőségekkel rendelkeznek, de annál erősebb az elismerés iránti igényük. A csoport a minta 17,2%-át ($n=344$) képezi. A *bulvárdigitálisok* életstílusa egyértelműen a modern értékekre épül, ugyanakkor erősen átlagos élettempóval rendelkeznek. A javarészt 34 év alattiakból álló csoport tagjai jellemzően nőtlen/hajadon családi állapotúak, kisebb arányuk már házas. Fiatalkok, de az alacsony iskolai végzettségükből fakadóan aktív fizikai munkát végeznek vagy munkanélküliek. Éppen ezért jövedelmük szerényebb és bizonytalan, ami vágyaik ellenében is korlátozza a fogyasztásukat, törekvéseiket, így költségeiket kénytelenek erősen visszafogni. Kiemelkedő érdeklődést mutatnak a technológiai újdonságok, innovációk iránt, ami ugyan modern beállítottságra utal, de eszköz- és médiahasználatuk korlátozott, a bulvárjellegű tartalmakra fókuszáló. Ehhez társul egy erősen átlagos – sőt inkább lassúnak mondható – élettempó, s ebből adódóan az átlagnál nagyobb arányban jelezték, hogy nehézséget okoz számukra a körülöttük lévő világ értelmezése. Alapvetően negatív érzésekkel és alacsony elégedettséggel rendelkeznek.

Az „elismerésre vágyakozók”

A modern értékeket valló, de nem elég gyors élettempóban élő, örök elégedetlen csoport az *elismerésre vágyakozóké*, akik a megkérdezettek 7,8%-át ($n=156$) teszik ki. A főként középkorú férfiak csoportjára a jobb életszínvonal és a környezet elismerése iránti vágyakozás jellemző, amit képtelenek elérni, hiszen hiányzik a kitartás és a lehetőségek megfelelő kihasználásának képessége. Ezért erre a csoportra az elégedetlenség jellemző. A főként 35 év feletti férfiakból álló csoport tagjai nem egyedül élnek, de magas arányban vannak közöttük elváltak – ami az elégedetlenségük egyik feltételezhető forrása. Gazdasági helyzetüket tekintve alacsonyabb iskolai végzettségű, fizikai foglalkozású vagy munka nélküli csoportról beszélünk, amelynek a keresete éppen elegendő arra, hogy fenntartsa a háztartását. Az elismerésre vágyakozók összességében bizonytalan helyzetben lévő csoport, melynek tagjai egyfelől nem látják a saját jövőjüket, de jelenlegi helyzetüket sem érzik biztosnak, bár hatalomra, kalandokra és valószínűtlen (mások által elért, filmekben látott) élethelyzetekre vágnak.

A „beletörődők”

Erősen átlagos élettempóban működő, a tradicionális és lassú kategória felé húzó, depresszív érzésű csoport a *beletörődőké*, amely a megkérdezettek 16,1%-át ($n=322$) teszi ki. A nagy arányban 45 év feletti özvegy vagy elvált nőket tartalmazó csoport tagjai jellemzően középszintű iskolai végzettséggel és átlagosnak mondható jövedelemmel rendelkeznek, azonban egészségi állapotukból vagy korukból kifolyólag többen gazdaságilag inaktívak vagy nyugdíjasok. Egyáltalán nem digitális tudású a csoport, sőt saját bevallásuk szerint másoknál lassabb életet élnek, ami mellett kerülik a változásokat is.

A „*prekáriusok*”

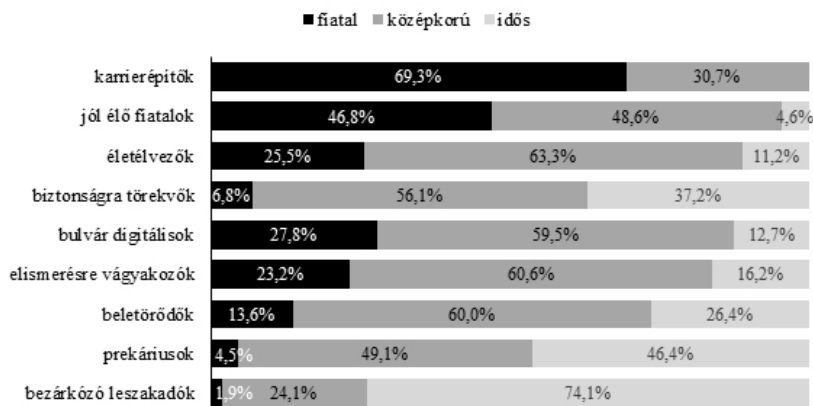
A leginkább lassúnak tekinthető csoportok városban élő kategóriája a *prekáriusoké* ($n=122$), akik helyzete szinte minden szempontból bizonytalan. Értékvesztettnek tűnő csoport, sem tradicionálisnak, sem pedig modernnek nem tekinthető, viszont – korukból, helyzetükből adódóan – jellemzően lassú élettempóban élnek. A csoport tagjai főként 55 év felettiek, egyedül élnek (elvált vagy özvegy), gyermekeik pedig (ha vannak) már nem élnek velük. Alapvetően alacsony képzettségűek, nyugdíjasok, ezért rossz anyagi körülmények között élő embereket látunk ebben a kategóriában. A prekáriusok az élet szinte minden területén hátrányban vannak vagy hátrányos helyzetűnek érzik magukat, legyen szó a megjelenésről, az élethelyzetről, vagy akár az egészségi állapotról. Fogyasztási szempontból pedig rendkívül korlátozott vásárlóerőt jelentenek.

A „*bezárkózó leszakadók*”

E csoport a lassú élettempójú szegmens vidéken élő, tradicionális értékeket valló és még inkább idős generációhoz tartozók kategóriája. A *bezárkózó leszakadók* a minta 8,6%-át ($n=172$) jelentik. A jellemzően 65 év feletti, egyedül élő (özvegy) nyugdíjas csoport – a prekáriusokhoz hasonlóan – nagyon korlátozott anyagi körülmények között él, ami természetesen a fogyasztói magatartását is meghatározza. A minden szempontból (kor, megjelenés, testi adottságok, egészségi állapot) hátrányos csoport tagjai fogyasztásának középpontjában az aktuális egészségi állapot fenntartása áll, hiszen tartósan gyógyszert szednek, kulturális időtöltéseik helyszínét az otthonuk jelenti, ha pedig utaznak, azt mindenképpen gyógyászati céllal teszik. A csoportra jellemző tradicionális értékrendet erősíti a természetközeli gondolkodásmód, a helyi termékek előnyben részesítése és a karakteres digitális lemaradás.

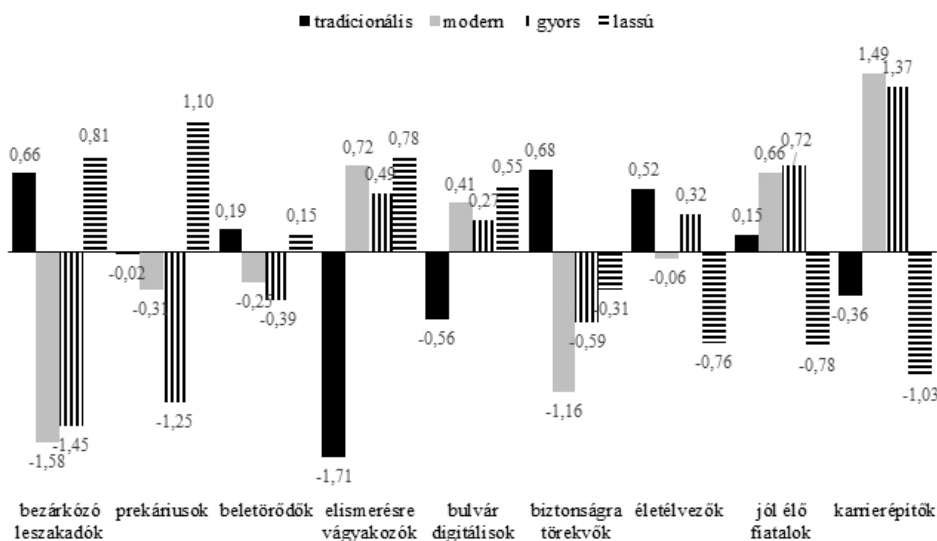
Az eredmények végiggondolása, a kutatási folyamat végigélése néhány konklúzióhoz vezetett. Ha összehasonlítjuk a 2003-as kutatás eredményeivel, az tűnik ki, hogy a leglassabb és tradicionális, értelmezésünk szerint leginkább nehéz helyzetben élők korábban egységes csoportja szétvált a prekáriusokra és a bezárkózó leszakadókra. A prekáriusok fogalma a marketingirodalomban a Sinus Institut 2010-ben közzétett miliőiben bukkan fel először (Sinus Institut 2010). A csoporttal foglalkozó, elsősorban átfogó munkák (Artner 2018; Da Silva és Turrini 2015; Kelemen és Rakovics 2013; Mckay et al. 2012) azonban már kellő eligazodást adnak a jellemzők értelmezéséhez. A társadalom közepén élők esetében csoportképzőként megjelenítettük a digitalizáció hatásait. További vizsgálatok szükségesek még a gyors és modern csoportok összehasonlításához, de elsőként az látható, hogy stabilizálódott a társadalomnak ez a rétege. Igaz ugyanakkor az is, hogy sok esetben látszódtott a válaszokban a megfelelni vágyás, aminek hatásait csak részben tudtuk kivédeni (ezeket további elemzésekkel – akár kvalitatív adatfelvételekkel – kell finomítani).

2. ábra. Életstíluscsoportok megoszlása generációk szerint



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra. Életstíluscsoportok megoszlása élettempó és értékorientáció alapján



Forrás: saját szerkesztés

A marketing azért fedezte fel magának az életstílus-kutatásokat, hogy megtalálja a hatékony marketingkommunikáció csatornáit és üzeneteit. Nem véletlen tehát, hogy már az első primer kutatások lebonyolításában részt vettek a reklámügynökségek. Ily módon lehetett arcot formálni a marketingkommunikációs célcsoportokhoz, megértetni a megbízókkal azt, hogy miként lehet hatékony kampányt tervezni, fotókkal, rajzokkal, montázsokkal láttatva a tipikus személyeket, miliőket. Ma sokkal inkább a fogyasztói magatartás megértésének célja vezeti a kutatásokat (Prónay 2016) a vásárlási, fogyasztói döntések holisztikus megközelítésével (Gatterer et al. 2017). A legtöbb marketingkutatás ugyanis valamilyen termék, termékkategória és főképp márka fogyasztóinak, vásárlóit fogja célkeresztbe, ami nem az egész életstílusra, hanem csupán egy változékony szeletére utal. Ehhez képest próbál az életstílus-kutatás elszakadni a fogyasztói mozaiképtől, és az ember(típus), a perszónák működésének átfogó megértésére, főbb jellemvonásainak megrajzolására koncentrálni. A fogyasztói csoportok értékei adják a csoportok viszonylagos stabilitását, eligazodást biztosító jellegét. Az életstílus-kutatások így nem csupán akadémiai, hanem üzleti érdeklődést is kiváltanak (Dziemba et al. 2007). Ez a fajta üzleti érdeklődés azonban napjainkban mérsékelt; egyrészt meglehetősen drágák ezek a kutatások a főképp a big data segítségével előállított, tényeken alapuló, kvantitatív és naprakész elemzésekhez képest, valamint a döntéshozók nehezen viselik azt, hogy a csoportok határai bizonytalanok, elmosódottak lehetnek, továbbá azt, hogy az eredményeket még kénytelenek a saját üzletágukra értelmesen lefordítani, tovább dolgozni velük.

Talán az eddigiekből is kitűnik, hogy az életstílus, mint olyan, nem teljesen letisztázott fogalom, összefolynak körülötte, benne olyan kategóriák, mint a stílus, habitus, miliő, szubkultúra, szcéna. Ettől függetlenül változatlan az érdeklődés a témakör iránt, főképp az alkalmazás szintjén. Minden marketinges szeretné az ügyfeleit, vásárlóit jobban megismerni, csoportjait a rájuk szabott módon kiszolgálni (Hofmeister-Tóth és Neulinger 2009; Barz 2001).

Vannak azonban az életstílus-kutatásokkal kapcsolatban időről időre felmerülő dilemmák is. Kérdés, hogy vannak-e még egyáltalán életstíluscsoportok, vagy már ilyen viszonylag stabil konstrukciók sincsenek, csak szituációtól függő, egy-egy fogyasztási aspektus kapcsán a közös élmények táptalaján létrejövő alkalmi társulások (vö. Tófalvy 2008). Látjuk, hogy a mai korban a vásárlók, a fogyasztók önellentmondók (Töröcsik 2016), nehezen találják a helyüket, befolyásolhatók, preferenciáik tünékeny jellegűek stb. – kérdés, hogy rendelkeznek-e még a stabil értékorientációkkal. Felvetődik, hogy jól magyarázzák-e a cselekvéseket a nagyobb társadalmi csoportok, mint amilyenek például az életstíluscsoportok is, vagy a kisebb, koherensebbnek tűnő egységek (pl. szcénák) adnak ma jobb közelítést a marketingmunkához (Hitzler és Niederbacher 2010; Prykop 2005). Ha ilyen bizonytalan a fogyasztó és a helyzete, akkor kérdéses, hogy vajon mennyire stabilak a már kialakított életstíluscsoportok, lehet-e az eredményekre stratégiát alapozni. Elbizonytalanodtunk abban is, hogy még mindig igaz-e, hogy az értékek alapján választunk adott szituációban, vagy már a szituációk határozzák meg az értékeket is. Mindezek ellenére vitathatatlan, hogy az „életstílus” a tudományos kutatás és az üzlet világában még mindig figyelemfelkeltő, vonzó hívószóként funkcionál, változatlanul érdekesek az eredményei a kutatók, a média, a cégek, sőt az egyes emberek számára is.

Módszertani dilemmák is felmerülnek, hiszen a legtöbb életstílus-kutatásnál roppant bonyolult módszertan és komoly kutatási ráfordítás mellett jönnek létre a csoportok, ami eleve

gondolkodásra készíti a megbízókat, belevágjanak-e egy ilyen programba, vagy sem. Fontos eleme a kutatási eredmények értelmezésének a kutató koncepcionális kiindulópontja, az elemző sorozatos döntései, így támadható, szubjektív megállapítások is keletkezhetnek.

Tanulmányunkban bemutattuk a 2018-as adatfelvételünk eredményeit kilenc életstílus-csoport jellemzőinek meghatározásával. A kutatás kiinduló koncepciója – az élettempó csoportképző jellege – megkülönbözteti elméleti rendszerünket az előzményekben bemutatott konstrukcióktól. Újdonság a jelenlegi eredményekben az is, hogy a két alapvető dimenziót (élettempó, értékorientáció) a pontosabb kép megrajzolása érdekében négy faktorra bontottuk, hiszen az elmúlt évek vizsgálatai során rendre megerősítést nyert az a feltételezésünk, hogy az életstíluscsoportok, noha markánsan különböznek ezekben a „főkomponensekben”, mégis mutatnak a meghatározó irányokkal ellentétes preferenciákat, attitűdöket is. Vagyis jelen projektben az elemzések során már négy latens változóval dolgoztunk, amelyek közül kettő az élettempóhoz (gyors és lassú dimenziók), kettő pedig az értékorientációhoz (modern és tradicionális) kapcsolódik. Láttuk az eredmények bemutatásakor, hogy több szegmens esetében a „főirány” mellett érzékelhetően megjelenik az ellentétes irány is, aminek az eredőjeként nem feltétlenül kapjuk meg a valós életstílus jellemzőit, ezért döntöttünk úgy, hogy inkább egymás mellett jelenítjük meg ezeket. Reményeink szerint munkánkkal hozzájárultunk jelen társadalmunk megismeréséhez.

Hivatkozott irodalom

- Anderson, Chris (2007): *Hosszú farok*. Budapest: HVG.
- Andics, Jenő és Kéri Zsuzsa (2003): Életstílus – média- és kulturális fogyasztás. In *Médiakönyv 2003*. Enyedi Nagy Mihály, Polyák Gábor és Sarkady Ildikó (szerk.). Budapest: Enamiké. Interneten: <http://ahajo.hu/files/images/1236/medkonyvszov.doc> (letöltve: 2019. január 29.).
- Andorka Rudolf (1997): *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris.
- Artner Annamária (2018): Aggasztó tendenciák az Európai Unió munkaerőpiacán. *Statistikai Szemle* 96(4): 341–374. DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2018.04.hu0341>
- Barth, Bertram és Berthold Bodo Flaig (2017): *Praxis der Sinus-Milieus®. Gegenwart und Zukunft eines modernen Gesellschafts- und Zielgruppenmodells*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19335-5>
- Barz, Heiner (2001): *Neue Werte – Neue Wünsche*. Düsseldorf – Berlin: Metropolitan Verlag.
- Bánki György (2018): *A legnagyobb könyv a nárcizmusról*. Budapest: Ab Ovo.
- Beck, Ulrich (2003 [1986]): *A kockázat-társadalom. Út egy másik modernitásba*. Budapest: Századvég Kiadó – Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság.
- Becker, Ulrich és Horst Nowak (1983): The Everyday-Life-Approach as a New Research Perspective in Opinion and Marketing Research. *European Research*, 1983. február, 20–29. p.
- Benecz Judit (2007): *Életstílus-vizsgálati módszerek összehasonlító elemzése*. (Konferencia-előadás: II. KHEOPS Tudományos Konferencia, 2007. május 30., Mór.)
- Berger Viktor (2008): Életstílus- és miliókutatások a német szociológiában. A hagyományos struktúramodellek alternatívái? *Replika* (64–65): 115–130. Interneten: <http://replika.hu/replika/64-06>.
- Bukodi Erzsébet (2005): *A „puha” rétegződés: Életvitel*. Budapest: TÁRKI.
- Bourdieu, Pierre (1978): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest: Gondolat.
- Bourdieu, Pierre (1984 [1979]): *Distinction*. Cambridge: Harvard University Press.
- Conrad, Michael és Leo Burnett (1985): *Life Style Research 1985*. Frankfurt am Main.
- Da Silva, António Dias és Alessandro Turrini (2015): *Precarious and Less Well-paid? Wage Differences Between Permanent and Fixed-term Contracts Across the EU Countries*. Economic Papers. No. 544. Bonn: Institute for the Study of Labor (IZA).
- Drieseborg, Thomas J. (1995): *Lebensstil-Forschung. Theoretische Grundlagen und praktische Anwendungen*. Frankfurt: Physca Verlag.

- Douglas, Mary és Baron Isherwood (1980): *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London: Penguin.
- Douglas, Mary (1992): *Risk and Blame. Essays in Cultural Theory*. London: Routledge.
- Dziembe, Oliver, Benny Pock, Christian Rauch és Andreas Steinle (2007): *Lebensstile 2020. Eine Typologie für Gesellschaft, Konsum, und Marketing*. Kelkheim: Zukunftsinstitut.
- Dziembe, Oliver és Eike Wenzel (2009): *Marketing 2020 – Die elf neuen Zielgruppen – wie sie leben, was sie kaufen*. Frankfurt – New York: Campus Verlag.
- Farkas Zoltán (2018): A társadalmi rétegződés értelmezései. *Statistikai Szemle* 96(5): 468–488. DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2018.05.hu0468>
- Fábán Zoltán, Kolosi Tamás és Róbert Péter (2000): Fogyasztás és életstílus. In *Társadalmi Riport 2000*. Kolosi Tamás, Tóth István György és Vukovich György (szerk.). Budapest: TáRKi, 225–259. Interneten: <http://old.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a850.pdf>.
- Fernow, Hannes, Mirjam Hauser és Björn Huber (2017): *Values & Visions 2030. Was uns morgen wichtig ist*. Heidelberg: GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH.
- Flaig, Bertold Bodo, Thomas Meyer és Jörg Ultzhöfer (1993): *Alltagsästhetik und politische Kultur*. Bonn: Dietz Verlag.
- Gatterer, Harry, Verena Muntshick, Philipp Hofstätter, Janine Seitz, Lena Papasabbas, Christian Schuldt, Cornelia Kelber, Mark Morrison és Christoph Kristandl (2017): *Lebensstile. Eine neue Sicht auf Kunden und ihre Bedürfnisse*. Frankfurt am Main: Zukunftsinstitut.
- GfK Csoport (1995; 2005): *Euro Socio Style* (a GfK saját modellje alapján).
- GfK Hungaria Piackutató Intézet – TáRKi (2008): *Fogyasztói szegmentáció*. Budapest: GfK – TáRKi.
- Halbwachs, Maurice (1971 [1913]): A munkásozstály fogyasztási tendenciái. In *A francia szociológia*. Ferge Zsuzsa (szerk.). Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 57–123.
- Hetesi Erzsébet, Andics Jenő és Veres Zoltán (2007): Az életstílus kutatási eredmények fogyasztásszociológiai interpretációs dilemmái. *Szociológiai Szemle* 17(3-4): 115–134.
- Hitzler, Ronald és Arne Niederbacher (2010): *Leben in Szenen*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hitzler, Ronald (2008 [1994]): Értelembarakcsolás. Az életstílusok szubjektív elsajátításáról. *Replika* (64–65): 41–54.
- Hofmeister-Tóth Ágnes és Neulinger Ágnes (2009): *Changing Consumption Patterns in Hungary*. (Konferenciaközlés: 8th International Congress of Marketing Trends, 15th–17th January 2009, Paris.)
- Hofmeister-Tóth Ágnes és Töröcsik Mária (1997): A VALS-életstílus-vizsgálat alkalmazása – Életstílus-kutatások Magyarországon. *Marketing Menedzsment* 31(2): 33–37.
- Hörning Karl H., Gerhard, Anette és Michailow Matthias (1990): *Zeitpioniere. Flexible Arbeitszeit – neuer Lebensstil*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hörning Karl H., Anette Gerhard és Matthias Michailow (1997): *Zeitpraktiken. Experimentierfelder der Spätmoderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hradil, Stefan (1995): Régi fogalmak és új struktúrák. Milió-, szubkultúra- és életstílus-kutatás a 80-as években. In *Társadalmi rétegződés*. Andorka Rudolf, Stefan Hradil és Jules Peschar (szerk.). Budapest: Aula, 347–387.
- Kalka, Jochen és Florian Allgayer (2007a): *Der Kunde im Fokus. Die wichtigsten Zielgruppen im Überblick – Milieus, Lebenswelten, Konsumenten*. Heidelberg: Redline Wirtschaft.
- Kalka, Jochen és Florian Allgayer (2007b): *Zielgruppen: Wie sie leben, was sie kaufen, woran sie glauben*. München: mi-Wirtschaftsbuch.
- Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor (2000): *Látható és láthatatlan világok az ezredfordulón*. Budapest: Új Mandátum.
- Karmasin, Helene (1993): *Produkte als Botschaften. Was macht Produkte einzigartig und unverwechselbar. Die Dynamik der Bedürfnisse und die Wünsche des Konsumenten. Die Umsetzung in Produkt- und Werbekonzeptionen*. Bécs: Überreuter.
- Karmasin, Helene és Matthias Karmasin (1997): *Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation*. Marketing und Management. Bécs: Linde Verlag.
- Kelemen Zsófia és Rakovics Márton (2013): Prekaritás és habitus. Kérdések a prekariátusról, mint új osztályról és kategóriáról, Pierre Bourdieu társadalomelméletének tükrében. In *Kötetlen*. Budapest: ELTE Angelusz Róbert Társadalomtudományi Szakkollégium, 13–22. Interneten: http://angelusz.elte.hu/sites/default/files/Kotetlen_2013.pdf.
- Keller Tamás (2008): Értékrend és társadalmi pozíció. *Századvég* (47): 151–187.
- Kolosi Tamás és Tóth István György (szerk.) (2018): *Társadalmi Riport 2018*. Budapest: TÁRKI.
- Kozák Ákos (2011): *A fogyasztói életstílus leírására szolgáló kutatási megközelítések kritikai elemzése*. (PhD-értekezés.) Pécs: PTE Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola.

- Kramer, Sabine (1991): *Europäische Life-Style-Analysen zur Verhaltensprognose von Konsumenten*. Hamburg: Verlag Dr. Kovac.
- Kritzmöller, Monika (2002): *Positionierung im Lebensstil-Labyrinth*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.
- Lasch, Christopher (1996 [1979]): *Az önimádat társadalma*. Budapest: Európa.
- Losonczy Ágnes (1977): *Az életmód az időben, a tárgyakban és az értékekben*. Budapest: Gondolat.
- Maslow, Abraham H. (1954): *Motivation and Personality*. New York: Harper & Brothers.
- Märtin, Doris (2019): *Habitus: Sind Sie bereit für den Sprung nach ganz oben?* Frankfurt – New York: Campus.
- Mckay, Sonia, Steve Jefferys, Anna Paraksevpoulou és Janoj Keles (2012): *Study on Precarious Work and Social Rights*. (Kutatási jelentés, No. VT/2010/084.) London: Metropolitan University Working Lives Research Institute. Interneten: http://www.bollettinoadapt.it/old/files/document/21184londonmet_042012.pdf.
- Miles, Barry (2005): *Hippik*. Budapest: Józsefvég.
- Mitchell, Arnold (1983): *The Nine American Lifestyles*. New York: Macmillan.
- Plummer, Joseph T. (1974): The Concept and Application of Life-Style Segmentation. *Journal of Marketing* 38(1): 33–37.
- Prónay Szabolcs (2016): Új megoldások a fogyasztói magatartás tendenciáinak a vizsgálatára. *Vezetéstudomány* 47(különszám): 30–34.
- Prykop, Catja (2005): *Szene-marketing*. Wiesbaden: GWV.
- Riesman, David, Nathan Glazer és Reuel Denney (1968): *A magányos tömeg*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Ritter Claudia (2013): Lebensstile und Politik: Zivilisierung — Politisierung — Vergleichgültigung. Leske + Budrich, Opladen.
- Róbert Péter (2015): Osztály- és rétegződéskutatási dilemmák a magyar társadalomban. *Replika* (92–93): 77–93.
- Róbert Péter (2002): Az életstílus meghatározottságának változása 1982–1998. *Szociológiai Szemle* 10(2): 17–37.
- Schipperges, Michael és Isabel Schützer de Magalhães (2010): *Socio-Milieus 2010*. Heidelberg: Sociodimensions.
- Schulze, Gerhard (2000 [1992]): *Die Erlebnisgesellschaft*. (8. kiadás.) New York – Frankfurt am Main: Campus.
- Schwartz, Shalom H. (1992): Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In *Advances in Experimental Social Psychology*. Mark P. Zanna (szerk.). New York: Academic Press, 1–65.
- Simmel, Georg (2004 [1900]): *A pénz filozófiája*. Budapest: Osiris.
- Sinus Institut (2010): *Die aktualisierten Sinus-Milieus 2010. Basis-Infopaket. Beschreibungen, Daten, Illustrationen*. Heidelberg: Sinus Institut.
- Strauss, William és Neil Howe (1992): *Generations. The History of America's Future, 1584 to 2006*. New York: Harper Perennial.
- Szűcs Krisztián, Töröcsik Mária és Soós János (2010): Consumers' Trendaffinity in the Hungarian Society. In *Marketing Theory Challenges in Emerging Societies. MTC4, 1st EMAC Regional Conference: Conference proceedings*. Bauer András és Agárdi Irma (szerk.). Budapest: Corvinus University of Budapest, paper 1.
- Szűcs Krisztián és Töröcsik Mária (2009): A hazai lakosság trendaffinitása 2005–2008. In *Új marketing kihívások a XXI. században – Fenntartható fogyasztás. A Marketing Oktatók Klubja – 15. Jubileumi Országos Konferenciájának kiadványa*. Kaposvár: Kaposvári Egyetem.
- Tari Annamária (2013): *Ki a fontos: Én vagy Én?* Budapest: Tericum Kiadó.
- TGI (2002a): Társadalmi státuszcsoportok fogyasztás- és életstílus tipológiája, Target Group Index. Kutatások 2002, TGI Magyarország, Budapest.
- TGI (2002b): *TGI Életstílus* Nagykönyv Budapest, 2002.
- Thompson, Michael, Richard Ellis és Aaron Wildavsky (1990): *Cultural Theory*. Oxford: University Press.
- Tófalvy Tamás (2008): Extrém zenei műfajok és online közösségi média: a szubkultúráktól a műfaji színterekig. *Replika* (64–65): 135–149. Interneten: <http://www.replika.hu/replika/64-08>.
- Tóth István György és Szelényi Iván (2018): Bezáródás és fluiditás a magyar társadalom szerkezetében. In *Társadalmi Róport 2018*. Kolosi Tamás és Tóth István György (szerk.). Budapest: TÁRKI, 25–46.
- Töröcsik Mária (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány* 47(különszám.): 19–25.
- Töröcsik Mária, Dániel Kehl és Krisztián Szűcs (2014): Generációs gondolkodás – A Z és az Y generáció életstíluscsoportjai. *Marketing és Menedzsment* 48(2. különszám): 3–15.
- Töröcsik Mária és Szűcs Krisztián (2004): Tempo-Based Lifestyle Segmentation. Theoretical Framework and Empirical Experiences in Hungary. In *Worldwide marketing: 33rd EMAC conference proceedings*. José L. Munuera (szerk.). Murcia: [s. n.], 8.

Törőcsik Mária (2003): *Fogyasztói magatartás trendek. Új fogyasztói csoportok*. Budapest, KJK–KERSZÖV.

Utasi Ágnes (1982): Életstílusok. In *Elméletek és hipotézisek. Rétegződés–modell vizsgálat I*. Budapest: MSZMP KB Társadalomtudományi Intézet.

Utasi Ágnes (1984): Fogyasztói magatartástípusok, mint az életstílusok egyik vetülete. 251 p. Budapest, MTA, 1984

Veblen, Thorstein (1975 [1899]): *A dologtalan osztály elmélete*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

Veres, Zoltán, Andics Jenő, Hetesi Erzsébet, Kovács Péter, Prónay Szabolcs és Vajda Beáta (2010): Életstílus alapú fogyasztói szegmentumkutatás (OTKA K67803 zárótanulmány). In *Életstílus alapú fogyasztói szegmensek Magyarországon*. Veres Zoltán (szerk.). Szeged: Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar Üzleti Tudományok Intézete, 7–190.

Vyncke, Patrick (2002): Lifestyle Segmentation. From Attitudes, Interests and Opinions, to Values, Aesthetic Styles, Life Visions and Media Preferences. *European Journal of Communication* 17(4): 445–463. DOI: <https://doi.org/10.1177/02673231020170040301>

Weber, Max (1967 [1921–1922]): *Gazdaság és társadalom. A megértő szociológia alapvonalai*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

Wells, William D. és Douglas J. Tigert (1971): Activities, Interests and Opinions. *Journal of Advertising Research* 11(4): 27–35.

Wuggenig, Ulf és Vera Kockot (1992): Sozialer Raum und Lebensstil. Geschlecht und Klassenlage als Determinanten photographischer Klassifikationen. *Medien-Journal* (4): 199–213.

Young & Rubicam (1985): *4 C's. Manuskript der Werbeagentur Young & Rubicam*. Frankfurt am Main: Young & Rubicam.

Mellékletek

1. táblázat. A faktoranalízisben bentmaradt értékek

Értékek faktorelemzése		
	Tradicionális	Modern
becsületesség	0,834	0,065
a környezet védelme	0,781	0,189
öröm abban, amit teszek	0,773	0,231
segítségnyújtás más embereknek	0,747	0,201
biztonságos körülmények között élni	0,736	0,123
a hagyományok tisztelete	0,678	-0,036
saját döntések, hogy szabad legyek	0,675	0,355
egyenlő lehetőségek, egyenlő bánásmód	0,654	0,283
jól érzem magam	0,630	0,313
új, változatos dolgok kipróbálása	0,244	0,773

kalandok, érdekes élet	0,059	0,711
új dolgok kitalálása, kreativitás	0,252	0,685
sikeresség, elismertség	0,342	0,678
képességek megmutatása, hogy nagyra becsüljenek	0,334	0,653
gazdagság, pénz	0,171	0,645
hatalom mások felett	-0,348	0,560
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

2. táblázat. A faktoranalízisben bentmaradt attitűdállítások

Élettempó faktorelemzése		
	Gyors	Lassú
Nagy teljesítményeim még előttem állnak	0,80	-0,146
Élvezem a digitális világot	0,796	-0,116
Keresem az újdonságokat	0,791	-0,164
Szeretek mindenhol ott lenni, pörögni	0,728	-0,227
Legjobb a virtuális térben tölteni az időt	0,616	0,399
Sokat utazom külföldre	0,421	0,119
Tudom, mit akarok a jövőben	0,401	-0,232
Inkább csak szemlélem a világot	-0,115	0,731
Másokhoz képest lassan élek	-0,254	0,73

Kimaradok a dolgokból	-0,130	0,728
Jobb szeretem mások életét élni a filmek nézésével.	0,258	0,652
Nem értem ezt a mai világot	-0,142	0,636
Az a legjobb, ha minél kevesebb dolog változik	-0,191	0,569
A háziállatok a legjobb barátaink	0,055	0,324
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

Törőcsik Mária

közgazdász, egyetemi tanár, PTE Közgazdaságtudományi Kar (Pécs)

Szűcs Krisztián

közgazdász, egyetemi docens, PTE Közgazdaságtudományi Kar (Pécs)

Nagy Ákos

közgazdász, adjunktus, PTE Közgazdaságtudományi Kar (Pécs)

Lázár Erika

közgazdász, doktorandusz, PTE Közgazdaságtudományi Kar (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT).

A kutatás az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” pályázat támogatásával készült el.

Csókási Krisztina – Bandi Szabolcs – Nagy László –
Péley Bernadette – Láng András

Az alapvető pszichológia szükségletek mint a munkahelyi jóllétet és a szervezeti azonosulást befolyásoló tényezők

Absztrakt: A szelfdetermináció elmélete szerint a kompetencia, az autonómia és a kapcsolódás veleszületett szükségleteinek kielégítettsége szükséges az optimális funkcionáláshoz és a jóllét érzéséhez. Tanulmányunk célja az volt, hogy hazai mintán megvizsgáljuk az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségének a munkahelyi jóllétre és a szervezeti azonosulásra gyakorolt pozitív hatását. A kérdőíves, keresztmetszeti vizsgálataink résztvevői (N=65 és 103) által kitöltött kérdőívcsomagok az Alapvető Pszichológia Szükségletek Kielégítettsége Skála munkavégzésre vonatkozó verziója mellett a Flow Kérdőívet és a munkával való elégedettséget felmérő kérdőívet, illetve az affektív, kognitív és értékelő szervezeti azonosulást mérő skálákat tartalmazták. A hierarchikus regressziós elemzés szerint a munka közbeni flowélményt a magasabb életkor és az autonómia iránti igény kielégítettsége predikálta, míg a munkával való általános elégedettséget az autonómiaszükséglet kielégítettsége jósolta be. A második vizsgálat eredményei szerint a szervezeti azonosulást a magasabb munkahelyi beosztás és az alapvető pszichológiai szükségletek (elsősorban a kapcsolódás iránti igény) kielégítettsége jósolta be. Eredményeink megerősítik az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítését támogató munkahelyi intervenciók fontosságát.

Kulcsszavak: autonómia, kompetencia, kapcsolódás, munkavállalói jóllét, szervezeti azonosulás

Napjaink szervezetpszichológiai kutatásai fokozott érdeklődést mutatnak a munkavállalók munkahelyi jóllétét meghatározó egyéni és szervezeti szintű tényezők iránt. Ezen változók azonosítása és befolyásolása által nemcsak az egyének szubjektív jólléte segíthető elő, de a munkahelyi teljesítményük is. A munkateljesítmény – és ezáltal a szervezet produktivitása és sikeressége – szempontjából szintén kulcskérdés a személyek munkával kapcsolatos motivációja, amelyre számos tényező gyakorol hatást, köztük a dolgozók szükségleteinek kielégítettsége. Ennek megfelelően a kérdéskör megközelítésére kiválóan alkalmas a szelfdeterminációs elmélet, amely ezen fogalmakat – a motivációt, az alapvető emberi szükségleteket és a pszichés jóllétet – egységes keretbe foglalja. Az elmélet megalkotói, Ryan és Deci (2000) azon a véleményen vannak, hogy az emberek optimálisan motiváltak és a jóllét állapotát tapasztalják meg, ha az alapvető pszichológiai szükségleteik kielégítettek.

A szelfdetermináció elmélete szerint az emberek három alapvető pszichológiai szükséglettel rendelkeznek, melyek az autonómia, a kompetencia és a másokhoz való kapcsolódás igénye. Ryan és Deci (2000) hangsúlyozzák ugyanakkor, hogy nem ezen szükségletek erőssége, intenzitása, hanem sokkal inkább a három szükséglet kielégítettsége lényeges. Meglátásuk szerint az autonómia, a kompetencia és a kapcsolati igény kielégítettsége nélkülözhetetlen az integritás és a jóllét szempontjából (Járai 2011). A szükségletek kielégítését jelentősen befolyásolja az egyént körülvevő környezet. Mindazon környezeti lehetőségek vagy adottságok, amelyek segítik a három szükséglet kielégítését, ezáltal hozzájárulnak a személy effektív funkcionálásához és egyúttal facilitálják a növekedését, fejlődését (Baard, Deci és Ryan 2004). Természetesen ennek ellenkezője is igaz, a szükségletek kielégítésének akadályozottsága aláássa az egyén motivációját és káros következményekkel járhat a pszichés egészségét és fejlődését illetően. Ezenfelül az elméletalkotók kiemelik az említett három szükséglet innát és univerzális jellegét. Más szóval, úgy vélik, hogy az autonómia, a kompetencia és a másokhoz való kapcsolódás igénye veleszületett, és nem tanulás vagy tapasztalatok útján alakulnak ki. Emellett pedig kultúrától függetlenül szorosan hozzátartoznak az emberi létezéshez – a kultúra legfeljebb a szükségletek megélésének lehetőségeit, módjait befolyásolja (Deci és Ryan 2008).

Az autonómia iránti igény kielégítettsége arra vonatkozik, hogy a személy milyen mértékben tapasztalja azt, hogy saját maga kezdeményezi a cselekedeteit, önállóan hozhat döntéseket és van választási lehetősége. Ez nem azt jelenti azonban, hogy kizárólag azok a tevékenységek szolgálják az autonómiaigény kielégülését, amelyeket a személy maga választott. Olyan aktivitások is hozzájárulhatnak ugyanis a nagyobb mértékű autonómiaérzéshez, amelyeket mások utasítására vagy kérésére végez el valaki, azonban a magáénak érzi ezeket, mert érti a tevékenység célját, vagy a feladat felkeltette az érdeklődését, vagy egyszerűen örömet okoz számára az adott cselekvés (Graves és Luciano 2013). A munka közben megtapasztalt autonómiaélmény többek között azzal segíthető elő, ha minél kevesebbet kontrollálják, monitorozzák az egyén munkavégzését és biztatják az önálló döntésekre, valamint véleménye és ötletei megosztására (Hetland, Hetland, Schou Andreassen, Pallesen és Notelaers 2011), vagy ha valamilyen mértékben megszervezheti a munkáját, illetve ha értelmesnek találja a feladatait.

A kompetencia iránti szükséglet kielégítettsége azt tükrözi, hogy a személy mennyiben észleli úgy, hogy képes hatékonyan végrehívni különböző cselekvéseket és elérni a kívánt célokat. Akik kompetensnek tartják magukat, intenzívebben explorálják a környezetüket,

problémák esetén nagyobb erőfeszítést tesznek a leküzdésükre, és közben jóval találékonnyabbnak mutatkoznak az önmagukat kevésbé kompetensnek észlelő társaikhoz viszonyítva. Emellett a kompetencia iránti igény kielégítettsége természetesen maga után vonja, hogy az adott személy úgy érzi, képes hatást gyakorolni a környezetére. Továbbá, a kompetencia meg tapasztalása arra sarkallja az embereket, hogy kihívást jelentő feladatokba, tevékenységekbe is belevágjanak annak érdekében, hogy teszteljék és fejlesszék a képességeiket. A szükséglet kielégítése előmozdítható például azzal, ha a munkahelyen a hangsúly nem a szabályoktól és sztenderdektől való eltéréseken és a hibákon (vagy ezek megelőzésén) van, hanem a munkavállaló stimulálása, új megoldási módok kipróbálására való biztatása, és ezáltal a fejlesztése az elsődleges (Hetland, Hetland, Schou Andreassen, Pallesen és Notelaers 2011).

A kapcsolódás iránti igény kielégítése azáltal valósulhat meg, ha vannak a személy környezetében olyanok, akikkel kötődhet, akikkel kölcsönösen kedvelik és elfogadják egymást, kölcsönösen törődnek egymással. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy az egyén úgy érzi, tartozik valahová, egy csoport része. A munkahely viszonylatában ez abban nyilvánulhat meg, ha az alkalmazottak úgy tapasztalják, hogy a kollégáik elfogadják őket és támogatják egymást (Graves és Luciano 2013), illetve jelentőségteli számukra, hogy az adott csoporthoz, szervezethez tartoznak. Mindezek olyan munkahelyi kapcsolatok kialakítását és fenntartását feltételezik, amelyek biztonságot nyújtanak az egyén számára és kölcsönös bizalmon alapulnak, illetve amelyekben az egyéni problémák és örömek egyaránt megoszthatók.

Számos korábbi vizsgálat igazolta már Ryan és Deci azon állítását, miszerint a három szükséglet kielégítettsége nélkülözhetetlen a pszichés, mentális és fizikai jóllét szempontjából. Olyan változókkal találtak összefüggést, mint a szubjektív vitalitás, az energiaszint (Graves és Luciano 2013; Ryan és Frederick 1997), a jobb alkalmazkodás (Baard, Deci és Ryan 2004), az élettel való elégedettség (Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Soenens és Lens 2010), a pozitív érzelmi állapotok gyakoribb meg tapasztalása, illetve a fokozottabb élnélvhatékonyság-érzés és optimizmus (Van den Broeck, Ferris, Chang és Rosen 2016).

A szelfdeterminációs elméleti keret egyre népszerűbb a munka világában végzett kutatásokban is, és napjainkra meglehetősen sok empirikus bizonyíték gyűlt össze az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségének pozitív munkahelyi következményeit illetően. Egy korai kutatás például gyártásban dolgozók körében vizsgálta a pszichológiai szükségletek kielégítettségét és a munkával való elégedettséget (Ilardi, Leone, Kasser és Ryan 1993). A vizsgálat eredményei szerint a munkahelyi státusz és fizetés kontrollálása mellett a pszichológiai szükségletek munka közbeni kielégítettsége összefüggést mutatott a munkával való elégedettséggel. Hofer és Busch (2011) vizsgálata is megerősítette az előbbi összefüggéseket. Egészen pontosan arra az eredményre jutottak, hogy a kompetenciaszükséglet kielégítettsége szoros kapcsolatban van a munkahelyi elégedettséggel – különösen a magas teljesítménymotivációval rendelkező személyek esetében. Más vizsgálatok eredményei pedig rávilágítottak arra, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek munka közbeni kielégítettsége pozitív összefüggést mutat az intrinzik motivációból fakadó munkavégzéssel (Graves és Luciano 2013; Ryan és Deci 2000), és alacsonyabb mértékű munkahelyi distresszt valószínűsít (Brien, Forest, Mageau, Boudrias, Desrumaux, Brunet és Morin 2012; Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte és Lens 2008). Emellett a munka közbeni autonómia- és kompetenciaélmény, illetve a munkatársakkal való szoros és kölcsönös kapcsolat meg tapasztalása együtt jár a fokozott affektív szervezeti azonosulással és a munkába való intenzívebb bevonódással (Graves és Luciano 2013; Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Soenens és

Lens 2010). Van den Broeck és munkatársai (2016) áttekintő tanulmánya szerint a három szükséglet kielégítettsége esetén az emberek kevésbé számolnak be a munkájuk és a magánéletük közötti konfliktusról, pozitívabban viszonyulnak a munkájukhoz, és több erőfeszítést tesznek a feladataik elvégzése érdekében. Ugyanakkor a három szükséglet kielégítettsége nemcsak a munkavégzéssel kapcsolatos szubjektív tényezőkkel mutat összefüggést, hanem objektív mutatókkal is. Baard, Deci és Ryan (2004) egyik vizsgálatának eredményei például azt tanúsítják, hogy a szervezet által alkalmazott teljesítményértékelési mutató pozitív kapcsolatot mutat az alkalmazottak mindhárom alapvető szükségletének kielégítettségével. Egy holland kutatásban pedig összefüggést találtak az alapvető pszichológiai szükségletek – főként az autonómia iránti igény – kielégítettsége és a fluktuáció (a munkahely önkéntes elhagyása miatt) között (Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Soenens és Lens 2010). Végül, a fentebb említett áttekintő tanulmány eredményei arra utalnak, hogy a szükségletek kielégítettsége esetén kevésbé fordulnak elő deviáns magatartásformák a munkahelyen, illetve a nagyfokú autonómiaérzésről és szoros munkahelyi kapcsolatokról beszámoló alkalmazottak kevesebbet hiányoznak a munkából (Van den Broeck, Ferris, Chang és Rosen 2016).

A megelőző kutatások tehát meglehetősen egyértelműen alátámasztják, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége az egyén és a szervezet szempontjából egyaránt pozitív következményekkel jár együtt. Tanulmányunk célja, hogy hazai mintán igazoljuk a kompetencia, az autonómia és a másokhoz való kapcsolódás munkahelyi megtapasztalásának kedvező hatásait. Első vizsgálatunkban az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége és a munkahelyi jóllét kapcsolatára igyekeztünk fényt deríteni. A munkahelyi jóllétet a munkával való elégedettséggel és – az eddigi kutatásoktól eltérően – a munkavégzés közben megtapasztalt flow-élmény gyakoriságával azonosítottuk. Feltételeztük, hogy az autonómia, a kompetencia és a kapcsolatok iránti igény megelégedése fokozott munkahelyi elégedettséget és a flow-élmény gyakoribb megtapasztalását eredményezi. Második vizsgálatunkkal, a korábbi kutatásokkal összhangban, az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége és a szervezeti azonosulás közötti pozitív összefüggést kívántuk alátámasztani. Feltételeztük, hogy a szükségletek kielégítettsége nemcsak az affektív, hanem a kognitív és az evaluatív szervezeti azonosulásra is kedvező hatással van.

Első vizsgálat

Minta és eljárás

A keresztmetszeti, kérdőíves vizsgálatunk online formában zajlott. A vizsgálatban való részvétel önkéntes és anonim volt, a résztvevők bármikor megszakíthatták a válaszadást. A vizsgálati személyek nem részesültek semmilyen ellenszolgáltatásban. A vizsgálatba való bekerülés feltételei a 18 évesnél idősebb életkor és a legalább egyéves munkaviszony voltak. A kitöltőket a vizsgálat céljairól és módjáról való tájékoztató elolvasását követően néhány demográfiai adatuk (nem, kor, iskolai végzettség, családi állapot, gyermekeik száma) és a munkavégzésükre vonatkozó információk (alkalmazotti státuszuk, munkaviszonyuk ideje összesen, munkaviszonyuk ideje a jelenlegi munkahelyükön, napi munkaórák száma) megadására kértük. Ezt követően a résztvevők egy kérdőívcsomagot töltöttek ki, amely az alap-

vető pszichológiai szükségletek (autonómia, kompetencia, kapcsolódás) kielégítettségét, a flow-élmény megtapasztalásának gyakoriságát és a munkával való elégedettséget felmérő kérdőíveket foglalta magába.

Vizsgálatunkban 65 aktív munkavállaló (46 nő és 19 férfi) vett részt. Életkoruk 21 és 60 év között mozgott 42,12 év átlagos életkorral (szórás = 11,68 év). Legmagasabb iskolai végzettségét tekintve 40 fő felsőfokú, 24 fő középfokú, 1 fő pedig alacsonyabb végzettséggel rendelkezett. 22 fő egyedülálló volt, 43 fő elkötelezett párkapcsolatban (élettársi viszony, házasság) élt. 44 fő számolt be arról, hogy egy vagy több gyermeke van.

A munkavégzésre és munkahelyre vonatkozóan a résztvevők közül 47 fő beosztottként, 4 fő csoportvezetőként, 8 fő középvezetőként és 6 fő felső vezetőként dolgozott. Átlagos munkában eltöltött idejük 22,06 év (szórás = 12 év) volt, jelenlegi munkahelyükön átlagosan 10,69 éve (szórás = 8,36 év) dolgoztak. Az átlagos napi munkavégzés 8,54 óra (szórás = 2,17 óra) volt.

Mérőeszközök

A vizsgálati személyeink háromféle kérdőívet töltöttek ki, melyek az alapvető pszichológiai szükségletek munka közbeni kielégítettségét, a flow-élmény megtapasztalásának gyakoriságát és a munkával való elégedettséget mérték:

1. Alapvető Pszichológiai Szükségletek Kielégítettsége Skála – Munka (Basic Psychological Need Satisfaction at Work Scale, BPNSWS). A kérdőív a Ryan és Deci (2000) által megfogalmazott szelfdetermináció-elméletben foglalt szükségletek munka közbeni kielégítettségét méri. A mérőeszköz összesen 21 tételt tartalmaz, melyeket a kitöltőnek hétfokú Likert-skálán kell megválaszolnia aszerint, hogy mennyire tartja magára nézve igaznak azokat (1 – egyáltalán nem igaz, 7 – teljes mértékben igaz) az elmúlt egy év viszonylatában. A tételek három alskálába sorolódnak, melyek a következők: Autonómia, Kompetencia és Kapcsolódás. Az Autonómia alskála 7 tétele azt méri fel, mennyire érezte a kitöltő úgy, hogy a munkája végzése közben önállóan hozhat döntéseket, a munkahelyén elmondhatja az ötleteit és figyelembe veszik a véleményét. A Kompetencia alskála 6 kérdésére adott válaszok alapján kiderül, hogy a kitöltő hogyan vélekedik a saját képességeiről és a munkájával kapcsolatos szaktudásáról. A Kapcsolódás alskála 8 tétellel méri fel, hogy a munkatársakkal való kapcsolatát a válaszadó mennyire érzi közelebbi, szorosnak, és mennyire gondolja úgy, hogy törődnek vele, barátságosak hozzá. Mindhárom alskála esetében a magasabb pontszámok az adott pszichológiai szükséglet nagyobb mértékű kielégítettségét fejezik ki. A különböző munkakörnyezetekben végzett korábbi nemzetközi kutatások (Deci, Ryan, Gagné, Leone, Usunov és Kornazheva 2001; Graves és Luciano 2013; Vansteenkiste, Neyrinck, Niemiec, Soenens, De Witte és Van den Broeck 2007) eredményei megerősítették a mérőeszköz megfelelő validitását és reliabilitását. A kérdőív magyar nyelvre adaptálása folyamatban van, azonban a jelen vizsgálat adatai alapján a kérdőív alskálái megfelelő reliabilitásértéket mutatnak (a Cronbach-alfa-értékeket lásd az 1. táblázatban).

2. Flow-élmény megtapasztalására vonatkozó kérdőív – Munka: A kérdőívet a tökéletes (flow-) élmény elérésére való hajlam és az antiflow-élmények (szorongás, unalom és apátia) gyakoriságának felmérésére fejlesztették ki (Oláh 2005). Az emberek többnyire akkor élnek át flow-élményt, amikor az általuk végzett tevékenység, feladat teljesítéséhez magas szintű képességeiket kell használniuk. Amennyiben a feladat kívánalmai nem esnek egy-

be (magasabbak vagy alacsonyabbak) a képességeikkel, valamelyik antiflow-élményt tapasztalják meg, vagyis szoronganak, közönyösek, vagy unatkoznak. Ezen élményállapotok megítélésére kidolgozott módszer egy szituáció-reakció típusú kérdőív, tehát a kitöltő az instrukcióban meghatározott élethelyzetre vagy tevékenységre vonatkozóan válaszolja meg a kérdéseket. Ennek megfelelően egyazon kutatáson belül többféle tevékenységgel kapcsolatban is kitölthető a kérdőív, és így lehetőség nyílik a különböző helyzetek összehasonlítására és annak megállapítására, hogy a vizsgálati személyek milyen hajlamot mutatnak az antiflow-élmények és az áramlatélmény átélésére az egyes helyzetekben. Vizsgálatunkban három élethelyzetre vonatkozóan (családban, munkában és egyedül) töltötték ki a kérdőívet a válaszadók, azonban tanulmányunkban csak a munkával kapcsolatos válaszokat használjuk fel. A kérdőív 22 tétele négy skálába sorolódik: Flow (11 tétel), Apátia (3 tétel), Unalom (4 tétel) és Szorongás (4 tétel). A kitöltők ötfokú Likert-skálán jelezhetik az adott tevékenység közben – jelen esetben a munkavégzés során – megtapasztalt élményállapotuk gyakoriságát. A magasabb pontszámok minden skála esetében az adott élmény gyakoribb megélését jelölik. A hazai fejlesztésű mérőeszköz validitása és reliabilitása a korábbi vizsgálatok alapján jónak mondható.

3. Munkakör-diagnosztikai kérdőív – Általános elégedettség skála (Job Diagnostic Survey – General Satisfaction scale). A Hackman és Oldham (1975) által kidolgozott mérőeszköz az egyik leggyakrabban alkalmazott módszer a dolgozói elégedettség felmérésére a nemzeti kutatásokban. A munkakör-gazdagítási modellen alapuló kérdőív a munkavégzéssel kapcsolatos tapasztalatok, vélekedések számos aspektusát méri (pl. a munka értelmessége, belső motiváció, feladat jelentősége, stb.), melyek között nagy hangsúlyt kap a munkavállaló érzelmi reakciója (tkp. elégedettség érzése). Ennek olyan összetevőiről ad információt a mérőeszköz, mint a növekedéssel, a fizetéssel, a munkahelyi biztonsággal, a felettel és a szociális kapcsolatokkal való elégedettség, valamint az általános elégedettség érzése. Elemzéseinkben kizárólag ezen utóbbi skála, az Általános elégedettség skála adatait használjuk fel, amely azt méri fel, hogy a kitöltő milyen mértékben érzi magát elégedettnak, boldognak a munkakörében. A skála 5 tétele esetében a válaszadók hétfokú Likert-skálán jelezhetik az egyetértésük mértékét (1 – nagyon nem értek egyet, 7 – nagyon egyetértek). A magasabb pontszámok a nagyobb elégedettségerzésre utalnak. A korábbi vizsgálatok eredményei ismeretében a mérőeszköz validitása és reliabilitása jónak tekinthető.

Eredmények

Statisztikai elemzéseinket az SPSS szoftvercsomag 24.0 verziójával végeztük. Elsőként a mért változók átlagait és szórásait, illetve a kérdőívek skáláinak belső megbízhatóságát számoltuk ki. Az eredmények az 1. táblázatban láthatók. Eredményeink szerint az Alapvető Pszichológiai Szükségletek Kielégítettsége kérdőív alskáláinak megbízhatósága jónak mondható (Cronbach-alfa-értékek = 0,71–0,82), ezeknél valamivel gyengébb, de még elfogadható a JDS Általános elégedettség skála belső konzisztenciája (Cronbach-alfa-érték = 0,63). A Flow kérdőív Flow skálájának megbízhatósága szintén jó (Cronbach-alfa-érték = 0,86), míg az antiflow skálák tételeinek belső konzisztenciája – a témakörben végzett korábbi kutatások eredményeihez hasonlóan – jelentősen alacsonyabb (Cronbach-alfa-értékek = 0,45–0,55).

1. táblázat. A kérdőíves skálák átlagai (M), szórásai (SD) és belső megbízhatósági mutatói, valamint a kérdőíves változók összefüggései (Pearson-féle korrelációk)

		Munkához kapcsolódó BPNS			Munkavégzés FLOW			JDS
		Autonómia	Kompetencia	Kapcsolódás	Flow	Apátia	Szorongás	Általános elégedettség
BPNS	Autonómia							
	Kompetencia	0,45***						
	Kapcsolódás	0,49***	0,20					
FLOW	Flow	0,61***	0,26*	0,37**				
	Apátia	-0,55***	-0,18	-0,32**	-0,64***			
	Szorongás	-0,25*	-0,31*	-0,10	-0,38**	0,65***		
	Unalom	-0,43***	-0,07	-0,32**	-0,61***	0,61***	0,36**	
JDS	Általános elégedettség	0,55***	0,28*	0,25*	0,56***	-0,54***	-0,27*	-0,42***
	M	35,49	32,66	41,78	3,80	1,53	1,61	25,15
	(SD)	(7,83)	(4,64)	(7,44)	(0,68)	(0,57)	(0,46)	(4,70)
	Cronbach α	0,82	0,71	0,76	0,86	0,49	0,45	0,63

Megjegyzés: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Következő lépésben a kérdőíves változók közötti kapcsolatot vizsgáltuk meg Pearson-féle korrelációval. Az 1. táblázatban látható eredmények alapján elmondható, hogy a munkavégzésre vonatkozó autonómiaszükséglet kielégítettsége közepesen erős pozitív együttjárást mutatott a munkavégzés közben megélt flow-élménnyel és a munkával való általános elégedettséggel. A munkavégzésre vonatkozó autonómiaszükséglet kielégítettsége és a munkavégzés közben megélt apátia és unalom között közepesen erős negatív együttjárás mutatkozott, míg a munkavégzés közben megélt szorongással gyenge negatív kapcsolat volt tapasztalható. Tehát minél inkább azt érezte egy résztvevő, hogy a munkavégzés során önállóan hozhat döntéseket, saját hatáskörben cselekedhet, annál inkább el tudott merülni a munkavégzésben és annál elégedettebb volt a munkájával. Ugyanakkor az önállóság megélésének relatív akadályozottsága a munkavégzés során elsősorban érdektelenséggel és unalommal, kisebb mértékben szorongással párosult.

A munkavégzésre vonatkozó kompetenciaélmény gyenge pozitív kapcsolatot mutatott a munkavégzés közben megélt flow-élménnyel és a munkával való általános elégedettséggel, illetve gyenge negatív kapcsolatot a munkavégzés során megélt szorongással. Ezen eredmények alapján azt mondhatjuk, hogy minél inkább megélte valaki azt, hogy a munkavégzése során hozzáértő, annál inkább képes volt a munkája közben áramlatélményt átélni és annál elégedettebb volt a munkájával. Ezenfelül a kompetencia iránti szükséglet kielégítettsége a munkavégzés során átélt szorongással szemben is védőfaktor volt.

A munkavégzésre vonatkozó kapcsolati igény kielégítettsége gyenge pozitív kapcsolatot mutatott a munka közben megélt flow-élménnyel és a munkával való általános elégedettséggel, illetve gyenge negatív kapcsolatot a munkavégzés során megtapasztalt unalommal. Tehát minél inkább megélte valaki a társas elfogadást, a támogató kollégák jelenlétét a munkahelyén, annál inkább képes volt a munkavégzés során megélni a flow-t és annál elégedettebb volt a munkájával. Emellett a kapcsolódási igény kielégítettsége a munkavégzés során átélt unalommal szemben is védőfaktoroként funkcionált.

Ezt követően hierarchikus regressziós elemzéseket végeztünk. A több modellel készült elemzések első modellje az általános demográfiai változókat tartalmazta (nem, iskolai végzettség, kor, családi állapot, van-e gyermeke), a második modell az előbbi változókon kívül a munkára vonatkozó változókat is tartalmazta (beosztás, átlagos napi munkaórák száma),

végül a harmadik modellben a második modellt az alapvető pszichológiai szükségletek (autonómia, kompetencia, kapcsolódás) munkavégzés során megélt kielégítettségére vonatkozó változókkal egészült ki. Ezen változócsoporthoz együttes hatását a munkavégzés során megélt flow-élményre, apátiára, szorongásra és unalomra, illetve a munkával való általános elégedettségre vizsgáltuk.

A munkavégzés során megélt flow-élmény esetében az első modell nem bírt szignifikáns magyarázóerővel ($R^2 = 0,09$; $p = 0,341$), ugyanakkor a változók szintjén az életkor ($\beta = 0,361$; $p < 0,05$) szignifikáns hatást mutatott a flow-élményre. Tehát az idősebb munkavállalók gyakoribb flow-élményről számoltak be a munkájukat illetően. A második – a munkára vonatkozó változókat is tartalmazó – modell szignifikánsnak bizonyult a flow-élmény bejósolásában ($R^2 = 0,26$; $p < 0,01$). A második modellben az életkor ($\beta = 0,332$; $p < 0,05$) és a beosztás ($\beta = 0,417$; $p < 0,01$) bizonyult szignifikáns prediktornak. Tehát az idősebb és magasabb beosztású munkavállalók a munkájuk során gyakoribb flow-élményről számoltak be. A harmadik – a munkavégzés során az alapvető szükségletek kielégítettségével kiegészülő – modell szintén szignifikáns volt ($R^2 = 0,48$; $p < 0,001$). A modellben az életkor ($\beta = 0,316$; $p < 0,05$) és a munkavégzés során megélt autonómiaszükséglet kielégítettsége ($\beta = 0,488$; $p < 0,001$) voltak szignifikáns erővel bíró változók. Tehát az idősebb és munkájuk során magasabb autonómiát megélt munkavállalók számoltak be több munkahelyi flow-élményről. Emellett érdemes még megjegyeznünk, hogy a beosztás a harmadik modellben elvesztette szignifikáns bejósoló erejét ($\beta = 0,208$; $p = 0,083$). Úgy tűnik tehát, hogy a magasabb beosztás csak annyiban járul hozzá a gyakoribb flow-élményhez, amennyiben az nagyobb fokú autonómiaélményt is biztosít.

A munkavégzés során megélt apátia magyarázatában az első ($R^2 = 0,06$; $p = 0,619$) és a második ($R^2 = 0,11$; $p = 0,170$) modell sem bírt szignifikáns bejósoló erővel. Az alapvető pszichológia szükségletek kielégítettségének belépésével a harmadik modell már szignifikánsnak bizonyult ($R^2 = 0,38$; $p < 0,001$). Ezen szignifikáns hatásért a harmadik modellben a munkavégzés során megélt autonómiaszükséglet kielégítettsége ($\beta = -0,573$; $p < 0,001$) felelt. Tehát a kielégítettebb autonómiaszükséglettel rendelkező munkavállalók kevesebb apátiát éltek át a munkavégzés során.

A munkavégzés során megtapasztalt szorongásra vonatkozó elemzések a három modell közül egyik esetében sem mutattak szignifikáns prediktív erőt (minden $R^2 < 0,19$; minden $p > 0,25$). Tehát a szorongás bejósolásában sem az általunk használt demográfiai vagy munkavégzéshez kapcsolódó változók, sem az alapvető pszichológia szükségletek kielégítettsége nem játszott szignifikáns szerepet.

A munkavégzés során megélt unalom szempontjából ugyan sem az első, sem a második modell nem bizonyult szignifikánsnak, ugyanakkor a változók szintjén az iskolai végzettség szignifikáns prediktorként jelent meg mindkét modellben ($\beta_{\text{első modell}} = -0,313$; $p < 0,05$, illetve $\beta_{\text{második modell}} = -0,319$; $p < 0,05$). Tehát a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők kevesebb unalmat éltek át munkavégzésük közben. Az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségének belépésével a harmadik modell már szignifikánsnak bizonyult ($R^2 = 0,33$; $p < 0,05$). Ezen szignifikáns hatásért a harmadik modellben a munkavégzés során megtapasztalt autonómiaélmény ($\beta = -0,447$; $p < 0,01$) és az iskolai végzettség ($\beta = -0,328$; $p < 0,05$) felelt. Tehát az iskolázottabb munkavállalók mellett a kielégítettebb autonómiaszükséglettel rendelkező személyek voltak azok, akik kevesebb unalmat éltek át a munkavégzésük során.

Végezetül a munkával való általános elégedettség magyarázatában az első ($R^2 = 0,09$; $p = 0,358$) és a második ($R^2 = 0,16$; $p = 0,176$) modell sem bizonyult szignifikánsnak. Az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségének belépésével viszont a harmadik modell már szignifikánsnak bizonyult ($R^2 = 0,39$; $p < 0,01$). Ezen szignifikáns hatásért a harmadik modellben a munkavégzés közbeni autonómiaszükséglet kielégítettsége ($\beta = 0,524$; $p < 0,01$) felelt. Tehát a kielégítettebb autonómiaigénnyel rendelkező munkavállalók általánosságban elégedettebbek voltak a munkájukkal.

Megvitatás

Első vizsgálatunk eredményei igazolták, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége valóban összefüggést mutat a munka közbeni flow-élmény gyakoribb és az antiflow-élmények (szorongás, unalom és apátia) ritkább megtapasztalásával. Ugyanakkor a három pszichológiai szükséglet közül kiemelkedik az autonómiaigény, mivel ennek kielégítettsége kapcsolódik legszorosabban a munkavégzés során megélt áramlatélményhez. Hasonló eredményre jutottunk a munkával kapcsolatos általános elégedettséget illetően is: az alapvető pszichológiai szükségletek, de különösen az autonómia iránti igény kielégítettsége fokozza a munkavégzésre vonatkozó elégedettségérzést. Emellett az eredményekből az is kiderül, hogy elégedettebbek a munkájukkal azok a munkavállalók, akik a munkahelyükön gyakrabban kerülnek a tökéletes élmény állapotába, vagyis viszonylag sokszor érzik úgy, hogy a feladataik megfelelnek a képességeiknek és magas szintű képességeiket kell használniuk a feladataik teljesítéséhez.

A demográfiai (nem, kor, iskolai végzettség, családi állapot és van-e gyermeke) és a munkavégzésre vonatkozó (beosztás és napi munkaórák száma) változók, valamint a pszichológiai szükségletek kielégítettségére utaló adatok bevonásával készült hierarchikus regressziós elemzések még pontosabban kirajzolják a szükségletek kielégítettsége és a munka közbeni jóllét (flow-élmény és elégedettségérzés) közti kapcsolatot. Az eredmények szerint a munka közbeni flow-élmény jelentős hányadát (a variancia 48%-át) magyarázza az életkor és az autonómiaszükséglet kielégítettsége. Úgy tűnik tehát, hogy az idősebb munkavállalók – talán a nagyobb munkatapasztalatuk és a munkavégzéshez szükséges kidolgozottabb képességeik okán – rendszeresebben élnek meg áramlatélményt munka közben, míg a többi demográfiai változó (nem, legmagasabb iskolai végzettség, családi állapot, van-e gyermeke) független a tökéletes élmény megtapasztalásának gyakoriságától. A demográfiai változók befolyásoló hatását illetően hasonló eredményre jutottak a korábbi kutatásokban (Burke és Matthiasen 2005; Rivkin, Diestel és Schmidt 2018). Másfelől, az elemzés alátámasztja a pszichológiai szükségletek kielégítettségének fontosságát, melyek beemelése a variancia további 22%-át magyarázta. Ezek közül is az autonómiaigény munka közbeni kielégítettsége bizonyult a flow-élmény szignifikáns prediktorának, vagyis azok a munkavállalók tudnak gyakrabban belefeledkezni a munkájukba és élvezetet találni abban, akik úgy érzik, szabadon hozhatnak meg döntéseket, és kifejezhetik véleményüket vagy ötleteiket. Mindez összhangban van a korábbi kutatások eredményeivel (Bakker 2008; Fagerlind, Gustavsson, Johansson, és Ekberg 2013; Zito, Cortese és Colombo 2015), amelyek szintén összefüggést találtak a tökéletes élmény és az autonómia között – jöllehet, az eddigi vizsgálatokban nem a szelfdeterminációs elmélet keretében vizsgálták az autonómiaérzés és a flow-élmény közti

kapcsolatot. Az autonómiaigény kielégítettsége annyiban támogathatja a flow-élmény meg tapasztalását, hogy a munkavégzéssel kapcsolatos nagyobb fokú kontrollérzetet és belső motivációt eredményezhet, amelyek Csíkszentmihályi (1997 [1990]) szerint az optimális élmény kialakulásához is szükségesek. Végül érdemes még kiemelni a magasabb beosztás szerepét, ami az eredményeink szerint csak abban az esetben járul hozzá a flow-állapot munka közbeni meg tapasztalásához, ha lehetőség ad az autonómiaélmény megélésére.

Az antiflow-élmények prediktorainak meghatározása érdekében végzett elemzések a flow-élménnyel kapcsolatban ismertetett modellhez valamelyest hasonló eredményre vezettek. A munkavégzés során megélt apátia gyakorisága független a demográfiai változóktól és a munka vizsgált jellemzőitől, azonban az autonómia iránti igény kielégítettsége jelentős mértékben képes csökkenteni az előfordulását. A munka közbeni szorongás mint antiflow-élmény esetében végzett elemzés szerint a vizsgálatba bevont egyik változó sem bizonyult szignifikáns prediktornak. Az unalom érzésére vonatkozó elemzések pedig az iskolai végzettség és az autonómiaélmény protektív szerepét támasztották alá. Összességében tehát úgy tűnik, hogy a munkahelyi antiflow-tapasztalatok gyakoriságát elsősorban az befolyásolja, hogy a munkavállaló mennyiben érzi úgy, hogy önálló döntéseket hozhat és a tevékenységeit ön maga kezdeményezi. Meg kell jegyeznünk azonban, hogy ezen elemzések eredményei csak igen korlátozottan vehetők figyelembe, tekintettel az antiflow skálák alacsony megbízhatóságára.

Végezetül a munkával kapcsolatos általános elégedettséget befolyásoló változókat elemeztük. A regressziós modell szerint a vizsgált demográfiai változók és a munkavégzés jellemzői nem rendelkeznek szignifikáns magyarázóerővel az elégedettség érzése szempontjából, míg az alapvető pszichológiai szükségletek közül ismételten az autonómia iránti igény kielégítettsége emelkedett ki és mutatott szoros összefüggést a kimeneti változóval. A munkahelyi autonómia jelentőségét és a munkával való elégedettség elősegítésében betöltött szerepét korábbi vizsgálatok is megerősítették (Nicklin, McNall, Cerasoli, Varga és McGivney 2016; Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, Soenens és Lens 2010; Vansteenkiste, Neyrinck, Niemiec, Soenens, De Witte és Van den Broeck 2007). Mi több, Van den Broeck és munkatársai (2010) a jelen vizsgálat eredményeihez hasonlóan arról számoltak be, hogy a három alapvető pszichológiai szükséglet közül az autonómia megélése függ össze legszorosabban a munkával való elégedettséggel.

Első vizsgálatunk eredményei tehát összességében alátámasztják azt a feltevésünket, miszerint a munkahelyi jóllét mértékét – a demográfiai tényezőkön és a munkavégzésre vonatkozó változókon túl – jelentősen befolyásolja az alapvető pszichológiai szükségletek (elsősorban az autonómia iránti igény) kielégítettsége – sőt ezen pszichológiai változók nagyobb magyarázóerővel rendelkeznek azzal kapcsolatban, hogy a munkavállalók mennyire érzik jól magukat a munkahelyükön és mennyire tudnak belefeledkezni a munkájukba, mennyire élvezik a munkahelyi tevékenységeiket.

Minta és eljárás

A második keresztmetszeti, kérdőíves vizsgálatunk szintén online formában zajlott. A vizsgálatban való részvétel önkéntes és anonim volt, a válaszadást bármikor megszakíthatták a résztvevők. A vizsgálati személyek ezúttal sem részesültek semmilyen jutalmazásban. A vizsgálatba való bekerülés feltételei a 18 évesnél idősebb életkor és az aktuális munkaviszony voltak. A kitöltők a vizsgálat céljairól és módjáról való tájékoztató elolvasását követően néhány demográfiai kérdésre (nem, kor, legmagasabb iskolai végzettség, családi állapot, gyermekeik száma) válaszoltak, illetve a munkavégzésükre vonatkozó információk (munkahelyi beosztásuk, munkaviszonyuk ideje, korábbi munkahelyek száma) megadására kértük őket. Ezt követően a résztvevők egy kérdőívcsomagot töltöttek ki, amely az alapvető pszichológiai szükségletek (autonómia, kompetencia, kapcsolódás) kielégítettségét és a munkahelyi szervezettel való azonosulásuk bizonyos aspektusait mérő kérdőíveket foglalta magába.

Vizsgálatunkban 103 aktív munkavállaló (83 nő és 20 férfi) vett részt. Életkoruk 18 és 56 év között mozgott 32,52 év átlagos életkorral (szórás = 9,70 év). Legmagasabb iskolai végzettségét tekintve 73 fő felsőfokú, 29 fő középfokú, 1 fő pedig alacsony fokú végzettséggel rendelkezett. 54 fő egyedülálló volt, 49 fő elkötelezett párkapcsolatban (élettársi viszony, házasság) élt. 70 fő gyermektelen volt, 10 fő egy gyermeket, 18 fő két gyermeket, 5 fő három gyermeket nevelt. A munkavégzésre és munkahelyre vonatkozóan a résztvevők közül 83 fő alkalmazottként, 15 fő középvezetőként és 5 fő vezetőként dolgozott. Átlagos munkában eltöltött idejük 10,37 év (szórás = 8,61 év) volt.

Mérőeszközök

Vizsgálatunkban olyan önbeszámoló módszereket alkalmaztunk, amelyek az alapvető pszichológiai szükségletek munka közbeni kielégítettségét és a szervezettel való azonosulás különböző aspektusait mérik fel.

1. Alapvető Pszichológiai Szükségletek Kielégítettsége Skála – Munka (Basic Psychological Need Satisfaction at Work Scale, BPNSWS): Második vizsgálatunkban szintén az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségét mérő kérdőív terület-specifikus változatát használtuk, amely az autonómia-, a kompetencia- és a kapcsolati igény munkavégzés közbeni kielégítettségének megítélésére szolgál (a módszer jellemzőinek ismertetése az első vizsgálat mérőeszközeinél olvasható).

2. Szervezeti azonosulás: A szervezeti elköteleződést illetően számtalan elméleti megközelítés és modell látott napvilágot az elmúlt évtizedekben, melyek több-kevesebb eltérést mutatnak egymáshoz viszonyítva. A kéresterkel foglalkozó szerzők egy része kogníciók és érzelmek halmazaként kezeli a fogalmat, míg másik részük inkább a viselkedés megnyilvánulására helyezi a hangsúlyt. Ugyanígy nincs konszenzus a koncepció egy- vagy többdimenziós jellegét illetően sem. Vizsgálatunkban a szervezettel kapcsolatos érzelmekre, gondolatokra fókuszáltunk, vagyis a szervezeti elköteleződésre attitűdként tekintettünk. Ennek megfelelően a koncepciót komplex módon, a különféle aspektusai (affektív, kognitív és értékelő)

felmérése által kívántuk megragadni. A kutatás megvalósításakor még nem állt rendelkezésre magyar nyelven olyan mérőeszköz, amely a szervezethez való viszonyulást ilyen összetett módon tudta volna felmérni. Ebből kifolyólag az egyes összetevők méréséhez különböző kérdőívek egy-egy releváns – és fogalmilag legközelebb álló – skáláját alkalmaztuk. Az affektív azonosulás méréséhez a Meyer és Allen (1997) által létrehozott, szervezeti elköteleződést megítélő kérdőív affektív skáláját használtuk. A skála 6 olyan állítást tartalmaz, amelyek arra kérdeznek rá, hogy a kitöltő mennyire kötődik érzelmileg és identifikálódik a munkaszervezetével, illetve mennyire vonódik be a szervezet életébe. A kognitív komponens méréséhez a Mael és Ashforth (1992) által közölt 6 tételes skálát alkalmaztuk, amely azt térképezi fel, hogy a válaszadó mennyiben él meg egyfajta egységet, azonosságot a szervezetével („mi”-érzés), és a szervezet sikereit vagy kudarcait a sajátjainak érzi-e. Végül vizsgálatunkban az evaluatív azonosulást az Ellemers és munkatársai (1999) által kifejlesztett, a szociális identitást mérő kérdőív Csoport-önértékelés skálájával becsültük fel. A skála 4 olyan állításból áll, amelyek arra vonatkoznak, hogy a kitöltő szerint a (munkahelyi) csoporttagsághoz mennyire kapcsolódnak pozitív konnotációk, az adott csoporthoz való tartozást mennyire ítéli pozitívnak (például meglátása szerint a szervezete mennyire lehet büszke magára). Mindhárom skála esetében a kitöltők hétfokú Likert-skálán jelölhették az állításokkal való egyetértésüket (1 – egyáltalán nem értek egyet, 7 – teljes mértékben egyetértek). A magasabb pontszámok a válaszadó nagyobb mértékű affektív, kognitív és értékelő azonosulását mutatják. A korábbi vizsgálatok szerint a skálák jó validitási és reliabilitási mutatókkal rendelkeznek.

Eredmények

Elsőként ismét a mért változók átlagait és szórásait, illetve a kérdőívek skáláinak belső megbízhatóságát számoltuk ki. Ennek eredményei a 2. táblázatban láthatók. Elemzéseink szerint a szervezeti azonosulás különböző aspektusait mérő skálák belső konzisztenciája kiváló (Cronbach-alfa-értékek: Kognitív azonosulás 0,87; Affektív azonosulás 0,90; Evaluatív azonosulás 0,86). A BPNS kérdőív Autonómia és Kapcsolódás alskáláinak megbízhatósága szintén jó (Cronbach-alfa-értékek 0,81 és 0,78), míg a Kompetencia alskála reliabilitása ezeknél valamivel alacsonyabb (Cronbach-alfa = 0,69), de még elfogadhatónak tekinthető.

2. táblázat. A kérdőíves skálák átlagai (M), szórásai (SD) és belső megbízhatósági mutatói, valamint a kérdőíves változók összefüggései (Pearson-féle korrelációk)

		Munkához kapcsolódó BPNS			Szervezettel való azonosulás		
		Autonómia	Kompetencia	Kapcsolódás	Kognitív	Affektív	Értékelő
BPNS	Autonómia	0,69***					
	Kompetencia	0,61***	0,50***				
	Kapcsolódás	0,27**	0,25**	0,52***			
	Kognitív	0,41***	0,35***	0,47***	0,74***		
Szervezettel való azonosulás	Affektív	0,48***	0,39***	0,49***	0,58***	0,76***	
	Értékelő						
M		32,63	30,47	40,82	27,72	26,34	21,29
(SD)		(7,64)	(5,75)	(7,71)	(8,34)	(9,90)	(5,41)
Cronbach α		0,81	0,69	0,78	0,87	0,90	0,86

Megjegyzés: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Ezt követően a kérdőíves változók közötti kapcsolatot Pearson-féle korrelációs elemzések segítségével vizsgálatuk. A 2. táblázatban látható eredmények alapján elmondhatjuk, hogy

a munkavégzésre vonatkozó alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége mindhárom szükséglet esetében szignifikáns pozitív korrelációt mutatott a szervezettel való azonosulás mindhárom aspektusával. A kapcsolatok erőssége gyenge és közepesen erős volt. Ez alapján elmondhatjuk, hogy a szervezettel való azonosulás mértéke annál nagyobb, minél inkább ki vannak elégítve a munkavégzés során az egyén alapvető pszichológiai szükségletei.

A következő lépésben hierarchikus regressziós elemzéseket végeztünk. A több modellel készült elemzések első modellje az általános demográfiai változókat tartalmazta (nem, iskolai végzettség, kor, családi állapot, gyermekek száma), a második modell az előbbi változókön kívül a munkára vonatkozó változókat is tartalmazta (beosztás, korábbi munkahelyek száma), végül a harmadik modellben a második modell az alapvető pszichológiai szükségletek (autonómia, kompetencia, kapcsolódás) munkavégzés során megélt kielégítettségével egészült ki. Ezen változócsoporthoz együttes hatását a szervezettel való azonosulás három aspektusára (kognitív, affektív, értékelő) vizsgáltuk.

A szervezettel való kognitív azonosulás esetében az első ($R^2 = 0,06$; $p = 0,338$) és a második ($R^2 = 0,13$; $p = 0,062$) modell nem bizonyult szignifikánsnak. Ugyanakkor a változók szintjén a második modellben a beosztás ($\beta = 0,282$; $p < 0,01$) szignifikáns prediktornak bizonyult. Tehát a magasabb beosztású személyek inkább gondolkodtak magukról a szervezet részeként. A harmadik modell szignifikánsnak bizonyult ($R^2 = 0,38$; $p < 0,001$). A változók közül a beosztás ($\beta = 0,207$; $p < 0,05$) mellett a munkához kötődő kapcsolódási szükséglet kielégítettsége ($\beta = 0,639$; $p < 0,001$) volt szignifikáns. Tehát azok a munkavállalók használták inkább a szervezeti tagságukat az öndefiníciójukban, akik magasabb beosztásban dolgoztak és nagyobb mértékben volt kielégített a munkához kötődő kapcsolati szükségletük.

A szervezettel való affektív azonosulás magyarázatában az első ($R^2 = 0,08$; $p = 0,161$) és a második ($R^2 = 0,12$; $p = 0,094$) modell sem bizonyult szignifikánsnak. Ugyanakkor a változók szintjén a második modellben a beosztás ($\beta = 0,211$; $p < 0,05$) szignifikáns prediktornak bizonyult. Tehát a magasabb beosztású munkavállalók nagyobb érzelmi hőfokkal kötődtek szervezetükhöz. A harmadik modell szignifikáns volt ($R^2 = 0,33$; $p < 0,001$). A változók szintjén a családi állapot ($\beta = 0,231$; $p < 0,05$) és a munkavégzésre vonatkozó kapcsolódási igény kielégítettsége ($\beta = 0,387$; $p < 0,01$) játszott szignifikáns szerepet, míg a beosztás ($\beta = 0,115$; $p = 0,223$) szignifikáns hatása eltűnt. Tehát a magasabb beosztás csak annyiban járult hozzá a szervezethez való érzelmi kötődés kialakulásához, amennyiben a magasabb beosztás a kapcsolódási igény nagyobb kielégültségével járt együtt. A harmadik modellben a kapcsolatban élők magasabb érzelmi azonosulása a szervezettel egy szupresszor hatás eredményeként jelenhetett meg. Ennélfogva elképzelhető, hogy ez az eredmény csak arra mutat rá, hogy a kapcsolódási igény kielégítettsége a magánéletben és a munkában együtt jár.

Az azonosulás értékelő komponensére vonatkozóan az első ($R^2 = 0,03$; $p = 0,743$) és a második ($R^2 = 0,06$; $p = 0,556$) modell sem volt szignifikáns. Bár a harmadik modell szignifikánsnak bizonyult ($R^2 = 0,33$; $p < 0,001$), a modellbe újonnan beépített prediktor változók közül egyik sem volt képes önállóan előre jelezni a szervezet értékelését. Ennek oka feltehetőleg az lehet, hogy a három alapvető pszichológiai szükséglet kielégítettségének közös varianciája volt felelős a szervezet értékeléséért. Más szóval, általánosságban a pszichológiai szükségletek nagyobb kielégítettsége a szervezet pozitívabb értékelésével járt együtt.

A második vizsgálat eredményei alapján elmondható, hogy a válaszadók szervezeti elköteleződésének kognitív aspektusa pozitív kapcsolatban van az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségével, főként azzal, hogy mennyire tudják megtapasztalni a munkahelyükön a kapcsolódási élményt. Az affektív és az értékelő szervezeti azonosulás mértéke szintén összefügg az autonómia-, a kompetencia- és a kapcsolati igény kielégítettségével, mindhárommal közepes erősségű kapcsolatot mutatnak.

Az összefüggések pontosabb feltárása érdekében hierarchikus regressziós elemzéseket végeztünk, amelyekbe a demográfiai (nem, kor, iskolai végzettség, családi állapot, gyermekek száma) és a munkavégzésre (jelenlegi beosztás és korábbi munkahelyek száma) vonatkozó változókat, valamint harmadikként az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettségét vontuk be prediktorként. Az elemzések alapján úgy tűnik, hogy a kognitív szervezeti azonosulás fokozott mértékét valamelyest bejósolja a magasabb beosztás. Nagyon részben azonban a vizsgálati személyeink szervezeti elkötelezettsége („mi”-érzése) attól függ, hogy a kapcsolati igényeiket mennyire tudják kielégíteni a munkahelyükön. Az affektív szervezeti azonosulást viszont a családi állapot és a kapcsolódási élmény együttese predikálja. Azok a munkavállalók kötődnek erősebben a szervezetükhöz és vonódnak be jobban a szervezetük életébe, akik kedvelik a kollégáikat, és úgy érzik, hogy igényeiknek megfelelő mértékben, kölcsönösen törődnek egymással. Elképzelhető ugyanakkor, hogy a családi állapot bekerülése a végső modellbe mindössze arra utal, hogy a házasságban vagy párkapcsolatban élőknek kielégített a kapcsolatok iránti igénye és ez befolyásolja azt, ahogyan a munkahelyi kapcsolataikat észlelik. Mindemellett a magasabb beosztásban dolgozók is erősebben kötődhetnek érzelmileg a szervezetükhöz abban az esetben, ha a pozíciójuk elősegíti az elfogadó és törődő munkahelyi kapcsolatok kialakítását és fenntartását. A szervezeti azonosulás értékelő komponensét ugyan egyik vizsgált változó sem tudta szignifikánsan magyarázni, azonban úgy tűnik, hogy azok a munkavállalók, akiknek a különböző pszichológiai szükségleteit általánosságban jobban kielégíti a munkavégzésük – vagyis nagyobb pszichés és mentális jóllétet, illetve elégedettséget élnek meg a munkájuk kapcsán –, pozitívabban értékeli a csoporttagságot az adott szervezetnél.

Elemzéseink tehát legalább részben igazolják a feltevésünket, és azt mutatják, hogy a vizsgálati személyek szervezeti azonosulását egyfelől a beosztásuk, másrészt az alapvető pszichológiai szükségleteik – főként a kapcsolódás iránti igényük – munkahelyi kielégítettségé határozza meg. Eredményeinkhez hasonlóan más kutatások is alátámasztották, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége erősebb munkahelyi kötődéssel és bevonódással (Deci, Ryan, Gagné, Leone, Usunov és Kornazheva 2001; Shuck, Zigarmi és Owen 2015; Silman 2014) jár együtt, illetve meghatározza a tevékenység folytatására vonatkozó szándékot (Gray és Wilson 2008), míg a pszichológiai szükségletek szervezeti megélésének akadályozása rossz munkahelyi közérzetet, elvándorlási szándékot és hiányzásokat vetít előre (Schultz, Ryan, Niemiec, Legate és Williams 2014). Egyes korábbi kutatásokban a kapcsolódás iránti szükséglet kielégítettsége – saját vizsgálatunk eredményeivel összhangban – meghatározóbbnak bizonyult a másik két szükséglettel összevetve, és csak ez mutatott összefüggést a munkahelyi bevonódással (Abun és Maggallanez 2018).

Vizsgálatainkkal arra szerettünk volna választ adni, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítettsége befolyásolja-e a munkahelyi jóllétet és a szervezeti azonosulást. Első vizsgálatunk eredményei alapján elmondható, hogy a munka közbeni áramlatélményt jelentősen meghatározza az életkor és az autonómia iránti igény megélése a munkavégzés során, valamint a magasabb beosztás, amennyiben nagyobb önállóságot biztosít az egyén számára. A munkával való elégedettséget viszont kizárólag az autonómiaszükséglet kielégítettsége befolyásolta a vizsgált csoportban. A második kutatásunk kapcsán végzett elemzések megerősítették, hogy a szervezeti azonosulás mértékére jelentős hatással lehet a munkahelyi beosztás, illetve elsősorban a kapcsolódás iránti igény kielégítettsége. Úgy tűnik tehát, hogy az alapvető pszichológiai szükségletek megélése valóban elősegíti a jobb munkahelyi közérzetet, a munkavégzésbe való bevonódást, elmerülést és a szervezethez tartozás érzését – jól lehet vizsgálati eredményeink értékelése során tekintetbe kell vennünk kutatásaink korlátait is. Ezek közé tartozik a vizsgálati minták nagysága és összetétele (vizsgálati csoportjainkban felülreprezentáltak voltak a felsőfokú végzettségű, beosztotti pozícióban dolgozó nők). Az utóbbi probléma, vagyis a vizsgálati csoportok kiegyensúlyozatlan összetétele az online toborzás gyakori velejárója, ám gyakorta előfordul hagyományosabb módszerek alkalmazása esetén is. A nők magasabb részvételi hajlandósága talán az olyan stabil személyiségjellemzők mentén mutatkozó nemi különbségekkel függhet össze, mint amilyen az együttműködés és az udvariasság (Weisberg, DeYoung és Hirsh 2011) – mindazonáltal a nőkre jellemző nagyobb fokú barátságosság az eredményeket is befolyásolhatta (pl. a szervezethez való érzelmi kötődés vagy a kapcsolódási igény kielégítettsége vonatkozásában). Mindezeknek megfelelően kutatásainkat érdemes lenne a jövőben kiterjeszteni, és további vizsgálati személyek bevonásával specifikus munkaköröket felmérni. További korlátot jelent, hogy az alkalmazott kérdőívek bizonyos skálái alacsony megbízhatóságot mutattak, illetve az alapvető pszichológiai szükségletek kielégíttségét mérő skála jelenleg még adaptálás alatt van.

Mindazonáltal vizsgálataink eredményei arra engednek következtetni, hogy a különböző munkaszervezeteknél érdemes lehet módot találni a dolgozók autonómia-, kapcsolódás- és kompetenciaérzésének elősegítésére, mivel ezek olyan pozitív kimeneteket valószínűsítenek, mint a szervezettel való nagyobb fokú azonosulás, a munkába való intenzívebb bevonódás vagy az elvándorlás és a hiányzások csökkenése. Az alapvető pszichológiai szükségletek megélését támogatja például, ha a munkakörök lehetőséget adnak a tanulásra, fejlődésre, vagy ha a munkavállalók formális vagy informális tréningeken vehetnek részt, melyek erősíthetik kompetenciaérzésüket. Emellett fontos facilitálni a munkatársak és a felettes részéről érkező támogatást és a hivatalos vagy munkán kívüli közös programokat, amelyek elősegíthetik a kölcsönösen támogató és elfogadó munkahelyi kapcsolat kialakítását és fenntartását. Az autonómiát támogató és a transzformáló vezetési stílus (világos célok, inspirálás, intellektuális stimulálás, egyéni bánásmód; Donohoe és Kelloway 2016) vagy a távmunkát és a munkahelyen végzett munkát vegyítő lehetőségek (Van Yperen, Wörtler és De Jonge 2016) szintén jelentősen megnövelhetik a beosztottak munkahelyi elégedettségét.

Hivatkozott irodalom

- Abun, Damianus és Theogenia Maggalanez (2018): Psychological Need Satisfaction at Work of Faculty and Employees of Divine Word Colleges in Region I, Philippine and Their Work Engagement. *International Journal of Applied Research* 4(3): 21–30.
- Baard, Paul P., Edward L. Deci és Richard M. Ryan (2004): Intrinsic Need Satisfaction: A Motivational Basis of Performance and Well-Being in Two Work Settings. *Journal of Applied Social Psychology* 34(10): 2045–2068. DOI: <https://doi.org/10.1111%2Fj.1559-1816.2004.tb02690.x>
- Bakker, Arnold B. (2008): The Work-related Flow Inventory: Construction and Initial Validation of the WOLF. *Journal of Vocational Behavior* 72(3): 400–414. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.11.007>
- Brien, Maryse, Jacques Forest, Genevieve A. Mageau, Jean-Sebastien Boudrias, Pascale Desrumaux, Luc Brunet és Estelle M. Morin (2012): The Basic Psychological Needs at Work Scale: Measurement Invariance Between Canada and France. *Applied Psychology. Health and Well-Being* 4(2): 167–187. DOI: <https://doi.org/10.1111%2Fj.1758-0854.2012.01067.x>
- Burke, Ronald J. és Stieg B. Matthiesen (2005): Correlates of Flow at Work Among Norwegian Journalists. *Journal of Transnational Management* 10(2): 49–58. DOI: https://doi.org/10.1300/j482v10n02_04
- Csikszentmihályi, Mihály (1997): *A flow – az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Budapest: Akadémiai.
- Deci, Edward L. és Richard M. Ryan (2000): The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-determination of Behavior. *Psychological Inquiry* 11(4): 227–268. DOI: https://doi.org/10.1207/s15327965p-li1104_01
- Deci, Edward L. és Richard M. Ryan (2008): Facilitating Optimal Motivation and Psychological Well-being across Life's Domains. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne* 49(1): 14–23. DOI: <https://doi.org/10.1037/0708-5591.49.1.14>
- Deci, Edward L., Richard M. Ryan, Marylene Gagné, Dean R. Leone, Julian Usunov és Boyanka P. Kornazheva (2001): Need Satisfaction, Motivation, and Well-being in the Work Organizations of a Former Eastern Bloc Country: A Cross-cultural Study of Self-determination. *Personality and Social Psychology Bulletin* 27(8): 930–942. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781781951958.00014>
- Donohoe, Meghan és Kevin E. Kelloway (2016): Transformational Leadership Training for Managers: Effects on Employee Well-being. In *Creating Healthy Workplaces. Stress Reduction, Improved Well-being, and Organizational Effectiveness*. Caroline Biron és Ronald J. Burke (szerk.). London: Routledge, 231–248.
- Ellemers, Naomi, Paulien Kortekaas és Jaap W. Ouwerkerk (1999): Self-categorisation, Commitment to the Group and Group Self-esteem as Related but Distinct Aspects of Social Identity. *European Journal of Social Psychology* 29(2–3): 371–389. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199903/05\)29:2<3%3C371::AID-EJSP932%3E3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199903/05)29:2<3%3C371::AID-EJSP932%3E3.0.CO;2-U)
- Fagerlind, Anna-Carin, Maria Gustavsson, Gun Johansson és Kerstin Ekberg (2013): Experience of Work-related Flow: Does High Decision Latitude Enhance Benefits Gained from Job Resources?. *Journal of Vocational Behavior* 83(2): 161–170. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.03.010>
- Graves, Laura M. és Margaret M. Luciano (2013): Self-determination at Work: Understanding the Role of Leader-Member Exchange. *Motivation and Emotion* 37(3): 518–536. DOI: <https://doi.org/10.1007/11031-012-9336-z>
- Gray, Casey E. és Philip M. Wilson (2008): The Relationship between Organizational Commitment, Perceived Relatedness and Intentions to Continue in Canadian Track and Field Officials. *Journal of Sport Behavior* 31(1): 44–63.
- Hackman, Richard J. és Greg R. Oldham (1975): Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology* 60(2): 159–170. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0076546>
- Hetland, Hilde, Jørn Hetland, Cecilie Schou Andreassen, Ståle Pallesen és Guy Notelaers (2011): Leadership and Fulfillment of the Three Basic Psychological Needs at Work. *Career Development International* 16(5): 507–523. DOI: <https://doi.org/10.1108%2F13620431111168903>
- Hofer, Jan és Holger Busch (2011): Satisfying One's Needs for Competence and Relatedness: Consequent Domain-specific Well-being Depends on Strength of Implicit Motives. *Personality and Social Psychology Bulletin* 37(9): 1147–1158. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0146167211408329>
- Iardi, Barbara C., Dean Leone, Tim Kasser és Richard M. Ryan (1993): Employee and Supervisor Ratings of Motivation: Main Effects and Discrepancies Associated with Job Satisfaction and Adjustment in a Factory Setting. *Journal of Applied Social Psychology* 23(21): 1789–1805. DOI: <https://doi.org/10.1111%2Fj.1559-1816.1993.tb01066.x>
- Járai, Róbert (2011): A szelf determináció elmélet. In *Lélek – képek*. Deák Anita, Nagy László és Péley Bernadette (szerk.). Pécs: Pro Pannónia Kiadó, 104–118.

- Mael, Fred és Blake E. Ashforth (1992): Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior* 13(2): 103–123. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Meyer, John P. és Natalie J. Allen (1997): *Commitment in the Workplace: Theory, Research and Application*. Thousand Oaks, CA: Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781452231556>
- Nicklin, Jessica M., Laurel A. McNall, Christopher P. Cerasoli, Claire M. Varga és R. J. McGivney (2016): Teaching Online: Applying Need Theory to the Work–Family Interface. *American Journal of Distance Education* 30(3): 167–179. DOI: <https://doi.org/10.1080/08923647.2016.1187042>
- Oláh, Attila (2005): *Érzelmeik, megküzdés és optimális élmény: Belső világunk megismerésének módszerei*. Budapest: Trefort.
- Rivkin, Wladislaw, Stefan Diestel és Klaus-Helmut Schmidt (2018): Which Daily Experiences Can Foster Well-being at Work? A Diary Study on the Interplay between Flow Experiences, Affective Commitment, and Self-control Demands. *Journal of Occupational Health Psychology* 23(1): 99–111. DOI: <https://doi.org/10.1037/ocp0000039>
- Ryan, Richard M. és Edward L. Deci (2000): Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being. *American Psychologist* 55(1): 68–78. DOI: <https://doi.org/10.1037%2F0003-066x.55.1.68>
- Ryan, Richard M. és Christina Frederick (1997): On Energy, Personality, and Health: Subjective Vitality as a Dynamic Reflection of Well-being. *Journal of Personality* 65(3): 529–565. DOI: <https://doi.org/10.1111%2Fj.1467-6494.1997.tb00326.x>
- Schultz, Patricia P., Richard M. Ryan, Christopher P. Niemiec, Nicole Legate és Geoffrey C. Williams (2014): Mindfulness, Work Climate, and Psychological Need Satisfaction in Employee Well-being. *Mindfulness* 6(5): 971–985. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12671-014-0338-7>
- Shuck, Brad, Drea Zigarmi és Jesse Owen (2015): Psychological Needs, Engagement, and Work Intentions: A Bayesian Multi-measurement Mediation Approach and Implications for HRD. *European Journal of Training and Development* 39(1): 2–21. DOI: <https://doi.org/10.1108/ejtd-08-2014-0061>
- Silman, Fatos (2014): Work-related Basic Need Satisfaction as a Predictor of Work Engagement among Academic Staff in Turkey. *South African Journal of Education* 34(3): 1–5. DOI: <https://doi.org/10.15700/201409161119>
- Van den Broeck, Anja, Lance D. Ferris, Chu-Hsiang Chang és Christopher C. Rosen (2016): A Review of Self-determination Theory's Basic Psychological Needs at Work. *Journal of Management* 42(5): 1195–1229. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0149206316632058>
- Van den Broeck, Anja, Maarten Vansteenkiste, Hans De Witte és Willy Lens (2008): Explaining the Relationships between Job Characteristics, Burnout and Engagement: The Role of Basic Psychological Need Satisfaction. *Work & Stress* 22(3): 277–294. DOI: <https://doi.org/10.1080%2F02678370802393672>
- Van den Broeck, Anja, Maarten Vansteenkiste, Hans De Witte, Bart Soenens és Willy Lens (2010): Capturing Autonomy, Competence, and Relatedness at Work: Construction and Initial Validation of the Work-related Basic Need Satisfaction Scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 83(4): 981–1002. DOI: <https://doi.org/10.1348/096317909x481382>
- Van Yperen, Nico W., Burkhard Wörtler és Kiki M. M. De Jonge (2016): Workers' Intrinsic Work Motivation when Job Demands are High: The Role of Need for Autonomy and Perceived Opportunity for Blended Working. *Computers in Human Behavior* 60: 179–184. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.068>
- Vansteenkiste, Maarten, Bart Neyrinck, Christopher P. Niemiec, Bart Soenens, Hans De Witte és Anja Van den Broeck (2007): On the Relations among Work Value Orientations, Psychological Need Satisfaction and Job Outcomes: A Self-determination Theory Approach. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 80(2): 251–277. DOI: <https://doi.org/10.1348/096317906x111024>
- Weisberg, Yanna, Colin G. DeYoung és Jacob B. Hirsh (2011): Gender Differences in Personality across the Ten Aspects of the Big Five. *Frontiers in Psychology* 2: 178. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2011.00178>
- Zito, Margherita, Claudio G. Cortese és Lara Colombo (2015): Nurses' Exhaustion: The Role of Flow at Work between Job Demands and Job Resources. *Journal of Nursing Management* 24(1): E12–E22. DOI: <https://doi.org/10.1111/jonm.12284>

Bandi Szabolcs

pszichológus, egyetemi tanársegéd, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Csókási Krisztina

pszichológus, egyetemi tanársegéd, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Láng András

pszichológus, egyetemi docens, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Nagy László

pszichológus, egyetemi adjunktus, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Péley Bernadette

pszichológus, egyetemi tanár, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Czibor Andrea – Szabó Zsolt Péter – Restás Péter

Sötét vonások a szervezetekben: tapasztalatok magyar munkavállalók körében

Absztrakt: A személyiség sötét triádja – a machiavellizmus, a szubklinikai narcizmus és a szubklinikai pszichopátia – napjainkban kiemelt kutatási terület a pszichológiában. Az utóbbi évek tudományos érdeklődése a sötét vonások szervezetszichológiai jelentősége felé fordult, e személyiségjellemzők pályaválasztással, munkahelyi attitűdökkel és viselkedésekkel, munkahelyi sikerességgel, illetve vezetői stílussal való összefüggését kutatva. Jelen tanulmány célja a sötét vonások néhány munkával kapcsolatos korrelátumának vizsgálata. Kutatásunk során magyar munkavállalók (N=1350) kérdőíves adatgyűjtésből származó adatait elemeztük. A sötét vonások mérésén (Rövid sötét hármaskérdőív, SD3) kívül néhány (munkahelyi) demográfiai adat megadására kértük a résztvevőket. Eredményeink azt mutatják, hogy a sötét vonások elméleti koncepciójához és a korábbi nemzetközi eredményekhez illeszkedő módon a sötét vonások mértéke között pozitív korreláció mutatkozik. A sötét vonások mindegyikénél megfigyelhető, hogy a férfiak átlagpontszámai magasabbak, mint a női kitöltőké. A munkahelyi korrelátumokkal kapcsolatban kiderült, hogy a szervezeti hierarchia különböző szintjein elhelyezkedő munkavállalók között mindhárom sötét vonás tekintetében szignifikáns különbség mutatkozik: a felsővezetői szinten látszanak a legmagasabb átlagpontszámok, a munkatársi szinten pedig a legalacsonyabbak. A szubklinikai narcizmus mértéke a munkahelyváltások gyakoriságával is kapcsolatot mutatott: a magasabb narcizmusértékek gyakoribb munkahelyváltásokkal jártak együtt. Jelen tanulmány nagy létszámú, magyar munkavállalói mintán vizsgálódva mutat összefüggéseket a sötét vonások és a munkahelyi sikeresség, illetve a munkahelyről való elvándorlás között.

Kulcsszavak: sötét hármaskérdőív, machiavellizmus, szubklinikai narcizmus, szubklinikai pszichopátia, munkahelyi sikeresség

Sötét vonások, a személyiség sötét hármasa

A sötét hármás (SH) konstruktuma három, társas szempontból kevésbé kívánatos személyiségjellemzőt, a machiavellizmust, a szubklinikai narcizmust és a szubklinikai pszichopátiát foglalja magában (Paulhus és Williams 2002; Paál 2014). E koncepciót napjainkban élénk tudományos érdeklődés övezi mind a személyiség-lélektan, mind a fejlődéslélektan, mind a szervezetsz pszichológia részéről. Ez utóbbi tudományterület vizsgálatai arra engednek következtetni, hogy a sötét vonások hatást gyakorolhatnak a pályaválasztás, a munkahelyi attitűdök, a munkahelyi sikeresség vagy akár a vezetői viselkedések területére (Bereczkei és Czibor 2018). Jelen írásunk célja, hogy hazai kontextusban is megvizsgáljuk a sötét vonások összefüggését néhány munkával kapcsolatos kimenettel.

A sötét vonások mindhárom eleméhez meghatározott jellemzőket, tulajdonságokat tár-sít a szakirodalom. A machiavellizmus központi eleme a manipulációs képesség és hajlandóság, a praktikus, racionális, érzelemmentes problémamegoldás és a nagyfokú viselkedési rugalmasság (Bereczkei 2015, 2016). A szubklinikai narcizmushoz a felsőbbrendűség érzése, a mások figyelme és csodálata iránti igény, illetve a felhatalmazottság érzete kapcsolódik (Paulhus és Williams 2002). A szubklinikai pszichopátia pedig leginkább a sekélyes érzelmi étellel, az erkölcsi értékek, társadalmi normák figyelmen kívül hagyásával, impulzivitással és a büntudat csökkent mértékével mutat kapcsolatot (Furnham, Richards és Paulhus 2013).

E három vonás, bár számos, egyedi, megkülönböztető sajátossággal bír, néhány jellemzőben osztozik (Paulhus és Williams 2002). Ilyen személyiségjellemzők például a barátságosság alacsony mértéke, az énközpontúság, a rosszindulat, az érzelmi hidegség, az empátia alacsony szintje és a mások megtévesztésére irányuló szándék (Furnham és mtsai. 2013; Jones és Paulhus 2011). E közös jellemzőkből is adódik, hogy különböző vizsgálatok rendre összefüggést (jellemzően gyenge vagy közepes erősségű, pozitív korrelációt) találnak a három vonás között (pl.: Jones és Paulhus 2010; Paulhus és Williams 2002).

Konzisztens eredmény a sötét vonások kutatása során az is, hogy mindhárom jellemvonás tekintetében a férfiak átlagpontszámai jellemzően magasabbak, mint a nőké (pl.: Jonason, Li, Webster és Schmitt 2009; Paulhus és Williams 2002). E különbség magyarázatában gyakran felbukkan az az érvelés, hogy a sötét vonásokkal együtt járó, a társakat kihasználó, haszonelvű viselkedések a nők számára társas szempontból jóval kockázatosabbak, illetve társadalmilag kevésbé elfogadottak, mint ugyanezek a viselkedések és attitűdök a férfiak esetében (Jonason és Webster 2010).

Sötét vonások a munkahelyen

Az utóbbi évtizedben egyre több olyan vizsgálat születik, amely a sötét vonások szervezeti, munkahelyi hatásait elemzi. E kutatások jellemzően arra a kérdésre keresik a választ, hogy milyen lehetséges előnyökkel és hátrányokkal jár az e vonások magas értékeivel jellemezhető munkavállalók alkalmazása, illetve vezetői szerepbe kerülése a munkahelyi személyközi kapcsolatok, a munkavállalók pszichés jólléte, illetve az adott vállalat versenyképessége tekintetében.

A szervezetszichológiai kutatások egy csoportja a sötét vonások és a pályaválasztás kapcsolatát veszi górcső alá. E vizsgálatok célja, hogy körüljárják, vajon a sötét hármassal együtt járó sajátos értékrend és világszemlélet kapcsolatba hozható-e az egyének pályaválasztási döntéseivel, illetve azzal, hogy milyen területen, a munkaerőpiac mely szegmensében vállalnak munkát (Boddy 2010; Corzine 1997; Fehr, Samson és Paulhus 1992; Furnham, Hyde, Trickey 2014; Jonason és mtsai. 2014; Kowalski, Vernon és Schermer 2017). A kutatások eredményei azt mutatják, hogy a szubklinikai pszichopátia-pontszám együtt járást mutat a magas kockázattal járó döntések iránti preferenciával; a kereskedelmi, gazdasági, jogi, biztosítási, illetve kommunikációs területek iránti érdeklődéssel. A machiavellizmus kapcsán azt emelik ki a kutatások, hogy a machiavellista egyének igyekeznek kerülni a munkakörök olyan összetevőit, mint a felelősségvállalás, a kitartás és a bizalom. Mind a szubklinikai pszichopátiával, mind a machiavellizmussal kapcsolatban elmondható, hogy összefügg a segítő, másokkal való törődést igénylő foglalkozások elutasításával. A narcizmus és a pályaválasztás kapcsolatára vonatkozóan kiderült, hogy a szubklinikai narcizmus magas értékeivel jellemezhető személyek számára vonzó lehetőségként jelennek meg a művészettel kapcsolatos munkakörök, illetve a vállalkozói létforma, továbbá e vonás mutatja a legerősebb kapcsolatot a vezetői ambíciókkal. Összegezve tehát elmondható, hogy mutatkozik kapcsolat a három sötét vonás és a pályaválasztás között, és hogy ezek az összefüggések jól illeszkednek a sötét hármis elméleti koncepciójához.

A szakirodalomban gyakran találunk arra való utalást, hogy a sötét vonásokkal együtt járó egyéb tulajdonságok, képességek, attitűdök bizonyos szervezeti feltételek mellett megkönnyíthetik a munkahelyi ranglétrán való előrejutást (Judge, Piccolo és Kosalka 2009). A szubklinikai pszichopátia esetében ezek a jellegzetességek a kockázatvállalási hajlandóság, az innovációra való hajlam, az érzelmek figyelmen kívül hagyásának képessége (Furnham és mtsai. 2013; Smith és Lilienfeld, 2013). A machiavellizmus esetében a karrier-előmenetelt segítheti a stratégiai szemlélet, az impulzusok kontrolljának képessége, a környezethez illeszkedő, rugalmas viselkedési stratégiák, illetve az előnyös szövetségek kialakítása (Bereczkei 2016). A narcizmus, mint korábban láttuk, fokozott vezetői ambíciókkal jár együtt, több korrelátuma pedig ugyancsak segítheti a munkahelyi előrejutást. Ilyen az önmenedzselés, önreklámozás képessége (Campbell, Hoffman, Campbell és Marchisio 2011; De Vries és Miller 1986), az az adottság, hogy kreatívabb színben tűnjenek fel valós képességeiknél (Spain, Harms és Leberton 2014), illetve, hogy pontosan átlátják a hatalmi viszonyokat, és képesek a vezetőik belső köreibé férkőzni (Vredenburg és Shea-VanFossen 2009). A sötét vonások, különösen más, előnyös tulajdonságokkal (pl. magas intellektus, fizikai vonzerő) társulva segíthetik az egyre magasabb pozíciók elérését (Furnham és mtsai. 2013).

Bár a sötét hármis személyiségjellemzőinek karrierutat meggyorsító, vezetővé válást támogató hatására több szakirodalmi forrás is utal, a sötét vonások és a szervezeti pozíció, karrierút kapcsolatának empirikus vizsgálatára ez idáig viszonylag kevés kutatás vállalkozott. Néhány vizsgálati eredmény arra mutat, hogy hierarchikusan felépülő vállalatoknál a machiavellizmus magasabb értékei előnyösebb foglalkozási státuszokkal, magasabb pozíciókkal járnak együtt (Jones és Paulhus 2009; Spurk, Keeller és Hirschi 2015). A pszichopátia tekintetében az egyik álláspont szerint a magas értékek alacsonyabb objektív karriersikerességgel, státusszal járnak együtt (Spurk és mtsai. 2015), míg más kutatók azt sugallják, hogy a magas

pszichopátia-pontszámok összefüggésben lehetnek a magasabb elért szervezeti státusszal (Babiak és Hare 2013; Babiak, Neumann és Hare 2010; Hare 2004). A narcizmussal együtt járó pozitív benyomáskeltési képesség és karizmatikus fellépés is hozzájárulhat ahhoz, hogy a magasabb narcizmusértékeket mutató személyek átlagosan magasabb pozíciókat és fizetéseket érhetnek el, mint kevésbé narcisztikus munkatársaik (Fox 2016).

A sötét vonásokhoz a fentebb említett előnyös, pozitív vezetői tulajdonságok mellett olyan jellemző gondolkodási sajátosságok, viselkedési és kommunikációs jellemzők is társulnak, amelyek negatív hatást gyakorolnak a sötét vonások magas értékeit mutató vezető társas környezetére, illetve az általa képviselt szervezet kilátásaira. A magas pszichopátia-pontszámot mutató vezetők beosztottai jellemzően magasabb stressz-szintről és alacsonyabb elégedettségéről számolnak be (Mathieu, Neuman, Hare és Babiak 2014), illetve arról, hogy az adott munkahelyi csoportban romlik a munkahelyi légkör, és megjelenhet a személyközi agresszió, illetve a munkahelyi pszichoterror (Hare 2004; LeBreton, Binning és Adorno 2006). A narcisztikus vezetők kapcsán felmerül az a hátrány, hogy egocentrikus látásmódjuk nem engedi a szimmetrikus, igazságos kapcsolatok kialakítását beosztottaikkal, ami gyakran az információk megosztását is akadályozza, illetve döntéseik objektivitását is befolyásolja (Sosik, Chun és Zhu 2014). A machiavellista vezetők erőteljes hatalmi orientációja gyakran énközpontú, barátságtalan, empátiát nélkülöző vezetői stílusban is megmutatkozik, negatívan hatva ezáltal követőik pszichés jóllétére (Gable, Hollon és Dangello 1992).

A sötét vonások és a munkahelyi élmények, illetve munkahelyi viselkedések kapcsolatát is számos kutatás igyekezett felderíteni az elmúlt években. Ezek egy része azt a kérdést járta körül, hogy vajon mennyire járnak együtt a sötét vonások jellemző mintázatokkal a munkahelyi elégedettség, elköteleződés terén. Zettler, Friedrich és Hilbig (2011) eredményei azt mutatják, hogy a machiavellizmus mértéke negatív irányú összefüggést mutat mind a munkahely, mind a vezető, mind a munkacsoport irányába történő elköteleződéssel. A machiavellizmus, illetve a szubklinikai pszichopátia magas értékeit mutató egyéneknél gyakran megjelenő élmény, hogy munkahelyüket alacsony presztízszűnek élik meg, és ebből fakadóan elégedetlenek lehetőségeikkel, a szervezet által nyújtott feltételekkel (Dahling, Whitaker és Levy 2009; Jonason, Wee és Li 2015). A narcizmus kapcsán némileg komplexebb kép mutatkozik. Egyrészt a narcizmussal együtt járó magas önértékelés is hozzájárulhat ahhoz, hogy a magas narcizmusértékeket mutatók jellemzően túlbecsülik kollégáik feléjük irányuló rokonszenvét, és ebből fakadóan gyakran elégedettek munkahelyi társas helyzetükkel (O'Boyle, Forsyth, Banks és McDaniels 2012). Akkor azonban, ha a narcizmussal összefüggő siker, kiemelkedés vágya frusztrálódik, nem tud kiteljeseni a munkahelyen, az gyakran a munkával, munkahellyel való elégedetlenséghez vezet (Bruk-Lee, Khoury, Nixon, Goh és Spector 2009). A sötét vonások és a munkahelyi attitűdök kapcsolatára irányuló vizsgálatok arra engednek tehát következtetni, hogy a sötét hármás jellemzői – különösen a machiavellizmus és a pszichopátia – negatív munkahelyi élményekkel, attitűdökkel lehetnek kapcsolatban. Ebből fakadóan feltételezhető, hogy az elégedetlenség akár a munkahely elhagyásának szándékában is megmutatkozik, vagyis a sötét vonások gyakoribb munkahelyváltásokkal járnak együtt. Ezt a feltételezést támaszthatja alá az a megfigyelés is, hogy a sötét vonásokkal – különösen pedig a machiavellizmussal – együtt járó opportunisták gyakran odavezetnek, hogy az egyén önérdekvezérelt szándékai lelepleződnek a munkahelyi csoport tagjai előtt. Ilyen esetben adaptív stratégia lehet egy új munkaközösség keresése, ahol a manipulációs törekvések újra hatékonyan működtethetők (Dahling és mtai. 2009; Gunnthorsdottir, McCabe és Smith 2002).

A kutatás célja

A fenti áttekintés nyomán jól látható, hogy bár a sötét vonások munkahelyi hatásainak kutatása napjainkban kiemelt figyelmet kap a nemzetközi szakirodalomban, több területen némileg ellentmondásos eredmények körvonalazódnak. Hazai kontextusban végzett, sötét hármastémájú szervezetpszichológiai vizsgálat eddig csupán egyetlen szervezeti területre – a sötét vonások és a szervezeti mintapolgárszerű viselkedések kapcsolatára (Szabó, Czibor, Restás és Bereczkei 2018) – vonatkozóan került publikálásra. Jelen vizsgálat célja az, hogy további hazai tapasztalatokra tehessünk szert a sötét hármastémájú koncepciójának működését, munkahelyi, munkához kötődő velejáróit illetően.

Elsőként azt ellenőriztük, hogy az adatbázisunkban megmutatkoznak-e azok a sötét vonásokkal kapcsolatos összefüggések, amelyek rendre felbukkannak a nemzetközi szakirodalomban. Ebből a célból a következő hipotéziseket vizsgáltuk:

H1: Azt várjuk, hogy a három sötét vonás között gyenge, illetve közepes erősségű pozitív korreláció mutatkozik.

H2: A férfiak pontszámai a machiavellizmus, a szubklinikai narcizmus és a szubklinikai pszichopátia skáláin rendre magasabbak, mint a nők kitöltők pontszámai.

A vizsgálat második pillére a munkahelyi demográfiai mutatók és a sötét vonások kapcsolatának tesztelése. Ennek keretében a következő hipotéziseket vizsgáltuk:

H3: A sötét vonások magasabb értékeivel gyakoribb munkahelyváltások járnak együtt.

H4: A szervezeti hierarchia különböző szintjein eltérő SH-pontszámokat találunk: a felső vezetői rétegnél várjuk a legmagasabb, a munkatársi rétegnél pedig a legalacsonyabb átlagpontszámokat.

Módszer

Kérdésfeltevésünk szempontjából fontosnak tartottuk, hogy a vizsgálat alanyai aktív munkavállalók, különböző szervezetek, cégek, intézmények alkalmazottai, vezetői legyenek. Kiemelt figyelmet szenteltünk arra is, hogy az adatfelvétel anonim, tét nélküli helyzetben mehessen végbe. A sötét vonások társasan nem kívánatos, averzív karakteréből adódóan ugyanis egy olyan helyzetben, amelyben a résztvevőben felmerülhet a gondolata annak, hogy válaszáinak karrierjére, a róla kialakított képre negatív hatása lehet, számolnunk kell a benyomáskeltés, választorztítás veszélyeivel. Ennek kiküszöbölésére a résztvevők elérése ismerőseik útján, hozzáférhetőségi mintavétellel, és sosem a munkahelyükön keresztül történt.

A PTE Szervezetpszichológiai Kutatócsoportjában több olyan kérdőíves vizsgálat is zajlott az elmúlt évek során, amelyekben érvényesültek a fenti irányelvek, és mérésre kerültek a sötét vonások (más személyiségjellemzők, illetve különböző munkahelyi attitűdök mérése mellett). Ezen adattáblákból kinyerhető (munkahelyi) demográfiai adatokat és a Személyiség sötét hármastémájú kérdőívére (SD3, Jones és Paulhus 2014) adott válaszokat egy adatbázisba gyűjtöttük össze, annak érdekében, hogy nagy elemszámú mintán kaphassunk képet arról, milyen munkahelyi korrelátumokkal mutat kapcsolatot a sötét hármastéma.

Az összesített mintába 1350 felnőtt munkavállaló adatai kerültek be, mindannyian önkéntesen, internetes felületen keresztül, illetve papíralapon töltötték ki a kérdőíveket. A vizsgálatokba olyan résztvevőket toboroztunk, akik betöltötték a 18. életévüket és legalább 1 éve, legalább heti 20 órában dolgoznak. Nemi megoszlásukat tekintve 896 nő és 444 férfi válaszai álltak rendelkezésünkre, 10 fő pedig nem válaszolt a nemére vonatkozó kérdésre. A minta átlagéletkora 37,32 év (SD=11,4), a legfiatalabb kitöltő 18 éves, a legidősebb 67 éves volt. A minta 44%-ára vonatkozóan áll rendelkezésünkre iskolai végzettségre vonatkozó adat: az 595 főből 414 felsőfokú, 168 középfokú és 13 alacsony fokú végzettségű volt. A munkahely működési területe alapján a minta nagy változatosságot mutat, a legnagyobb számban az oktatás (N=112), a közigazgatás (N=92), a szolgáltatóipar (N=96) és a kereskedelem (N=90) területe jelent meg benne. A munkahelyi pozíciót tekintve a résztvevők nagy részének nem voltak vezetői feladatai, munkatársi pozícióban dolgozott (N=942), de a mintában a középvezetői réteg (N=242) és a felső vezetői réteg (N=134) is képviseltette magát.

A résztvevők a Rövid sötét hármaskérdőív (*Short Dark Triad, SD3*) mellett különböző (munkahelyi) demográfiai adatokra vonatkozó kérdésekre válaszoltak. A demográfiai jellegű kérdések között rákérdeztünk a résztvevők nemére, életkorára, munkahelyi beosztására, jelenlegi munkahelyének működési területére, és arra, hogy hányadik munkahelye a mostani. Mivel az így létrejött adatbázis több különböző célú adatgyűjtést egyesít, nem minden demográfiai jellegű adat áll rendelkezésünkre minden résztvevőre nézve. Az 1. táblázatban bemutatásra kerül, hogy az egyes változók tekintetében hány érvényes válasz áll rendelkezésünkre.

1. táblázat. A rendelkezésre álló érvényes válaszok száma különböző demográfiai változók tekintetében

	Nem	Életkor	Munkahelyi beosztás	Eddigi munkahelyek száma
Érvényes válaszok száma	1340	873	1334	492

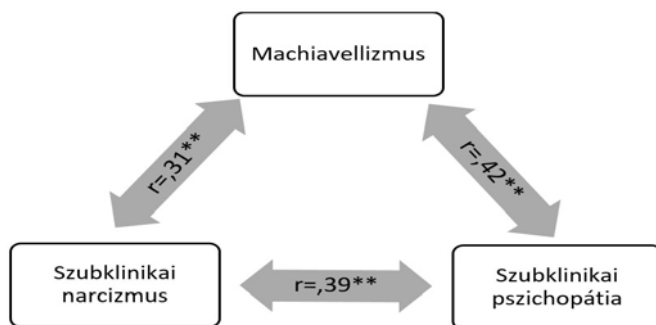
A Rövid sötét hármaskérdőív (Jones és Paulhus 2014) a machiavellizmus, a szubklinikai narcizmus és a szubklinikai pszichopátia mérésére szolgáló kérdőív. A mérőeszköz kitöltői 5 fokú Likert-skálán jelezhetik 27 állítással való egyetértésüket; mindhárom vonás mérésére 9 item szolgál. A magyar változat az angol nyelvű kérdőív lefordításával, visszafordításával, majd a két változat egyeztetésével született. A kérdőív magyar változatának validálása jelenleg folyamatban van, de a közelmúltban több hazai kutatás is született e mérőeszköz felhasználásával (Láng, Birkás, Martin, Nagy és Kállai 2018; Szabó, Czibor, Restás és Bereczkei 2018; Szép, Mirnics, Ferenczi és Kövi 2008). A három skála reliabilitása megfelelőnek bizonyult: a Machiavellizmus skála esetében $\alpha = ,77$, a Szubklinikai narcizmus skálánál $\alpha = ,74$, a Szubklinikai pszichopátia esetében pedig $\alpha = ,75$. A statisztikai elemzéseket az IBM SPSS Statistics 22 programcsomagjával végeztük.

Eredmények

A sötét vonások egymással való kapcsolata

Elsőször Pearson-féle korrelációs elemzést végeztünk annak feltárására, hogy mutatkozik-e kapcsolat a három sötét vonás mértéke között. Mindhárom vonás között pozitív korrelációt találtunk (1. ábra). A relatíve legerősebb kapcsolat a machiavellizmus és a szubklinikai pszichopátia, a leggyengébb pedig a machiavellizmus és a szubklinikai narcizmus között mutatkozott.

1. ábra. A sötét vonások közötti korrelációk



Nemi különbségek a sötét vonások tekintetében

Másodszor független mintás T-próbát végeztünk annak ellenőrzésére, hogy mutatkoznak-e nemi különbségek a sötét vonások mértékének tekintetében. Mindhárom vonás kapcsán szignifikáns különbséget találtunk a két nem pontszámai között: a férfiak körében mutatkoztak magasabb sötéthármass-értékek (2. táblázat).

2. táblázat. Sötétvonás-értékek női és férfi munkavállalók körében

	M _{nők} (SD)	M _{férfiak} (SD)	t (df)	p
Machiavellizmus	27,81 (5,79)	29,56 (6,02)	-5,11 (1324)	< 0,001
Szubklinikai narcizmus	23,68 (5,47)	25,88 (5,56)	-6,85 (1324)	< 0,001
Szubklinikai pszichopátia	17,05 (5,37)	20,21 (5,87)	-9,76 (1326)	< 0,001

Sötét vonások és a munkahelyek száma

Harmadik lépésként parciális korrelációs elemzést végeztünk annak érdekében, hogy megvizsgáljuk, mutatkozik-e kapcsolat a sötét vonások mértéke és az eddigi munkahelyek száma (a munkahelyváltások gyakorisága) között, az életkor függvényében. Az életkorra kontrollálva szignifikáns pozitív korrelációt találtunk a szubklinikai narcizmus mértéke és az eddigi munkahelyek száma között ($r=0,18$, $p < 0,001$). Ugyanez a változó marginálisan szignifikáns,

ugyancsak pozitív irányú kapcsolatot mutatott a szubklinikai pszichopátia mértékével ($r=0,08$, $p=0,07$). A machiavellizmus tekintetében nem volt szignifikáns kapcsolat ($r=-0,01$, $p=0,88$).

Sötét vonások és munkahelyi pozíció

Végül egy szempontú varianciaanalízis segítségével vizsgáltuk, hogy mutatkozik-e különbség a különböző munkahelyi pozíciókban (felső vezető, középvezető, munkatárs) dolgozó kitöltők sötéttriád-pontszámai között. Mindhárom vonás tekintetében szignifikáns különbséget találtunk a különböző beosztásban dolgozók pontszámai esetében; a legmarkánsabb eltérés a narcizmus tekintetében mutatkozott. A különböző hierarchiaszinteken mért átlagos SH-pontszámokat a 3. táblázat mutatja be. A táblázatból jól látható, hogy a machiavellizmus- és a pszichopátia-pontszámokban a két vezetői szint nem mutat jelentős különbséget, a szignifikáns eltérés a vezetői és munkatársi szintek pontszámainak különbségéből fakad. A narcizmus kapcsán azonban viszonylag egyenletes „növekedést” láthatunk a szervezeti ranglétrán felfelé haladva.

3. táblázat. Sötétvonás-értékek a szervezeti hierarchia különböző szintjein

	M _{felső vezető} (SD) (N=134)	M _{középvezetők} (SD) (N=242)	M _{munkatársak} (SD) (N=942)	F(df)	p
Machiavellizmus	29,07 (6,47)	28,99 (6,31)	28,06 (5,69)	3,59 (2,1315)	< 0,05
Szubklinikai narcizmus	26,93 (5,78)	25,45 (5,55)	23,73 (5,44)	25,48 (2,1315)	< 0,001
Szubklinikai pszichopátia	18,84 (5,48)	18,86 (5,86)	17,79 (5,7)	4,63 (2,1317)	< 0,01

Megvitatás

A vizsgálat első részében két konzisztens, szinte minden, a sötét triád koncepcióját használó kutatásban megjelenő összefüggést vizsgáltunk a rendelkezésre álló mintán: (1) az egyes vonások között mutatkozó gyenge, illetve közepes erősségű korreláció meglétét, (2) illetve a vonások mértékében mutatkozó nemi különbségeket.

Eredményeink azt mutatták, hogy a kérdőív magyar változata által mért vonások mértéke is pozitív korrelációt mutat egymással. A legerősebb összefüggés a machiavellizmus és a szubklinikai pszichopátia, a leggyengébb pedig a machiavellizmus és a szubklinikai narcizmus között mutatkozott, amely eredmény konzisztens az SD3 kérdőív eredeti validálásakor (Jones és Paulhus 2002) született eredményekkel. Ezek az összefüggések arra is rávilágítanak, hogy a három vonás, bár kapcsolatban áll egymással, semmiképpen sem fedi egymást teljesen, így érdemes a sötét triád koncepciójában gondolkodnunk.

A nemi különbségek vizsgálata is a várt, korábbi kutatásokhoz (pl. Jones és Paulhus 2012; Paulhus és Williams 2002) illeszkedő eredményekhez vezetett: mindhárom vonás esetében a férfi kitöltőknél mértünk magasabb pontszámokat. A machiavellizmus és a szubklinikai

narcizmus esetén ez két pont, a szubklinikai pszichopátiánál pedig három pont körüli különbséget jelentett (a maximálisan elérhető 45 pontból). Látható tehát, hogy a férfiak SH-pontszámai konzisztensen magasabbak, de a két nem közötti pontszámbeli különbség nem nagymértékű. Ezek az eredmények jól illeszkednek azokhoz az evolúciós pszichológiai elgondolásokhoz, amelyek szerint a sötét vonásokkal együtt járó gyors élettörténeti stratégia (nagyobb mértékű kockázatvállalás; nagyobb számú, rövid távú kapcsolatok előnyben részesítése) evolúciós szempontból a férfiak számára hoz magasabb fitnessmegtérvülést (Jonason, Li, Webster és Schmitt 2012), így a sötét vonások valamelyest magasabb értékei a férfiak számára valószínűleg adaptívabbnak tekinthetők, mint a nők számára. A társas szerep elmélete ugyancsak magyarázóerővel bírhat e jelenség megértésében: elképzelhető, hogy a sötét vonásokkal együtt járó viselkedések és attitűdök a férfiak esetében társadalmilag könnyebben elfogadhatók, mint ha ezek a jellemzők a nők viselkedési eszköztárában jelennének meg. E feltételezés empirikus igazolása azonban egyelőre még várat magára.

A sötét vonásokhoz kötődő sajátos motivációs mintázatok és percepciók stílus is összefüggésben állhatnak azzal a megfigyeléssel, hogy a sötét triád vonásai – különösen a szubklinikai pszichopátia és a machiavellizmus – gyakran járnak együtt alacsonyabb mértékű munkahelyi elégedettséggel, negatív szervezettel kapcsolatos attitűdökkel és viselkedésekkel (Bruk-Lee és mtsai. 2009; Szabó és mtsai. 2018). A magas pontszámokat mutató egyének gyakran elégedetlenek fizetésükkel, karrierlehetőségeikkel, vezetőikkel, illetve munkatársaikkal. Ebből fakadóan azt feltételeztük, hogy a sötét vonások magasabb értékeivel gyakoribb munkahelyváltások járnak együtt. Vagyis, ha egy adott szervezet nem tudja biztosítani az egyén számára a motiváló, jutalmazó közeget, valószínűbb, hogy új munkahely után néz a sötét triád magas értékeit mutató munkavállaló, mint az a dolgozó, akinél ezek az értékek alacsonyak. Elemzéseink részben igazolták ezt a feltevést. Kiderült, hogy az életkorra kontrollálva igaz, hogy minél magasabbak az egyén esetében a szubklinikai narcizmus és a pszichopátia értékei, annál több munkahelyen dolgozott élete során, vagyis életkorához képest relatíve gyakrabban váltott munkahelyet. A narcizmussal együtt járó (akár irreálisan) magas önértékelés, a felsőbbrendűség és felhatalmazottság érzése, illetve a különböző privilégiumok elvárása (Foster, Campbell, és Twenge 2003; Paulhus és Williams 2002) hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a munkavállaló ezen ambíciók frusztrálódása esetén a munkahely elhagyása mellett dönt. Ugyancsak ezt a hatást erősítheti a szubklinikai pszichopátiához kapcsolódó erősen önértékközpontú szemlélet, erőteljes izgalomkeresés és fokozott impulzivitás (Hare 1985; Paulhus és Williams 2002). A machiavellizmus és a munkahelyváltások gyakorisága között nem mutatkozott összefüggés. A magas machiavellizmusértékekkel együtt járó stratégiai szemlélet, hosszabb távú gondolkodás és impulzuskontroll (Bereczkei 2016; Czibor és Bereczkei 2012; Christie és Geis 1970) segíthetnek abban, hogy az időszakos frusztrációkra, illetve a nem ideális körülményekre ne felmondással, hanem esetleg kivárással reagáljon az egyén. Fontos azonban megjegyeznünk, hogy a munkahelyváltások gyakorisága, mint változó, nem feltétlenül csak a munkahely „önkéntes” elhagyását takarhatja, hanem a szervezet irányából induló felmondást, elbocsátást is. Elképzelhető, hogy a magas narcizmus-, illetve pszichopátiaértékeket mutató személyek vezetőik szemében is hamarabb válhatnak nem kívánatosakká; az együttműködés, a „csapatjáték” hiánya, a problematikus interperszonális stílus, vagy akár az etikátlan viselkedések vezethetnek gyakoribb elbocsátásokhoz. E probléma tisztázására további kutatások, célzottabb kérdésfeltevés lenne szükséges.

Több forrásban is találunk arra vonatkozó utalást, hogy a szervezeti hierarchia felsőbb rétegei felé haladva a sötét vonások egyre magasabb értékeivel találkozunk. Bár e területen kevés empirikus eredmény áll rendelkezésünkre, azok azt sugallják, hogy a vállalatok, intézmények vezetői a sötét hármassal magasabb értékeivel jellemezhetők, mint a beosztottaik. A jelen kutatásban hozzáférhető nagy létszámú minta lehetőséget nyújtott arra, hogy ezt a hipotézist teszteljük. Eredményeink azt mutatják, hogy mindhárom vonás tekintetében különbség mutatkozik a szervezeti hierarchia különböző szintjein dolgozók között. Mindhárom vonás a munkatársi szinten mutatott a legalacsonyabb átlagértékeket. Az is látszik azonban elemzéseinkből, hogy csupán a narcizmus esetében találunk mindhárom szint között szignifikáns különbséget, vagyis a narcizmus kapcsán mondható el, hogy az a szervezeti ranglétrán felfelé haladva egyre magasabb értékeket mutat. A machiavellizmust és a pszichopátiát illetően azt állapíthatjuk meg, hogy a vezetői (közép-, illetve felső vezetői) és nem vezetői (munkatársi) pozícióban dolgozók pontszámai különböznek szignifikánsan, a két vezetői szint között e tekintetben nincs érdemi különbség.

A vizsgálat korlátai, következtetések, jövőbeli irányok

Bár vizsgálatunk viszonylag nagy létszámú résztvevővel zajlott, a rendelkezésre álló minta sajátosságai erősen korlátozzák az adatok általánosíthatóságát. Mintánkban ugyanis felülreprezentáltak a felsőfokú iskolai végzettségűek, a nők, illetve a munkatársi pozícióban dolgozók. Az e szempontokból kiegyensúlyozottabb mintavétel sokat adhatna hozzá a jövőbeni pontosabb, differenciáltabb elemzésekhez.

Vizsgálatunk eredményei azt mutatják, hogy magyar munkavállalóktól származó adatainkon is megmutatkoztak a nemzetközi kutatásokban felmutatott jellemző robusztus összefüggések: a sötét vonások közötti pozitív korrelációk, illetve a vonások tekintetében mérhető nemi különbségek. A munkahelyi demográfiai tényezők és a sötét vonások összefüggései terén is izgalmas eredményeket találtunk: a munkahelyváltások gyakoriságának összefüggése a sötét vonásokkal újszerű megfigyelésnek tekinthető. A szakirodalomban ugyanis voltak erre az összefüggésre vonatkozó predikciók, de az empirikus igazolás eddig nem állt rendelkezésre. A sötét vonások és a munkahelyi pozíció együtt járásaira vonatkozó eredményeknek is van újdonságértéke, ugyanis jelen vizsgálat módját adott ezen összefüggés nagy létszámú mintán, anonim vizsgálati helyzetben való tesztelésére; úgy, hogy mindhárom sötét vonás egy időben került felmérésre. Az eredmények értelmezésénél érdemes azonban figyelembe venni, hogy az egyes hierarchiaszinteken viszonylag nagy mértékű szórás mutatkozott a sötét vonások értékeiben.

A későbbi kutatások izgalmas iránya lehetne ezen összefüggések interakcióinak vizsgálata. Érdekes, és máig feltáratlan kérdés, hogy vajon milyen szegmensekben, milyen szakmacsoportokban támogatják a sötét vonások a leginkább a munkahelyi előmenetelt. A társaszerep-elmélet azt a dilemmát is felveti, hogy vajon a nők és a férfiak karrierútjára egyféle módon hatnak-e a sötét vonások. Egyelőre megválaszolatlan kérdés az is, hogy melyek a munkahelyi környezet azon jellegzetességei, amelyek gyakoribb munkahelyváltáshoz vezetnek a sötét vonások képviselői részéről, illetve, hogy vannak-e olyan munkaerőpiaci szegmensek, ahol ezek az összefüggések erőteljesebbek. E jelenségkör vizsgálatához fontos lenne módszertanilag elkülöníteni az önkéntes felmondásokat a szervezet irányából kezdeménye-

zett elbocsátásoktól. További előrevívő kutatási irány lehetne a sötét vonások magas értékeit mutató vezetők beosztottaik jóllétére, illetve munkahelyük különböző eredményességi mutatóira gyakorolt hatásainak átfogó elemzése.

Hivatkozott irodalom

- Babiak, Paul és Robert D. Hare (2013): *Kígyók öltönyben – Amikor a pszichopáták dolgoznak*. Budapest: Sclar.
- Babiak, Paol, Craig S. Neumann és Robert D. Hare (2010): Corporate Psychopathy: Talking the Walk. *Behavioral Science & the Law* 28: 174–193. DOI: <https://doi.org/10.1002/bsl.925>
- Bereczkei Tamás (2015): The Manipulative Skill: Cognitive Devices and Their Neural Correlates Underlying Machiavellian's Decision Making. *Brain and Cognition* 99: 24–31. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bandc.2015.06.007>
- Bereczkei Tamás (2016): *Machiavellizmus. A megtévesztés pszichológiája*. Budapest: Typotex.
- Bereczkei Tamás és Czibor Andrea (2018): Sötét vonások a munkahelyen. *Psychiatria Hungarica* 33(4): 359–373.
- Boddy, Clive R. (2010): Corporate Psychopaths and Organizational Type. *Journal of Public Affairs* 10(4): 300–312. DOI: https://doi.org/10.1057/9780230307551_9
- Bruck-Lee, Valentina, Haitham A. Khoury, Ashley E. Nixon, Angeline Goh és Paul E. Spector (2009): Replicating and Extending Past Personality/Job Satisfaction Meta-analyses. *Human Performance* 22(2): 156–189. DOI: <https://doi.org/10.1080/08959280902743709>
- Campbell, W. Keith, Brian J. Hoffman, Stacy M. Campbell és Gaia Marchisio (2011): Narcissism in Organizational Contexts. *Human Resource Management Review* 21: 268–284. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2010.10.007>
- Corzine, Janice B. (1997): Machiavellianism and Management: A Review of Single-Nation Studies Exclusive of the USA and Cross-National Studies. *Psychological Reports* 80(1): 291–304. DOI: <https://doi.org/10.2466/pr0.1997.80.1.291>
- Christie, Richard és Florence L. Geis, F (2013): *Studies in Machiavellianism*. Academic Press.
- Dahling, Jason J., Brian G. Whitaker és Paul E. Levy (2009): The Development and Validation of a New Machiavellianism Scale. *Journal of Management* 35(2): 219–257. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206308318618>
- De Vries, Manfred F. Kets és Danny Miller (1986): Personality, Culture, and Organization. *Academy of Management Review* 11(2): 266–279.
- Fehr, Beverly, Deborah Samson és Delroy L. Paulhus (1992): The Construct of Machiavellianism: Twenty years later. In *Advances in personality assessment* (Vol. 9). Charles D. Spielberger és James N. Butcher, (szerk.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 77–116.
- Foster, Joshua D., Keith W. Campbell és Jean M. Twenge (2003): Individual Differences in Narcissism: Inflated Self-Views Across the Lifespan and Around the World. *Journal of Research in Personality* 37(6): 469–486. DOI: [https://doi.org/10.1016/s0092-6566\(03\)00026-6](https://doi.org/10.1016/s0092-6566(03)00026-6)
- Fox, Suzy (2016): The Narcissistic Leader: The One We Love to Hate or Hate to Love? In *Human Frailties: Wrong Choices on the Drive to Success*. Ronald J. Burke, Suzy Fox és Carry L. Cooper (szerk.). London, UK: Routledge, 135–150. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315587424>
- Furnham, Adrian, Gillian Hyde és Geoff Trickey (2014): The Dark Side of Career Preference: Dark Side Traits, Motives, and Values. *Journal of Applied Social Psychology* 44(2): 106–114. DOI: <https://doi.org/10.1111/jasp.12205>
- Furnham, Adrian, Steven C. Richards és Delroy L. Paulhus (2013): The Dark Triad of Personality: A 10 Year Review. *Social and Personality Psychology Compass* 7(3): 199–216. DOI: <https://doi.org/10.1111/spc3.12018>
- Gable, Myron, Charles Hollon és Frank Dangello (1992): Managerial Structuring of Work as a Moderator of the Machiavellianism and Job Performance Relationship. *The Journal of Psychology* 126(3): 317–325. DOI: <https://doi.org/10.1080/00223980.1992.10543366>
- Gunnthorsdottir, Anna, Kevin McCabe és Vernon Smith (2002): Using the Machiavellianism Instrument to Predict Trustworthiness in a Bargaining Game. *Journal of Economic Psychology* 23(1): 49–66. DOI: [https://doi.org/10.1016/s0167-4870\(01\)00067-8](https://doi.org/10.1016/s0167-4870(01)00067-8)
- Hare, Robert D. (2004): *Kímélet nélkül – A köztünk élő pszichopáták sokkoló világa*. Budapest: Háttér.
- Jonason, Peter K. és Gregory D. Webster (2010): The Dirty Dozen: A Concise Measure of the Dark Triad. *Psychological Assessment* 22(2): 420. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0019265>

- Jonason, Peter K., Norman P. Li, Gregory D. Webster és David P. Schmitt (2009): The Dark Triad: Facilitating a Short-Term Mating Strategy in Men. *European Journal of Personality*. Published for the European Association of Personality Psychology 23(1): 5–18. DOI: <https://doi.org/10.1002/per.698>
- Jonason, Peter K., Serena Wee és Norman P. Li (2015): Competition, Autonomy, and Prestige: Mechanisms through which the Dark Triad Predict job Satisfaction. *Personality and Individual Differences* 72: 112–116. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.08.026>
- Jones, Daniel L. és Delroy L. Paulhus (2009): Machiavellianism. In *Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. Mark R. Leary és Rick H. Hoyle (szerk.). New York: Guilford, 93–108.
- Jones, Daniel N. és Delroy L. Paulhus (2010): Differentiating the Dark Triad within the Interpersonal Circumplex. In *Handbook of Interpersonal Psychology: Theory, Research, Assessment and Therapeutic Interventions*. Leonard M. Horowitz és Stephen Strack (szerk.). Hoboken, NJ: Wiley and Sons, 249–268.
- Jones, Daniel N. és Delroy L. Paulhus (2011): The Role of Impulsivity in the Dark Triad of Personality. *Personality and Individual Differences* 51: 670–682. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.04.011>
- Jones, Daniel N. és Delroy L. Paulhus (2014): Introducing the Short Dark Triad (SD3) a Brief Measure of Dark Personality Traits. *Assessment* 21(1): 28–41. DOI: <https://doi.org/10.1177/1073191113514105>.
- Judge, Timothy A., Ronald F. Piccolo és Tomek Kosalka (2009): The Bright and Dark Sides of Leader Traits: A Review and Theoretical Extension of the Leader Trait Paradigm. *The Leadership Quarterly* 20(6): 855–875. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.09.004>
- Kowalski, Christopher M., Philip A. Vernon és Julie A. Schermer (2017): Vocational Interests and Dark Personality: Are There Dark Career Choices? *Personality and Individual Differences* 104: 43–47. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.07.029>
- Láng András, Birkás Béla, Martin László, Nagy Tünde és Kállai János (2018): Schizotypal Traits and the Dark Triad from an Ecological Perspective: A Nonclinical Sample Study. *Psychological Reports* 121(6): 996–1012. DOI: <https://doi.org/10.1177/0033294117742655>
- LeBreton, James M., John F. Binning és Anthony J. Adorno (2006): Subclinical Psychopaths. In *Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology, Volume 1*. Jay C. Thomas és Daniel L. Segal (szerk.). Hoboken, NJ: Wiley and Sons, 388–411.
- Mathieu, Cynthia, Craig S. Neumann, Robert D. Hare és Paul Babiak (2014): A Dark Side of Leadership: Corporate Psychopathy and its Influence on Employee Well-being and Job Satisfaction. *Personality and Individual Differences* 59: 83–88. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.11.010>
- O’Boyle, Ernest H., Donelson Forsyth, George C. Banks és Michael A. McDaniel (2012): A Meta-analysis of the Dark Triad and Work Behavior: A Social Exchange Perspective. *Journal of Applied Psychology* 97(3): 557–579. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0025679.supp>
- Paál Tünde (2014): A Sötét Hármás. A narcizmus, a machiavellizmus és a pszichopátia evolúciós gyökerei. In *Az evolúció árnyoldala. A lelki betegségek és az alternatív szexualitás darwini elemzése*. Gyuris Petra, Meskó Norbert és Tisljár Rolnád (szerk.). Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Paulhus, Delroy L. és Kevin M. Williams (2002): The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy. *Journal of Research in Personality* 36(6): 556–563. DOI: [https://doi.org/10.1016/s0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/s0092-6566(02)00505-6)
- Smith, Sarah F. és Scott O. Lilienfeld (2013): Psychopathy in the Workplace: The Knowns and Unknowns. *Aggression and Violent Behavior* 18(2): 204–218. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.avb.2012.11.007>
- Sosik, John J., Jae UK Chun és Weichum Zhu (2014): Hang on to Your Ego: The Moderating Role of Leader Narcissism on Relationships Between Leader Charisma and Follower Psychological Empowerment and Moral Identity. *Journal of Business Ethics* 120(1): 65–80. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1651-0>
- Spain, Seth M., Peter D. Harms és James LeBreton (2014): The Dark Side of Personality at Work. *Journal of Organizational Behavior* 35: 41–60. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.1894>
- Spurk, Daniel, Anita C. Keller és Andreas Hirschi (2016): Do Bad Guys Get Ahead or Fall Behind? Relationships of the Dark Triad of Personality with Objective and Subjective Career Success. *Social Psychological and Personality Science* 7(2): 113–121. DOI: <https://doi.org/10.1177/1948550615609735>
- Szabó Zsolt P., Czibor Andrea, Restás Péter és Bereczkei Tamás (2018): ‘The Darkest of All.’ The Relationship between the Dark Triad Traits and Organizational Citizenship Behavior. *Personality and Individual Differences* 134: 352–356. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.04.026>
- Szép Anna, Mirnics Zsuzsanna, Ferenczi Andrea és Kövi Zsuzsanna (2018): A sötét triád idő-és személyiségprofilja. *Psychologia Hungarica* 1: 58–91. DOI: <https://doi.org/10.12663/PSYHUNG.6.2018.1.4>
- Vredenburg, Donald és Rita Shea Van-Fossen (2010): Human Nature, Organizational Politics and Human Resource Development. *Human Resource Development Review* 9(1): 26–47. DOI: <https://doi.org/10.1177/>

1534484309343094

Zettler, Ingo, Niklas Friedrich és Benjamin E. Hilbig (2011): Dissecting Work Commitment: The Role of Machiavellianism. *Career Development International* 16(1): 20–35. DOI: <https://doi.org/10.1108/136204311111107793>

Restás Péter

pszichológus, tanársegéd, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Szabó Zsolt Péter

adjunktus, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Czibor Andrea

pszichológus, adjunktus, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Restás Péter – Szabó Zsolt Péter – Czibor Andrea

A munkahelyi elvándorlási szándék pszichológiai okai

Absztrakt: Tanulmányunkban az elvándorlási szándék szervezetpszichológiai irodalmának feldolgozását kísérjük meg. A nemzetközi irodalom áttekintése mentén sorra vesszük azokat a főbb elméleti konstrukciókat, amelyekkel az elvándorlási szándékot kapcsolatba hozták. A jelenséget magyar nyelven nemigen tárgyalták, ezért a tanulmány fontos lehet a magyar nyelvű szervezeti irodalomban. Az elvándorlási szándék tárgyalását négy lépésben végezzük el. Első lépésben azokat a személyes faktorokat vesszük szemügyre, amelyek a munkavállaló attitűdjéből, képességeiből, személyes élethelyzetéből, szervezethez való elköteleződéséből és elégedettségéből fakadnak. Második lépésben a szervezeti faktorokat tárgyaljuk, amelyek fölött az egyéni munkavállalóknak viszonylag kevés kontrollja lehet, ám mégis a szervezet egészét befolyásolják. Harmadik lépésben a társas faktorokat, a szervezet-egyén interakció alapján kialakuló hatásokat ismertetjük, amelyek kihatnak mind a szervezet általános működésére, mind a munkavállaló egyéni pszichológiai folyamataira. Végezetül az elvándorlási szándék szervezeti és egyéni költségeit vesszük sorra – hogy melyek azok nyílt vagy rejtett költségek, amelyek a szervezetet sújtják, ha értékes és jól képzett munkavállalói elvándorolnak; illetve hogy milyen költségei vannak az elvándorlásnak a munkavállaló szempontjából. Az elvándorlási szándékot az irodalmi feldolgozás alapján egy olyan jelenségként tételezzük, amely az egyén és a szervezet között meglévő pszichológiai kapcsolat minőségétől függ – a szervezetek számára ez azt jelenti, hogy ezt a kapcsolatot kell minél inkább erősíteni akkor, amikor a számára fontos munkavállalókat meg kívánja tartani.

Kulcsszavak: elvándorlási szándék, munkavállalók megtartása, személy-szervezet kapcsolat, irodalmi áttekintés

A munkahelyi elvándorlási szándék (*turnover intention*) jelenségének vizsgálata több évtizede a nemzetközi szervezetpszichológiai szakirodalom egyik fontos kérdése: a jelenség definiálása, vizsgálata, okainak feltárása, illetve a munkavállalók megtartásának kérdése az '50-es évek óta (pl. March és Simon 1958) foglalkoztatja a kutatókat. Nemzetközi kutatottsága ellenére a jelenség magyar nyelvű tárgyalása a mai napig szinte érintetlen területnek számít – leszámítva talán az egészségügyi szakmákban megfigyelhető pályaelhagyás kérdéseinek vizsgálatát (pl. Ujváriné 2010). A munkahelyek számára egyre fontosabbá válik a munkavállalók megtartása és minél hatékonyabb integrálása.

A munkahelyi elvándorlási szándékot előjáróban úgy definiáljuk, hogy a személy – egyéni vagy szervezeti okok miatt – a szervezet tudatos elhagyása mellett dönt. Amennyiben pedig nincs valós lehetősége, visszahúzódik a kötelező feladatokon túli tevékenységek végzésétől. A munkahelyi elvándorlás a szervezetek számára negatív jelenség abban az esetben, ha nem kívánt folyamatról van szó, azaz értékes, jól képzett munkaerő hagyja el a szervezetet. Az egyre növekvő munkaerőhiány a mai szervezetek egyik legfontosabb problémája, ezért proaktívnak kell lenniük (Dawley és mtsai. 2010), ehhez pedig ismerniük kell azokat a lehetséges faktorokat, amelyek segíthetnek a munkavállalók megtartásában.

Néhány év óta Magyarországon is világos trendként mutatkozik, hogy a szervezetek egyre többször találkoznak a magas munkavállalói fluktuációval és a tehetséges munkatársak elvándorlásának problémájával. 2017-ben a munkavállalói elkötelezettség növelése mellett a HR legfontosabb feladatoként határozták meg a munkaerő megtartását (Barna 2017). A szervezetek legfontosabb erőforrásai a munkát végző emberek; elégedett és elkötelezett munkavállalók nélkül a szervezet nem lehet sikeres (Mosadeghrad, Ferli és Rosenberg 2008). A szervezetek versenyelőnyéhez magasan elkötelezett és bevonódott munkavállalók szükségesek, ezért az utóbbi években igyekeznek jó választásként feltűnni a munkavállalók szemében (Joo és Park 2010). Az elvándorlási szándék jelenségének tárgyalása során a munkavállalók megtartásának kérdését is érintjük. Az alábbiakban tehát sorra vesszük azokat a legfontosabb személyes, szervezeti és társas faktorokat, amelyek befolyásolhatják a munkavállaló elvándorlását vagy bennmaradását. Ezen faktorok alapján arra a kérdésre próbálunk választ adni, mit tehet a szervezet annak érdekében, hogy hasznos munkavállalóit minél tovább meg tudja tartani.

Elvándorlási szándék: átfogó tanulmányok

Az elvándorlási szándékot rendkívül sok változóval hozták összefüggésbe, a metaelemzések ezért fontos támpontként szolgálhatnak. Mobley és mtsai. (1979) az elégedettséggel való összefüggést hangsúlyozták, továbbá azokra a változókra helyezték a hangsúlyt, amelyek az egyén kognitív folyamatait olyan irányba terelhetik, hogy az elvándorlás mellett dönt. Cotton és Tuttle (1986) 26 különböző változót találtak, amelyeket összefüggésbe hoztak az elvándorlási szándékkal. 120 adattáblát tekintettek át, és az elvándorlással kapcsolatos korrelátumok alapján három nagy csoportba osztották a változókat: (1) külső faktorok, (2) munkához kapcsolódó és strukturális faktorok, valamint (3) a munkavállaló személyes karaktere. A külső faktorokba olyan okokat soroltak, mint a foglalkoztatáshoz kapcsolódó

percepciók, munkanélküliségi ráta, gyarapodási ráta, illetve szakszervezeti jelenlét. A munkához kapcsolódó okok közé sorolnak olyanokat, mint a fizetés, munkateljesítmény, szereppontosság, repetitív munka, általános munkával való elégedettség, fizetéssel való elégedettség, munkával való elégedettség, vezetővel való elégedettség, munkatársakkal való elégedettség, előrejutással való elégedettség, elköteleződés. A személyes változók közé pedig az életkor, munkaévek, nem, élettrajzi információk, végzettség, családi állapot, ellátottak száma, készség és képesség, intelligencia, viselkedéses intenciók, elvárások kerültek.

Tett és Meyer (1993) 178 mintát használtak 155 különböző tanulmányból, amelyek első sorban az elégedettség és az elköteleződés jelenségét vizsgálták. Az eredmények azt mutatták, hogy az elégedettség és elköteleződés egymással erős pozitív korrelációt mutat, mindegyik előrejelzi az elvándorlási szándékot, ám a kettő közül az elégedettség erősebben. Az elvándorlási szándékot olyan kognitív komponensként értelmezték, amelyet a szervezet elhagyásának jó prediktoraként definiáltak.

Holtom és mtsai. (2008) az elvándorlási szándék kutatásának időbeli alakulását ismertették. Alapvetően két korszakot határoztak meg: az első az 1985–1995, a második pedig az 1995–2008 közötti időszakot fogja át. Az első korszakra jellemző, hogy a korábbi, '60-as évektől datálódó kutatásokkal ellentétben ekkor kezdett megjelenni a kontextuális hatások és a főként negatív, személyes változók, mint például a szervezetben megélt stressz vizsgálata. Míg a korai kutatások legfeljebb olyan kontextuális aspektusokkal foglalkoztak, mint a szervezet, illetve a munkacsoport mérete, ebben a korszakban már olyan komplexebb jellegzetességek is megtárgyalásra kerültek, mint a kultúra, a csoportkohézió, a szervezeti jutalmazó rendszer, a nemi összetétel vagy a demográfia. Szintén erre a korszakra jellemző az olyan változók mérésének megjelenése, mint az egyén-szervezet illeszkedése vagy a mentorálás. Az 1995–2008 közötti időszakban jelentős elméleti előrelépések történtek, ám ennek ellenére az elvándorlási jelenségnek még mindig csak egy kis százalékát voltak képesek megmagyarázni. Előkerültek emellett olyan elméletek, amelyek a személyiség valamilyen jellemzőjét vették górcső alá, pl. hogy a Big 5 lelkiismeretesség faktor negatívan korrelál az elvándorlással, vagy hogy az alacsony önmonitorozás és az alacsony kockázatkerülés munkahelyelhagyást eredményezhet.

Az átfogó elemzésekből kiderül, hogy az elvándorlás jelenségét nehéz egy jól körülhatárolt okcsoport köré szervezni. Egyaránt találhatók egyéni, szervezeti és a személy-szervezet pszichológiai kapcsolódásából származó okok. A számtalan elmélet ellenére az elvándorlási szándék pontos magyarázata és előrejelzése ma is nehéz feladat. Az elméletek azonban követik a jelenség összetettségét, és egyre több aspektust képesek kezelni. Ennek egyik jó példája az egyén-szervezet között meglévő pszichológiai kapcsolat jelensége.

Az alábbi fejezetekben követni fogjuk azt a változást, ahogyan a kutatók az egyéni változók vizsgálatától eljutottak az elvándorlás társas-interakciós szemléletéig. Mi magunk úgy véljük, a munkavállalók sikeres megtartásához hozzájárul a jó egyén-szervezet pszichológiai kapcsolat is.

Személyes faktorok

A személyes faktorok mentén a legtöbbször az elégedettséggel és az elköteleződéssel való kapcsolatra hivatkoznak a kutatók (pl. Igbaria és Guimares 1999; Joo és Park 2010). A leg-

több tanulmány a munkavállaló szervezettel való kapcsolatát e két szervezeti jelenség mentén próbálta megragadni. Shore és Martin (1989) szerint az elköteleződés erősebben kapcsolódik az elvándorláshoz, mint az elégedettség. Vizsgálatukban a munkavállalói attitűdöket kötötték össze a munkahelyi kimenetekkel, és ez alapján azt találták, hogy az elköteleződés fontos prediktor a munkahelyi attitűdök és viselkedés előrejelzésében.

Chang (1999) a karrierelköteleződés fogalmát helyezte a középpontba a szervezeti elköteleződés és az elvándorlási szándék komplex moderátoraként. A szervezeti kötődést úgy definiálja, mint az előzetes munkavállalói elvárások beteljesedését a munkahelyen. Úgy találta, hogy a pszichológiai szerződés szintén befolyásoló tényező – ez nem más, mint a munkavállaló meggyőződése a közte és a munkahely között fennálló kölcsönös kötelezettségekről. Az elvándorlás ennek megfelelően a munkavállaló és munkahely közötti kapcsolat megromlásának indikátora lehet.

Mosadeghrad, Ferli és Rosenberg (2008) komplex képet rajzoltak fel az elköteleződés kapcsán. Az elköteleződést szerintük több faktor is befolyásolhatja: (1) Egyéni faktorok: életkor, nem, párkapcsolati státusz, személyiség, oktatás/végzettség, intelligencia, valamint az egyéni képességek. (2) Társas faktorok: a kollégákkal való kapcsolat, csoportmunka és norma, az interakció lehetőségei. (3) Kulturális faktorok: az attitűdök, meggyőzések és értékek. (4) Szervezeti faktorok, ezek közé tartozik a szervezeti struktúra, az előírások és gyakorlatok, a felügyelet, vezetési stílusok, vezetési rendszer, munkakörülmények. Ezeken túl vannak (5) környezeti, gazdasági, társas, technikai stb. tényezők is.

Maertz és Griffeth (2004) tanulmányukban nyolc motiváló erőt sorolnak fel, ami befolyásolhatja, hogy megy vagy marad a munkavállaló. Ezen aspektusokat alapvetően az egyéni munkavállaló szempontjából fogalmazták meg, és viszonylag széles skálát fednek le. A nyolc motiváló erő a következő:

1. Affektív-hedonisztikus: a munkavállaló a legkellemesebb, a legnagyobb örömet és kielégülést jelentő eredmény felé mozdul. Ha jól érzi magát, akkor marad a szervezetben.
2. Kalkulatív: a munkavállaló itt a szervezeti tagság jövőbeli előnyeit mérlegeli. Alapvetően nem érzelmi alapú, mint az előző. Elképzelhető, hogy nem talál örömet a munkájában, de kitart és marad, mert pl. a karrierje szempontjából előnyösnek gondolja azt.
3. Szerződéses: ebben az esetben a munkavállaló által vállalt kötelezettség, illetve a pszichológiai szerződés kerül a középpontba. A szervezet és egyén között meglévő szerződés megtartása, illetve megszegése kapcsán zajló folyamatok tartoznak ide.
4. Viselkedéses: a munkavállaló a szervezet elhagyásának kézzelfogható költségét mérlegeli – mennyiben jár jobban, ha marad, illetve ha új munkahely keresésére fordítja az energiáit.
5. Alternatíva: a munkavállaló azon vélekedései tartoznak ide, melyek a lehetséges másik munka kapcsán merülnek fel. A váltásból adódó félelmek, szorongások és az új munkalehetőségek között feszülő döntések.
6. Normatív: a család, illetve a barátok véleménye az elvándorlás tényével kapcsolatban.
7. Morális: az elvándorlásra vonatkozó általános értékekkel való konzisztencia – miként vélekednek a munkavállaló környezetében élők a munkahelyváltásról.
8. Valahová tartozás: a munkahelyen dolgozókhoz való kötődés, a tőlük való elszakadás okozta érzelmi viharok költségeinek mérlegelése.

Az egyéni faktorok vizsgálata az elvándorlási szándék megértésének első lépéseit jelenti. Az egyéni okok viszont a munkavállalók különbözősége és helyzetük sajátosságai miatt rendkívül változatos képet mutathatnak, ezért kizárólag egyéni faktorok mentén nem magyarázható pontosan az elvándorlási szándék. Ráadásul az elvándorlás csökkentését célzó intézkedések sem lehetnek hatékonyak, amennyiben egyénenként különböző stratégiákat követ a szervezet. A következőkben olyan szervezeti faktorokat ismertetünk, amelyek a munkahely mint társas rendszer működéséből származnak, és a szervezetben tevékenykedő minden munkavállalóra hatással vannak.

Szervezeti faktorok

A szervezeti faktorok közé azok a hatások tartoznak, amelyekhez a munkavállalónak alkalmazkodnia kell a mindennapi munkavégzés során. Nincs felettük direkt kontrollja az egyénnek, de képesek megkönnyíteni vagy megnehezíteni a szervezeti munkavégzést. Ilyenek lehetnek például a szervezeti kultúra, a HR-gyakorlatok, az etikai klíma, valamint a vezetési stílusok.

A kultúra egy olyan viselkedésszabályozó közeg, amely hatással van a szervezeti tagok viselkedésére, érzelmi és gondolkodási folyamataira (Schein 2004: 3). A kultúra a szervezet egészére kiterjed, és nem hagyhatjuk figyelmen kívül, amikor a szervezeti viselkedéseket tárgyaljuk. MacIntosh és Doherty (2010) a szervezeti kultúra elégedettségre és munkahely-elhagyásra való hatását vizsgálták. A szervezeti kultúrát úgy definiálták, mint értékek, meggyőződések és feltételezések összessége, amely segít vezérelni és koordinálni a szervezeti tagok viselkedését. Egy társas irányító rendszer, amely az értékek és a meggyőződések mentén gyakorol hatást a benne lévők pszichológiai dinamizmusaira. Úgy találták, hogy a kultúrához való illeszkedés alapvetően befolyásolhatja az elvándorlási szándékot. Vandenberghe (1999) a szervezeti kultúra és a személyi kultúra illeszkedése és az elvándorlás kapcsolatát vizsgálta. Az értékegyezés fogalma kapcsán azt vizsgálta, hogy a munkavállalók milyen mértékben sajátították el a kultúra szabályait. Azt találta, hogy az értékegyezés mértéke alapján megalapozott jósolatokat lehet tenni az elvándorlási szándékról. A kultúra a szervezet értékeit, világlátását és misszióját is magában foglalja – a kultúrához való illeszkedést ezért értékegyezésként is felfoghatjuk. Van Vianen, De Pater és Van Dijk (2007) a munka, illetve a személyes értékek összhangja és az elvándorlási szándék közötti kapcsolatot mutatták ki. A munkavállalók akkor hagyják el a szervezetet, ha értékeik és egyéni jellegzetességeik nem egyeznek a szervezet értékeivel. Az értékeket úgy definiálták, mint egy egyén által birtokolt tudatos vágyat, amely magában foglalja a preferenciákat, érdeklődést, motivációt és célokat. Ennek vizsgálatára háromféle értékskálát különítettek el. (1) Munkaértékek: idetartoznak a meggyőződések az elvárt munkahelyi viselkedésről, társadalmi hasznosság, értelemmel teli munka. (2) Instrumentális értékek: a vágyott célok elérése, a munkából származó előnyök, munkahelyi biztonság és sikeresség tartoznak ide. (3) Affektív értékek: érzések és érzelmek kimutathatósága a munkavégzés közben, boldogság, jó emberi kapcsolatok, barátságok a munkahelyen.

A kultúra egyik lényeges aspektusa a tanulás és változásra való képesség. Amennyiben egy szervezet képes és akar tanulni a korábban elkövetett hibákból, esetleg módosítani a már működő folyamatokat, az szintén hatással lehet a munkavállalók elvándorlási szándékára (Joo 2010). Egan, Yang és Bartlett (2004) a tanulási kultúra hatását vizsgálták az elégedettség, a motiváció és az elvándorlási szándék viszonylatában. Azt találták, hogy az elégedettség és a tanulási kultúra negatívan korrelált az elvándorlási szándékkal. A szervezeti tudás és annak

menedzsmentje fontos szervezeti erőforrás – a tanulásra hajlamos szervezetek tehát növelni tudják az elégedettséget és ezzel egy időben csökkenteni az elvándorlási szándékot.

Az etikai klíma szintén fontos szerepet játszik a szervezeti viselkedések meghatározásában. A munkavállaló megítélése a szervezeti működések etikus voltáról hatással lehet az elvándorlási szándéokra. Schwepker Jr. (2001) az etikai klíma viszonyát vizsgálta az elégedettség, elköteleződéssel és elvándorlással összefüggésben. A klíma itt arra utal, ahogyan a szervezet a rutinviselkedéseket és -cselekvéseket operacionalizálja, ahogyan elvárja, támogatja vagy jutalmazza azokat. Jaramillo, Mulki és Solomon (2006) az etikai klíma hatását vizsgálták a szerepstressz, munkával kapcsolatos attitűd, elvándorlási szándék és munkateljesítmény kapcsolatában. A munkával járó stressz és a munkához kapcsolódó attitűd az a két mechanizmus, amely egy etikus klíma esetén alacsony elvándorlási szándékhoz és magasabb teljesítményhez vezet. Az etikus klíma alacsonyabb szerepkonfliktushoz és magasabb elégedettséghez vezet, amely csökkenti az elvándorlási szándékot és növeli az elégedettséget.

Nadiri és Tanova (2010) az igazságosság szerepét vizsgálták az elvándorlási szándék kapcsán. A szervezeti igazságosság hatással van az elégedettségre. Az általános korrektség (*fairness*) pozitív munkavállalói attitűdöt alakít ki, a szervezeti igazságosságnak tehát hatása van az elvándorlásra, az elköteleződésre, a szervezeti polgár viselkedésére és az elégedettségre.

A HR-gyakorlatok olyan kézzelfogható, szervezeti szintű intézkedéseket foglalnak magukban, amelyek a munkavállaló mindennapi szervezeti életét érintik, ezáltal hatással lehetnek az elvándorlási szándék kialakulására. Sheridan (1992) szerint a kiválasztás, az áthelyezések gyakorlata, az előléptetések és a jutalmazó rendszerek mind-mind komoly hatással vannak a munkavállaló elvándorlási döntéseire. A különböző stratégiák különböző pszichológiai klímát hozhatnak létre, amelyek eltérő elköteleződési és elvándorlási szinteket eredményezhetnek a munkavállalóknál. Shaw és mtsai. (1998) szerint a HR-gyakorlatok befolyásolhatják a kilépési szándékot, hiszen az elbocsátások, leépítések, a nem megfelelően történő kiválasztás hatással vannak a munkavállalók szervezeti mindennapjaira. Poon (2002) szerint az értékelési elvek szintén hatással vannak az elégedettségre és az elvándorlásra. Amennyiben a munkavállaló azt észleli, hogy a munkáját minősítő vezető nem korrekt módon végezte az értékelést, az csökkenti az elégedettséget és megnövekedett elvándorlási szándékhoz vezethet. Lam, Lo és Chan (2002) szerint a tréning, a családi összejövetelek, a jó mentorok kiválasztása, a munkakör gazdagítása mind jó lehetőségek az újonnan jött munkavállalók megtartására és elköteleződésük fenntartására. A jó szervezeti kapcsolatok csökkentik az elvándorlási szándékot, hiszen csökkenthetik a munkahelyi stresszt, növelhetik az elégedettséget, erősítik a motivációt és ösztönzik a jobb teljesítmény elérését. A HR-tevékenység mentén kialakított szervezeten belüli kapcsolatok az új munkavállalók szervezetbe történő integrálása során is fontos szerepet töltenek be. Az új munkavállalók a szervezeti kapcsolatokon keresztül releváns információkat szerezhetnek a szervezetről és a benne betöltött szerepükről – csökkentve ezzel a szervezeti mindennapokban felbukkanó bizonytalanságokat és kétértelműségeket.

A vezető szerepe

A vezető lényeges elemként jelenik meg, amikor az elvándorlási szándék lehetséges okait vizsgáljuk. Jaramillo és mtsai. (2009) a szolgálo típusú vezetés hatását vizsgálták az elvándorlási

szándékra. A szolgáló típusú vezetés hasznos lehet abban az esetben, ha a szervezet működése etikátlannak tűnik a munkavállaló szemében – az ilyen típusú vezető képes a szervezeti és az egyéni érték különbségeiből adódó feszültségek felszámolására. A munkavállalók szívesebben viszonzózzák az őket előnyben részesítő vezetési stílusokat. Babalola, Stouten és Euwama (2016) azt vizsgálták, hogy az etikus vezetés milyen módon tudja csökkenteni a folyamatos szervezeti változások okozta feszültségeket, csökkentve ezzel az elvándorlási szándékot.

A vezető a társas rendszerekben egy olyan kiemelt jellegű szereplő, aki a szervezeti események értelmezése kapcsán alapvető igazodási pontként szolgál a munkatársak számára. A mindennapi eseményeket „előértelmezi” viselkedésével az általa irányított beosztottak számára (Smircich és Morgan 1982). Ebből a szempontból a vezető olyan karmester, aki ritmust és koordinációt adhat a munkahelyi tevékenységeknek. Amennyiben ezzel a képességgel nem él vagy visszaél, az megnövelheti az elvándorlási szándékot a beosztottjai körében.

A szervezeti szintű jelenségek tehát egy újabb árnyalatot jelentenek a munkavállalói elvándorlási szándék jelenségének felvázolásában. A munkavállaló egyéni helyzete, képessége és lehetőségei mellett a szervezeti szintű működések szintén befolyásolják a szándék kialakulását. A szervezeti szintű folyamatokhoz az egyéni munkavállalónak valamilyen módon hozzá kell szoknia, ahhoz illeszkednie kell. Az egyén-szervezet illeszkedés minősége az elvándorlás egyik fő oka lehet. A munkavállaló és a szervezet között meglévő inkonzisztencia, értékkülönbözés és az eltérő célok mind olyan faktorok lehetnek, amelyek a szervezet elhagyására készíthetik a munkavállalót. Az elvándorlás kérdése tehát a szervezeti változók bevezetésével tovább bonyolódik – nemcsak a munkavállaló saját élethelyzete, hanem kulturális változók is befolyásolják az egyén-szervezet kapcsolat alakulását. Az „egyszerű” illeszkedéses elképzelésen túl még egy szintet, az egyén-szervezet társas interakciót is vizsgálhatjuk. Ezen elképzelés szerint az egyén és a szervezet kölcsönhatásban állnak egymással: egymást alakítják a mindennapi interakcióikban.

Társas faktorok

A szervezetet egy társas-társadalmi térnek foghatjuk fel, amely folyamatosan alakul a benne dolgozók interakciói mentén, a munkavállalót pedig egy olyan ágensnek, aki ebben a társas-társadalmi térben a munkavégzésen túl saját identitását és pszichológiai dinamizmusait is kialakítja (Giddens 1991). Az alább ismertetésre kerülő társas faktorok olyan jelenségeket foglalnak magukban, amelyek az egyén-szervezet pszichológiai kapcsolódásának minőségéből vezetnek le az elvándorlási szándékot. Idetartoznak a társadalmi tőke, a társas identitás, a szervezeti azonosulás és a társas hálózatok.

A társadalmi tőke a szervezetekben létrejövő érték, amelyet a munkavállalók mindennapi interakciója alakít ki. A társadalmi tőke fogalma alapján úgy gondolhatunk a munkahelyi szervezetre, mint a munkát végző emberek sajátos hálózatára. A hálózatban történő interakció során az egyének időt és energiát fordítanak arra, hogy más munkavállalókkal való kapcsolataikat gondozzák. Ennek az energiabefektetésnek az eredménye a társadalmi tőke (Dess és Shaw 2001). Ez egy szervezetben megtermelt erőforrás, amely csak az adott társas hálózat sajátja. Nem csak arról van szó, hogy jó a viszony a kollégák között, hanem arról is, hogy egy olyan specifikus erőforrást termelnek ki a munkavállalói interakciók, amely alapvetően befolyásolja a szervezet működését.

Dess és Shaw (2001), valamint Shaw, Johnson és Lockhart (2005) az elvándorlás, társadalmi tőke és szervezeti teljesítmény közötti összefüggést vizsgálták. A munkavállalók által létrehozott társas hálózat épsége összefüggésben volt az elvándorlással. A munkavállalók a mindennapi interakciók során bizonyos mértékben beágyazódnak ebbe a társas hálózatba, ezáltal olyan pszichológiai biztosítékokra tesznek szert, amely segíti őket a szervezeti mindennapokban. Holtom és mtsai. (2008) szerint a munkavállalói elvándorlási döntéseket jobban meg tudjuk érteni, amennyiben figyelembe vesszük az interperszonális, kapcsolati, társas és csoportdinamikákat. A társas hálózatok és az egyének beágyazódásának vizsgálatával megmagyarázható, miért marad valaki vagy miért megy el a másik.

Mossholder, Settoon és Henagan (2005) a társas csere elméletét alapul véve az elvándorlás kapcsolati aspektusát vizsgálták a munkahelyi szervezetekben. Az alacsony minőségű kapcsolatok magas elvándorláshoz vezetnek. Moynihan és Pandey (2007) a társas hálózatot, a személyi és a szervezeti értékek illeszkedését és az elvándorlási szándékot hozták összefüggésbe. A munkavállalók a szervezeten belül és kívül egy társas hálózat részét alkotják, amely hálózatok befolyással vannak az attitűdökre és a viselkedésre. Az erős munkahelyi hálózat hatását a jó kapcsolatokban a más munkavállalók irányába érzett elkötelezettségben lehet tetten érni. Az ilyen kapcsolatokkal rendelkező munkavállaló inkább érzi magát a szervezet részének, és nagyobb valószínűséggel marad benn a szervezetben. A személy-szervezet illeszkedés tehát befolyásolja az elvándorlási szándékot – a jó illeszkedés hosszabb távú elköteleződést is jelent. Moynihan és Pandey (2007) úgy tekintenek az elvándorlási szándéokra, mint a szervezeten belüli és kívüli hálózatok egymáshoz arányuló erőire: mennyire erős az egyén munkahelyi hálózattal való kapcsolata, és ezzel párhuzamosan mennyire erős a szervezeten kívüli más hálózatok vonzóereje az egyén számára.

Morrison (2008) szerint a negatív szervezettel való kapcsolatokról beszámolók kevésbé voltak elégedettek, alacsonyabb elköteleződésről adtak számot, azok egy kevésbé kohezív munkacsoport tagjainak látták magukat: ez mind növelte az elvándorlási szándékot. A szerző konceptualizálja a negatív munkahelyi kapcsolatokat, amelyek felfogása szerint olyan interakciók, amelyek sértik a szervezeti normákat és a kölcsönös tiszteletet.

A társas hálózatok és társadalmi tőke gondolata mentén életszerű képet alkothatunk arról, hogy a szervezetek első látásra hétköznapiak tűnő működései mennyire lényegesek lehetnek a munkavállalók elvándorlási szándékának alakulásában. Az elmélet segítségével a szervezetet egy élő és dinamikus organizmusként foghatjuk fel, amely működése során a munkavállalók nem egyszerűen a szervezethez kapcsolódnak, hanem egymáshoz is, egy sajátos pszichológiai és viselkedési teret hozva létre. Az elvándorlási szándék kialakulására tehát nemcsak az egyéni jellemzőknek és a szervezeti sajátosságoknak van hatása, hanem az élő szervezetben történő változásoknak is. A szervezet számára kulcsfontosságú hálózati szereplők elvesztése károsítja a társas hálózat szövetét (Shaw, Johnson és Lockhart 2005), ez azt jelenti, hogy egy nem kívánt elvándorlás a szervezet bennmaradt tagjainak a helyzetét is megváltoztathatja. Ilyen interakciós hatásokra utalunk akkor, amikor a társas hatásokat megkülönböztetjük a szervezeti és egyéni faktoroktól.

A társas faktorok egy másik lényeges aspektusa a szervezeti azonosulás (identifikáció). A szervezeti azonosulás fogalma a szociálpszichológiai irodalomból származik, ám egyre több kutató kezdte alkalmazni az elvándorlási szándék megértésére. Az azonosulás folyamata mentén képet alkothatunk arról, hogy miként válik az egyén énképének részévé a munkahelyi szervezet, amelyben dolgozik. A jól azonosuló egyén a szervezet által vallott értékeket, világnézetet, célokat ön maga meghatározására használja. Ez a pszichológiai kapcsolat az, amely

befolyásolja az elvándorlási szándékot (Cole és Bruch 2006). Minél kiforrottabb ez a pszichológiai kapcsolat, annál kevésbé valószínű, hogy a személy az elvándorlás mellett dönt. Van Dick és mtsai. (2004) szerint az elvándorlás jelensége magyarázható az identifikációval és az elégedettséggel. A társas identitás egy fontos elmélet az egyéni viselkedés megértésére. Az egyén a csoportja érdekében cselekszik, hiszen a csoport hozzájárul az identitásához, amely az egyén önbecsüléséhez is hozzájárul. Cole és Bruch (2006) a szervezeti identitás, az identifikáció és elköteleződés elvándorláshoz való viszonyát vizsgálták. Több mint 10 000 munkavállaló került be a mintába. A fő eredményük szerint az erős szervezeti identitás, a szervezeti identifikáció és az elköteleződés befolyásolhatja az elvándorlási szándékot, attól függően, hogy a személy a hierarchia mely szintjén helyezkedik el. De Moura és mtsai. (2009) az identifikációt mint egy szervezeti horgonyt azonosították. Az identifikáció és az elégedettség olyan fontos szervezeti kapcsolódási pontok, amelyek csökkentik az elvándorlási szándék valószínűségét.

A szervezeti azonosulás és társadalmi tőke mentén az egyén és a szervezet közötti pszichológiai kapcsolat fontosságáról beszélhetünk. A szakirodalom több mint fél évszázados alakulása során jól látható lépésekben jutott el az egyéni faktoroktól az összetett társas hatásokig. Ezen elgondolásokban már nem pusztán egyéni mutatóként gondolunk a munkavállaló szervezethez fűződő kapcsolatára, hanem a dinamikusan alakuló társas világhoz való illeszkedés idő- és energiaigényes folyamatként. A szervezeti törekvések egyik sarokpontja lehet a munkavállaló szervezethez történő minél hatékonyabb kapcsolódásának elősegítése.

Az elvándorlás hatásai szervezeti és egyéni szinten

Az elvándorlás a szervezetek és a munkavállalók számára egyaránt költségekkel járhat. Hancock és mtsai. (2011) az elvándorlás szervezeti következményeként olyan aspektusokat tartanak számon, mint a szervezeti teljesítmény csökkenése, a profitkiesés, a vevőszolgálatok minőségének romlása stb. Továbbá olyan negatív kimenetekhez is vezethet, hogy az elveszített emberi erőforrás felborítja a mindennapos munkarendet és egyéb kollektív funkciókat, megterheli a megmaradó munkaerőt az újonnan jöttek betanításával és szocializálásával, egyben növeli a felvétel és kiválasztás költségeit. Shaw, Johnson és Lockhart (2005) szerint az elvándorlás komolyan károsítja a társas rendszer szövetét. A szervezet számára fontos munkavállalók elvándorlása rendszerszintű problémákhoz vezethet. Csökkenhet például a szervezeti bizalom. A bizalom fontossága abban látható, hogy csökkenti a tranzakciós költségeket, hiszen a kölcsönösség normája erősödik általa. Az elvándorlás bizonytalanságot okoz abban a működésben, amely az opportunista viselkedések elszaporodását eredményezheti. A szervezetek vesztesége a nem kívánt elvándorlás mentén a fenti veszteségekkel tovább növekszik, hiszen elveszítik a törekény társadalmi tőkét, amelyet a szervezeten belüli törekény és specifikus hálózat fenntartásával és erősítésével érnek el a benne lévők. Minél inkább függ egy szervezet a benne dolgozók tudásától, annál érzékenyebb a szervezet az elvándorlás költségeire.

Munkavállalói szinten úgyszintén komoly költségei lehetnek az elvándorlásnak. A munkahelyváltásból adódó stressz, az új munkahely megtalálása, a beilleszkedés mind energiaigényes folyamatok. A szervezet elhagyásával a munkavállaló nem tudja magával vinni azt a társas tőkét, amelynek a kialakításában ő maga is részt vett (Shaw, Johnson és Lockhart 2005). A befektetett idő és energia kárba vész, amikor a munkavállaló kilép az aktuális munkahelyéről és egy új helyen kezd dolgozni. Olyan rejtett költség ez, amely mind az egyént, mind a szervezetet sújtja.

Az elvándorlási szándék irodalma elsősorban a szándék mérésére koncentrál. Ám a szándék és a valódi elvándorlás között nyilvánvaló különbség van. Cohen, Blake és Goodman (2016) szerint a valóban elvándorolt munkavállalókról keveset tudunk. Úgy vélik, nem az a fő cél, hogy minél jobban előrejelezzük egy bizonyos személy elvándorlását vagy maradását, hanem az aktív munkaerő-állomány munkahelyhez való pszichológiai kapcsolatáról kell többet megtudnunk. Ha ismerjük a rendszer tagjainak a rendszerhez fűződő kapcsolatát, akkor az egész működéséről és annak sikerességéről tudhatunk meg többet.

Előfordulhatnak olyan esetek, amikor a munkavállaló elvándorolna ugyan, ám élethelyzete vagy gazdasági lehetőségei nem teszik ezt számára lehetővé. Az ilyen esetekben a viszszahúzódas stratégiaját választhatja (Mobley, Horner és Hollingsworth 1978), ami miatt az elidegenedés, presenteeism jelenségei is megjelenhetnek. Az elvándorlási szándék vizsgálata kapcsán ezért rendszerszintű kérdésfeltevések is fontosak lehetnek: a szervezetben aktuálisan dolgozó munkavállalók közül hányan vannak azok, akik elvándorolnának, de valamilyen okból nem tehetik meg. Nagyszámú ilyen munkavállaló a szervezeti hatékonyságot is komolyan befolyásolhatja.

Az egyéni, szervezeti és társas faktorok áttekintése alapján egy absztrakt célra, a megfelelő társas közeg kialakítására hívnánk fel a figyelmet. A munkahely mint közösség képes-e nyújtani olyan pszichológiai kapaszkodókat és horgonypontokat, amelyekhez a munkavállalók kapcsolódni tudnak, képesek ezek használatával önmaguk identitásának meghatározására, illetve egy jól működő társas hálózatba tudnak beágyazódni. Egy megfelelően menedzselte társas környezet képes lehet a megfelelő egyén-szervezet kapcsolatok kialakítására, ezáltal csökkentve a munkavállalók elvándorlási szándékát.

Összegzés

Az elvándorlási szándék olyan multikauzális jelenség, amely a modern szervezetek egyik leginkább megoldandó munkaszervezési problémájaként jelentkezik. Jelentkezhet azoknál a munkavállalóknál, akik szellemi munkavégzést igénylő pozíciókban dolgoznak, tisztában vannak tudásuk piaci értékével és van lehetőségük a szervezetváltásra. Ám megjelenhet azoknál, akik nincsenek megelégedve aktuális helyzetükkel, de nincs lehetőségük váltani. Szervezeti és döntéshozói szempontból lényeges tehát annak ismerete, hogy a munkavállalók a rendszeren belül hol helyezkednek el a fenti spektrumon. Ennek érdekében olyan szervezeti mérési módszerek használatára lehet szükség, amelyek képesek a munkahelyi társas rendszereket, illetve hálózatokat feltérképezni.

Az elvándorlás egyéni faktorokból származó típusát megállítani meglehetősen nehéz, ezért a szervezeteknek inkább a rendszerszintű működésekből származó elvándorlásra kellene koncentrálniuk. Amennyiben a szervezetre társas rendszerként tekintünk, akkor abból olyan új tudások származhatnak, amelyek segíthetnek megérteni olyan folyamatokat, amelyek első látásra egyéni szintűnek tűnnek. Az elvándorlás egyik motivációja lehet, ha az egyénnek az aktuális közösséghez való pszichológiai kapcsolata nem megfelelő. Amennyiben a szervezet olyan társas működéseket alakít ki, amelyek ezt a kapcsolatot képesek facilitálni, megtarthat olyan értékes munkatársakat, akiket anyagi eszközökkel vagy előléptetéssel már nem tudna megtartani.

Hivatkozott irodalom

- Babalola, Mayowa T., Jeroen Stouten és Martin Euwema (2016): Frequent Change and Turnover Intention: The Moderating Role of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics* 134(2): 311–322. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2433-z>
- Barna Eszter (2017): Munkaerő-megtartás a HR kulcskérdése. *HRPortal*. Interneten: <https://www.hrportal.hu/hr/munkaero-megtartas-a-hr-kulcskerdesere-20170111.html> (letöltve 2019. 01. 30.).
- Chang, Eunmi (1999): Career Commitment as a Complex Moderator of Organizational Commitment and Turnover Intention. *Human Relations* 52(10): 1257–1278. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1016908430206>
- Cohen, Galia, Robert S. Blake és Doug Goodman (2016): Does Turnover Intention Matter? Evaluating the Usefulness of Turnover Intention Rate as a Predictor of Actual Turnover Rate. *Review of Public Personnel Administration* 36(3): 240–263. DOI: <https://doi.org/10.1177/0734371X15581850>
- Cole, Micheal S. és Heike Bruch (2006): Organizational Identity Strength, Identification, and Commitment and their Relationships to Turnover Intention: Does Organizational Hierarchy Matter? *Journal of Organizational Behavior* 27(5): 585–605. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.378>
- Cotton, John L. és Jeffrey M. Tuttle (1986): Employee Turnover: A Meta-analysis and Review with Implications for Research. *Academy of Management Review* 11(1): 55–70. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4282625>
- De Moura, Goergina Randsley, Dominic Abrams, Carina Retter, Sigrídur Gunnarsdóttir és Kaori Ando (2009): Identification as an Organizational Anchor: How Identification and Job Satisfaction Combine to Predict Turnover Intention. *European Journal of Social Psychology* 39(4): 540–557. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.553>
- Dess, Gregory G. és Jason D. Shaw (2001): Voluntary Turnover, Social Capital, and Organizational Performance. *Academy of Management Review* 26(3): 446–456. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4845830>
- Egan, Toby Marshall, Baiyin Yang és Kenneth R. Bartlett (2004): The Effects of Organizational Learning Culture and Job Satisfaction on Motivation to Transfer Learning and Turnover Intention. *Human Resource Development Quarterly* 15(3): 279–301. DOI: <https://doi.org/10.1002/hrdq.1104>
- Giddens, Anthony (1991): Structuration Theory. Past, Present and Future. In *Giddens' Theory of Structuration. A Critical Appreciation*. Christopher Bryant és David Jary (szerk.). London: Routledge, 201–221.
- Hancock, Julie I., David G. Allen, Frank A. Bosco, Karen R. McDaniel és Charles A. Pierce (2013): Meta-analytic Review of Employee Turnover as a Predictor of Firm Performance. *Journal of Management* 39(3): 573–603. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206311424943>
- Holtom, Brooks C., Terence R. Mitchell, Thomas W. Lee és Marion B. Eberly (2008): 5 Turnover and Retention Research: A Glance at the Past, a Closer Review of the Present, and a Venture into the Future. *Academy of Management Annals* 2(1): 231–274. DOI: <https://doi.org/10.1080/19416520802211552>
- Igbaria, Magid és Tor Guimaraes (1999): Exploring Differences in Employee Turnover Intentions and its Determinants among Telecommuters and Non-telecommuters. *Journal of Management Information Systems* 16(1): 147–164. DOI: <https://doi.org/10.1080/07421222.1999.11518237>
- Jaramillo, Fernando, Jay Prakash Mulki és Paul Solomon (2006): The Role of Ethical Climate on Salesperson's Role Stress, Job Attitudes, Turnover Intention, and Job Performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management* 26(3): 271–282. DOI: <https://doi.org/10.2753/PSS0885-3134260302>
- Jaramillo, Fernando, Douglas B. Grisaffe, Lawrence B. Chonko és James A. Roberts (2009): Examining the Impact of Servant Leadership on Salesperson's Turnover Intention. *Journal of Personal Selling & Sales Management* 29(4): 351–365. DOI: <https://doi.org/10.2753/PSS0885-3134290404>
- Joo, Baek-Kyoo Brian (2010): Organizational Commitment for Knowledge Workers: The Roles of Perceived Organizational Learning Culture, Leader–Member Exchange Quality, and Turnover Intention. *Human Resource Development Quarterly* 21(1): 69–85. DOI: <https://doi.org/10.1002/hrdq.20031>
- Joo, Baek-Kyoo Brian és Sunyoung Park (2010): Career Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention: The Effects of Goal Orientation, Organizational Learning Culture and Developmental Feedback. *Leadership & Organization Development Journal* 31(6): 482–500. DOI: <https://doi.org/10.1108/01437731011069999>
- Lam, Terry, Ada Lo és Jimmy Chan (2002): New Employees' Turnover Intentions and Organizational Commitment in the Hong Kong Hotel Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 26(3): 217–234. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348002026003002>
- MacIntosh, Eric W. és Alison Doherty (2010): The Influence of Organizational Culture on Job Satisfaction and Intention to Leave. *Sport Management Review* 13(2): 106–117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.04.006>

- Maertz Jr, Carl P. és Rodger W. Griffeth (2004): Eight Motivational Forces and Voluntary Turnover: A Theoretical Synthesis with Implications for Research. *Journal of Management* 30(5): 667–683. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jm.2004.04.001>
- March, James G. és Herbert A. Simon (1958): *Organizations*. New York: Wiley.
- Mobley, William H., Rodger W. Griffeth, Herbert H. Hand és B. M. Meglino (1979): Review and Conceptual Analysis of the Employee Turnover Process. *Psychological Bulletin* 86(3): 493. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.86.3.493>
- Morrison, Rachel L. (2008): Negative Relationships in the Workplace: Associations with Organisational Commitment, Cohesion, Job Satisfaction and Intention to Turnover. *Journal of Management & Organization* 14(4): 330–344. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1833367200003126>
- Mosadeghrad, Ali Mohammad, Ewan Ferlie és Duska Rosenberg (2008): A Study of the Relationship between Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention among Hospital Employees. *Health Services Management Research* 21(4): 211–227. DOI: <https://doi.org/10.1258/hsmr.2007.007015>
- Mossholder, Kevin W., Randall P. Settoon és Stephanie C. Henagan (2005): A Relational Perspective on Turnover: Examining Structural, Attitudinal, and Behavioral Predictors. *Academy of Management Journal* 48(4): 607–618. DOI: <https://doi.org/10.5465/amj.2005.17843941>
- Moynihan, Donald P. és Sanjay K. Pandey (2007): The Ties that Bind: Social Networks, Person-Organization Value Fit, and Turnover Intention. *Journal of Public Administration Research and Theory* 18(2): 205–227. DOI: <https://doi.org/10.1093/jopart/mum013>
- Nadiri, Halil és Cem Tanova (2010): An Investigation of the Role of Justice in Turnover Intentions, Job Satisfaction, and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management* 29(1): 33–41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.05.001>
- Poon, June M. L. (2004): Effects of Performance Appraisal Politics on Job Satisfaction and Turnover Intention. *Personnel Review* 33(3): 322–334. DOI: <https://doi.org/10.1108/00483480410528850>
- Schein, Edgar H. (2010): *Organizational culture and Leadership (Volume 2)*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
- Schwepker Jr, Charles H. (2001): Ethical Climate's Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention in the Salesforce. *Journal of Business Research* 54(1): 39–52. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00125-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00125-9)
- Shaw, Jason D., John E. Delery, G. Douglas Jenkins Jr és Nina Gupta (1998): An Organization-level Analysis of Voluntary and Involuntary Turnover. *Academy of Management Journal* 41(5): 511–525. DOI: <https://doi.org/10.5465/256939>
- Shaw, Jason D., Michelle K. Duffy, Jonathan L. Johnson és Daniel E. Lockhart (2005): Turnover, Social Capital Losses, and Performance. *Academy of Management Journal* 48(4): 594–606. DOI: <https://doi.org/10.5465/amj.2005.17843940>
- Sheridan, John E. (1992): Organizational Culture and Employee Retention. *Academy of Management Journal* 35(5): 1036–1056. DOI: <https://doi.org/10.5465/256539>
- Shore, Lynn M. és Harry J. Martin (1989): Job Satisfaction and Organizational Commitment in Relation to Work Performance and Turnover Intentions. *Human Relations* 42(7): 625–638. DOI: <https://doi.org/10.1177/001872678904200705>
- Smircich, Linda és Gareth Morgan (1982): Leadership: The Management of Meaning. *The Journal of Applied Behavioral Science* 18(3): 257–273. DOI: <https://doi.org/10.1177/002188638201800303>
- Tett, Robert P. és John P. Meyer (1993): Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analyses Based on Meta-analytic Findings. *Personnel Psychology* 46(2): 259–293. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x>
- Ujváriné Siket, Adrienn (2010): *Pályaválasztás és elvándorlás. Ápoló hallgatók a felsőoktatásban és a munkaerőpiacon*. (Doktori Értekezés.) Pécs: Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Doktori Iskola.
- Vandenbergh, Christian (1999): Organizational Culture, Person–Culture Fit, and Turnover: A Replication in the Health Care Industry. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* 20(2): 175–184. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199903\)20:2<175::AID-JOB882>3.0.CO;2-E](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199903)20:2<175::AID-JOB882>3.0.CO;2-E)
- Van Dick, Rolf, Oliver Christ, Jost Stellmacher, Ulrich Wagner, Oliver Ahlswede, Cornelia Grubba, Corinna Höhfeld, Kai Moltzen és Patrick A. Tissington (2004): Should I Stay or Should I Go? Explaining Turnover Intentions with Organizational Identification and Job Satisfaction. *British Journal of Management* 15(4): 351–360. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x>
- Van Vianen, Annelies E. M., Irene E. De Pater, és Floor Van Dijk (2007): Work Value Fit and Turnover Intention: Same-Source or Different-Source Fit. *Journal of Managerial Psychology* 22(2): 188–202. DOI: <https://doi.org/10.1108/02683940710726438>

Restás Péter

pszichológus, tanársegéd, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Szabó Zsolt Péter

pszichológus, adjunktus, ELTE PPK Szociálpszichológia Tanszék (Budapest)

Czibor Andrea

pszichológus, adjunktus, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Kázmér-Mayer Szilvia – Czibor Andrea

Nemi különbségek hatása a vezetési stílusra

Milyen eltérések és hasonlóságok mutatkoznak
a férfiak és nők vezetési stílusa között
a transzformáló vezetési stílus tekintetében

Absztrakt: Férfiak és nők különböző kihívásokkal néznek szembe a munkaerőpiacon, különös tekintettel a vezetői pozíciókért folytatott harcra. A nők a mai napig alulreprezentáltak a különböző vezetői pozíciókban, miközben a szervezetek alsóbb szintjein – illetve meghatározott szakmacsoportokban – gyakran nagyobb arányban képviseltetik magukat, mint férfi kollégáik. E jelenség hátterének magyarázatában gyakran felbukkan a nők és férfiak eltérő vezetői képességeivel, eszköztárával kapcsolatos érvelés. Jelen írás célja elméleti áttekintést adni a különböző vezetéseméleti megközelítések alakulásáról, illetve a vezetési stílusokban mutatkozó nemi különbségekről. Összefoglalásunkban központi szerepet kap az úgynevezett transzformáló vezetői stílus tárgyalása. E vezetési modell, amellett, hogy modern vállalati környezetben népszerű és eredményesnek tartott stílus, sok femininnek mondott jegyet hordoz magában, és számos kutatás mutat rá arra a tényre, hogy jellemzően női vezetők alkalmazzák. Összefoglalásunkban szembeállítjuk azokat a vizsgálati eredményeket, amelyek az eltéréseket, és azokat, amelyek a hasonlóságokat hangsúlyozzák férfi és női vezetők eltérő viselkedésében, vezetői eszköztárában. Végül kitérünk azokra a kutatási eredményekre, amelyek a két nem közötti különbségek hangsúlyozása helyett egyes közvetítő változók (pl.: a kor, a képzettség vagy például a szervezeti kultúra) vezetői stílusra gyakorolt hatására hívják fel a figyelmet.

Kulcsszavak: vezetés, nemi különbségek, transzformáló vezetés, szervezetszociológia, vezetéseméletek

A vezetői szerepkörrel, a vezetéssel kapcsolatban rengeteg eltérő és mégis sok szempontból hasonló definícióval találkozhatunk. Szinte mindegyik meghatározásban megtalálhatók a következő elemek: csoport, cél, befolyásolás. Vagyis a vezető feladata egy csoport irányítása, befolyásolása egy megadott (szervezeti) cél érdekében (Hartog, Koopman, Thierry, Wilderom, Maczynski és Jarmuz 1997). Az is közös jegye ezeknek a meghatározásoknak, hogy rámutatnak valamilyen formában az emberi erőforrások minél hatékonyabb felhasználásának előnyeire. Ennek egyik lehetséges módja a beosztottak olyan irányú befolyásolása, aminek hatására a vezető eléri, hogy a munkatársak energiáik nagy részét a szervezeti célok megvalósítására fordítsák (Bakacsi 2004).

A vezetői sikerességgel, hatékonysággal kapcsolatos modellek, elgondolások is sokszínűek, szerteágazóak, és ebből fakadóan az ezzel kapcsolatos kutatások módszertani megközelítése is sokféle lehet. A kutatások egy jó része a vezetői sikerességet a profit alapján értékeli, hatékony vezetőként definiálva azt a személyt, aki az általa irányított vállalatot, csoportot, területet nyereséggé teszi. A vezetői sikeresség kritériuma – főként a transzformáló vezetéssel kapcsolatos kutatásokban – lehet még a munkavállalók elégedettsége, jólléte is. A harmadik módszertani megközelítés még inkább a munkavállalói perspektívára koncentrál: a vezető által irányított dolgozók vezetői hatékonysággal, vállalati eredményességgel, szervezeti légkörrel kapcsolatos véleményét tartva a vezetői sikeresség mutatójának (Bass és Avolio 1994). A jelen tanulmányban áttekintett kutatások is a siker e három indikátorának valamelyikét használják, vizsgálva azok összefüggéseit a vezetői viselkedésekkel, attitűdökkel.

Annak ellenére, hogy a vezetői sikeresség kritériumai különböző módokon kerülhetnek meghatározásra, a szakirodalomban viszonylagos konszenzust találunk arra nézve, hogy a vezetői hatékonyság szempontjából kiemelt szerep jut a vezető személyiségének, egyéni jellemzőinek. Épp ezért az elmúlt száz évben a hatékony vezető tulajdonságaival, képességeivel, vezetési stílusával, attitűdjeivel kapcsolatos kutatások száma az egekbe szökött.

Annak ellenére, hogy a vezetéselemletek kutatása kicsit több mint százéves múltra tekint vissza (ha nem vesszük figyelembe, hogy már az ókori görögök is elmélkedtek azon, milyen egy jó vezető), a vezetésben tapasztalható nemi különbségekkel csak az elmúlt negyven évben kezdtek aktívan foglalkozni a kutatók. Még egy 1995-ös USA-ban végzett kutatás (Gibson 1995) is újdonságként említi, hogy egyre több nő jelenik meg a munkaerőpiacon, és előrevetíti, hogy ez nagy változást eredményezhet a vállalatok működésében. Addigra persze már léteztek nemi különbségeket vizsgáló kutatások is a vezetéspszichológiában, ám ezek általában vagy kis mintaelemszámmal rendelkeztek, vagy lényegesen több férfi vezetőt vizsgáltak, mint nőit. A nemi különbségek kutatása eleinte a vezetőknél lezajló intrapszichés folyamatokra koncentrált, majd a tudományos érdeklődés fókuszja áthelyeződött a vezetői lét interperszonális aspektusára (Gibson 1995).

Jelen összefoglalás célja, hogy áttekintést adjon a vezetéssel, vezetői hatékonysággal kapcsolatos kutatások főbb irányairól, nagy hangsúlyt fektetve a transzformáló vezetési stílusra. A vezetéssel kapcsolatos kutatási eredmények tárgyalása során kitérünk majd azokra a vizsgálatokra, amelyek a női és férfi vezetők vezetési stílusában mutatkozó hasonlóságokra, illetve különbségekre koncentrálnak. Emellett szót ejtünk arról is, hogy milyen jövőbeli irányok körvonalazódnak az ilyen témájú kutatások számára.

A vezetéssel kapcsolatos kutatások első hullámában – az 1930-as évektől körülbelül az 1950-es évekig – a tudományos érdeklődés fókuszában a vezetők tulajdonságai álltak. Ezen elképzelések jó része a vezetők veleszületett tulajdonságait hozta összefüggésbe sikerességükkel (House és Aditya 1997). A vezetői tulajdonságok kutatása után a hangsúly fokozatosan áttevődött a vezetők magatartására. E megközelítés szerint a sikeres vezető az alapján határozható meg, hogy hogyan viselkedik az alkalmazottakkal, mennyi beleszólást enged a döntésekbe (Bakacsi 2004). Mivel a klasszikus vonás- és magatartáselméletek nem hoztak átütő eredményeket a vezetői hatékonyságról való gondolkodásban, a kutatók szembesültek azzal, hogy a sikeres vezetés sokkal bonyolultabb annál, mintsem hogy egy bizonyos tulajdonságlistával vagy magatartásformával meghatározható lenne. Ezek a tapasztalatok inspirálták őket arra, hogy a vezetői kutatások során figyelembe vegyék a szituációs tényezőket, mint például a szervezet felépítése, a szervezeti légkör, a beosztottak érettsége vagy akár az interperszonális kapcsolatok jellemzői (Klein 2016).

A vezetéselméletekkel kapcsolatos kutatásban egyfajta paradigmaváltásra az 1970–80-as években került sor. Az eddig született elméletek racionális felfogása helyett sokkal nagyobb szerepet kapott a vezetők és beosztottak közötti érzelmi dinamika fontossága (Karácsonyi 2006). Ezen elméletek alapjául az az elképzelés szolgált, hogy a vezetők nem csak extrinzik módon – azaz külső eszközökkel, például fizetésemeléssel – képesek a beosztottakat motiválni, hanem hatni tudnak alkalmazottaik intrinzik motivációjára is, azaz elérik, hogy azokat a munkában és feladatokban rejlő öröm is motiválja. Ezt úgy érik el, hogy magasabb rendű célokat határoznak meg, melyek mellett ők és az alkalmazottak is képesek elköteleződni, így már nem csak a beosztottak elégedettsége, hanem önértékelésük, belső mozgatórugóik is fontossá válnak (Bryman 1993). A vezetők kiemelt feladatává vált a követők motívumaival, értékrendjével, attitűdjeivel kapcsolatos tudatosság, annak érdekében, hogy a kiadott feladatok, munkafolyamatok a munkavállalók érdeklődéséhez, motivációihoz illeszkedjenek. Az ilyen összehangolódás révén életben tartható a dolgozók érdeklődése, szervezeti célok iránti elköteleződése, így teljesülhet az, hogy az elvégzett munka színvonala kimagasló, miközben az alkalmazottak is elégedettek (Répáczki 2014).

A modern vezetéselméletek továbbra is a vezető és beosztottak közötti dinamika meghatározóra fókuszálnak, egy-egy vezetői magatartás, stíluselem, attitűd jelentőségét helyezve a középpontba. A karizmatikus vezetéselmélet a vezető személyiségére, kisugárzására, motiváló erejére és példamutatására helyezi a hangsúlyt (House és Jacobsen 2001). Az etikus vezetés elmélete a munkahelyi és vezetői viselkedések és azok következményeinek etikus, erkölcsös voltát állítja a fókuszba, illetve bevezeti a vezetői erények fogalmkörét (Trevino, Hartman és Brown 2000). A modern vezetéselméletek harmadik jelentős irányvonala a transzformáló vezetés elmélete, amely napjainkban jelentősen áthatja a sikeres vezetésről való gondolkodást (Northouse 2007).

A transzformáló vezetés elmélete a klasszikus, úgynevezett tranzakcionális (üzletkötő) vezetői stílussal szemben került megfogalmazásra, amelynek alapelvei sokáig jellemzőek voltak a vezető és a követők kapcsolatáról való gondolkodásban. A tranzakcionális vezetési stílus központi gondolata, hogy a munkavállaló és felettese között egy cserekapcsolat jön létre. Ebben a cserekapcsolatban erőfeszítések és (jellemzően extrinzik) ösztönzők cse-

réje történik, a vezető külső eszközökkel igyekszik megerősíteni a dolgozók viselkedését, ilyen módon facilitálva az együttműködést. E modellben a vezetői eszköztár fontos elemei lehetnek például a fizetésemelés, prémiumok, extra szabadnapok (Bakacsi 2004; Burns 1978; Klein 2002). A tranzakcionális vezetési stílus sok esetben nevezhető hatékonynak, ám valószínűleg nem alakul ki mély elköteleződés a vállalat célja mellett, így egy másik vállalat könnyen elcsábíthatja a munkavállalókat magasabb fizetést ígérve (Bass 1999).

A tranzakcionális vezetői stílus hátrányaira reflektálva kezdtek körvonalazódni az úgynevezett transzformáló vezetési stílus alapelvei. A transzformáló vezetési stílus lényege abban az alapelvben ragadható meg, hogy a szervezeti célok egyesüljenek az alkalmazottak céljaival/törekvéseivel. Ennek az összehangolódásnak alapfeltétele egyfajta nyitottság mindkét fél részéről, amely lehetőséget ad arra, hogy mind a vezető, mind a követők perspektívája, attitűdjei, értékrendszere formálódjanak, változzanak (Bakacsi 2004).

A transzformáló vezetőkre jellemző az alkalmazottakkal kialakított szoros személyes kapcsolat. E vezetői stílus képviselői azon fáradoznak, hogy a munkavállalók egyéni céljai és a szervezeti célok között valamiféle összhang jöjjön létre, a dolgozók azonosulni tudjanak a szervezeti szintű törekvésekkel, ilyen módon a szervezeti célok és értékek belsővé válnak. A transzformáló vezetőkre jellemző, hogy a hatalmat mások támogatására használják (Bass 1999).

Az elmúlt évtizedek piaci, munkaerőpiaci trendjei számos olyan változást hoztak, amelyek alapvetően befolyásolják a munkahelyeken tapasztalható pszichológiai környezetet, kihívásokat. Egyrészt megfigyelhető, hogy a munkavállalóktól elvárt felelősségvállalás mértéke a vállalati hierarchia alsóbb szintjein is egyre magasabb. Egyúttal előtérbe került az egyre szélesebb dolgozói rétegek bevonása a szervezetet érintő döntésekbe. Mindezek mellett a vállalatoknál felértékelődni látszik a teammunka, amely során a klasszikus vezetői-követői relációk átrendeződnek: a vezetők és a beosztottak egy modern vállalatnál sokkal inkább csapattársként tekintenek egymásra, mintsem beosztottként és felettesként. Fontos értéké vált a dolgozók számára az autonómia, valamint a kihívásokkal teli izgalmas feladatok, amelyeket csak kölcsönös bizalomra és szoros kapcsolatra alapozva lehet teljesíteni. Ezek a trendek a munkahelyi vezetők elé is új kihívásokat, feladatokat állítanak, és egyre hangsúlyosabbá teszik a transzformáló vezetési stílus alkalmazásának igényét (Bass 1999).

Nemi különbségek és hasonlóságok a vezetésben

Nemi különbségek a munkaerőpiaci lehetőségekben, esélyekben

A munkaerőpiacon a nők számos kihívással szembesülnek a mai napig, melyek megnehezítik a ranglétrán való előrejutásukat. Egyfajta üvegplafon-jelenség figyelhető meg, mely szerint a nők a szervezeti hierarchia csak egy bizonyos szintjéig képesek eljutni. Egy 2011-ben végzett, 7280 vezetőt vizsgáló kísérletből az derült ki, hogy átlagosan a vezetők 64%-át, a topmenedzserek 78%-át, a középvezetők 67%-át, míg az annál lejjebb lévő vezetői pozíciók 60%-át férfiak töltik be (Zenger és Folkman 2014). Ennek a eredménynek számos lehetséges magyarázata van, nem elhanyagolható például a korai szocializációs minták hatása. A kislá-

nyok felé jellemzően olyan jellegű elvárások érkeznek a felnőttektől, hogy legyenek kedvesek, együttműködőek, míg a kisfiúkat arra bátorítják, hogy legyenek asszertívek, versengjenek, és álljanak ki magukért. Ezek a szocializációs minták befolyásolhatják akár azt is, hogy később a munkaerőpiacon milyen viselkedésmintákat mutatnak, illetve milyen viselkedéseket értékelnek a szervezeti tagok. Így előfordulhat, hogy egy férfi hamarabb képes utat törni magának egy vállalati környezetben, mint egy hasonló képességekkel rendelkező nő. Valamint a mai napig élnek azok az elképzelések, melyek még a klasszikus vezetésméletek aranykorából származnak, hogy egy jó vezető domináns, asszertív, esetenként agresszív stb., melyeket ilyen módon jellemzően maskulin tulajdonságoknak fogadunk el (Collins, Burrus és Meyer 2014).

Ehhez kapcsolódik a gender inkongruencia modell is, mely szerint mindkét nem képviselői elfogadhatóbbak, illetve szerethetőbbek a környezetük számára, ha genderspecifikus viselkedésmintázatokat mutatnak, tehát a korábban leírt módon a társadalmi elvárások szerint működnek vezetőként is. Valamint, ha olyan területen vállalnak vezetői szerepet, ami konzisztens a genderszerepükkel. Sokkal kevesebb előítélettel találkozik egy nő, ha mondjuk a gyermekjóléti szolgálatnál tölt be vezetői pozíciót, mint ha egy autógyárban. Ugyanez igaz a férfiakra is – sokkal több előítélettel kell megküzdnie egy férfinak például óvodavezetőként, mint egy multinacionális vállalat vezetőjeként (Davidson és Burke 2000).

A munkaerőpiaci nemi esélyegyenlőtlenség kapcsán érdemes szót ejteni két fontos jelenségről. Ezek közül az egyik az úgynevezett üvegfal-jelenség, mely főként a nőket érinti, ám előfordulhat ritkább esetben férfiaknál is. A jelenség során az figyelhető meg, hogy a nők nehezen tudnak nemi szerepükkel inkongruens pályákra átlépni. Például egy szervezeten belül a nők általában olyan pozíciókat töltenek be, ahol véges az előrelépési lehetőség, és ha át akarnak lépni egy stratégiaileg előnyösebb pozícióba, „üvegfalakba” ütköznek (Bigazzi 2013). A másik szintén gyakran megfigyelhető helyzet az, hogy egy többségében nők által dominált pályán is gyakran férfi vezetőket látunk. Ilyen helyzet lehet például, ha egy főként nőkből álló tanári kar élén férfi igazgató van. Ezt a jelenséget hívjuk üvegliftnek (Williams 1992). Mindemellett az utóbbi időben szintén egy érdekes jelenségre lettek figyelmesek a szervezeti kutatásokat végző tudósok. Felhívják a figyelmet arra, hogy bár egyre több női vezető van, nem mindegy, hogy milyen helyzetben szerzik meg az adott pozíciót. Sok esetben ugyanis akkor léptetnek elő egy nőt vezetői beosztásba, amikor valamilyen válsághelyzetbe kerül a szervezet. Ez a jelenség valószínűleg a korábban említett sztereotípiák miatt alakulhatott ki, miszerint a nők empatikusabbak, gondoskodóbbak, fontosabb számukra a csapatmunka. Így egyfajta alternatív megoldás lehet a válság kezelésére egy női vezető megválasztása. Ezt a jelenséget hívják üvegszikla-jelenségnek (Bruckmüller, Ryan, Rink és Haslam 2014).

Ezek a jelenségek azt sugallják, hogy férfiak és nők vezetési stílusában, hatékonyságában különbségek lehetnek: a bemutatott munkaerőpiaci sajátosságok mögött valószínűleg az a – gyakran implicit – predikció áll, hogy a férfiak hatékonyabbak, sikeresebbek vezetői pozíciókban, mint a nők. A vezetés és nemek kapcsolatára vonatkozó tudományos elképzelésekben sokáig felfedezhető volt két fő megközelítés. Az egyenlő esélyek elvét képviselő irányvonal szerint a férfiak és nők között nincs különbség a vezetési stílus tekintetében. Ez az álláspont, bár az egyenlőség elvét hangsúlyozta, némi részrehajlást mutatott, ugyanis a férfiak vezetési stílusát vette alapul – amely hosszabb múltra tekint vissza –, és a nők vezetésével kapcsolatban arra a megállapításra jutott, hogy ők is képesek olyan sikeres vezetők lenni, mint a férfiak. A másik megközelítés szerint különbség van a férfiak és a nők vezetési

stílusa között. Ezek a különbségek lehetnek a vezetési sikeresség alapjai, hiszen a különböző szervezetek, szervezeti kultúrák, beosztottak más és más vezetői stílust igényelnek (Adler és Izraeli 1988).

A két nem vezetési stílusának különbségeit hangsúlyozó kutatások

Azon tanulmányok, melyek különbséget találnak a férfi és női vezetők vezetési stílusa között, általában azt mutatják, hogy a női vezetők hajlamosabbak transzformáló vezetési eszközökhöz nyúlni, mint a férfiak. Ez azért lehetséges, mert, ahogy korábban bemutatásra került, a transzformáló stílus számos femininnek mondott eszközt és viselkedési formát kíván meg. Ilyenek például a demokratikus irányítás, a csapatjáték előtérbe helyezése, az empátikus hozzáállás az alkalmazottakhoz stb. (Bakacsi 2004).

A témában született kutatások közül számos olyan volt, amely a vezetők saját magukról alkotott képét állította a középpontba. Rosener (1990) például azt a választ kapta a megkérdezett női vezetőktől, hogy számukra a transzformáló vezetés tűnik természetesebbnek – ezt szignifikánsan több női, mint férfi vezető állította magáról. Egy másik, ezúttal mélyinterjú technikát alkalmazó kutatásban 135 női vezetőt kérdeztek meg. Válaszaik alapján kiderült, hogy általában kerülik a versenyt, illetve a versengést szító helyzeteket, fontos számukra a harmonikus együttműködés, kapcsolataikban a kölcsönös bizalomra építenek és szeretnek csapatban dolgozni (Goldberger, Clinchy, Belenky és Tarule 1987). Ezek a viselkedésformák mind fellelhetők a transzformáló vezetői stílus alapelvei között. Egy másik, szintén interjú technikát alkalmazó kutatásból az derült ki, hogy a megkérdezett női vezetők az általuk fenntartott harmonikus munkahelyi kapcsolatokat tartják vezetői erősségüknek, illetve azt, hogy az általuk birtokolt hatalmat hajlandóak „megosztani” a beosztottakkal is. Arról számoltak ugyanis be, hogy igyekeznek a hierarchia minden szintjén jó kapcsolatokat fenntartani, elkötelezettek bizonyos értékek mentén, amelyek mellett kitartanak (Apfelbaum és Hadley 1986).

Egy jóval komplexebb vizsgálat, mely során a beosztottak értékelését és a teljes vállalatot átfogó vizsgálati eredményeket vették alapul, szintén arra a konklúzióra jutott, hogy míg a női vezetők a hatalom megosztása által érik el az alkalmazottak együttműködését, addig a férfi vezetők inkább a hatalom gyakorlása által veszik rá a beosztottakat az együttműködésre (Eagley és Johnson 1990). Hasonló eredményeket mutat az a kutatás is, melyet a római katolikus egyházon belül szerzetesrendekben és apácázárdákban végeztek el több mint 6000 kitöltővel. Ennek során a hierarchia alsóbb szintjén lévő személyek – mind a férfiak, mind pedig a nők – azt vallották, hogy kevésbé tranzakcionális, inkább transzformáló stílust alkalmaznak. Az eredményekben itt is befolyásoló tényezőként jelent meg a nem: az értékelők szignifikánsan gyakoribbnak ítélték meg a női vezetők által mutatott transzformáló vezetési stílussal járó viselkedésformákat, mint a férfi vezetők ilyen jellegű viselkedéseit (Druskat 1994). Sally Helgeson (1990) egy több vállalatot vizsgáló kutatásában sajátos vizsgálati módszert alkalmazott: résztvevő megfigyelőként jelen volt a vezetők mindennapjaiban, ott volt a megbeszéléseken, meghallgatta a telefonhívásaikat, elolvasta a leveleiket. Vizsgálata eredményeit úgy összegezte, hogy míg a férfi vezetők által irányított cégeknél jellemzőbb a hierarchikus berendezkedés, addig a nők által irányított szervezetek esetében jellemzőbb egy pókhálószerű elrendezkedés. Ebben az esetben az információ megosztása egymással létfontosságú, valamint a kapcsolatok is szorosabbak, sokkal közvetlenebbek.

Egy 2001-ben végzett összetett kérdőíves vizsgálatban, ahol a vezetői hatékonyságot a munkavállalók elégedettsége és a szervezeti profit alapján értékelték, az derült ki, hogy mind a munkavállalók, mind a vezetők szerint a leghatékonyabb vezetési stílus a transzformáló vezetés. A vezetők önbevallás kérdőívkitöltéséből kiderül, hogy a nők az összes transzformáló vezetési eszközt szignifikánsan magasabb számban vallották a magukénak, mint a férfiak. Ezeket az eredményeket alátámasztják a munkavállalók által kitöltött kérdőívek eredményei is, akik szintén minden esetben a női vezetőknek tulajdonítják a transzformális vezetési eszközöket (Burke és Collins 2001).

Egy ausztráliai bankban végzett kutatás 360 fokos értékelési módszert alkalmazott: a résztvevő vezetők értékelték saját magukat, értékelték őket a saját feletteseik, valamint a beosztottjaik is. Az eredmények nagyon érdekes mintázatot mutatnak. Az ugyanis egybecseng az eddigi eredményekkel, hogy a női vezetők önmagukat inkább vallják transzformáló vezetőnek, mint a férfiak. Sőt a feletteseik is hasonlóan ítélik meg őket. Ám a beosztottak értékelése alapján nincs különbség a két nem között a transzformáló vezetési eszközök alkalmazásában (Carless 1998).

A két nem vezetési stílusának hasonlóságát hangsúlyozó kutatások

Elmondható, hogy szinte minden kutatásra, amelyben vezetési stílusbeli különbségeket találnak a két nem között, jut egy, amelynél nem találkozhatunk semmilyen különbséggel. Előfordul olyan is, hogy ugyanaz a kutató két különböző vizsgálat során az egyiknél talál különbséget, a másiknál nem. Erre jó példa Bernard Bass két vizsgálata. Míg egy 1981-es kutatásában azt az eredményt kapta, hogy nincs különbség a vezetési stílus tekintetében a nemek között, egy hasonló felépítésű, tizenöt évvel későbbi kutatásban már szignifikáns különbséget talált. Ebben az esetben is a nőkre volt jellemzőbb a transzformáló vezetési stílus (Bass 1981, 1996).

Egy több mint ezer kitöltőt elérő, tanárok részvételével végzett kérdőíves vizsgálatból az derült ki, hogy a vezetési stílusra sokkal inkább hatással vannak a megváltoztatható/fejleszthető képességek (pl. kommunikációs hatékonyság), mint a megváltoztathatatlan tulajdonságok, mint például a nem, bőrszín stb. (Leithwood és Jantzi 1997). Ez az eredmény felvet egy érdekes kérdést azzal kapcsolatban, hogy a férfiak és nők korábban említett szocializációs különbségei valójában mekkora hatással vannak a vezetésbeli különbségekre (Collins, Burrus és Meyer 2014).

Egy hasonló kutatásban, ahol a vezetők önbeszámolóján alapuló eredményeket vetették össze a felettesük véleményével, azt találták, hogy a vezetők saját magukat a sztereotipikusnak mondott nőies és férfias dimenziók mentén értékelték, tehát a nők önmagukat jellemzően transzformáló vezetőnek értékelik, míg a férfi vezetőkre ez kevésbé jellemző. Ezzel szemben a vezetők felettesei sokkal inkább a szervezeti hierarchiában elfoglalt vezetői szintnek megfelelően, az ahhoz kapcsolódó sztereotipikus tulajdonságok mentén értékelik őket (Lewis és Fagenson-Eland 1998).

Az eredmények alátámasztják Kanter (1977) felvetését, miszerint a szervezeti kontextus, a szervezetben betöltött szerep vagy pozíció felülírhatja a genderszerepeket. Napjainkban a nemi különbségekről való gondolkodásban egyre hangsúlyosabbá válik a moderáló, közvetítő változók szerepe. Eszerint a szervezetekben a nemek közötti különbségek meglete vagy esetleges hiánya nem értelmezhető önmagában, hanem csak bizonyos közvetítő változók

mentén. Erre jó példa Lewis és Fagenson-Eland (1998) fentebb említett kutatása is, mely szerint a vezetők szemében meghatározóbb volt a szervezeti kontextus figyelembevétele, mint az, hogy milyen nemű az adott vezető, akit értékelniük kell.

Egy 2014-es vizsgálatban a kutatók több kontextuális változót is vizsgáltak a vezetői sikeresség szempontjából. Eredményeik azt mutatják, hogy egy többségében férfiak által dominált szervezetnél a férfi vezetőt sokkal sikeresebbnek látják az alkalmazottak, míg például oktatási intézményekben jellemzően a női vezetőket értékelték sikeresebbnek. Ezenkívül a kutatásból kiderült az is, nem mindegy, hogy az adott vezető a hierarchia mely fokán helyezkedik el. Saját értékelésük szerint ugyanis a férfiak hatékonyabbnak vallják magukat az alacsony és magas vezetői pozíciókban. Az önbevallás alapján a középvezetői szinten nincs eltérés a két nem között (Paustian-Underdahl, Walker és Woehr 2014). A kutatás eredményeit jelentősen torzíthatja, hogy nem objektív teljesítménykritériumokhoz kötve vizsgálja meg a két nem vezetői sikerességét, hanem egy önbevallás teszt alapján méri azt. A saját vezetői sikeresség megítélésére pedig erőteljesen hathatnak azok a társas, társadalmi elvárások, amelyek korábban bemutatásra kerültek. A két nem vezetői sikerességének felmérését, összehasonlítását – még objektív teljesítményadatok birtokában is – kifejezetten megnehezítik a női munkavállalók, vezetők karrierlehetőségeit befolyásoló különböző munkaerőpiaci trendek (pl.: üvegplafon, üvegfal, üvegszikla).

Konklúzió

Az eddigi eredmények alapján valószínűsíthető, hogy valamilyen formában léteznek nemi különbségek a preferált vezetési stílus tekintetében, ám az ezekről való gondolkodásban érdemes figyelmet szentelni a közvetítő változóknak. Így is megfigyelhető azonban a korábbi kutatások eredményei alapján, hogy a női vezetők – akár önjellemzés, akár mások jellemzése alapján – hajlamosabbak transzformáló vezetéshez kapcsolódó eszközöket használni. Ezek a szakirodalmi áttekintés alapján a korai szocializációs mintákból, a társadalmi elvárásokból, illetve a munkahelyi szocializációból eredeztethetők. A két nem némileg eltérő vezetési eszköztárához hozzájárulhat, hogy már születéstől kezdve máshogy kezelik a szülők a fiú-, illetve a lánygyermeküket, más típusú viselkedésekért jutalmazzák és büntetik őket. Gyerekkorban hatással vannak a társas, társadalmi elvárások, melyek áthatják a felnőttkort is, másféle viselkedést várva el egy nőtől és egy férfitől. Ezek a fajta hatások jelen vannak a szakmai szocializációs folyamat során: akár munkavállalóként, akár vezetőként másféle viselkedések, attitűdök kerülhetnek megerősítésre a két nemnél (Wade 2001).

Sok kutatás gyengesége a bemutatottak közül, hogy csupán önkitaláló kérdőívekre alapozza megállapításait, amelyek eredményeit gyakran torzíttja a kitöltő önismeretének mértéke, illetve pillanatnyi hangulati állapota, vagy akár benyomáskeltési szándéka, vagy – ahogy korábban említettük –, a társadalmi elvárások is hatással lehetnek az önértékelésre. Ennél megalapozottabb következtetések vonhatók le azon kutatások eredményei nyomán, ahol a munkavállalók is jellemzik, értékelik vezetőiket, hisz ez már nem az önismereten múlik, és általában egy vezető alá több beosztott is tartozik, így szélesebb körű képet kaphatunk az adott vezető viselkedéséről, jellemzőiről.

A nemi különbségek vizsgálata a vezetéspszichológiában azért is nagy jelentőséggel bírhat, mert jelenleg a női munkavállalók sok esetben negatív diszkriminációval szembesülnek előléptetési helyzetben. Úgy gondoljuk, hogy az ezt befolyásoló sztereotípiák eloszlátása jó

hatással lehet a szervezetek gazdasági sikereire is, hisz ily módon tágul a lehetséges jelöltek száma a különböző vezetői pozíciókra. A jelöltek nagyobb száma mellett pedig a sokszínűség új megközelítési módokat, új perspektívákat, nagyobb kreatív potenciált hozhat a szervezetekbe, ilyen módon versenyelőnyhöz juttatva a vállalatot napjaink innovációorientált piaci környezetében (Burke és Collins 2001).

Az áttekintés alapján úgy tűnik, hogy vannak különbségek férfi és női vezetők között, ám ezek a különbségek inkább társadalmilag meghatározottak és elvártak. A vezetésben talált nemi különbségek azonban nem átjárhatatlanok, hiszen a legtöbb esetben tanult és tanulható viselkedésbeli különbségekről beszélhetünk, így mindkét nem képviselői felkészíthetők a transzformáló vezetésre és eszközeinek használatára (Burke és Collins 2001)

Érdekes szempont lehet az is, hogy a vezetésbeli nemi különbségeket többnyire a nők elleni diszkrimináció szempontjából nézzük, de kevés vizsgálati eredmény áll rendelkezésre a tekintetben, hogy vajon a társas, társadalmi elvárások hogyan és milyen mértékben befolyásolják a férfiak vezetési stílusát. Kérdés lehet, hogy vajon a sok jegyében femininnek mondott transzformáló vezetési stílus – amelynek hatékonyságával kapcsolatban számos adat rendelkezésre áll – mennyire vállalható fel egy férfi vezető számára. Magyarországi kontextusban ez a kérdés különösen érdekes lehet, hiszen a hazánkban jellemző nemzeti kultúra a Hofstede és munkatársai által végzett interkulturális vizsgálaszerint erőteljes maszkulinitást mutat (88 pontot a 100-ból). Ez modelljünkben azt jelenti, hogy társadalmi berendezkedésünkben a versengés és a teljesítmény számít becsülendő értéknek az elfogadással, a csapatmunkával és a kompromisszumra törekvéssel szemben. Ez alapján mondhatjuk, hogy a magyarokra jellemzőbb egyfajta erős teljesítményalapú, munkaorientált szemlélet, ellentétben például a dánokkal, akik csak 17 pontot értek el ugyanezen a skálán. Náluk sokkal fontosabb szempont a munka-magánélet egyensúlya, nagyra értékelnek egy támogató megértő vezetőt (Hofstede és Hofstede 2008).

Mindezek az eredmények arra is felhívják a figyelmet, hogy a vezetők képzése, fejlesztése, a vezetői eszköztár bővítése során a különböző nemű vezetőket érintő társas, társadalmi hatásokat, elvárásokat is érdemes figyelembe venni. A vezetőfejlesztő programoknál, ahol a transzformáló vezetés alapjait próbálják átadni, érdemes a vezetők felé irányuló, gyakran implicit társadalmi elvárásokkal is dolgozni, azokat tudatosítani. Ezek az elvárások ugyanis erősen befolyásolhatják, hogy a transzformáló vezetési stílus egyes elmei, eszközei mennyire tudnak belsővé válni, mennyire érzik azokat a vezetők hitelesnek, személyükhöz, személyiségükhöz illeszkedőnek.

Hivatkozott irodalom

- Adler, Nancy J és Dove N. Izraeli (1988): *Women in Management Worldwide*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Apfelbaum, Erika és Martha Hadley (1986): Leadership MS-qualified. II. Reflections on and Initial Case Study Investigation of Contemporary Women Leaders. In *Changing Conceptions of Leadership*. Serge Moscovici, S. (szerk.). New York: Springer, 199–221. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4876-7_12
- Bakacsi Gyula (2004): *Szervezeti magatartás és vezetés*. Budapest: Aula.
- Bass, Bernard M. és Bruce J. Avolio (1994): *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bass, Bernard M. (1999): Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 8(1): 9–32. DOI: <https://doi.org/10.1080/135943299398410>
- Bigazzi Sára (2013): Előítéletek. In *Esélyegyenlőség a mai Magyarországon*. Varga Aranka (szerk.). Pécs: PTE BTK NTI, 15–35.

- Bryman, Alan (1993): Charismatic Leadership in Business Organizations: Some Neglected Issues. *Leadership Quarterly* 4(3–4): 289–304. DOI: [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(93\)90036-s](https://doi.org/10.1016/1048-9843(93)90036-s)
- Bruckmuller, Susanne, Michele K. Ryan, Floor Rink és Alexander S. Haslam (2014): Beyond the Glass Ceiling: The Glass Cliff and Its Lessons for Organizational Policy. *Social Issues and Policy Review* 8(1): 202–232. DOI: <https://doi.org/10.1111/sipr.12006>
- Burke, Sarah és Karen M. Collins (2001): Gender Differences in Leadership Styles and Management Skills. *Women in Management Review* 16(5–6): 244–256. DOI: <https://doi.org/10.1108/09649420110395728>
- Burns, James M. (1978): *Leadership*. New York: Harper and Row.
- Carless, Sally A. (1998): Gender Differences in Transformational Leadership: An Examination of Superior, Leader, and Subordinate Perspectives. *Sex Roles* 39(11–12): 887–902. DOI: <https://doi.org/10.1023/a:1018880706172>
- Collins, Brian J., Carla J. Burrus és Rustin D. Meyer (2014): Gender Differences in the Impact of Leadership Styles on Subordinate Embeddedness and Job Satisfaction. *The Leadership Quarterly* 25(4): 660–671. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.02.003>
- Conger, Jay A. és Rabintra N. Kanungo (1987): Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings. *The Academy of Management Review* 12(4): 637–647. DOI: <https://doi.org/10.2307/258069>
- Davidson, Marilyn és Ronald J. Burke (2004): *Women in Management Worldwide Facts, Figures and Analysis*. Aldershot: Gower Publishing.
- Druskat, Vanessa U. (1994): Gender and Leadership Style: Transformational and Transactional Leadership in the Roman Catholic Church. *The Leadership Quarterly* 5(12): 99–119. DOI: [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(94\)90023-x](https://doi.org/10.1016/1048-9843(94)90023-x)
- Eagly, Alice H. és Blair T. Johnson (1990): Gender and Leadership Style: A Meta Analysis. *Psychological Bulletin* 108(2): 233–256. DOI: <https://doi.org/10.1037//0033-2909.108.2.233>
- Gibson, Christina B. (1995): An Investigation of Gender Differences in Leadership across Four Countries. *Journal of International Business Studies* 26(2): 255–279.
- Goldberger, Nancy R., Blythe M. Clinchy, Mary F. Belenky és Jill M. Tarule (1987): Women's Ways of Knowing: On Gaining a Voice. In *Sex and gender*. Philip Shaver és C. Verton Hendrick (szerk.). Newbury Park, CA: Sage, 201–229.
- Hartog, Den N., Paul L. Koopman, Henk Thierry, Celeste P. M. Wilderom, Jill Maczynski és Sarah Jarmuz (1997): Dutch and Polish Perception of Leadership and Culture. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 6(4): 387–413.
- Helgeson Saly (1990): *The female advantage: Women's ways of leadership*. New York: Doubleday Currency.
- Hofstede, Gert J. és Geert Hofstede (2008): *Kultúrák és szervezetek – Az elme szoftvere*. Budapest: VHE Kft.
- Horner, Melissa S. (1997): Leadership Theory: Past, Present and Future. *Team Performance Management* 3(4): 270–287. DOI: <https://doi.org/10.1108/13527599710195402>
- House, Robert J. és Rem N. Aditya (1997): The Social Scientific Study of Leadership: Quo Vadis? *Journal of Management* 23(3): 409–473. DOI: <https://doi.org/10.1177/014920639702300306>
- House, Robert J. és Chanoch Jacobsen (2001): Dynamics of Charismatic Leadership: A Process Theory, Simulation Model, and Tests. *The Leadership Quarterly* 12(1): 75–112. DOI: [https://doi.org/10.1016/s1048-9843\(01\)00065-0](https://doi.org/10.1016/s1048-9843(01)00065-0)
- Karácsonyi András (2006): *A leadership, a szervezeti kultúra és kapcsolatuk jellegzetességei a magyar szervezetek esetében*. (Doktori értekezés.) Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Vezetéstudományi Intézet Szervezeti Magatartás Tanszék.
- Klein Sándor (2016): *Vezetés- és Szervezetpszichológia*. Budapest: Edge 2000.
- Leithwood, Kenneth és Doris Jantzi (1997): Explaining Variation in Teachers' Perceptions of Principals' Leadership: A Replication. *Journal of Educational Administration* 35(4): 312–331. <https://doi.org/10.1108/09578239710171910>
- Lewis, Andrea E. és Ellen A. Fagenson-Eland (1998): The Influence of Gender and Organization Level on Perceptions of Leadership Behaviors: A Self and Supervisor Comparison. *Sex Roles* 39(5–6): 479–502.
- Paustian-Underdahl, Samantha C., Lisa S. Walker és David S. Woehr (2014): Gender and Perception of Leadership Effectiveness: A Meta-analysis of Contextual Moderators. *Journal of Applied Psychology* 99(6): 1129–1145. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0036751>
- Répáczki Rita (2014): *A szakmai és a vezetői identitás alakulása fiatal felnőttkorban. A vezetői identitás alakulása a mentális komplexitás és a személyiség tükrében fiatal felnőtteknél*. (Doktori értekezés.) Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai és Pszichológiai Kar Pszichológiai Doktori Iskola.
- Rosener, Judy B. (1990): Ways women lead. *Harvard Business Review* 27: 119–125.
- Williams, Christine L. (1992): The Glass Escalator: Hidden Advantages for Men in the „Female” Professions. *Social Problems* 39(3): 253–267. DOI: <https://doi.org/10.1525/sp.1992.39.3.03x0034h>

Zenger, Jack és Joseph Folkman (2011): Are Women Better Leaders than Men? *Harvard Business Review* (március)
Interneten: <https://hbr.org/2012/03/a-study-in-leadership-women-do>.

Czibor Andrea

pszichológus, adjunktus, PTE BTK Pszichológia Intézet (Pécs)

Kázmér-Mayer Szilvia

pszichológus doktorandusz, PTE BTK Pszichológia Doktori Iskola (Pécs)

A kutatást az Emberi Erőforrások Minisztériumának Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Programja finanszírozta, a Pécsi Tudományegyetem 4. tématerületi „A hazai vállalatok szerepének növelése a nemzet újraiparosításában” programja keretében (szerződés száma: 20765-3/2018/FEKUTSTRAT)

Abstracts

Actors and Processes in the Economic Organizations of Contemporary Hungary

Katalin Füzér: Introduction

The short introduction outlines the topics and themes discussed in the present volume of *Replika*. In the era of work 4.0 and industry 4.0, economic success not only depends on resources of organizations but also on the cooperation between the members of the innovation ecosystem. The “organizational well-being” of participants in the innovation process is an important economic factor, and social sciences have developed standardized methods to scrutinize organizations from this perspective. The thematic issue presents an overview of the theoretical perspectives and empirical findings regarding the transformation of Hungarian economy.

Ákos Bodor – Katalin Füzér – László Szerb – Attila Varga: The Role of Social Capital in the Innovation Activity of Hungarian High-Growth Firms

Our article is a study on how the social capital profile of high-growth firms (widely regarded as fundamental to economic growth) and their innovation activity is related in contemporary Hungary. The social capital profile of “gazelles” is drawn along the lines of their diverse investment resources. We interpret the informal and formal investor connections of gazelles as manifestations of their bonding, bridging and linking social capital and investigate the correlations with innovation activities. Our results reveal a marked social capital profile for non-innovative Hungarian gazelles: all three types of social capital is available for them only to a minimal extent. The most innovative Hungarian gazelles possess a unique social capital profile: their dominant social capital is not bridging social capital, as typically found in the innovation literature, but linking social capital. Another group of fairly innovative Hungarian gazelles rely predominantly on bonding social capital.

Keywords: social capital, innovation, gazellas, Hungary

The paper examines the relevant value sets of individual entrepreneurs on a European scale. As both approaches – i. e. the perspective of Economics, which is interested in ideal entrepreneur mentalities, and of Sociology that takes entrepreneurs' ethically-morally significant roles into its main focus – are addressing epistemological and praxis-related aspects, this paper highlights the importance of values as ontological foundations to these features. From the various value-theories Shalom H. Schwartz's concept about Basic Human Values is applied as a framework. Schwartz distinguishes ten types of values, which are interrelated based on a twofold axes. The empirical part starts from the point of differentiating entrepreneur groups according to the individualistic values by cluster analysis. Then the collectivist values are invoked in order to draw up more comprehensive profiles about the primarily identified groups. Finally, additional variables contribute to the clarification of these profiles. As a main finding it should be stressed that there are two different entrepreneur groups according to their relevant value sets in Western and Northern Europe, and also in the Southern and Central-Eastern regions of the continent. In the former case one of these groups is motivated by innovations and it also supports social inclusion and progression, while the other rather prefers stability, respects the existing cultural references, and appreciates collective welfare. In the Southern and Central-Eastern regions, instead, both entrepreneur groups are more individualistic, while one of them moderately, the other even less inspired by innovations.

Keywords: values, Schwartz, entrepreneurs, European Social Survey

Kyra Tomay: (Re-)producing Bridging Social Capital: The Role of Urban and Rural Gentrification in the Entrepreneurial and Innovation Ecosystems

A high degree of social capital, especially bridging social capital, has a positive impact on economic growth – proven by many studies and authors – stimulating entrepreneurship and innovation, thus favouring the development of an entrepreneurial ecosystem. On the other hand, gentrification, i. e. the appreciation of certain urban areas and the concentration of the creative middle class, and later on the upper-middle class in these places, has been a leading research field for urban sociology for decades. This research trend has recently emerged in rural sociology as well. The purpose of this study is to combine these two phenomena and to examine how gentrification works. The paper examines the effects of gentrification, whether the clustering of a creative (artist, intellectual) population and the informal interactions with each other and with the upper middle classes in a certain part of the city or a small village helps rebuild bridging social capital and whether this may be a contributing factor in the growth of innovation and development of business in these areas. Considering that empirical research on this topic has not been conducted, the present paper outlines a conceptual framework for a potential research by merging the literature of different theoretical and research directions.

Keywords: social capital, bridging social capital, gentrification, rural gentrification, entrepreneurial and innovation ecosystem

This paper summarizes the results of previous and newer researches on lifestyle-based segmentation. These became popular in the marketing community in the previous decades. Probably the most important value of this approach is that it provides “hands on” outputs for marketing managers with an overview of the population’s mode of living and its differences. However, how marketers handle this approach differs from how it is generally applied in sociology. We believe that it is important to identify lifestyle-segments in current societies from time to time, but interest in this research field has fluctuated in recent years. We conducted several lifestyle-based researches in different situations, but this is the first one where digitalization played a significant role in the analysis. This is probably not that surprising especially today, but the novelty of our approach stems from the fact that we built on the conceptual framework we developed in 2003 and published as the Lifestyle Inspiration model. This applies two dimensions: the value orientation and the pace of life, where the latter one was (and perhaps still is) a novelty in the literature. Value orientation has been measured by the construct of Schwartz, while we developed and validated the set of attitude scales for measuring pace of life. We are still analyzing the results of our latest survey but it can be already stated that there are significant changes in the lifestyle of the Hungarian population compared to the previous decade.

Keywords: lifestyle, lifestyle research, marketing, consumption

Krisztina Csókási – Szabolcs Bandi – László Nagy – Bernadette Péley – András Láng: Basic Psychological Needs as Predictors of Work-related Well-being and Organizational Commitment

Self-determination theory argues that optimal human functioning and well-being require the satisfaction of the intrinsic needs for competence, autonomy and relatedness. Our aim was to examine the positive effect of the satisfaction of basic psychological needs on employee well-being and organizational commitment in samples of Hungarian employees. In our cross-sectional, questionnaire-based studies participants (N= 65 and 103) completed the Basic Psychological Need Satisfaction at Work Scale, and measures of flow experience at work, job satisfaction (in Study 1) and affective, cognitive and evaluative organizational commitment (in Study 2). Using multiple linear regression, flow experience was predicted by older age and higher satisfaction of autonomy; and general job satisfaction was predicted by the satisfaction of need for autonomy. In Study 2, organizational commitment was predicted by higher job position and satisfaction of basic psychological needs (primarily need for relatedness). Our results highlight the importance of developing workplace interventions designed to provide support for satisfaction of basic psychological needs.

Keywords: autonomy, competence, relatedness, employee well-being, organizational commitment

Machiavellianism, subclinical narcissism and subclinical psychopathy, collectively known as the Dark Triad of personality is in the focus of scientific interest nowadays. In the last two decades, several studies were published on the field of organizational psychology about the work related correlates (like career choice, work attitudes, work-related success, leadership style) of the dark personality traits. The aim of the current study is to examine the relationship between the dark triad and some work-related outcomes. Using a Hungarian employed adult sample (N=1350) we investigated the association of the Dark Triad personality traits (measured by the Short Dark Triad questionnaire, SD3) with some (work-related) demographic data. Our results showed that the three dark traits are positively related to one other. It is also true for all of the dark triad scales that men score higher on them than women. According to the work-related correlates, on the higher levels of the corporate hierarchy we found higher scores on all of the dark triad traits. Controlling to the age of the participants, subclinical narcissism showed positive relationship with the frequency of job changes along the career. This study confirmed the relationship between dark triad traits, corporate position and workplace turnover in the Hungarian context.

Keywords: dark triad, Machiavellianism, subclinical narcissism, subclinical psychopathy, work-related success

Péter Restás – Zsolt Péter Szabó – Andrea Czibor: Psychological Antecedents of Employee Turnover

The aim of our article is to present a Hungarian review about the phenomena of employee turnover. This is a well-researched topic in the field of organizational psychology, however, Hungarian literature on the topic is almost none existent. We think that this kind of review may inspire Hungarian researchers. Our review divides the literature into four sections. Section one is about personal factors: these factors explain employee turnover in terms of personal attitude, competence, personal life, commitment, and satisfaction. Section two highlights the organizational factors. These aspects of organizational life cannot be controlled by employees, nevertheless they play a crucial role at the workplace. Aspects like organizational culture and organizational climate, HR practices and leadership style are listed here. Section three contains the social factors of employee turnover. These factors are created by the everyday interactions between employees and they shape the organization as well as the psychological processes of employees. We define workplaces here as social networks which by their everyday workings create social capital: a specific resource organizations possess. Also, we outline the impact of organizational identification on employee turnover. Section four is about the personal and organizational consequences of employee turnover. What is the price organizations and employees pay when leaving the workplace. Based on the literature review, we define employee turnover as the consequence of the psychological relationship between employee and its workplace. We suggest that workplaces should put an emphasis on strengthening this relationship in order to keep their employees around for a long time.

Keywords: employee turnover, employee retention, employee-workplace relationship, review

Men and women face different challenges in the labor market, especially while competing for leadership positions. Women are still underrepresented in managerial positions, while at lower levels of the organization and in specific groups of professions they are overrepresented. There is a frequent argument to explain how leadership skills vary between men and women. The paper presents a theoretical overview on the evolution of different leadership theories over the past hundred years. Transformational leadership style is emphasized. Not only because it is considered popular and successful in modern corporate environment, but because it carries numerous feminine attributes. Also, several researches point out the fact that it is applied mostly by female leaders. We contrast those research results that emphasize similarities in male and female leaders' leadership toolkit with those that emphasize differences. Finally, we discuss some researches that – instead of focusing on gender differences – draw attention on mediating variables, such as age, qualifications or, for example, the dominant features of organizational culture.

Keywords: Leadership, Gender Differences, Transformatal Leadership, Organizational Psychology, Leadership Theories

