

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar
havi szakfolyóirata

Szerkesztőség és kiadóhivatal:
1093 Budapest, Fővám tér 8.
Tel.: +36 1 482-5121, 482-5187
www.vezetestudomany.hu

Felelős kiadó:
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

Szerkesztőbizottság:
Aranyossy Márta
Csillag Sára
Demeter Krisztina
Havran Dániel
Keszey Tamara
Kő Andrea

Tudományos tanácsadó testület:

Bánfi Tamás
Becsky Róbert
Bélyácz Iván
Bordáné Rabóczki Mária
Chikán Attila
Cser László
Dobák Miklós
Farkas Ferenc
Gaál Zoltán
Gálik Mihály
Grubbström, Robert
Hofmeister Tóth Ágnes
Horváth Péter
Kerekes Sándor
Kövesi János
Mészáros Tamás
Román Zoltán
Szintay István
Vecsenyi János
Veress József
Wetzker, Konrad

Főszerkesztő: Primecz Henriett
vezetestudomany@uni-corvinus.hu

Olvasószerkesztő: Nusser Tamás

Szerkesztőségi titkár:
Milassin Andá
titkarsag.veztud@uni-corvinus.hu

ISSN: 0133-0179

Nyomdai kivitelezés:
CC Printing Kft.

Előfizetés:
Előfizetésben terjeszti
a Magyar Posta Rt. Hírlap Üzletág.
Előfizethető közvetlen a kézbesítőknél, az
ország bármely postáján, Budapesten
a Hírlap Ügyfélszolgálati Irodákban
és a Központi Hírlap Centrumnál
(Budapest VIII., Örczy tér 1.
Tel.: 06 1 477-6300 P. cím: Bp., 1900).
További információ: 06 80 444-444
E-mail: hirlapelofizetes@posta.hu

Előfizetési díj egy évre 9600 Ft
Példányonkénti ár: 1000 Ft

Megjelenik havonta.

Egyes példányok megvásárolhatók
a Szerkesztőségben, Fővám tér 8.

Kéziratot nem őrzünk meg és nem
küldünk vissza!

VEZETÉSTUDOMÁNY

XLVIII. ÉVF., ÁPRILIS

2017. 4. szám

➤ TARTALOM

- **HORVÁTH Dóra – MITEV Ariel**
Előszavak és előképek: Vendégszerkesztői előszövegezés 2
- **COSOVAN Attila**
VY 4
- **BOGÁROMI Eszter – MALOTA Erzsébet**
Kulturális sokk és fogyasztói akkulturáció
– kétértelmű, interdiszciplináris megközelítésben 6
- **OBORNI Katalin**
Az interperszonális kapcsolatok szerepe az etnográfiai szervezeti kutatásokban
– Egy résztvevői szervezeti kutatás tapasztalatai 18
- **KASSAI Szilvia – PINTÉR Judit Nóra – RÁCZ József**
Az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) módszertana
és gyakorlati alkalmazása 28
- **VICSEK Lilla**
Online fókuszcsoportok alkalmazása – lehetőségek, korlátok
és tanácsok a hatékonyság növelésére 36
- **GÁL Tímea – SOÓS Mihály – SZAKÁLY Zoltán**
Egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos fogyasztói insight-ok
feltárása netnográfiaival – esettanulmány 46
- **GÉRING Zsuzsanna**
Kevert szövegelemzési módszertan alkalmazása gazdasági és társadalmi jelenségek
vizsgálatához – Online CSR-kommunikáció vizsgálata tartomelemzéssel és
diskurzuselemzéssel 55
- **KIRÁLY Gábor**
Rendszerek és kapcsolatok – A részvételi rendszermodellezés módszerének
bemutatása a felsőoktatásról készített oksági diagramok példáján 67
- **KÁSA Richárd – RÉTHI Gábor**
Fuzzy logikán alapuló modellezési módszerek
gazdálkodástudományi alkalmazásának episztemológiai megközelítése 84
- **ANGOL NYELVŰ ÖSSZEFOGLALÓ**

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar
havi szakfolyóirat

Published by
Corvinus Business School
Corvinus University of Budapest

www.vezetestudomany.hu



Corvinus Business School

HORVÁTH Dóra – MITEV Ariel

ELŐSZAVAK ÉS ELŐKÉPEK: VENDÉGSZERKESZTŐI ELŐSZÖVEGEZÉS

Előszavak

A szerkesztői előszó klasszikusan az a műfaj, amit az Olvasók általában elegánsan átlapoznak. Ezúttal az előszavak mellett előképekkel is élünk, ami jobban összecseng a Vezetéstudomány mostani, kvalitatív fókuszú számának filozófiájával, valamint most megújuló formavilágával.

A Vezetéstudomány kvalitatív számához vendégszerkesztőként olyan cikkeket kerestünk, amelyek kvalitatív technikát használnak, és amelyek módszerei vagy eredményei jól használhatók vezetők vagy gyakorló kutatók számára. A szám célja az interdiszciplináris együtt-gondolkodás és párbeszéd elősegítése, emiatt ösztönöztük más tudományterületek jó gyakorlatának megismerését is.

Ennek oka, hogy az új, innovatív látásmód a jó kutató és vezető alapvető készsége. Alapvető kérdés, hogy képes-e olyan problémákat meglátni, amelyek mellett mások elmennek, vagy képes-e a már ismert problémákra másként tekinteni. Az új látásmód gyakran megkívánja a kvalitatív módszerek használatát, legyen szó valamilyen speciális vezetési vagy kutatási problémáról, ilyenkor ugyanis a standard, más helyzetben kiválóan működő technikák csődöt mondhatnak. A megoldást gyakran a különféle diszciplínák összekapcsolása eredményezi.

A felhívás hatására olyan cikkek érkeztek, ahol a zenészek (kutatók) hozták a saját hangszereiket (módszereiket), egy olyan sajátos zenekart létrehozva, ahol a hangszerek nem feltétlenül szokványosak, bár kétségtelenül egyedi hangzásvilágot alkotnak. A szerzők nem kizárólag új vagy csak ritkábban használt hangszereket szólaltattak meg, hanem le is játszottak egy-egy darabot, amelyet ők írtak. A cél, hogy a műértő olvasó mindezek után képes legyen válogatni a felsorakoztatott hangszerek közül és kis gyakorlással megszólaltatni azokat.

Egy új módszertannal való szembesülés vagy ismerkedés kulturális sokként érheti a kutatót, melynek mértékét alapvetően a kulturális távolság határozza meg (Malota, 2013), vagyis függ a saját módszertani

kultúra (azaz a kutató által megszokott módszertani környezet) és az idegennek tetsző, új kultúra eltéréseinek fokától.

Bogáromi Eszter és Malota Erzsébet cikkükben a kulturális sokk és a fogyasztói akkulturáció kétirányú, interdiszciplináris megközelítését vizsgálják. Ez a felütés izgalmas, módszertani értelemben pedig könnyedebb, felfezető jellegű stílust jelent. Oborni Katalin egy speciális kulturális közeg, a szervezetek vizsgálatához ad ötleteket és módszereket, melynek során a kutató az árnyékban marad, majd abból kilép, így adva játéktérrel az etnográfiai szervezeti kutatásoknak. Kaszai Szilvia, Pintér Judit Nóra és Rácz József tanulmányukban az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) módszertanát és gyakorlati alkalmazását mutatják be, kiemelve azt, hogy az egyén tapasztalata csak annak kontextusában értelmezhető.

Vicsek Lilla kinyitja a kvalitatív kutatások csatornáit, mivel az online fókuszcsoporthoz alkalmazásába enged betekintést, különös tekintettel a szövegalapú online fókuszcsoporthoz. Az online környezetről maradva Gál Tímea, Soós Mihály és Szakály Zoltán a netnográfia módszertanát választják, amikor az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos fogyasztói gondolatok feltárását tűzték ki célul. Géring Zsuzsa a sokszínűséget tovább fokozza azzal, hogy az online CSR-kommunikációt kevert szövegelemzési módszerrel, tartalomelemzéssel és diskurzuselemzéssel vizsgálja.

És akik számára az eddig bemutatott módszertani sokk nem volt kellően jelentős, vagy még tovább szeretnék tágítani módszertani ismeretüket, Király Gábor részvételi rendszermodellezésre építő megközelítése, valamint Kása Richárd és Réthi Gábor fuzzy logikára építő modellezési módszerei valódi csemegét jelenthetnek.

Előképek: Cosovan Attila VY meséjéhez

A Vezetéstudomány 2017. áprilisában megjelenő száma azért is különleges, mert kvalitatív megközelítésű cikkei mellett új borítót és logót kapott, így egyben

nemcsak a társadalomtudományi gondolkodás kvalitatív szemléletének aktuális irányait, hanem a *design-kommunikáció, tervezői, alkotói kapcsolatteremtés* kutatói folyamatát is végigkövethetjük.

Cosovan Attila tervezőművész, nemcsak új arculatot hozott létre a megújuló Vezetéstudomány számára, hanem megosztja, mit jelent a fejlesztésbe integrált kommunikáció, mit fedezhetünk fel a VEZETÉSTUDOMÁNY betűsorban, fogalomban és tudományterületben. Egyben demonstrálja, hogy miben különbözik és kapcsolódik egymáshoz a szisztematikus kreativitásra építő designgondolkodás (Brown, 2008), a megfelelő viszonyrendszerben felállított kérdésfelvetés és a mindenki számára elérhető empátiára építő designkommunikáció (Cosovan, 2009).

A VY jel kiválasztása nem véletlen, jelen van, de *a megfelelő kérdésfelvetés nélkül mi nem tudjuk felfedezni* azt. Amikor elolvassuk Cosovan Attila által kiválasztott betűkombinációt – melyet mind gépelve, de kézzel is saját kézírásunk stílusában is írhatunk/rajzolhatunk -, egyértelművé válik miért érdemes a rutinná vált tudományos módszereket művészeti megközelítésekkel kiegészíteni és kombinálni (Eisner, 1985; Brown – Reid, 1997) hiszen:

- a megfogalmazás célja: a *képzelet stimulálása*, gondolatébresztés,
- az értékelés kritériumai az addig észrevétlen dolgok láthatóvá tétele,
- az ábrázolásmód jellemzői az evokatív, *felidéző* megállapítások,
- tapasztalatokra, élményekre és jelentésekre fókuszál,

- általánosítás helyett egyedi eseteket tanulmányoz, és azt feltételezi, hogy az általánosítás azokban a különleges esetekben rejlik, amelyekből általánosabb tanulságok vonhatók le,
- kerüli a *szabványosítást*,
- a *kreatív önkifejezés* engedélyezett és elvárt,
- cél a *heurisztikus és nem az algoritmikus* magyarázat, mellyel a megértés növelhető,
- a kutató maga a kutatás egyik legfontosabb eszköze,
- jellemzője módszertani pluralizmus, ahol a tudás a kérdéses élmények és tapasztalatok sikeres *felidezéséből* táplálkozik,
- alapvető cél a jelentésalkotás és megértés; olyan állításokat keres, amelyek képesek megváltoztatni a jelenlegi világról alkotott elképzeléseinket.

Felhasznált irodalom

- Brown, S. – Reid, R. (1997): Shoppers on the verge of a nervous breakdown. in: Brown, S. – Turley, D. (eds.): Consumer research: Postcards from the edge. London: Routledge, 79-149. o.
- Cosovan A. (2009): DISCO. Co&Co Communication. Budapest, http://issuu.com/cosovan/docs/ca_disco_web
- Brown, T. (2008): Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84-93. o.
- Eisner, E. (1985): The Art of Educational Evaluation: A Personal View. London: Falmer
- Malota, E. (2013): Kulturális sokk és adaptáció. in: Malota E. – Mitev A.: Kultúrák találkozása. Budapest: Alinea

COSOVAN Attila

VY

Két dologról fogok mesélni; néhol párhuzamos, másutt pedig kereszteződő ritmusban:

- a designkommunikációról, azaz a DIS.CO-féle szemléletről és arról, hogy miben különbözik a designgondolkodástól, azaz a DESIGN THINKING-től, és röviden
- a „VY” VEZETÉSTUDOMÁNY új ikonjának és címlapjának megtervezéséről.

A designkommunikáció fogalma

A védjegyjoltalom alatt álló designkommunikáció tervezői/alkotói szemlélet, filozófia és módszer (teória és praxis), amely a következőképpen értendő: Designkommunikáció = fejlesztésbe (fejlődésbe) integrált kommunikáció (ez egy lokális know-how globális hatáskokkal).

A DESIGN; *tervezőművészet, kreatív tervezés, alkotói magatartás*. Ehhez társul a KOMMUNIKÁCIÓ; *a tervezői, alkotói, kreatív kapcsolatteremtés*, úgy az önreflexió (belső párbeszéd), mint az interhumánus fenomén szintjén. Így tehát a designkommunikáció egy olyan kapcsolatteremtési szemléletet képvisel, amely HÍD-ként jelenik meg a különböző diszciplínák és diskurzusok, a társadalom és a gazdaság jelenségei között. Inter-, transzdiszciplináris és interprofesszionális módszerével valós idejű kapcsolatot lehet teremteni oktatás, kutatás és vállalkozás között (Cosovan – Horváth, 2016).

A designkommunikáció alapvetései

A kreatív üzenet vagy kapcsolatteremtés nem egy utólagos sallang, hanem a problémaészleléssel, -feltárással, -megoldással együtt születik és kódolódik a termék, szolgáltatás vagy éppen eljárás fejlődésébe. A tervezés, az alkotás és az ebből fakadó kapcsolatteremtési szándék az emberi faj egyik legfontosabb adottsága, lehetősége, kötelessége és egyben felelőssége – figyelembe véve a társadalmi állandó(k) és változó(k) kölcsönhatását (Cosovan, 2015).

Az alkotói, tervezői kapcsolatteremtési képességünk, fajunk létezése óta determinálja integrált és differenciált, azaz komplex emberi entitásunkat, amely a minimum és maximum szabályokat figyelembe véve – *a megismerés fenomenológiájában (anyag–anyagtalan viszonya, túlélés–fennmaradás-fejlődés viszonya, állandó–változó(k) viszonya)* – egy holisztikus viszonyrendszerben fogalmazódik meg, ezzel segítve a tervezői, alkotói optimum megtalálását.

A designgondolkodás (design thinking, Brown, 2008) jellegű társadalmi manifesztációhoz képest a designkommunikáció kilép a tervezői gondolkodás kereteiből, melynek proaktív módszertana és szemlélete többek mellett a Csíkszentmihályi-féle áramlat (flow-élmény, Csíkszentmihályi, 2001), a Viktor E. Frankl-féle értelem-, értékközpontú egzisztenciaanalízis és a szókratészi párbeszéd bölcsletére épít (Sárkány, 2012).

Konklúzió: *az állandó és változók együtthatója az alkotás, a kreativitás pedig a túlélési ösztön emberi és emocionális manifesztációja*.

A VEZETÉSTUDOMÁNY (VY) új ikonja (logója, jele, szimbóluma)

A V és az Y két olyan betű (absztrakt jel), amely ezt az összetett szót közreárja, ráadásul mindkét betű képileg illusztrálja magát a szó jelentését. A VEZETŐI és a TUDOMÁNYOS világ vizuálisan értelmezhető esszenciáját képviseli. Az iránymutató háromszögek (VY) kiegészítéseként a háttérben megjelennek ezek „ellen” súlypontjai, amely a mai kortárs, együttműködő, mellérendelt, elszámoltatható, fenntartható és egyensúlyra törekvő vezetői kultúrát szimbolizálja. A középre tartó „V” betű a vezetői döntés felelősségének és lehetőségének kérdésfelvetését analizálja, az arany középút állandóságát sugallja stb.

Az „Y” a választható döntésekről és lehetőségekről, a szabad akaratról szól, az út mely elér valahova, de aztán szétágazva folytatódik...

Vizsgáljuk meg tervezői/alkotói szempontból (tartalmát tekintve design thinking és designkommunikációs szempontból egyaránt).

VEZETÉSTUDOMÁNY

A design thinking módszertana elsősorban arra fókuszál, hogy mit akarunk elérni és azt hogyan tudjuk a legkreatívabban megtenni. Cél- és sikerorientált. Mivel alapvetően az emberi gondolkodás lehetőségének paradigmájára épít, ezért egy nagyon fontos állapotot figyelmen kívül hagy: általában nem figyel, nem számol – vagy inkább csak nem GONDOL – azokra a nyugvóponton lévő kapcsolatteremtési jellemzőkkel bíró elemekre, információkra és kódokra, amelyek az észlelés második, harmadik vagy még mélyebb rétegeiben helyezkednek el. A *gondolkodás racionalizál*, a *kommunikáció érzékenyít* – képessé tesz a gondolkodás nélküli kapcsolatteremtésre is¹ – ez kritikus szituációkban néha életmentő is lehet.

Hogy jobban megértsük: a GONDOLKODÁS kifejezeten emberi jellemző, a KOMMUNIKÁCIÓ pedig univerzális, emberen túlmutató jelenség (Buda, 1986). Például ha az egysejtűekről elmélkedünk; ott ugye nem beszélhetünk gondolkodásról!?! Kommunikációról viszont igen. De ha továbbmegyünk és az univerzum többi alkotóelemét vizsgáljuk, akár az élettelen közeget is; ott ugye szintén nem beszélhetünk gondolkodásról!?! És kommunikációról? Arról, talán igen! A fizikai állandók is leírhatóak a kommunikáció tulajdonságaival.

Nyilván a felvetésemmel nem rokonszenvezők, most azt is mondhatják; hogy eme diskurzus is csupán azért lehetséges, mert képesek vagyunk gondolkodni – de én inkább megfordítom. Azért vagyunk képesek gondolkodni, mert egy holisztikus univerzális állandó kommunikáció (kapcsolatteremtés) eredménye maga a gondolkodás is.

A kreativitás a túlélési ösztön, emberi és emocionális manifesztációja.

A VEZETÉSTUDOMÁNY szóban rejlő kreatív kapcsolatteremtési (designkommunikációs) lehetőség, mélyebb fogódzkodói túlmutatnak az összetett szó tartalmi értelmezésén átsapva egy szemlélődő, érzékenyítő felfedezésbe, mely párosul a tabula rasa fenomenológiájával és így képes észrevenni olyan kódokat is, amelyek NEM VÉLETLENÜL bújnak meg a tudat, tudatalatti és a tudattalan mezsgyéjén.

Ezekből a rejtettnek tűnő kódokból él a designkommunikáció és talán emiatt lehet érdekes tudományfilozófiai szempontból hermeneutikai elemzése.

Visszatérve a JELÜNKHÖZ; hiszem, hogy a „V” és az „Y” betűk, háttér-információja és vizuális kódja nem véletlenül tartalmazza mindazt, amit a VEZE-

TÉSTUDOMÁNY primer filozófiai értelmezése is megkíván. A különbség, abban van, hogy a mélyebb rétegekből felhozott kódok, sokkal értékesebbek az állandó-változó tengelyén; magyarul hosszú távú perspektívákat (túlélést-fennmaradást-fejlődést) predesztinálnak az ilyen típusú megoldások.

A fedélterv további elemei közül a cikkek címei között húzódó szaggatott vonalakról egy mondat:

Az inter- és transzdiszciplinaritás, valamint a wiki-nómikus² (teljes) együttműködés korában (Tapscott, 2007), ahol a határok átjárhatóak, ahol képesek vagyunk egymástól tanulni, ahol a fejlődés néha exponenciálisan történik, ott szükségünk lehet a szuverén saját identitásunk mellett egy globális, együttműködni képes identitásra is; a szaggatott vonalak bátran, de azért kellő körültekintéssel átléphetők.

Jegyzetek

¹ Kapcsolatteremtés bármivel; élő és élettelen entitással egyaránt.

² <https://hu.wikipedia.org/wiki/Wikin%C3%B3mia>

Felhasznált irodalom

- Brown, T. (2008): Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84-93. o.
- Buda B. (1986): A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei. Harmadik, bővített kiadás, Budapest: Animula
- Cosovan A. (2015): A közhely fenntartható identitása. in: German K. (szerk): Sustainable Identities – Fenntartható identitások. Velencei Biennálé Nemzeti Biztosi Iroda, Ludwig Múzeum, Budapest, 94-99. o.
- Cosovan, A. – Horváth, D. (2016): Emóció–Ráció: Tervezés–Vezetés: Designkommunikáció. Vezetéstudomány/Budapest Management Review, 47(3), 36-45. o.
- Csikszentmihályi, M. (2001). Flow–Az áramlat, a tökéletes élmény pszichológiája. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Sárkány P. (2012): Értelemközpontú egzisztenciaanalízis és filozófiai tanácsadás Viktor Frankl halálának 15. évfordulójára. Imágó Budapest, 3, 75–82. o.
- Tapscott, D. (2007): Wikinómia. Hogyan változtat meg mindent a tömeges együttműködés? Budapest: HVG Kiadó

BOGÁROMI Eszter – MALOTA Erzsébet

KULTURÁLIS SOKK ÉS
FOGYASZTÓI AKKULTURÁCIÓ

– KÉTIRÁNYÚ, INTERDISZCIPLINÁRIS MEGKÖZELÍTÉSBEN

Amikor a kulturális sokkról kérdezzük a hazánkba látogatókat, gyakran nonverbális választ kapunk, egy mosolyt vagy egy fintort. Ezután rendszerint annak a kulturális elemnek az ismertetése következik, melyben a legnagyobb távolságot érzékelték a származási ország és hazánk között.

A szerzők kutatásuk során két irányból vizsgálták az akkulturáció és a fogyasztás témakörét. A kétféle megközelítést a speciális módszertan tette lehetővé. 107 félig strukturált interjú készült, az országban legalább egy éve élő külföldiekkel, melyekről a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói beszámolókat írtak.

A szerzők arra voltak kíváncsiak, hogy az egyetemisták milyen ismeretanyaggal rendelkeznek a kultúrák közötti eltérésekről, illetve milyen jellemző diskurzuselemek jelennek meg a téma ismertetésénél, melyekből következtetni lehet a magyar társadalom egy szűkebb csoportjának befogadói attitűdjére.

Az interjúkban arra voltak kíváncsiak, hogy az interjúalanyoknak milyen – a kulturális eltérésekből adódó – nehézségekkel kellett szembenézniük, amikor az országba érkeztek és mely nehézségek maradtak fenn napjainkig, melyek azok, melyek feloldhatatlanok. Az asszimiláció folyamatát az elemzésnél a fogyasztási szokások megváltozásával kapcsolták össze. Ezáltal láthatóvá váltak azok a jelentős tényezők, melyek meghatározóak a fogyasztói akkulturációban, elsősorban az interjúalanyok étkezési és élelmiszervásárlási szokásaira fókuszálva.

A két pillér együttes elemzésénél láthatóvá válik, hogy az egyes kultúrákból érkező személyeknél milyen eltérő sokkhatások figyelhetők meg, milyen akkulturációs stratégiákat alkalmaznak, továbbá a hallgatók beszámolóinak elemzésénél a befogadó társadalom tudása és nézőpontja is megismerhető. A kutatást uni-kálissá teszi a minta magas elemszáma, a megkérdezettek szülőhazájának széles spektruma, az asszimiláció összekapcsolása a fogyasztási szokásokkal, továbbá a már megnevezett két pillér együttes alkalmazása és elemzése.

Kulcsszavak: kulturális sokk, fogyasztói akkulturáció, fogyasztási szokások, mélyinterjú, Ázsia, Amerika, Európa

Magyarországon is természetesnek tartjuk, hogy megszűni tájakra érkeznek ide családok, egyedülálló személyek, hogy itt alakítsák ki új életüket, vagy épp csak egy szemeszterre jöjjenek tanulni, esetleg a munkájuk szólítja őket Budapestre néhány évre. Egy másik kultúrába érkezni mindenkinek nehézségeket okoz, melyek többsége feloldható, amennyiben mind a letelepedni vágyó személy, mind a befogadó társadalom megfelelő mennyiségű és minőségű információval rendelkezik az egyes konfliktusos, vagy traumatizált helyzetekről. A beilleszkedés mindezek kombinációjaként eltérő módokon történhet, a teljes izolációtól az integrációig. A folyamat közben kialakult fragmentált, széttagozott én személyes kapcsolatai révén folyamatosan alakul, a fogyasztott termékekkel és a termékekkel való kap-

csolatával együtt. Tanulmányunkban a kulturális sokk és az akkulturáció mellett az étkezéssel összekapcsolt fogyasztási szokásokra fókuszálunk. A téma megismerését a kiterjesztett én és a fogyasztási szokások kapcsolatának jelentősége indokolja.

Elméleti háttér

A kulturális sokk fogalma, kiváltó okai, szintjei, forrásai és mértéke

A kulturális sokk *fogalma* Kalvero Oberg antropológustól származik, szerinte a kultúrsokk „olyan foglalkozási betegség, ami akkor lép fel, ha valaki külföldi kiküldetésbe kerül, az a feszültség (szorongás) idézi elő, amit a társas interakcióban megszokott jelek és jelzések el-

vesztése okoz. Sajátos szimptomákkal jellemezhető és kezelést igénylő betegség” (Oberg 1960, p. 16).

A fogalom mai értelmezése szerint kulturális sokkon azokat a fizikai és lelki alkalmazkodási nehézségeket értjük, amelyekkel az utazók és a külföldi környezetbe kerülők jó része szembesül, amikor egy másik kultúrával találkozik. Általános megfogalmazásban azt az élményt nevezzük kulturális sokknak, melyet az interkulturális interakciók, találkozások során átélünk (Hidasi, 2014).

A kulturális sokk *kiváltó okait* Hidasi alapján három tényezőben összegezhethetjük: a megszokott kapaszkodók elvesztése, a személyközi és társas kommunikáció diszfunkcionalitása, valamint az ún. identitáskrizis, az identitás kulturális kontextusának megváltozásával ugyanis az identitás is változik (Hidasi, 2004).

Az úgynevezett “kulturális sokk háromszög” azt szemlélteti, hogy milyen *szinteken* érhet bennünket a kulturális sokk és ennek milyen következményei lehetnek. Ez lehet kognitív szint (pl. sztereotipizálás, tolerancia), affektív szint (pl. hangulatváltozások, eufória, depresszió, elégedettség), konatív szint (pl. társas készségek, cselekedetek és identitás) (Marx, 2001).

Chaney és Martin hat kategóriába sorolja a *kulturális sokk forrásait, aspektusait*: kulturális stressz (fizikai és mentális stressz az átállás miatt, ide tartoznak pl. a lakhatási, közlekedési, kommunikációs problémák), társadalmi elidegenedés (magány és izoláció érzése), társadalmi osztálykülönbségek, pénzügyi problémák, családi és párkapcsolati problémák, társadalmi és egyéni önkép (kulturális különbségek lehetnek abban, hogy mennyit osztunk meg önmagunkból másokkal) (Chaney – Martin, 2011).

A *sokk mértékét* egyéni tényezők (pl. személyiség, tapasztalatok, nyelvtudás) és szituációs faktorok (pl. a kulturális kapcsolat időtartama és intenzitása) befolyásolják. A „sokk” mértéke elsősorban a kulturális távolságtól függ, vagyis a saját kultúra és az idegen, új kultúra eltéréseinek mélységétől. Emellett a „sokk” számos személyiségjegytől és szituációs faktortól függ, a kialakulását, mértékét és intenzitását befolyásoló tényezőket a következőként foglalhatjuk rendszerbe (Malota, 2013):

- *kulturális távolság faktor* (a saját és a fogadó kultúra kulturális eltérései, a fogadó kultúra idegennel kapcsolatos jellemzői, a két ország közötti viszonyrendszer),
- *biológiai tényezők* (általános fizikai és egészségi állapot, életmódváltozás hatása, kor),
- *tapasztalati tényezők* (nyelvtudás, külföldön előzetesen eltöltött idő, korábbi interkulturális tapasztalatok, a rendelkezésre álló előzetes információk mennyisége és minősége),

- *személyes és személyi készség jellemzők* (kommunikációs és kapcsolatteremtési készségek, empátia, tolerancia, bizonytalanságkerülés, érzelmi és értelmi intelligencia, humorérzék, rugalmasság, alkalmazkodóképesség, kulturális érzékenység, etnocentrikus beállítódások, függetlenség, önbizalom),
- *kontrolltényezők* (a fogadó kultúrában eltöltendő idő, otthoni védőháló, a fogadó kultúrában hazai védőháló, a fogadó kultúrában helyi védőháló, előzetes elvárások, döntési lehetőségek, motiváció, státusz az új kultúrában).

A kulturális sokkot és különbözőségeket nem feltétlenül a nagy földrajzi távolság okozza, hiszen határon átnyúló viszonylatban is találunk eltéréseket. Kaszás és szerzőtársai igazolták, hogy az osztrák-szlovén-horvát-magyar határtérségben a határmenti kapcsolatból eredő kulturális és gazdasági örökségek tompíthatják a különbségekből adódó sokkot (Kaszás et al., 2016, p. 10-11.).

A kulturális adaptáció folyamata, megküzdési stratégiák, adaptációs modellek

A kulturális adaptációt, a másik kultúrához való alkalmazkodás fázisait a szakirodalom az ún. U-görbével írja le, mely szerint az átmenet folyamata tipikus mintát ír le. Az első szakasz a „nászutas/eufória fázis”, a második szakasz az ún. „krízis/ellenséges fázis”, a harmadik ciklus a „humor/alkalmazkodás fázis”, majd ez a megértési folyamat az „otthon/el-fogadás fázisban” csúcsosodik ki. Az ide tartozó két koncepció közül az egyik az akkulturáció: az a folyamat, melynek során a hosszabb ideig idegen kultúrában élő személy idővel befogadja és átveszi a fogadó kultúra értékrendszerét és gondolkodásmódját, egy kulturális és pszichológiai változási folyamat révén. A másik a dekulturáció, mely a régi értékrend és viselkedésmód elhagyását jelenti. A teljes alkalmazkodás akár évekig is eltarthat. Az ötödik szakasz a „visszatérés”, az ún. fordított kulturális sokk (Lysgaard, 1950).

Az *adaptációt* illetően az alábbiakban felsorolt *stratégiákat* azonosíthatjuk (Samovar et al., 2010; Martin – Nakajama, 2004; Lustig – Koester, 2010). Természetesen nincs teljes mértékű elkülönülés a stratégiák között, egymás mellett is létezhetnek, sőt mindegyiknek különböző szintjei lehetnek:

- *asszimiláció*: teljes körű alkalmazkodás az új kultúrához, a régi kulturális identitás fenntartása relatíve lényegtelen,
- *szeparáció*: ragaszkodás a saját kultúrához, az idegen kultúrától való elfordulás, elszeparálódás,

- **integráció:** a saját kultúra eszközeinek használata, amellet, hogy az egyén a befogadó kultúrába is próbál beilleszkedni,
- **marginalizáció:** külső tényezők miatt kevés lehetőség van fenntartani a saját kulturális örökséget (pl. kényszerített kulturális veszteség miatt), vagy kevés az érdeklődés az új kultúra iránt (pl. kirekesztés vagy diszkrimináció miatt). Az előző három stratégiával ellentétben itt nem az egyén döntésén múlik e stratégia választása, hanem külső kényszerre vezethető vissza.

A fenti stratégiákat összefoglalóan az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat

Akkulturációs stratégiák

AKKULTURÁCIÓS STRATÉGIÁK		a saját kulturális identitás megtartásának fontossága (ingroup orientáció)	
		alacsony szintű	magas szintű
más csoportokkal való kapcsolat fenntartásának fontossága (outgroup orientáció)	alacsony szintű	marginalizáció	szeparáció
	magas szintű	asszimiláció	integráció

Forrás: Berry et al. (1988)

A fenti megküzdési stratégiák mellett az *adaptációs modellek* is választ adnak arra, hogy hogyan alakul egy új kultúrába való beilleszkedés, milyen folyamatokkal és befolyásoló tényezőkkel írható le.

A korábban említett *U-görbe modellt*, mely a kulturális adaptáció fázisait azonosítja, a szakirodalomban szokás adaptációs modellként is kezelni, az egyik legegyszerűbb modellként tartják számon.

A *bizonytalanság és szorongáskezelés modell* (Gudykunst, 1998) szerint az interkulturális kommunikáció során a bizonytalanság csökkentése a leglényegesebb, mert az interkulturális adaptáció egyik legjellemzőbb eleme a félreérthetőség, kétértelműség. Az előrejelzési bizonytalanság azt jelenti, hogy nem tudjuk előre jelezni, hogy mások hogyan viszonyulnak hozzánk, hogyan reagálnak, az értelmezési bizonytalanság pedig arról szól, hogy nem tudjuk megmagyarázni mások viselkedését. Emellett a szorongás csökkentése szintén fontos, a modell szerint ezekre a helyzetekre az információgyűjtés a megoldás, ha van elég információnk, csökken a szorongás és a bizonytalanság is. Ezen elmélet szerint a megfelelő önértékeléssel és önképpel rendelke-

zők, a rugalmas attitűdökkel és magatartásformákkal bírók és a komplex és rugalmas kategóriákat alkotók (vagyis a sztereotípiákat kerülők) a leghatékonyabbak az interkulturális kommunikációban. A modellben a szituáció is lényeges szerepet kap, eszerint az informatív, támogató környezet és a különböző kulturális csoportok egyenlő reprezentációja szükséges a megfelelő interkulturális kommunikációhoz.

Az *átmenet modell* szerint a kulturális sokk és adaptáció hasonlít bármely átmeneti szituációhoz, melyen életünk különböző szakaszaiban keresztül megyünk. Ezért e felfogás azt hangsúlyozza, hogy a kulturális sokk és adaptáció az emberi tapasztalatszerzés normális része, és mint olyan, változásokkal, előnyökkel és hátrányokkal, veszteségekkel és nyereségekkel jár (Kim, 2001).

Kim „*stressz-adaptáció-növekedés*” modellje szerint a kezdeti stresszre (kulturális sokkra) válaszul az egyén megtanulja kezelni az új kulturális normákat, ezáltal megkezdí az adaptációt az új kultúrához. A folyamatos stresszadaptáció megtapasztalása után elkezdődik a személyes növekedés, ezzel a három elem között egy ciklikus, dinamikus folyamatot generálva (Kim, 2001).

A *kommunikációs rendszer modell* szerint az adaptáció a kommunikáció révén megy végbe, a folyamatos kommunikáció segíti elő az adaptációt, és szükséges ahhoz. Az ismeretlen kulturális környezetben való kommunikáció új gondolkodásmódot és új magatartásformákat alakít ki, az interakciók számának növekedésével az adaptáció sikeresebbnek bizonyul. A modell megkülönbözteti az egyéni és társas szintű kommunikáció kompetenciát. Ebben a modellben a környezet is fontos elem: a fogadó kultúra nyitottsága az idegenekre, az a mérték, amennyire rákényszeríti saját kultúráját a más kultúrából érkezőkre és az adott etnikai csoport (politikai, gazdasági stb.) erőssége lényeges faktor az adaptáció/akkulturáció sikerességéhez. A fentiek mellett az egyén felkészültsége az új kultúrában való életre és személyisége szintén lényeges moderáló tényező (Kim, 2001).

A fogyasztói akkulturáció

A fogyasztói akkulturációt a következőképp definiálhatjuk: azon jártasságok és tudás megszerzése, melyek relevánsak az adott kultúra fogyasztói magatartása szempontjából a más kultúrából származó egyén számára. Ebbe beletartozik az is, hogy az egyén megtanulja az új kultúrában alkalmazott vásárlási és fogyasztói szokásokat, valamint azokat a jelentéseket, melyeket fogyasztóként a termékekhez társítunk, a fogyasztói szocializációs folyamat részeként (Ward, 1974). A fogyasztói akkulturáció lényegében a kulturálisan definiált fogyasztói jártasságok, tudás és magatartás megtanulásának és megmutatásának eklektikus folyamatát jelenti (Penaloza, 1989).

Kutatásunkban a Penaloza (1989) által kialakított keretet használtuk, melyet a kultúraspecifikus fogyasztói tanulási folyamat és magatartás szisztematikus vizsgálatára fejlesztett ki. Penaloza (1989) Berry fent említett modelljét veszi alapul, az asszimiláció, a szeparáció és az integráció akkulturális stratégiákat vizsgálja a fogyasztói akkulturáció szempontjából. Modelljében szerepelnek a bevándorló jellemzői (demográfia, kulturális fogyasztói értékek, hovatartozás intenzitása, nyelvi preferenciák, környezeti faktorok), a fogyasztói információforrások a fogadó és a saját kultúra részéről (család, barátok, média, szervezetek), a tanulási folyamat és az akkulturációs kimenet (a saját és a fogadó kultúrához kapcsolódó kimenetek, adaptációs dimenzió).

A fogyasztói akkulturáció mind egyéni, mind csoportos szinten vizsgálható, ezért a pszichológiai (pl. normák, szabályok, tudás, elvárások) és a szociálpszichológiai (pl. interperszonális kapcsolatok, információáramlás, referenciacsoport) koncepciók kapcsolódása is releváns.

Luedicke (2011) 14 korábbi tanulmány analízisét kritikai szemlélettel felhasználva készített a rekurzív fogyasztói akkulturációra átfogó modellt, melyben a helyiek és a bevándorlók identitásadaptációja mellett szociokulturális jellemzők és fogyasztási jellemzők (pl. az általunk is vizsgált termékhasználat mellett a főzés is) jelennek meg.

Etnocentrizmus, fogyasztói etnocentrizmus

Befogadói oldalról (a másik pillért vizsgálva) a témához kapcsolható az etnocentrizmus koncepciója. Az etnocentrikus személy nem befogadó, hiszen a világot csak saját szemszögéből nézi, más nemzet vagy etnikai csoport nézőpontját képtelen megérteni. A magyar egyetemisták etnocentrikus érzelmeit, ennek dimenzióit vizsgálta pl. Berács – Malota (2000) cikke. A magyarok befogadói attitűdjét az ESS-adatbázis alapján elemzi Bogáromi – Malota (2015) cikke, a kutatás eredményei azt mutatják, hogy a betelepülni vágyókhöz kapcsolódó gondolatok szignifikáns kapcsolatban vannak a boldogsággal és a boldog emberek kevésbé elutasítóak a betelepülni vágyókkal és a már betelepültekkel szemben.

A másik kapcsolódó fogalom a fogyasztói etnocentrizmus, mely szerint a hazai-külföldi termékek közti választás dilemmájában a fogyasztók részéről erkölcsi és gazdasági okok is közrejátszanak (Malota – Berács, 2007; Malota, 2013).

A kvalitatív kutatás nyersanyaga

Mint láthattuk, a *kulturális sokk* definíciója a használatba kerülése óta egyre szélesebb értelmezési tartományt

ölel fel az idők során. A külföldi kiküldetéstől eljutottunk a bevándorlókat a külföldi környezetben érő interakciók és benyomások sokaságáig és a fogalom nyilvánvalóan azt is megengedné, hogy lényegileg azonos volta miatt alkalmazzuk azt a saját nemzeti kultúrán belül bennünket ért mindenfajta kulturális jellegű alkalmazkodási nehézségre, melyek identitásunk egységességének fenntartása szempontjából kihívásként kezelhetők. Kutatási „nyersanyagunk” 107 db félig strukturált témaorientált interjúból áll, melyeket a Budapesti Corvinus Egyetem interkulturális kommunikáció kurzusának hallgatói készítettek legalább egy éve Budapesten élő, európai, amerikai, illetve ázsiai származású külföldiekkel. A félig strukturált interjúterv kérdéseit a szakirodalom főbb fogalmai mentén alakították ki: kulturális sokk, akkulturáció, fogyasztási akkulturáció. Az interjúszituációk során a megnevezett témák kifejtésénél az interjúalanyok személyes hétköznapi tapasztalatai kerültek előtérbe. Ennek megfelelően a fő kutatási kérdés az volt, hogyan, milyen különböző módokon történik, történhet az idegen kultúrával való találkozás. Fontos kiemelni, hogy az interjúalanyok kiválasztásából adódóan túlnyomórészt olyan személyekkel folytatott beszélgetésekről van szó, akik különböznek a bevándorlóktól abban az értelemben, hogy itt-tartózkodásuk időtartama és célja nem feltétlenül követeli meg, hogy különösebb választás valósuljon meg az *akkulturációs stratégiák* közül. Az eredmények függvényében kutatási kérdésünk az akkulturációs folyamatok különféle legitim interpretációinak magyarázó vizsgálata felé fordult. Az interjúk nyelve eltérő volt, annak megfelelően, hogy az interjúalany mely nyelven kívánt és tudott a legkifejezőbbben kommunikálni az interjú készítőjével. Minden esetben az interjú készítői fordították magyar nyelvre az idézni kívánt mondatokat. Az interjúkészítők által készített átiratok esetében nem határoztuk meg előre, hogy milyen mértékig szükséges szöveghűnek lenniük, illetve milyen mértékben tartalmazhat saját interpretációt. Az átiratok tartalmában mutatkozó különbségek és az eltérő leírási módok összefüggései további kutatások témája lehet, de jelen tanulmányunkban e kérdéskörre nem térünk ki. Az interjúátiratok átlagos hossza négy oldal volt. Kutatásunk során az interjúkat a kvalitatív kutatási módszerek bevett gyakorlata szerint, az interjúkészítők és a kérdezettek közös konstrukciójaként fogtuk föl. Elemzésünk tárgyát tehát nem közvetlenül az akkulturáció társadalmi jelensége képezi, és nem is az érintettek értelmezései, hanem a legitim diskurzusok által konstituált reprezentációk. Világunk jelentős változáson ment keresztül a fent idézett elméletek kimunkálása óta és bár relevanciájuk megkérdőjelezhetetlen, számításba kell vennünk, hogy a *globalizáció* és a *technológiai fejlődés* nyújtotta lehetőségek mind többeknek teszik lehetővé, hogy a külföldi környezet-

ben való tartózkodás egy, a korábbiakhoz képest hosszabb átmeneti időszakot jelentsen (akár több évet is), anélkül, hogy nagyobb horderejű döntést kelljen hozni kulturális magatartásról vagy identitásról. Mindennek megfelelően változóban vannak azok a *tudáskeretek és diskurzusok* (Hall, 2002), melyek segítségével a külföldi lét, az alkalmazkodás és a befogadás értelmeződik adott társadalom és az ott idegenné számítók szempontjából. Elemzésünkben a – sok esetben – jól ismert sztereotípiák helyett ezek feltárására és bemutatására helyezzük a hangsúlyt. Az elemzést *Maxqda* kvalitatív adatelemző szoftver segítségével végeztük, ami segített az objektivitás megőrzésében és hatékonyabbá tette a sok száz oldal feldolgozását. Az elemzés során elsősorban a megalapozott elmélet módszerének elvei alapján haladtunk, tehát fogalmakat fejlesztettünk és finomítottunk az átiratok szövegei alapján, amikből koherens és hiteles rendszert igyekeztünk fölépíteni, melynek központja az utazó és vendég fogalompár (Corbin – Strauss, 2015). Az interjúátiratok elkészítéséhez szabott keret – az idézetek és az interpretációk arányának szabadsága – megfelelő lehetőséget biztosított ahhoz, hogy széleskörűen jelenjenek meg azok a fogalmi interpretációk, amelyek segítségével kérdezők és kérdezettek folyamatosan konstituálják társadalmi valóságunkat. Magyarázó elemzésünk kialakítása során figyelembe vettük a diskurzuselméletek által kínált kereteket, nagy hangsúlyt helyeztünk arra, hogy elemezzük, az interpretációk közötti különbségekben milyen mintázatok, argumentációk, mögöttes értéktulajdonítások fedezhetők föl.

A megkérdezett személyek több, mint huszonöt országból érkeztek, nők és férfiak egyaránt. Az anyaországok között szerepelt többek között Mongólia, India, Svédország, Németország, Amerikai Egyesült Államok, Pakisztán, Afganisztán, Mexikó, Peru, Kína. Életkorukat tekintve a legnépesebb kategória a 18–30 évesek csoportja volt, de a megkérdezettek között 15 évestől 61 éves korig megtalálhatók minden korcsoportba tartozó személyek. Az interjúalanyok között van háromgyermekes elvált anyuka, alapszakos hallgató, professzor és a piaci szektorban dolgozó személy is. Eltérő időtartamot töltöttek hazánkban, néhányan 25 éve érkeztek és már Magyarországot tekintik hazájuknak, mások csak másfél éve élnek nálunk. A terveiket tekintve is számos eltérést tapasztaltunk, a végleges letelepedés található a skála egyik végpontjánál, míg a további utazások a másikon.

Kutatási eredmények

Tükör-effektus

Az elkészített interjúk sajátossága, hogy általuk sokszor inkább saját magunkat, a sztereotipikus magyar

embert, *magyar kultúrát* ismerhetjük meg, mint valamely másik kultúrát.

„Szerettem volna az ő szemén keresztül látni a magyarokat, a kultúránkat, ennek érdekében fontosnak tartottam az interjú előtt egy kis kutatómunkát végezni az országáról.”

(magyar nő, interjúkészítő)

Ez a megismerés a módszertani sajátosságnak köszönhetően két dimenzióban, két szálon jelenik meg. Egyfelől az interjúkérdések által lehetőségünk van megismerni az interjúalanyok benyomásait, tapasztalatait arról, hogyan viselkednek a láthatóan vagy kevésbé láthatóan más nemzetiségű személyekkel a magyar állampolgárok. Másfelől a beszámolóik értelmezése által megismerhetjük egy alcsoporthoz asszociációit, nyitottságát és az idegen kultúrákhoz kapcsolódó viszonyát.

Az interjúkészítők beszámolóiból kirajzolódó attitűd vegyes volt, kevesebb, mint felük objektíven, távolságtartóan írta le az elhangzottakat és értelmezte a folyamatokat. A távolságtartó szemléletmód mögött meghúzódó gondolkodásmódot a beszámolóik olvasása alapján nem lehet detektálni, kiegészítő interjúk alkalmazásával lehetne megismerni az interjúkészítők motivációit.

A tanulmányokat készítő túlnyomó többsége a beszámolókat személyes hozzászólásokkal látta el, az alanyok válaszainak ismertetése mellett jellemzően megjelentek az önreflexiók is. Önreflexióik alkalmával leírták azt is, rájuk milyen hatással volt az adott válasz és milyen tudáskészlettel rendelkeztek a válaszok előtt. A szubjektív hozzászólások szinte mindegyike pozitív megnyilvánulás volt. Leggyakrabban a meglepődés, a rajongás, a tisztelet és az interjú általi tanulási-fejlesztési folyamat lehetősége jelent meg. A kedvező hozzászólások alapján gondolhatnánk, hogy a kérdezők elfogadóak, nyitottak, előítéletektől mentesek az idegen kultúrából érkezők felé. Ez a feltételezés csak részben igazolódik be a tanulmányok elemzése közben. A kulcsot az interjúalanyok kiválasztásában találjuk. Módszertanunk kialakításánál fontosnak tartottuk, hogy a kontinens meghatározásán túl ne tegyünk semmilyen megszorítást a kiválasztással kapcsolatban. Ennek megfelelően a kiválasztásnál rajzolódott ki az interjúalanyok értékrendje és habitusa. Azok a tanulmánykészítők, akikre jellemző volt a rajongás, szívesen készítettek interjút olyan személyekkel, akik sikeresek, nyitottak, könnyen teremtenek kapcsolatot, olyan életet élnek, melyet ők is szívesen élnének.

„Jessica Nestell. Egy lány, aki ott segít, ahol tud. Egy lány, aki közvetlen természetével és

derős mosolyával az első pillanatban eloszlatta kissé félszeg interjúztatója mindennemű félelmét. És egy lány, aki már mindössze huszonöt éves korában rendkívül izgalmas, élményekkel teli életet tudhat a háta mögött.”

(magyar nő, interjúkészítő)

A leggyakoribb szubjektív hozzászólás a meglepő-dés volt, ami kitűnően mutatja az elképzelt, sztereotip elemek és az interjúk által tapasztalt elemek közötti különbségeket. Az eltérések főként két területre korlátozódtak, egyfelől a Magyarországról kialakult képre, illetve a hazánkban élők alkalmazkodására. Az interjúk készítőire jellemző volt, hogy úgy vélték a külföldieknek kedvezőtlen véleménye van hazánkról, számos rossz tapasztalatról fognak beszámolni, így a magyarok gorombaságáról, rossz nyelvtudásáról, a rossz közbiztonságról. Ezzel szemben az interjúalanyok többsége kellemes tapasztalatokról beszélt. Az eltérések másik területe a hazánkba érkezők alkalmazkodásához kapcsolódik. Számos meglepetés alapja az az elképzelés volt, hogy a hazánkba érkezők nem tudnak megtanulni magyarul, vagy csak nagyon nehezen, kevésbé tudnak alkalmazkodni az itteni adottságokhoz, a tipikusan magyar ételeket, italokat nem kedvelik.

„Magyarországon, az apukáján kívül már mindenki majdnem anyanyelvi szinten beszél a magyart, ami számomra rendkívüli meglepetés volt.” (9 éve Magyarországon élő japán család)
*“Nagy meglepetésemre Jak egészen más választ adott a Magyarországról és a magyar embe-
 rekről kért véleményre, mint amire eleinte számítottam. Hazánkat szép, hagyományokban és történelemben gazdag országgént írta le, amely történelmét sajnálja, hogy nem tanítják részlete-
 sebben külföldön.”*

(magyar férfi, interjúkészítő)

Az interjúalanyok által érzékelt magyar viselkedés megismerésének és értelmezésének természetesen vannak korlátai. Számolnunk kell egyrészt azzal a ténnyel, hogy a kérdezett külföldi személyek Magyarországot döntően a fővárosban szerzett tapasztalatok alapján ismerték meg, másrészt pedig azzal, hogy az általuk a magyar viszonyokról kialakított képre adott esetben memetikus terjedés és reprezentatív jellegű kommunikáció útján is igen erős befolyást gyakorolhatott a magyarság önmagáról vallott nemzetkarakterológiai jellegű identitása.

A külföldiek által Magyarországról és a magyarok-ról kialakított véleményei mindennek megfelelően többé-kevésbé összhangban vannak az általunk jól ismert jellemzőkkel. A magyar ember szomorú, stresszes és

túlterhelt. A közhangulat rossz, nagy a szegénység és sok a gazdasági probléma. Zsíros ételeket fogyasztunk és egészségtelen életmódot élünk, mindemellett pedig zárkóztak és idegenellenesek is vagyunk. Jellemző a múltorientáltság, a nacionalista értékrend és megterhelők a bürokratikus eljárások.

„Az ecuadori lány a magyaroknak pedig azt üzeni: »Mosolyogjatok és legyetek elfogadóbbak!«.”

(ecuadori nő)

Ugyanakkor számos tényező van – amit vélhetően szintén a sugallt képtől nem függetlenül – a külföldiek is érzékelnek és pozitívumnak tekinthető. A magyar konyha, a magyar termékek, a hungarikumok zászlóshajói az országimázsuknak, de a külföldiek kedvező véleményekkel vannak a magyar oktatásról, a magyar nyelvről és az épített környezet, valamint a tájak szépségéről is. Többek szerint a tömegközlekedés is e sorba illik. Csakugyan elismerően szóltak a szórakozási lehetőségekről és az olcsó árakról. *Látszólagos ellentmondás*, hogy gyakran ugyanazok a személyek, akik a magyarok zárkózottságáról és xenofóbiájáról tettek említést, méltatták az itteniek kedvességét, vendégszeretetét, segítőkészségét, közvetlenségét vagy éppen őszinteségét is. Miként oldhatók fel, föloldhatók-e egyáltalán ezek az ambivalenciák?

Kétkörös befogadói attitűd

A külföldi származású interjúalanyok által elmondottakról készült beszámolókból arra következtethetünk, hogy a magyar társadalomra egyfajta *kétkörös befogadói attitűd* a jellemző. Ez azt jelenti, hogy egyfelől a zárkózottság és idegenellenesség, másfelől a nyitottság és vendégszeretet nem általános reakcióknak tekinthetők, hanem számos szituációs összetevő függvényei. A külföldiek által az adaptációs folyamatot nehezítő tényezők közül egyértelműen a leghangsúlyosabb tényező volt a *nyelvi akadályokhoz* tartozó jelenségek. Egyrészt a beilleszkedést nehezíti a magyar nyelv nehézsége, másrészt a mindennapi kapcsolatteremtés ismétlődő akadály a lakosság alacsony szintű (leginkább angol) nyelvtudása.

*„A nehézségre az első példa, ami eszébe jutott, az volt, hogy sajnós az átlag magyar ember nem beszél jól angolul, a mi nyelvünk, a magyar nyelv pedig nehezen megtanulható, így úgy véli, a nyelvi nehézség jelenti a legnagyobb akadályt az asszimiláció során. Nem könnyíti meg az asszimilációt az sem, hogy eleinte a magyarok elhúzódnak, idegenkednek a nem magyar embe-
 rektől. Pozitívként, asszimilációt segítő elem-*

ként élte azonban meg azt, hogy miután jobban megismerik az embert, a magyarok rendkívül vendégszeretők, segítőkészek, s ha már érzik, hogy valaki a közösségbe tartozik, azt teljes jogú tagnak tekintik származásától függetlenül.”
(egyesült államokbeli férfi)

A külföldiek tapasztalatai és véleményei ennek megfelelően gyakran igen különböző, kettős forrásból táplálkoznak – például élesen elválík az interkulturális jellegű egyetemi közeg atmoszférája a bürokratikus ügyintézés interakcióitól, vagy az utca emberével való találkozásoktól.

Nem mehetünk el szó nélkül amellett, hogy a *hatalmi egyenlőtlenség* nem pusztán az „idegen” és a befogadó kultúra között áll fenn (mint ahogy arra a *kommunikációs rendszer adaptációs modelljénél* utaltunk), de a *wallersteini centrum–periféria viszonyok* (Wallerstein, 1983) a *nyelvhasználat* vonatkozásában is egyfajta alávetettséghez vezetnek. Magyarország e tekintetben se nem újlatin, se nem germán nyelvvel, valamint posztkommunista örökségével többszörösen is periférikus helyet foglal el az „utazók világtérképén”. Mivel a *globális diskurzus* elvárásokat fogalmaz meg az idegen nyelvek és főként az angol nyelv ismeretével kapcsolatban, ezért természetesnek tűnik az *elvárás*, hogy a külföldi utazó *otthonosan* mozoghasson a számára egyébként idegen környezetben is.

A kétkörös befogadói attitűd egyik fontos összetevője lehet tehát az a tapasztalat, hogy egy egyszerű hétköznapi interakció során egy interkulturális kapcsolatteremtési kísérletet mindkét fél (a külföldi és a magyar) könnyen kulturális sokként élhet meg, amelyre adott reakció könnyen lehet elutasító és mutathatja zárkózott, idegenellenes beállítódás képét. Emellett számolnunk kell természetesen azzal az alapattitűddel is, miszerint a magyarok bizonyos távolságot tartanak az idegenek irányában, ám a saját csoportba tartozókkal szemben – ha mégoly lazán is kapcsolódnak – rendkívül szívélyesen tudnak viselkedni. Nem kell nagy dolgra gondolni, a kvázi saját csoporthoz sorolás érzete kiváltható egészen apró *udvariassági gesztusokkal* is, mint amilyen például egy-egy magyar szó ismerete. Az *idegen* egy ilyen „első lépés” megtétele után *vendéggé* válik, aki természetesen élvezheti a *kétkörös befogadói attitűd* által a belső körben nyújtott őszinte, közvetlen és segítőkész viszonyulás előnyeit.

„Sztintén zavarta, hogy milyen kevesen beszélnek angolul, sőt az angol szó hallatára inkább elfordulnak, mintsem hogy valamilyen úton-módon segítsenek. »Ez még nem is lett volna baj, ha a magyar nyelv nem lenne ilyen borzasztóan nehéz«- jegyezte meg mosolyogva. Úgy gondol-

ja, a kiejtés és a nyelvtan is kifejezetten nehéz, a spanyol nyelvvel hasonlóságokat pedig még véletlen sem tudott felfedezni. Reményt adott azonban, hogy azt a pár kifejezést, amit magyar csoporttársaitól megtanult, milyen hasznosan tudta beépíteni a hétköznapijaiba. Azt tapasztalta, hogy ha egy-egy magyar szóval előrukkolt, az angolul nem beszélő magyarok mérföldekkel segítőkészebbek voltak, és felszínre került az a bizonyos vendégszerető hozzáállás, amiről még kiutazása előtt annyit olvasott.”

(mexikói nő)

Utazó vagy vendég?

A globalizáció és a technológiai fejlődés nyújtotta lehetőségek nyomán potenciálisan jelentősen meghosszabbodó átmeneti, komolyabb akkulturációs döntéstől mentes időszakasz megteremtette a társadalmak közötti nagyobb, *centrum–periféria viszonyt* is magában hordozó egyenlőtlenséget, valamint egy új utazó réteget. Az ideiglenesen (akár több évig) külföldön tartózkodó személy eldöntheti, hogy a régi minta szerint, *vendégként* akar-e viselkedni ebben a hosszúra nyúlt átmeneti időszakban, avagy az egyszerűbb megoldást választva *utazói* szerephez helyezi magát. A vendég számol komplementer szereplőjével, a *házigazdával* és *kölcsönös erőfeszítéseket* téve, *gesztusokat* gyakorolva ismerik meg jobban egymást, integrálva az idegen kultúra mélységeit és lassan-lassan bennfentessé, a másik csoport egyre elfogadottabb tagjává válnak. Az utazó ezzel szemben *gyarmatbirodalmi jelleggel* kószol bele egy-egy idegen kultúra területébe, központból központba látogat és *elvárásokat* fogalmaz meg a helybeliekkel szemben. A XXI. századi utazó élményeket gyűjt, a *kultúripari utazás* nyújtotta termékeket habzsolja és minél kisebb erőfeszítésre törekszik. Míg a vendég – még ha viszonylag rövid időre is rendezkedik be – leginkább az *integrációt* választja a lehetséges akkulturációs stratégiák közül, addig az utazó még ha így is tesz, mindezt egy *szeperált közegen belül* valósítja meg, a számára ismerős, *kockázatmentes nemzetek feletti közegnek* egy-egy helyi árnyalatát véve alapul. Az utazásra specializálódott *kultúripar* – maradvia a *frankfurti kritikai iskola* máig találó kifejezésénél (Horkheimer – Adorno, 1990) – természetesen kitermeli mindennek látszólagos ellentétét, az „ínyenceknek” szóló autentikus élménydömpinget is, melyre számos példát láthatunk egyes televíziós csatornák „*adventure*” címszó alatt futó műsorai és azok utazási ügynökségek által kínált megfelelői között.

Az újfajta utazói szerepfelfogás feltételeinek megteremtésében minden bizonnyal a globalizáció és a *technikai apparátus fejlődési folyamatai* játszották a legfőbb szerepet, de nem feledkezhetünk meg arról a

társadalmi diskurzusról sem, mely ideológiai hajtóerőként szolgált ahhoz, hogy a potenciális vendégek egyre inkább *utazókként* értelmezzék önmagukat. A *kozopolita értékrend* az a meghatározó tudáskeret, mely talán a legmarkánsabban érhető tetten kutatásunk mindkét szűrőjén – az interjúalanyok által elmondottakon és az interjúkészítő hallgatók értelmezéseiben egyaránt.

„Összességében úgy érzi, hogy Budapest *kozopolita fiataljai között megtalálta a helyét. Segítségükkel, ha szeretné, a magyar nyelvet és kultúrát is magáévá tehetné, azonban ez nagyobb erőfeszítésbe kerülne, mint amennyire szükségesnek érzi. »Emberfeletti energia lenne szükséges ahhoz, hogy az angolul nem beszélő magyarok ne turistaként tekintsenek rám. Angolul beszélő szaktársaim viszont már most se így látnak engem, és ez nekem elég.«*”

(mexikói nő)

E felfogás szerint a globalizációnak elsősorban üdös hatásai vannak, a magyar társadalom külföldiekkel szembeni zárkózottsága pedig a liberális értékek térhódításának köszönhetően egyre inkább leomlóban van, átadva helyét a *tolerancia* kiteljesedésének. A tárgyilagos, olykor kutatói, szakirodalmakra történő hivatkozásokat is tartalmazó leírások, átiratok feltűnően gyakran tartalmaztak szubjektív értékítéletet, mely tartalmilag legtöbbször a külföldi interjúalanyok nyitottságának, nagyvilági beállítódásának méltatásával jelentettek egyet.

„Természetesen neki is furcsa volt először, ahogyan a magyarok viselkedtek, hiszen az arab kultúra igencsak távol áll a mienktől, ám Mohamed nem hagyta, hogy a magyarokról alkotott sztereotípiák és előítéletek befolyásolják saját véleményének kialakításában. Elvonatkoztatott attól, amit kezdetben rólunk, kultúránkról és szokásainkról hallott, illetve gondolt, és inkább megismerte az országot és lakóit.”

(magyar nő, interjúkészítő)

Nyilvánvaló, hogy a *lehetőségtér* kibontakozásával nem várható el a külföldön, hazájuktól idegen környezetben tartózkodók mind nagyobb tömegeitől, hogy elhamarkodott döntést hozzanak *akkulturációs stratégiáikban*. A meghosszabbodott *liminalitási fázis* új döntések elé állítja mind az „idegent”, mind pedig a befogadó kultúra képviselőit. Az *utazói szerep* igaz, mindenkinek kisebb erőfeszítések megtételét teszi szükségessé, ám értelemszerűen gyakran felületesebb élményeket tesz csak lehetővé és a kultúrák elzárkózása mellett könnyen szigetszerű „gyarmati kozopolita

helyőrségek” kialakulásához vezethet (amennyiben a *világtársadalom* eszméjét utópiának tekintjük). Természetesen a *vendégi szerepkörrel* kapcsolatban is lehetnek kétségeink. Valószínűleg népszerűségének hanyatlása annak is köszönhető, hogy a hozzátartozó *gesztusok, erőfeszítések* megtétele feleslegesnek, netán álságosnak tűnhet, tudván, az akkulturációs stratégiák közötti választás az adott helyen eltölteni tervezett idő fényében számításba sem fog jönni. Föl kell tennünk azonban a kérdést, hogy mi szolgálja jobban a *kultúrák közötti párbeszédet* – az utazók mennyiségi-egyre nagyobb tömegei, vagy pedig egymás kultúrájának mélyebb megismerése irányába valóban nyitni kész, *hídszerpet betöltő*, a másik országában vendégeskedő emberek?

„Mielőtt megválaszolta volna kérdéseimet, amelyeket az interjú során tettem fel neki, ki szeretne volna hangsúlyozni a következőket: »Mivel a saját véleményemre és nézeteimre vagy kíváncsi, ezért őszintén fogok minden kérdésre válaszolni. Tudatában vagyok, hogy mivel csak egy nagyon keveset beszéllek magyarul, így néhány tapasztalatom vagy megfigyelésem lehetséges, hogy egyesek szerint nem pontos tényeken alapszik. Azzal is szintén tisztában vagyok, hogy jelenleg egy vendég vagyok valaki más országában. Nézeteimmel nem szeretnék senkit sem megsérteni és nagyon hálás vagyok, hogy a legtöbbek által meleg fogadtatásban részesültem.« Az úriember Angliából, azon belül Kentből származik.”

(angol férfi)

Az akkulturációs folyamat vizsgálata a fogyasztási szokások függvényében

Az interjúk struktúrájában szerepelt egy blokk, mely az interjúalanyok ételeket érintő fogyasztási szokásaira kérdezett rá, különös tekintettel a termékek szágeretetére. A kutatás módszertana unikális volt a tekintetben, hogy az interjúkészítőknek nagyobb teret engedett. A nagyobb tér lehetőséget ad az interjú készítőjének ahhoz, hogy személyiségét, életszemléletét megmutathassa, rákényszerülve arra, hogy saját nézőpontját használva építse fel az interjút. Ezeknek a nézőpontoknak, értékeknek a detektálása kutatásunk egyik sarokpontja volt, ahogy arról az előző fejezetben olvashattunk. A kutatás sajátos módszertanának köszönhetően mind az interjúkészítők, mind az -alanyok eltérhettek az előre megadott félig strukturált váztól. Ennek köszönhetően más termék kategóriák fogyasztására is kitérhetek és tértek is ki többen.

Az élelmiszerfogyasztás változásához kapcsolódó kutatási kérdésünk volt, hogy létezik-e kapcsolat –

amennyiben igen, annak milyen jellemzői vannak – az eltérő akkulturációs stratégiák és a magyar termékek preferálása között.

A kvalitatív interjúk alkalmával három fontos tényezőre leltünk, ami meghatározza a személyek fogyasztását hazánkban. Az egyik tényező a hazánkba érkező *ízlésvilága*. Az ételek területén gyakran találkoztunk azzal a válasszal, miszerint könnyű volt megszokni és megszeretni a magyar ételeket, mert azok nagyon finomak. Ehhez a témához szorosan kapcsolódott számos alanytól a gasztrofesztiválok magas minősége és gyakorisága, ami segít jobban megismerni a magyar ételeket, recepteket. Az ízlés hatása ellenkező irányban is megfigyelhető volt. Főként az amerikai válaszadóink számoltak be arról, hogy a Kanadában, USA-ban megtalálható ingyencégek hiányolják nálunk és még a túró rudat is nehezen szokták meg.

A második befolyásoló tényezőként az *anyaország termékeinek elérhetősége* merült fel. Leginkább arról számoltak be megkérdezetteink, hogy a globalizációnak köszönhetően már nagyon sok nemzet alapanyagai és ételei érhetők el hazánkban. Viszont főként az ázsiai országok lakói a termékek elérhetetlenségét adták meg legfőbb indoknak annál a kérdésnél, hogy miért nem keresik tudatosan saját nemzetiségük termékeit. Jellemzően ilyen alanyok voltak többek között a pakisztáni, mongol és a volt szovjet államokból érkező válaszadók.

Az országokra jellemző speciális fogyasztási szokások alatt nemcsak azoknak a termékeknek a fogyasztását értjük, melyeket gyakran fogyasztanak, hanem azokat is, melyeket egyáltalán nem vagy csak mérsékelten. Ilyen termékek főként a káros szenvedélyekhez köthető termékek, hiszen eltérőek lehetnek az egyes országokban az alkohol és a dohányáru fogyasztási szokások és szabályozásuk is. A fiatal ázsiai megkérdezettek arról számoltak be, hogy – főként a kortárs csoport hatására – több és magasabb alkoholtartalmú italokat kezdtek fogyasztani, miután Magyarországra költöztek. Úgyisntén ázsiai nők válaszaiban jelent meg a nők nyilvános dohányzásának lehetősége hazánkban. A tiltott vagy mérsékelten fogyasztott termékek fogyasztásának növekedése mint az asszimiláció eleme jelenik meg. A tényező mögött mind biológiai (mint pl. az alkohol feldolgozása), mind társadalmi (mint pl. a szabályozottság) okok fellelhetők.

„Most már én is úgy bulizok, mint a magyarok. Sokkal többet iszok, mint régebben, és már erősebb italokat is meg tudok inni, amit Vietnámban biztosan nem tettem volna. Talán nem ez a válasz, amire a legtöbben vártak, de a bulizási szokásaimat tényleg átalakította ez a pár év.”
(vietnámi férfi)

A kultúrára jellemző fogyasztási szokások elsődleges eleme mégsem az egyes speciális termékek fogyasztása, hanem az élelmiszerek és az étkezés helye a kultúrában. A keleti interjúalanyoknál megfigyelhető, hogy az étkezésnek nagyobb jelentőséget tulajdonítanak, szakrálisabb tevékenységnek tekintik, mint az Európából vagy Amerikából érkezők. Utóbbiak az étkezéssel kapcsolatban individuális elemeket említettek, saját maguk kényeztetését, vágyaik kielégítését, míg keletről érkező társaik inkább a közösségi elemeket emelték ki, így a családhoz tartozást és a szeretet kimutatását.

„Indiában erős kultúrája van az étkezésnek, ételt küldeni az egyik legjobb kifejezése a szeretetnek és törődésnek.”
(indiai férfi)

A termék eredetét érintő kérdéskörnél a harmadik fontos tényező az *országokra jellemző speciális fogyasztási szokások* megléte volt. Ilyen speciális fogyasztási szokás az ázsiai országokra jellemző teafogyasztás. Mind a teák fajtái, mind elkészítésük és fogyasztásuk jellemzői nagymértékben eltérnek a Magyarországon gyakoroltaktól. Többet számoltak be arról, hogy a tea fogyasztása hozzátartozik a mindennapjaikhoz, erről nem mondtak le, nem tértek át a kávé fogyasztására. Arra a kérdésre, hogy milyen termékeket hoznak magukkal, ha hazalátogatnak, leginkább édességeket, teákat és az országra jellemző termékeket neveztek meg. A válaszokban megjelent a „hazai ízek, mint az otthon érzése” gondolat is.

Az ételek fogyasztása egy nagyon egyedi terület, melynek kutatása nehézségekkel jár. Az interjúk alapján joggal gondolhatjuk, hogy az ízlést nem lehet befolyásolni, az ebből adódó eltérések nem hozhatók összefüggésbe az asszimilációval. Viszont az emberek nyitottsága egy eltérő kultúra felé tetten érhető a gasztronómia területén megnyilvánuló zárkózottságban vagy nyitottságban is. Fontos szempont az ízlésvilág, de ezt is befolyásolja számos tényező. Erősen befolyásoló tényező a bezártság és a lehetőségek szűkössege. Azok az interjúalanyok, akik még a nyolcvanas vagy hetvenes években érkeztek hazánkba, egy zárt piaci rendszerbe érkeztek, ahol nem volt lehetőségük saját országuk termékeit fogyasztani. Ők teljesen áttértek a magyar termékek, a magyar konyha fogyasztására és elmondásaik alapján megkedvelték azt, mióta lehetőségük van utazni és messzi tájak termékeit vásárolni, azóta sem változtattak szokásaikon, elégedettek a magyar termékekkel.

Az ételek fogyasztásánál az interjúkban minden kérdező kitért arra, hogy milyen termékek hiányoznak

a hazai étlapról, melyeket tartották meg a mai napig étkezéseik alkalmával. Mint azt már említettük, az ázsiai válaszadók említették legnagyobb arányban a termékek elérésénél tapasztalt nehézségeket, így az ő válaszaikat külön elemeztük. A leginkább megmaradt elem a rizs használata, minden megkérdezett kiemelte az országára jellemző rizstípust. A rizs mellett a második legtöbbször említett terméktípus a fűszer, melyhez szervesen kapcsolódik a hazai íz preferálása. Egybehangzó vélemény volt, hogy a hazai ízek a fűszereknek és a különleges zöltségeknek, gyümölcsöknek köszönhetők.

Az asszimiláció és integráció folyamatának vizsgálatánál fontos szempont a főzési szokások megfigyelése is. Főként a vietnámi interjúalanyok megszólalásaiban jelent meg a főzés, mint mindennapos rutin. Arról számoltak be, hogy több jó minőségű vietnámi étterem is van Budapesten, ahol szívesen fogyasztanak. Budapesten szinte minden alapanyagot meg tudnak vásárolni, így otthon vietnámi konyhát vezetnek. Az anyaország kedvenc ételeire vonatkozó egyes válaszkategóriák előfordulásának gyakoriságát egy szófelhő segítségével mutatjuk be az 1. ábrán.

1. ábra

Az anyaország kedvelt ételei – szófelhő előfordulási gyakoriság szerint



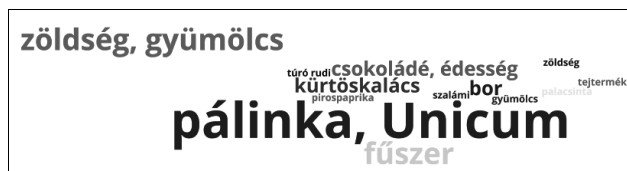
A magyar ételek és étkezési szokások is megjelentek az interjúkban, főként a turisztikai katalógusokban szereplő termékek azok, melyeket elsőként kóstolnak és kedvelnek meg. Az ázsiai konyha zöltségekben és gyümölcsökben gazdag, főként ezt az elemet hiányolták a magyar konyhából és a fűszerezés jelent meg a magyar ételek elfogadásánál is. Többen említették, hogy a magyar ételek kevés fűszert tartalmaznak, ez alól a pirospaprika kivétel. A magyar édességek és alkoholos italok voltak azok, melyeket a leggyorsabban megkedveltek az ázsiai országokból érkezők.

A magyar termékek választásánál indokként megjelölték, hogy azok finomak, frissek és jó minőségűek.

A 2. ábrán látható második szófelhő azokat a termékeket tartalmazza, melyeket megemlítettek, mint az étkezéseik alkalmával megjelent termékeket, ezeket adaptálták leginkább.

2. ábra

A kedvelt magyar ételek – szófelhő előfordulási gyakoriság szerint



Összegzés

A *kulturális sokk* egy olyan jelenség, mely mindannyiunkat érinthet. Nem szükséges külföldön tartózkodnunk ahhoz, hogy az *alkalmazkodás* kihívásai próbára tegyék értelmező lényünket és *identitásunkat*. Igaz, talán kisebb léptékű, de mindennapi tapasztalataink segíthetnek megérteni a hazánkba látogató „idegenek” helyzetét, akik szeretnének boldogulni, megoldásokat találni egy számukra bizonytalanságokkal teli kulturális közegben. Számos elmélet született az elmúlt évtizedekben, melyek a *kulturális adaptáció* jelenségét próbálták magyarázni, modellezni. Viszonylag újkeletűnek mondható, hogy a külföldön tartózkodó személyek *liminalitási időszaka* kitolódott, vagyis a *globalizáció* és a *technológiai fejlődés* lehetővé teszi napjainkban, hogy a korábbiakhoz képest jelentősen hosszabb idő után érezzük csak égető szükségét – természetesen még mindig csak korlátozottan tudatosult mechanizmusokon keresztül – akkulturációs stratégiánk kiválasztásának. Ez, az akár több évig is eltartó periódus, azonban a megváltozott viszonyok közepette sem maradhat mentes a választásoktól. A döntés látványos halogathatósága valójában a *szeparáció* és az *integráció*, az *utazói* és a *vendég* szerepkör közötti választást jelenti. Az idegen kulturális közegben tartózkodó személynek – bizonyos, helyenként változó keretek között – lehetősége van *utazóként* védett közegben, minimális erőfeszítéssel élményeket, gyakran felületes benyomásokat szerezni más kultúrákról. Ebben hasznára van egy domináns, *kozmozopolita* jellegű társadalmi diskurzus, mely nem mentes a *hatalmi aspektusoktól* sem (melyeket a gazdasági és politikai *centrum–periféria viszonyok*on túl az életvilág szintjén a *nemzetközivé vált angol nyelv* segít fenntartani). Hatalmi összetevői természetesen a másik lehetséges választásnak, a *vendég* szerepkörnek is vannak, hiszen a *házigazdának*, a befogadó kultúra képviselőjének is van választási lehetősége, hogy a külföldit *idegenként* vagy *vendégként* kezelje-e.

A „kétkörös” befogadói attitűd korábbi empirikus kutatásainkkal is összecseng, a nálunk tanuló külföldiek megfogalmazásában évek óta megjelenik az a jel-

lemző vélemény, hogy először hidegek vagyunk, nem mosolygunk, de később már barátságosabbá válunk (Malota, 2014, 2016).

A témához kapcsolódó, élelmiszerekre vonatkozó fogyasztási szokásokat és az ezzel kapcsolatos attitűdöket is több korábbi kutatás elemezte, pl. Verbecke – López (2005) az újdonságtól való félelem, az ún. élelmiszer neophóbia mértékét és a fogyasztás nyitottságát vizsgálta az akkulturáció tükrében. Az általunk kapott eredmények hozzáadnak a korábbi eredményekhez, rávilágítva más aspektusokra is.

A kockázat a több erőfeszítéssel együtt járó magasabb szintű *kulturális sokk* – a nyereség viszont a *kultúrák mélyebb kölcsönös megértése és elfogadása*, valamint több, a hálózati jellegű, egymással összekapcsolódott társadalmak stabilitása szempontjából kulcsfontosságú, modulokat összekötő, úgynevezett *gyenge kapcsolat* kialakítása lehet (Csermely, 2005). Többek között célunk volt, hogy felhívjuk a figyelmet egy érdekes és további kutatásra érdemes jelenségre, az utazó és vendég megkülönböztetésre. Továbbá fontosnak tartjuk kiemelni a vendég és az utazó bemutatásnál a jelenség értékmentességét, egyik viselkedési forma sem tekinthető jobbnak a másiknál. A két viselkedési mód érdekessége az eltérő célokban, az eltérő megismerési folyamatban és az eltérő attitűdökben található meg.

„Ha már a vizüket iszod, köteleződj el a szabályaik szerint.”

(mongol férfi)

Elemzésünk – meglátásunk és reményeink szerint – a témára vonatkozó korábbi szakirodalmak sorát több szempontból is gazdagíthatja. Egyrészt az elméletek nagy része meghatározott szemléletmódot tükröz, sokszor konkrét üzleti problémákra keres választ – ehhez képest jelen kutatásunkban törekedtünk a többszempontú társadalomtudományi látásmód érvényesítésére. Másrészt speciális, „kétszűrös” kvalitatív adatfelvételünk is inkább kivételnek számít a hasonló vizsgálatok sorában. Harmadrészt pedig a vonatkozó szakirodalom túlnyomó többsége több évtizedes múltira tekint vissza, így számos jelenlegi problémát, kérdést nem is tud számításba venni.

Felhasznált irodalom

- Berács, J. – Malota, E. (2000): Fogyasztói etnocentrizmus: az etnocentrizmus és az országeredet imázs kapcsolata a termékválasztásban. *Vezetéstudomány*, 4., p. 25-38.
- Berry, J. W. – Kim, U. – Koski, P. (1988): Psychological acculturation of immigrants, *Cross Cultural*

Adaptation: Current Approaches. Newbury Park, CA: Sage

- Bogáromi, E. – Malota, E. (2015) A boldogság hatása a migránsokkal szemben kialakult véleményekre. in: Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék (szerk.): *Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXI. országos konferenciájának tanulmánykötete*. Budapest, 2015. augusztus 27-28.. Budapest: Budapesti Műszaki Egyetem, p. 453-462.

Chaney, L. H. – Martin, J. S. (2011): *Intercultural Business Communication*. 5th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Corbin, J. – Strauss, A. (2015): *A kvalitatív kutatás alapjai: A Grounded Theory elemzési módszer technikája és eljárásai*. Budapest: L'Harmattan

Csermely, P. (2005): Társadalmi hálózatok. in: Csermely, P. (2005): *Rejtett hálózatok ereje. Mi segíti a világ stabilitását?* Budapest: Vince, p. 180-222.

Gudykunst, W. B. (1998): Applying anxiety/uncertainty management (AUM) theory to intercultural adjustment training. *International Journal of Intercultural Relations*, 22 (2), p. 227-250.

Hall, S. (2002): Kódolás és dekódolás. in: Bókay A. – Vicsek B. – Szamosi G. – Sári L. (szerk.): *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása. A posztstrukturálisizmustól a posztkolonialitásig*. Budapest: Osiris, p. 426-433.

Hidasi, J. (2004): *Interkulturális kommunikáció*. Budapest: Scolar

Horkheimer, M. – Adorno, T. W. (1990): *A kultúripar*. in: Horkheimer, M. – Adorno, T. W. (1990): *A felvilágosodás dialektikája*. Budapest: Gondolat – Atlantisz – Medvetánc, p. 147-201.

Jamal, A. – Chapman, M. (2000): Acculturation and Inter-Ethnic Consumer Perceptions: Can You Feel What We Feel? *Journal of Marketing Management*, 16(4), p. 365-391.

Kaszás, N. – Péter, E. – Keller, K. – Kovács, T. (2016): Boundless opportunities with definite limitations. *Deturope – The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, Vol. 8 Issue 1, p. 5-20.

Kim, Y.Y. (2001): *Becoming intercultural: An integrated theory of communication and cross cultural adaptation*. Thousand Oaks, CA: Sage

Luedicke, M. K. (2011): Consumer acculturation theory: (crossing) conceptual boundaries. *Consumption Markets and Culture*, 14(3), p. 223-244.

Lustig, M. W. – Koester, J. (2010): *Intercultural Competence*. Boston, MA: Pearson/Allyn and Bacon

Lyysgaard, S. (1955): Adjustment in a foreign society: Norwegian Fulbright grantees visiting the United States. *International Social Science Bulletin*, 7, (1), p. 45-51.

- Malota E. – Berács J. (2007):* A fogyasztói etnocentrizmus új koncepcionális modelljének kialakítása és verifikálása. *Vezetéstudomány*, 38, (3) p. 28-39.
- Malota E. (2013):* Kulturális sokk és adaptáció. in: *Malota, E. – Mitev, A. (2013): Kultúrák találkozása.* Budapest, Alinea
- Malota Erzsébet (2014):* A hazánkban tanuló külföldi cserehallgatók véleménye Magyarországról és magyarországi tanulmányaikról. Budapest: Tempus Közalapítvány
- Malota E. (2016):* Hallgatói véleményfelmérés 2016: Magyarország és a magyar felsőoktatás a külföldi hallgatók szerint. Budapest: Tempus Közalapítvány
- Malota, E. (2016):* Student Satisfaction Survey 2016: Hungary and Hungarian Higher Education according to International Students. Budapest: Tempus Közalapítvány
- Martin, N. J. – Nakayama, T. K. (2004):* Intercultural Communication in Context. 3rd ed. New York: McGraw-Hill
- Marx, E. (2001):* Breaking through culture shock. London: Nicholas Brealey Publishing
- Oberg, K. (1960):* Culture shock, Adjustments to new cultural environments. *Practical Anthropology*, 7, p. 16.
- Penaloza, L. N. (1989):* Immigrant Consumer Acculturation. in: *Skrull, T. K. (ed.): NA – Advances in Consumer Research.* Volume 16. Provo, UT : Association for Consumer Research, p. 110-118.
- Samovar, L. A. – Porter, R. E. – McDaniel E. R. (2010):* Communication Between Cultures. 7th ed. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning
- Verbeke, W. – López, G. P. (2005):* Ethnic Food Attitudes Behavior among Belgians and Hispanics living in Belgium. *British Food Journal*, Vol. 107 No. 11, p. 823-840.
- Wallerstein, I. (1983):* A modern világgazdasági rendszer kialakulása. Budapest: Gondolat, p. 673-697.
- Ward, S. (1974):* Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, 1 (September), p. 1-14.

OBORNI Katalin

AZ INTERPERSZONÁLIS KAPCSOLATOK SZEREPE AZ ETNOGRÁFIAI SZERVEZETI KUTATÁSOKBAN

– EGY RÉSZTVEVŐI SZERVEZETI KUTATÁS TAPASZTALATAI

A cikk arról ad áttekintést, hogy egy etnográfiai szervezeti kutatásban milyen módszertani megfontolások és helyzetek alakítják egy kutatás kivitelezését a XXI. századi nagyvállalatok szervezeti kultúrájának keretei között. A posztmodern etnográfia hatására a szervezeti kutatások során is megjelenik az a hozzáállás a módszertanban, hogy a kutató – túllépve a klasszikus módszertani kereteken – nem pusztán külső megfigyelőként van jelen, aki aztán objektív leírást adna az általa megfigyelt jelenségekről. Ehelyett mindinkább előtérbe kerül a kutató pozíciójának és különböző identitásainak tematizálása, a kutatásban részt vevő személyek bevonása a kutatás kivitelezésébe. A kutatási folyamat alakulásában meghatározó tényező lett a kutató és a megfigyelt személyek között létrejövő kapcsolatok alakulása is. Mindezek a módszertani változások arra ösztönzik a kutatót, hogy reflexív és az adott szituációban koherens tudás kialakítására törekedjen, melynek részeként elemzés tárgya lehet, hogy milyen interperszonális folyamatok alakítják az adatgyűjtés folyamatát és a kutatási eredmények értelmezését is. A szerző egy nemzetközi pénzügyi nagyvállalat magyarországi leányvállalatánál végzett etnográfiai kutatást 2016 folyamán. A cikk bemutatja, hogy a posztmodern etnográfia módszertani megfontolásai hogyan jelentek meg a kutatás kivitelezése során, és azok miként alakították a kutatást a gyakorlatban.

Kulcsszavak: szervezeti etnográfia, résztvevői kutatás, interszubjektív folyamatok, reflexió

A szervezeti kutatásokban jelentős múltja van a közvetlen megfigyelésen és a kutató aktív részvételén alapuló etnográfiai módszerek alkalmazásának (Jarzabkowski et al., 2014; Rouleau et al., 2014), amelyek az 1980-as évektől kezdődően széleskörűen alkalmazott módszertani eszközzé váltak a nagyvállalatok tudásalapú munkafolyamatainak és a vezetés folyamatainak a megfigyelésében is (Islam, 2015). Az etnográfiai módszerek megújulását a szervezeti kutatásokban jelentősen ösztönözte az etnográfiai módszerek iránt való érdeklődés megnövekedése. A módszertani megújulás részeként önálló módszertani ágak alakultak ki, mint például az autoetnográfia, többszínű etnográfia, webnográfia, amelyek a szervezeti etnográfia által is használt módszerek lettek (Islam, 2015).

A népszerűség megnövekedése mellett legalább annyira jelentős a módszertan kritikai újraértelmezése, amelyet az a tudományos hozzáállás vezérelt, hogy egy közösség megfigyelése nem lehetséges a maga természetes, a kutató által érintetlen állapotában. Ezért sem a

kutatás kivitelezésénél, sem az eredmények értelmezésénél nem hagyható figyelmen kívül az interszubjektív folyamatok jelentősége (Angrosino – Rosenberg, 2011; Davids, 2014). Ennek az újraértelmezésnek az eredményeként megkérdőjeleződik az eddig alkalmazott módszerek használhatósága a mai szervezeti kultúra megfigyelésére, illetve az is, hogy a kutató tud-e a külső megfigyelő pozíciójából megfelelően kapcsolódni a megfigyelt munkahelyi szervezethez (Angrosino – Rosenberg, 2011; Rouleau et al., 2014; Gilmore – Kenny, 2015).

A cikkben bemutatott kutatás témája a nagyvállalatoknál dolgozó középvezető nők karrierrel kapcsolatos tapasztalatai és a karrierjüket alakító szervezeti folyamatok. Így az is a vizsgálat tárgya, hogy a szervezet formális és informális elvárásai, normái, értékei hogyan alakítják a középvezető nők karrierfejlődését és terveit. Az individuális és szervezeti perspektívák együttes megragadásához egy nagyvállalatról szóló esettanulmány elkészítése adta a legjobb lehetőséget.

Az adatgyűjtéshez etnográfiai módszereket alkalmaztam. A vizsgált vállalat egy nemzetközi pénzügyi intézet magyarországi leányvállalata, közel 4000 munkavállalóval. Az adatfelvétel 2016 folyamán közel 10 hónapon át zajlott, kisebb megszakításokkal, de a vizsgált vállalattal folyamatosan kapcsolatban voltam ez idő alatt. A cikk a kutatás megvalósulását elemzi, így nem a kutatás eredményei, hanem a módszertan alkalmazásának az elemzése a cikk tárgya. Először áttekintem, hogy egy munkahelyi szervezet etnográfiai vizsgálatánál milyen módszertani kérdések és helyzetek alakítják a kutatás kivitelezését a gyakorlatban, majd bemutatom, hogy a saját kutatás esetében az interperszonális kapcsolatok hogyan határozták meg a kutatás kivitelezését, ebből is kiemelten az adatgyűjtés során használt módszerek realizálódását, a kutatás kivitelezése során kialakult kapcsolatok milyenségét, valamint azok jelentőségét az adatgyűjtésben.

Elméleti háttér

Az etnográfiai módszerek megújulása a szervezeti kutatásokban

A szervezeti kutatásokban alkalmazott etnográfia elsősorban a munkavállalók mindennapi életét, a munkafolyamatokat és a szervezet működését igyekszik feltárni (Eberle – Maeder, 2011; Jarzabkowski et al., 2014). Az etnográfiai kutatások 20–30 évvel ezelőtt jellemzően úgy zajlottak, hogy a kutatók viszonylag hosszú időt töltöttek el egy szervezetben, ami lehetett akár 1-2 év is, és arra törekedtek, hogy maguk is a közösség tagjaivá váljanak valamilyen munkavállalói pozícióban (Rouleau et al., 2014). Ezeket az etnográfiai kutatásokat – a mai napig – megkülönbözteti a többi kvalitatív módszerektől, hogy a kutató mindig belép abba a munkahelyi szervezetbe, közösségbe, amely a kutatás tárgya, ha virtuális, akkor a virtuális térben lévő közösségbe. Az adatgyűjtés így mindig a kutató jelenlétével együtt történik (Eberle – Maeder, 2011).

Adná magát, hogy a nagyvállalatoknál alkalmazott etnográfiai módszerek megújulását elsősorban a technológiai újításoknak tudjuk be. Kétségtelen, hogy a technológia új eszközöket adott a kutatók kezébe is, ami a virtuális etnográfia égisze alatt újfajta módját teremtette meg a munkavégzéssel, kommunikációval kapcsolatos kutatások kivitelezésének, azzal együtt, hogy új kutatási témákat is felvetett. A szervezeti etnográfia megújulását azonban nagyban elősegítette, hogy egy térben és időben folyton változó, a globális vérkeringésbe beágyazott és részben virtuális munkahelyi közösség lett a megfigyelés tárgya, amelyhez a kutatóknak is alkalmazkodniuk kellett (Czarniawska, 2014; Kalou – Sadler – Smith, 2015; Rouleau et al., 2014).

A módszertani eszközök alkalmazásának az újragondolása – a posztmodern és feminista kritikák mentén – egy sokkal rugalmasabb, interaktívabb és reflexívebb kutatói hozzáállást vár el a kutatótól, mint korábban (Angrosino – Rosenberg, 2011; Cunliffe – Karunanayake, 2013; Rouleau et al., 2014). A kutató rugalmas hozzáállását megkívánja maga a szervezeti kultúra is. Egyrészt értelmét veszítette, hogy a kutató folyamatosan jelen legyen egy szervezetben a hatékony adatgyűjtéshez. Másrészt olyan eszközöket kell találnia, amelyekkel egyszerre képes egy komplex, gyorsan változó, területileg is fragmentált, részben virtuálisan működő közösségben az egymás mellett létező és akár egymásnak ellentmondó közös és egyéni narratívákat bemutatni (Czarniawska, 2008; McDonald – Simpson, 2014; Rouleau et al., 2014).

A kutatás során kialakult interszubjektív folyamatok jelentősége

Az etnográfiai módszerek használata számos módon alakítja a kutató és a kutatásban részt vevő szereplők kapcsolatát. Még mielőtt megnéznénk, hogy ez hogyan lehetséges, érdemes tisztázni, hogy a szervezeti etnográfia – a feminista háttérrel rendelkezők különösen élen járnak ebben – a kutatás megvalósítását alapvetően interszubjektív folyamatok eredményeként látja megvalósíthatónak. Ennek mentén egyébként egyre több módszertani törekvés van a kutatásban részt vevő személyek kutatásba való bevonására (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Islam, 2015). Egy ilyen kollaboratív folyamatban tehát a kutató és a kutatásban részt vevő személyek folyamatosan és kölcsönösen konstruálják egymáshoz való viszonyaikat (Cunliffe, 2003; Gill, 2011) és identitásukat (Cunliffe – Karunanayake, 2013). A kutató ebben a felállásban már nem független kívülálló, hanem a saját kutatásához több szálon is aktívan kapcsolódó megfigyelő. Ugyanígy a kutatásban résztvevők sem pusztán adatközlők vagy informátorok, hanem olyan szereplők, akik adott esetben aktívan alakítják a kutatás megvalósítását, folyamatát (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Davids, 2014; Islam, 2015).

Nagy szerepük van a feminista háttérű etnográfiai kutatásoknak a kutató és a kutatásban részt vevő szereplők közötti kapcsolat átematizálásában, amelynek központi eleme, hogy a kutató és a megfigyelt szereplők közötti hatalmi alapú viszonyokat is újragondolták (Davids, 2014; Hansen – Trank, 2016; Manning, 2016). Alapvetően megkérdőjelezi például, hogy a kutató és a kutatásban részt vevő szereplők között egy bináris kapcsolat létezne a szubjektum-objektum viszonyra épülve (Limerick – O’Leary, 2006; Bourne, 2007). Kifejezetten pártolják például, hogy a kutató és a kutatásban részt vevő személyek között minél egyenlőbb és empatikusabb viszony alakuljon ki a kutatás során.

Ha ez nem valósulhat meg, akkor a kutató legalább törekedjen a kutatásban résztvevők számára egy biztonságos helyzet létrehozására, ami – az etikai és aktivista vonatkozások jelentőségének hangsúlyozása mellett – kifejezetten hozzájárul az adatok gazdagodásához, inkább minőségi, mint mennyiségi értelemben, azáltal hogy a kutatás alanyainak nagyobb lehetőséget biztosít a kutatási témához való hozzászólásban és identitásuk biztonságos reprezentálásához (Davids, 2014; Manning, 2016). Azt is nagyrészt a feminista kutatások ösztönözték, hogy a kutatók reflektáljanak arra a hatásra, amit a megfigyelt közösségben potenciálisan okoznak azzal, hogy belépnek oda (Gilmore – Kenny, 2015).

Számos módon határozhatja meg tehát egy etnográfiai kutatás kivitelezését a kutató és a résztvevők közötti kapcsolatok milyensége és annak intenzitása, a megfigyelendő szervezetbe való belépéstől kezdve az adatgyűjtés módjáig. Egy közvetlenebb kapcsolat kialakulása például segítheti egy interjú során egy érzékeny téma felvetését vagy a kutatásban részt vevő személyek erősebb bevonását a kutatás kivitelezésével kapcsolatos döntéshozatalba (Cunliffe – Karunanayake, 2013). A kollaboratív viszony kialakítását szolgálhatja például, ha az interjúalanyok részt vehetnek az interjúkérdések kialakításában, vagy ha a kutató lehetőséget ad arra is, hogy a kutatásban részt vett személyek véleményezzék az eredményeket (Davids, 2014). Ugyanígy a megfigyelésnek integrált része lehet a kutatási folyamat során a folyamatos visszajelzés adása a kutató részéről a résztvevők felé, arról, hogy mi az, amit megfigyelt (Bruni et al., 2014).

A kutatásban részt vevő személyek bevonását a kutatási folyamatok alakításába lehet persze a kutató szabadságának és döntési jogköreinek relatívvá válásaként is értelmezni, de itt inkább arról van szó, hogy a kutatás során hogyan határozza meg a kutatás kialakítását és az adatgyűjtést a kutató és a kutatásban részt vevő személyek kapcsolata. Mindazonáltal a kutató és a kutatásban részt vevő személyek között kialakult kapcsolat kölcsönös egymásra hatásként való értelmezése egyben annak elismerését is jelenti, hogy nem a kutató az egyedüli autentikus személy, aki meghatározza a kutatás menetét (Cunliffe – Karunanayake, 2013). Így az adatgyűjtés sokkal inkább értelmezhető a kutató és a kutatásban részt vevő személyek közötti kollaboratív jellegű interakció eredményének (Angrosino – Rosenberg, 2011).

A reflexív tudás létrehozása

Nemcsak a kutatási módszertant, hanem a kutatási eredmények értelmezését is jelentősen átalakították a tudás létrehozásával kapcsolatos posztmodern kritikák (Angrosino – Rosenberg, 2011; Rouleau et al., 2014).

Szakítva a klasszikus kutatói szereppel, amiben a kutató külső megfigyelőként készített leírást a megfigyelt adatokról, az etnográfiai tudás számos, a kutató személyéhez köthető tényező eredményeként is értelmezhető (Angrosino – Rosenberg, 2011; Gilmore – Kenny, 2015). A vonatkozó szakirodalom egyértelműen amellett érvel, hogy a közvetlen megfigyelésen és részvételen alapuló etnográfiai kutatások eredményei a kutatók és a kutatásban részt vevő személyek közötti kapcsolatok és interszubjektív folyamatok elemzésével válik teljessé (Cunliffe, 2003; Gilmore – Kenny, 2015; Davids, 2014). De ugyanennyire meghatározó lehet a kutatási eredmények értelmezésében a kutató előzetes tudása, előfeltevései (amelyek akár reflektálatlanok is maradhattak a kutatás eredményének értelmezésében), de még a kutató tudományos hátterét biztosító intézet követelményrendszere és szabályai is (Gilmore – Kenny, 2015).

Az objektív tudás létrehozásával kapcsolatos posztmodern kritikák következtében felvetődik az a kérdés is, hogy ha nincs lehetőség egy objektív tudás kialakítására, akkor hogyan lehet a létrehozott tudás érvényességét biztosítani (DeVault, 1996). Ráadásul azzal, hogy az általánosan érvényes objektív tudás megragadása értelmét veszítette a kutatási eredmények értelmezésére vonatkozóan, felerősödtek a szubjektivitás körüli kérdések, például hogy mit lehet kezdeni a kutató személyének, előzetes tudásának, előfeltevéseinek vagy esetlegesen az előítéleteinek hatásával a kutatás kivitelezésében és az eredmények értelmezésében (DeVault, 1996; Gill, 2011).

Azonban annak ellenére, hogy az objektív igazság létezésének megkérdőjelezése gyökeresen megváltoztatta az etnográfiai módszertant, a kutatási eredményeknek a tudományos kritériumoknak megfelelő és tudományosan érvényes bemutatása továbbra is cél (Bruni et al., 2004; Cunliffe, 2003; Kostera, 2007). A tiszta objektivitás elérésének lehetetlensége nem jelentheti azt, hogy a kutató átléphetné szubjektivitásának azt a határát, amely a kutatás tudományos kritériumoknak való megfelelését veszélyeztetné (Angrosino – Rosenberg, 2011). A kutatóknak tehát továbbra is törekedniük kell, hogy egy hihető és autentikus történetet mutassanak be a kutatás eredményeként, amelyről az olvasó elhiggye, hogy valóban arra az eredményre lehet jutni a rendelkezésre álló adatok elemzéséből, amire jutott (Rouleau et al., 2014). Mindehhez a kutatónak a létrehozott tudás kontextustól való függését és a tudás létrehozásában való saját szerepét is értelmeznie kell, mert ezek teszik lehetővé, hogy egy önmagában értelmezhető és koherens, ezáltal tudományosan is érvényes tudást tudjon létrehozni (Cunliffe, 2003; Rouleau et al., 2014).

A létrehozott tudás érvényességének megbízhatóságát szolgálja a jól megtervezett módszertani választás

és a kutatási eredményekhez elvezető folyamatok bemutatása, a begyűjtött adatok reflektív értelmezése. A kvalitatív kutatások eredményének érvényességét nem feltétlenül növeli az adatok mennyiségének növelése, az azonban igen, ha többféle módszer használatával gyűjti a kutató az adatokat, amely az adatok változottságát és pontosságát is növeli (Angrosino – Rosenberg, 2011; Rouleau et al., 2014). Ez a triangulációnak nevezett módszertani eszköz nemcsak az adatok gyűjtésében, hanem azok elemzésben is bevethető a kutatás validitásának növelése érdekében (Kostera, 2007).

Azonban a kutatás kivitelezésének minden részére vonatkozóan kétségtelenül a reflexió eszköze az, ami számos ponton megújította az etnográfia módszertanát. Reflexió alatt azt a kritikai eljárást lehet érteni, amely során a kutató reflektál a kutatás megvalósításának és körülményeinek minden fázisára (Gilmore – Kenny, 2015; Islam, 2015; DeVault, 1990). Ehhez a kutatónak fel kell vállalnia azt is, hogy személye is láthatóvá válik a kutatás folyamán (Bruni et al., 2004; DeVault, 1990). A reflexió gyakorlásának elfogadott eszköze, hogy a kutató leírja tapasztalatait a kutatás kivitelezéséről, érintve saját identitásának alakulását, a kutatás során felmerült dilemmákat, nehézségeket, de még akár az érzelmeit is (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Gilmore – Kenny, 2015; Manning, 2016). A reflexió mellett, az adatelemzésnek az is központi eleme lett, hogy a kutató a kutatásban részt vevő személyek történeteit az ő szemükön keresztül mutatja be, majd elemzi azok kontextualitását a különféle narratívákat, diskurzusokat elemző eszközök vagy dekonstrukciós eszközök segítségével (Rouleau et al., 2014; DeVault, 1990).

A kutatás megvalósítására való reflexió általános igényén belül a kutató önreflexiója is központi elemévé vált a közvetlen megfigyelésen és részvételen alapuló kutatásoknak (Gilmore – Kenny, 2015; Islam, 2015; DeVault, 1996). Az önreflexió nagyfokú kritikai tudatosságot követel meg a kutatótól a saját kutatói gyakorlatára vonatkozóan (DeVault, 1996). Már az adatgyűjtés során végig fontos eszköze a kutatónak a saját szerepéhez, a különböző identitásainak a megjelenéséhez való reflexív hozzáállás (Bruni et al., 2004; Cunliffe, 2003; DeVault, 1996).

A reflexív kutatói hozzáállás megértéséhez fontos látni, hogy a reflexivitás bevonásával a kutató eleve elismeri, hogy mivel ő is egyik szereplője a kutatás során kialakult interszubjektív folyamatoknak, ezért a saját pozíciója, személye, előzetes tudása alakítja a kutatás minden részét, beleértve a kutatási eredmények interpretációját is. Az tehát nem kérdés, hogy például a kutató neme, életkora, akadémiai háttere egyáltalán befolyásolja-e az adatgyűjtést, az igazi kérdés az, hogy mindezek hogyan határozzák meg a kutatást (DeVault,

1996). A kutató nemének például lehet meghatározó szerepe a kutatásban részt vevő személyekkel való bizalom kialakításában vagy az interjúkérdések alakításában (Cunliffe – Karunanayake, 2013). A feminista etnográfiai kutatások hangsúlyozzák a kutató felelősségét abban is, hogy kinek a véleményét mutatja be, ad-e lehetőséget a marginalizált csoportok képviselőinek, vagy reflektálatlanul hagy-e sztereotípiákat, előítéleteket (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Manning, 2016; DeVault, 1996).

A szervezeti kutatások során használt etnográfiai módszerek számbavétele

A vonatkozó szakirodalom szerint a munkahelyi szervezetek XXI. századra bekövetkezett változásaival egyre jobban középpontba került az individuum is. Ezt a változást az etnográfia módszertana is követte azzal, hogy az adatgyűjtésben azok a módszerek váltak egyre népszerűbbé, amelyek az egyéni tapasztalatok, perspektívák megragadására törekedtek (Eberle – Maeder, 2011). Ennek megfelelően az etnográfiai kutatások alapját nagyrészt mára már a narratív jellegű nyitott interjúk adják, kiegészítve a különböző dokumentumok elemzésével (e-mailek, statisztikák stb.) és a résztvevői/aktív megfigyelési módszerek különböző változataival, amelynek eredményeként készülhetnek a kutatási naplók, a megfigyelt személyek önéletrajzi jellegű beszámolóit, a különböző eseményekről készített leírások stb. (Eberle – Maeder, 2011; Jännäri – Kovalainen, 2015). Az alkalmazott módszerekben megfigyelhető az eltolódás abba az irányba, ami az interszubjektív kapcsolatokat erősíti a kutató és a kutatásban részt vevő személyek között, akár a kutató közösségen belüli szerepének kialakításával, akár a kutatásban részt vevő személyeknek a kutatás megvalósításában való egyre nagyobb bevonásával (Davids, 2014; Kostera, 2007).

A posztmodern etnográfia még nem annyira kihasználta, de a szervezeti kutatásokban egyre népszerűbbé váló eszköze az ún. „shadowing”. A módszer azt a megfigyelői gyakorlatot jelöli, amikor a kutató egy kiválasztott személyhez csapódik egy adott időre, ami lehet egy nap vagy akár egy hét is, és a kiválasztott személy követésén keresztül figyeli meg a szervezetben zajló eseményeket, interakciókat, munkafolyamatokat (Czarniawska, 2008, 2014; Gill, 2011). Egyes változataiban a kutató egy kisebb csoporthoz vagy akár egy projekthez is kapcsolódhat megfigyelőként (Bruni et al., 2004; Czarniawska, 2014; McDonald – Simpson, 2014).

A shadowing módszerének előnye, hogy a kutató a valós időben tudja megfigyelni a szervezet mindennapi életét (Czarniawska, 2014; McDonald – Simpson, 2014), és – az interjúkkal ellentétben, amelyek révén a kutató mindig valakinek a narratíváját tudja meg –

közvetlen hozzáférése lesz ahhoz, hogy az emberek hogyan szervezik meg az életüket a munkahelyükön (McDonald – Simpson, 2014). De lehetővé teszi azt is, hogy a munkafolyamatok megszervezésének mikrofolymataiba és ezek egyéni megélésébe kapjon nagyobb betekintést (Czarniawska, 2008; Gill, 2011). A megfigyelés során kialakuló interakciók egy sokkal gazdagabb és sokoldalúbb adatgyűjtést tesznek lehetővé a kutató számára (McDonald – Simpson, 2014).

Czarniawska (2014) szerint a shadowing módszer különösen alkalmas a vezetők és az általuk végzett munka megfigyelésére, mivel munkavégzésük sem helyhez, sem időhöz nem kötött, mindig úton vannak, ha nem is két helyszín, akkor két megbeszélés között. Ezért nincs is értelme annak, hogy a kutató a szervezetben a nélkül legyen jelen, hogy ne tudná követni a vezetőket. Egy vezető megfigyelésére alkalmazott shadowing által a kutató viszonylag rövid idő alatt egyszerre kap gyors betekintést egy ember perspektíváján keresztül a szervezeti folyamatokba.

A shadowing kifejezés azonban nem fed le teljesen a kutató szerepét és pozícióját a megfigyelés alatt, a kutató ugyanis nem pusztán észrevétlenül és csendben követi a megfigyelt személyt, mint egy árnyék (Gill, 2011). A shadowing módszerét használó kutatók éppen ennek ellenkezőjéről számolnak be, azaz arról, hogy sok interakció történik a kutató és a megfigyelt személy között. Egyrészt a kutatónak számtalan lehetősége van egy nap során, hogy kérdéseket tegyen fel a munkafolyamatokra, eseményekre vonatkozóan, másrészt a megfigyelt személyeknek is igényük, hogy a kutatóval együtt értelmezzék az eseményeket. A kutató és a megfigyelt személy között ugyan van egy egyértelmű határvonal, abban az értelemben, hogy a kutató nem lép be az éppen zajló folyamatokba, de ez sosem egy éles határvonal, mert a kutató személye eleve hatással van a munkafolyamatokra, az interakciókra, illetve adott esetben át is lépheti ezt a határvonalat az interakció létrejöttével. A kutató személye a shadowing során sosem lesz láthatatlan, ezért is fontos a reflexív hozzáállás az adatok elemzésében (Gill, 2011; McDonald – Simpson, 2014).

Egy etnográfiai szervezeti kutatás kivitelezésének tapasztalatai

A feminista háttérű szakirodalom kifejezetten hangsúlyozza, hogy a kutatási eredmények elemzésének része a kutatás kivitelezésének az értelmezése is. Ez az elemzés nem korlátozódik a módszertani eszközök használatának értékelésére, sőt inkább arra koncentrál, hogy a kutatásban részt vevő szereplők helyzetének, kapcsolatainak és a kutatás során megjelenő különböző identitásaiknak milyen szerepe van a kutatás megter-

vezésében és az adatgyűjtésben. A kutató személyének értelmezése nem azért központi eleme egy etnográfiai kutatás értelmezésének, mert az etnográfiai módszerek eleve a kutató személyes jelenlétét feltételezik, és azzal egy közösség életét befolyásolhatja, hanem azért, mert a kutató a kutatás alanyainak az interpretációját az előzetes tudásán, előfeltevésein és a saját értelmezésén keresztül reprezentálja. Mindezekből kifolyólag nagy jelentősége van az önreflexiónak a kutatás eredményeinek elemzése során. Írásomban ezt az episztemológiai hozzáállást követve elemzem a kutatás megvalósulásának körülményeit és a kutatói szerep alakulását.

A szervezet szerepe a kutatási módszertan kialakításában

A női vezetők helyzetével és karrieresélyeivel foglalkozó szakirodalom szerint az individuális folyamatoknak a szélesebb körű társadalmi-gazdasági és kulturális környezetbe való beágyazottságát is érdemes vizsgálni, melyhez kutatási módszerként leginkább a közvetlen megfigyelésen alapuló etnográfiai módszereket ajánlják (Acker, 2006; Bruni et al., 2004; Calas et al., 2014). Saját kutatásomban a karrier alakulásának megértéséhez elsősorban az individuális folyamatokat vizsgálom. Kvalitatív kutatás révén adja magát a mélyinterjúk módszerének alkalmazása, mivel azok alkalmasak leginkább a szubjektív értelmezések, személyes narratívák feltárására (Jännäri – Kovalainen, 2015). De mivel ezeknek a folyamatoknak a szervezeti szintű beágyazódását is vizsgáltam, ezért az interjúm alapuló kvalitatív módszertant mindenképpen szerettem volna kiegészíteni olyan eszközökkel, amelyek lehetővé teszik a szervezet kultúrájának mélyebb vizsgálatát is, hiszen legalább annyira fontos volt kideríteni, hogy mi az, ami alakítja a szervezetben a középvezető nők karrierútját és annak megélését.

A szakirodalom kiemeli, hogy egy etnográfiai kutatás során a kutató nem tud egy teljesen neutrális, közömbös szerepet felvállalni (Gill, 2011). Következésképpen ajánlott a kutatónak elemezni előzetes elvárásait, pozícióját, reflektálni a kutatás során kialakult kapcsolatokra és érzelmekre (Islam, 2015). A kutató szerepe és helyzete alakítja a kutatás során kialakult kapcsolatait is, így ez is az elemzés, leginkább az önreflexió tárgya. A kutatás során kialakult kapcsolatokra azért is fontos reflektálni, mivel azok számos más módon meghatározhatják a kutatás megtervezését, az adatgyűjtés kivitelezhetőségét és az alkalmazott módszerek kiválasztását, de még a szervezetbe való bejutást is (Cunliffe – Karunanayake, 2013).

A szervezet érdekelt volt a női vezetőkkel folytatott karriervizsgálatban, amit mutatott az is, hogy ők maguk is foglalkoztak a szervezeten belül ezzel a témával (a munkahelyre visszatérő kisgyerekes nőket integráló

programjuk volt, tréninget szerveztek női középvezetőknek). Talán ezért is sikerülhetett eljutni addig, hogy a szervezet nevében egy HR-vezető beszéljen velem egy lehetséges karrierkutatásról, miután már számos e-mailt váltottunk egymással, és többször is lemondta a velem való első találkozót az időhiányra, túl sok munkára hivatkozva. Nem lehet figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy a HR-vezető személyében egy olyan embert szólítottam meg a kutatás témájával, aki kisgyerekes szülőként és felső-középvezető nőként maga is érintett volt saját tapasztalatai, karriertörténete által a kutatási témában, így ez is hozzájárulhatott ahhoz, hogy a szervezet beleegyezett a kutatásba.

Egy minden részletében átgondolt kutatási tervvel és részletes interjúkérdésekkel érkeztem a vizsgált vállalathoz. Ennek ellenére a kutatás – értve ezalatt azt, hogy engedélyt kaptam a felkeresett vállalatnál, hogy ott végezhessem el a kutatást és a kutatás módszertanának véglegesülését is – végül több megbeszélés és bizonytalan kimenetelű folyamatok eredményeként valósult meg. A szervezetet képviselő HR-vezetővel való kapcsolat nagy jelentőségű volt a kutatás módszertanának véglegesítésében. Először is, ő volt az a személy, aki eldönthette, hogy végül „beenged-e” a szervezetbe vagy sem. Másodszor, a kutatás során alkalmazott módszerek kialakítása is a vele való egyeztetés során véglegesült, alkalmazásuk az ő jóváhagyása nélkül nem is történhetett volna meg. Harmadszor, nemcsak jóváhagyta, hogy milyen módszereket alkalmazhatok a kutatás során, hanem aktívan alakította is azokat. Először például elzárkózott attól, hogy férfi vezetőkkel is készítsék interjúkat, mivel véleménye szerint az ő karrierjükkel minden rendben van. Az interjúkérdéseket is módosítottam az ő kérése alapján. Kérte, hogy vegyem ki belőle az „érzékeny” kérdéseket, amelyek a munkavállalók családi életére és kapcsolataira vonatkoztak. Az általa érzékenynek minősített kérdések kivétele az interjúkérdések során végül nem okozott gondot, mivel azok felmerültek maguktól is. Negyedszer, a HR-vezető kapuörként szolgált az interjúalanyok listájának kialakításában is, mivel egy előre elkészített listát felhasználva vehettem fel a kapcsolatot a potenciális interjúalanyokkal. Azoknak a vezetőknek a nagy része, akikkel végül sikerült interjút csinálnom, már a szervezet szempontjai szerinti előzetes válogatáson esett át. Ezt később némileg kompenzálta, hogy ahogy egyre több időt töltöttem a szervezeten belül, egyre több lehetőségem nyílt arra, hogy az interjúban résztvevők számát növeljem a listán kívüli körből.

Végül három főbb módszert használtam: (1) félig strukturált interjúk középvezető nőkkel, férfiakkal és HR-szakemberekkel, (2) shadowing (középvezetők követése) és (3) részvétel a HR-osztály egyik projektmunkájában, amelynek témája a szervezetnél megvalósuló

munka-magánélet egyensúly feltárása és elősegítése volt. A trianguláció alkalmazásának koncepcióját követve a különböző módszerek együttes alkalmazásáról (Kostera, 2007), a nyitott interjúkat tekintem a fő módszertani eszköznek, a shadowing eszközt és a projektben való részvételt a kiegészítő eszközöknek. A kutatás kezdetekor mindössze tíz interjúra volt ígéretem. A kutatás végére összesen 29 interjút vettem fel, amiből 17-et középvezető nőkkel, 9-et középvezető férfiakkal és 3-at HR-vezetőkkel készítettem. A shadowing keretében összesen 6 napot töltöttem el középvezetőkkel, egy-egy napot töltöttem 4 női középvezetővel és egy-egy napot két férfi középvezetővel. A projektmunka 3 hónapon keresztül zajlott, megvalósítását végig követtem, saját dedikált feladataim voltak, és a projekthez kapcsolódó összes munkamegbeszélésen részt vettem. A projektmunkában való részvétel során számos dokumentum (például kérdőív felvétele, interjúk felvétele, prezentációk anyaga, e-mailek) és feljegyzés született. Ezen kívül részt vettem egy karriernapon, amelyet a vállalat szervezett saját munkavállalói számára a szervezeten belüli rotáció elősegítésére, és egy egynapos vezetői tréningen, amit frissen kinevezett vezetőknek tartottak. A projektmunkában való részvételnek és a shadowing napoknak köszönhetően számos alkalmam nyílt, hogy informális beszélgetésekbe bonyolódjak a szervezetben dolgozó munkavállalókkal.

A módszertani szakirodalom kiemeli, hogy az etnográfiai kutatások során létrejövő kollaboratív viszonyok kialakulásával a kutatónak el kell fogadnia, hogy nem egyedül ő kontrollálja, alakítja a kutatás kivitelezését (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Islam, 2015). A kutatás során alkalmazott módszerek kialakítása és az adatgyűjtés során szerzett tapasztalataim teljes mértékben megegyeznek ezzel a megállapítással. A kutatás kivitelezéséről alapvető élményem volt, hogy a kutatási módszerek kiválasztása inkább függött a vizsgált szervezet igényeitől és lehetőségeitől, mintsem hogy azok a kutatási tervben előzetesen kialakított módszertant pontosan követték volna. Ez azonban nem vált hátrányára a kutatásnak, még az adatgyűjtésre nézve sem. Azonban az adatok validitása szempontjából így kiemelt jelentőségű lett annak bemutatása, hogy mi alapján alakult ki az interjúalanyok és a shadowing-ban részt vevő vezetők összetétele. A szakirodalom is emellett érvel, hogy a kutatásban részt vevő személyek rekrutálására való reflektálás is mindenképpen az elemzés részét kell, hogy képezze (Gill, 2011; DeVault, 1996).

Visszatekintve a kutatási folyamat egészére, a kutatás folyamatos egyeztetések sorozataként valósult meg, és mint ilyen, végig tele volt kérdésekkel és bizonytalanságokkal. Ebből a szempontból a kutatás megvalósítása igen kockázatos volt, amit mutat az is, hogy

az alkalmazott módszerek jellegéből adódóan csak a kutatás vége felé lehetett látni, hogy megfelelő és hiteles adatot fogok tudni összegyűjteni. A kutatás egészének szempontjából az tűnt a megfelelő hozzáállásnak, hogy a szervezet hatását a kutatás kivitelezésének alakulásában nem akadályozó, hanem elemezhető tényezőnek tekintem, amivel a szervezeti kultúrába kapok mélyebb és többretegűbb betekintést. Így a levelezést a HR-vezetővel az első találkozásunk megszervezésére, a HR-vezető szempontjait a kutatásban alkalmazható módszerekben, és annak kialakítását is, hogy végül kik kerültek be az interjúalanyok közé, empirikus adatként kezelem, és mint ilyet, elemezhetem. Szerencsére az adatgyűjtés során megélt bizonytalanság is reflektálható, így a kutatás során szerzett tapasztalatait, előzetes elvárásait, de még akár az érzelmeit is a kutató utólagosan értelmezheti, amelyek mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy még világosabb képet kapjunk a kutatás megvalósulásának egészéről (Gill, 2011).

A kutatás során kialakult kapcsolatok szerepe az adatgyűjtésben

A kutató és a kutatásban részt vevő személyek között számtalan kapcsolat alakulhat ki a kutatás során, amelyeknek mind jelentőségük van a kutatás kivitelezésében. Ezeknek a kapcsolatoknak a milyenségét önmagában nem lehet pozitívan vagy negatívan értékelni, hanem mindig az adott helyzetben való jelentőségüket kell megvizsgálni. A hasonló élethelyzet, társadalmi nem vagy státusz és a különbözőségek is ugyanannyira segíthetik vagy gátolhatják az adatgyűjtés folyamatát (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Gilmore – Kenny, 2015).

Cunliffe – Karunanayake (2013) a kutató és a kutatásban részt vevő személyek közötti kapcsolatoknak négy típusát ajánlja elemzésre, amelyek meghatározhatják a kutatás alakulásának fázisait. Ezek a következők lehetnek: (1) a kutató és a kutatásban részt vevő személyek közötti kapcsolat kialakulását meghatározhatja, hogy a kutató mennyire válik a közösség tagjává, vagy inkább kívülállóként van jelen, (2) mennyire találják meg vagy nem a közös hangot a hasonlóságaik és a különbözőségeik révén, aminek lehet alapja a nem, az életkor, az etnikum, a nyelv, a kulturális értékek stb. Továbbá, (3) milyen szintű érzelmi kötöttsége alakul ki a kutatónak a kutatásban részt vevő személyekkel és az ő problémáikkal, ügyeikkel, és (4) a kutató aktív-e a kutatásban részt vevő személyeket érintő helyzetek kezelésében, ügyek megoldásában. A kapcsolatok elemzésének fontos része, hogy nemcsak a kapcsolatok milyenségét nézi meg, hanem azt is, hogy a kutatónak milyen identitásai jelennek meg, amelyek a kutatás folyamatát is meghatározzák. A saját kutatásra vonatkozóan a kutatás jellege és a kutatási téma miatt is az első két szempont alkalmazható

leginkább a kutatás során kialakult kapcsolatok elemzésében.

A kutató szerepével kapcsolatban többen is arról számolnak be, hogy az folyamatosan változik a kutatás során, ami részben annak a következménye, hogy ha egy kutató viszonylag hosszabb időt tölt el egy közösségben, akkor sok mindenkivel kapcsolatba léphet ez alatt az idő alatt, és mindenkivel máshogy (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Manning, 2016). Ez egyben azt is jelenti, hogy egyszerre lehet jelen a kutató kívülállóként és a közösség integrált tagjaként is (Czarniawska, 2008; Gill, 2011). A kutató kívülálló szerepe azonban mindig megmarad, még akkor is, ha idővel egyre jobban beépül egy munkahelyi közösség életébe, mivel mindvégig egy másik szervezet (esetemben ez az egyetem) képviselőjeként jelenik meg. Mindezek miatt a kutató helyzete és szerepe a vizsgált szervezetben sosem egyértelmű, és számos, sokszor nehezen értelmezhető tapasztalatszerzéssel jár együtt (Gilmore – Kenny, 2015).

Kutatásom során én is azt tapasztaltam, hogy egyszerre voltam kívülálló tagja, de bizonyos helyzetekben a szervezet belsővé vált tagja is egy-egy aktívabb szerep felvállalásával. A különböző módszerek alkalmazása különböző helyzeteket, a szervezetbe való bevonást tette lehetővé. A szervezetben való kívülállóságom mindig is egyértelmű volt, azonban fokozatosan abba az irányba változott, hogy egy ismert kívülálló lettem. Ennek jele volt például, hogy a recepción egy idő után már felismertek, nem kellett megmondanom, hogy kihez jövök, az épületben is szabadon közlekedhettem, és kaptam wifi hozzáférhetőséget is.

Az interjúztatás során jelent meg a legtisztábban a kívülálló szerepem. A legkevésbé egyértelmű szerepem a projektmunkában való részvételnél volt, de kétségkívül ez a módszer tette lehetővé, hogy a lehető legbelsőbb szerepet kialakíthassam a szervezet egyik csoportjában. Ez egy olyan aktív résztvevői megfigyelés volt, amelyben szakmai résztvevőként számítottak rám, de végig megtarthattam a külső megfigyelőként való szerepet is. Ez a kettős szerep, azaz a munkában részt vevő személy és a megfigyelő kutató folyamatosan változott egy-egy megbeszélés vagy munkafolyamat alatt is. Tartottam például egy prezentációt egy adott témában a projekt-csoportnak, utána pedig „visszaváltottam” megfigyelővé, mert sokkal hasznosabb volt a kutatás szempontjából megfigyelni, hogy a kapott információt hogyan alkalmazza a csoport a saját szervezetére vonatkozóan.

Az etnográfát használó szervezeti kutatások egyet értenek abban, hogy nem tud a kutató teljesen láthatatlan maradni (Bruni et al., 2004; Gill, 2011; Cunliffe – Karunanayake, 2013). A jelenlétem mindig is érzékelhető volt, akkor is, amikor egy projekt megbeszélésen „csak” megfigyelőként voltam jelen. A láthatatlan jelenlétet elősegítette, hogy egy idő után megszokták a csoportta-

gok, hogy jelen vagyok és jegyzetek, egyre kevesebb kiszólásuk volt a jelenlétemben arról, hogy vajon mi az, amit éppen feljegyzek. A csoporthoz való tartozást az is erősítette, hogy egyre több informális beszélgetést folytattam a csoport tagjaival. Az egyik projektmegbeszélés alkalmával hangzott el, hogy „már lassan olyan mintha én is itt (*a vizsgált szervezetben*) dolgoznék”. Ez két dolgot is mutat, egyrészt azt, hogy a csoport tagjai is próbálták meghatározni az én szerepemet, másrészt azt is, hogy a projektcsapat tagja lettem, de azért nem teljes jogú tagja.

A shadowing alatt számos interakció történt köztem és a megfigyelt személyek között, amikor lehetőségem volt, kérdéseket tettem fel, de a megfigyelt személyek is folyamatosan reflektáltak arra, amit csinálnak, magyarázták, hogy mit, miért csinálnak. De jelenlétem akkor is meghatározó volt, amikor csendben figyeltem őket, például egy megbeszélés alatt. Sosem hagytak ki az eseményekből, mintha nem lettem volna ott, mindig bemutattak a többi munkatársnak, illetve az is előfordult, hogy egyes eseményeken nem vehettem részt, amikor számított, hogy harmadik személyként ne halljak személyes ügyeket érintő megbeszélést, jelezve ezzel is azt, hogy nem lehetséges a kutatónak teljesen semleges, az eseményeket, embereket nem befolyásoló személyként jelen lennie. Egyes esetekben különösen az volt az élményem a nap végére, hogy nemcsak úgy megengedték a megfigyelt vezetők, hogy együtt töltsék velük egy napot, hanem vendégül is láttak.

Összehasonlítva a shadowing-ot a projektmunkában való részvétellel, a shadowing több kapcsolódási lehetőséget biztosított a szervezettel, több megbeszélésre jutottam be, több emberrel találkoztam és beszéltem egy-egy nap során. A projektmunka ezzel szemben egy adott munkafolyamat és közösség koncentráltabb megfigyelését tette lehetővé. Így, annak ellenére, hogy a shadowing-napok alatt sokkal egyértelműbb volt a kívülálló szerepem, a szervezet mindennapi életébe egy gazdagabb betekintést nyújtott ez a módszer, mint a projektmunkában való részvétel. Mivel a shadowing alatt azt is láttam, hogy mit csinál akkor egy vezető, amikor dolgozik, és azt is, amikor két megbeszélés között nem dolgozik, illetve sokkal több lehetőségem nyílt informális beszélgetésekre a megfigyelt személlyel és rajta keresztül másokkal is. A shadowing arra adott lehetőséget, hogy a munkafolyamatokat, a döntéshelyzeteket közösen értelmezzük a megfigyelt személlyel, ez természetesen helyzetről helyzetre változott, de sok interakcióra adott lehetőséget, amiben az eseményeket a megtörténtükkel egy időben lehetett értelmezni. A projektmunka viszont abból a szempontból adott másfajta betekintést a szervezet mindennapjaiba, hogy saját tapasztalatot szerezhettem a munkavégzésre vonatkozó elvárásokról: szoros határidő alatt sok munkát elvégezni, a munka el-

sőbbséget élvez az egyéb, családi életből adódó kötelezettségek felett. Ennek a tapasztalatnak az eredményeként nem valaki más munkavégzését az ő narratíváján keresztül, hanem a sajátomét tudom elemezni.

Összességében, a shadowing és a projektmunkákban való részvétel is aktív jelenléte kíván meg a kutatótól. Mindkettő máshogy, de mindkét módszer esetében a kutatónak fel kell készülnie arra, hogy a szervezetben kialakuló szerepe és a kutatásban részt vevő személyekkel való kapcsolata folyamatosan változik (Cunliffe – Karunanayake, 2013; McDonald – Simpson, 2014), és szerepe mindig a közösség külső/belső tagjává válásának a ketősségén keresztül lesz meghatározott (Cunliffe – Karunanayake, 2013).

Továbbá, egyértelmű jelei voltak annak, hogy a kutatás során nemcsak a kutató szerepében voltam jelen a szervezetben. A kutatás elején először el kellett fogadtatnom magamat kompetens kutatóként. Amikor először találkoztam a szervezetet képviselő HR-vezetővel, a beszélgetésünk inkább hasonlított vizsgáztatásra arról, hogy mit is tudok a kutatási témáról. A családi háttérén kívül a társadalmi nem is egy meghatározó tényező a kapcsolatok milyenségének alakulásában (Gill, 2011; Cunliffe – Karunanayake, 2013). A shadowing alatt keveredett a leginkább a szakmai jelenlét és az, hogy nőként/szülőként is jelen voltam.

Nem minden esetben számított, hogy nőként is jelen voltam, de amikor igen, akkor ez segített az adatgyűjtésben, azáltal, hogy közös témát találtunk; ez a női vezetőkkel jellemzően a munka és a gyereknevelés összeegyeztetésének nehézségei voltak, igazolva a szakirodalmat is, mely szerint a női vezetők karrieralakulásának egyik legmeghatározóbb tényezője a családi állapot, a gyerekvállalás (Eagly – Carli, 2007). A szakirodalomnak megfelelően ez a téma rendre elő is jött az interjúk, és még inkább a shadowing napok során, azoknál az interjúalanyoknál is, akiknek nem volt gyermekük. Ezek voltak azok a helyzetek, amelyek a leginkább lehetővé tették, hogy nem „csak” mint kutató legyek jelen. Nehezebb volt ugyanis távolságot tartani az interjúalanyokkal, amikor egyes témák mély vagy heves érzelmeket váltottak ki belőlük. A középvezető nők közül például többen is beszéltek arról, hogy a házasságuk hogyan ért véget párhuzamosan azzal, hogy a karrierjük felfutott. A 30 év körüli középvezető nőknél visszatérő téma volt a gyerekvállalás időzítése. Ezek az érzelmileg intenzív helyzetek sokszor kívánták meg, hogy kilépjek a közömbös kutató szerepéből, és kisgyerekes nőként is megjelenjek az adott helyzetben, mert furcsa lett volna, ha mindenféle reakálás nélkül rátérek a következő kérdésre. De sokszor nem is kellett hozzá semmilyen érzékeny területeket érintő kérdés, elég volt az is, hogy az interjúalanyok visszakérdezzenek, hogy nekem van-e gyerekem. Jellemző különbség volt a férfi

és a női interjúalanyaim között, hogy amikor kiderült, hogy vannak gyerekeim, a férfi interjúalanyok a feleségük gyerekekkel kapcsolatos helyzetét osztották meg velem. A férfi vezetőkkel való kapcsolatot, ami különösen a két shadowing-nap alatt jellemző, inkább a szakmai viszony határozta meg. A kapcsolódási pontot velük leginkább a vezetői fejlődésükről való beszéd adta meg. A női interjúalanyok pedig saját magukat képviselték a gyereknevelést érintő témában egy sokkal kollaboratív módon: tapasztalatot és véleményt cseréltek velem.

Érdekes azonban tisztában lenni azzal, hogy a hasonló élethelyzet a kutató és az interjúalany között nem feltétlenül vezet egy gazdagabb adatgyűjtéshez, sőt lehet, hogy inkább a gátja, mert az interjúalany azt feltételezve, hogy úgy is tudja a kutató, hogy miről beszél, kevesebbet mond el (Cunliffe – Karunanayake, 2013). A kutatásomra vonatkozóan azonban igazolódni látszik, hogy a kutató helyzete ténylegesen meghatározza az adatgyűjtés folyamatát, esetemben ez azt jelentette, hogy a kutatói szerepem mellett a társadalmi nem és a családi állapot is meghatározta a kutatásban részt vevő személyekkel való interakció milyenségét és annak tartalmát, legkevésbé az interjúztatás és a projektmunkában való részvétel során, és leginkább a shadowing napok alkalmával. A shadowing során, attól függően, hogy a kutatói szerepem, a társadalmi nem, tehát hogy nőként is jelen voltam, vagy a családi hátterem volt-e meghatározó, illetve ezek kombinációja hogyan jelent meg, különböző típusú kapcsolatok kialakítását eredményezte a shadowing alatt a vezetőkkel, amelyek a tisztán szakmai kapcsolat és a baráti jellegű kapcsolat skáláján mozogtak. De jellemzően a női vezetőkkel a gyereknevelés/család témáján, a férfi vezetőkkel pedig a vezetőfejlesztés témáján keresztül sikerült olyan kapcsolatot kialakítani, amely gazdagabb adatgyűjtéshez vezetett. Ezért az adatok értelmezése során érdemes reflektálni arra is, hogy a megfigyelt vezetőkkel való kapcsolatot hogyan alakították a társadalmi nemekre irányuló társadalmi elvárások, normák.

Záró gondolatok

Cikkemben arra tettem kísérletet, hogy egy nagyvállalatnál végzett etnográfiai kutatás tapasztalatainak elemzésén keresztül bemutassam, hogy az alkalmazott módszertan elemzése hozzájárul a kutatási eredmények értelmezéséhez. Ehhez a szakirodalomnak azt a hozzáállását követtem, amely szerint az etnográfia elmozdult a kutatási eredmények objektív leírásától az adatok reflexív, kritikai interpretálásának irányába (Cunliffe, 2003; Kalou – Sadler-Smith, 2015). A szakirodalom szerint a kutatási eredmények értelmezésében kiemelt jelentősége van a kutató és a kutatásban részt vevő személyek között kialakult kapcsolatoknak, a kapcsolatok

során megjelenő identitásoknak. Ezért azt javasolja, hogy a kutató reflektáljon saját szerepére, kapcsolataira, a kapcsolatok kialakulásának kontextusára, és egyáltalán a kutatás kivitelezése során szerzett tapasztalataira, kihívásokra és a hozzájuk fűződő érzelmi munkára (Cunliffe – Karunanayake, 2013; Islam, 2015; Hansen – Trank, 2016; Manning, 2016).

A kutatás kivitelezésének elemzéséhez megnéztem, hogy (1) a szervezet igényei, (2) a kutatás során megvalósuló különböző pozíciók és (3) a kutatásban részt vevő személyekkel kialakult kapcsolataim hogyan alakították a kutatás kivitelezését. Az elemzésben, ahol lehetett, kitekintettem arra is, hogy a kutatás megvalósulásának kontextusa hogyan jelenik meg a kutatási eredmények értelmezésében. Az elemzés rávilágít arra, hogy a kutató és a kutatásban részt vevő többi szereplő között komplex és többretegű kapcsolatok alakulhatnak ki a kutatás kivitelezése során, amelyek meghatározó erejűek lehetnek a kutatásban használt módszerek alkalmazására és az adatgyűjtés folyamataira. A nagyvállalatokba való bejutás kétségkívül az egyik sarokpontja egy kutatás megvalósulásának, de nem az egyedüli nehézség az adatokhoz való hozzáférésben. A kutatás kivitelezése során szerzett tapasztalat azt mutatja, hogy a kutatás lebonyolítása a folyamatosan alakuló interszempionális folyamatok következtében a kutatótól aktív jelenlétet és készenlétet kíván meg. Egy etnográfiai kutatás során így érdemes felkészülni olyan szubjektív vonatkozású tényezőkre is, mint például hogy a kutató nem tud valamiféle arc nélküli személyként megjelenni a kutatásban részt vevő szereplők előtt, de arra is, hogy nemcsak a kutató lesz az, aki érdemben döntéseket hoz a kutatás kivitelezésére vonatkozóan.

Így például, az etnográfiai kutatások elemzéséhez számos más szempont alapján is lehetne közelíteni arra vonatkozóan, hogy a kutató hogyan tud minél hitelesebb és meggyőzőbb eredményt bemutatni. A kutatásban jelenlévő interszempionális folyamatok és kollaboratív kapcsolatok miatt kiemelt jelentősége van még a kutatást érintő etikai vonatkozásoknak (Manning, 2016) és a kutatási eredmények prezentálásnak is (Jarzabkowski et al., 2014).

Felhasznált irodalom

- Acker, J. (2006): Inequality Regimes: Gender, Class, and Race. *Organizations, Gender and Society*, vol. 20, no. 4, p. 441-464.
- Angrosino, M. – Rosenberg J. (2011): Observations on Observation. Continuities and Challenges. in: Norman K. D. – Lincoln Y. S. (eds.): *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Chapter 28. Thousand Oaks: Sage, p. 467-478.

- Boje, D. M. (1995): Stories of the storytelling organization: A postmodern analysis of Disney as „Tamaraland”. *Academy of Management Journal*, vol. 38, no. 4, p. 997-1035.
- Bourne, K. A. (2007): Encountering One Another: Feminist Relationships in Organizational Research. *Organization Management Journal*, vol. 4, no. 2, p. 120-133.
- Bruni, A. – Gherardi, S. – Poggio, B. (2004): Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices. *Gender, Work and Organization*, vol. 11, no. 4, p. 406-429.
- Calas, M. B. – Smircich, L. – Holvino, E. (2014): Theorizing Gender-and- Organization: Changing Times, Changing Theories. in: Kumra, S. – Simpson, R. – Burke, R. J. (eds.): *The Oxford Handbook of Gender in Organizations*. Oxford: Oxford University Press
- Cunliffe, A. L. (2003): Reflexive Inquiry in Organizational Research: Questions and Possibilities. *Human Relations*, vol. 56, no. 8, p. 983-1003.
- Cunliffe, A. L. – Karunanayake, G. (2013): Working Within Hyphen-Spaces in Ethnographic Research: Implications for Research Identities and Practice. *Organizational Research Methods*, vol. 16, no. 3, p. 364-392.
- Czarniawska, B. (2008): Organizing: how to study it and how to write about it. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol.3, no.1, p. 4-20.
- Czarniawska, B. (2014): Why I think shadowing is the best field technique in management and organization studies. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol. 9, no. 1, p. 90–93.
- Davids, T. (2014): Trying to be a vulnerable observer: Matters of agency, solidarity and hospitality in feminist ethnography. *Women’s Studies International Forum*, vol. 43, p. 50–58.
- DeVault, M. L. (1996): Talking Back to Sociology: Distinctive Contributions of Feminist Methodology. *Annual Review of Sociology*, vol. 22, p. 29-50.
- Eagly, A. H. – Carli, L. L. (2007): *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Boston: Harvard Business School Press
- Eberle, T. S. – Maeder, S. (2011): Organizational Ethnography. in: Silverman, D. (ed.): *Qualitative Research, Issues of Theory, Methods and Practice*. Third Edition. Thousand Oaks: Sage, p. 53-73.
- Gill, R. (2011): The shadow in organizational ethnography: moving beyond shadowing to spect-acting. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol. 6, no. 2, p. 115-133.
- Gilmore, S. – Kenny, K. (2015): Work-worlds colliding: Self-reflexivity, power and emotion in organizational ethnography. *Human Relations*, vol. 68, no. 1, p. 55–78.
- Hansen, H. – Trank, C. Q. (2016): This Is Going to Hurt: Compassionate Research Methods. *Organizational Research Methods*, vol. 19, no. 3, p. 352-375.
- Islam, G. (2015): Practitioners as Theorists: Para-ethnography and the Collaborative Study of Contemporary Organizations. *Organizational Research Methods*, vol. 18, no. 2, p. 231-251.
- Jännäri, J. – Kovalainen, A. (2015): The research methods used in “doing gender” literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 7, no. 2, p. 214 – 231.
- Jarzabkowski P. – Bednarek, R. – Lê, K. J. (2014): Producing persuasive findings: Demystifying ethnographic textwork in strategy and organization research. *Strategic Organization*, vol. 12, no. 4, p. 274–287.
- Jonsen, K. – Jehn, A. K. (2009): Using triangulation to validate themes in qualitative studies. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol. 4, no. 2, p. 123-150.
- Kalou, Z. – Sadler-Smith, E. (2015): Using Ethnography of Communication in Organizational Research. *Organizational Research Methods*, vol. 18, no. 4, p. 629-655.
- Kostera, M. (2007): *Organizational Ethnography: Methods and Inspiration*. Lund: Studentlitteratur, p. 113-183.
- Kumra, S. (2010): Exploring career “choices” of work-centered women in a professional service firm. *Gender in Management: An International Journal*, vol.25, no. 3, p. 227–243.
- Limerick, B. – O’Leary, J. (2006): Re-inventing or recycling? Examples of feminist qualitative research informing the management field. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol. 1, no. 2, p. 98–112.
- Manning, J. (2016): Constructing a postcolonial feminist ethnography. *Journal of Organizational Ethnography*, vol. 5, no. 2, p. 90–105.
- McDonald, S. – Simpson, B. (2014): Shadowing research in organizations: the methodological debates. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, vol. 9, no. 1, p. 3-20.
- Rouleau, L. – de Rond, M. – Musca, G. (2014): From the ethnographic turn to new forms of organizational ethnography. *Journal of Organizational Ethnography*, vol. 3, no. 1, p. 2–9.
- Zickar, M. J. – Carter, N. T. (2010): Reconnecting With the Spirit of Workplace Ethnography: A Historical Review. *Organizational Research Methods*, vol. 13, no. 2, p. 304-319

KASSAI Szilvia – PINTÉR Judit Nóra – RÁCZ József

AZ INTERPRETATÍV FENOMENOLÓGIAI ANALÍZIS (IPA) MÓDSZERTANA ÉS GYAKORLATI ALKALMAZÁSA

Az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) egyre gyakrabban alkalmazott kvalitatív kutatási módszer a pszichológiában. Az IPA alapjai a fenomenológiához és a hermeneutikához kapcsolódnak, amelyek azt hangsúlyozzák, hogy az egyén tapasztalata csak annak kontextusában értelmezhető. Az IPA személyközpontú megközelítésével lehetővé teszi, hogy a kutató egy adott tapasztalatot „bennfentes perspektívából” szemléljen, a kutatásban részt vevő személyt szakértőként kezelve. A módszer idiográfias elkötelezettséggel, az adott tapasztalat minél részletesebb feltárására és annak megértésére törekszik, azt értelmezve, hogy a vizsgálatban részt vevő személy hogyan értelmezte azt. Jelen tanulmány során a szerzők bemutatják az IPA módszertanát, annak alkalmazási lehetőségeit, előnyeit és korlátjait. Továbbá elhelyezik a módszert a kvalitatív kutatások között, bemutatják az interpretatív fenomenológiai módszerrel való kapcsolatát, valamint összehasonlítják a diskurzuselemzéssel, a narratív pszichológiával és a Grounded Theory módszertanával. Tanulmányuk során kitérnek az IPA-val szerzett tapasztalataikra: addiktológiai területen dolgozó tapasztalati szakértők identitásmunkáját, hanghalló betegek esetében a hang szerepét és a hanggal való kapcsolatot, a szintetikus kannabinoid (új pszichoaktív szer) használók esetében pedig a szerhasználat élményét vizsgálták. Utalnak a módszer – az egészségpszichológia melletti másik nagy alkalmazási területére – a piackutatásra is. Összefoglalva az IPA módszertana jól használható feltáró jellegű kvalitatív vizsgálatokban, amelyek tárgya nem a végeredményre, hanem a folyamatra fókuszál. Ezt teszi lehetővé az interdiszciplináris megközelítés (filozófiai fogalmakat és az antropológiából ismert megfigyelést alkalmazva), azonban a módszer kivitelezhető akkor is, ha a kutató a filozófiai háttér mélyebb ismeretével nem rendelkezik.

Kulcsszavak: interpretatív fenomenológiai analízis, kvalitatív kutatás, személyközpontú-megközelítés, élmény vizsgálata, egészségpszichológia, piackutatás

Az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) egyre gyakrabban alkalmazott kvalitatív kutatási módszer a pszichológiában. Tanulmányunkban röviden bemutatjuk az IPA filozófiai alapjait, alkalmazási területeit, más kvalitatív módszerekkel való kapcsolatát, az IPA módszertanát és saját kutatásunk tapasztalatait, továbbá kitérünk a validitás és a megbízhatóság kérdésére is.

Fenomenológiai és hermeneutikai alapok

Az IPA alapjai a fenomenológiai és hermeneutikai hagyományban gyökereznek, amelyek az egyénre, a tapasztalat személyközpontú értelmezésére helyezik a hangsúlyt. A fenomenológia, a XX. század legjelentősebb filozófiai mozgalma, a tapasztalat tudománya. Érdeklődésének fókuszában az áll, hogyan észleli az egyén a tapasztalatait, hogyan észleli a világot a tár-

gyakat és önmagát, hogyan emlékezik a múltjára, hogyan éli meg saját érzelmeit, személyes azonosságát (Rác – Kassai – Pintér, 2016; Ullman – Olay, 2011). A módszert fémjelző husserli felszólítás: „vissza magukhoz a dolgokhoz” arra utal, hogy a fenomenológia túl lép a megismerés külső-belső hagyományos különbségtételén és abból indul ki, hogy az emberi tudat és tárgya össze van kötve egymással, tehát a dolgok nem önmagukban azok, amik, hanem jelentésüket és értelmüket az adja, hogy az egyén számára hogyan jelennek meg (Rác – Kassai – Pintér, 2016).

A hermeneutika az értelmezés tudománya, jelentős képviselői Heidegger és Gadamer, akik szerint a megértés magának az emberi létnek a létmódja. Gadamer szerint bizonyos tapasztalatokhoz alapvetően nem standardizálható eljárásokkal lehet hozzáférni. Ehhez járul hozzá a filozófus által továbbfejlesztett „hermeneutikai

kör” koncepciója, amelynek alaptétele, hogy a szöveg egésze csak a részei révén ragadható meg, viszont az egyes részek értelme attól az egésztől függ, amelybe azok bele vannak ágyazva. Az értelmezés folyamata így egy sajátos körmozgással írható le: az újabb információ, feltárult értelem összefüggések alapján az előző belátásaink is új értelmet nyernek (Gadamer, 1960). A megértés csak úgy valósulhat meg, ha az értelmező és az értelmezett horizontja összeolvad, azaz az értelmező képes belépni a vizsgált világba, saját kulturális, tudományos és személyes hátterét felismerve. A megértés tehát egy olyan érzékeny és dinamikus folyamatot jelent, amely mindig a nyelv közegében zajlik, egy olyan „párbeszédet”, amely az IPA módszertanában is lényegi fontosságú lesz (Rácz – Kassai – Pintér, 2016).

Az IPA alkalmazási területei

Az IPA az Egyesült Királyság területéről származik, az első módszertant alkalmazó cikk 1996-ban jelent meg (Smith, 1996), egy 2008-as összesítés alapján addig az évig 293 tanulmány alkalmazta (Smith, 2011). Mivel az IPA-vizsgálat célja, olyan megélt tapasztalat feltárása, amely fontos a vizsgálati személy számára az IPA módszertant alkalmazó kutatások nagy része az egészség- és klinikai pszichológia területén végez kutatásokat, így betegségből, addikcióból és terápiából származó tapasztalatokkal foglalkozik az IPA-kutatások jelentős része (Smith, 2011).

A fent felsorolt területek mellett az IPA egyre gyakrabban használt módszer a piackutatás területén. Kvalitatív kutatás segítségével megérthető a vásárlók/fogyasztók adott szolgáltatással kapcsolatos tapasztalata, értékelése (pl.: Fett – Bruns – Lischka – Wittmann, 2009). Ehhez kapcsolódik Wilson és társai (2014) tanulmánya, akik a fenomenológia és hermeneutika módszerét felhasználva tanulmányozták malaysiai fiatalok a pláza mint „szórakozó helyként” vagy mint „második otthonként” értelmezett helyvel kapcsolatos tapasztalatait.

Az IPA helye a kvalitatív pszichológiai kutatások között

A kvalitatív pszichológiai kutatási módszerekkel foglalkozó SAGE kézikönyv (Willig – Stainton-Rogers, 2013) 13 módszert mutat be, köztük az IPA-t. Az IPA-t bemutató fejezet (Eatough – Smith, 2008) elsősorban a szociális konstruktivizmus, a diszkurzív pszichológia és a narratív pszichológia keretében helyezi el a módszert. Az IPA szociális konstrukcionista vonásai miatt inkább a szociális interakcionalizmushoz áll közelebb, mint a diszkurzív pszichológiához. Az IPA megközelítése alapján, az életvilág nem csupán az emberek között, történetileg helyzethez kötött módon zajló nyelvi

interakció, mert az emberek történeteik elmesélésével bizonyos célokat kívánnak elérni, mint például rábeszélési, racionalizálni vagy megőrizni tekintélyüket, tehát a specifikus helyi interakciónál többre törekednek. A diszkurzív elemzés ettől eltérően azokra a nyelvi eszközökre fókuszál, amelyekkel a vizsgálatban részt vevő személy kifejezi tapasztalatait, illetve arra, ahogy egy fogalom különböző konstrukciói megjelennek az interakció során, továbbá azok funkciójára (Larkin – Watts – Clifton, 2006; Smith, 2011).

Az IPA a foucault-i diskurzusanalízishez is kapcsolható. Eatough és Smith (2008) egy korábbi tanulmányukból az érzelmek „tartály” elméletét hozzák fel példának; az érzelmek a tartályból kiömölhetnek vagy emelhetik a folyadék szintjét. Amikor például a harag kontrollálhatatlanná válik, olyan metaforákat használunk, amely magunkat passzív ágensként tünteti fel, aki elszenvedti a haragot. Az IPA azt vizsgálja, hogy a „tartály” konstrukció, a harag élményének elbeszélése során, hogyan jön létre, miként tapasztalják ezt az egyes személyek (Rácz – Kassai – Pintér, 2016).

Az IPA párhuzamba hozható a narratív pszichológia módszerével, ugyanis a narratíva olyan interpretáció, amelyet az egyén nemcsak megkonstruál, hanem azzal magát a valóságot hozza létre. Az egyén tehát nem pusztán a történet elbeszélője, hanem a világ megtapasztalásának eszköze is. Az IPA érdeklődési területe az újra-elbeszélte történet, pl. amikor egy tanácsadás vagy egy terápia során az egyén újra-interpretálja, majd újra-elbeszéli életének fontos epizódjait. A megélt tapasztalat újra-értelmezésével az élete élhetőbbé válik (Eatough – Smith, 2008; Rácz – Kassai – Pintér, 2016).

A fent említett pszichológiai módszerek mellett meg kell említenünk a Grounded Theory-t (GT) (Clarke, 2003; Charmaz, 2006, 2013; Charmaz – Henwood, 2008; Corbin – Strauss, 2015), mivel talán ez mondható az egyik legismertebb és legelterjedtebb módszernek a hazai kvalitatív kutatásokban (Gelencsér, 2003; Mitev, 2012). A GT során az adatokból fogalmakat hozunk létre, majd ezekből „magyarázatot” alkotunk, míg az IPA-nál törekszünk inkább az adatok, az egyén tapasztalatainál és az élményeinél maradni, nem általánosítunk és absztrahálunk. Amíg a GT a szereplők közti cselekvések és interakciók mintázataira kíváncsi, az IPA-nak a mintázatok keresése helyett idiográfias elkötelezettséggel a célja az egyén tapasztalatának és élményének feltárása. Az IPA közvetlenül az adatokkal dolgozik, nem vonja azokat nagyobb fogalmi egységek alá, mint ahogyan erre a GT elemzési folyamata alapoz.

Az IPA módszertana

Az IPA módszertana a személyes tapasztalatok megélését, az arról való beszámolót, ezáltal a személyes in-

terpretációk feltárását teszi lehetővé (Smith – Flowers – Larkin, 2009; Smith – Osborn, 2007). A következőkben az IPA módszertanának egyes szakaszait, a kutatási dizájnt és saját kutatásainkból származó tapasztalatainkat mutatjuk be: felépülő segítők/tapasztalati szakértők segítői élményét, valamint felépülő és segítői identitásukat vizsgáltuk (Kassai – Pintér – Rácz, 2015; Rácz et al., 2015), egy következő IPA-kutatásunk során hanghallók élményét (Kassai – Kiss – Pintér – Rácz, 2016), továbbá szintetikus kannabinoid (új pszichoaktív szer) használók élményét és identitásszerveződését (Kassai – Pintér – Rácz, 2016; Pintér – Kassai – Rácz, 2016) elemeztük.

A kutató kérdés megfogalmazása

Az IPA-kutatás célja egy adott jelenséggel kapcsolatos személyes tapasztalat feltárása, ezért a vizsgálat elején kutatói kérdést fogalmaztunk meg (Pietkiewicz – Smith, 2014). A kutatói kérdés minden esetben nyitott, explorációs (nem magyarázatot célzó), a folyamatra (és nem a végeredményre) fókuszál és a jelentést célozza (nem okokat vagy következményeket). A kutatási kérdés egy speciális kontextusra vonatkozik (és nem például kontextusok összehasonlítására, ld.: Smith et al., 2009). Smith és munkatársai (2009) javaslata alapján a kutatás elején kétszintű kutatói kérdés fogalmazható meg. Az első szintű kutatói kérdést egy második szintű kutatói kérdés követi, amely már elméletileg megalapozott lehet. A szerzők példája az első szintű kutatói kérdésre: „hogyan értelmezik az emberek az orvosi kezeléssel kapcsolatos döntéseiket?” A második szintű kutatói kérdésre, pedig: „döntési folyamatról szóló beszámolókat milyen mértékben lehet egy elmélettel magyarázni?”

Saját kutatásaink során megfogalmazott kérdések: Milyen élményeik vannak a felépülő segítőknek? Milyen élményeik származnak a felépülésből és a segítő tevékenységből? Hogyan alakul az identitásuk (Kassai – Pintér – Rácz, 2015)? Hogyan értelmezik a hanghallók a hanghallásból származó élményeiket (Kassai – Kiss – Pintér – Rácz, 2016)? Hogyan értelmezik élményeiket a szintetikus kannabinoid használók, hogyan alakul az identitásuk (Kassai – Pintér – Rácz, 2016; Pintér – Kassai – Rácz, 2016)?

Mintaválasztás

Az IPA-kutatás során elméleti és célzott mintavétellel dolgozunk. A minta tagjai egy különleges jelenség vizsgálatához biztosítanak hozzáférést, akik egy „perspektívát” képviselnek, nem pedig egy populációt. Az IPA idiográfiás elkötelezettségű, a jelenséget egy meghatározott kontextusban részletesen vizsgálja, ezért kis elemszámmal és homogén mintával dolgozik a vizsgálni kívánt jelenségen (Pietkiewicz – Smith, 2014; Smith et al., 2009; Smith – Osborn, 2007). Smith és munkatársai (2009) példája nyomán a homogenitást úgy képzelhetjük el, hogy ha például depressziós betegek elsőterápiás tapasztalatára vagyunk kíváncsiak, akkor a minta legyen homogén abban az értelemben, hogy a vizsgálati személyek hasonló ideje szenvednek depresszióban, hasonló náluk a betegség súlyossága, hogy mennyi ideje voltak terápiában az interjú időpontjában, és hogy korábban részesültek-e terápiában. Smith és munkatársai (2009) saját tapasztalataik alapján 3–6 fős mintát javasolnak. Ennyi még nem túl sok a részletes elemzéshez, viszont éppen alkalmas az egyes esetek közötti hasonlóságok és különbségek leírására. Tapasztalati alapon BA- vagy MA-szintű kutatásokra a

1. táblázat

Az interjúalanyok pszichoszociális jellemzői

	Nem	Életkor	Iskolai végzettség	Felépülés során, segítség céljából végzett képzés	Szerhasználat hossza (min)	Felépülés ideje (min)	Tapasztalati segítőként dolgozik (min)
1 Sindy	Nő	35	Egyetemi diploma	Szociális munka	4 év	kb. 12 éve	10 éve
2 Zsolt	Férfi	47	Felsőfokú szakképzés	Színház terapeuta, Szociálterápiás szerepjáték	22 év	kb. 8 éve	6 éve
3 Peti	Férfi	41	Érettségi	-	15 év	kb. 12 éve	9 éve
4 Zénó	Férfi	38	Főiskolai diploma	Szociális munka	6 év	kb. 16 éve	13 éve
5 Feri	Férfi	51	Egyetemi diploma	Szociális munka	5 év	kb. 10 éve	1 éve
6 Balázs	Férfi	26	Érettségi	-	3 év	kb. 4 éve	1 éve

Forrás: Kassai et al. (2015. p. 376.)

háromfős, PhD-szintű kutatásokra pedig egy mintaválasztási sorozatot javasolnak: az első legyen egy esettanulmány, a második egy három főből álló mintának a vizsgálata, majd a harmadik lépésben legyen ennél nagyobb elemszámú minta (például 8 eset). A szerzők szerint az egyes eset minták (azaz az esettanulmányok) általában nagyobb kvalitatív kutatói gyakorlatot igényelnek.

A felépülő segítőkkel/tapasztalati szakértőkkel folytatott vizsgálatunkban a résztvevők (összesen 6 fő) olyan szakemberek voltak, akik (valamilyen) függőségéből legalább 5 éve felépültek, és az addiktológiai ellátásban sajátélményű (korábbi függőségüket és felépülésüket felvállalva és felhasználva) segítőként dolgoznak (a vizsgálatban részt vevő interjúalanyok adatait az 1. táblázat tartalmazza).

Adatgyűjtés

Az IPA-adatgyűjtés célja, hogy minél több információra tegyünk szert az adott jelenséggel kapcsolatban, ezért mély-, félig strukturált vagy strukturálatlan interjú felel meg leginkább erre a célra. Az interjú akkor igazán eredményes, ha az interjúalany sokat beszél, az interjúkészítő pedig keveset, illetve ha megjelennek az interjúban narratív, leíró, valamint analitikus értelmező szakaszok egyaránt; tehát ha az interjúalany egy-egy tapasztalatot részletesen is elmond. Mivel elsősorban az interjúalany interpretációinak feltárása a cél az előre meghatározott interjútervet nem szükséges mindenáron tartani, át kell engedni a vezetést az interjúalanyoknak. Továbbá az interjú során kerülni kell az értelmezést, az összefüggések és belátások keresését. Fontos, hogy rákérdezzünk a vizsgálni kívánt jelenségre, például egy betegség megélése kapcsán: mit jelent az interjúalanyoknak, hogyan látja magát a betegség alatt, hogyan látja magát tünetmentesen és hogyan látta magát a betegsége előtt (Smith – Osborn, 2007). Ez utóbbi szempont megjelenése az interjú során lehetővé teszi az interjúalany identitásalakulásának vizsgálatát az adott tapasztalattal összefüggésben (Smith – Flowers – Larkin, 2009).

A szintetikus kannabinoid használat élményét feltáró vizsgálatunk során az alábbi kérdéssor adta a félig strukturált interjú vázát: Meséljen a szerhasználatról, elsősorban a biofű (szintetikus kannabinoid) használatával kapcsolatos élményeiről! Milyen más drogokat használ(t)? Mennyi ideig? Milyen kifejezetten biofű használatával kapcsolatos élményei vannak? Hogyan látja ezeket, mit jelent számára ennek a szernek a használata? Hogyan látja magát, hogyan gondol magára, amikor használja, és amikor nem? Hogyan látják önt mások, amikor használja, és amikor nem? Ez az élmény miben különbözik más drogok által előidézett élménytől?

Az adatok elemzése

Az interjúkról szó szerinti átiratot készítünk, amelyben a jelentősebb verbális elemeket (mint nevetés, hosszabb csend) jelöljük. Az interjúátiratok többszöri elolvasása (ún. „elmerülés az adatokban” (ún. elmerülés az adatokban: a kifejezés a GT-ből származik, de az IPA-kutatók is használják; Smith et al., 2009, helyett) a kutató „felveszi az interjúalany cipőjét” ld.: Pietkiewicz – Smith, 2014) és a sorról sorra történő szabad tartalmi analízis során leíró, magyarázó, értelmező és konceptuális jegyzeteket készítünk az átirat jobb oldali margóján (Rácz – Kassai – Pintér, 2016; Smith – Flowers – Larkin, 2009). A fogalmi jegyzetelés már „elszakad” a közvetlen szövegtől, és az interjúalany általánosabb szintű megértését igyekszik megragadni, mely fázis a gadameri dialógussal is jellemezhető: a kutató előzetes tudása és az interjúalany tapasztalatainak folyamatosan kialakuló megértése között zajló „párbeszéd” (Rácz – Kassai – Pintér, 2016). Az elemzés következő lépése a kibontakozó témák (emerging themes) megalkotása, ilyenkor a kutató az interjúk egészét, azaz a vizsgálati személy narratíváit felbontja egy más szempont szerint, mint az interjúban megjelenő résztvevői perspektíva. Ilyenkor nagyobb hangsúly kerül a kutató szervező és értelmező szerepére, aki a kibontakozó témák mentén egy „új egészt” hoz létre. A kibontakozó témák meghatározásakor figyelniünk kell arra, hogy az interjú egyes pontjain mit mond az interjúalany, továbbá, hogy a többi interjú során milyen magyarázatokkal találkozunk. Az a téma válik kibontakozó témává, amely legalább az interjúalanyok felénél megjelent. Itt már nem az interjúalany kifejezéseit, hanem a kutatóét használjuk, valamint Smith és munkatársai (2009) javaslata alapján ezeket az átirat bal oldali margójára írjuk. Ilyenkor a kutatónak lehetősége van pszichológiai konstruktumok beemelésére az értelmezési folyamatra (pl.: „szelf” – amelyet az interjúalany feltételezhetően nem használt).

Az elemzés következő lépésében a kibontakozó témák között kapcsolatot (például kronológiai kapcsolatot) keresünk és olyan főlérendelt témákat, ami alá több téma is tartozhat. A kibontakozó témákhoz idézetet rendelünk az interjúátiratokból, miközben az egyes interjúk között a témák, témacsoportok mintázatait igyekszünk feltárni. A kibontakozó témák további interpretációjával kapott témákat főtémáknak (master themes) nevezzük. Az elemzés során tehát a kutató azt értelmezi, ahogyan az interjúalany értelmezte a tapasztalatát, ez a kétszintű értelmezés a „duplaértelmezés” folyamata, ahol a második, a kutató által tudatosan és szisztematikusan végezett értelmező munka tekinthető az IPA reflektív fenomenológiai attitűdjének, szemben az interjúalanyok prereflektív, Husserl kifejezésével élve „természetes beállítottságával” (Smith – Flowers – Larkin, 2009).

**Az interjúelemzés menete az IPA alapján
(Kassai – Pintér – Rácz, 2016 p. 307)**

Jegyzetek	Interjú idézet	Kibontakozó témák
Pozitív élmények	<i>Eleinte az volt, hogy feldobódtam, éreztem magamról, hogy jó kedvem volt, el tudtam akármiről beszélni, a vége fele, amikor már így beszívtam, csak így voltam, csendben voltam, nem ezt a feldobott érzést kaptam, hanem, minthogyha, mihez hasonlítsam?</i>	Az élményszerveződés változása
Negatív élmények	<i>Minthogyha nagyon elfáradtál volna így valamiben, de még annál is rosszabb, így ülsz, be vagy fáradva, punnyadva, és szinte mintha, nem is tudnál magadról, annyira kívánja a szervezeted, hogy mégis szívod, de tudod, hogy nem jó, de annál inkább kéreti magát. Meg ez a szer nagyon olyan, hogy elég, egy-két hét, és már függő vagy tőle, vagy pár nap is talán elég, hogy folyamatosan használsz, függő leszel tőle. Volt olyan, hogy 4 grammot megvettem, és nem volt elég 20 percig.</i>	A szer irányítása
Függőség élménye: „kívánja a szervezeted” „nem is tudnál magadról” a szer „kéreti magát”		A függőség élménye
A függőség gyors kialakulása		

Forrás: Kassai – Pintér – Rácz (2016, p. 307.)

A 2. táblázatban a szintetikus kannabinoid használókkal készült kutatásunk egyik interjúalanyától származó idézetet keresztül mutatjuk be az IPA-elemzés menetét: a jegyzetelést és a kibontakozó témák kialakítását. Ebben az idézetben jól kirajzolódik a szerhasználat közben megjelenő élmények változása, pozitívból negatívba, megjelenik az élmények újszerűsége, amelyeket nehéz szavakba önteni („mihez hasonlítsam?”), a szer megszemélyesítése („kéreti magát”) a függőség gyors kialakulása („pár nap is talán elég”), és a szer „irányítása” („nem is tudnál magadról... mégis szívod”) (Kassai – Pintér – Rácz, 2016).

Eredmények

Az IPA-kutatás eredményeinek bemutatása során az fő témákat és a kibontakozó témákat egy táblázatban felsoroljuk, majd egyenként bemutatjuk (Pietkiewicz – Smith, 2014). A témák bemutatása során minden témához interjúidézeteket rendelünk (Smith, 2011 javaslata szerint legalább a vizsgálatban részt vevő interjúalanyok felétől), amelyeket a kutató értelmező magyarázata követ. Az eredmények bemutatása során törekedni kell arra, hogy az olvasónak világosan láthatóvá váljon az elemzés során felfedezett tapasztalatok értelmezése, ahol a kutató és az interjúalany perspektívája is egyaránt megjelenik (Pietkiewicz – Smith, 2014).

A hanghallókkal folytatott IPA-vizsgálatunk célja annak feltárása volt, hogyan értelmezik a résztvevők a hanghallásból származó tapasztalatukat, és milyen szerepe van ebben a hanghallók önsegítő csoportjának (valamint a csoportban alkalmazott „Hanghalló Módszernek”), amelynek minden interjúalany a tagja volt (ld.: Kassai – Kiss – Pintér – Rácz, 2016). Az in-

terjúkban megjelenő fő témákat és kibontakozó témákat a 3. táblázat tartalmazza. Jelen tanulmányban a „Hang és az „én” relációs viszonya” című fő témát mutatjuk be.

**Fő témák és kibontakozó témák a hanghallókkal
folytatott IPA-kutatásból**

Fő téma	Kibontakozó téma
1. A hang szerepe	
2. A hang és az „én” relációs viszonya	1. Aszimmetrikus – szimmetrikus viszony 2. A hang pozíciója
3. Az önsegítő csoport szerepe	
4. A „hanghalló módszer” szerepe	

Forrás: saját szerkesztés

Fő téma: a hang és az én relációs viszonya

Abban a folyamatban, amelyben a hanghallók megtanulják kezelni a hangokat, és együtt élni velük, változik a hangok szerepe is számukra. Hasonlóképpen a hang és az én kapcsolata is változik, amelynek vég-eredményeként egy párhuzamos, békés együttélés jön létre a hanggal.

Több beszámolóban láthatjuk a hangok személyként említését. Például; „ez a hang olyan személy, akivel összebarátkozhatunk” (Iván), „és én a hangot, mit segítőt használom” (Veronika), hang azt mondta, hogy ő az Ildikó, és azért van, hogy segítsen (Veronika), „ezeken a hangokon keresztül valami más személy irányítása alá kerül” (Edit). Ez a perszonalizáció lehetőséget ad

arra, hogy a hang és az én viszonyát interperszonális kapcsolatként elemezzük. Ennek az összetett, változó kapcsolatnak két dimenzióját fedezhetjük fel, jelen tanulmány során a hang és a hanghalló közti szimmetrikus és aszimmetrikus viszonyt mutatjuk be.

Aszimmetrikus – szimmetrikus viszony

Néhány interjúalany esetében, különösen a hanghallás kialakulásakor, kezdetekor olyan egyirányú kapcsolat-ról számolnak be a hang és a hanghalló között, amelynek a hanghalló passzív elszennvedője. Ebben az aszimmetrikus kapcsolatban a hang egyrészt „irányító”, „kritizáló”, ennek következménye a több interjúalany-nál is megjelenő kiszolgáltatottság érzés.

„Akkor olyan tünet volt, hogy nem hanghallás, hanem akkor még ilyen gondolat, tehát ilyen, voltak ilyen, félig ilyen mintha idegen gondolatok lettek volna ... Én ezeknek a gondolatoknak meg akartam felelni, ugye ezek kritizáltak, meg, ilyenek, és ő, és én akkor azoknak próbáltam mindig megfelelni, hogy ne legyenek hangok. Akkor én mindig megcsináltam mindent, ész nélkül. És ő akkor végül is ez így végigkísért ez engem, valahol frusztrált is. A hangok, a jelenések, meg hogy akkor hülyét csinált a hang ez emberből teljesen, hogy hülyét csinált belőlem. Meg, hogy mennyire ki voltam szolgáltatva, meg, hogy tényleg, hogy hogy viselkedtem, meg ilyenek.” (Aszter)

Másrészről aszimmetrikus kapcsolat jellemzi a hang és az én viszonyát, amikor a hang segítő szerepet tölt be, például a hang hatására indul el a felépülés, amely jól látható Veronika beszámolójában:

„A hang azt mondta, hogy ő az Ildikó, és azért van, hogy segítsen, és ennek egy drasztikus módját fogja választani, és egészen addig kommunikál, amíg úgy fogja érezni, hogy én segítségre szorulok. És a kommunikáció az valóban segítségnyújtás volt, ... mert nagyon ösztönzött. Nem mertem kimenni, erre a hang beszélt, hogy apránként, kis lépésekben menjek emberek közé... A hang ösztönzött, hogy kezdjek el valamilyen megoldást találni, kezdjek el munkát keresni, rábeszélte, hogy keressék munkát, neki láttam.... Érdekes, én azt gondolom, hogy az első lépéseket a hangnak köszönhetően tettem meg, ő rángatott ki az ágyból, ő vett rá, hogy takarítsak ki, adjam el a lakást, ő indított el a fekvő, és semerre nem haladó állapotból egy valamilyen szinten funkcionáló állapotba.”

(Veronika)

Amikor a hanghalló több esetben tárgyal, egyezkedik a hanggal, vagy ha a hang hatására változtat, és arra a hang válaszol, akkor a hang és az én szimmetri-

kus kapcsolatáról beszélhetünk. Ilyenkor a kommunikáció a hanggal megtöri a hang kontrollját az én felett, ez a belső beszélgetés lesz adaptív a felépülés során, mint ahogy Aszternél láthatjuk.

– **Aszter:** „nem sokszor, de jó párszor előjön naponta, ezek a dolgok, úgymond a hang valamit, vagy valami, akkor úgy teszek egy megjegyzést, vagy megkérdem, hogy miért mondod. Vagy, sokszor van olyan is, amit így már gyakoroltunk módszerben, hogy mond valami becsmérlőt a hang, hogy de béna vagy, és akkor mondom neki, hogy én béna vagyok, aki mit tudom én, 6 évig külföldön dolgozott? Tehát ilyen, sokszor van. Tehát ez kicsit ilyen természetessé vált ez nálam.

– **Interjúkészítő:** Tehát ez egy ilyen belső dialógus-sá vált?

– **Aszter:** Aha”.

Ez a kétirányú kapcsolat azért valósulhat meg, mert a hanghalló elfogadja a hangok létezését, és a kapcsolatot a hanggal. Az aszimmetrikus kapcsolat esetében több hanghallónak szorongást okoz a hang. Amikor azonban a kapcsolat szimmetrikussá válik, elkezdene rá mint egy kontrollálható jelenségre, egyenrangú félre vagy például „barátként” gondolni.

„Több funkciója is van ennek a hangnak, de az egyik funkciója az olyan, mint hogyha egy barát lenne. Tehát hogyha összebarátkozol vele, egy idő után majd jóba leszel, mint egy baráttal”

(Iván)

Ahogy az idézetekből is látszik, a legtöbb interjúalany esetében változik a kapcsolat az én és a hang között. Ezt az önsegítő csoportban használt „Hanghalló módszer” alkalmazása teszi lehetővé, amely arra biztatja a hanghallót, hogy kezdeményezzen beszélgetést a hangokkal. Ez a relációs viszony tehát a módszer használatával változik, és több esetben az egyirányú kapcsolat szimmetrikussá válik, más esetben azonban – mint Veronikánál láthattuk – az aszimmetrikus kapcsolat válik adaptívvá a hangok feletti kontroll tekintetében, ami már azonban szintén a hangok elfogadásán alapul. A módszer eszközeinek használatával megváltozó kapcsolat, a hangok jelentésének felderítése megjelenik Edit beszámolójában:

„Először eldöntendő kérdésekkel és választási lehetőségek felkínálásával segíthetjük a párbeszéd előre haladását. A hangok hírnökök a belső, lelki életünkből. Ki lehet, és ki is kell deríteni az értelmüket azért, hogy az érzelmeink felett is uralkodni tudjunk.”

(Edit)

A szimmetrikus kapcsolat kialakításának az a szerepe, hogy a hanghalló visszavegye az irányítást a hangoktól, többé ne legyen kiszolgáltatva azoknak.

... Tehát ne a betegség irányítson, hanem a beteg irányítsa a betegségét, vagy mindegy minek nevezzem... (Margit)

„És így képből voltam azzal, hogy innentől kezdve nem tud megcsavarni a hanghallásom. Szóval, hogy nem tudok belekerülni egy ugyanolyan játszmába, mint régebben, hogy most ide menjél, oda menjél, ezt csináljad, azt csináljad, ilyesmi, minthogyha irányítottak volna.”

(Csabi)

A hang és az én viszonyában, tehát jól látszik az egyirányú és kétirányú kapcsolat közötti különbség, illetve az, hogy mindkét viszonyulási forma megjelenik abban a folyamatban, amelyben a hanghalló a hangokkal, majd a hangok elfogadásáért küzd (Kassai – Kiss – Pintér – Rácz, 2016, p. 61–64.).

Validitás és reliabilitás kérdése

Az IPA-kutatás validitásával kapcsolatban Smith és munkatársai (2009) Yardley (2000) ajánlását a kvalitatív kutatás validitásának biztosítására veszik alapul. Az első szempont az IPA-kutatás kontextusérzékenysége (homogén mintaválasztással és a szakirodalmi háttér széles körű ismeretével biztosítható). A második szempont az elkötelezettség (a kutató személyes elkötelezettsége) és szigor. Harmadik szempont a transzparencia és koherencia (ami a kutatás folyamatának átlátható leírásával biztosítható). A negyedik szempont a kutatás hatása és fontossága (amelyre a kutató javaslatot tehet, ennek eldöntése azonban az olvasó feladata). Smith (2011) további javaslatokat fogalmaz meg a fenti szempontok mellett, amelyek kifejezetten az IPA-kutatás validitásának biztosításához járulnak hozzá. Olyan szempontokat emel ki, mint a kutatás jól körülhatárolt fókusz, megfelelő adatok gyűjtése (félleg strukturált interjú és az interjúkészítő megfelelő képességei), az eredménybemutatás szigorúsága (az interjúidézetek reprezentálják a résztvevők perspektíváját és azok előfordulását az interjúban), biztosítson elégséges helyet a témák kidolgozására, az eredmények bemutatása legyen értelmező ne csak leíró, ábrázolja az adatok konvergens és divergens részeit, megfelelő nyelvezettel és narratívákkal mutassa be az eredményeket.

Az IPA-kutatás megbízhatóságának kérdésével Rodham, Fox és Doran (2015) foglalkoznak, akik javaslata szerint az IPA-elemzésbe több olyan kutató is bevonható, aki ismeri az IPA módszertanát és a kutatás kérdését, menetét. Továbbá az interjúkról készült

hangfelvételek meghallgatása minden bevont kutató számára szükséges, mert az interjúalanyok által használt verbális eszközök segítséget jelentenek tapasztalatának mélyebb megértésében. A szerzők kutatásának tapasztalata alapján az IPA-elemzés megbízhatóságát növelheti, ha a kutatók egyszerre elemzik az interjúkat, a főtémák és témák megalkotását megvitatják, majd azokról konszenzusra jutnak.

Összegzés

Összefoglalva az IPA módszertana jól alkalmazható olyan feltáró jellegű kutatásokban, amelyek tárgya folyamatot jelöl, illetve olyan jelenségek részletes vizsgálatában, ahol fontos az egyén megélése, jelentésköltése, mint például a piackutatás esetében (pl.: Fett – Bruns – Lischka – Wittmann, 2009; Wilson – Yun – Hong, 2014). Ezt teszi lehetővé az interdiszciplináris megközelítés (filozófiai fogalmakat és az antropológiából ismert megfigyelést alkalmazva), azonban a módszer kivitelezhető akkor is, ha a kutató a filozófiai háttér mélyebb ismeretével nem rendelkezik. Az IPA részletgazdagságával, az olvasó értelmező munkáját előtérbe helyező és az empátiát lehetővé tevő idiográfiával gazdagítja a kvalitatív kutatások tárházát. Saját kutatásaink tapasztalata alapján a módszertan alkalmazását az empátiás azonosulás lehetősége könnyítette meg, azonban a kutatói határok megtartását az önreflexió mellett több kutató elemző szempontjainak megjelenése segítette..

A módszer korlátjait képezi, hogy a kisszámú, speciálisan kiválasztott minta miatt az eredmények nem általánosíthatók, valamint az elemzés folyamata nagymértékben épít a kutató elemző munkájára, amelynek nincsenek objektív kritériumai (Rácz – Kassai – Pintér, 2016).

Felhasznált irodalom

- Charmaz, K. (2006): Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis. London, UK: Sage Publications Limited
- Charmaz, K. (2013): Lehorgonyozott elmélet. in: P. Bodor (szerk.): Szavak, képek, jelentés. Kvalitatív kutatási olvasókönyv. Budapest: L'Harmattan, p. 61–94.
- Charmaz, K. – Henwood, K. (2008): Grounded Theory. in: C. Willing – W. Stainton-Rogers (szerk.): The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology. London: SAGE
- Clarke, A. E. (2003): Situational Analyses: Grounded Theory Mapping After the Postmodern Turn. Symbolic Interaction, 26(4), p. 553–576. <https://doi.org/10.1525/si.2003.26.4.553>

- Corbin, J. – Strauss, A. (2015): A kvalitatív kutatás alapjai: A Grounded Theory elemzési módszer technikája és eljárásai. Budapest: L'Harmattan
- Eatough, V. – Smith, J. A. (2008): Interpretative phenomenological analysis. in: C. Willig – W. Stainton-Rogers (szerk.): The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology. London: SAGE, p. 179-194.
- Fett, R. – Bruns, K. – Lischka-Wittmann, S. (2009): Results of a Qualitative Market Research Study Evaluating the Quality of Medical Letters. *Drug Information Journal*, 43(6), p. 697–703. <https://doi.org/10.1177/009286150904300607>
- Gadamer, H. G. (1960): Igazság és módszer. Egy filozófiai hermeneutika vázlata. Budapest: Osiris
- Gelencsér, K. (2003): Grounded Theory. *Szociológiai Szemle*, 43(1), p. 17–30.
- Kassai, S. – Kiss, M. – Pintér, J. N. – Rácz, J. (2016): A hanghallás élménye és az önszorgító csoport szerepe: interpretatív fenomenológiai analízisen alapuló kutatás. *Psychiatria Hungarica*, 31(1), p. 52–70.
- Kassai, S. – Pintér, J. N. – Rácz, J. (2016): A szintetikus kannabinoid használat élménye: interpretatív fenomenológiai analízisen alapuló kutatás. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 17(4), p. 297–322.
- Kassai, S. – Pintér, J. N. – Rácz, J. (2015): Addiktológiai területen dolgozó tapasztalati szakértők: interpretatív fenomenológiai analízisen alapuló kutatás. *Psychiatria Hungarica*, 30(4), p. 372–388.
- Larkin, M. – Watts, S. – Clifton, E. (2006): Giving voice and making sense in interpretative phenomenological analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), p. 102–120. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp062oa>
- Mitev, A. Z. (2012): Grounded theory, a kvalitatív kutatás klasszikus mérőköve. *Vezetéstudomány*, 43(1), p. 17–30.
- Pietkiewicz, I. – Smith, J. A. (2014): A practical guide to using Interpretative Phenomenological Analysis in qualitative research psychology. *Czasopismo Psychologiczne Psychological Journal*, 20(1), p. 7–14. <https://doi.org/10.14691/CPJ.20.1.7>
- Pintér, J. N. – Kassai, S. – Rácz, J. (2016): Szintetikus kannabinoid termék használók identitás szerveződésének vizsgálata interpretatív fenomenológiai analízissel. *Psychiatria Hungarica*, 31(4), p. 313–326.
- Rácz, J. – Kassai, S. – Pintér, J. N. (2016): Az interpretatív fenomenológiai analízis (IPA) mint kvalitatív pszichológiai eszköz bemutatása. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 71(2), p. 313–336.
- Rácz, J. – Kassai, S. – Pintér, J. N. – Benedeczki, P. – Dobó-Nagy, Z. – Horváth, Z. – Gyarmathy, V. A. (2015): The therapeutic journeys of recovering helpers – an interpretative phenomenological analysis. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13(6), p. 751–757.
- Rodham, K. – Fox, F. – Doran, D. (2015): Exploring analytical trustworthiness and the process of reaching consensus in Interpretative Phenomenological Analysis: Lost in Transcription. *International Journal of Social Research Methodology*, 18(1), p. 59–71.
- Smith, J. A. (1996): Beyond the divide between cognition and discourse: Using interpretative phenomenological analysis in health psychology. *Psychology & Health*, 11(2), p. 261–271. <https://doi.org/10.1080/08870449608400256>
- Smith, J. A. (2011): Evaluating the contribution of interpretative phenomenological analysis. *Health Psychology Review*, 5(1), p. 9–27. <https://doi.org/10.1080/17437199.2010.510659>
- Smith, J. A. – Flowers, P. – Larkin, M. (2009): Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research. London: Sage
- Smith, J. A. – Osborn, M. (2007): Interpretative phenomenological analysis. in: J. A. Smith (szerk.): Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods. London: Sage, p. 53–80.
- Ullman, T. – Olay, C. (2011): A kontinentális filozófia a XX. században. Budapest: L'Harmattan
- Willig, C. – Stainton-Rogers, W. (eds.) (2013): The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology. London: SAGE
- Wilson, T. – Yun, C. T. – Hong, T. T. (2014): Hermeneutic Practices: Mall and Media Visiting as Understanding-In-Use. *Journal Pengajian Media Malaysia*, 16(2), p. 35–43.
- Yardley, L. (2000): Dilemmas in qualitative health research. *Psychology and Health*, 15, p. 215–228.

VICSEK Lilla

ONLINE FÓKUSZCSOPORTOK ALKALMAZÁSA – LEHETŐSÉGEK, KORLÁTOK ÉS TANÁCSOK A HATÉKONYSÁG NÖVELESÉRE

Az utóbbi évtizedekben a fókuszcsoportos módszernek számos, különböző online változata jelent meg. Ide tartoznak a szövegalapú csoportok, ahol a résztvevők begépelik válaszaikat, a videós fókuszcsoportok, ahol látják és hallják is egymást, valamint a 3D virtuális, grafikus környezetben zajló fókuszcsoportok. A cikkben a szerző először a különböző online fókuszcsoport-típusokat mutatja be, majd a szövegalapú online fókuszcsoportokat középpontba állítva ezek előnyeit és hátrányait elemzi az offline csoportokhoz, valamint a többi internetes csoporttípushoz képest. Amellett érvel, hogy a szöveges kommunikációt tartalmazó csoportoknak számos praktikus előnyük van; és még manapság amikor videós fókuszcsoportokra is sor kerülhet, érdemes alkalmazni őket. Ugyanakkor nagyon oda kell figyelni arra, hogy hogyan történik az ilyen virtuális fókuszcsoport kivitelezése, mert nem megfelelő kialakítás esetén a kapott eredmények túl szegényesek lehetnek. A cikk tárgyal számos olyan opciót, amelyeket alkalmazva egy-egy gépelt csoport hatékonysága növelhető. Ezeken felül kitér arra is, hogy a teljesebb kép kialakítása érdekében hasznosnak bizonyulhat egy kutatás során mind szinkron, mind aszinkron begépelős fókuszcsoportokat alkalmazni. A szövegesen is zajló csoportokat érdemes lehet gazdagítani fotó- és videófeltöltési lehetőségekkel is. Megfontolandó az is, hogy az online kvalitatív kutatási lehetőségek még jobban kiaknázhatók, ha kihasználják a közösségi oldalakat is az adatgyűjtéshez és a lebonyolításhoz, valamint, ha az online fókuszcsoportokat kombinálják egyéb online kutatási módszerekkel – akár egy netnográfiai projekt keretein belül.¹

Kulcsszavak: online fókuszcsoportok, szövegalapú fókuszcsoport, online kvalitatív kutatás

A fókuszcsoportok alapesetben olyan csoportos interjúkat/beszélgetéseket jelentettek, amelyek egy kutatási téma köré fókuszáltak és egy moderátor vezetésével zajlottak. Amikor a módszernek megjelentek az online változatai, amelyekben számítógépen keresztül kommunikálnak a csoporttagok, akkor voltak olyan várakozások, hogy esetleg majd hangsúlyos szerepük lesz a kvalitatív kutatások között. Ehhez képest Graffigna és Bosio egy 2006-os írásukban amellett érveltek, hogy az online fókuszcsoport módszere a tudományos közösségben kevésbé használatos a kvalitatív egészségügyi kutatások kivételével. Ha a tudományos írásokat gyűjtő Google Scholar segítségével keresünk online fókuszcsoport-módszert alkalmazó kutatást, látható, hogy ez a helyzet azóta sem változott lényegesen². Alap kutatási célra tehát nem lett népszerű eszköz az online fókuszcsoport, és vannak arra utaló jelek, hogy a piackutatási reményeket sem váltotta be.³

A nagy sávszélességi igénye, a webkamera szükségessége korlátozó tényezők a videós fókuszcsoportok terjedésében. Bár folyamatosan fejlődnek a videós

csetelési lehetőségek, nő a megfelelő sávszélességgel, webkamerával rendelkezők aránya és így a videós fókuszcsoportok tartásának lehetőségei is javulnak, még a fejlett országokban is a lakosság jelentős szegmensei nem elérhetők ezzel a módszerrel (Link – Dinsmore, 2014).

Az online begépelős fókuszcsoportokkal jelenleg ennél szélesebb társadalmi rétegeket lehet elérni, ráadásul egyszerűbb, gyorsabb és olcsóbb a lebonyolítása (pl. nincs szükség az átirat legépelésére, hiszen rögtön rendelkezésre áll stb.). Az anonimitás hatásait is kiaknázhatjuk, amennyiben nem azonosítják be magukat egymás számára a résztvevők. A fenti előnyös tulajdonságok ellenére mégsem tudott divatossá válni a szövegalapú fókuszcsoport. Úgy gondolom, ennek a begépeléses verzióknak az egyik fontos terjedési korlátját az adatgazdagsági problémák jelentik. A Piac-kutatás blog körkérdésére válaszolva 2010-ben több magyar piackutató szintén említi az adatgazdagság problémáját, mint az egyik ok, ami hozzájárulhatott ahhoz, hogy nem használják a jelenleginél szélesebb

körben a módszert (Forecast Research, 2010b). Ugyanakkor több hazai és külföldi szakértővel egyetértve úgy vélem, hogy megfelelő célra történő használat során és jó kivitelezéssel ezek a csoportok is sok hasznos inputot adhatnak (Graffigna – Bosio, 2006; Underhill – Olmsted, 2003). Bizonyos szervezési és kivitelezési megoldások segíthetik a szövegalapú csoportok eredményességét és javíthatják az adatgazdagságot.

A cikkben amellet érvelek, hogy továbbra is érdemes megfontolni a szövegalapú fókuszcsoporthoz alkalmazását annak ellenére is, hogy napjainkban az online videós beszélgetés lehetősége is egyre könnyebben elérhetővé válik. Elsőként részletesen tárgyalom a különböző online fókuszcsoporthoz-típusokat. Ezt követően a szövegalapú fókuszcsoporthoz helyezem a középpontba: ezek előnyeinek és hátrányainak bemutatását követően a cikkben azt vizsgálom, hogyan lehet javítani az így kapott adatok minőségét, valamint gyakorlati tanácsokat fogalmazok meg kutatók számára a módszer nyújtotta lehetőségek kiaknázásához. Érvelésemben a vonatkozó irodalom áttekintésén túl, saját kutatói tapasztalataimra is építek, valamint felhasználom különféle alkalmazott és alapkutatásokban részt vevő fókuszcsoporthoz szakemberekkel folytatott beszélgetéseimet is.

Online fókuszcsoporthoz-változatok

A *kommunikációs mód* alapján többféle online fókuszcsoporthoz-típust különböztethetünk meg. Ezek közé tartoznak a szövegalapú csoportok, ahol begépelik válaszaikat a résztvevők, és a videós fókuszcsoporthoz, ahol látják és hallják is egymást (Link – Dinsmore, 2014). Léteznek különféle kombinált verziók is: például előfordul olyan megoldás, ahol amellet, hogy alapvetően begépelik válaszaikat a résztvevők, fotókat és videókat is feltölthetnek. Ritkán, de találkozhatunk 3D virtuális, grafikus környezetben zajló fókuszcsoporthozokkal is. Ezek lehetővé teszik, hogy a résztvevőket grafikus reprezentációk – avatarok – személyesítsék meg. A résztvevők személyre szabhatják az avataruk kinézetét egy listából, amely rengeteg lehetőséget tartalmaz. A résztvevők navigálhatják és mozgathatják is az avatarjaikat a virtuális környezetben belül. A kutatók megszabhatják a helyszínt, választhatnak egy olyan vizuális megjelenítést, amely szerintük a kutatási témához, csoportösszetételhez megfelelő lehet. Például a Secondlife⁴ fejlesztői a fókuszcsoporthoz tartása számára létrehozta egy virtuális épületet, amelynek termei hasonlítanak a tradicionális fókuszcsoporthoz környezetéhez (Tatar, 2008). Talán elsőre furcsának tűnhet ez a fókuszcsoporthoz-szervezési opció, ugyanakkor egy pusztán audiocsoporthoz képest több előnye is van. Egyes platformok olyanok, hogy megkülönböztethető, hogy éppen ki be-

szél (az avatar szája akkor mozog), metakommunikációs jeleket is tudnak adni az avatarok (pl. fejrázás, ha valamivel nem értenek egyet stb.). Stewart és Williams (2005) szerint további előny, hogy van egy helyszín, amihez kapcsolódhatnak a résztvevők, még ha virtuális is – így jobban részt vehetnek a beszélgetésben. Ez a fajta csoportos beszélgetés vizuálisan is leköti a résztvevőket és így kevésbé valószínű, hogy esetleg mást kezdenek nézni a számítógépen, mintha csak hang alapján kommunikálnának, de nem lenne semmilyen vizuális megjelenítés. Találhatunk több példát is a fókuszcsoporthoz szakirodalmak között, amikor ilyen fókuszcsoporthozokat alkalmaztak. Például Hetzel (2014) kortársbántalmazásban érintett fiatalokkal készített fókuszcsoporthozot, itt jól jött számára, hogy a módszer lehetővé teszi az anonimitást a résztvevők között. Készült kutatás a virtuális közösségekben történő bűnözés és ennek szabályozása kapcsán is. Utóbbi vizsgálat során nem hanggal, hanem gépeléssel kommunikáltak a résztvevők, amellet, hogy vizuálisan kifejezhettek reakciókat avatarjaik segítségével (Williams, 2007).

Az online csoportok különbözhetnek *időbeliségben* is. Szinkron fókuszcsoporthoz esetén a résztvevők egyidejűleg vannak jelen a csoportban, míg aszinkron csoportok esetében ez nem feltétlenül van így (Burton – Goldsmith, 2002; Rezabek, 2000). A szinkron szövegalapú fókuszcsoporthoz az online csevegés (chat) egy speciális formája. Az különbözteti meg a mindennapi online csevegéstől, hogy a beszélgetést ebben az esetben egy moderátor vezeti kutatási céllal. Az aszinkron szöveges fókuszcsoporthoz formátuma egy online üzenőfalhoz vagy fórumhoz hasonlít, jellemzően hosszabb ideig tart, a résztvevők pedig nincsenek egyidejűleg jelen (Cook – Jack – Siden – Thabane – Browne, 2014; Taylor – MacDonald, 2002; Walston – Lissitz, 2000). A hétköznapi fórumtól ebben az esetben is az különbözteti meg a csoportot, hogy a beszélgetést moderátor vezeti kutatási céllal, és a beszélgetés hosszúságát is ő szabja meg. Egy aszinkron csoport tarthat néhány napig vagy hétig, egyes esetekben akár hosszabb ideig is.

A hozzászólások különbözőek lehetnek a két gépelt formátum esetében: Graffigna és Bosio (2006) úgy találták, hogy az aszinkron csoportok résztvevői átgondoltabb, racionálisabb érveket sorakoztattak fel, a hozzászólások hosszabbak voltak, és kevesebb volt az interakció, mint a szinkron fókuszcsoporthoz esetében. Csevegő helyzetben jellemzőbbek voltak a spontán válaszok és az érzelmi reakciók. A kutatók szerint ez egyfajta közös ötleteléshez (brainstorming) hasonlítható, ahol számos gondolat felmerül, ám nincs tér ezek kibontására. Ebben a helyzetben a beszélgetés nem feltétlenül folyik lineáris mederben: ha a moderátor új kérdést tesz fel, a válaszolók még mindig reagálhatnak a korábbi témákra is. Szinkron és aszinkron fókusz-

csoportos kutatások konkrét példáit részletesen tárgyalom fókuszcsoporthoz tartozó szakkönyvemben (Vicsek, 2006).

Egyes kutatók megkérdőjelezzik, hogy az aszinkron szövegalapú társalgások csoporthelyzetnek tekinthetők-e egyáltalán, hiszen lényegesen eltérő dinamika és a közvetlenség hiánya jellemzi őket (Fox – Morris – Rumsey, 2007).

A csak videót alkalmazó fókuszcsoporthoz tartozó csoportok mindig szinkron csoportok, vannak viszont olyan kombinált típusok, ahol videókat is alkalmaznak és szövegeket is, és aszinkron módon kerül rájuk sor. Ekkor a szövegek begépelése mellett a résztvevők akár videót is feltölthetnek. Egyik módja ennek, amikor pl. a Youtube-ra töltönek fel videókat, és a többiek kommentelhetik ezeket a videók alatt.

A fókuszcsoporthoz tartozó csoportok eltérhetnek a biztosított *anonimitás* szerint is, illetve, hogy mennyi információt tudnak egymásról a résztvevők. Az online beszélgetések egyes változataiban a résztvevők nem láthatják egymást, az anonimitás szintje ilyenkor azon múlik, hogy milyen információk állnak rendelkezésre a többi résztvevőről: tudja-e, hogy kik vesznek részt a csoportban, ismerik-e a többiek korát, nemét stb.? Az anonimitás a kutatók felé is fennállhat: változhat, hogy pontosan tudja-e, melyik felhasználónév, melyik résztvevőt takarja, vagy csak a résztvevők körét ismerik, de azt nem, hogy melyik hozzászólás kitől származik?

További különbség, hogy *milyen eszközökről kapcsolódhatnak be a résztvevők* a csoportba: pl. számítógép, tablet vagy mobiltelefon.

A csoportos beszélgetések a szerint is megkülönböztethetők, hogy *milyen platformon* zajlanak: ingyen hozzáférhető felületen – pl. chatszobában (Schneider et al., 2002), GoogleHangouts-on, Skype-on stb. –, vagy olyan speciális szoftver felhasználásával, amelyet kifejezetten online fókuszcsoporthoz lebonyolítására fejlesztettek ki (Franklin – Lowry, 2001), esetleg fizetős videókonferencia-oldalon.

A kifejezetten fókuszcsoporthoz tartozó csoportok vezetésére tervezett professzionális platformok az ingyenesen hozzáférhető lehetőségekhez képest extra szolgáltatásokat is nyújtanak. Többek között: megjelenítik a résztvevők információit (társadalmi, demográfiai adatok), megkönnyítik a moderátor és a megbízó közötti kapcsolattartást, az utóbbi ugyanis menet közben kérheti további kérdések beemelését a csoportos beszélgetésbe. Ezen felül a moderátor máshogy jelenik meg, mint a résztvevők a videó verziójánál, a szöveges verziójánál egyértelműen megkülönböztethető, hogy mit írt a moderátor, és mit az egyes résztvevők (pl. különböző betűszínnel). Professzionális platformok esetében könnyen használhatók a társalgást inspiráló anyagok, vetítési módszerek, speciális technikák. Az ingyenes csevegőfelületek mindazonáltal kifejezetten hasznosak lehetnek, ha a

kutató nem megrendelésre dolgozik, hanem saját non-profit vizsgálatot folytat. (Ebben az esetben is megoldható, hogy a moderátor hozzászólásai egyértelműen megkülönböztethetők legyenek a csoporttagokétól. Ha a használt program nem teszi lehetővé a különböző betűszíneket, a moderátornak érdemes lehet például csupa nagybetűvel írnia.)

Egy újabb fejlemény az online fókuszcsoporthoz tartozó alkalmazásában a virtuális csoportok létrehozásával *közösségi (social network) oldalakon zajló vizsgálatok*. Lijadi és Schalkwyk (2015) kutatásukban például online Facebook-fókuszcsoporthoz tartozó csoportokat alkalmaztak. Vizsgálatuk során olyan fiatalokkal akartak fókuszcsoporthoz tartozó csoportokat készíteni, akik több országban is éltek gyerekkorukban. A kutatók olyan nyílt Facebook-csoportokba írtak, amelyek tagjai több kultúrában élő személyek voltak, és onnan egyszerűen tudtak toborozni kutatási alanyokat saját vizsgálatukhoz, ahol is zárt Facebook-csoportok keretében kérdezték le őket.

A szövegalapú csoportok előnyei

Az online szövegalapú fókuszcsoporthoz számos gyakorlati előnnyel és erősséggel rendelkezik.

Gyors, így időt takarítunk meg vele. Különösen abban az esetben gyors, amikor a kutató szinkron adatgyűjtési módszert használ. Kvalitatív kutatás esetén gyakran fontos, hogy írásban is rögzítsük az interjú vagy csoportos beszélgetésen elhangzottakat. A szövegalapú fókuszcsoporthoz tartozó csoport esetén az azonnal létrejövő átirat meggyorsítja a kutatás folyamatát (Franklin – Lowry, 2001; Walston – Lissitz, 2000). Ha a kutatási célnak az egyéni interjú és az online fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés egyaránt megfelel, gyorsabb és egyszerűbb, ha hat hasonló tulajdonságokkal bíró alannal szervezünk csoportos beszélgetést, mint ha külön-külön interjúznánk ugyanazzal a hat személlyel. Szintén időt takarít meg, hogy a kutatónak nem szükséges utaznia, mint offline esetben.

A szövegalapú fókuszcsoporthoz emellett *költségkímélő* is. Olcsóbb, mint a személyes jelenlétet igénylő vagy az online videó fókuszcsoporthoz, mivel a szoba bérlete, az üdítő vagy harapnivaló biztosítása, a begépelés, a videó rögzítése, valamint az odautazás nem igényel külön forrást. Ez a módszer különösen költségkímélő akkor, ha a kutató nem speciálisan fókuszcsoporthoz tartására kifejlesztett fizetős szoftvert alkalmaz. Egyes szerzők szerint azonban még az erre kifejlesztett fizetős alkalmazás használatakor is olcsóbb az online szöveges fókuszcsoporthoz, mint a személyes jelenlétet igénylő módszer (Newby – Soutar – Watson, 2003). A csoport résztvevői sokszor anyagi kompenzáció fejében vállalkoznak a részvételre. Online csoportos társalgásba azonban akár az otthonukból is bekapcsolódhatnak, és mivel a

részvétel így kisebb erőfeszítést igényel, egyes szerzők szerint alacsonyabb összeg fejében is bevonhatók (Maulana, 2002), illetve könnyebben elérhető, hogy pénzbeli ösztönző nélkül is részt vegyenek a csoportban. Magam is számos, teljesen ingyenes társadalomtudományos célzatú fókuszcsoporthoz vezettem le sikeresen: ingyenesen hozzáférhető csevegőprogramot használtunk, a résztvevők pedig nem igényelték a pénzbeli motivációt (egyéb okokból is érdekelték voltak a részvételben, például érdekelte őket a kutatási téma).

A szövegalapú fókuszcsoporthoz segítségével megvan a lehetőség, hogy a kutató úgy gyűjtsön információt, hogy a résztvevők *anonim*ek maradnak. Egyes résztvevők *nyíltabban írhatnak* bizonyos témákról akkor, ha a többi résztvevő nem ismeri a kilétüket, így *könnyebben vállalhatják a részvételt*, mint ha felismerhetők lennének a többi résztvevő számára. Szintén könnyebben vonhatók be olyan alanyok, akik a megjelenésükkel kapcsolatos problémák – például krónikus bőrbetegség – miatt szívesebben maradnak láthatatlanok (Fox et al., 2007). Az arctalanság bizonyos esetekben elősegítheti, hogy a résztvevők érzékeny témákkal kapcsolatban is bátrabban megnyilvánuljanak (Graffigna – Bosio, 2006). A fókuszcsoporthoz módszert alkalmazó kutatók egy része azzal érvel, hogy anonim online szövegalapú csoport esetén *kevésbé érvényesül a csoportnyomás*, illetve alacsonyabb a konformitás szintje, mint a személyes jelenlétet igénylő beszélgetések esetén, így a vélemények és gondolatok szélesebb köre kerül terütekre, illetve a résztvevők bátrabban vállalják kisebb-ségben lévő véleményüket is (Ho – McLeod, 2008; Síklaki, 2006; Taylor – MacDonald, 2002). Empirikus adatok támasztják alá azt az érvelést is, amely szerint a résztvevők *inkább felvállalják a társadalmilag elítélt viselkedést* az anonim szövegalapú csoportban, miközben a társadalmi elvárások nagyobb szerepet játszanak a szemtől szembeni beszélgetésekben, így az anonim online módszer a kutatónak való megfelelni akarást is csökkentheti (Graffigna – Bosio, 2006; Walston – Lissitz, 2000). Az anonimitás mellett az is erősíti a többségi véleményről eltérő válaszok adását, hogy a résztvevők időnként egyszerre gépelik be hozzászólásaikat. Ilyenkor csak azután látják a másik csoporttag választ, amikor már elküldték a saját hozzászólásukat (Newby – Soutar – Watson, 2003), így a párhuzamosan megírt eltérő vélemény nem befolyásolja a hozzászólást. Síklaki úgy érvel: „A csoport résztvevői a saját környezetükben, a saját képernyőjük és billentyűzetük előtt sokkal nagyobb mértékben képesek megőrizni egyéni szuverenitásukat” (Index, 2006).

Arra is utalnak jelek, hogy a személyes jelenlét alapuló csoportokhoz képest az online szövegalapú csoportokban *kevésbé jellemző, hogy néhány asszertívabb hangadó dominálja a vitát* (Franklin – Lowry,

2001; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider et al., 2002; Taylor – MacDonald, 2002; Walston – Lissitz, 2000). Ez részben az egymásról szerzett vizuális információ hiányának is köszönhető. A karizmatikus, magasabb státusú résztvevők dominanciája ugyanis bizonyos esetekben a megjelenésüknek köszönhető: annak, ahogy kinéznek és öltözködnek, a beszédstílusuknak, hangvételüknek és a nonverbális kommunikációjuknak (Walston – Lissitz, 2000). A dominanciánál szintén fontos tényező, hogy bár egyes résztvevők kifejezetten sokat írnak, ez nem akadályozza meg a többiek abban, hogy párhuzamosan kommunikáljanak, hiszen egyidejűleg begépelhetik a saját hozzászólásaikat. A domináns hozzászóló tehát technikai szempontból sem gátolja a többiek részvételét.

A csoporttagoknak nem kell megjeleneniük egy adott helyszínen, ehelyett *kényelmesen*, a saját otthonukban is be tudnak kapcsolódni (Bodoky, 2007). Ez fontos lehet azoknak, akik számára a közlekedés problémát jelent – például bizonyos átmeneti vagy akár tartós egészségügyi problémával élőknek (Cook et al., 2014; Turney – Pocknee, 2005), vagy szülői kíséretet igénylő fiataloknak, gyerekeknek (Nicholas et al., 2010).

Online fókuszcsoporthoz szervezésével összeköthetők különböző városokban, régiókban, vagy akár más-más országban élő résztvevők, így *földrajzilag szétszórta csoporttagok* is bevonhatók.

Ahogy egyre többen használják az internetet, egyre több ember érhető el online, így a tagok bevonását és a *szervezést egyszerűsítheti, ha interneten toborzunk, és online tartjuk meg a csoportot*.

Ha *online jelenséget vizsgálunk, különösen alkalmas lehet ez az eszköz, mivel a mérési módszer hasonlít a kutatási terület természetes közegére* (Gaiser, 1997). Az ilyen csoportok egyes szerzők szerint különösen alkalmasak online weboldallal kapcsolatos vélemények tesztelésére, mivel a csoport tagjai a beszélgetés alatt meg tudják nyitni a kérdéses oldalakat (Herendy, 2009; Maulana, 2002; Schneider et al., 2002).

A szövegalapú csoport megszervezése ezen felül *kevesebb technikai tudást* igényel a felhasználóktól, mint az online videós csoportok. Az utóbbihoz szükséges *technikai feltételek* számos társadalomban még mindig kihívást jelentenek a potenciális résztvevők egy része számára, mivel a populáció egy része egyszerűen nem rendelkezik jó minőségű webkamerás bekapcsolódást lehetővé tévő gyors internetkapcsolattal (Link – Dinsmore, 2014).

Az aszinkron csoportok esetében sokszor hasznos az a *rugalmasság*, hogy a résztvevők akár egy napos csúszással is reagálhatnak egy-egy kérdésre (Turney – Pocknee, 2005).

Egy *félénkebb résztvevő számára komoly könnyebbé tehető a részvétel*, ha személyes részvétel helyett

szövegalapú fókuszcsoportha kapcsolódhat be. Egy online szövegalapú csoportot vezető diákom arról számolt be, hogy szemtől szembeni csoport moderálására valószínűleg nem mert volna vállalkozni, hiszen ő maga is túlságosan félénk, a szövegalapú társalgási helyzet azonban nem feszélyezte.

Egyes esetekben pedig az is hasznos lehet, ha egy-nél több moderátor vezeti a beszélgetést, akik támogatják egymás munkáját, és akár ugyanabban a helyiségben is tartózkodhatnak a csoport időtartama alatt (Walston – Lissitz, 2000). Ez könnyen megvalósítható szövegalapú fókuszcsoporthoz.

Lehetséges problémák

Előfordulhat, hogy az online szövegalapú fókuszcsoporthoz *kevésbé gazdag és mély elemzést* tesz lehetővé, mint a személyes találkozás vagy az online videós csoportbeszélgetés. Ezt a problémát a fókuszcsoporthoz módszertanáról szóló irodalom is tárgyalja (Abrams et al., 2015; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider et al., 2002). Saját tapasztalataim szerint is a módszer legnagyobb kihívása az adatgazdagság biztosítása.

A szövegalapú fókuszcsoporthoz a személyes jelenlét alapuló módszerrel összehasonlítható empirikus elemzések arra a következtetésre jutottak, hogy a szövegalapú módszer esetén a kapott információk kevésbé mélyek, és nehezebb a kommunikáció követése (Abrams – Wang – Song – Galindo-Gonzalez, 2015; Franklin – Lowry, 2001; Grady, 2000; Newby – Soutar – Watson, 2003; Schneider – Kerwin – Frechtling – Vivari, 2002).

Empirikus adatok szerint az online videós fókuszcsoporthoz szervezésével nagyobb adatgazdagság érhető el, mint a szövegalapú csoporttal. Abrahams és munkatársai (2015) közelmúltbeli kutatásukban például úgy találták, hogy az online webkamerás fókuszcsoporthoz adatgazdagság terén közel áll a személyes találkozáson alapuló csoporthoz, míg az azonos ideig tartó szövegalapú csoport gyengébben teljesített (az adatgazdagságot több különböző mutató mentén értékelték, mint például a rögzített szavak száma, vagy a kutatók szubjektív megítélése).

Számos tényező veszélyeztetheti a szinkron online csoport során gyűjtött adatok gazdagságát és mélységét. A válaszok gyakran rövidebbek, a kijelölt témát a résztvevők kevésbé részletesen vitatják meg, és számos résztvevő kisebb részletességgel indokolja meg a véleményét (Franklin – Lowry, 2001; Grady, 2000; Schneider et al., 2002). A moderátor számára nehezebb spontán módon rákérdezni egy írott hozzászólásra – ami pedig elmélyíthetné a társalgást. Az adatminőséget veszélyeztethetik a párhuzamosan futó gondolatmenetek („threading”): előfordulhat, hogy egyes résztvevők

még egy korábbi kérdésre reagálnak, míg mások már egy újabbat válaszolnak meg, és ilyenkor nem feltétlenül egyértelmű, hogy egy válaszoló csoporttag melyik hozzászólással ért egyet stb. A nemlineáris társalgás nehezebben követhető, és megnehezíti az egyes témákban való nagyobb elmélyülést is, emiatt a leírt hozzászólások egy része nehezen értelmezhető lesz a csoporttagok és az elemző számára is. Gaiser (1997) meglátása szerint az online szövegalapú csoportoknál azért is nagyobb a felszínes társalgás esélye, mert a résztvevők már hozzászoktak az online csevegés felszínesebb és játékosabb jellegéhez, ezért nehézséget okozhat nekik, hogy ettől eltérő módon kommunikáljanak a csevegőfelületen szervezett fókuszcsoporthoz.

Mivel az emberek lassabban gépelnek, mint beszélnek, azonos ideig tartó szövegalapú és személyes fókuszcsoporthoz beszélgetés esetén a szövegalapú csoport kevesebb információt nyújt a kutatási témához. Schneider és szerzőtársai (2002) úgy találták, a szövegalapú szinkron csoportjaik során kevesebb szó „hangzott el” percenként, mint a személyes találkozások során. Nicholas és munkatársai (2010) krónikus beteg gyermekekkel kapcsolatos kutatásukban arra jutottak, hogy a személyes jelenlét alapuló fókuszcsoporthoz nagyobb számú kódolható elemzési szempontot tudnak gyűjteni, mint az egy hétig tartó aszinkron online fókuszcsoporthoz segítségével. A személyes találkozások során ugyanis részletesebben kifejtett válaszokat kaptak, ami gazdagabb és mélyebb adatgyűjtést tett lehetővé, mint az aszinkron társalgás. Az aszinkron csoportokra jellemző kevesebb interakció (Graffigna – Bosio, 2006) és a résztvevők által adott kevesebb illusztratív eset és példa (Nicholas et al., 2010) csökkentheti az aszinkron csoport során gyűjtött adatok gazdagságát a személyes találkozáson alapuló fókuszcsoporthoz beszélgetéshez képest.

A kutatók szerint tehát az online kommunikáció mind a szinkron, mind az aszinkron csoportok esetében kevésbé gazdag adathalmazt eredményez, mint a szemtől szembeni csoportos beszélgetés (Schneider et al., 2002). „A médium gazdagsága azt jelenti, hogy az adott kommunikációs médium milyen mértékben bátorítja az azonnali interakciót és visszajelzést, és hogy lehetővé teszi a résztvevők számára, hogy többféle jelzéken keresztül, többféle érzékszervüket felhasználva kommunikáljanak” (Schneider et al., 2002, p. 33.). A szövegalapú társalgás során nem érzékelhetők a metakommunikációs jelzések, mint például a testmozdulatok. Greenbaum (1997) vélekedése szerint ez súlyos probléma: a kutató kiemeli a nonverbális kommunikáció fontosságát a hagyományos fókuszcsoporthoz hasonlóan mind a moderátor, mind pedig az elemző számára. A testtartás, arckifejezés stb. utalhat arra, hogy egy résztvevő miért nem szól hozzá az adott témához: le-

het, hogy félénk, de az is előfordulhat, hogy nem ért egyet a csoport többségének véleményével.

Az adatgazdagság és a kommunikációs médium gazdagsága mellett *egy sor további tényezőt* is figyelembe kell vennünk a szövegalapú fókuszcsoporthoz szükséges hátulütőit vizsgálva. Ezek közé tartozik például, hogy csak olyan résztvevőket tudunk bevonni, akik rendelkeznek internetkapcsolattal, és képesek használni a csoport során alkalmazott csevegőfelületet, hogy a lassabban gépelő résztvevők hátrányban vannak a többiekhez képest, és kevesebbet tudnak hozzászólni (Franklin – Lowry, 2001; Walston – Lissitz, 2000), nem tudjuk, hogy a résztvevők aktívan figyelnek-e a csoportos interakcióra, vagy közben más dolgokkal is foglalkoznak (Grady, 2000; Greenbaum, 2000), a társalgás ideje alatt technikai problémák merülhetnek fel. Nehézséget jelenthet az is, hogy nem tudjuk pontosan, kik a résztvevők – lehetnek köztük olyanok is, akik nem azok, akiknek mondják magukat, vagy nem rendelkeznek azokkal a tulajdonságokkal, amelyek alapján a csoportot össze kívánjuk állítani (Oringderff, 2004). A résztvevők összetűzésbe keveredhetnek. Felmerül az adatbiztonság kérdése abban az esetben, ha például illetéktelen személy hozzáfér a felvétel során rögzített anyaghoz, és képes lehet olyan személyeket azonosítani, akik anonimak kívántak maradni (Gaiser, 1997). Aszinkron csoportok esetében előfordulhat, hogy egyes résztvevők egy idő után kiszállnak a társalgásból (különösen, ha az hosszabb ideig tart), vagy egyes időszakokban elfoglaltabbak, ezért kevésbé aktívak (Rezabek, 2000), másoknak pedig nehézséget jelenthet, hogy nem tudnak “arcot kötni a nevekhez” (Nicholas et al., 2010).

Hogyan hidaljuk át a nehézségeket, hogyan érjünk el jobb eredményt?

Amint a fenti részekben rámutattam, a szövegalapú csoportoknak számos hátulütője lehet. A legfőbb hiányosságok közé tartoznak az adatgazdagsággal és adatkímével kapcsolatos potenciális problémák. Cikkemben amellet fogok érvelni, hogy léteznek módszerek az adatgazdagság és adatkímének növelésére szövegalapú fókuszcsoporthoz esetében. Az is tény, hogy bizonyos csoportösszetételknél potenciálisan kevésbé jelentkezik az adatgazdagság probléma – például szakértői csoport esetében. Továbbá, egyes kutatási célok szempontjából a kevésbé mély adatgyűjtés nem annyira problematikus (például ha csupán annyi a cél, hogy egy témában vélemények vagy gondolatok minél szélesebb körét gyűjtsük össze). Véleményem szerint tehát a szövegalapú fókuszcsoporthoz még annak ellenére is hasznos eszközt jelentenek, ha az audiovizuális online csoportok megszervezése egyre könnyebben megoldhatóvá válik. Figyelnünk kell azonban

arra, hogy mi is a kitűzött kutatási cél, és hogyan szervezzük meg, illetve bonyolítjuk le a fókuszcsoporthoz interakcióit.

Az online begépelős fókuszcsoporthoz egyes említett problémáin az alábbi módokon lehet segíteni:

Hosszabb válaszok elérése: számos megoldás alkalmazható a hosszabb válaszok és nagyobb adatgazdagság elérésére. A fókuszcsoporthoz elején a kutató megkérheti a résztvevőket, hogy hosszabb válaszokat adjanak a csoport során, majd a későbbiekben belekérdezhet a hozzászólásokba további részletek iránt érdeklődve. Akár mintaválaszt is adhat az első kérdésre, hogy ezzel szemléltesse a kívánatos hosszúságot. Szinkron csoport esetében a moderátor hangsúlyozhatja a különbséget az online csevegés és az online fókuszcsoporthoz között. Fontos, hogy a szervezők előzetesen teszteljék a csoportos beszélgetéshez használt felületet, és ellenőrizzék, hogy az nem nehezíti-e meg a hosszabb hozzászólásokat (egyes csevegőfelületek csak adott hosszúságú szöveget engednek meg, vagy nehezebb végigírni egy hosszabb szöveget, ha a gépelő közben nem látja a szöveg elejét stb.). Ha nehézkes hosszabb hozzászólásokat írni a kiválasztott felületre, érdemes másik csevegőalkalmazást keresni, vagy elgondolkodni a felmerülő probléma megoldásán. (Elegendő lehet akár az is, ha a résztvevőt megkérjük, hogy a megengedett karakterszám felhasználása után „...” jellel zárja a még be nem fejezett hozzászólását, majd újabb „...” jelzéssel kezdje meg a következő hozzászólást. Ekkor azonban a két üzenet közt eltelt idő miatt előfordulhat, hogy más résztvevők hozzászólásai bekerülnek az egyes szövegrészek közé.) Szintén fontos, hogy ne kerüljön túl sok résztvevő egy szinkron csoportba, egyfelől ugyanis így nehezkessé válhat a beszélgetés követése (Hughes – Lang, 2004), másrészt a csoport tagjai úgy érezhetik, hogy ki vannak zárva a társalgásból, ha túlságosan hosszú hozzászólásokat írnak. Tapasztalataim szerint többnyire az válik be legjobban, ha egy csoportban legfőljebb hat résztvevő van. A kérdésvázlatban szereplő kérdéseknek emellett megfelelően nyitottnak is kell lenniük. Ha a csoporttagok személyesen jelen vannak, előfordulhat, hogy kevésbé nyitott kérdések is segítenek elmélyíteni a beszélgetést, mert a résztvevők további részleteket adnak hozzá a válaszaikhoz. Tapasztalatom szerint azonban az online szövegalapú beszélgetés során ez sokszor rövid válaszokat eredményez.

A válaszok hosszúsága szinkron csoportok esetében nagyobb problémának tűnik, mint aszinkron helyzetekben (Burton – Goldsmith, 2002; Graffigna – Bosio, 2006). Ha tehát célunk hosszabb válaszadásra bátorítani a résztvevőket, az aszinkron társalgás szervezése is jó megoldás lehet. Ekkor is érdemes azonban megemlíteni a résztvevőknek, hogy bátran adhatnak hosszabb leírásokat is.

A résztvevők hozzászólásaira reagáló kérdések számának növelése: szinkron csoportok esetében hasznos, ha a csoport vezetője a központi kérdéseket előre begépezi, amiket aztán csak be kell másolnia az online beszélgetésbe, így ezekkel nem szükséges a csoport ideje alatt időt töltenie, és több ideje marad spontán módon reagálni a beszélgetés során felmerülő hozzászólásokra. Szintén jó megoldás, ha egyszerre két moderátor irányítja a beszélgetést, egyértelmű szerepmegosztással (Walston – Lissitz, 2000). Egyikük a társalgást irányító kérdéseket teszi fel, a másik pedig figyelemmel követi a beszélgetést, reagál a hozzászólásokra, és irányítja a csoport dinamikáját – megfigyeli például, hogy melyik résztvevő hallgat hosszabb ideje, és hozzászólásra bátorítja stb. Ha csupán egy moderátor vezet a csoportot, nem biztos, hogy elegendő ideje lesz egyszerre irányítani a beszélgetést és visszakérdezni a beérkezett hozzászólásokra.

A gondolatmenetek irányítása: a párhuzamosan futó gondolatmenetek (threading) nehezíthetik a kommunikációt. Érdemes lehet olyan csevegőfelületet választani, ami jelzi, ha valaki éppen hozzászólást gépel be, a moderátor így jobban átlátja, hogy mikor érdemes új témát felvetni, vagy megvárni, amíg a résztvevők befejezik az adott téma megvitatását. Szintén hasznos lehet, ha a moderátor felkéri a résztvevőket, jelezzék egyértelműen, hogy melyik korábbi hozzászólásra reagálnak (amennyiben az ténylegesen egy korábbi hozzászólásra adott reakció). Megkönnyíti az egyértelmű jelölést, ha a hozzászólások számozva vannak.

A metakommunikáció hiányának áthidalása: a résztvevőket érdemes megkérni arra, hogy használjanak emotikonokat, illetve központoszással vagy egyéb módon jelöljék a hozzászólásuk hangvételét. Sokan már egyébként is tisztában vannak ennek módszereivel (Terrel, 2011), de gyorsan zajló interakció esetén nem feltétlenül szakítanak időt az ilyen jelzések használatára, hacsak nem kérjük meg őket erre kifejezetten. A résztvevők életkora és más tényezők is befolyásolhatják, hogy mennyire lesz jellemző ez a fajta jelzésrendszer külön kérés nélkül.

Személyes információ megosztása: bizonyos esetekben, még ha meg is akarjuk őrizni a csoporttagok anonimitását, hasznos lehet, ha a beszélgetés elején megosztunk a csoporttal kapcsolatban néhány alapvető információt – ha például szexuális zaklatással kapcsolatos adatokat gyűjtünk, és megoszthatjuk a csoporttal, hogy valamennyi résztvevő fiatal nő. Egyes megfigyelések szerint ugyanis ebben az esetben a résztvevők könnyebben megnyílnak bizonyos témákkal kapcsolatban, mintha semmiféle információjuk nem lenne a csoport összetételéről (Taylor – McDonald, 2002).

Arcot kötni a nevekhez: ha a kutatási cél szempontjából nem szükséges megőrizni a csoporttagok

anonimitását, érdemes lehet megkérni a tagokat, hogy írjanak rövid bemutatkozást, és küldjenek magukról képet is a többi résztvevőnek. A résztvevők így jobban kötődnek a csoporthoz, ami a tagok kiesésének aszinkron csoportok esetén jellemző nagyobb kockázatát is mérsékli.

A gépelés beszédhez viszonyított lassúságának problémája: el kell döntenünk, hogy mi a fontosabb a kutatás szempontjából: kevesebb téma mélyebb megvitatása, vagy témák minél szélesebb körének felvetése. Ha nagyobb adatmélységre törekszünk, szinkron online csoport esetében érdemes kevesebb kérdést megfogalmazni, mint személyesen jelen lévő csoport esetében tennénk, mivel a résztvevők lassabban gépelnek, mint ahogy beszélni tudnak. Megtehetjük, hogy csak olyan csoporttagokat válogatunk össze, akik egy bizonyos sebességgel gépelnek, a nagyon lassan gépelőket pedig inkább kihagyjuk a csoportból (vagy ezeket a szereplőket inkább aszinkron fókuszcsoportba vonjuk be). A telefonon vagy tableten gépelő résztvevők válaszadása lassabb lehet, mint a számítógépről hozzászólóké. Érdemes arra biztatni a résztvevőket, hogy olyan eszközt válasszanak, ami viszonylag gyors gépelést enged meg.

Az interakciók számának növelése: személyes fókuszcsoportos beszélgetés során általában elegendő a csoport elején elmondani, hogy olyan beszélgetést szeretnénk kezdeményezni, amelyben a csoporttagok reagálnak egymás hozzászólásaira, és az interakciók száma többnyire külön bátorítás nélkül is megfelelő. A szövegalapú csoportokban azonban szükséges lehet ezt a szempontot a beszélgetés későbbi fázisaiban is megemlíteni. Előfordulhat, hogy felteszünk egy kérdést, amire a csoporttagok válaszolnak, miközben nem reagálnak egymás válaszára – különösen, ha szimultán gépelték be hozzászólásaikat. Ilyenkor érdemes lehet megkérni a résztvevőket, hogy gondolják végig a fel-tett kérdés egy-egy olyan aspektusát, amit valamelyik válaszoló vetett fel.

A téma minél teljesebb körű megvitatása: a szélesebb körű, részletekbe jobban belemerülő fókuszcsoportos beszélgetések eléréséhez jó stratégia lehet, ha egyazon kutatásban kombináljuk a szinkron és az aszinkron online fókuszcsoportos módszert (Graffigna – Bosio, 2006, p. 70.), és csoporttagok mindkét csoportban részt vesznek. A résztvevőket felkérhetjük például arra, hogy először szinkron beszélgetésben vegyenek részt, majd pedig a felmerült témákban aszinkron társalgás során jobban elmélyedhetnek, miközben itt visszatérhetünk olyan gondolatmenetekre is, amik hamar elhaltak, nem voltak teljesen világosak stb. Az aszinkron csoportot megkezdhetjük a szinkron fókuszcsoport indítása előtt is, majd folytathatjuk annak befejeztével is. Az aszinkron helyzet ebben az esetben hozzásegít

heti a csoporttagokat ahhoz, hogy megismerjék egymást és a kutatási problémát. Graffigna és Bosio (2006) ezt a megoldást alkalmazták egy érzékeny terület (HIV/AIDS) vizsgálatánál, és úgy találták, hogy „a két kommunikációs mechanizmus kombinációja lehetővé tette a két különböző helyzetben rejlő lehetőségek integrációját” (Graffigna – Bosio, 2006, p. 66.). A fórumtípusú beszélgetések hosszabb és megfontoltabb választást, elvontabb és racionálisabb gondolatmeneteket eredményeztek, míg a csevegő helyzetben nagyobb hangsúlyt kaptak a személyes tapasztalatok. Figyelemre méltó módon a szinkron és aszinkron fókuszcsoporthoz módszerek kombinálása esetén a szinkron beszélgetések „jobban szervezettebbek” és „kevésbé fragmentáltak” voltak, mint amikor a kutatók csak csevegés típusú kommunikációra hagyatkoztak anélkül, hogy a csoporttagok az aszinkron csoport segítségével előzetesen megismerkedhettek volna egymással és a témával. A kutatók tehát arra a következtetésre jutottak, hogy a két online módszer együttes alkalmazása különösen hasznos azokban az esetekben, „amikor egy jelenség széles körű és többdimenziós feltárása a cél” (Graffigna – Bosio, 2006, p. 70.). A kombinált módszer hátránya, hogy több időt és szervezést igényel. Olyan résztvevőket kell bevonni, akik az egyszerű beszélgetés mellett hajlandók az aszinkron részvételre is időt fordítani a kutatók által kijelölt időszakban. Emellett a kétféle kommunikációs módszer használata miatt az elemzés folyamata is összetettebb lesz.

Teljesebbé teheti kutatásunkat, ha videók és képek feltöltésére is kérjük a résztvevőket, akkor is, ha alapvetően/vagy részben szövegalapú a kutatásunk. Egy példa: egy piackutatás azt vizsgálta, az italfogyasztás hova illeszkedik aktív életstílus esetén. Aszinkron csoportjukban lehetőség volt szövegbeírásokra. Ezen kívül ide kérték még olyan fotók feltöltését is, amelyek az italok tárolási helyeit mutatják, valamint videókat italfogyasztási élményekről (Schmaltz, 2015). Ezek eredményeképpen nagyon sokféle információt kaptak a vizsgált jelenséghez kapcsolódóan. Nem kellett elmenniük az otthonokba, italfogyasztási helyszínekre, mégis beleláthatnak, hogy ott mik történnek.

Egyik típusa a videók és képek feltöltését is lehetővé tevő csoportoknak, a különféle közösségi oldalakon végzett fókuszcsoporthoz. Ezeknek több egyéb előnye is van azon felül, hogy teljesebbé tehetik az eredményekből kirajzolódó képet. Egyrészt itt ismerős felülettel találkozhatnak a résztvevők (ha egyazon felületen végezzük a kutatást, mint ahonnan toborozzuk őket), másrészt a csak szövegalapú chat felületeket már sokan elavultnak tartják, ezek a felületek jobban tükrözik a mostani tipikus interneten előforduló interakciókat. Ráadásul, ha nincs szükség a kutatáshoz anonimitásra,

itt akkor segítheti a kommunikációt, hogy arcot tudnak kapcsolni a nevekhez a résztvevők.

Megfontolandó az is, hogy jobban kiaknázhadjuk az online kvalitatív kutatások teljes potenciálját, ha több módszert alkalmazó kutatást végzünk, akár egy netnográfiai (Dörnyei – Mitev, 2010) kutatás keretében, amelyen belül az online fókuszcsoporthoz csak egyike a végzett kutatási tevékenységeknek, és emellett például az interneten eleve hozzáférhető különféle tartalmak (fórumok, blogok, Twitter bejegyzések, nyilvános Facebook-oldalak stb.) szövegelemzésére is sor kerül.

A csoporttagok kiesésének kockázata: a hosszabb ideig tartó aszinkron csoportokban nagyobb problémát jelent a résztvevők kiesésének kockázata. Meg kell tehát fontolni, hogy ne túl hosszú ideig tartson az aszinkron csoport. Esetenként érdemes lehet ellenőrizni, hogy van-e olyan résztvevő, aki már hosszabb ideje nem szólt hozzá a témához, e-mailben felkeresni, rákérdezni a hallgatás okára, és aktívabb részvételre bátorítani. Egy másik lehetséges stratégia eleve viszonylag sok résztvevővel indítani a csoportot, ilyenkor ugyanis a résztvevők száma akkor sem lesz túl kicsi, ha időközben több tag is elhagyja a csoportot.

A technikai problémák kezelése: mindenképp szükséges használat előtt tesztelni a fókuszcsoporthoz beszélgetésre használt felületet, hogy felmérhessük az esetlegesen jelentkező technikai problémákat. Érdemes több különböző időpontban tesztelni, ugyanis az ingyenesen használható csevegőfelületek az internet-használat csúcsidezakaiban (pl. péntek este) erősen túlterheltek lehetnek. Még előzetes tesztelés esetén is előfordulhatnak technikai problémák a csoport menete alatt, egy-egy résztvevő például átmenetileg kieshet a beszélgetésből (pl. gyenge internetkapcsolat miatt), így fel kell készülnünk arra is, hogy a menet közben jelentkező technikai hibákat kezeljük. Hasznos, ha a szinkron beszélgetés idején kapcsolatba tudnak a résztvevők lépni olyasvalakivel, aki szükség esetén számítástechnikai segítséget nyújt (ez akkor is jó, ha végül nem sikerül megoldani a problémát, ugyanis így nem a moderátornak kell ezzel időt töltenie, miközben a társalgásból kieső személy sem érzi úgy, hogy magára hagyják a problémájával).

Az adatbiztonság és anonimitás kérdése: a biztonsági problémák elkerülését segíti, ha jelszóval védett felületen folytatjuk a csoportos beszélgetést. A résztvevők anonimek maradnak, ha a csevegőszobába saját maguk által választott felhasználónéven jelentkeznek be.

Összességként elmondható, hogy óriási különbségek lehetnek a szövegalapú fókuszcsoporthoz esetében az adatgazdagságban és a minőségben: ezekből a szempontokból a módszer lényegesen hatékonyabbá tehető a cikkben megfogalmazott egyes eszközök alkalmazásával.

Jegyzetek

- ¹ A cikk az OTKA/NKI 108981 számú kutatása keretén belül készült. A szerző munkáját a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János Kutatási Ösztöndíjjal támogatja.
- ² A szerző szisztematikus Google Scholar keresése alapján (2016. február 15.). A legtöbb találat egészségügyi kutatás volt, viszonylag kevés kutatás fordult elő, amely ezen a területen kívülrre esett.
- ³ A Piackutatási blog 2010-ben külföldi és hazai piackutatók, fókuszcsoporthoz szakemberek álláspontját mutatta be a kérdéskörben „Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz” címmel (Forecast Research, 2010a, 2010b).
- ⁴ A Secondlife egy virtuális világ, a felhasználói kiválaszthatnak saját maguknak egy vizuális megjelenítést (avatart) és utána avatarjukon keresztül interakcióba léphetnek más avatarokkal (<http://secondlife.com/>).

Felhasznált irodalom

- Abrams, K. – Wang, Z. – Song, Y.J. – Galindo-Gonzalez, S. (2015): Data Richness Trade-Offs Between Face-to-Face, Online Audiovisual, and Online Text-Only Focus Groups. *Social Science Computer Review*, 33(1), 80-96. o. doi: 10.1177/0894439313519733
- Bodoky T. (2007): „Nincs tévém, nem olvasok papírujságot” Médiakutató 2007 nyár, http://www.mediakutato.hu/cikk/2007_02_nyar/06_nincs_tevem, Letöltve: 2015. november 13.
- Burton, L. – Goldsmith, D. (2002): The Medium is the Message: Using online focus groups to study online learning. A Presentation for the Association for Intuitional Research (2002. június 4.). Toronto, Ontario, Canada. <http://www.ctdlc.org/Evaluation/mediumpaper.pdf>, Letöltve: 2015. november 13.
- Cook, K. – Jack, S. – Siden, H. – Thabane, L. – Browne, G. (2014): Innovations in Research with Medically Fragile Populations: Using Bulletin Board Focus Groups. *The Qualitative Report*, 19(39), 1-12. o. <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss39/1>, Letöltve: 2015. november 13.
- Dörnyei K. – Mitev A. (2010): Netnográfia, avagy online karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány*. XLI. évf. 2010. 4. szám
- Franklin, K. K. – Lowry, C. (2001): Computer-mediated focus group sessions: naturalistic inquiry in a networked environment. *Qualitative Research*, 1(2), 169–184. o. doi: 10.1177/146879410100100204
- Forecast Research (2010a): Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz? (1. rész – külföldi szakértők). http://piackutatas.blog.hu/2010/01/04/miert_nem_valt_eddig_nepszeruve_az_online_fokuszcsoporthoz_1_resz_kulfoldi_szakertok, Letöltve: 2015. november 13.
- Forecast Research (2010b): Miért nem vált eddig népszerűvé az online fókuszcsoporthoz? (2. rész – hazai szakértők). http://piackutatas.blog.hu/2010/01/05/miert_nem_valt_eddig_nepszeruve_az_online_fokuszcsoporthoz_2_resz_hazai_szakertok, Letöltve: 2015. november 13.
- Fox, E. – Morris, M. – Rumsey, N. (2007): Doing Synchronous Online Focus Groups with Young People: Methodological Reflections. *Qualitative Health Research*, 17(4), 539-547. o. doi: 10.1177/1049732306298754
- Gaiser, T. J. (1997): Conducting On-Line Focus Groups. A Methodological Discussion. *Social Science Computer Review*, 15(2), 135–144. o.
- Grady, H.W. (2000): Virtual focus group: a methodological assessment. Paper presented at the Midwest Association for Public Opinion Research Annual Convention, Chicago. 2000 november.
- Graffigna, G. – Bosio, A.C. (2006): The Influence of Setting on Findings Produced in Qualitative Health Research: A Comparison between Face-to-Face and Online Discussion Groups about HIV/AIDS. *International Journal of Qualitative Methods*. 5(3), 55-76. o.
- Greenbaum, T. L. (1997): Internet Focus Groups: An Oxymoron. *Marketing News*, 35-36. o. 1997. március 3. <http://www.groupsplus.com/pages/oxymoron.htm>, Letöltve: 2015. november 13.
- Greenbaum, T. L. (2000): Focus Groups Vs. Online – Clients: Weigh benefits, liabilities of research types before buying. *Advertising Age*, február14.
- Heltzel, N. (2014): Cell Phone Cyberbullying's Impact on Victims' Attendance, Academics, and Social and Personal Life in School: A Phenomenological Qualitative Study. Doctoral Dissertations and Projects. Paper 893. <http://digitalcommons.liberty.edu/doctoral/893>, Letöltve: 2015. november 13.
- Herendy Cs. (2009): Weboldal-fejlesztés: innovatív és hagyományos módszerek II. Médiakutató 2009 tavasz http://www.mediakutato.hu/cikk/2009_01_tavasz/04_weboldal_fejlesztes, Letöltve: 2015. november 13.
- Ho, S. S. – McLeod, D. M. (2008): Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 35(2), 190-207. o. doi: 10.1177/0093650207313159
- Hughes, J. – Lang, K. L. (2004): Issues in Online Focus Groups: Lessons Learned from an Empirical Study of Peer-to-Peer Filesharing System Users. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(2), 95–110. o. <http://www.ejbrm.com/vol2/v2-i2/vol2-issue2-art5-hughes.pdf>, Letöltve: 2015. november 13.
- Index (2006): Titkos gondolatokra is fényt derít az online fókuszcsoporthoz, <http://index.hu/tudomany/onlinefok053/>, Letöltve: 2015. június 2.
- Lijadi, A. A. – G. J. van Schalkwyk (2015): Online Facebook Focus Group Research of Hard-to-Reach Participants. *International Journal of Qualitative Research*

- litative Methods, 14(5), 2015 december: 1–9. o. doi:10.1177/1609406915621383
- Link, A., – Dinsmore, S. (2014): Online Focus Groups: Selecting a Platform. 2014. december 7. http://www.academia.edu/2064385/Online_Focus_Groups_Selecting_a_Platform, Letöltve: 2015. november 13.
- Maulana, A. E. (2002): Consumer Misconceptions of FMCG's Brand-Sites: An Exploratory Study Using Virtual Focus Groups. ANZMAC 2002 Conference Proceedings. http://130.195.95.71:8081/WWW/ANZMAC2002/papers/pdfs/p345_maulana.pdf, Letöltve: 2015. november 13.
- Nicholas, D.B. – Lach L. – King, G. – Scott, M. – Boydell, K. – Sawatzky, B.J. – Resiman, J. – Schippel, E. – Young, N.L. (2010): Contrasting Internet and Face-to-Face Focus Groups for Children with Chronic Health Conditions: Outcomes and Participant Experiences. International Journal of Qualitative Methods, 9 (1), 106-121. o.
- Newby, R. – Soutar, G. – Watson, J. (2003): Comparing Traditional Focus Groups with a Group Support Systems (GSS) Approach for Use in SME Research. International Small Business Journal, 21(4), 421–433. o.
- Oringderff, J. (2004): “My Way”: Piloting an online focus group. International Journal of Qualitative Methods, 3(3), 69-75. o. <https://ejournals.library.ualberta.ca/index.php/IJQM/article/view/4466/3791>, Letöltve: 2015. november 13.
- Rezabek, R. (2000): Online focus groups: Electronic discussions for research. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 1(1), Article 18. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001185>, Letöltve: 2015. november 13.
- Schmaltz, J. (2015): Online focus groups – How do they work? Videó az interneten. <https://www.youtube.com/watch?v=9jh5hlfX28w>, Letöltve: 2015. november 3.
- Siklaci I. (2006): Az online kvalitatív közvélemény- és piackutatás módszertani kérdései. Jel-Kép, 2. sz., 59–73. o.
- Stewart, K. – Williams, M. (2005): Researching online populations: the use of online focus groups for social research. Qualitative Research, 5(4), 395-416. o. doi: 10.1177/1468794105056916
- Schneider, S. J. – Kerwin, J. – Frechtling, J. – Vivari, B. A. (2002): Characteristics of the Discussion in Online and Face-to-Face Focus Groups. Social Science Computer Review, 20(1), 31–42. o. doi: 10.1177/089443930202000104
- Underhill, C. – Olmsted, M. C. (2003): An Experimental Comparison of Computer Mediated and Face-to-Face Focus Groups. Social Science Computer Review, 21(4), 506-512. o.
- Tatar, J. (2008): Focus groups on Second Life. www.qrca.org/associations/6379/files/SecondLifeFINAL.doc, Letöltve: 2015. november 3.
- Taylor, J. – MacDonald, J. (2002): The Effects of Asynchronous Computer-Mediated Group Interaction on Group Processes. Social Science Computer Review, 20(3), 260–274. o.
- Terrell, S. R. (2011): Face-to-Face in Writing: My First Attempt at Conducting a Text-based Online Focus Group. The Qualitative Report, 16(1), 286-291. o. <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol16/iss1/19>, Letöltve: 2015. november 13.
- Turney, L. – Pocknee, C. (2005): Virtual focus groups: New frontiers in research. International Journal of Qualitative Methods, 4(2), http://ualberta.ca/~ijqm/backissues/4_2/pdf/turney.pdf, Letöltve: 2015. november 13.
- Vicsek L. (2006): Fókuszcsoport. Budapest: Osiris Kiadó
- Walston, J. T. – Lissitz, R. W. (2000): Computer-Mediated Focus Groups. Evaluation Review, 24(5), 457–483. o. doi: 10.1177/0193841X0002400502
- Williams, M. (2007): Policing and Cybersociety: The Maturation of Regulation within an Online Community, Policing and Society, 17(1), 59-82 o. doi: 10.1080/10439460601124858

GÁL Tímea – SOÓS Mihály – SZAKÁLY Zoltán

EGÉSZSÉGTUDATOS TÁPLÁLKOZÁSSAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI INSIGHT-OK FELTÁRÁSA NETNOGRÁFIÁVAL – ESETTANULMÁNY

Az elmúlt közel két évtizedben az internet gyors térhódítása egyre nagyobb hatással van a fogyasztói szokásokra. Ez a marketingkutatókat is arra ösztönzi, hogy olyan módszereket alkalmazzanak, amelyekkel minél közelebb tudnak kerülni a fogyasztókhoz, attitűdjeik megismeréséhez anélkül, hogy kiszakítanák őket a természetes közegükből. Ennek egyik eszköze a netnográfia.

A netnográfia olyan kvalitatív kutatási módszer, amely adaptálja az etnográfiai kutatási technikákat az online közösségek kultúrájának vizsgálatához (Kozinets, 2002). Habár maga a módszer már másfél évtizedes múltra tekint vissza, alkalmazása még mindig gyerekcipőben jár.

A szerzők cikkükben bemutatják, hogyan változott meg mára a netnográfiai kutatások iránya az internet dinamikus változásainak hatására. Emellett gyakorlati példán keresztül vizsgálják az online szereplők egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos attitűdjeit. A kutatás eredményeként sikerült azonosítani olyan speciális csoportokat, amelyek a klasszikus szegmentálási technikákon túl, új perspektívát nyújthatnak a területen dolgozó vállalatok számára. E csoportok, mint látens piaci igényt megfogalmazók is megjelenhetnek, segítve ezzel a vállalatok innovációs folyamatainak sikeres megvalósítását.

Kulcsszavak: netnográfia, egészségtudatosság, táplálkozás

Az etnográfiai kutatás során a kutató egy adott csoport szokásait, értékeit, hitét, mintáját vizsgálja meg. A klasszikus etnográfiai vizsgálatoknál a kutatónak hosszabb ideig részt kell vennie az adott csoport életében ahhoz, hogy alaposan megismerje és megértse az emberek gondolkodásmódját. Azonban azáltal, hogy a kutató részt vesz az adott csoport életében, akarva-akaratlanul be is avatkozik abba. Ennek az lehet a hátránya, hogy az emberek nem minden esetben úgy viselkednek, mint ahogy tudattalanul tennék azt, vagyis a kutató hatással van a megfigyelt személyek viselkedésére. Az etnográfiai kutatás módszerein alapszik a netnográfia, csak egy speciális környezetben. Míg korábban a kultúrákat földrajzilag körülhatárolt csoportok jelentették, ma már az emberek az interneten is közösségeket és kultúrákat alkotnak a számítógép-vezérelt kommunikációs technológiák által (Kulavuz-Onal – Vásquez, 2013). A netnográfia olyan online kvalitatív kutatási módszer, amely adaptálja az etnográfiai kutatási technikákat a digitális térben lévő közösségek kultúrájának vizsgálatához (Kozinets, 2002). Maga a netnográfia módszertana is folyamato-

san fejlődik az internet változásának hatására (Kozinets, 2012).

Mivel manapság egyre többen használnak online közösségi oldalakat (például: blogok, fórumok, hírcsoportok, képmegosztó közösségek), ezért az internet a kutatók számára egy nagyon fontos forrást jelent (Bowler, 2010). A fogyasztók megosztják a véleményüket az internetes felületeken (Iglesias, 2007), és a vásárlási döntéseik meghozatala előtt egyre többen az internetet használják elsődleges forrásként arra, hogy tájékozódjanak egy termékről vagy szolgáltatásról más emberek tapasztalatai alapján.

A netnográfiai kutatás során nyilvánosan elérhető online kommunikációs csatornákat használunk, azaz internetes felületeken (blogok, fórumok, közösségi oldalak csoportjai stb.) keresztül figyeljük meg a fogyasztókat. A kutatás célja az online fogyasztói csoportok gondolkodásmódjának és döntési mechanizmusainak megértése (Dörnyei, 2008).

A magas know-how tartalmú módszer legfontosabb előnye, hogy a fogyasztók a számukra legkényelmesebb környezetben, objektíven nyilatkoznak, és az

eljárás nem tolakodó. Más marketingkutatási módszerekkel összehasonlítva kevésbé költség- és időigényes, valamint akkor és ott elemezhető, amikor és ahol a kutatónak jó (Kozinets, 2006).

Hátránya lehet, hogy mivel csak az online közösségek megfigyelésére alkalmas, leszűkíti a kutatható témák és alanyok körét, illetve nehéz általános következtetéseket levonni az egész társadalomra vonatkozóan (Dörnyei, 2008). Az online térben kommunikálók jelennek meg, mint alapsokaság, nem a teljes lakosság, emellett a különböző csoportok szociodemográfiai összetétele is eltér természetesen a hazai lakosságtól, ezáltal nem lehet például Magyarországra vonatkozó reprezentatív eredményeket produkálni vele, de nem is ez a célja. Gyakran az internetes hozzászólók álnéven vannak jelen a kibertérben, így nem mindig tudjuk megvizsgálni az egyének demográfiai hátterét (Xun – Reynolds, 2010). Emellett az is fontos, hogy a gyakran hiányos információkat a kutató értelmezze, és így hatékonyan fel tudja használni.

A netnográfia számos területen alkalmazkodik a kutatók világszerte: Kozinets (2010) többek között kávéval kapcsolatos kutatásokat folytatott, Nelson és Otnes (2005) az esküvővel kapcsolatos üzenőfalakat vizsgálta meg, hazánkban pedig Dörnyei és Mitev (2010) bioélelmiszerekkel kapcsolatban végzett vizsgálatokat ezzel a módszerrel.

Anyag és módszer

A netnográfiai kutatás folyamata

A netnográfiai kutatás folyamatát az 1. ábra mutatja be.

1. ábra

A netnográfiai kutatás lépései



Forrás: Kozinets (2002) és Dörnyei – Mitev (2010) alapján saját szerkesztés

A kutatás első lépése az úgynevezett kulturális entrée. A kutatás megkezdésekor először megfogalmazunk egy kutatási kérdést, amire választ szeretnénk találni. A kutatási kérdéshez kapcsolódóan ez után megvizsgáljuk, hogy az interneten fellelhető online kommunikációs formák közül melyek azok, amelyek releváns információt tartalmazhatnak a kutatás szempontjából. Alapvetően hét online forrást különböztethetünk meg: azonnali üzenetküldők (pl.: Skype, MSN, chatszobák), e-mail listák, játékelületek chatelési lehe-

tőséggel (pl.: Honfoglaló), blogok, keresőmotorok (pl.: Google, Yahoo!, Bing stb.), közösségi oldalak (pl.: Facebook, Instagram, Twitter stb.) és a fórumok.

A kutatói részvétel szintje is befolyásolhatja, hogy melyik online kommunikációs formát használjuk. A megfigyelő szerep esetében a kutató jelen van az oldalon, de csak megfigyeli a beszélgetéseket, nem szól hozzá, nem kapcsolódik be aktívan a hozzászólásokba. A résztvevő-megfigyelő szerep esetében a kutató ön maga is aktívan részt vesz a közösségben, kérdéseket tesz fel, irányíthatja vagy akár provokálhatja is az online szereplőket. A harmadik típus az autonetnográfia, amikor a kutató saját magát figyeli meg egy adott témával kapcsolatban és saját tapasztalatait írja le blog, napló vagy bármilyen más formában (DeWalt – DeWalt, 2002).

A kutatás második lépése maga az adatgyűjtés és -elemzés. A források azonosítása után kiválasztjuk a releváns tartalmakat és feldolgozzuk azokat. Az elemzés során azonosíthatók az online közösségi szerepek is, így meghatározhatók azok a csoportok, amelyek igényei alapján akár kialakítható egy adott termék vagy szolgáltatás.

Az elemzés során nagyon fontos a hiteles interpretáció, vagyis a kutató hűen tudja visszaadni azt, amit az online szereplők gondolnak, anélkül, hogy azt nagymértékben torzítaná vagy félreértelmezné. A kvalitatív kutatásban a hitelesség fogalmát használjuk az érvényesség helyett (Lincoln – Guba, 1985).

A kutatás során gyakran felmerül az etikusság kérdése is (Xun – Reynolds, 2010). Fontos megjegyezni, hogy amennyiben szó szerinti idézésről van szó, abban az esetben ki kell kérni a tulajdonos engedélyét a felhasználásra, kivéve abban az esetben, ha az adott oldal általános szerződési feltételei másként nem rendelkeznek. Általában a legtöbb nyíltan hozzáférhető oldal feltételeiben az szerepel, hogy az oldalon található tartalmakat személyes használatra engedély nélkül fel lehet használni.

Egyes kutatók szerint a kutatási jelentés anyagát ismertetni kell azokkal a csoportokkal, amelyeket megfigyeltünk és az engedélyüket kell kérni ahhoz, hogy a következtetések és megállapítások helyesen vannak-e leírva és beleegyeznek-e abba, hogy az eredményeket közzétegyük (Kozinets (2002); Dörnyei – Mitev (2010); DeWalt – DeWalt, 2002).

A primer kutatás módszere

2016 márciusa és októbere között netnográfiai kutatást végeztünk az egészségtudatos táplálkozás témakörében. Jelen vizsgálataink alapjául Szakály 2011-ben végzett kutatásának eredményei szolgáltak, amely során fókuszcsoport-vizsgálatokkal mérte fel a hazai lakosság egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos attitűdjeit.

A kutatásunk három kérdéskörre fókuszált:

1. Hogyan alkalmazható a netnográfiai kutatás a magyar fogyasztói insight-ok feltárására az egészségtudatos táplálkozás témakörében?
2. Milyen attitűdökkel rendelkeznek a magyar online fogyasztók az egészségtudatos táplálkozás szempontjából általánosságban? (Az attitűd fogalma alatt ebben az esetben a fogyasztó termékkel vagy témával kapcsolatos általános, kedvező vagy kedvezőtlen értékelését, véleményét értjük (Ajzen – Fishbein, 1980).
3. Milyen online fogyasztói csoportok különíthetők el az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatban a feltárt attitűdök alapján?

Az online kommunikációs formák közül az elsődleges kutatás alapján hármat választottunk ki a kutatáshoz: a keresőmotorokat, a fórumokat és a Facebook-ot, mint közösségi oldalt. A közösségi oldalakra kiemelt hangsúlyt fektettünk, mivel manapság számos üzletfejlesztési lehetőség adódik a részletes elemzésükből (Quinton – Wilson, 2016; Wang et al., 2016). A kutatás során megfigyelőként vettünk részt a munkában.

A kutatást minden forrás esetében addig folytattuk, ameddig a bejegyzések, hozzászólások témái már ismétlődtek és nem volt több újdonságtartalmuk (elméleti telítődés elve) (Glaser – Strauss, 1967).

Jelen kutatásban olyan hozzászólásokat mutatunk be, amelyek nyíltan hozzáférhető oldalakról származnak, így nem volt szükség a hozzászólók beleegyezésére a megjelentetésükhöz.

A kutatás elsődleges kulcsszava az „egészségtudatos táplálkozás” volt, ez alapján kezdtük meg a keresést a különböző oldalakon. A kapott eredményeket a következő fejezetben mutatjuk be részletesen.

Az eredmények

Attitűdök feltárása netnográfiaival

Kulcsszó beírása a keresőbe

A kutatás során a Google keresőmotorját használtuk Google Chrome böngészőben. A böngésző típusának megemlítése azért szükséges, mert a különböző keresőmotorok és böngészők más-más szavak szerint optimalizáltak, így a keresés eredményei és a találati listák eltérhetnek. Az „egészségtudatos táplálkozás” kulcsszóra 39 ezer találatot kaptunk. Ez után keresni kezdtünk alternatív kulcsszavakkal is az alacsony találatsszám miatt, mint az „egészséges táplálkozás” és az „egészséges étkezés”. A keresések eredményeként megállapítottuk, hogy az „egészségtudatos táplálkozás” (39 ezer találat) helyett a köznyelv az „egészséges

étkezés” (481 ezer találat) és az „egészséges táplálkozás” (962 ezer találat) kifejezéseket használja.

A kulcsszavak meghatározása és pontosítása után kezdtük meg az oldalak elemzését. A kutatás során csak olyan oldalakat vizsgáltunk meg, amelyeknél voltak személyes hozzászólások egy cikkhez kapcsolódóan. Az első 40 találatot elemeztük, amelyekből négy oldal cikke volt olyan, amelyhez személyes hozzászólások is tartoztak. Ezek összefoglaló eredményei a következők:

- Olyan cikkekhez szólnak leginkább hozzá, amelyekkel egyáltalán nem értenek egyet és felháborodást keltenek.

„Sajnálom azokat, akik e szerint az útmutatás szerint kezdenek „egészségesen” étkezni. Még hogy vaj helyett margarint enni... Miért? Mert jó nagy transzsír és hidrogénezett zsír bomba, tele van omega 6-tal és nincs benne semmi természetes vagy tápláló? Együnk krumplit, kenyeret, sok gyümölcsöt, irány az elhízás!!! Felháborító, hogy minden tudományos háttértartalom nélkül, csak az unalomig ismételt kliséket tartalmazza a cikk.”

(L. G. 2013. április 27. 15:28)

- Általánosságban elmondható, hogy az egészségtudatos táplálkozást és életmódot a többség a diétával és a fogyókúrával azonosítja.
- Intenzíven vitatott téma a só használata. Gyakran előfordul, hogy ha elhivatottak a fogyasztók egy adott termék iránt (ami a só kérdésében a himalájai és a parajdi só esetében számos esetben előfordul), akkor önmaguktól reklámozzák. Ilyenkor önkéntes szakértőként nagyon határozottan kioktatják azokat, akik esetleg másképp gondolkodnak.

„A só, természetesen fontos az emberi test számára, és tévhit hogy a túlzott sófogyasztás egészségtelen. Ez csak izlés dolga. A káliummal szennyezett só, az igen, az egészségtelen. Nem véletlenül tesz bele, hiszen az csak jó a gyógyszerlobbinak, ha 40-50 év körül az emberek már rendszeresen szedik a vérnyomáscsökkentőt egy életen át. www.parajdiso.com”

(V. István, 2012. október 29. 15:20)

„A só számunkra egy egyszerű dolog, mégis létünkhez nélkülözhetetlen, hiszen nemcsak a szervezetnek van rá szüksége, hanem a Földnek is élettőlelem. Azonban tisztában vagyok azzal, hogy az emberi kéz sokáig elér, beszennyezi a tengereket, ahol legfőképp merjük a sót, ám mielőtt az asztalunkra kerülne, nagy hangsúlyt kell

fektetni a megtisztításra. A gyermekeim mindig jól megszózzák az ételeket, azonban tudom, hogy ez nem túl egészséges. Rátaláltam a Himalája sóra, amelyből kevesebb szórással olyan ízhatást kapunk, amelyet kívánunk, egészségesebbé teszi az ételeket, valamint számos pozitív hatást fejt ki a szervezetre. Én is utánaolvastam, és azóta is szívesen főzök vele. <http://himalajaso.hu/>”

(Á. Krisztina, 2012. augusztus 8. 10:53)

„Én is ezt használom, jó magas a nátriumtartalma és nagyon alacsony káliumtartalma, ezért jó ☺ az ételeket tők egészséges, ha bőven megszózzuk.”

(T. Tormás, 2013. április 26. 21:22).

- Nagyon gyakran felmerül a cukorhasználat is a hozzászólások között. Sokan azt gondolják egészségesnek, ha teljesen kiiktatják a cukrot, és helyette valamilyen mesterséges édesítőszerrel használják. Ezzel kapcsolatban még a gyermekek étkeztetése is felmerül, ugyanis sok szülő gondolja úgy, hogy a gyermeknek nincs szüksége cukorra vagy plusz édesítésre, így ameddig a gyermek kicsi és otthon van, nem kap semmiféle édességet vagy cukros ételt. Amikor azonban a gyermek bekerül a közösségbe (bölcsődébe, óvodába), már nincs befolyása arra, hogy mit eszik a gyerek napközben.

„Engem családon belül is ufónak néztek, hogy a 14 hónapos gyerek nem lehet csokit karácsonykor SEM. Hogy én készítem neki a joghurtot (natúrjoghurt + gyümölcs + nyírfacukor), hogy nem tudja, mi az a tejszelet, a gabonapehely és kitértem a hiteimből, amikor a bölcsis reggeli menü „forralt tej, csokis gabonagolyó” volt. (Tejet a gyerekorvos 3 éves korig nem javasolja ivásra.) Soha nem evett még bolti krémtúrót, Dörmi maci ízét a 3 éves, de sajnos mostanra eléggé válogatós lett... ☹ Pedig én inzulin-rezisztens vagyok, szigorú diétával, de a gyerekem nem nagyon akarja követni a példámot a salátazabálással vagy a teljes kiőrlésű cuccokkal. Viszont szerintem az egészséges életmód kifejezetten drágább, mint a „hagyományos”, ha csak azt nézem, hogy egy bolti joghurt és egy minőségi kézműves (pl. Cserpes) mennyibe kerül, akkor ott is jelentős különbségek vannak...”

(K. Virág, 2016. február 4. 20:53)

A tejtermékekkel kapcsolatban is nagyon heves viták alakulnak ki. A hozzászólók egy része úgy gondolja, hogy a felnőtt szervezetnek nincs szüksége tej-

re, míg mások ezt erősen cáfolják. A diétázóknak és a fogyni akaróknak néha az is aggodalmat okoz, hogy ehetnek-e sajtot, mivel annak magas a zsírtartalma.

„Hát már nem azért, de a tejes dolog tényleg baromság... az emberi szervezetnek egyáltalán NINCS szüksége tejre, sőt káros is... szóval ennyit erről.”

(V. Patrícia, 2013. augusztus 16. 20:09)

„Ez hülyeség, mert a tej az tényleg fontos a szervezetbe...még hozzá csonterősítő... És nagyon is egészséges!!”

(P. Fanni, 2013. november 20. 18:35)

A vaj és a margarin fogyasztása körül is két csoportot lehet elkülöníteni: vannak olyanok, akik maximálisan a vajat részesítik előnyben annak természetessége miatt, míg mások elhivatottan kampányolnak a margarin mellett (pl.: kémiaszakot végzettek, akik ismerik az előállítás kémiai folyamatát).

„Már nagyon rég óta olvasom, hogy a margarin nem jó, mivel gyártása vegyi folyamat eredménye. Számomra is ez a logikus. A vaj a tej zsírából készül, mechanikus úton, ami nem károsítja az anyagokat.”

(O. Ágnes, 2013. november 5. 17:14)

„Azért ez nem teljesen így van, margarin és margarin között is van különbség. A margarint azért mondjuk egészségtelennek, mert vannak benne olyan anyagok (olajak transzizomerei), amelyek nincsenek a természetben, és a szervezetünk nem termel olyan enzimeket, amelyek le tudnák bontani. Viszont a margarin minősége (árban jelentős különbség) megmutatja a káros vegyületek arányát. A margarin növényi eredetű olaj, a vaj viszont állati eredetű zsír. A növényi eredetű viszont sokkal egészségesebb, az állati viszont erősen koleszterinnövelő is, én véleményem szerint inkább egy drága, ám de jobb minőségű margarint érdemesebb venni, mint vajat. De ez az én meglátásom. ☺ Szép napot! (egy kémia tagozatos diák)”

(P. Angelika, 2015. június 20. 16:57)

A fórumportálokon való keresés eredményei

A kutatás következő lépéseként célirányosan fórumoldalokon kerestünk tartalmakat az „egészségtudatos táplálkozás” témakörében. A következő fórumoldalakot vontuk be a kutatásba: www.nlcafe.hu/forum, forum.index.hu, forum.origo.hu, www.hoxa.hu, www.noportal.hu, www.csaladinet.hu/forum. A fórumol-

dalakon elsősorban már meglévő fórumtopikokban kerestünk fogyasztói véleményeket. Az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatban azt találtuk, hogy konkrétan ilyen című fórumtéma egyáltalán nem fordult elő. A fórum tartalmában már néhány helyen előfordult ez a kifejezés. Azonban megállapítottuk, hogy az „egészségtudatos táplálkozás” kifejezés helyett az „egészséges táplálkozás” és még inkább az „egészséges étkezés” kifejezést használják a fórumozók. A fórumokkal kapcsolatban még az a probléma is felmerült, hogy 2013-2014-ig találunk csak rendszeres fórumos hozzászólásokat, utána csak elvétve fordul elő hozzászólás, így ha a kutatásban naprakész információkat szeretnénk meg tudni a fogyasztóktól, a fórumokat nem tekinthetjük megfelelő forrásnak.

Összességében megállapítható, hogy míg a korábbi netnográfiai kutatásokban elsősorban a fórumokat használták online forrásként az információszerzésre, mára már kezdenek „elhalni” ezek a felületek. Ez valószínűleg annak köszönhető, hogy helyettük a közösségi oldalakat kezdték el használni az online szereplők véleményük megosztására.

A Facebook-on történő keresés eredményei

Az első két online forrás után a legnépszerűbb közösségi oldalon folytattuk a kutatást. A témához kapcsolódóan olyan zárt/nyilvános csoportokat, közösségeket vagy oldalakat kerestünk, amelyek az egészségtudatos táplálkozás témájával kapcsolatosak. A zárt csoportok többségében nem engedélyezett hirdetések vagy linkek elhelyezése marketing céljából. Itt megfigyelhetők és visszakereshetők a bejegyzések, ezen kívül esetleg általános kérdéseket lehet feltenni arról, hogy kinek, mi a véleménye vagy tapasztalata egy bizonyos termékről vagy szolgáltatásról. A Facebook keresőjébe beírt kulcsszó alapján egy oldalt és 4 zárt csoportot választottunk ki a megfigyeléshez, amelyeknek összesen több, mint 55 ezer tagjuk és kedvelőjük van. Megfigyeléseink alapján az alábbi eredményeket kaptuk:

- A legtöbb bejegyzés azzal kapcsolatos, hogy ki, mit főzött. Olyan ételeket írtak le, amelyeket egészségesnek vélnek és képet is csatoltak hozzájuk. A csoport aktívabb tagjai rövid időn belül hozzászólta ezekhez a posztokhoz és kérték a receptet, illetve tanácsot kértek valamilyen hozzávalóval kapcsolatban főként, ha az valaki számára ismeretlen.

„Ezt a mézeskalácsot a Clean eating oldalán lévő recept alapján csináltam. Isteni, puha. Köszí C.E. :-)”

(L. Lotte, 2016. október 11.)

„Kedveseim! A mai menü: Csirkemell és brokoli összesítve. Laktózmentes tejföllel és tojással. Himalája só és frissen őrölt borssal. Vacsira pedig brinzás körözött laktózmentes túróval. Csak paprikaízesítéssel. Ma fehérje bombázás! ☺ Remélem tudtam jó ötletekkel szolgálni! ☺ Jó étvágyat mindenkinek!”

(F. Szilvia, 2016. szeptember 12.)

„Sziaztok, az édesburgonyát hogyan készítitek el, ha chips, sült krumpli formában akarjátok fogyasztani? Eddig olajban, fritőzben csinálta a család, de szeretném valami egészségesebb módszerrel elkészíteni. Előre is köszönöm :) (ugyanitt ha vannak ötletek egészséges mártogatós szócra, azt is megköszönöm :)”

(F. Julie, 2016. július 30.)

- Gyakran kérnek egymástól tanácsot termékekkel kapcsolatban, például:

– Milyen liszttel helyettesítsék a durumlisztet, ami egészséges?

„Sziaztok :) Valaki tudna segíteni abban, hogy a durumlisztet milyen liszttel tudom helyettesíteni és milyen arányban? Illetve ha valaki tudna mondani egy helyet Budapesten, ahol lehet kapni durumlisztet, azt megköszönöm :) Előre is köszi minden segítséget”

(P. Mercédesz, 2016. május 2.)

„Sziaztok! Ki, milyen lisztet használ? Répatortához kellene egy jó változat nem horror áron. Ötletek? Illetve hol szerzitek azt be? Köszí”

(N. Gina, 2016. július 6.)

– Ki és mit edz?

„Hello nem kajás poszt kérdéssel fordulnék hozzátok, ki mit edz? Mennyi idő alatt észlelt változást magán?:)”

(B. Claudia, 2016. április 10.)

– Tudnak-e ajánlani tej-, tojás-, glutén-, kukorica-, növényi tej- és élesztőmentes kenyérreceptet?

„Egy kis segítséget szeretnék kérni! Hátha van valakinek tuti receptje! – ételintolerancia garmadával rendelkező fiatal nő, kenyérreceptet keres :) – nem tartalmazhat: glutént, kukoricát, tojást, tejszármazékot, növényi tejekeket, élesztőt... Eddig használtam a mindenmentes kenyérlisztkeveréket – szódabikarbónával működött, de

(V. Eszti, 2016. április 10.)

(B. Moncsi, 2016. március 28.)

(N. Katalin, 2016. augusztus 3.)

- (H. Hajnalka, 2016. május 9.)

- (Cs. Alexander, 2016. október 27.)

- (K. Ildikó, 2016. április 20.)

- (A. Evelin, 2016. június 4.)

(Sz. Ildikó, 2016. április 20.)

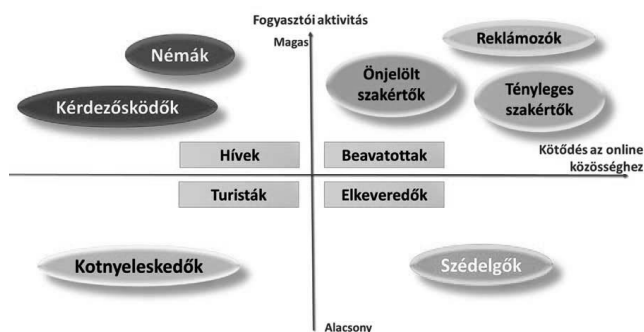
1. Kotnyeleskedők: olyan személyek, akik bejelentkeznek nagyon sok csoportba és nagyon sok oldalt kedvelnek, ami éppen az érdeklődési körükbe tartozik. Keresik azokat a hozzászólásokat, amelyeknél kinyilváníthatják a valóságnak vélt igazságukat, de tartósan nem résztvevői a beszélgetéseknek, röviden és tömören kommunikálnak, majd továbbállnak. Ezután általában nem lépnek ki a csoportból, de nem is maradnak aktív kommentelők.

2. **Szédelgők:** olyan szereplők, akik szeretnének valamit változtatni a táplálkozási szokásaikon, de nem igazán határozottak és keresgélnek a lehetőségeket. Ők azok, akik általában erősen kötődnek a csoportokhoz, mert szeretik, ha tartoznak valahova, de hosszú távon nem elég kitartóak, hogy fenntartsanak például egy-egy elkezdett új táplálkozási módot.
3. **Kérdzősködők:** ebbe a csoportba azok tartoznak, akik nagyon elhivatottak egy-egy táplálkozási móddal kapcsolatban és be is tartják az alapelveket hosszabb távon is. Az online csoportokhoz való kötődésük gyenge, így csak akkor keresik fel a csoportot, ha valamilyen kérdésük van, amire választ szeretnének kapni.
4. **Némák:** olyan online szereplők, akik szintén elhivatottak valamilyen egészségesnek vélt táplálkozási móddal kapcsolatban, de véleményüket nem teszik közzé az online közösségekben, inkább csak utánaolvasnak annak, ami foglalkoztatja őket. Nyíltan nem kezdeményeznek vagy folytatnak kommunikációt, de magas fogyasztói aktivitással rendelkeznek. Az emberek számát tekintve ők vannak a legtöbben, ők alkotják gyakorlatilag a tömeget.
5. **Önjelölt szakértők:** azok a személyek, akik véleményük szerint sokat tudnak az egészségtudatos táplálkozásról és nagyon erősen kötődnek az online közösséghez, gyakran lépnek fel önkéntes szakértőként. Ők azok, akik nagyon határozottan és nyíltan kommunikálnak, elmondják a véleményüket, tapasztalataikat a közösségben és tanácsokat osztogatnak azoknak, akik kérdéseket tesznek fel. Nagyon intenzíven reagálnak, ha valamivel nem értenek egyet. Ha valamilyen termékkel elégedettek és a termék iránt 100%-osan elkötelezettek, akkor missziójuknak érzik, hogy azt ajánlják a többieknek is.
6. **Tényleges szakértők:** olyan online szereplők, akik mintaképként szolgálnak mások számára, általában sportolók, személyi edzők, akik több éves vagy évtizedes tapasztalattal rendelkeznek az egészségtudatos táplálkozással és életmóddal kapcsolatban. Sok esetben ők hoznak létre a közösségi oldalon saját csoportot vagy oldalt valamilyen általános címmel, amelyhez követőket toboroznak. A legtöbb esetben nem a saját nevük alatt hozzák létre a csoportokat, hiszen ahhoz nehezebb lenne követőket találni és így az érintettek szélesebb körét eléri.
7. **Reklámozók:** ebbe a csoportba olyan személyek tartoznak, akik vagy a saját termékeiket akarják hirdetni, vagy meg vannak bízva azzal a feladattal, hogy gyakran álnéven hirdetéseket helyezze-

nek el az online közösségek csoportjaiban. A kutatás során számos ilyenrel találkoztunk, például hirdettek fogyasztó pektint, himalájai sőt, egyéb fogyasztó étrend-kiegészítőt is. A Facebook-csoportokban általában a csoportszabályzat részét képezi, hogy tilos ilyen hirdetéseket elhelyezni, különben a csoportból kizárják ezeket a szereplőket. A fórumoldalakon és a bejegyzések vagy cikkek hozzászólásainál ezek a bejegyzések általában nincsenek törölve. Természetesen a kutatás során kiszűrtük ezeket a hirdetéseket, hiszen azok torzítnák az eredményeket is.

2. ábra

Online fogyasztói csoportok az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatban



Forrás: Kozinets (2002), Dörnyei – Mitev (2010) alapján saját kutatási eredményekkel kiegészítve saját szerkesztés

A fentiekben felsorolt csoportok egy része átfedésben van a Dörnyei – Mitev (2010) által leírt csoportokkal, akik a bioélelmiszer-fogyasztók attitűdjét tárták fel online „karosszék” etnográfiaival. Az általuk meghatározott csoportok a következők voltak: önkéntes szakértők, tényleges szakértők, reklámozók, kérdzők, kontárok. Azonban kiemelendő, hogy a „némák” csoportja eddig seholy sem jelent meg. Véleményünk szerint ez a csoport az egyik legnagyobb a létszámát tekintve és akár olyanok is lehetnek köztük, akik offline formában (a hétköznapi társas kapcsolataikban) véleményvezérek lehetnek. Azonban ennek igazolására még további kutatások szükségesek.

Következtetések és javaslatok

A kutatás eredményi alapján levont következtetéseket és javaslatokat a kutatási kérdések sorrendjében mutatjuk be.

1. *kutatási kérdés: Hogyan alkalmazható a netnográfiai kutatás a magyar fogyasztói insight-ok feltárására az egészségtudatos táplálkozás témakörében?*

- A kutatás kezdetekor pontosan meg kell határozni azokat a kulcsszavakat, amelyekre keresni szeretnénk. Ezt ellenőrizni kell első körben, hogy azt a köznyelvben hogyan használják leggyakrabban. Jelen kutatás esetében megállapítottuk, hogy az „egészségtudatos táplálkozás” (39 ezer találat) helyett a köznyelv az „egészséges étkezés” (481 ezer találat) és az „egészséges táplálkozás” (962 ezer találat) kifejezéseket használják.
- A fórumportálokon való keresés nem nyújt naprakész információkat, mivel 2013/14-ig találtunk rajtuk aktivitást, utána pedig nagyon ritkán fordulnak elő hozzászólások. Ez véleményünk szerint annak köszönhető, hogy manapság már inkább a közösségi oldalak (elsősorban a Facebook) különböző típusú csoportjait/oldalait használják az online szereplők a véleménykérésre vagy a saját véleményük megosztására.
- A Facebook-csoportok és -oldalak megfigyelése által lehet a legtöbb információt megtudni a fogyasztókról. Itt sok esetben arra is nyílik lehetőség, hogy az online szereplők demográfiai hátterét megtudjuk.
- A netnográfiai kutatás nagyon jól kiegészítheti a klasszikus marketingkutatói eszközöket, mivel olyan fogyasztói insight-okat tárhatunk fel, amelyeket más módszerekkel kevésbé ismerhetnénk meg ilyen mélységig. A netnográfiai kutatás elején érdemes lehet feltáró fókuszcsoportos vizsgálatot végezni, akár a kulcsszavak pontosításához is. A netnográfiai kutatás végén is végezhető fókuszcsoportos vizsgálat annak érdekében, hogy az eredményeket pontosítsuk. Arra is használhatjuk, hogy ellenőrizzük, hitelesen interpretáltuk-e a fogyasztók véleményét. Ezt a következtetést vonták le Miles és Huberman (1994), illetve Sherry (2008) (in: Weijo et al., 2014) és Simpson (2006) is, miszerint, ha egymástól független méréseket végzünk, azok megerősítik egymást, ami növeli az érvényességet.

2. kutatási kérdés: Milyen attitűdökkel rendelkeznek az online fogyasztók az egészségtudatos táplálkozás szempontjából?

- Az emberek olyan cikkekhez szólnak hozzá leginkább, amelyekkel egyáltalán nem értenek egyet és felháborodást keltenek.
- Általánosságban elmondható, hogy az egészségtudatos táplálkozást és életmódot a többség a diétával és a fogyókúrával azonosítja.
- Azok, akik saját meglátásuk szerint egészségtudatosan táplálkoznak, gyakran folytatnak valamilyen diétát (például glutén- és cukormentes), pedig egészségi állapotuk nem indokolná azt.

- Sokan azt gondolják egészségesnek, ha teljesen kiiktatják a cukrot, és helyette valamilyen mesterséges édesítőszert használnak.
- Gyakran előfordul, hogy ha elhivatottak a fogyasztók egy adott termék iránt (ami például a só esetében a himalájai és a parajdi só esetében számos esetben előfordult), akkor önmaguktól reklámozzák. Ilyenkor önkéntes szakértőként nagyon határozottan kioktatják azokat, akik esetleg másképp gondolkodnak.
- A hozzászólók egy része úgy gondolja, hogy a felnőtt szervezetnek nincs szüksége tejre, míg mások ezt erősen cáfolják. A diétázóknak és a fogyni akaróknak néha az is aggodalmat okoz, hogy ehetnek-e sajtot, mivel annak magas a zsírtartalma.
- A fogyasztók gyakran keresnek komplex táplálkozás- és életmódprogramokat, amelyek mellett elköteleződnek.

3. kutatási kérdés: Milyen online fogyasztói csoportok különíthetők el az egészségtudatos táplálkozással kapcsolatban a feltárt attitűdök alapján?

- Az online szereplőket hét csoportba soroltuk az egészségtudatos táplálkozást illetően: a kotnyeleskedők, a szédelgők, a kérdezősködők, a némák, az önjelölt szakértők, a tényleges szakértők és a reklámozók csoportjába.
- Ezek közül „némák” csoportja eddig sehol sem jelent meg. Véleményünk szerint ez a csoport az egyik legnagyobb a létszámát tekintve és akár olyanok is lehetnek köztük, akik offline formában (a hétköznapi társas kapcsolataikban) véleményvezérek lehetnek. Azonban ennek igazolására, valamint a csoportok attitűdjeinek és arányainak alaposabb megismeréséhez még további vizsgálatok szükségesek.

Összefoglalás

Az elmúlt közel két évtizedben az internet gyors térhódítása egyre nagyobb hatással van a fogyasztói szokásokra. Manapság már az emberek többsége az internetet használja a vásárlási döntések meghozatalánál és elsősorban mások véleménye befolyásolja őket abban, hogy milyen terméket vagy szolgáltatást válasszanak. Ez a marketingkutatókat is arra ösztönzi, hogy olyan módszereket alkalmazzanak, amelyekkel minél közelebb tudnak kerülni a fogyasztókhoz, attitűdjeik megismeréséhez anélkül, hogy kiszakítanák őket a természetes közegükből. Ennek egyik eszköze a netnográfia. Mindazonáltal nagyon fontos kihangsúlyozni, hogy a netnográfiai kutatás elsősorban kiegészíti, és nem helyettesíti a klasszikus piackutatói módszereket azáltal, hogy olyan fogyasztói insight-okat ismerhetünk meg, amelyeket más módszerekkel kevésbé tehetnénk meg.

Felhasznált irodalom

- Ajzen, I. – Fischbein, M. (1980): Understanding attitudes and predicting social behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Bowler, G. M. (2010): Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, Vol. 15. Nr. 5., p. 1270-1275.
- DeWalt, K. M. – DeWalt, B. R. (2002): Participant Observation: A Guide for Fieldworkers. Walnut Creek, CA: AltaMira Press
- Dörnyei K. (2008): Bioélelmiszer fogyasztási szokások. *Marketing & Menedzsment*, 2008/4., p. 34-42.
- Dörnyei K. – Mitev A. (2010): Netnográfia, avagy online karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány*, 2010. 4. szám, p. 55-68.
- Glaser, B. G. – Strauss, A. L. (1967): *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine
- Iglesias, C. (2007) *Etnografia Virtual*. Revista AMAI, v.1., n.4., p. 62.
- Kozinets, R. V. (2002): The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39 (February), p. 61-72.
- Kozinets, R. V. (2006): Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*, September 2006, p. 279-288.
- Kozinets, R. V. (2010): Netnography. *Doing ethnographic research online*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Kozinets, R. V. (2012): Marketing Netnography: Proliferating a New Research Method. *Methodological Innovations Online*, 7(1), p. 37-45.
- Kulavuz-Onal, D. – Vásquez, C. (2013): Reconceptualising fieldwork in a netnography of an online community of English teachers. *Etnography and Education*, Vol. 8, No. 2, p. 224-238.
- Lincoln, Y. S. – Guba, E. G. (1985): *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications
- Nelson, M. R. – Otnes, C. C. (2005): Exploring cross-cultural ambivalence: a netnography of intercultural wedding message boards. *Journal of Business Research*, 58, p. 89-95.
- Miles, M. B. – Huberman, A. M. (1994): *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Quinton, S. – Wilson, D. (2016): Tensions and ties in social media networks: Towards a model of understanding business relationship development and performance enhancement through the use of LinkedIn. *Industrial Marketing Management*, Vol. 54, p. 15-24.
- Simpson, L. S. (2006): The value in combining netnography with traditional research techniques. *American Marketing Association*, Summer 2006, p. 193-200.
- Sherry, J. F. (2008): The ethnographer's apprentice: Trying consumer culture from outside in. *Journal of Business Ethics*, 80, p. 85-95.
- Szakály Z. (2011): *Táplálkozásmarketing*. Budapest: Mezőgazda Kiadó
- Wang, W. Y. C. – Pauleen, D. J. – Zhang, T. (2016): How social media applications affect B2B communication and improve business performance in SMEs. *Industrial Marketing Management*, Vol. 54, p. 4-14.
- Weijo, H. – Hietanen, J. – Mattila, P. (2014): New insights into online consumption communities and netnography. *Journal of Business Research*, 67, p. 2072-2078.
- Xun, J. – Reynolds, J. (2010): Applying netnography to market research: The case of the online forum. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 18, 1, p. 17-31.

GÉRING Zsuzsanna

KEVERT SZÖVEGELEMZÉSI MÓDSZERTAN ALKALMAZÁSA GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI JELENSÉGEK VIZSGÁLATÁHOZ – ONLINE CSR-KOMMUNIKÁCIÓ VIZSGÁLATA TARTALOMELEMZÉSSSEL ÉS DISKURZUSELEMZÉSSSEL

A vállalati társadalmi felelősségvállalás kérdése egy fontos és időszerű téma, ami érzékelhetően jelen van a hazai gazdasági életben is. Azonban ha mélyebben meg szeretnénk vizsgálni a jelenséget, számos kérdéssel lehet találkozni. Az egyik az, hogy mennyire általános jelenség ez a hazai közép- és nagyvállalatok honlap-kommunikációjában, illetve, hogy mit is takar ez a vállalati felelősségvállalás, a vállalatok társadalmi szerepére való hivatkozás.

Ez a kérdésfelvetés jól vizsgálható a szövegelemzés módszereivel. A szerző a cikkben bemutatja, hogy a kevert módszertanú kutatás a kvantitatív tartalomelemzéssel ragadja meg azt, hogy mit kommunikálnak a hazai közép- és nagyvállalatok a társadalmi felelősségvállalásuk kapcsán és erre milyen tényezők vannak hatással. Továbbá a kvalitatív diskurzuselemzés módszerével vizsgálja, hogy milyen társadalmi szerepeket tematizálnak, milyen szerepkészleteket és diskurzív eljárásokat használnak a honlap-kommunikációjukban.

Kulcsszavak: szövegelemzés, kevert módszertan, tartalomelemzés, diskurzuselemzés, vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR)

A vállalati társadalmi felelősségvállalás mind az akadémiai, mind a gazdasági diskurzusban jelen lévő, sokat elemzett és hivatkozott jelenség. Vizsgálatával hazai és nemzetközi kontextusban is számos kutatás foglalkozik. Ezek azonban legtöbbször a hagyományosnak mondható szemlélettel vizsgálják a kérdést: vállalati adatokat elemeznek, kérdőíveket vagy interjúkat vesznek fel a vállalatoknál, és így igyekeznek megragadni a fő sajátosságokat. Jelen írás ezzel szemben arra irányul, hogy rámutasson, miként lehet szövegelemzési módszerek segítségével vizsgálni ezt a társadalmi jelenséget.

A vállalatok sajátosságainak elemzésekor nem a szöveg és diskurzus szavak jutnak elsőként eszünkbe, holott a szervezetek kapcsolati jellege, hasonulási törekvéseik (DiMaggio – Powell, 1991), illetve éppen egyediségük hangsúlyozása, vagy akár legitimációs eljárásaik mind arra hívják fel a figyelmet, hogy a

vállalatoknak is elmaradhatatlan jellegzetessége, hogy diszkurzívak. Ez alapján pedig a szöveg- és diskurzuselemzés jó és alkalmas eszköz a szervezeti és vállalati folyamatokban a jelentésadás és intézményesülés jelenségeinek megragadására.

Ez az írás is arra vállalkozik, hogy bemutassa, miként lehet szövegelemző módszereket társadalmi jelenségek, illetve konkrétan, a vállalati társadalmi felelősségvállalás vizsgálatára használni. Ehhez egy olyan kutatás szolgál példaként, amely a hazai közép- és nagyvállalatok vállalati társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatos sajátosságokat vizsgálta, mégpedig az online kommunikációjuk tartalomelemzése és bemutatkozó szövegeik diskurzuselemzése révén. Bár az írásban különböző kutatási eredményeket is bemutatok, a fókusz a szövegelemzési módszerek alkalmazásának lehetőségein van, valamint azon, hogy milyen módon lehet ezt a módszertant társadalmi és gazdasági

gi jelenségek elemzésére használni. Ennyiben tehát a felvonultatott számszerű és tartalmi eredmények csak illusztrációként szolgálnak, mélyebb elemzésük és kritikai interpretációjuk túlmutat az írás keretein (ehhez lásd például Géring, 2015b, 2016).

A kutatás során két szövegelemző módszert is használt a szerző, egy kvantitatív tartalomelemzést, és egy kvalitatívabb fókuszú diskurzuselemzési eljárást, amelyek mind módszertanilag, mind az eredményeket tekintve nagyon jól kiegészítették egymást. Éppen ezért az alábbiakban a szövegelemző módszerek használatán túl a cikk röviden a kevert módszertan előnyeire is igyekszik rávilágítani.

Az írás felépítése ennek nyomán a következő: a szövegelemzés, mint társadalmi jelenségek megragadására alkalmas módszer felvezetése után a kevert módszertani alapok bemutatása következik. Ezt a példakutatásban alkalmazott tartalomelemzés és diskurzuselemzés módszertani alapjainak a rövid vázolója követi. Ezt követően reflektál az írás a konkrét kutatási eljárásokra és az ezekkel a módszerekkel kapható eredményekre. A konklúzió pedig összefoglalja a módszertani keverés, valamint a szövegelemzés alkalmazásának hasznát és használhatóságát.

Szövegelemzés mint a társadalmi jelenségek vizsgálati módszere

A társadalomtudományok terepére nagy hatással volt a filozófia nyelvi fordulata, amely górcső alá vette és megkérdőjelezte azt a feltevést, mely szerint a nyelv egy transzparens és semleges közvetítő médium. Ezzel szemben arra helyezi a hangsúlyt, hogy a nyelv maga is jelentésadó funkcióval bír, és a kommunikáció során, a kommunikációs aktorok társas viszonya és interakciója révén és által konstruáljuk a valóságot (Austin, 1990). Nem tekinthetjük a nyelvet semlegesnek, hiszen általa és vele definiálunk mindent, a nyelven keresztül észleljük és értelmezzük a minket körülvevő világot, a társadalmat. Az erre épülő diszkurzív felfogásban tehát a nyelv nem egy 'átlátszó', statikus információ-közvetítő-rendszer, hanem magának a konstrukciónak a terepe, a dinamikus, aktív és társas jelentésadási folyamatok mezeje. Ez mindenképpen egy értelmező jellegű módszertani gondolkodást jelent, mely nem az 'objektív valóság' leírására törekszik és nem az abban rejlő 'objektív' és egyetlen 'igazságot' keresi, hanem a minket körülvevő világ különböző értelmezési struktúráinak feltárása a célja. Jelen esetben is, a szövegelemzés éppen annak megértéséhez járul hozzá, hogy a vállalatok miképpen értelmezik saját társadalmi szerepüket, milyen feladatokat és területeket jelenítenek meg, kommunikálnak – és ezáltal emelnek be a legitim diskurzus mezejébe. Melyek ezek közül az általánosan

használtak, melyek a kevésbé elterjedtek, és milyen tényezőket tudunk megragadni, amelyek erre hatást gyakorolnak?

A szöveg- és diskurzuselméleti mezőről számos összefoglaló mű született, amelyek különböző szempontok szerint csoportosítják és veszik számba az egyes irányzatokat, amelyek bemutatása azonban túlmutat jelen írás keretein (ehhez lásd például Wetherell et al., 2003; Titscher et al., 2003; Pléh et al., 2001; Géring, 2005, 2008a). A részletek tárgyalása nélkül is elmondható azonban, hogy a különböző irányzatok és megközelítések rávilágítanak arra, hogy a szövegek és diskurzusok elemzése hogyan segítheti társadalmi jelenségek, cselekvések, szereplők, folyamatok vagy éppen intézmények működésének megértését. Ez a metódus felhívja a figyelmet arra, hogy a nyelvhasználat, a beszéd és írás társadalmi cselekvés, tehát társadalmi hatással bír, ugyanakkor társadalmilag formált cselekvés is, melynek írott és íratlan szabályai vannak, melyek összekapcsolódnak a beszélők/írók társadalmi környezetével, jellemzőivel. Ezen felül rámutatnak arra is, hogy a diskurzusok milyen szerepet játszanak a társadalmi konstrukciós folyamatokban, és hogyan lehet ez eszköz (pozitív vagy negatív értelemben egyaránt) a társadalmi jelenségek és intézmények meghatározásában.

Ebben az értelemben tehát a konkrét kommunikatív cselekvések, illetve ezek szöveges alakjának vizsgálata révén képet kaphatunk azokról az értelmezési keretekről, amelyek mentén a társadalmi interakció résztvevői az adott társadalmi jelenséget konstruálják, meghatározzák. Ez pedig tovább vihető a mögöttes diszkurzív struktúrák feltárásáig, amelyek magát a cselekvési (diszkurzív) teret meghatározzák. Az itt példaként hozott kutatás alapvetően a hazai közép- és nagyvállalati mezőben fellelhető CSR-értelmezési keretek feltárására tesz kísérletet, mikor azt igyekszik megragadni, hogy a vállalatok milyen társadalmi szerepekben jelenítik meg magukat. Ez egyfelől legitimáló funkciója a vállalatok esetében, hiszen a társadalomban betöltött fontos és hasznos szerepüket fogalmazzák meg általa. Másfelől, ahogy a szervezetelméletekben is megtalálható diszkurzív megközelítések is érvelnek, a diszkurzív keretek a tényleges cselekvésre is hatással vannak (pl. Alvesson – Kärreman, 2000; Grant et al., 2004; Fairclough, 2005; Heracleous, 2006; Bargiela-Chiappini, 2009). Ahogy Fairclough (2005) is írja, a szervezet nemcsak diskurzus, bár a diskurzusokon keresztül artikulálódik nagyon sok jellegzetessége, ugyanakkor ezekből a diskurzusokból kristályosodik ki a szervezeti struktúra, ami aztán már maga is a diskurzusra ható erőként jelenik meg. Ez a viszony azonban nem determinisztikus és egyirányú, hanem a diskurzus is hat erre a kialakult szervezeti struktúrára – ez többek

között a változás alapja. Azaz a diskurzus adja az állandóságot és a változást is egyben. Jelen kutatásban az állandóság a vizsgálati jelenség, amit szeretnék megragadni, vagyis az, hogy az aktuális diskurzusból milyen általánosabb vállalati és legitimációs kép bontakozik ki a társadalmi szerepekre vonatkozóan.

Ennyiben tehát, ha a vállalati szövegek és az ebből kibomló diskurzus vizsgálata nem is feleltethető meg a tényleges vállalati tevékenységnek, a vizsgálata révén feltárhatók azok az értelmezési keretek, amelyek az adott diskurzus szereplőit (jelen esetben a hazai közép- és nagyvállalatokat) jellemzik, valamint bizonyos fókig a cselevéseik keretét is szolgálják.

Ez alapján az írásban példaként bemutatott kutatás fókuszához, azaz annak vizsgálatához, hogy mit tekintenek a hazai vállalatok a társadalmi szerepüknek, a szöveg- és diskurzuselemzés fontos és releváns módszer. A kutatási kérdés társadalmi szintű megválaszolása – szemben az egyes vállalatok diskurzusának egyedi feltárásával, vagy vállalati szereplők nyelvhasználatának vizsgálatával – egy tágabb keret kiválasztását indokolja: egy, a hazai közép- és nagyvállalatok vélekedését reprezentálni tudó szövegtörzset kijelölését. További fontos szempont volt a hozzáférhetőség, valamint az, hogy olyan forrást használjak, amely kellően általános, azaz – legalább elvileg – minden vállalatnál megtalálható legyen. Mindezek együttvéve a vállalati honlapok vizsgálatát eredményezték.

A konkrét kutatási eljárások kiválasztásánál pedig a tartalomelemzést és a diskurzuselemzés módszerét választottam több okból. Ha ugyanis szeretnék képet kapni a közép- és nagyvállalatok felfogásáról általánosságban a társadalmi szerepvállalással kapcsolatban, ahhoz kell egy olyan módszer, ami nagy sokaságon elvégezhető, de mégis releváns, a szövegeket a kontextusukkal összekapcsoló eredményeket szolgáltat. Ezt itt a kvantitatív jellegű tartalomelemzés adja. Ugyanakkor ez a módszer nem nyújt betekintést a szövegek mélyebb rétegeibe és nem alkalmas nyelvi, diszkurzív sajátosságok megragadására. Ráadásul a vállalatok társadalmi szerepének és céljainak kérdéskörénél elengedhetetlenül megjelenik a legitimáció kérdése (Suchmann, 1995), hiszen a vállalatok azzal legitimálják működésüket, hogy társadalmilag fontosnak, hasznosnak definiálják magukat. És itt lép be a képbe a kritikai diszkurzuselmélet és -elemzés, mert bár a tartalomelemzés tud egy általános képet adni ennek a 'hasznosságnak' a tartalmi elemeiről (bár csak előzetesen adott listát vizsgálva), a kritikai diszkurzuselemzés módszere az, ami a diszkurzív tematizációk és stratégiák feltárása révén erről a legitimációs törekvről tartalmasabb képet tud mutatni.

Így alakult ki az alábbiakban bemutatásra kerülő kevert módszertanú kutatási felépítés. Mielőtt azonban

a kutatási folyamatról és eredményeiről adnék részletesebb képet, pár szóban összefoglalom a kevert módszertani kutatási dizájn sajátosságait.

A kevert módszertani megközelítés

A kevert módszertani megközelítés a társadalomtudományokban egyre erősödő interdiszciplinaritással párhuzamosan a módszertani területen hangsúlyozza az eddig elkülönült irányok összekapcsolását és együttes használatát a társadalmi jelenségek vizsgálatában. Ez a felfogás nagymértékben támaszkodik arra a pragmatista hozzáállásra, amely szerint a társadalmi jelenségek vizsgálatakor nem a módszeren és a kutatási eljárásen van a hangsúly, hanem magán a vizsgálandó problémán, aminek megértéséhez minden rendelkezésre álló elméleti felfogás és módszertani keret (kvalitatív és kvantitatív egyaránt) használatára szükség lehet (Creswell, 2009, 10-11. o.).

Ugyanakkor ez nem egyenlő a szimplán több-módszer (*multi-methods*) használatával, mert a kevert módszertani irányzatban a lényeg a különböző megközelítések együttes használatából fakadó plusz, a 'keverés' révén létrejövő hozzáadott érték és ez által a vizsgált jelenség jobb megértése. Éppen ezért nem is alkalmas mindig és minden probléma megragadására.

Ha a módszertani keverés megfelelő választásnak tűnik a kutatási kérdés megválaszolásához, vagy ha a kutatási folyamat során merül fel a keverés igénye, akkor további megfontolások alapján érdemes kiválasztani azt a kutatási dizájnt vagy modellt, amely mentén a vizsgálati folyamat felépül. Creswell (2009) négy ilyen fő elvet különböztet meg: az időzítést, a súlyozást, a módszerek keverésének módját és a használt elméleti keretet. (Ezekről és az ezek mentén kialakítható tipikus modellekről részletesebben lásd Király et al., 2014.)

Esetemben a fő kutatási kérdés, hogy mit és hogyan kommunikálnak a hazai közép- és nagyvállalatok a társadalmi szerepükről és felelősségükről a honlapjaikon. A 'mit' kérdés megválaszolásához a kvantitatív tartalomelemzés módszerét, míg a 'hogyan' kérdés megválaszolásához a kvalitatív diszkurzuselemzés módszerét használtam.

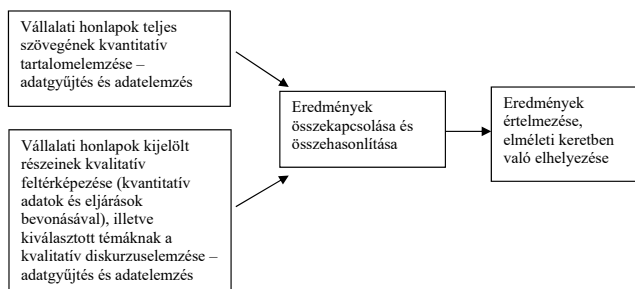
A kutatásban alkalmazott módszertani 'keverés' éppen a Creswell által példaként hozott célt szolgálja: a kvantitatív tartalomelemzés segítségével egy általános képet szeretnék rajzolni a társadalmi felelősségvállalás magyar közép- és nagyvállalatok által kommunikált különböző aspektusairól, míg a kvalitatív diszkurzuselemzés révén szeretném megragadni a vállalatok által hivatkozott társadalmi szerepeket, valamint mélyebben megvizsgálni ezen belül néhány kiemelt témát.

Mindezek alapján az általam alkalmazott kevert módszertani dizájn az összetartó párhuzamos felépí-

téshez (*convergent parallel design*) tartozik (Creswell – Plano-Clark, 2011), ahol a két kutatási fázis az adat-kijelölés és adatgyűjtés szintjén egymástól függetlenül zajlik (még ha jelen esetben nem is egy időben), és csak az adatelemzés és interpretáció folyamán kapcsolja össze a kutató a kétféle eljárás eredményeit (1. ábra).

1. ábra

A tartalom- és diskurzuselemzés módszereinek keverési folyamata – összetartó párhuzamos felépítés



Forrás: saját szerkesztés

A következőkben bemutatom, hogy ezek a szövegelemzési és kevert módszertani keretek milyen kutatási folyamathoz vezettek, és ezek miként alkalmazhatók a vizsgált társadalmi jelenség, jelen esetben a társadalmi felelősségvállalás megragadására.

Az alkalmazott módszerek sajátosságai röviden

A tartomelemzés (*content analysis* – CA) fő sajátosságainak meghatározásakor Klaus Krippendorff (2004) arra helyezte a hangsúlyt, hogy ez egy olyan kutatási technika, amely bár szövegekkel dolgozik, azok elemzése révén nemcsak a szövegekre magára, hanem azok kontextusára vonatkozóan is igyekszik következtetéseket levonni. Azaz, a szövegelemzés során ebben az eljárásban nem (csak) a nyelvi sajátosságokra, nyelvtani vagy szemantikai szerkezetre figyelünk, hanem a szavak, mondatok, bekezdések tartalmára (Antal, 1976). Ennek szisztematikus elemzése révén a kutató a szövegen túllépve azokra a tágabb jelenségekre is érvényes állításokhoz juthat, amelyekkel a szöveg foglalkozik (jelen esetben például a vállalatok társadalmi felelősségvállalására).

Ez alapján tehát a kvantitatív tartomelemzés alkalmas módszer arra, hogy egységes és jól általánosítható struktúrába rendezze az egyes honlapokon található szöveges információkat, és egy jól elemezhető és interpretálható adatbázissá formálja őket. Az adatbázis révén pedig a kutatási kérdések megválaszolásához szükséges információk a hagyományos statisztikai módszerekkel feldolgozhatók.

A tartomelemzés előnyei közé tartozik, hogy beavatkozásmentes technika (Neuendorf, 2012), azaz az adatfelvétel és az elemzés nem hat az adatokra magára (mint pl. egy interjúnál a kérdező személye). Emellett jól tud kezelni strukturálatlan anyagokat, megőrizve így a 'forrás' struktúráját, ami a kérdőíves vagy interjú adatfelvételeknél nem jellemző, hiszen ott az adatok struktúráját a kérdőív vagy interjú szerkezete határozza meg, nem a válaszoló. Fontos sajátossága továbbá, hogy képes nagy mennyiségű adat feldolgozására is (Krippendorff, 2004, 40-43. o.). Emellett a módszertani felépítés a kutatási kérdések és a következtetések típusai mentén rugalmasan alakítható (Harwood – Garry 2003, 493. o.).

A diskurzuselemzés során nagymértékben támaszkodom a kritikai diskurzuselemzés (*Critical Discourse Analysis* – CDA), azon belül is főképpen a Ruth Wodak nevével fémjelvezhető diskurzustörténeti iskola elgondolásaira (Géring, 2008b; Wodak, 2001b), ez a kutatásban alkalmazott másik módszerem. Ennek az iskolának a hívei arra helyezik a hangsúlyt, hogy feltárják a társadalmi cselekvések, a társadalmi struktúra és ezek diszkurzív reprezentációjának folyamatait, a nyelvi és diszkurzív szint, valamint a társadalmi kontextus között lévő komplex oda-visszahatásokat (van Dijk, 1997, 2000; Fairclough, 1995; Wodak, 2001a, 2001b; Wodak – Meyer, 2002).

A diskurzustörténeti elemzés egyik fontos sajátossága az intertextualitás hangsúlyozása (Titscher et al., 2003), ami arra utal, hogy a különböző szövegek nem önmagukban állnak, hanem mindig más szövegekhez kapcsolódnak (például konkrét vagy rejtett utalásokkal, hivatkozásokkal, tematikus kapcsolókat kiépítve stb.). Az elmélet, a módszer és a kutatás közötti folyamatos oda-visszahatásokat és kapcsolatuk nyitottságának szem előtt tartását egészíti ki a Ruth Wodak által hangsúlyozott etnográfiai jelleg az adatok kezelésében (Wodak, 2001b). Ez azt jelenti, hogy a vizsgálati objektum kutatása és interpretálása a kulturális, társadalmi háttérhez kapcsolva, annak figyelembevételével történik. Végül egy nagyon fontos eljárási elv a diskurzuselméletben az iteráció, ami arra utal, hogy a szövegek diszkurzív elemzése során nem úgy járunk el, hogy előzetesen alkotott kategóriarendszert 'erőltetünk' a szövegre, hanem az alkalmazandó kategóriarendszer maga a szövegek elemzése során alakul ki.

Az alkalmazott módszertanok részletesebb bemutatása túlmutat ennek az írásnak a keretein, de ezek a rövid leírások is már érzékeltetik, hogy fő különbségeiket 3 dimenzió mentén lehet megadni (1. táblázat).

A kvantitatív tartalomelemzés és a kvalitatív diskurzuselemzés fő különbségei

DIMENZIÓ	TARTALOMELEMZÉS	DISKURZUSELEMZÉS
1. kódolási eljárás	• konkrét, előzetesen megadott kutatási kérdések (hipotézisek) • előzetesen meghatározott kódlista • kódokból adatbázis, és statisztikai elemzés	• általános kutatási kérdés • ‘kódok’ az elemzés folyamata során alakulnak ki → iteráció • az elemzési eljárás során bontakoznak ki a fő témák és területek
2. szövegelemzés	• igen/nem	• hogyan és mit
3. kontextus	• kontextus: vállalati alapadatok (KSH-adatbázisból) • szerepe: nem a szövegből származó magyarázó változók (vállalati jellemzők) beemelése a statisztikai elemzésbe	• kontextus: egyéb szöveges és társadalmi információk széles köre (pl. jogi környezet, társadalomelméleti keretek) • szerepe: jelentésadási folyamat mélyebb megértése

Forrás: saját szerkesztés

Az első fontos különbség a két módszertan között a *kódolási folyamat*, azaz a kutatási kérdések formáját, szerepét és az ebből adódó kódolási sémát illetően mutatkozik. Ahogy azt az 1. táblázat is mutatja, a kvantitatív tartalomelemzés esetében a kutató előzetesen meghatározza nagyon pontosan – akár hipotézisek formájában – a vizsgálandó kutatási kérdéseket (Géring, 2015a). Ennek megfelelően már az adatgyűjtés előtt meg kell adnia azokat a kategóriákat, témákat és szempontokat, amelyeket az adatgyűjtés során figyelembe fog venni. Erre szolgál az előzetesen meghatározott kód vagy kérdéslista. A kutatás során pedig ezt a kódlistát használva alakíthatunk ki a szövegekből kódokat, majd a kódokból egy olyan adatbázist, amely a standard statisztikai eljárásokkal elemezhető. Ezzel szemben a kvalitatív diskurzuselemzés általánosabb kutatási kérdéssel dolgozik, nincs egy előzetes kódrendszere, hanem a kódok, az elemzendő szempontok maguknak a szövegeknek a vizsgálata során bontakoznak ki, a fentiekben bemutatott iteratív eljárás során.

Mindezek a *szövegelemzés módját* is meghatározzák, hiszen a kvantitatív tartalomelemzés esetében a kutató azt vizsgálja, hogy egy adott téma, kérdés vagy szó megjelenik-e a vizsgált szövegben (igen vagy nem), és nem elemzi annak mélyebb tartalmát, diszkurzív beágyazottságát. Ezzel szemben a diskurzuselemzés során éppen arra figyel az elemző, hogy hogyan és mit jelenítenek meg a szövegek, milyen diszkurzív eljárásokkal élnek, mi bontható ki belőlük mélyebben.

Végül, de semmiképpen sem utolsósorban pedig más-más a két módszer esetében az eredmények értelmezésekor bevont *kontextus szerepe és mélysége*. Míg a tartalomelemzés esetében a statisztikai eljárásokhoz használható egyéb adatokat tudjuk kontextustényezőként beemelni az elemzésbe (például jelen esetben a vállalatokra vonatkozó statisztikai adatokat), addig a diskurzuselemzési eljárás során az adatok értelmezésekor figyelembe kell venni mindazokat az egyéb szö-

veges és nem-szöveges kontextuális elemeket, amelyek hatással lehetnek a vizsgált szövegtömegre. Jelen kutatásnál például a magyarországi vállalatok társadalmi szerepével kapcsolatos diskurzus kapcsán az egyik legfontosabb történelmi/társadalmi jellegzetességnek a gazdasági működési környezet leírása tekinthető. De hasonlóan fontos intézményi és egyben intertextuális közeg a nemzetközi és hazai CSR-szakpolitikai ajánlások, törvényi előírások, szabályozások és standardok köre, valamint a vállalatok társadalmi szerepvállalásával foglalkozó szakirodalmi, elméleti megközelítések és a CSR különböző dimenzióit vizsgáló hazai és nemzetközi kutatások (részletekért lásd Géring, 2015b).

A kutatási módszerek gyakorlati alkalmazása a vizsgált jelenség megragadásában

A kvantitatív tartalomelemzési eljárás és az így kapott eredmények

A kvantitatív tartalomelemzés egyik sajátossága, hogy a kutatás előtt felállítja azt a szempontrendszert, amit a vizsgált társadalmi jelenség kapcsán a szövegekben keresni fog. Ennek a kérdéslistának a kialakításához jelen kutatásban több forrást is használtam: egyfelől különböző nemzetközi és hazai ajánlásokat, standardokat, amelyek a CSR-rel kapcsolatosan vonatkozóan fogalmaznak meg elvárásokat (GRI, ISO26000, GSZT 2007, 2010), másfelől hasonló külföldi kutatásokat (teljesség igénye nélkül: Branco – Rodrigues, 2006; Capriotti – Moreno, 2007; Chaudhri – Wang, 2007; Liong, 2013; Maignan – Ralston, 2002; Moreno – Capriotti, 2009; Wanderley et al., 2002). Továbbá figyelembe vettem, hogy a hazai hasonló módszertanú kutatások milyen területekkel foglalkoznak, és milyen eredményekre jutottak (például Szegedi, 2012; Ransburg – Vágási, 2011; Pataki – Szántó, 2011).

Mindezek alapján egy olyan szempontrendszert alakítottam ki, amely öt nagy témakört vizsgált: a CSR

fő területeinek, a CSR-hez köthető vállalati programoknak, a munka-magánélet egyensúlyt célzó programoknak, az említett érintetti csoportoknak, valamint egyéb (pl. munkaadói, munkavállalói érdekképviseltek) területeknek a megjelenését a vállalati honlapokon (minderről részletesebben lásd Géring, 2014).

Az ezek alapján felépített kategorizációs séma egy 58 kérdésből álló kérdéslista volt, ahol minden kérdést eldöntendő formában fogalmaztam meg: megjelenik-e az adott téma/program/kezdeményezés stb. a vállalat honlapján vagy sem. Ennyiben támaszkodtam Schutz (1958) felvetésére, hogy a dichotóm kérdés-forma növeli az adatok megbízhatóságát, ami több kódoló munkájának összehangolása esetén különösen fontos szempont (példaként lásd az alkalmazott 58 elemű kérdéslista egy szeletét a 2. táblázatban).

2. táblázat

A kvantitatív tartalomelemzés során alkalmazott kérdéslista egy részlete

VÁLLALATI PROGRAMOK, KEZDEMÉNYEZÉSEK MEGNEVEZÉSE	Megjelenik-e a honlapon (igen=1, nem=0)
önkéntesség	
szponzoráció	
adományozás	
minőségmenedzsment, minőségbiztosítási folyamatok (benne pl. ISO 9001)	
egészség- és biztonságprogramok, baleset-megelőzés (pl. szűrőprogramok, autózvezetés tréning stb.)	
környezetvédelmi programok és menedzsment (benne pl. ISO14001)	
belső képzés	
teljesítménymenedzsment	
karriermenedzsment	
közösségi programok (családi nap, sportnap, majális, horgászverseny stb.)	
egyéb [kérem megnevezni]	

Forrás: saját szerkesztés

Ezt a kérdésslistát használva lesz képes arra az elemző, hogy a szövegekből kódokat, (majd a kódokból statisztikai elemzésre alkalmas adatbázist) alakítson ki.

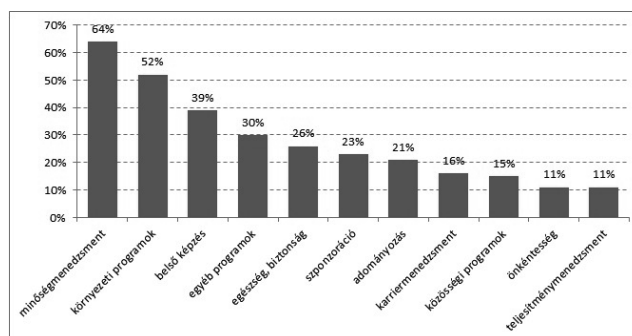
A kvantitatív tartalomelemzés során alkalmazott szövegelemzési eljárás ennek megfelelően olyan kódolási folyamat, amikor előre adott kódokat rögzítünk a szövegek vizsgálata során. Esetemben igen/nem (1/0) kódok szerepeltek egy-egy vállalat adatsorában, annak megfelelően, hogy egy adott téma, terület megjelen-e a honlapján vagy sem. A statisztikailag elemezhető adatbázis a 146 vállalatról ilyen módon kiállított

58 elemű kódlistát, valamint a vállalatok néhány jellemzőjét tartalmazta. A kvantitatív tartalomelemzés során ugyanis a vizsgálatba bevont kontextust azok a kutatáson kívüli vállalati jellemzők adták, amelyek a KSH adatbázisából rendelkezésemre álltak (létszám, árbevétel, iparág, hazai-külföldi tulajdon, gazdasági forma, régió). Ezek a változók magyarázó változóként fontos szerepet játszottak az adatok statisztikai elemzése során.

Az így kialakított kvantitatív tartalomelemzési eljárás egyik típusú eredménye a vizsgált jelenségek, például a *CSR különböző területeinek megjelenési gyakorisága* a honlapokon. Ilyen például a különböző, a CSR körébe sorolható vállalati programok és kezdeményezések említési gyakoriságának vizsgálata (2. ábra). (További adatokért, mint például a vállalati társadalmi felelősségvállalási területek, vagy az említett érintetti csoportok gyakorisága lásd Géring, 2016).

2. ábra

A vállalati programok és kezdeményezések említési gyakorisága a vállalati honlapokon (N=146, %)



Forrás: saját szerkesztés

Ahogy az a 2. ábrán is látható, ez az eredmény arra használható, hogy a vizsgált sokaságról – és reprezentatív minta esetén a teljes sokaságról – általános kijelentéseket tegyünk. Jelen esetben a különböző társadalmi felelősségvállalási programok és kezdeményezések kommunikációjának elterjedtségéről fogalmazhatunk meg olyan kijelentéseket, hogy például: a hazai közép- és nagyvállalatok honlapjain legnagyobb arányban a minőségmenedzsmentet és a környezeti felelősség területéhez tartozó programokat mutatják be, míg lényegesen elmaradnak ettől a munkavállalók és a társadalmi közösség felé irányuló kezdeményezések. Bár ezek az adatok nem a tényleges vállalati tevékenységről számolnak be, mégis indikátorai annak, hogy az adott terület a vállalati imázsban, a vállalat kifelé felépített identitásában mennyire játszik fontos szerepet. Ezért, ha nem is lehet teljesen megfeleltetni a vállalati kommunikációt és a vállalati tevékenységet, arról ké-

pet kaphatunk, hogy az egyes CSR-programokat és területeket mennyire tartják fontosnak a vállalatok kifelé kommunikálni.

Egy további elemzési lehetőség az *eredmények összevetése más hazai kutatásokkal*. Például, ha megnézzük a hármas optimalizáció (*triple bottom line*) területeinek megjelenésében mutatkozó különbségeket, akkor azt látjuk, hogy a kutatás eredményei rímelnak a korábbi, hasonló kérdéssel foglalkozó hazai eredményekre (Bárh-Fehér, 2012; Gáspár et al., 2012; Málovics et al., 2005), miszerint a magyar vállalatok esetében a legnagyobb fókusz a CSR-kommunikációban a természeti környezettel való kapcsolat kapja, amit a társadalmi kapcsolatok megjelenítése követ, és ezekről lényegesen lemaradva jelenik csak meg a gazdasági felelősség témája (3. táblázat).

3. táblázat

A hármas optimalizációs területek megjelenésének összehasonlítása (N=146)

Vizsgálati fókusz	Természeti környezettel kapcsolatos megjelenések aránya	Társadalmi kapcsolatokhoz köthető megjelenések aránya	Gazdasági felelősség témakörébe tartozó megjelenések aránya
CSR-témák	53%	42-49%	20-29%
vállalati programok	52%	11-23%	-
érintettek	60%	48%	18-38%

Forrás: saját szerkesztés

Egy másik típusú adatelemzési lehetőség annak vizsgálata, hogy vannak-e olyan felelősségvállalási területek, szempontok, amelyek – legalább említés szintjén – együtt járnak, közösen jelennek meg a vállalati honlapokon. Erre alkalmas a *korrelációszámítás*, ahol különböző jelenségek közös megjelenésének statisztikailag is szignifikáns együttes megjelenéséről lehet beszámolni, és ennek a kapcsolatnak az erősségére is utalni. Erre lehet példa a különböző munka-magánélet egyensúlyt támogató kezdeményezések és a munkavállalói érdekképviseleti formák említései közötti korrelációk vizsgálata (lásd Géring, 2016, 11. o.).

A harmadik mód, ahogy a kvantitatív tartalomelemzés eredményei feldolgozhatók, az az elemzett jelenség – itt a különböző CSR-témák, programok, érintetti csoportok – megjelenésére ható tényezők vizsgálata. Vagyis annak elemzése, hogy a rendelkezésre álló vállalati jellemzők szignifikánsan befolyásolják-e a szövegekben található eredményeket. Ezt *logisztikus regressziós modellek* segítségével lehet megfigyelni, ahol a kutató azt elemzi, hogy például az árbevétel, az ipar-

ág vagy éppen a tulajdon fajtája (pl. külföldi, hazai, állami), növeli-e egy adott téma megjelenését a honlapon. Ez az elemzési mód olyan következtetésekhez vezetheti el a kutatót, hogy például: a foglalkoztatás és emberierőforrás-kezelés témájáról szignifikánsan kisebb eséllyel találunk információkat a kereskedelmi vállalatoknál, mint a pénzügyieknél. Vagy: a vállalati etika témájáról elmondható, hogy erről szignifikánsan kisebb eséllyel írnak honlapjaikon a mikro-, kis-, valamint a közepes-árbevételű vállalatok, mint a nagyárbevételűek.

A kvalitatív diskurzuselemzés eljárása és az így kapott eredmények

Mindezzel szemben a kvalitatív diskurzuselemzés során teljesen más felépítést követ a kutatás. A kvantitatív tartalomelemzéssel szemben az általam használt diskurzuselemzés sokkal általánosabb kutatási kérdésekkel dolgozik, ami alapvetően a vizsgálandó jelenség meghatározására irányul. Ebben a kutatásban például arra, hogyan definiálják, adják meg a vállalatok a társadalmi szerepüket, mit jelölnek meg – explicite vagy impliciten – céljuknak, feladatuknak, szerepüknek a vállalati honlapokon.

Ennek megfelelően a diskurzuselemzés során nem egy előzetes listával állunk neki a szövegelemzésnek, ahol megnézzük, hogy az adott honlapon ez vagy az a szerep, cél vagy feladat megjelenik-e. Itt a szövegek olvasása, elemzése során alakulnak ki a 'kódok', ahogy az egyes szövegekből kibontakoznak a megfogalmazott szerepek és célok, úgy bővül a lista. Ahhoz azonban, hogy a folyamat ne legyen végeláthatatlan, és a kódok száma ne legyen végtelen, érdemes egy limitet megszabni a kódolási rendszer kialakításakor. Jelen kutatásban úgy jártam el, hogy az iteratív kódolási eljárás során a véletlenszerűen kiválasztott első 50 vállalat bemutatkozó szövegeinek többszöri átolvasásával és elemzésével kialakítottam egy vizsgálati szempontrendszert és egy hozzá kapcsolódó kódrendszert. Majd ezt a kódolási sémát átnéztem, kitisztítottam (pl. duplikációk törlése, hasonló tartalmú társadalmi szerepek összevonása stb.), majd elvégeztem a mintában szereplő további vállalati szövegek kódolását is.

Az így kialakított kódlista 48 társadalmiszerep-kódot és 29 alkódot tartalmazott (pl. 'élenjárók, kiemeltek közé tartozni' társadalmi szerepen belül 'piacvezető vállalat', 'meghatározó szerep', 'legismertebb', 'legnagyobb' stb. alkategóriák). Már maga ez a kódolás végeredményeként kialakult kódrendszer is egy eredménynek bizonyult, hiszen megragadta, hogy milyen társadalmi szerepeket mozgósítanak a hazai közép- és nagyvállalatok (ebből példákat mutat be a 4. táblázat), és eközben például milyen érintettekre hivatkoznak. Ennyiben tehát a *társadalmi szerepvállalás diskurzu-*

sának témastruktúráját adja. Emellett azt is mutatja, hogy nagyon széles a vállalatok által tematizált, azaz a diskurzusban nemcsak elvétve (legalább a vállalatok 5%-nál) megjelenő, ezáltal legitímen jelen lévő társadalmi szerepek köre.

4. táblázat

Példák a vállalati bemutatkozó szövegekben azonosított társadalmi szerepekre, célokra (N=131)

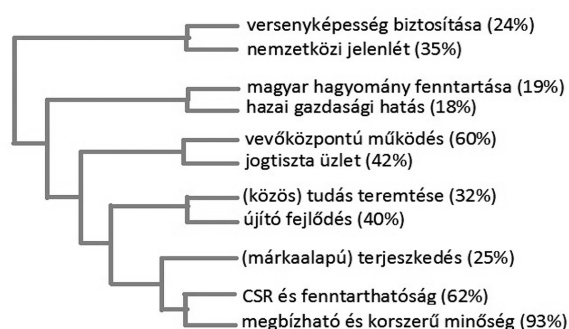
<i>Példák a társadalmi szerepekre:</i>
• minőségi gyártás, szolgáltatás • élenjárók, kiemeltek, kevesek csoportjába tartozni • igényekhez való alkalmazkodás, igények kielégítése, megfelelés • fejlesztés, újítás, innováció • piaci pozíció megszerzése, megőrzése • környezettudatosság megteremtése, fejlesztése – vállalati szinten • nemzetközi jelenlét, megjelenés • munkatársak fejlesztése • hagyományok tiszteletben tartása, fenntartása • márkaérték megteremtése, fenntartása, fejlesztése

Forrás: saját szerkesztés

Éppen ezért – bár a diskurzuselemzés általam használt megközelítése szinte kizárólag kvalitatív jellegű elemzéseket használ – ezen a ponton a társadalmi szerepek és hivatkozások bemutatása mellett azok megjelenési gyakoriságát is megvizsgáltam. Ez abban segít, hogy ne csak a listáját lássuk a diskurzusban használt céloknak és fogalmaknak, hanem képet kaphassunk azok használatának elterjedtségéről is.

3. ábra

A vállalatok által tematizált társadalmi szerepekből kibontakozó klaszterstruktúra



Forrás: saját szerkesztés

Az általános tematizációs listán felül azt is megnevezhetjük, hogy milyen társadalmi szerepklaszterek, azonosítható aldiskurzusok bontakoznak ki a vizsgált

szövegekből (3. ábra). Az NVivo használatával lehetőségünk van arra, hogy a sok szövegben együttesen előforduló szerepeket csoportokba (klaszterekbe) rendezzük. Ezek a társadalmiszerep-klaszterek úgy is tekinthetők, mint a vállalati szerepvállalással kapcsolatos egyes 'aldiskurzusok', azaz olyan szerepkészletek, amelyeket tipikusan együtt említenek a vállalatok. A kutatás során a vizsgált 48 szerepből 11 ilyen módszer-tanilag és tartalmilag is jól elkülöníthető szerepkészlet, vagyis aldiskurzus volt elkülöníthető (3. ábra).

Ezeknek az aldiskurzusoknak az azonosítása több szempontból is fontos. Bár találhatunk benne triviálisnak tűnő eredményeket, mint például azt, hogy a leggyakrabban megjelenő, a vállalatok több, mint kilenczödére jellemző társadalmiszerep-aldiskurzus a megbízható és korszerű minőség biztosítása hívószavaival írható le. Ez a vállalatok szerepét a vevők igényeinek való megfelelés révén elérhető (élenjáró) piaci pozíció megszerzésében látja, aminek kulcsa a megbízhatóság és a korszerűség. Ugyanakkor beegondolva abba, hogy milyen sokféle értelmezési keretben jelennek meg a vállalatok a különböző CSR-elméleti és szervezeti elméleti megközelítésekben, akkor fontos eredmény annak kimutatása, hogy a sok szóba jöhető tematizációból melyik az, amely a legmeghatározóbb a hazai közép- és nagyvállalati online diskurzusban, melyek azok a legfontosabb hívószavak, amelyek a legnagyobb mértékben kapcsolódnak a vállalati társadalmi szerep definiálásához.

Továbbá ezek az aldiskurzusok lehetőséget adnak a tapasztalati eredményeknek az elmélettel való összevetésére, ahogy például a jogszabályi és etikai megfelelésre építő 'jogtisztaság' elnevezésű szerepkészlet leginkább Carroll második és harmadik pillérének feleltethető meg (Carroll, 1991).

Érdekes eredmény, véleményem szerint, hogy egyértelműen megragadhatók olyan aldiskurzusok, amelyek napjaink általános társadalmi kihívásaira is reflektálnak (bár nem túl magas aránnyal), mint az az aldiskurzus, amely a tudásteremtés és tudáskezelés fogalmi keretében értelmezi a vállalati működést, vagy a globális-lokális dichotómia végpontjai a nemzetközi jelenlétet és a hazai szerepvállalást hangsúlyozó aldiskurzusokban.

Az aldiskurzusok azonosítása után a harmadik típusú eredmény, amit diskurzuselemzéssel kaphatunk, a klasszikusan a kvalitatív diskurzuselemzés körébe tartozó elemzéssel érhető el. Ez az egyes aldiskurzusok szövegeinek mélyebb vizsgálata. Jelen kutatásban a CSR-aldiskurzusba tartozó öt altéma (azaz az ebben a klaszterben tipikusan együttjáró öt társadalmi szerephez tartozó szövegrészlet) diszkurzív sajátosságainak feltárását végeztem el.

Egy ilyen elemzés során betekintést nyerhetünk abba, hogyan használják a vállalatok az egyes fogal-

makat, milyen diszkurzív stratégiákat mozgósítanak általuk, milyen legitimációs törekvésekhez kapcsolják azokat. Erre – a 'felelős magatartás' társadalmi szerepének megjelenésére – mutat példát a keretes elemzés.

A felelős magatartás társadalmi szerepének megjelenése és használata a vállalatok legitimáló diszkurzív stratégiáiban nagyon összetett. Három fő dimenzióban lehet megragadni a különböző diszkurzív eljárásokat, amiket a vállalatok alkalmaznak a felelős magatartás hangoztatása során: a felelősség alanyának kérdése, a felelősség tárgyának kérdése és a felelősség céljának kérdése. Ezt vizsgálva megállapítható, hogy a vállalati bemutatkozó szövegekben különböző diszkurzív eljárásokat használnak a vállalatok a felelősség alanyának kijelölésére: megjelenik a vállalatnak, mint önálló entitásnak a felelőssége, megjelenik a felelősségnek a munkatársak kapcsán való értelmezése és a kettőt összekapcsoló, homályosabb határokkal bíró „mi” szöveghasználat is. A felelősség tárgya nagyon változatos, a környezettől a társadalmon át a munkatársakig több minden megtalálható. A felelősség témája sok esetben csak implicit célokat foglal magában, de megtalálhatók azok a diszkurzív eljárások is, amelyek során a vállalatok deklaráltan megnevezik, hogy ezzel a magatartással a vállalat mit szeretne elérni. Ez többnyire valamely érintetti csoport elismerésére, vagy a piaci helyzet javítására irányul.

Ez a fajta elemzés láthatóvá teszi a szavak és aldiskurzusok mögötti mélyebb jelentésárnyalatokat, a használati stratégiákat és hivatkozási csoportokat. Mindezeket túlmenően a kvalitatív diskurzuselemzésnek a szövegeket mélyebben vizsgáló alkalmazása lényegesen árnyaltabbá teszi a vállalatok CSR-kommunikációjával kapcsolatos képet, hiszen rámutatott arra, hogy még a hagyományosan a vállalati társadalmi felelősség fogalomkörébe tartozó kifejezések használata is mennyire vegyes.

Ez a rövid áttekintés példákon keresztül illusztrálta, hogy milyen típusú eredményekhez juthatunk a két szövegelemzési módszer alkalmazásával.

Konklúzió: a kevert módszertan előnyei és a szövegelemzés haszna

Az előző oldalak szemléletesen illusztrálták, hogy a kevert módszertan alkalmazása releváns és fontos a szövegelemzésben és a vizsgált jelenség megragadásában. A kapott eredmények is azt mutatják be, hogy a

két módszer nagyon jól kiegészíti egymást, és együttesen tudnak egy általános leírással szolgálni, illetve mélyebb részleteket is megragadni a hazai közép- és nagyvállalatok felelősségvállalásával kapcsolatban. Ezen felül a kétféle módszer alkalmazásával értelem-szerűen kvantitatív és kvalitatív leírásokat is kaptunk a jelenségről. Ezek eredményeképpen a kutató egy mélyebb és összetettebb megértéshez jut vizsgálata tárgyában, ahogy ez a kutatás is árnyaltabb képet ad, mintha csak az egyik vagy a másik megközelítéssel vizsgáltuk volna a témát.

A módszertani keverés előnyeiben túl azonban a fenti eredmények azt is mutatják, hogy a szövegelemzés alkalmas módszer társadalmi jelenségek megragadására. A *kvantitatív tartalomelemzéssel* például gyakorisági eredményeket, ezekre ható tényezők vizsgálatát is végezhetjük, ahogy azt az előzőekben is láthattuk. Egy további fontos sajátossága a kvantitatív tartalomelemzésnek, hogy nagymennyiségű adat feldolgozására is alkalmas. Így ennek a módszernek a segítségével nagyszámú sokaságot is vizsgálhatunk, ami társadalmilag reprezentatív kutatások végzéséhez legtöbb esetben elengedhetetlen.

A másik alkalmazott szövegelemzési módszer, a *kvalitatív diskurzuselemzés* szintén nagyon érdekes és fontos eredményeket hozott a vállalatok társadalmi szerepéről. Ez a módszertan megközelítéséből fakadóan kevésbé alkalmas nagymennyiségű szöveg elemzésére, és ennek nyomán a nagyfokú általánosíthatóság sem az elsődleges célja. Ugyanakkor ennek nyomán is kaphatunk a szövegek nyelvi sajátosságain túlmutató, az adott társadalmi jelenség szempontjából meghatározó eredményeket. Az itt példaként használt kutatás esetében például megtudhattuk, hogy a vállalatok által tematizált társadalmi szerepek egy diffúz, a társadalmi hálózatokra, a globális folyamatokra, a vállalatok helyi kötődéseire, a tudás és fenntarthatóság értékeire egyaránt kitérő diskurzuspalettát mutatnak. Ez pedig arra utal, hogy a hazai közép- és nagyvállalatok működésüket és szerepüket sokkal inkább a társadalmi intézmények, a nemzetközi versus helyi folyamatok és a vállalati kapcsolatok keresztmetszetében értelmezik, mint az önmagában – az alapvetően amerikai gyökerű – CSR-elméletekből (Carroll, 1991; Wartick – Cochran, 1985; Frederick, 1986) várható. Ez pedig mind elméleti szinten, mind a hazai CSR-működést tekintve a gazdasági folyamatok erős társadalmi beágyazottságára utal (Polányi, 1996; Granovetter, 1996).

A kutatás által azonosíthatóvá váltak a vállalatok kommunikációjának fókuszában álló csoportok, a vevők és a munkavállalók – amelyek leginkább a vállalatok kommunikációjának fókuszában állnak. Bár mondhatjuk azt, hogy ez önmagában nem meglepő eredmény, tekintve, hogy a vállalati honlapok alap-

vetően ennek a két érintetti csoportnak szólnak, így értelemszerűen hozzájuk kapcsolódóan tematizálják a vállalatokat. Ugyanakkor a gyakoriságokon túlmenő elemzések mind a kvantitatív tartalomelemzés, mind a kvalitatív diskurzuselemzés esetében lényegesen árnyalták a képet, és megmutatták, hogy például a munkavállalók iránti elkötelezettség sokkal kevésbé kidolgozott és többértékű, mint a vevőkkel kapcsolatos területek.

Természetesen itt szót kell ejteni a kutatási terepből fakadó módszertani korlátról, nevezetesen, hogy a vállalati honlapok, mint elemzési egységek bizonyos fókig determinálják, hogy az eredmények erősen vevőcentrikusak lesznek (szemben például a belső kommunikációval).

Ugyanakkor azt is láttuk, hogy a CSR fogalmai és fő dimenziói magas arányban megjelentek és tematizálódtak a vállalati online diskurzus e behatárolt színterén belül is. Ez pedig azt támasztja alá, hogy a vállalati társadalmi felelősségvállalás fogalomkészlete expliciten jelen van a hazai közép- és nagyvállalati diskurzusban, a vállalati szereplők aktívan használják ezeket a társadalmi szerepük diszkurzív megteremtése és legitimálása során (Suchmann, 1995), még ha a fogalomhasználat diffúz és összetett is, és több esetben a CSR-területén kívülre mutat. Éppen ezért érdemes és érdekes a vizsgálata ebben a szövegkorpuszban is.

Mindamellet ezeknek a szempontoknak a szem előtt tartása megszüntetni nem tudja, de áthidalhatóvá teszi a szövegelemzési módszer korlátaiból fakadó problémákat, mint például az általánosíthatóság nehézsége és az elemzés szubjektivitása. Az általánosíthatóság kapcsán elmondható ugyanis, hogy a szövegek elemzésekor van ugyan egy olyan szint – nevesen a diszkurzív tartalom szintje – amely annyira beágyazott, hogy az itt feltárt kategóriák nehezen vagy egyáltalán nem általánosíthatók, mert az adott diskurzusra nézve speciálisak. De az ezen a szűken vett szövegelemzésen túllépve feltárt argumentációs stratégiák és az ezekhez kapcsolódó nyelvi kivitelezések már alapul szolgálhatnak más diskurzusok kutatásának is, azaz fellelhetők olyan érvelési eljárások és nyelvi realizációk, amelyek elválaszthatók a konkrét szövegektől és műfajoktól, és általánosabb szinten is azonosíthatók, átvihetők más konkrét diskurzusmezőkre.

Az elemzés szubjektivitásában annyit tehet a diskurzuselemző, hogy folyamatosan reflektál saját korlátaira. Ugyanakkor a fent bemutatott módszertani szempontok szem előtt tartása biztosítéka lehet annak, hogy a kutatási eredmények nem ad hoc értelmezések, hanem alaposan végig gondolt és logikusan felépített eljárások következményeképpen alakultak ki, nem személyes vélemények, hanem komoly elméleti és módszertani megfontoláson alapuló interpretációk.

Mindezek a szempontok alátámasztják, hogy minden nehézsége ellenére, a szöveg- és diskurzuselemzés egy fontos és jól használható módszer különböző társadalmi és gazdasági jelenségek vizsgálatára.

Összességében tehát elmondható, hogy egy ilyen, kevert módszertanú szövegelemzési eljárás a vizsgált társadalmi jelenség jobb és pontosabb megértését teszi lehetővé, annak ellenére, hogy a szövegeket nem tekinthetjük a tényleges cselekvések pontos megfelelőinek. Mégis, az ilyen típusú kevert módszertanú szövegelemzés olyan sajátosságokat tud kibontani, amelyek révén jobban megérthetjük egy-egy jelenség (itt a hazai vállalati felelősségvállalás) sajátosságait, és mind hazai, mind nemzetközi összehasonlításra, vagy akár lehetséges beavatkozási pontok azonosítására is használhatjuk.

Mindezek azon túl, hogy gyarapították a tudásunkat a magyar vállalati szektorról és a vállalatok társadalmi szerepéről vallott elképzeléseikről, valamint a korábbi kutatások és az elméleti megfontolások alátámasztásul és kiegészítésül szolgáltak, ahhoz is hozzájárultak, hogy célzottabban, a vállalati szerepekhez és célokhoz kapcsolódóan lehessen megszólítani a vállalatokat például további CSR-kezdemenyzésekkel. Ehhez hasonlóan segítséget nyújthat egy ilyen elemzés a CSR elterjedését célzó programok és szakpolitikák kidolgozásához azáltal, hogy részletesebb képet mutat a hazai közép- és nagyvállalatok ez irányú tevékenységéről, illetve pontosabban ennek hangsúlyairól és kerekeitől a kommunikáció és a diszkurzív legitimációs stratégiák vizsgálata által.

Felhasznált irodalom

- Alvesson, M. – Kärreman, D. (2000): Varieties of discourse: On the study of organizations through discourse analysis. *Human Relations*, 53(9), p. 1125-1149. doi: 10.1177/0018726700539002
- Antal L. (1976): A tartalomelemzés alapjai. Budapest: Magvető Kiadó
- Austin, J. L. (1990) Tettenért szavak. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Bargiela-Chiappini, F. (ed) (2009): The Handbook of Business Discourse. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Báth-Fehér Sz. (2012): Fenntarthatóság a hazai vállalati gyakorlatban – A „Versenyben a világgal” kutatási program 2009. évi kérdőíves felmérés eredményeinek vizsgálata. *Vezetéstudomány*, 43(10), p. 44-55.
- Branco, M. C. – Rodrigues, L. L. (2006): Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective.

- Corporate Communications: An International Journal, 11(3), p. 232-248. <http://dx.doi.org/10.1108/13563280610680821>
- Capriotti, P. – Moreno, A. (2007): Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. *Public Relations Review*, 33(1), p. 84–91. doi:10.1016/j.pubrev.2006.11.012
- Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, (July-August), p. 39-48. [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Chaudhri, V. – Wang, J. (2007): Communicating Corporate Social Responsibility on the Internet: A Case Study of the Top 100 Information Technology Companies in India. *Management Communication Quarterly*, 21(2), p. 232-247. doi: 10.1177/0893318907308746
- Creswell, J. W. (2009): *Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Creswell, J. W. – Plano-Clark, V. L. (2011): *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- DiMaggio, P. J. – Powell, W. W. (1991): The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. in: Powell – DiMaggio (eds): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London: The University of Chicago Press, p. 63-82.
- Fairclough, N. (1995): *Critical Discourse Analysis*. Boston: Addison Wesley
- Fairclough, N. (2005): Peripheral Vision: Discourse Analysis in Organization Studies: The Case for Critical Realism. *Organization Studies*, 26(6), p. 915–939. doi: 10.1177/0170840605054610
- Frederick, W. C. (1986): Toward CSR₃: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*, 28(2), p. 126-141.
- Gáspár J. – Magyar K. – Schneider J. (2012): *Communication of CSR in Sustainability Reports in Hungarian Companies. Műhelytanulmány*. Budapest: BCE, Vállalatgazdaságtan Intézet
- Géring Zs. (2005): 3-6-12: avagy összefoglaló művek a diskurzuselmélet területéről. *Szociológiai Szemle*, 15(2), p. 130-142.
- Géring Zs. (2008a): „Diskurzív fordulat” a társadalomtudományokban. in: Némédi Dénes (szerk.): *Modern szociológiai paradigmák*. Budapest: Napvilág Kiadó, p. 387-406.
- Géring Zs. (2008b): Ruth Wodak és a diskurzustörténeti iskola. in: Némédi Dénes (szerk.): *Modern szociológiai paradigmák*. Budapest: Napvilág Kiadó, p. 428-257.
- Géring Zs. (2014): Tartalomelemzés: a virtuális és a ’valós’ világ határán. Egy vállalati honlap-elemzés bemutatása. *Kultúra és Közösség*, 5(1), p. 9-24.
- Géring Zs. (2015a): Content versus discourse analysis. Examination of corporate social responsibility in companies’ homepage-texts. in: *SAGE Research Methods Cases*. London, United Kingdom: SAGE Publications, Ltd. <http://dx.doi.org/10.4135/978144627305014556732>
- Géring Zs. (2015b): A vállalati társadalmi felelősségvállalás online vállalati diskurzusa. Avagy mit és hogyan kommunikálnak a hazai közép- és nagyvállalatok honlapjaikon a társadalmi szerepükről és felelősségükről. Doktori disszertáció. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia Doktori Iskola
- Géring Zs. (2016): Hiányzó egyensúly a vállalati felelősségvállalás kommunikációjában. A munka és magánélet egyensúlyának meg (nem) jelenése a vállalati honlapokon. *Vezetéstudomány*, 47(1), p. 2-17.
- Granovetter M. (1996): A gazdasági intézmények társadalmi megformálása: a beágyazottság problémája. in: Lengyel Gy. – Szántó Z. (ed): *A gazdasági élet szociológiája*. Budapest: Aula Kiadó, p. 61-78.
- Grant, D. – Hardy, C. – Oswick, C. – Putnam, L. (eds) (2004): *Sage Handbook of Organizational Discourse*. London: Sage Publications
- GRI. Global Reporting Initiatives www.globalreporting.org
- GSZT (2007): A Gazdasági és Szociális Tanács Ajánlása a társadalmi felelősségvállalásról. (elfogadta a GSZT plenáris ülése 2007. október 18.-án)
- GSZT (2010): A GSZT CSR-munkacsoport 2010. első féléves szektor-áttekintő anyaga a gazdasági, a civil és az állami szféra tevékenységéről a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának előmozdítása szempontjából. Munkaanyag. Elérhető: http://csrajanlas.files.wordpress.com/2010/08/gszt_egyeb_szektorok_alternate_2010_1felev.pdf
- Harwood, T. G. – Garry, T. (2003): An Overview of Content Analysis. *The Marketing Review*, 3(4), p. 479-498. <http://dx.doi.org/10.1362/146934703771910080>
- Heracleous, L. (2006): *Discourse, Interpretation, Organization*. Cambridge: Cambridge University Press, Online ISBN: 9780511488573, Letölthető innen: <http://ebooks.cambridge.org/ebook.jsf?bid=C-BO9780511488573>
- ISO26000: Guidance on social responsibility
- Király G. – Dén-Nagy I. – Géring Zs. – Nagy B. (2014): Kevert módszertani megközelítések. Elméleti és módszertani alapok. *Kultúra és Közösség*, 5(2), p. 95-104. elérhető online: <http://www.kulturaeskozseg.hu/pdf/2014/2/09.pdf>

- Krippendorff, K. (2004): Content Analysis. An Introduction to its Methodology. Second Edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Liong, R. (2013): Carrot or stick: corporate social responsibility disclosures by Southeast Asian companies. An analysis of Social Environmental Accounting (SEA) in ASEAN Based on the Global Reporting Initiative (GRI) Index. Dissertation. Elérhető online: http://www.academia.edu/4382413/Carrot_Or_Stick_Corporate_Social_Responsibility_Disclosures_By_South_East_Asian_Companies
- Maignan, I. – Ralston, D. A. (2002): Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations. *Journal of International Business*, 33(3), p. 497-514. (Letöltve 2013. január 20-án: <http://ufirc.ou.edu/publications/corporate%20social%20responsibility.pdf> – oldal-számok az internetes verzió alapján), <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8491028>
- Málovics Gy. – Rácz G. – Csigéné Nagypál N. (2005): Corporate social responsibility and Environmental Management Systems as management practices in Hungary – theoretical and empirical insights. Absurdity in the Economy, conference CD, IAREP, Prague
- Moreno, A. – Capriotti, P. (2009): Communication CSR, citizenship and sustainability on the web. *Journal of Communication Management*, 13(2), p. 157-175. <http://dx.doi.org/10.1108/13632540910951768>
- Neuendorf, K. A. (2002): The Content Analysis Guidebook. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications
- Pataki Gy. – Szántó R. (2011): A társadalmi felelősségvállalás on-line kommunikációjának kritikai elemzése. *Vezetéstudomány*, 42(12), p. 2-12.
- Pléh Cs. – Siklaki I. – Terestyéni T. (eds) (2001): *Nyelv – kommunikáció – cselekvés*. Budapest: Osiris Kiadó
- Polányi K. (1996) [1976]: A gazdaság mint intézményszerített folyamat. in: Lengyel Gy. – Szántó Z. (ed): *A gazdasági élet szociológiája*. Budapest: Aula Kiadó, p. 37-48.
- Ransburg B. – Vágási M. (2011): A fenntartható fejlődés vállalati integrációja és kommunikációja. A hazai nagyvállalati gyakorlat vizsgálata. *Vezetéstudomány*, 42(10), p. 2-13
- Schutz, W. C. (1958): On categorizing qualitative data on content analysis. *Public Opinion Quarterly*, 22(4), p. 503-515, doi: 10.1086/266824
- Suchmann, M. C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), p. 571-610. doi: 10.5465/AMR.1995.9508080331
- Szegedi K. (2012): Hazai nagyvállalati etikai kódexek tartalmi elemzése. *Vezetéstudomány*, 43(különszám) pp. 47-55.
- Titscher S. – Meyer M. – Wodak R. – Vetter E. (2003 [2000]): *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage Publications
- van Dijk, T. A. (1997): The Study of Discourse. in: T. A. van Dijk (ed): *Discourse as structure and process. Discourse Studies 1. A Multidisciplinary introduction*. London: Sage Publications, p. 1-34.
- van Dijk, T. A. (2000): A kritikai diskurzuselemzés elvei. in: Szabó M. – Kiss B. – Boda Zs. (szerk.): *Szövegváltozatok a politikára. Nyelv, szimbólum, retorika, diskurzus*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, p. 442-477.
- Wanderley, L. S. O. – Lucian, R. – Farache, F. – Filho, J. M. de S. (2008): CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 82(2), p. 369-378. doi: 10.1007/s10551-008-9892-z
- Wartick, S. L. – Cochran, Ph. L. (1985): The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4), p. 758-769. doi: 10.5465/AMR.1985.4279099
- Wetherell, M. – Taylor, S. – Yates, S. J. (eds.) (2003): *Discourse Theory and Practice. A reader*. London: Sage Publications
- Wodak, R. (2001a): What CDA is about – a summary of its history, important concepts and its developments. in: R. Wodak – M. Meyer (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications, p. 1-13.
- Wodak, R. (2001b): The discourse-historical approach. in: R. Wodak – M. Meyer (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications, p. 63-94.
- Wodak, R. – Meyer, M. (2002): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications

KIRÁLY Gábor

RENDSZEREK ÉS KAPCSOLATOK

– A RÉSZVÉTELI RENDSZERMODELLEZÉS MÓDSZERÉNEK BEMUTATÁSA A FELSŐOKTATÁSRÓL KÉSZÍTETT OKSÁGI DIAGRAMOK PÉLDÁJÁN

A tanulmány a részvételi rendszermodellezés folyamatát és eredményeinek elemzését mutatja be, egy, a magyar gazdasági felsőoktatás jövőjével foglalkozó projekt (*Iskola a jövőben*) kapcsán. A részvételi rendszermodellezés során a résztvevők fogalmakat, változókat keresnek egy valós probléma leképezésére, majd kapcsolatokat, végül pedig visszacsatolási hurkokat azonosítanak a közösen kialakított változók között. A folyamat eredménye egy összetett, számos tényezőt és összefüggést felvázoló ábra, amely az adott témával kapcsolatban tükrözi a résztvevők gondolkodását, valamint alapvető feltevéseiket a terület működéséről és hatásmechanizmusairól.

Az *Iskola a jövőben* részvételi projektben két érintett csoport vett részt: gazdasági felsőoktatásban dolgozó oktatók és kutatók, valamint gazdasági és társadalomtudományi szakokon tanuló hallgatók. Mindkét csoport elkészítette a saját rendszermodelljét a magyar felsőoktatás jelen állapotáról, amelyek önmagukban is érdekesek és elemezhetők.

A tanulmány célja ezért kettős. Egyrészt a projektben készített modellek példáján bemutatja, hogy milyen szempontok szerint és milyen módon elemezhetők a rendszermodellek. Másrészt pedig a motiváció tényezőit alapul véve (amelyek mindkét rendszermodellben szerepelnek) az írás arra is kitér, hogy milyen módon hasonlíthatók össze azonos tematikájú, de eltérő szemlélettel rendelkező érintett csoportok rendszermodelljei. A tanulmány befejező része olyan kérdésekre reflektál, hogy a részvételi rendszermodellezés módszere milyen módon és milyen feltételek mellett használható a szervezeti jelentésadási folyamatok katalizálására, valamint a szervezeti tanulás elősegítésére.¹

Kulcsszavak: részvétel, részvételi rendszerdinamika, felsőoktatás-kutatás, szervezeti tanulás, jelentésadás

A tanulmány a részvételi rendszermodellezés módszerét² kívánja bemutatni az *Iskola a jövőben* projektben³ készült oktatói és hallgatói modellek felhasználásával. A részvételi rendszermodellezés egy alapvetően kvalitatív adatgyűjtési módszer, amelynek során az érintett csoport képviselői egy változókból és a köztük lévő kapcsolatokról álló összetett ábrát vázolnak fel egy adott problémával, területtel vagy eseménnyel kapcsolatban. A résztvevők tehát a folyamat során képzett és tapasztalt facilitátorok segítségével a gondolkodásukat egy logikai szempontból meglehetősen zárt és formális nyelvre fordítják le, amely viszont lehetővé teszi komplex oksági viszonyok leképezését viszonylag rövid idő alatt.

A rendszerdinamikai gondolkodásról, és ezen belül is a részvételi rendszermodellezésről, már több írás is megjelent az elmúlt években (Pataki et al., 2013; Ki-

rály et al., 2014; Király – Miskolczi, 2016). Ezekben a tanulmányokban a szerzők egyrészt a folyamat mögötti elméleti hátteret mutatták be részletesen, másrészt pedig a rendszermodellezést mint adatgyűjtési eszközt tárgyalták. Kapcsolódva ezekhez az előzményekhez, jelen tanulmány kifejezetten arra helyezi a hangsúlyt, hogy milyen szempontok figyelembevételével kezdhet neki egy kutató az érintettek által létrehozott térképek elemzésének. Amennyire a szerző rálát az ezzel kapcsolatos diskurzusra, ez a kérdés kevés figyelmet kapott a rendszermodellezést részvételi környezetben alkalmazó kutatások ismertetésénél – nem csupán a hazai, hanem a nemzetközi tudományos művekben is (Van Eaton et al., 2002; Antunes et al., 2006; Sedlacko et al., 2014; Videira et al., 2014). Hasonlóan kevésbé tárgyalt szempont annak a kérdése, hogy a különböző

érintett csoportok által létrehozott oksági diagramok hogyan, milyen módon hasonlíthatók össze egymással – más szavakkal, mit tudhatunk meg a csoportok gondolkodásának különbségeiről és hasonlóságairól az ábrák elemzése által.

A tanulmány a következő módon épül fel. Az írás elsőként a részvételi rendszermodellezés módszertanát és a folyamatban használt ábratípust (komplex oksági diagram) tárgyalja. Ezután következik az *Iskola a jövőben* projekt rövid bemutatása, amelyben a részvételi rendszermodellezés módszerét alkalmaztuk, és amelynek eredményeit a tanulmány illusztrációként használja. A harmadik rész már kifejezetten az ábrával kapcsolatos elemzési módok bemutatására, valamint a különböző érintett csoportok által készített ábrák összehasonlításának lehetőségeire koncentrálna. Az írás befejező része a részvételi rendszermodellezés módszerének alkalmazhatóságát a szervezeti tanulás és a jelentésadás kontextusaiban értelmezi.

A részvételi rendszermodellezés bemutatása

A részvételi rendszermodellezés (Stave, 2010) egy olyan részvételi technika (Pataki, 2007; Kiss, 2014; Málovics et al., 2015), amely során az érintettek maguk hozzák létre egy rendszer oksági térképét, támaszkodva a területtel kapcsolatos tudásukra és tapasztalatukra. A folyamatban használt ábratípust, a komplex oksági diagramot (causal loop diagram; CLD; Haraldsson, 2000; Schaffernicht, 2010) a rendszerdinamika megközelítésén belül fejlesztették ki, hogy komplex rendszerek belső dinamikáját viszonylag egyszerű módon le tudják képezni. A rendszerdinamikai szemléletmódot ebben a tanulmányban nem tárgyaljuk részletesen, mivel más tanulmányok már hosszabban kifejtették (Morecroft, 2010; Richardson, 2011; Pataki et al., 2013).

Esetünkben elég annyit megjegyezni, hogy ebben a rendszerközpontú megközelítésben az általános rendszerelmélettel szemben (Boulding, 1956) nem a homeosztatisz, önszabályozó rendszerek vizsgálata van a középpontban. Pontosabban a rendszerdinamikai gondolkodásban pont az az egyik alapkérdés, hogy miért viselkednek bonyolult és összekapcsolt rendszerek sok esetben nem szándékolt és nem várt módon (például összeomlást, kilengést, hirtelen exponenciális növekedést vagy csökkenést produkálva stb.). Sok esetben úgy tűnhet, hogy egy rendszerben bekövetkezett hirtelen és váratlan változások külső tényezőnek vagy sokknak tulajdoníthatók. Ennek megfelelően a mindennapi gondolkodásunkra is az a jellemző, hogy megpróbálja megtalálni a fő „felelőst”, a fő „okot” a történetek mögött. A rendszerdinamikai szemlélet ezzel szemben az okok mögötti összefüggést igyekszik feltárni, és egy rendszer belső struktúrája alapján keres magyarázatokat (Morecroft, 2010).

Maga a használt ábratípus is erre a szemléletmódra épül. Egy rendszer belső oksági struktúráját igyekszik feltárni és megjeleníteni – hogy annak összefüggései és esetleges sérülékenysége elemezhető legyen (Meadows, 2008). Ebben a tekintetben a részvételi rendszertérképezés kifejezetten egy alkalmazott társadalomkutatási módszer, hiszen a rendszerek megismerésének igénye összekapcsolódik a potenciális változtatási és fejlesztési lehetőségek kutatásával. Érdemes kiemelni, hogy természetesen a komplex oksági diagram nem csupán részvételi, csoportos kontextusban működőképes, hanem egyéni gondolkodáshoz is jól használható logikai eszköz. Az alábbiakban röviden ezt az ábratípust mutatjuk be, majd azt ismertetjük, hogy hogyan alkalmazható részvételi környezetben.

A komplex oksági diagram leírása

A komplex oksági diagramok egy egyszerű logikai nyelv elemeiből épülnek fel: (1) változókból, (2) változók közötti kapcsolatokról és (3) oksági körökbe rendeződő oksági láncolatokból (azaz több változót összekötő kapcsolatokról). Utóbbiakat hívjuk visszacsatolási mechanizmusoknak is, és általában ezek a visszacsatolások alkotják a rendszer szívet, vagy – kevésbé romantikusan fogalmazva – leginkább ezek a körkörös mechanizmusok határozzák meg a rendszer viselkedését. Ez a három egyszerű elem már elégséges ahhoz, hogy átlátható módon bonyolult összefüggésszisztemeket ábrázolhassunk.

Természetesen, mint minden nyelvben, itt is van pár „nyelvtani” szabály, amely hozzásegít, hogy a létrehozott eredmény értelmes és mások számára értelmezhető legyen. Egyrészt fontos a változók megfogalmazása. Alaphelyzetben ez annyit tesz, hogy egy változó ténylegesen tudjon *változni*, azaz el tudjunk képzelni olyan állapotokat, amikor több vagy kevesebb van az adott tényezőből. Nyilván az az ideális eset, ha a változókhoz mértékegységet is tudunk rendelni (pl. fő, HUF, liter, pulzusszám, tanulmányi átlag). Ehhez azonban nem érdemes ragaszkodni, hiszen egy rendszerben számos olyan tényező bírhat fontossággal, amellyel kapcsolatban nehézkes a mértékegység meghatározása – például a munkatársak kreativitása, lojalitása vagy a hallgatók motivációja.

A változók közötti kapcsolatok esetében fontos, hogy ténylegesen oksági kapcsolatokat, és ne csupán korrelációt (változók közötti együttjárást) jelöljenek. Az oksági kapcsolatok egyébként nem semlegesek, hanem pozitív vagy negatív polaritásúak lehetnek. Sokszor ez félreértést eredményez, mert a pozitív kapcsolat sokakban azt a képzetet kelti, hogy számunkra előnyösnek ítélt kimenetellel rendelkező kapcsolatról van szó.⁴ Ezzel szemben a kapcsolat polaritása csupán

annyit jelöl, hogy egy oksági kapcsolaton belül két változó egy irányba (pozitív: pl. elolvasott tudományos írárok száma és fáradtságszint) vagy eltérő irányba mozog-e (negatív: pl. alvásmennyiség és fáradtságszint). Az oksági kapcsolatok vizuális megjelenítése nyilakkal történik, és a nyilak '+' és '-' jelekkel vannak ellátva (ld. az ábrákon).

Végül a visszacsatolási hurkok esetében érdemes megjegyezni, hogy ezek is lehetnek pozitív vagy negatív polaritásúak. Pozitív visszacsatolásról beszélünk, ha a hurok öngerősítő. Ebben az esetben – bárholnán induljunk is a körben – a mechanizmus megerősíti a kezdeti lépést, folyamatos (akár exponenciális) növekedést vagy csökkenést előidézve (pl. minél kevesebbet alszom, annál több hibát véték a munkámban; minél több hibát véték a munkámban, annál többet kell dolgoznom; minél többet dolgozom, annál kevesebbet alszom). Negatív visszacsatolásról akkor beszélünk, ha egy mechanizmus önszabályozó – tehát a hurok a kezdeti lépés ellenében hat (pl. minél többet költök, annál kevesebb pénzem van; minél kevesebb pénzem van, annál többet dolgozom; minél többet dolgozom, annál kevesebb időm van; minél kevesebb időm van, annál kevesebbet költök). Ennek megfelelően azt, hogy egy visszacsatolási mechanizmus pozitív vagy negatív, úgy állapíthatjuk meg, hogy egy tetszőleges pontból kiindulva végigkövetjük lépésenként az oksági kört, mint ha egy történetet mesélnénk el: ha a végén a kiindulási tényező változása megegyezik az eredeti feltételezésünkkel (ld. fent a kevesebb alvás példáját), akkor pozitív, ha pedig ellenében hat (ld. fent a pénzköltés példáját), akkor negatív visszacsatolásról beszélhetünk. Mindennek van egy egyszerűbb módja is. Nézzük meg a negatív kapcsolatok számát az oksági körben: ha a negatív kapcsolatok száma páros szám (pl. 0, 2, 4 stb.), akkor a hurok öngerősítő; ha páratlan, akkor önszabályozó (a visszacsatolási hurkok polaritásáról bővebben lásd: Sterman, 2000, p. 143-146.).

A részvételi rendszermodellezés módszere

A szakirodalomban a részvételi rendszermodellezés (Stave, 2002, 2003, 2010) általában jelenti a különböző rendszerdinamikai modellezési eszközök alkalmazását részvételi környezetben. Az alábbi részek nem törekednek az egész terület sokszínűségének bemutatására (a módszer alkalmazási területeivel kapcsolatban lásd Király–Miskolczi (2016) tanulmányát), csupán a komplex oksági diagram részvételi környezetben történő alkalmazását mutatják be, amelyet a kutatók már a hazai projekteken is alkalmaztak. A fentiek fényében nem érheti nagy meglepetés az olvasót: maga a részvételi folyamat is követi az ábra felépítésének belső logikáját. Első körben a résztvevők a fő változókat azonosítják

egy adott témával kapcsolatban. Ezek után megpróbálják meghatározni a változók között lévő kapcsolatokat – eközben, ha szükséges, további (köztes) tényezőkkel egészítik ki a változók készletét. Végül pedig azonosítják a kialakuló visszacsatolási mechanizmusokat. Továbbá, ha ez is része még a folyamatnak, akkor még azt is megpróbálják meghatározni, hogy a rendszer mely pontjai lehetnek alkalmasak a beavatkozásra – vagyis hol lehet hatékonyan és eredményesen befolyásolni a rendszer működését.

Mindez azért több, mint egy egyéni gondolkodási módszer, mert a résztvevők képzett facilitátor(ok) támogatásával minden fázisban közösen vitatják meg, hogy mi és hogyan kerüljön a modellbe. Ezeknek a beszélgetéseknek és vitáknak a mentén felmerülhetnek szemléletbeli különbségek a résztvevők között. Maguk a különbségek teremtik meg a lehetőséget a közös reflexiókra azzal kapcsolatban, hogy az egyes szereplők milyen tudástartalmakra támaszkodnak, és milyen előfeltételezésekkel élnek a „világ” működésével kapcsolatban.⁵ Az ábra csoportban történő készítésének pont ez a közös tanulási élmény lehet az egyik fő hozzáadott értéke. A résztvevők egy viszonylagosan semleges közvetítő nyelv segítségével találkozhatnak mások tudásával és tapasztalataival, és így a saját tudásukhoz, világszemléletükhöz is reflexív módon viszonyulhatnak.

Ezzel kapcsolatban érdemes kiemelni, hogy a rendszermodellezés azokban a kutatási helyzetekben használható jól amikor az, amit fel szeretnénk tární lefordítható oksági viszonyokra. Talán pont ezért alkalmazzák gyakran a módszert a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos kutatásokban, hiszen ezekben az esetekben két vagy akár több rendszer (környezeti, társadalmi, gazdasági stb.) egymásra gyakorolt hatásának megértése van a középpontban. Viszont pont ebben rejlik a módszer egyik legfőbb hátránya is. Azáltal, hogy változókra és oksági kapcsolatokra koncentrálunk sok esetben pont az veszhet el a fordításban, amely a kvalitatív kutatásokban a legértékesebb: az egyéni, szubjektív látásmódok bemutatása írott vagy beszélt nyelvi szövegrészek, történetek, metaforák és/vagy humor formájában. Még ha az ezekben fellelhető információs tartalom egy része meg is marad és látható válik az elkészített ábrán, túl sok mindent veszíthetünk el a kvalitatív adatok mélységéből.

Másik oldalról viszont az adatok „tömörsége” lehetővé teszi, hogy a teljes részvételi folyamat egyetlen papírlapon történjen, így a gondolkodási folyamat is könnyen dokumentálható és vizuálisan követhető. A közös munka során a változókat érdemes post-it cédulákra írni, így szabadon átrendezhetők maradnak a rendszer esetleges újrarajzolása esetén. Ehhez az „egylapos” jellemzőhöz kapcsolódik az a szempont is, hogy

a résztvevők szó szerint körbeveszik a rendszermodellezéshez használt papírlapot, így maga a rendszertérkép a kezük alatt és a szemük előtt formálódik. Ez azt is jelenti, hogy már a folyamat kezdetétől résztvevői élményük lehet, azaz nem csupán „alanyai” egy kutatási folyamatnak, aminek a kimeneteiről nem értesülnek, hanem a facilitátorok támogatásával ők maguk alkotják meg a kutatási folyamat eredményét.

Megemlíthető viszont, hogy ennek a gondolkodási technikának az alkalmazásához szükséges egy bizonyos előképzettség és gyakorlat. Míg egy olyan kutatás esetén, amely során gondolattérképek elkészítésére kérjük a résztvevőket (ld. Miskolczy et al., 2016), nem szükséges a csoporttal előzetesen gyakoroltatni az ábratípust, a részvételi rendszermodellezést mindig megelőzi a résztvevők rövid felkészítése és annak „ellenőrzése”, hogy tényleg megértették-e módszer fő szabályait. Ez – más kvalitatív technikákkal (Horváth – Mitev, 2015) összehasonlítva – nehézkessé teheti a módszer alkalmazását, főleg abban az esetben, ha korlátozott idő áll a kutató rendelkezésére.

Természetesen felmerülhet az a kérdés is, hogy kit lehet bevonni egy ilyen folyamatba. A szükséges tudástőkéhez érdemes kiemelni, hogy a módszer által megkövetelt gondolkodási stílus meglehetősen kötött, valamint viszonylag magas absztrakciós szintet és folyamatos mentális erőfeszítést követel meg a résztvevőktől. Ez azt is jelentheti, hogy inkább csak a képzetebb, magasabb tudástőkével rendelkező csoportok bevonására alkalmas a módszer (Király et al., 2014, 2016a). Mindazonáltal érdemes kiemelni, hogy vannak olyan szakemberek, akik kifejezetten részvételi módon használnak rendszerdinamikai eszközöket marginalizált közösségek bevonásával (Hovmand, 2014), ami relativizálja a fenti állítás létjogosultságát. Összességében tehát nem egyértelmű, hogy ténylegesen csak a magasabb képzettséggel lehetne a módszert alkalmazni. Az viszont biztosan kijelenthető, hogy minden képzettségi szinten lehetnek résztvevők, akik nem érzik jól magukat a rendszermodellezés formális gondolkodási stílusán belül és sokkal jobban kedvelik az asszociatívabb, szabadabb gondolkodási technikákat (mint például a gondolattérképezést). A folyamat előkészítésénél tehát érdemes figyelembe venni a bevont csoport társadalmi, szakmai háttérét és habitusát, mert a csoport képzettségi szintje és a résztvevők hozzáállása más-más facilitációs stílusokat és szerepeket követelhet meg.

Az is kérdés, hogy mennyire legyenek homogének a csoportok. A folyamat részvételi jellegéből és céljaiból fakadóan jó, ha minél többféle tudás és tapasztalat jelen van a közös rendszermodell kidolgozásánál. Vennix például szervezeti környezetben hangsúlyoz-

ta a modellépítés hasznosságát még részlegek között fennálló konfliktusok esetén is. A modellépítés során ugyanis létrejöhet egy olyan közös értelmezési keret, ami feloldhatja, vagy legalábbis tágabb kontextusba helyezheti a szervezeti szereplők közötti ellentéteket (Vennix, 1996, 1999). Ugyanakkor kiemelten fontos, hogy a résztvevők között ne legyen intézményi függés és/vagy túl nagy hatalmi különbség, mert ez a függő vagy kevesebb hatalommal rendelkező résztvevők kivonulását és elnémulását, vagyis szempontjaik eltűnését okozhatja a folyamatból. Többek között emiatt szerveztünk két külön részvételi eseményt az oktatók és a hallgatók számára az *Iskola a jövőben* projektben. A következő részben röviden ismertetem a kutatási projektet, hiszen a tanulmány második fele a projektben készült ábrákat használja fel az elemzés módszereinek bemutatására.

A részvételi rendszermodellezés alkalmazása az *Iskola a jövőben* projektben

A részvételi rendszermodellezés módszerét nem önmagában, hanem egy módszertani kombinációban (Király et al., 2016a, b) alkalmaztuk egy kutatási – az *Iskola a jövőben* – projekt keretében. A vizsgálat megkísérelte feltárni, hogy a képzésben aktívan részt vevő oktatók/kutatók és hallgatók hogyan gondolkodnak a jelenlegi hazai felsőoktatási rendszerről, milyen jövőképet tartanak a gazdasági képzés jövőjével kapcsolatban ideálisnak (‘normatív vízió’), és milyen lépéseket és utakat tudnak azonosítani, amelyek segítségével a felsőoktatási rendszert el lehet mozdítani az általuk kidolgozott normatív vízió irányába. Ennek a három szakasznak ((1) jelen helyzet elemzése – gondolkodási keretek meghatározása – azaz a folyamat *keretezése*, (2) *vízióalkotás*, (3) majd a szükséges lépések *visszafejtése* a normatív jövőképből) az egymásra épülése alkotja a jövőkutatásban gyakran használt backcasting (Köves, 2015) megközelítés alapját. Ezt a megközelítést az érintettek bevonásával, részvételi módon alkalmaztuk, amelyet részvételi backcastingnak neveznek a szakirodalomban (Köves, 2016; Wang, 2011).

Mivel a részvételi backcasting inkább tekinthető egy módszertani szemléletnek, mint egy pontosan meghatározott és kodifikált módszertannak, a folyamat részletes kidolgozásának feladata a kutatói csapatra várt, így a fenti backcasting szakaszokra egy-egy részvételi módszertani technikát alkalmaztunk. A keretezésre a részvételi rendszermodellezést (Sedlacko et al., 2014), a vízióalkotásra a világvázlat (Gáspár et al., 2014), a visszafejtésre pedig a jövőkerék (Glenn, 2009) technikáját használtuk. A folyamatot és a részvételi technikák egymáshoz kapcsolódását az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra

A részvételi backcasting folyamat felépítése és a részvételi technikák egymáshoz kapcsolódása



Az úgynevezett részvételi backcasting műhely kettő napja során tehát oktatók (2015. január), valamint hallgatók (2016. február) a fenti logikára építve dolgozták ki a gazdasági felsőoktatás jövőjének egy lehetséges szcenárióját és az ahhoz vezető lépéseket. Ezeken a részvételi eseményeken a folyamat elején használtuk a részvételi rendszermodellezés módszerét a keretezés céljából, vagyis azért, hogy a segítségével a résztvevők meghatározzák a számukra legfontosabb tényezőket, amelyeket a továbbiakban tárgyalnak más részvételi módszerek (világkávészó, jövőkerék) keretében.

Ebben az értelemben tehát a rendszermodellezés nem volt a középpontban, hanem inkább megalapozó szerepe volt a folyamat további szakaszainak szempontjából. Mindazonáltal a rendszermodellezési folyamatok eredményei nem csupán a további beszélgetések és viták katalizátoraként voltak használhatók. Önmagukban is érdekesek és értékesek (az oktatói rendszermodellről bővebben: Király et al., 2016b), hiszen egy sajátos láttelepet adnak arról, hogy a felsőoktatás működése szempontjából kiemelt célcsoportok tagjai (vagyis az oktatók és a hallgatók) hogyan látják a jelenlegi felsőoktatási rendszer működését, milyen fő tényezőket és hatásmechanizmusokat tudnak azonosítani. Ezeknek az előfeltételezéseknek és tapasztalatoknak a megismerése azért is kiemelt fontosságú, mert az egyes szereplők ezek alapján hoznak döntéseket és cselekednek a mindennapokban. Az alábbiakban a tanulmány a két rendszermodell elemeit nem a maguk teljességében, hanem illusztrációként használja fel az elemzési módok leírásánál.

A komplex oksági diagram elemzési lehetőségei

Az alábbiakban a részvételi rendszermodellezés eredményével kapcsolatos különböző elemzési, majd összehasonlítási módokat mutatjuk be. Érdekes kiemelni, hogy egyes részvételi rendszerdinamikai kutatásokban (Stave, 2002, 2010) a komplex oksági diagram csak egy kiindulópont, hiszen a kutatók ennek eredményeit aztán számítógépes szimulációkra fordítják le, amelyeken a résztvevőkkel együtt modellezik a lehetséges kimeneteket és szcenáriókat. Mindazonáltal azokban

a tanulmányokban, ahol ezt a plusz lépést nem tették meg, és „csupán” egy ábra volt a kimenet (Vennix, 1999; Van Eaten, 2002; Antunes et al., 2006; Sedlacko et al., 2014; Videira, 2014), a jelen tanulmány szerzője nem talált arra vonatkozó leírást, hogy a kutatói csapat milyen módon elemezte a kialakult eredményeket. Ezért az alábbiakban az írás több utat is felvázol, amelyekből a kutató választani tud, vagy amelyeket tetszés szerint kombinálni tud az adott vizsgálat céljai szerint.

A kör négyszögesítése, avagy a kvalitatív ábra elemeinek kvantifikálása

Bár a komplex oksági diagram esetében egy alapvetően kvalitatív és részvételi módszertan eredményéről beszélünk, az ábra elemzésének egyik kézenfekvő módja, ha számokra fordítjuk át annak elemeit – „számolva” persze azzal, hogy rengeteg minden elvész a fordításban. Ennek több módja lehetséges, amelyeket az alábbiakban röviden bemutatok.

A változók és a kapcsolatok száma

Az első lehetőség, ha egyszerűen megszámláljuk, hogy mennyi változó és mennyi kapcsolat van az adott ábrában. Wheeldom és Ahlberg (2012) például fogalomtérképek vizsgálatánál használták a fogalmak és a kapcsolatok számát. Ennek segítségével például meg lehet vizsgálni, hogy a hallgatók beépítették-e egy egyetemi kurzus során hallottakat/tanultakat a saját tudásukba (Wheeldom – Ahlberg, 2012, p. 64-71.). Más szavakkal, kiterjedtebbé vált-e a fogalmi hálójuk (hallgatók által mozgósított fogalmak száma) a kurzus végére, és mennyire látják a kapcsolatokat a használt fogalmak között (kapcsolatok száma). Hasonló módszert alkalmaztak Miskolczi és szerzőtársai (2016) a tanulás és a tanulási stílusok felmérésére hallgatói gondolatértékek felhasználásával.

Mivel a komplex oksági diagramok is változókból és kapcsolatokból állnak, így ezek az ábrák is a fentiekhez hasonló módon elemezhetők (változók és oksági kapcsolatok számának mentén). Érdekes azonban megjegyezni, hogy részvételi környezetben talán ez az elemzési mód kevésbé hasznos, hiszen az oktatáskutatással szemben ritka, hogy ezekben a projekteknél nagyszámú oksági ábrát hasonlítsunk össze egymással. Mindazonáltal ez a fajta deskriptív elemzés egyszerű mutatókat szolgáltathat abban a tekintetben, hogy különböző csoportok milyen kiterjedt tudással rendelkeznek a területen és mennyire összetett, mennyire „sűrű” szöveges ez a tudáshálózat. Természetesen az egyszerűbb leírásnál összetettebb vizsgálatra is lehetőség van, ha az ábrák attribútumait a csoportok összetételével vagy a tagokkal kapcsolatos változókkal összefüggésben elemezzük (ez utóbbira szintén ld.

Miskolczi és szerzőtársai írását (2016)). Az *1. táblázat* is ilyen egyszerű mutatókat tartalmaz az oktatói és a hallgatói csoport által készített rendszermodellekkel kapcsolatban.

1. táblázat

A rendszermodellekkel kapcsolatos egyszerű deskriptív mutatók

	Változók száma	Kapcsolatok száma	Visszacsatolási hurkok száma
Oktatói rendszermodell	43	54	6
Hallgatói rendszermodell	44	75	10

Az igaz, hogy csupán a fenti számok alapján túl sok mindent nem tudunk meg az ábrák tartalmáról és ezáltal az oktatói vagy a hallgatói csoport gondolkodásáról. Ellenben az már ezekből az egyszerű mutatókból is kiderül, hogy a hallgatók és az oktatók gyakorlatilag azonos számú változót mozgósítottak, viszont a hallgatók esetében jóval sűrűbb lett a változók közötti kapcsolati hálózat. Bár ezek a mutatók nem mutatják a tudást, amivel a csoportok tagjai rendelkeznek a témáról, de azért azt várhatnánk, hogy a hallgatókkal összehasonlítva az oktatói csoport képzettségéből és tapasztalataiból fakadóan összetettebb modellt hoz létre. Ezzel szemben az *1. táblázat* alapján az látható, hogy a hallgatói csoport egy komplex és sok tényezőre kiterjedő rendszermodellt vázolt fel, amelyen belül a kapcsolatok és a visszacsatolási hatásmechanizmusok száma meghaladja az oktatói változatot. Ahogy fent már említettem, az ilyen jellegű összehasonlításnak nagyobb a relevanciája, ha nagyszámú ábrát hasonlítunk össze a csoportok valamilyen attribútumai alapján. Így inkább csak illusztrációként szolgálnak a fenti számok, illetve a további elemzési módokhoz nyújtanak információt.

A változók fontossága a kapcsolatok száma és iránya alapján

Lehetséges továbbá, hogy a különböző mutatók felhasználásával a rendszermodell első felépítéséről és az egyes változók „súlyáról” tegyünk megállapításokat. Ennek talán a legjobb módja, ha a kapcsolatok száma mentén rangsoroljuk a változókat. Az *Iskola a jövőben* projektben egyébként pont ezt az eljárást alkalmaztuk, hogy az érintett csoportok maguk határozzák meg a számukra legfontosabb tényezőket a rendszerben. Ez a rangsorolás egyrészt jól mutatja, hogy az adott érintett csoportban milyen változókat tartanak fontosnak, melyek azok a tényezők, amelyek szerintük

erősen be vannak „kötve” a rendszer egészébe. Másrészt, pont emiatt ezek a változók lehetnek a legfontosabbak a rendszer működésének és viselkedésének leírása szempontjából.

Ennek a szempontnak a vizsgálatához – azaz, hogy mely változók játszanak kulcsszerepet a rendszer viselkedésében – még finomabb mutatókat lehet kölcsönözni a társadalmi hálózatelemzés területéről (Takács, 2011), ha az úgynevezett „kifok” (outdegree) és „befok” (indegree) indikátorokat alkalmazzuk az elemzésnél és a rangsorolásnál. Az oksági ábra esetén a „kifok” azt jelenti, hogy mennyi oksági kapcsolat indul az adott változóból, míg a „befok” azt mutatja, hogy mennyi oksági kapcsolat mutat az adott tényezőre. Ezek alapján – bár ez az egyes modellek esetén eltérhet – azt az óvatos állítást lehet megfogalmazni, hogy azok a tényezők határozzák meg leginkább a rendszer működését, amelyekből sok oksági kapcsolat indul (magas kifok számmal rendelkeznek), míg azok, amelyekbe sok kapcsolat fut be (magas befok számmal rendelkeznek), a rendszer működésének milyenségét/minőségét reprezentálják. Természetesen lesznek olyan tényezők, amelyek mindkét rangsorban előkelő helyet foglalnak el (lásd pl. a finanszírozás szintje változót a *2. táblázatban* az oktatói oldalon).

A *2. táblázat* a fő változók listáját mutatja mindkét érintett csoportban. Mivel azokat a tényezőket soroltuk fel, amelyek legalább 4 kapcsolattal rendelkeznek, és a hallgatók sűrűbb szövéssű oksági ábrát készítettek, így értelemszerűen ennek a csoportnak a listája is hosszabb lett. Annyi tartozik még az alábbi táblázathoz, hogy az azonos kapcsolatszámúval rendelkező változók abc-sorrendben szerepelnek, valamint szürke háttérrel és dőlt betűvel láthatók azok a változók, amelyek legalább 3 kifelé mutató oksági kapcsolattal rendelkeznek. Ezek a változók tekinthetők a rendszerek „motorjainak”, abban az értelemben, hogy ezek mozgatják a rendszert.

Pár szóban érdemes reflektálni arra, hogy a változók ilyen jellegű rangsorolása milyen módon teszi lehetővé a rendszermodellek összehasonlító elemzését. Kezdjük a két csoport változói közötti hasonlóságokkal a *2. táblázat* alapján. Szembetűnő, hogy a finanszírozás és a jelentkezők/potenciális hallgatók száma mindkét csoportnál kiemelt fontossággal bír. Hasonlóképpen az oktatók motiváltsága is nagyon releváns mindkét csoport számára, valamint a hallgatóknál az oktatás minősége jelenik meg mint az egyik központi változó – ez ilyen direktan nem jelent meg az oktatóknál, akik inkább több változóval fedik le a jelenségkör (oktatók felkészültsége, oktatás-módszertani sokszínűség, tehetség-gondozás szintje). Összefoglalva tehát a finanszírozás, a potenciális hallgatók, az oktatók motiváltsága és az oktatás minősége azok a tényezők, amelyekben a két

A különböző tényezők sorrendje a kapcsolatok száma alapján
(legalább 4 oksági kapcsolattal rendelkező változók)

Oktatói rendszermodell				Hallgatói rendszermodell			
Változó	Kapcsolat	Befelé	Kifelé	Változó	Kapcsolat	Befelé	Kifelé
<i>Finanszírozás szintje</i>	14	6	8	<i>Oktatás minősége</i>	11	8	3
<i>Potenciális hallgatók száma</i>	13	10	3	<i>Hallgatók motiváltsága</i>	10	9	1
<i>Oktatók motiváltsága</i>	11	9	2	<i>Intézmény presztízse</i>	8	5	3
<i>Oktatók felkészültsége</i>	6	4	2	<i>Jelentkezők száma</i>	7	6	1
<i>Oktatók elérhetősége (munkaerő-piaci)</i>	4	3	1	<i>Diploma elismertsége</i>	6	3	3
<i>Oktatók fizetése</i>	4	2	2	<i>Felsőoktatásra fordított pénz</i>	6	1	5
<i>Oktatás-módszertani sokszínűség mértéke</i>	4	4	0	<i>Oktatók motivációja</i>	6	5	1
<i>Tehetséggondozás szintje</i>	4	3	1	<i>Tudás hasznossága</i>	6	5	1
				<i>Kutatásra fordított erőforrások</i>	5	2	3
				<i>Vállalati kapcsolatok száma</i>	5	0	5
				<i>Elhelyezkedés lehetősége</i>	4	3	1
				<i>Vállalatok pénzügyi szerepvállalása</i>	4	2	2

csoport megegyezik. Ezek olyan pontok, amelyek a különböző érintett csoportokban egy közösen osztott értelmezési keret részeinek tekinthetők.

Ezeztől a pontoktól függetlenül számos ponton tér el egymástól a fenti lista. Ha a fő változókat összeolvassuk csak az egyik vagy a másik csoportra koncentrálna, akkor látható, hogy az oktatókra inkább egy scotti (Scott, 1981) értelemben vett zárt, míg a hallgatókra egy nyitott rendszerszemlélet jellemző. Az oktatóknál ugyanis a finanszírozásra és jelentkezőkre vonatkozó tényezőkön kívül a többi változó (4 változó az oktatókkal és 2 az oktatással kapcsolatos) inkább befelé, az intézmény falain belülre tekint. Ez alapján úgy tűnik, hogy a felsőoktatási rendszer tárgyalásakor az intézmény belső működése, szerveződése fontosabb az oktatók számára⁶, mint az a politikai, gazdasági és társadalmi környezet, amelybe a felsőoktatási intézmények beágyazódnak. Ezzel szemben a hallgatókra inkább egy nyitott rendszerszemlélet jellemző: hangsúlyosabbak a tudás külső validálására (tudás hasznossága, diploma elismertsége, elhelyezkedés lehetősége), az intézmény külső megítélésére (intézmény presztízse), valamint a külső partnerekhez történő kapcsolódási lehetőségre és tőlük érkező erőforrásokra (vállalati kapcsolatok száma, vállalatok pénzügyi szerepvállalása) vonatkozó változók.

Az is érdekes szempont lehet, hogy mely változók rendelkeznek a legtöbb kifelé mutató kapcsolattal, más

szavakkal, mely változók mozgatják a rendszert. Ha így nézünk a változókra, akkor láthatjuk, hogy az oktatók számára a rendszer gazdasági fenntarthatósága az egyik fő kérdés, hiszen a rendszermodell fő motorja a finanszírozás szintje a kimenő kapcsolatok alapján. Bár kisebb súllyal a jelentkezők száma is jelen van a rendszert mozgó tényezők között, de a rendszermodell egészére tekintve látható, hogy ez a változó is a finanszírozás kérdésével van közvetlenül kapcsolatban.

Ami a hallgatókat illeti, a „motorok” sorrendje alapján az látható, hogy a felsőoktatásra fordított pénz tényezője a hallgatók számára is fontos, de egyrészt – az oktatók személetével összehasonlítva – sokkal kevésbé foglal el domináns pozíciót a rendszerben. Másrészt pedig számos más tényező is hajtja a hallgatók által felvázolt rendszert – ezek pedig főleg a külső kapcsolatokat hangsúlyozó tényezők (intézmény presztízse, diploma elismertsége, vállalati kapcsolatok).

A rendszermodelleken megjelenő egyes tématerületek fontossága

Az ábra elemzése során lehetőség van arra is, hogy az egyes területek súlyát ne csupán a változók szintjén próbáljuk megragadni, hanem egy „magasabb” perspektívából nézzünk rá az oksági diagramokra. Ebben az esetben a rendszertérkép egyes területeit soroljuk valamilyen témához, és ezáltal kaphatunk képet arról,

Az érintett csoportok tématerületei és azok súlya változóik száma alapján

Tématerületek	Oktatói csoport tématerületei	Változók száma	Hallgatói csoport tématerületei	Változók száma
	Oktatás minősége	17	Oktatás minősége	21
	Hallgatói populáció	14	Financiális-anyagi	9
	Financiális-anyagi	12	Hallgatói motiváció	8
			Hallgatói populáció	6

hogy melyek a legfontosabb témák az egyes érintett csoportok számára. A témák súlyának megállapításában segítségünkre lehet az is, hogy az adott területhez hány darab változó tartozik. A mellékletben (1-2. melléklet) található ábrák és a 3. táblázat mutatják, hogy hogyan néznek ki ezek a szerző által meghatározott területek a hallgatói és az oktatói rendszermodellen.

A tématerületek meghatározása alapján hasonló megállapításokat vonhatunk le, mint amelyet a változók súlyán alapuló elemzésnél már láthattunk. Az, hogy gyakorlatilag azonos a változószám a két csoport modelljében, még inkább kiemeli a tématerületek „súlycsoportbeli” hasonlóságait és különbségeit. Látható, hogy az oktatás minősége mindkét csoportnál kiemelt jelentőségű – kissé nagyobb súllyal szerepel a hallgatók esetében. Hasonlóképpen a felsőoktatás finanszírozásának témája is mindkét csoportnál fontos, még ha kissé eltérő súllyal is. Mindazonáltal beszédesek a különbségek is: az oktatók számára kiemelt fontosságú a hallgatói populáció biztosításának kérdése, amely a hallgatóknál a legkisebb változószámmal rendelkező téma. Ellenben, a hallgatók által készített rendszermodellen témaként a hallgatói motiváció is megjelenik, amely – mint az már fentebb említésre került – az oktatóknál viszont nincs jelen. Mindezt a mellékletben (1–2. melléklet) található ábrákon vizuálisan is megfigyelhetjük.

Összességében látható, hogy a rendszertérképből generált egyszerű deskriptív mutatók is nagyon hasznosak lehetnek, ha különböző érintett csoportok gondolkodási és értelmezési különbségeit szeretnénk megismerni. Egyrészt a változók és a kapcsolatok száma rámutathat arra, hogy az egyes csoportok mennyire kiterjedt fogalmi hálózatot mozgósítanak egy téma felvázolásánál, és milyen sűrű szövésű az a tudásanyag, amivel dolgoznak. Ez természetesen önmagában nem elégséges elemzési mód, hiszen még nem tudunk semmit a modellek tartalmáról. Ha viszont a kapcsolatok száma mentén rangsoroljuk a változókat, akkor már az is látható, hogy mely változók rendelkeznek kiemelt fontossággal az adott csoport számára. Így viszont már a különböző csoportok gondolkodása, rendszerrel kapcsolatos előfeltételezései is összehasonlíthatóvá válnak, mint ahogyan azt az írás a fenti példában

szemléltette. Végül pedig azt is láthattuk, hogy egy szöveg (pl. interjúleirat) tematikus elemzéséhez hasonlóan, a rendszermodellen különböző tématerületek is azonosíthatók, és az egyes témákhoz tartozó változók mentén az is látható, hogy a csoport számára milyen fontossággal bírnak az egyes területek.

Változók közötti összefüggésrendszer mint interpretatív tér vizsgálat

Az egyik legnagyobb előnye az oksági térképeknek, hogy nem csupán azt tudhatjuk meg, hogy melyik tényező milyen fontossággal szerepel a bevont csoportok gondolkodásában, hanem azt is mutatják, hogy az egyes tényezők, fogalmak milyen értelmezési térben helyezkednek el. Ebben az értelemben a kvalitatív elemzés nem tér el más szövegelemzési technikáktól, amelyek fogalmak közötti kapcsolatokat keresztül egy adott csoportra vagy szervezetre jellemző interpretatív tér feltárását célozzák. Fontos azonban kiemelni, hogy ezeket a kapcsolatokat nem a kutató tárja fel egy meghatározott szövegcsoport tartalom- vagy diskurzus-elemzése, hanem maguk a résztvevők hozzák létre a rendszermodellezés folyamatában.

Wheeldon és Ahlberg (2012) a fogalom- és gondolat-térképek kapcsán megjegyzik, hogy ezek a tartalmak azért lehetnek alkalmasak kvalitatív elemzésre, mert létrehozásuk során készítőik számos döntést hoznak azzal kapcsolatban, hogy az általuk felsorolt témák hogyan kapcsolódnak egymáshoz. Ezek a döntések aztán a térképeken manifestálódnak és segítenek megérteni, hogy a résztvevők hogyan látják az adott témakört és az azonosított fogalmak közötti kapcsolatok természetét. Szintén lehetővé teszik, hogy a kutató jelentéseket keressen a fogalmak belső szerveződése mögött, valamint felmérje a kapcsolatok hierarchikus jellegét. Végül pedig azért érdekesek ezek a technikák, mert segítségükkel a résztvevők egységes tudásanyagot tudnak létrehozni a különböző mentális tartalmaikból (Wheeldon – Ahlberg, 2012, p. 32.).

Érdemes kiemelni, hogy az oksági ábrák is a fogalom- és gondolat-térképekhez hasonló térképeknek tekinthetők, hiszen ezek az ábrák is rendelkeznek a fenti jellemzőkkel. Segítségükkel nyomon követhető, hogy

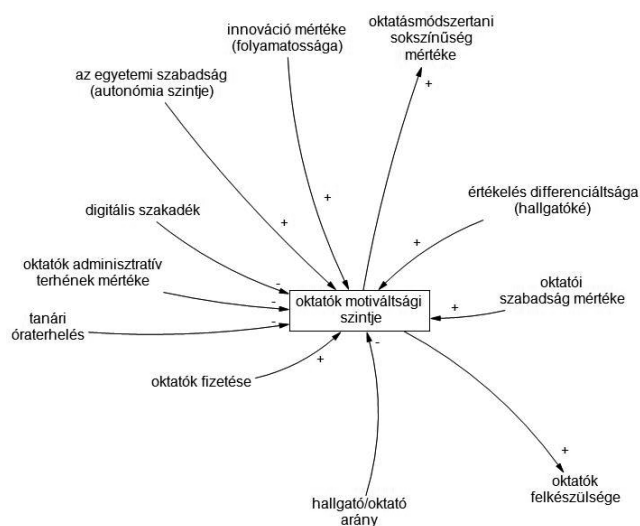
milyen döntéseket hoztak a résztvevők; hogyan szerveznek közös rendszerbe különböző tudástartalmakat, valamint, hogy ennek a szerveződésnek milyen szintjei és dimenziói vannak. Ezek a dimenziók különösen érdekesek lehetnek, ha nem csupán egy oksági ábrát elemzünk, hanem két (vagy több) érintett csoport ábráját hasonlítjuk össze.

A motivációs tényezők körüli értelmezési tér vizsgálata konkrét példákon

Ahogy fent már említésre került, az *Iskola a jövőben* projektben, mind az oktatói, mind a hallgatói csoport rendszermodelljén kiemelt változóként jelent meg az oktatói motiváltság (ld. 2. táblázat). Mindazonáltal tanulságos, hogy milyen fogalmi térben jelenik meg ez a tényező. A 2. ábrán az oktatói rendszermodell egy része jelenik meg, pontosabban csak az a rész, amely az oktatói motiváltságot és a vele kapcsolatban lévő változókat mutatja. Ezáltal feltárul az oktatói motiváció körüli értelmezési tér, vagyis hogy milyen más tényezőkkel összefüggésben értelmezik a résztvevők ezt a változót. A változó értelmezési környezete azért fontos, mert magának a tényezőnek a jelentését is árnyalja – azaz azt is körülírja, hogy mit tekintenek az érintett csoportok tagjai oktatói motivációnak.

2. ábra

Az oktatói motiváció tényezői az oktatói csoport szerint



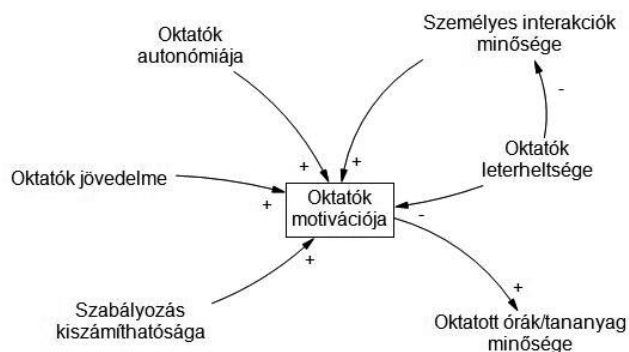
Az oktatói panel által felvázolt hatásmechanizmusokon látszik, hogy több olyan tényező is van, amely az oktatók szabadságára (oktatói, valamint egyetemi szabadság), mozgásterére és munkájuk feletti kontrollérzésükre (értékelés sokszínűsége, innováció mértéke) vonatkozik. Az oktatók szerint az oktatói autonómia

általában pozitívan hat az oktatók motiváltságára. Ez pedig megmutatkozik az oktatók munkájában (oktatói felkészültség, oktatás-módszertani sokszínűség). Az ábra alapján látható, hogy az anyagi ösztönzők (oktatók fizetése) is meghatározóak, de ez csak egy tényező számos más tényező mellett.

A motivációt erodáló tényezők között elsősorban a munkateherrel kapcsolatos tényezőket találunk (erről bővebben ld. Bodor, 2015), mint például az óraterhelés mértéke, a hallgató/oktató arány, valamint az adminisztrációs teher. Érdekes kiemelni, hogy a hallgató/oktató arány nem csupán az oktatói munkateherrel kapcsolatosan jelenhet meg, hanem a nagy létszámú oktatási csoportokat preferáló oktatásszervezési elvek kapcsán is, amelyek megnehezítik a személyes kapcsolatokat az oktatók és a hallgatók között. Hasonló, a hallgatók és oktatók közötti kapcsolatokat rontó tényező a digitális szakadék is.

3. ábra

Az oktatói motiváció tényezői a hallgatói csoport szerint



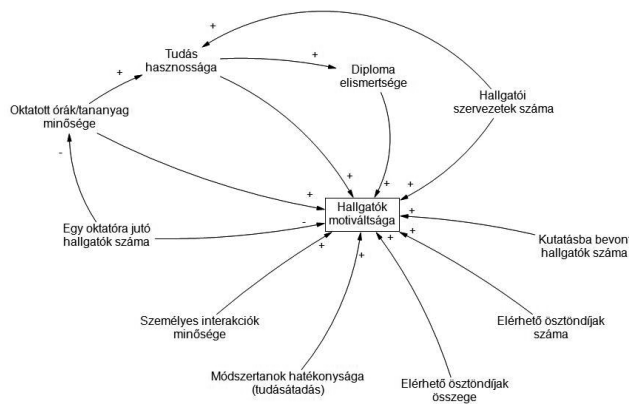
Érdekes a fenti megállapításokat összevetni azzal, hogy hogyan látják a hallgatók az oktatói motivációval kapcsolatos tényezőket (3. ábra). Ami már első látásra is feltűnhet, az az, hogy – az oktatókkal összehasonlítva – a hallgatói csoport kevesebb tényezőt azonosított az oktatói motivációval kapcsolatban. Ha jobban belegondolunk, akkor ez nem is annyira meglepő, hiszen a saját helyzetét mindenki jobban átlátja, mint valaki másét. A másik feltűnő jellemző, hogy a változók számán túl igazából nincsenek nagy különbségek a két ábra között. A hallgatók is az oktatói autonómia (közvetetten a szabályozás kiszámíthatósága is ide sorolható), a javadalmazás és a leterheltség tényezőit említették, valamint itt közvetlenül is megjelent a (hallgatók és oktatók közötti) személyes interakciók minősége. Szintén hasonlóság a két ábra között, hogy az oktatók motiváltsága leginkább oksági kapcsolatok célpontja, nem pedig más tényezőket meghatározó elem. Mindkét ábrára jellemző, hogy

maga a motiváció kevés más tényezőt befolyásol, az ábrán egyetlen másik változóra hat: az oktatott órák/tananyag minőségére (emlékeztetőül: az oktatóknál a módszertani sokszínűség és az oktatók felkészültsége irányába mutattak oksági nyilak).

Mit jelent, hogyan értelmezhető mindez? Egyrészt megismételhető az a már-már triviális kijelentés, hogy a szereplők leginkább a saját szempontjaikat, saját perspektívájukat érvényesítik egy ilyen rendszermodellezési feladatban. Emiatt teljesen érthető, hogy az oktatók szofisztikáltabban és több tényezőre lebontva fejtették ki, hogy milyen hatásmechanizmusok találhatóak az oktatói motiváció körül. Másrészt pedig az látható, hogy a hallgatók lényegében ugyanúgy látják az oktatók helyzetét – pontosabban szólva az oktatói motiváció jellemzőit –, mint maguk az oktatók. Más szavakkal kifejezve: ezzel a tényezővel kapcsolatban az oktatói és a hallgatói csoport ugyanazt az értelmezési keretet használja. Ez meglehetősen meglepőnek tekinthető, tekintve, hogy a két modell mögötti előfeltevételek és gondolkodás nagymértékben eltér számos más ponton (lásd fent 2. táblázat és annak értelmezése).

4. ábra

A hallgatói motiváció tényezői a hallgatói csoport szerint



Sokkal nagyobb példaul a különbség, ha a hallgatói motiváció értelmezését hasonlítjuk össze a két csoportban – különös tekintettel arra, hogy mint ahogyan az már kiderült más elemzési módoknál, a hallgatók motivációja közvetlenül meg sem jelent az oktatói csoport rendszermodelljén. Különösen tanulságos ugyanis, hogy az oktatói csoport nem látta a hallgatói motivációt olyan tényezőnek, amely a felsőoktatási rendszer működése szempontjából kiemelten fontos lenne. Ez nem jelenti azt, hogy ne szerepeltek volna rendszerükben a hallgatókkal kapcsolatos változók (tehetséggon-dozás szintje, hallgató/oktató arány, hozzáadott érték –

életpálya jövedelem, hallgatók támogatásának szintje), de ezek inkább mint a felsőoktatási keresletet, a potenciális hallgatók számát meghatározó tényezők jelentek meg. Ezzel szemben a hallgatók ábrarészlete a hallgatói motivációról az oktatókéhoz hasonló összetettséget mutat – már ami az oktatók oktatói motivációval kapcsolatos gondolkodását illeti.

A 4. ábrát röviden elemezve látható, hogy itt is a felsőoktatással kapcsolatos nyitott és relációs szemlélet van előtérben, amely a fentiekben már említésre került. A hallgatói motivációt meghatározó tényezők között több olyan is található, amely a hallgatók (munkaerő-piaci) felkészültségét és elhelyezkedését segíti elő (diploma elismertsége, tudás hasznossága – közvetetten a kutatásba bevont hallgatók és a hallgatói szervezetek száma). Mindez azért érdekes, mert még ha szerepelnek is hasonló (módszertanok hatékonysága, oktatott órák/tananyag minősége) vagy kvázi ugyanolyan (egy oktatóra jutó hallgatók száma) változók, mint az oktatói rendszermodell oktatói motivációjával kapcsolatos részében, ebben az értelmezési keretben a jelentésük más konnotációkkal rendelkezik. A másik lényeges elem, hogy a hallgatói ábrában – mint ahogyan az a 3. és 4. ábra közös változóiból is kikövetkeztethető – közvetetten összekapcsolódnak a hallgatói és oktatói motiváció tényezői. Az ezzel kapcsolatos gondolkodás az oktatói rendszermodellből teljesen hiányzik.

Összegezve: a fenti példa alapján az látható, hogy a részvételi rendszermodellezés során létrehozott oksági ábrák – szövegelemzési módszerekhez hasonlóan – jól használhatóak az egyes fogalmak (változók) közötti kapcsolatok elemzésére. Ezáltal azzal kapcsolatban is információt szerezhet a kutató, hogy az egyes tényezők milyen értelmezést kapnak az adott csoport gondolkodásában. Fontos különbség azonban a szövegelemzéshez képest, hogy ezeket a kapcsolatokat nem a kutató tárja fel utólagos elemzéssel, hanem maguk a résztvevők hozzák létre a változók között.

A fenti példák arra is rámutattak, hogy különösen érdekes lehet, ha egy kulcsváltozó körüli oksági hálózatot tárunk fel és hasonlítunk össze két vagy akár több érintett csoport oksági térképén. Egyrészt ez rámutathat a különböző csoportok gondolkodásának hasonlóságaira és különbségeire, valamint hogy milyen értelmezési térben helyezkedik el az adott tényező.

A tanulmány a motiváció változóit vizsgálta meg és hasonlította össze a két csoportban. Mindazonáltal, amikor ilyen jellegű elemzést végez a kutató, érdemes több kulcsváltozót is ilyen módon vizsgálni. Ezáltal még részletesebb kép nyerhető azzal kapcsolatban, hogy melyek azok a keretek, amelyek a közösen osztott, konszenzuális valóság részeit képezik és melyek azok az értelmezési sajátosságok, amelyek csak az egyik vagy másik csoportra jellemzőek.

Érdemes kiemelni továbbá, hogy az oksági ábra térkép jellegéből (Wheeldon – Ahlberg, 2012) adódóan az „értelmezési tartomány” feltárása tovább bővíthető egy-egy kulcsváltozó körül. A fenti példákban – főleg a terjedelmi korlátok és az olvashatósági szempontok figyelembevételével – csak azokat a tényezőket tekintettük át, amelyek a motivációra közvetlenül hatnak. Természetesen, ha a „második szintet” – vagyis azokat a tényezőket, amelyek hatnak a motivációs változókra – is be vesszük a vizsgálatba, akkor a csoportok által használt és mozgósított értelmezési térről még pontosabb képet kaphatunk. Ezt még inkább árnyalhatja, ha a rendszermodellezés közben elhangzott beszélgetéseket valamilyen formában rögzítettük. Így vissza tudjuk keresni, hogy milyen szövegkörnyezetben és milyen érvek mentén merültek fel az egyes változók, esetleg milyen változáson estek át, mire megkapták végső, az ábrán is látható megfogalmazásukat.

Egyes esetekben felmerülhet, hogy a rendszertérképezéssel nem a valóságot tártuk fel, hanem csak az érintett csoportok oksági kapcsolatokra lefordított történeteit a világról. Ez persze nem egy új vita, hiszen olyan régóta tárgyalt tudományfilozófiai kérdéseket vet fel, hogy vajon a tudományos tudás nem történeteket mesél-e el oksági viszonyokra lefordítva; létezik-e egyetlen, a valóságot pontosan leképező modell; valamint hogy vannak-e olyan társadalmi csoportok (például a tudósok), akik másoknál érvényesebb modelleket tudnak alkotni (Hovmand et al., 2011). Nem feltétlenül van itt arra tér és nem is célja az írásnak, hogy ezeket a vitákat részletesen bemutassa. Mindazonáltal érdemes kiemelni, hogy lehetséges egy olyan elemzési mód is, ahol a kutatók nemcsak az érintett csoportok által létrehozott ábrákat elemzik, hanem a témával kapcsolatos tudományos kutatások eredményeit is feldolgozzák és rendszermodellen ábrázolják. Aztán ez a „tudományos modell” összevethető az érintett csoportok gondolkodásával. Nyilván ennek az eljárásnak a végén az eredmények prezentálása eltérő a különböző tudomány szemlélettel rendelkező kutatók esetén. Lehet, hogy valaki inkább a „laikusok” helytelen értelmezéseire mutat rá, míg más a különböző, de egyaránt értékes tudásformák közötti különbségeket elemzi. Az eredmények értelmezésétől függetlenül azonban mindenképp információértékkel bír, ha az érintett csoportok gondolkodását a „hivatalos és kodifikált” tudásanyaggal vetjük össze az adott területen.

Beavatkozás a rendszerbe: hol, hogyan és miért?

Az utolsó elemzési mód igazából már nem is a társadalomtudományos elemzés kérdésére vonatkozik, hanem arra, hogy hogyan lehet a rendszermodell

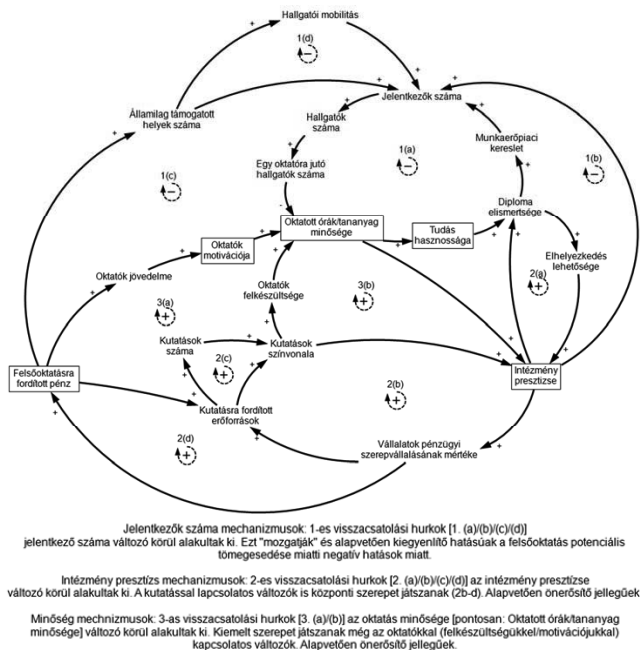
további közös gondolkodásnak, beszélgetésnek és stratégiaalkotásnak az alapja (Gáspár, 2015). Vennix (1999) szerint, ha egy adott csoporttal feltártuk, hogy szerintük hogyan működik egy rendszer, és melyek a rendszert mozgató fő tényezők, akkor az erre következő lépés, hogy olyan cselekvési terveket dolgozzon ki az adott csoport, amelynek sikerességében a tagok hisznek, és amely mellett el tudnak köteleződni. Mivel ezek a cselekvési tervek és projektek részvételi módon, a csoport tagjainak megértésén keresztül jönnek létre, ezért nagyobb valószínűséggel fektetnek beléjük az érintettek időt és energiát (Ariely, 2010). Más szavakkal, nagyobb esélye van a projektek és tervek megvalósulásának, mint ha azokat felülről/kívülről próbálnánk ráerőltetni egy csoport és/vagy szervezet tagjaira.

Ebben az esetben viszont felmerül a kérdés, hogy hogyan lehet a rendszermodell változóit kategorizálni olyan módon, hogy lássuk, milyen beavatkozási potenciállal rendelkeznek és milyen módon befolyásolhatók. Erre többfajta lehetősége van a kutatónak és/vagy a résztvevőknek. Például csoportosíthatjuk őket aszerint, hogy *mennyire gyorsan* érhető el változás az adott változóban, vagy hogy *mennyire mérhető* a változások, vagy aszerint, hogy *mennyire lehet* az adott változóval kapcsolatos potenciális projekteket „*eladni*” az adott szervezet vezetőségének (ezekről a szempontokról ld. Moravec (2015) írását a szervezeti innovációkról), valamint aszerint is, hogy *milyen szinten lehet* az adott változót *befolyásolni*. A változók rendezése a fenti dimenziók szerint további tanulási lehetőségeket jelent a csoport számára. Egyrészt a fenti szempontok mentén a résztvevőknek közös nevezőre kell jutnia az azal kapcsolatban, hogy a rendszer mely pontjai a legalkalmasabbak a beavatkozásra. Másrészt, a közös gondolkodás és viták során a résztvevők szembesülhetnek a saját tudásuk határaival és azzal, hogy hol kell még további tudást, információt gyűjteniük a rendszer működésével kapcsolatban.

Bár a változók csoportosításának feladatát el lehet végezni a rendszermodell minden változóján, azonban ez egy nagyméretű, bonyolult, sok változót tartalmazó rendszermodell esetén meglehetősen időigényes folyamat – főleg ha mindezt az érintett csoporttal együtt, részvételi környezetben szeretnénk elvégezni. A kutató munkáját tehát nagyban megkönnyítheti, ha csak azokra a tényezőkre koncentrál, amelyek a rendszer visszacsatolási mechanizmusaiban részt vesznek. A rendszer befolyásolhatóságának szempontjából a külön figyelmet ezekre a tényezőkre az indokolhatja, hogy a visszacsatolási hurkokon keresztül ezeknek változók-nak a hatása összeadódhat, végiggyűrűzhet a rendszer egészen (lásd fent a visszacsatolási mechanizmusok leírását).⁷

5. ábra

A hallgatók által készített rendszermodell visszacsatolási mechanizmusai



Illusztrációképpen az alábbiakban a hallgatók által készített rendszermodell visszacsatolási mechanizmusokban részt vevő (5. ábra) változóit csoportosítjuk aszerint, hogy milyen szinten (a 4. táblázat oszlopai) és milyen gyorsan befolyásolhatók (a 4. táblázatban szereplő változók sorrendje). Érdemes kiemelni, hogy természetesen a változókat többféleképpen lehet csoportosítani e szempontok szerint, ezért egyrészt a 4. táblázat a változók a szerző által készített tentatív csoportosításának tekinthető, nem pedig az elképzelhető legjobb kategorizációnak. Másrészt pedig, a folyamat részvételi jellegével összhangban, tanulási szempontból a leghasznosabb talán pont az, ha ezt a csoportosítást nem a kutató egyedül végzi, hanem az érintett csoport határozza meg a változók „pontos helyét” az elemzett dimenziókban.

Mint ahogyan azt fentebb már említettem, a 4. táblázat nem a változók helyes csoportosítását kívánja adni, hiszen számos tényező esetén lehet vitatkozni, hogy valóban a „helyére”, a megfelelő pozíciójú cellába van-e rakva. Sőt egy részvételi folyamatban pont az efféle viták során jöhetnek létre közös értelmezési keretek azzal kapcsolatban, hogy egy rendszer működésében hogyan lehet változásokat generálni. A 4. táblázat emiatt inkább abból a szempontból lehet hasznos, hogy rámutat, milyen módon lehet csoportosítani, akár több dimenzió mentén, a rendszer változóit. Ezáltal a résztvevők reflektálni tudnak a saját szerepükre, va-

lamint arra, hogy egyéni, szervezeti és szakpolitikai szinten milyen változtatási lehetőségeik vannak.

4. táblázat

A visszacsatolási mechanizmusokban található változók tentatív csoportosítása a befolyásolhatósági szintjük és idejük alapján

		Milyen szinten befolyásolható az adott tényező?		
		Egyéni	Szervezeti	Szakpolitikai
Milyen gyorsan lehet az adott tényezővel kapcsolatban változást elérni?	Rövid táv	oktatók felkészültsége	egy oktatóra jutó hallgatók száma	államilag támogatott helyek száma
		oktatott órák/ tananyag minősége	hallgatói mobilitás	felsőoktatásra fordított pénz
			egy oktatóra jutó hallgatók száma	oktatók jövedelme
			kutatásokra fordított erőforrások	
	Középtáv	kutatások száma		
		tudás hasznossága	diploma elismertsége	elhelyezkedés lehetősége
			intézmény presztízse	
			vállalatok pénzügyi szerepvállalása	
	Hosszú táv		jelentkezők száma	
			hallgatók száma	
	Hosszú táv	kutatások színvonala	oktatók motivációja	munkaerőpiaci kereslet

Talán azt is fontos megemlíteni, hogy egy ilyen jellegű csoportosításnak és az erről kialakuló diskurzusnak emancipatórikus hatása is lehet. Ahogy Csepeli és Prazsák (2011) rámutatnak, a hazai gondolkodást jelentős mértékben a szenvedő, külső kontrolllos hozzáállás határozza meg, szemben a proaktív, magáért és a környezetéért felelősséget vállaló attitűddel. Azáltal, hogy a folyamat eredményei rámutatnak, hogy a résztvevők mit tehetnek a rendszer jobb működéséért egyéni szinten (vagy akár még további, egyéni szinten befolyásolható tényezők azonosítását is kérjük tőlük), megerősíthetjük a résztvevők én-hatékonyságának (Bandura, 1982) és a változások iránti felelősségének érzetét.

Konklúzió és kitekintés

A tanulmány a részvételi rendszermodellezés végeredményének tekinthető rendszermodell elemzési lehetőségeit mutatta be. A kutató több módon nyúlhat az adatokhoz. Számszerűsítheti az ábra elemeit, ezáltal gyűjtve információt arról, hogy az egyes csoportokban milyen tényezőket tartanak fontosnak a rendszer működése szempontjából. Másrészt mélyebb, kvalitatívabb betekintést enged, ha a kutató nem önmagukban veszi sorra a változókat, hanem megvizsgálja, hogy milyen más változókkal összefüggésben jelennek meg az egyes tényezők. Ezáltal képet kaphat arról, hogy milyen értelmezési kereteket használnak és mozgósítanak, valamint milyen előfeltételezésekkel élnek az egyes csoportok, amikor az adott rendszer működését próbálják meg leírni. Mind a kvantitatív, mind a kvalitatív elemzési módok lehetőséget biztosítanak arra, hogy a különböző érintett csoportok gondolkodását, szemléletét össze lehessen hasonlítani, hasonlóságait és különbségeiket lehessen elemezni. Végül a tanulmány a beavatkozási pontokkal kapcsolatos elemzési lehetőséget ismertette. A szerző érvelése alapján ez utóbbi inkább alkalmazott társadalomtudományi elemzésnek tekinthető, és legjobban részvételi környezetben működhet, így segítheti elő leginkább a csoporton belüli közös tanulást és a később közösen kidolgozott cselekvési tervek, stratégiák szervezeten belüli legitimációját és a résztvevők elkötelezettségét.

A részvételi rendszermodellezés folyamatára és eredményeinek elemzésére tehát érdemes lehet alkalmazott társadalomtudományi szempontból is reflektálni, különös tekintettel arra, hogy miként lehet a módszert szervezeti környezetben alkalmazni. Mint ahogyan az egy korábbi tanulmány (Király et al., 2016b) érvelésében is felmerült, a részvételi rendszermodellezés felfogható úgy is, mint egy kontrollált keretek között zajló és a kutatás által katalizált jelentésadási folyamat. Ancona (2012) szerint ugyanis nem csupán az tekinthető jelentésadási folyamatnak, amely spontán és beavatkozásmentesen megy végbe egy szervezetben. Szerinte a kollektív jelentések és értelmezési keretek létrejöttét segíthetik olyan „mesterségesen” beindított folyamatok, amelyek ezeket a természetes társadalmi gyakorlatokat modellezik és menedzselik. Érdekességként megemlíthető, hogy a szerző szerint három fő elem alkotja a jelentésadás folyamatát: (1) a rendszer megismerése, (2) térképkészítés a jelenlegi helyzetről, (3) cselekvés a rendszerben, amely további ismereteket szolgáltat a megértési kívánt rendszerről (Ancona, 2012). Az *Iskola a jövőben* kutatócsoportjának értelmezése szerint, ebben a kategorizálásban a részvételi rendszermodellezés alkalmas módszer a jelenlegi helyzetről alkotott térkép elkészítésére. Ahogy a kutatócsoport tagjai azt már korábban megfogalmazták:

„...a térképezési fázis fontossága nem feltétlenül abban rejlik, hogy a lehető legpontosabb térképet készítsük el. Inkább az a lényeges, hogy ki tudjunk lépni a megszokott, berögzült gondolkodásmódunkból, hogy újra, más nézőpontokból megvilágítva is láthassuk a megismerni kívánt rendszert. Ez segíthet abban is, hogy megértsük a szervezet vagy rendszer belső működését, felfedezzünk benne különböző mintázatokat. Ezáltal a térképezés megfelelő kiindulópontot nyújt a következő lépés, azaz a cselekvés előkészítésére.”

(Király et al., 2016b, p. 70.)

A fenti idézettel kapcsolatban azonban fontos kiemelni, hogy maga a cselekvés, a rendszerbe való beavatkozás is egy tanulási lehetőséget jelent, hiszen visszajelzést kaphatunk arról, hogy mennyire voltak helyesek a feltételezéseink a rendszer működésével kapcsolatban. Tehát a részvételi rendszermodellezés nem csupán mint kvalitatív adatgyűjtési technika alkalmazható, hanem a szervezeti tanulási folyamatok katalizálásának és kanalizálásának egy módszere is lehet. Több jellemzője teszi különösen alkalmassá a részvételi rendszermodellezést arra, hogy közös tanulási folyamatokat segítsen elő.

Egyrészt viszonylag könnyen és gyorsan végezhető gyakorlat, ami által betekintést nyerhetünk abba, hogy mások hogyan látják egy rendszer/szervezet működését, milyen lehetőségeket látnak a változásra és milyen gátakat azonosítanak. A tanulmányban bemutatott példák rámutattak, hogy amikor különböző érintett csoportok készítenek rendszermodellt egy adott témáról, akkor mind a hasonlóságok, mind a különbségek tanulságosak. A rengeteg közös pont ellenére lehetnek olyan tényezők és mechanizmusok, amelyekre csak egyes csoportok látnak rá, míg mások nincsenek ezek tudatában vagy egyszerűen megfigyelhetetlenek a rendszerre gyakorolt hatásokról (ld. például a hallgatói motiváció kérdését). Másrészt, bár a módszer alkalmazható tudományos adatgyűjtési technikaként, a folyamatban a résztvevők nem csupán alanyai a vizsgálatnak, hanem maguk is tanulnak és reflektálnak a tudásuk hatáira. A folyamatban ugyanis együtt, közösen hozzák létre a tárgyalt rendszer modelljét, eközben rendszerezve és elmélyítve a tudásukat. Érdemes kiemelni, hogy vállalati gyakorlatban amúgy sem ismeretlen az oksági viszonyok közös megértésére és elemzésére használt tanulási minták alkalmazása – gondoljunk csak a Toyota berkeiben kifejlesztett 5 miért gyakorlatra, amelyet először a gyártási folyamatok fejlesztésére alkalmaztak (Liker, 2008). Harmadrészt, a módszer fontos erénye, hogy vizuális módon követhetővé teszi a tanulási folyamatot, más szavakkal, dokumentálhatóvá teszi,

hogyan egy csoport gondolkodása idővel hogyan változik egy adott területtel/témával kapcsolatban. Végül pedig maga az ábra „egypapíros” jellege segíthet, hogy a csoport tagjai egyben lássák a helyzetet. A rendszert közösen elemezve maga a csoport reflektálhat a létrehozott modell érvényességére és ezen belül az egyes kapcsolatokra. A reflexiók során olyan kérdések merülhetnek fel, hogy vajon a felvázolt kapcsolatok mennyire tükrözik a valóságot vagy mennyire „csak” a résztvevők saját tapasztalatain alapulnak, ha ez utóbbi, akkor hogyan lehetne megbízható adatokat gyűjteni a kapcsolatról, továbbá lehet-e a szervezeti gyakorlatban az egyes tényezőket mérni valamilyen módon. A részvételi rendszermodellezés tehát egy sokoldalú részvételi eszköz, amely mind adatgyűjtési, mind egyéni és szervezeti tanulási célból alkalmazható.

Jegyzetek

¹ A szerző köszönettel tartozik az Iskola a jövőben kutatócsoport tagjainak: Géring Zsuzsannának, Csillag Sárának, Köves Alexandrának, Kováts Gergelynek és Gáspár Tamásnak. A tanulmányban bemutatott rendszermodellek a kutatócsoport közös eredményei, így a csoport nagylelkűségének köszönhetően használhatja ezeket a tanulmány írója. A szerző köszönettel tartozik továbbá a részvételi folyamat résztvevőinek, hiszen tudásuk, tapasztalataik megosztása és a folyamatok iránti lelkesedésük nélkül nem jöttek volna létre elemezhető adatok. És köszönet Miskolczi Péternek a folyamatos támogatásáért, valamint az ábrák szerkesztésében nyújtott segítségéért.

² Még a módszer bemutatása előtt érdemes megjegyezni, hogy a továbbiakban a rendszermodell, rendszertérkép, komplex oksági diagram (CLD), oksági diagram kifejezéseket szinonimaként használjuk. Az a konkrét ábratípus, amit a részvételi rendszermodellezésben használunk, a komplex oksági diagram (causal loop diagram). A részvételi rendszertérképezés (participatory systems mapping) kifejezést Sedlako és szerzőtársai (2014) használták először, amely a hazai kutatókat is nagyban inspirálta. Mivel azonban a hazai gyakorlatban a kutatók nem teljesen az ő folyamatukra építettek, ezért az általánosabb, Stave (2010) által használt részvételi rendszermodellezés (participatory systems modelling) kifejezést kezdték el használni. A különbségek azonban sokkal inkább a részvételi folyamatok felépítésében vannak, mint a használt ábratípusban, így az írás további részében inkább a közös pontokat hangsúlyozzuk és ennek megfelelően a kifejezéseket is szinonimaként használjuk. A különböző rendszerdinamikai részvételi módszereket és megközelítéseket Király és Miskolczi (2016) részletesen tárgyalja.

³ A projekt a BGE-n a Kiválósági Támogatás keretében valósult meg két szakaszban 2015-ben és 2016-ban.

⁴ Senge például pont emiatt például S-sel (same – vagyis ugyanabba az irányba változik) és O-val (opposite – ellentétes, tehát ellentétes irányba változik) jelöli ezeket a kapcsolattípusokat (Senge, 1990; ld. még Kirkwood, 1998, p. 9.).

⁵ Ahogyan azt a fentiekben már említettem, az oksági diagramokban a nyílak tényleges oksági kapcsolatokat, és nem csupán együttjárásokat jelölnek. Ez a feltételezett oksági kapcsolat az ábra alkalmazásától függően jelölhet „tényleges” okságot vagy egy csoport által érzékelt oksági kapcsolatot. Ha például különböző, oksági kapcsolatokat feltáró tudományos kutatások eredményeit foglaljuk össze egy oksági ábrában, akkor kijelenthetjük, hogy az oksági kapcsolatok empirikus eredményeken alapulnak. Egy részvételi ábrakészítési folyamat viszont nem „igazi” oksági kapcsolatok feltárására törekszik, hanem a résztvevők által tapasztalt vagy feltételezett oksági kapcsolatokat próbálja megragadni. Ebben az esetben nem az a kérdés, hogy a modell mennyire illeszkedik a valósághoz, hanem hogy mennyire tükrözi a résztvevők közös gondolkodását.

⁶ Kováts (2012) tanulmánya alapján feltételezhetjük, hogy az oktatók által érzékelt intézményi tényezők tudományterületenként eltérhetnek.

⁷ A visszacsatolási hurkok azonosítását és az ábrán történő jelölésüket általában a kutatói csapat végzi. Ennek inkább praktikus, mint módszertani indokai vannak. Bár a résztvevők már a rendszermodellezési műhely alkalmával is megpróbálják azonosítani a hurkokat, a rajzolt ábrák bonyolult, „spagetti” jellege ezt meglehetősen nehézé teszi. Pont emiatt a visszacsatolási hurkok legnagyobb része csak azután válik láthatóvá, hogy a kutatói csapat egy szoftver segítségével „letisztázza” az ábrát, minimalizálva az egymást átmetsző nyíllakat.

Felhasznált irodalom

- Ancona, D. (2012): Sensemaking Framing and Acting in the Unknown. in: Snook, Scott A. – Nitin Nohria – Rakesh Khurana (eds.): The Handbook for Teaching Leadership: Knowing, Doing, and Being, Thousand Oaks, CA.: SAGE Publications, p. 3-19.
- Antunes, P. – dos Santos, R. F. – Videira, N. (2006): Participatory Decision Making for Sustainable Development – The Use of Mediated Modelling Techniques. Land Use Policy (23), p. 44-52.
- Ariely, D. (2010): The upside of irrationality. New York: HarperCollins Publishers
- Bandura, A. (1982): Self-efficacy mechanism in human agency. American Psychologist, 37(2), p. 122.
- Bodor Mónika (2015): Az oktatási és a kutatási tevékenységek arányának vizsgálata az állami felsőoktatási intézményekben. Vezetéstudomány, 46(8), p. 44-55.
- Boulding, K. E. (1956): General systems theory-the skeleton of science. Management Science, 2(3), p. 197-208.
- Csepeli György – Prazsák Gergő (2011): Az el nem múló feudalizmus. Társadalomkutatás, 29(1), p. 63-79.
- Gáspár Judit (2015): Idő- és jövőértelmezés a stratégiautakban és a tudatos jövőalkotás (előretekintés – foresight) vállalati gyakorlata. Vezetéstudomány, 46(7), p. 63-74.
- Gáspár Tamás – Király Gábor – Csillag Sára (2014): Fehér asztal mellett. A világkávészó részvételi technika szemlélete és módszertana. Kovász, 18(1-4), p. 11-41.
- Glenn, J. C. (2009): Futures Wheel, Futures Research Methodology Version 3.0. Washington, D.C.: The Millennium Project
- Haraldsson, H. V. (2000): Introduction to system and causal loop diagrams. System Dynamic Course, Lumes, Lund University, Sweden
- Horváth Dóra – Mitev Ariel (2015): Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Budapest: Alinea Kiadó
- Hovmand, P. S. – Brennan, L. – Chalise, N. (2011): Whose model is it anyway? 29th International Conference of the System Dynamics Society
- Hovmand, P. S. (2014): Community Based System Dynamics. New York: Springer

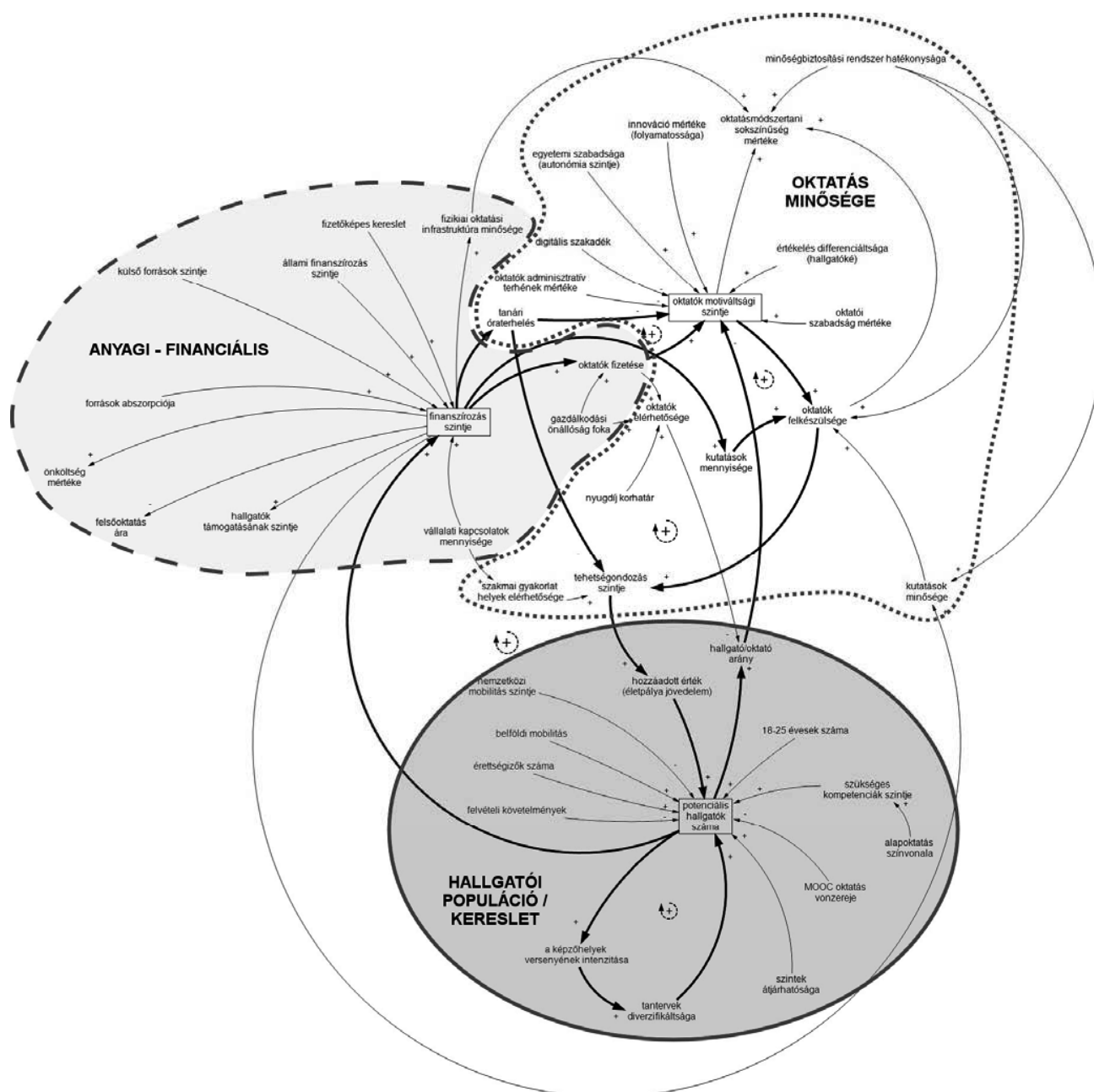
- Király Gábor – Köves Alexandra – Pataki György – Kiss Gabriella (2014): Rendszermodellezés és részvétel: egy magyar kísérlet tanulságai. Szociológiai Szemle, 24(2), p. 90-115.
- Király Gábor – Miskolczi Péter (2016): A részvételi dinamika. Rendszerdinamika és részvétel: Empirikus áttekintés. Replika. (100), p. 103-129.
- Király Gábor – Géring Zsuzsanna – Köves Alexandra – Csillag Sára – Gergely Kovács (2016a): Constructing Future Visions about Higher Education with Participatory Methods. in.: Malcolm Tight – Jeroen Huisman (eds.): Theory and Method in Higher Education Research. Vol 2. Emerald, p. 95-114.
- Király Gábor – Géring Zsuzsanna – Csillag Sára – Kovács Gergely – Köves Alexandra – Sebestyén Gabriella – Gáspár Tamás (2016b): Rendszermodellezés a felsőoktatásról: Jelentésadás egy részvételi folyamatban. Socio.hu, (3), p. 66-90.
- Kirkwood, C. W. (1998): System Dynamics Methods. College of Business Arizona State University USA
- Kiss Gabriella (2014): Why Should the Public Participate in Environmental Decision-Making? Theoretical Arguments for Public Participation. Periodica Polytechnica. Social and Management Sciences, 22(1), p. 13.
- Kovács Gergely (2012): A tudományterületi sajátosságok következményei a kutatásban, az oktatásban és a vezetésben. Vezetéstudomány, (7-8), p. 2-27.
- Köves Alexandra (2015): Back from the future. Defining sustainable employment through backcasting. Vissza a jövőből: A fenntartható foglalkoztatás definiálása backcasting módszer segítségével. Doctoral dissertation. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem
- Köves, Alexandra (2016): Vissza a jövőből: Komplex, rendszerszerű problémákra adott lehetséges válaszok kutatása a backcasting módszer segítségével. Prosperitas, 3(2), p. 17-36.
- Liker, K. J. (2008): A Toyota-módszer. Budapest: HVG.
- Málovics György – Pataki György – Juhász Judit – Gébert Judit – Bajmócy Zoltán (2015): A helyi fejlesztési döntések előkészítésére szolgáló részvételi technikák elemzése. Szeged: SZTE Gazdaságtudományi Kar
- Meadows, D. (2008): Thinking in systems: A primer. White River Junction: Chelsea Green Publishing
- Miskolczi Péter – Király Gábor – Kovács Kinga Emeke – Lovas Yvette – Pálóczi Bence (2016): Fogalmak mentén: hallgatói gondolatterképek alkalmazása oktatási újítás vizsgálatára. Prosperitas, 3(2), p. 111-132.
- Moravec, J. W. (2015): Designing the future of research and special libraries in Knowmad Society. Prepared for Congreso Amigos 2015 Ciudad de México, October 1-2, 2015
- Morecroft, J. (2010): System Dynamics. in: Reynolds, M. – Holwell, S. (eds.). Systems approaches to managing change: a practical guide. London – Dordrecht – Heidelberg – New York: Springer, p. 25-85.
- Pataki György (2007): Bölcs „laikusok”. Társadalmi részvételi technikák a demokrácia szolgálatában. Civil Szemle, (12-13), p. 144-156.
- Pataki György – Király Gábor – Kiss Gabriella – Köves Alexandra (2013): Nem növekedés-központú gazdasági alternatívák: a fenntartható életmód felé való átmenet szakpolitikai lehetőségei. NFFT-ESS-RG. Kutatási jelentés
- Richardson, G. P. (2011): Reflections on the foundations of system dynamics. System Dynamics Review, 27(3), p. 219-243.
- Schaffernicht, M. (2010): Causal loop diagrams between structure and behaviour: A critical analysis of the relationship between polarity, behaviour and events. Systems Research and Behavioral Science, 27(6), p. 653-666.
- Scott, W. R. (1981): Rational, natural, and open systems. Englewood Cliffs: Prentice-Hall
- Sedlacko, M. – Martinuzzi, A. – Röpke, I. – Videira, N. – Antunes, P. (2014): Participatory systems mapping for sustainable consumption: Discussion of a method promoting systemic insights. Ecological Economics, (106), p. 33-43.
- Senge, P. M. (1990): The Fifth Discipline. The Art and Practice of the Learning Organization. New York: Doubleday
- Stave, K. A. (2002): Using system dynamics to improve public participation in environmental decisions. System Dynamics Review, 18(2), p. 139-167.
- Stave, K. A. (2003): A system dynamics model to facilitate public understanding of water management options in Las Vegas, Nevada. Journal of Environmental Management, (67), p. 303-313.
- Stave, K. A. (2010): Participatory System Dynamics Modeling for Sustainable Environmental Management: Observations from Four Cases. Sustainability, 2010(2), p. 2762-2784.
- Sterman, J. D. (2000): Business Dynamics. Systems Thinking and Modeling for a Complex World. Boston: Irwin McGraw-Hill
- Takács Károly (2011): Társadalmi kapcsolathálók elemzése. Budapest: BCE Szociológia és Társadalompolitika Intézet
- Van Eeten, M. J. G. – Loucks, D., P. – Roe, E. (2002): Bringing Actors Together Around Large-Scale Water Systems: Participatory Modeling and Other Innovations. Knowledge, Technology & Policy, 14(4), p. 94-108.
- Vennix, J. A. M. (1996): Group Model Building. Facilitating Team Learning Using System Dynamics. Chichester: John Wiley & Sons

- Vennix, J. A. M. (1999): Group model-building: tackling messy problems. *System Dynamics Review*, 15(4), p. 379–401.
- Videira, N. – Schneider, F. – Sekulova, F. – Kallis, G. (2014): Improving understanding on degrowth pathways: An exploratory study using collaborative causal models. *Futures*, (55), p. 58-77.

- Wangel, J. (2011): Change by whom? Four ways of adding actors and governance in backcasting studies. *Futures*, 43(8), p. 880-889.
- Wheeldon, J. – Ahlberg, M. K. (2012): Visualizing social science research: Maps, methods & meaning. Thousand Oaks, CA: Sage

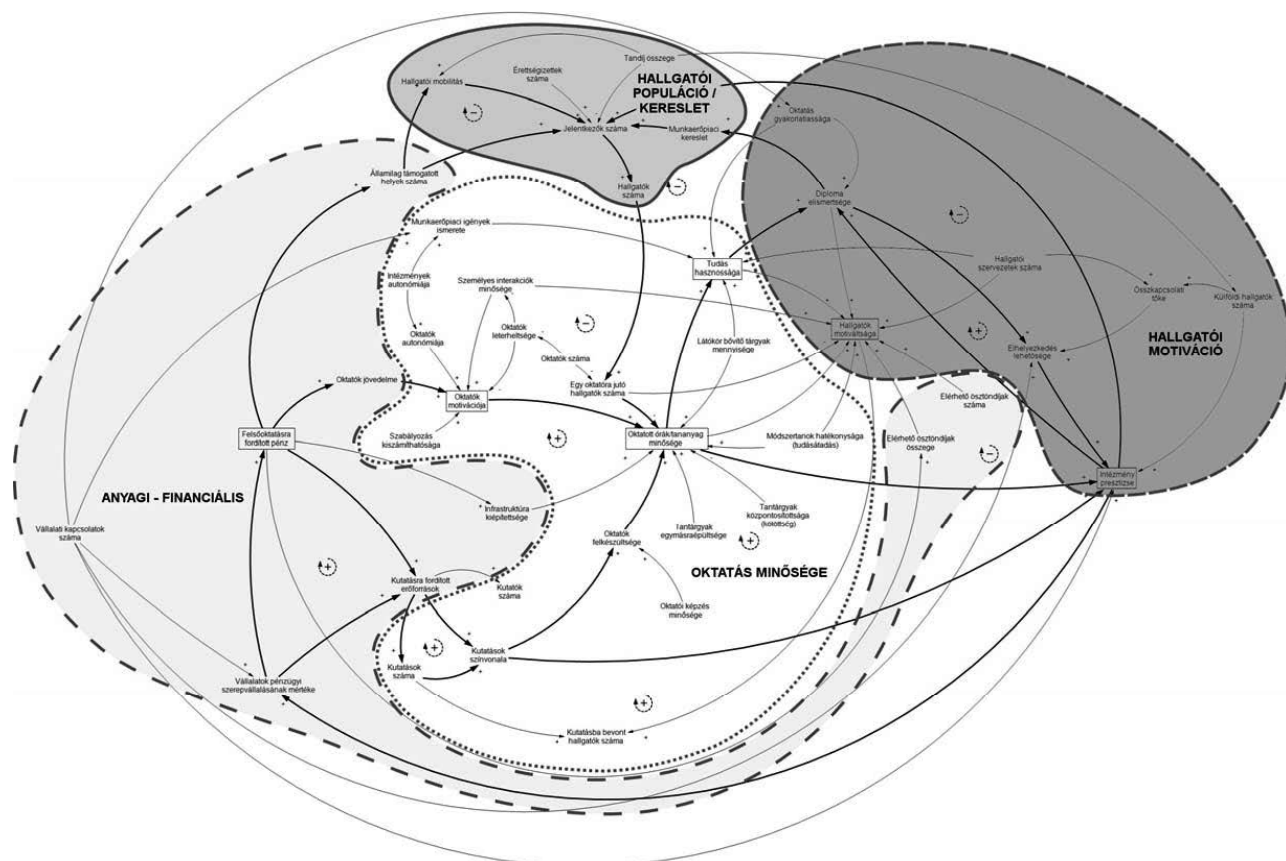
1. melléklet

**Az oktatói csoport által készített rendszermodell a tématerületek jelölésével
(Az ábra változóit és a köztük lévő kapcsolatokat a résztvevők hozták létre;
a tématerületek utólagosan kerültek az ábrára és a szerző interpretációját tükrözik)**



2. melléklet

**A hallgatói csoport által készített rendszermodell a tématerületek jelölésével
(Az ábra változóit és a köztük lévő kapcsolatokat résztvevők hozták létre;
a tématerületek utólagosan kerültek az ábrára és a szerző interpretációját tükrözik)**



KÁSA Richárd – RÉTHI Gábor

FUZZY LOGIKÁN ALAPULÓ MODELLEZÉSI MÓDSZEREK GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI ALKALMAZÁSÁNAK EPISZTEMOLÓGIAI MEGKÖZELÍTÉSE

A klasszikus rendszermodellezési technikák gyakori feltétele a mennyiségi ismérvek alkalmazása. Ám a társadalomtudományok területéről sok esetben nem állnak a kutató rendelkezésére ennyire objektív, mennyiségi ismérvek. Az ilyen esetekben bevett szokás a minőségi ismérvek „transzformálása” mennyiségivé, ám ez nem minden esetben biztosítja az elvárható objektivitást és szisztematikus precizitást, pontosságot és szignifikanciát. Széles körben elfogadott tény, hogy a társadalomtudományok rendszerinformációi szubjektívek, hiszen minden tapasztalatunk elkerülhetetlenül szubjektív. Márpedig ha rendszerinformációink szubjektívek, az alkalmazott módszerek pedig objektivitást igényelnek, akkor kénytelenek vagyunk a szubjektív információkat precízzé kényszeríteni – vagy olyan módszertant választani, amely kezelni tudja a szubjektív értékítéleten alapuló rendszerinformációkat.

A cikk témája azoknak a lágy számításokon alapuló szakértői rendszereknek a bemutatása, vizsgálata és tudományelméleti elhelyezése, melyek képesek a kvalitatív rendszerinformációk feldolgozására a statisztikai inferencia során. E módszerek a műszaki és természettudományi területeken már évtizedek óta használatosak, ám a társadalomtudományokba (különösen a gazdálkodás- és szervezéstudományokba¹⁾) csak elszigetelten sikerült beszivárogniuk. A cikk egyik célja e módszerek alkalmazhatóságának vizsgálatát a gazdálkodás- és szervezéstudományokban a terület modellalkotási kívánalmainak és korlátozó feltételeinek figyelembevételével. A cikkben a szerzők megkísérik áthidalni a precíz kvantitatív módszerek statikussága és a robusztusságot igénylő, ám sok esetben nehezen verifikálható, plasztikusabb kvalitatív eljárások közötti ontológiai, módszertani szakadékot a pozitivistá paradigmá elvárásainak megfelelően.

Bemutatják a fuzzy logikai rendszereket, melyek alkalmasak lehetnek a szakadék áthidalására, valamint ezek konkrét alkalmazási területeit is, amelyekkel lehetővé válhat az „életlen”, szubjektív, gyakran pontatlan és zajos kvalitatív megfigyelések objektív, szilárd matematikai törvények alapján történő kezelése.

Kulcsszavak: kutatómódszertan, tudományelmélet, kvalitatív, fuzzy logika, episztemológia

Mielőtt a fuzzy² logika célterületeinek interpretációjába foglalnánk, célszerű abból a kérdésből kiindulni, hogy információelméleti szempontból milyen lényeges különbségek vannak a természettudományok és a társadalomtudományok között, mely területeket jellemzik bizonytalan, életlen adatok (peremfeltételek) és célfüggvények? Erre a kérdésre Mukaidono (2001) azt válaszolja, hogy a társadalomtudományok az elmosódott halmazok logikájának és a bizonytalanságnak érdekében próbálnak meg ösvényeket vágni. Azonban a természettudományok célja az objektumok vizsgálata.

Mukaidono (2001) szerint elkerülhetetlenül figyelembe kell venni a fuzzy logika alkalmazásának lehetőségeit a társadalomtudományokban is, ugyanis azok vizsgálódási területei mégiscsak az emberek és a szervezetek, illetve ezek viselkedése, mely bizonytalanságából fakadóan a hagyományostól eltérő szemléletet igényel, alapvető következtetési eszköze az indukció, azaz a következetes empirizmus (Rappai, 2010).

Ennek megértéséhez cikkünkben a tudományos paradigmák közötti vélt vagy valós ellentétek megismerésétől a modellalkotási folyamatok kihívásain át a

fuzzy logika gazdálkodástudományi alkalmazhatóságának lehetőségéig fogunk eljutni.

Tudományos paradigmák

Már a tudományos vizsgálódások megkezdése előtt a kutatónak tisztában kell lennie azzal, hogy a vizsgálat alá vont jelenségek természetéről milyen hite, ismerete van, és azoknak milyen kapcsolatuk van egymással (Orlikowski – Baroudi, 1991). A legtöbb társadalomtudományi kutatás lényege, hogy leírjon és/vagy magyarázzon valamilyen társadalmi, gazdasági jelenséget. Az elméletek kialakításakor hét funkciót érdemes figyelembe venni: előrejelzés (predikció), értelmezés, explicit feltevések kialakítása, megértés, értelemadás, érzékennyé tevés és kritika (lásd 1. táblázat). Az első kettő a pozitívizmus területe alá esik, míg a többi öt a humán elméletek kialakításának eredménye, úgy mint, a történelmi, jogi, irodalmi és filozófiai kutatásokban (Buchanan, 1998). Az elméletek és kutatások többsége logikai pozitívizmuson alapszik (Blaikie, 1991; Bryman, 2003; 2015). A pozitívizmusra gyakran, mint a kísérleti, hipotézistesztelés előtt álló paradigmák ki-egyenlítőjére, igazolójára tekintenek a kutatók. A paradigma egy világnézet, a világról alkotott feltételezések közötti kapcsolatok összessége, melyet a világot megismerni vágyó, kutató tudósok közössége alakít (Deshpande, 1983), szabályok, cselekvési minták és eszközök együttese (Nagy, 1998).

1. táblázat

Az elméletek hét funkciója

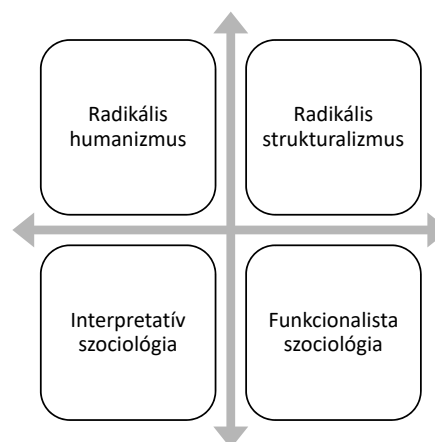
Paradigma		
Pozitívizmus	Predikció	Előzetes hipotézis felállítása a független változók közötti kapcsolatok erősségéről és irányáról vagy kísérleti beavatkozások eredményeiről
	Értelmezés	Egy jelenség okára való rámutatás
Humán elméletek	Explicit feltevések kialakítása	A korábban magától értetődő dolgok fejlesztése, illetve közvetlen megfogalmazása
	Megértés	Az események jelentésének és jelentőségének megragadása és feltárása
	Értelemadás	Az események olyan értelmezésének alkotása, mely megismerésüket ösztönzi
	Érzékennyé tevés	Analitikus leírásokon keresztül rávilágít a jelenségek árnyalataira, nyitottabbá, fogékonyabbá tesz
	Kritika	A létező és potenciális tényállapotok előnyeinek és hátrányainak értékelése, elemzése

Forrás: Buchanan (1998)

Burrell és Morgan (1979) négyparadigmás társadalomelméleti modelljük megalkotásakor az ontológia, ismeretelmélet, emberi természet és metodológia négyesére támaszkodtak. Szerintük a kutatásokat e négy alapvető feltevés mentén lehet vizsgálni. Ez a szervezeti elemzési modell két merőleges dimenzió mentén osztályozza a társadalomtudományi elméleteket: szabályozás-változás és szubjektivitás-objektivitás. Ezek mentén négy, meglehetősen különböző paradigmaklaszterre osztja ezeket. Ez a szemléletmód a gazdálkodástudományi vizsgálatokra is adaptálható, amit igazol, hogy később e terület művelői is átveszik Burrell és Morgan modelljét és gazdálkodástudományi problémák megértésére használják a négy megközelítést (Whittington – Holland, 1985; Smith, 1987; Gelei, 2006). E modell alkalmazását az 1. ábra mutatja.

1. ábra

Burrell és Morgan (1979) által azonosított szociológiai/szervezetelméleti paradigmák
x-tengely: Szubjektív valóság („cselekvés”)
vs. Objektív valóság („struktúra”)
y-tengely: Változtatásszociológia
vs. A rend szociológiája



Radikális humanizmus (változás-szubjektív): anti-szervezetelméleti megközelítés. Abból indul ki, hogy a társadalmi esélyek és ideológiák a nagy társadalmi intézmények által vezéreltek, így gyakran az embert magát túlságosan perifériára szorítja, elnyomja és nem „engedi szóhoz jutni”, ami széles körben a közösségek elidegenedését és megbontását eredményezi. Az intervenciók, beavatkozások célja a konkrét egyének és csoportok segítése, a kölcsönös segítségnyújtás és a tudatosság növelését szolgáló hálózatok megteremtése, ami esetleges társadalmi és gazdasági strukturális változásokhoz vezet.

Funkcionalista (rend-objektív): A társadalom a polgári értékek által egyesített lakosság összessége, ami

a társadalmi rend megteremtését eredményezi, ami mindenki számára előnyt jelent. Egyes egyének és néhány meghatározható csoport azonban szerencsétlenül járhat vagy rosszul adaptálható mintákat követ. A beavatkozás célja, hogy segítsen nekik alkalmazkodni a meglévő struktúrához, és kisebb intézményi módosítások is történhetnek, amennyiben indokolt.

Radikális strukturalizmus (változás-objektív): radikális szervezettelmélet. Az alapvető mögöttes ellentmondások és törvényszerűségek teszik a teljes életet igazságtalanná és tarthatatlanná. A stresszel terhelt egyének és csoportok is a strukturális problémák elnézését segíthetik, de tartós változás csak teljes társadalmi átalakulással érhető el. Az intervenciókat politikai, regionális, közösségi és személyes szinten is integrálni kell.

Interpretatív szociológia (rend-szubjektív): A társadalmi helyzetek megítélése, jelentése nagyrészt értelmezés kérdése. Bárki érezheti magát csapdában a saját helyzetében, de más megvilágításba helyezve a dolgokat, új lehetőségeket nyithat meg és jobb helyzetekhez vezethet. Az intézkedések fókuszában az áll, hogy segítsék az embereket az események átalakításában és saját viselkedésük szabályozásában.

Burrell és Morgan (1979) azt állítják, hogy minden társadalomtudománnyal foglalkozó szakembert el lehet helyezni e keretben – így érvényes ez a gazdálkodástudományokkal foglalkozókra is –, és a négy paradigma egymást kizáró, hiszen azok a társadalmi valóság alternatív nézetei. A szintézis nem lehetséges, mivel ezek legalább egy szembenálló metaelméleti feltételrendszeren alapulnak. Az alapvető feltevések négy dimenzióját a kutatási tevékenységek következetességének vizsgálatára lehet használni: azaz az ismeretelmélet, az emberi természet elmélete és a módszertan megfelelő-e a társadalmi világ alapvető ontológiai feltételezéseinek, konzisztensek-e azzal. A paradigma mérhetetlenségének kérdésében a vitaindítók Burrell és Morgan diszkrét paradigmái voltak (Hassard, 1991; Parker – McHugh, 1991; Willmott – Jackson – Carter, 1993; Weaver – Gioia, 1994; DeCock – Rickards – Weaver – Gioia, 1995). E vita során nem sikerült megoldani a paradigmák mérhetetlenségének problémáját, azaz ha a kutatás különböző paradigmákon alapszik, akkor szükségszerűen különböző ontológiai alapokhoz köthető (Davies – Fitchett, 2005). Chua (1986, p. 604.) szerint, „az ontológia kérdését kell először tisztázni és ez szabályozza az ismeretelméleti és módszertani feltevéseket.” Az interpretatív és pozitivisták kutatási módszerek kiegészítik egymást, ezért egyre nagyobb igény mutatkozik ezek kombinált alkalmazására, ugyanis ilyen szemléleti mód alkalmazásával így többet megtudhatunk egy adott jelenségről. A különböző kutatási módok lehetővé teszik, hogy megértsük a különböző jelenségeket, különböző okokból (Deetz, 1996). A kiválasztott módszer attól függ, hogy

mit is akarunk csinálni, nem pedig egy adott paradigma melletti kötelezettségvállalást jelent. Inkább a jelenség természetére kell koncentrálni, és az alapján kialakítani az esetleges kombinált kutatási módszert, minthogy először konkrét kutatási módszerekre fókuszálnánk és „azokhoz igazítanánk” a vizsgálandó jelenség természetét, annak kereteibe erőszakolnánk bele (Falconer – Mackay, 1999a, 1999b).

A probléma részben abból adódik, hogy a kutatók egy része félreértelmezi egyes kulcsdefiníciók jelentését. Például Kaplan és Duchon (1988) a kvalitatívát és az interpretatívát szinonimaként használja. Jick (1979) széles körben hivatkozott cikke alapján szokás hivatkozni a több módszert alkalmazó kutatások különböző variációinak előnyeire, holott Jick valójában annak korlátozott alkalmazhatóságáról ír.

Kvalitatív vagy kvantitatív? – „Paradigmák háborúja”

A válasz a fenti kérdésre, illetve az ebből fakadó ismeretelméleti megközelítésekre, úgy fogalmazható meg, hogy egyes szakemberek meg vannak győződve arról, hogy a különböző adattípusok alkalmazása hasznos lehet egymással, illetve más módszerekkel kombinálva, hiszen így a valóság komplexitása jobban megfogható. A táborok közötti növekvő megosztottság az objektivitásnak és szubjektivitásnak a kutatásban betöltött szerepéről alkotott különböző perspektívákból fakad. Bradley és Shaefer azzal érvelnek, hogy „a mérés lehetővé teszi számunkra, hogy túllépjünk a szubjektivitáson” (Bradley – Shaefer, 1998, p. 108.) oly módon, ahogy a határozatlan idejű, nyitott adatok és elemzések nem képesek. Mások kijelentették, hogy a minőségi módszerek hűebbek a gazdálkodástudomány jelenségeinek vizsgálatában, mint a mennyiségi, mivel lehetővé teszik az adatok szabadabb értelmezését (Gergen – Gergen, 2000). Maxwell és Loomis (2003) szerint a paradigmák háborújának „ez a két, alapvetően különböző módon való gondolkodás a magyarázata”. A mennyiségi és minőségi jelzők ezeket a perspektívákat írják le, ezzel is rögzítve a kutatási paradigmákat. Ezekben a kvalitatív vagy kvantitatív elvekben való meggyőződésüket képviselik a kutatói közösségek, folyóiratok és egyéb szervezetek, így „intézményesítve”, még inkább hangsúlyozva a két paradigma közötti szakadékot (Green – Preston, 2005).¹

Ennek egyik oka lehet, hogy a kutatók és gyakorlati szakemberek is már régen érzik a kétféle – kvantitatív és kvalitatív – szemléletmód valamilyen integrálhatóságának, azok együttes használhatóságának igényét (Bernard, 2012; Bryman, 2003, 2015).

Guba és Lincoln (1994) a tudományos paradigmákat 4 főkategóriába sorolta a tudományos kutatások tengerében:

- a) pozitívizmus,
- b) kritikai elmélet,
- c) konstruktívizmus,
- d) realizmus.

E paradigmákat három elemre bonthatjuk (Perry – Alizadeh – Riege, 1997), melyek:

- a) ontológia: a „valóság”, amit kutatunk,
- b) episztemológia: kapcsolat e valóság és a kutató között,
- c) metodológia: a technika, amit e valóság vizsgálatahoz használunk.

A 2. táblázat Gupta és Lincoln (1994), illetve Perry (1997) csoportosítását metszi össze. A pozitívizmus azt feltételezi, hogy a tudomány kvantitatívan mér független tényeket, változókat, az egyetlen megismerhető valóságról (Guba – Lincoln, 1994; Tsoukas, 1989). Másképpen fogalmazva, az adat és annak elemzése „értékmentes” és az adat nem változik a tudományos vizsgálat folyamán, mivel felülvizsgáltak, ellenőrzöttek. A kutató egy „egyirányú tükrön” keresztül vizsgálja a világot (Guba – Lincoln, 1994).

son, 1993). Vagyis a pozitivisták elkülönítik magukat a vizsgált világtól, míg a további három kategória esetében a kutató a vizsgált világ részeként tevékenykedik, ugyanis feltételezése szerint így jobban megismerhető ez a világ. A hetvenes évektől kezdődően a pozitívizmus – mint a tudományfilozófia episztemológiai-metodikai megalapozása – népszerűsége csökkenni kezdett, köszönhetően a benne megfogalmazott szélsőséges objektivitás és elfogulatlan tudományos elemzések iránti irracionális elvárásnak (Nagy, 1998; Caldwell, 1982). Nem látták ugyanis, hogy a gazdálkodástudományban születő legfontosabb döntéseket – ti. a tudományos kutatások irányának megválasztását – olyan személyek hozzák, akiknek egyrészt tudatában kell lenniük személyes korlátjaiknak, tévedhetőségüknek, bármennyire is igyekeznek racionálisak maradni (Nagy, 1998), másrészt pedig maguk is a vizsgált rendszer elemei közé tartoznak (Rappai, 2010).

A pozitívista paradigma

A tudományos gyakorlat elfogadott mintái (törvények, elméletek, alkalmazások, kutatási eszközök, modellek), sajátos összefüggő gyakorlatai közül a társada-

2. táblázat

A tudományos paradigmák 4 kategóriája és elemeik

Elem	Pozitívizmus	Kritikai elmélet	Konstruktívizmus	Realizmus
Ontológia	A valóság megismerhető	„Virtuális” valóság, amit a szociális, gazdasági, kulturális és egyéb értékek formálnak az idő során	Lokális és specifikus, „konstruált” valóságok összessége	A valóság csak tökéletlenül és valószínűsíthetően ismerhető meg.
Episztemológia	Tárgyilagos: következtetései, eredményei igazak	Szubjektív: érték-mediatív következtetések, eredmények	Szubjektív: kreált következtetések, eredmények	Korlátozott tárgyilagosság: a következtetések, eredmények valószínűleg igazak
Metodológia	Kísérletek / felmérések: hipotézisek igazolása, főleg kvantitatív módszerekkel	Dialogikus / dialektikus: a kutató egy „átalakító elme”, aki megváltoztatja a szociális világot, melyben a résztvevők élnek	Hermeneutikus / dialektikus: a kutató résztvevője a világnak, melyet vizsgál.	Esettanulmányok / irányított interjúk: részben kvalitatív, részben kvantitatív módszerek alkalmazásával

Forrás: saját szerkesztés Gupta és Lincoln (1994) és Perry (1997) alapján

Azonban a pozitívista megközelítés nem megfelelő, ha olyan gazdálkodástudományi jelenségeket szeretnénk vizsgálni, melyek magukban foglalják magát az embert és az életükhöz kapcsolódó tapasztalataikat, a vállalatokhoz fűződő kapcsolataikat, ha a válaszadókat független, nem-reflektív tárgyként szeretnénk vizsgálni, melyek nem képesek választ adni problémás szituációkban, és független módon cselekedni (Rob-

lomtudományi kutatásokban a pozitívista paradigma játszik kiemelt szerepet. Ezt indokolja egyrészt a téma sajátossága, másrészt pedig jelzi az e területen fellelhető pozitívista megközelítésű szakirodalom túlsúlya az interpretatívval szemben. A pozitívista megközelítés függetleníthető bármely etikai megfontolástól, normatív ítélettől (Friedman, 1953): Keynes szerint azzal foglalkozik, ami van, nem pedig azzal, aminek

lennie kell. Ez a megközelítés az általánosítások olyan rendszerét tartalmazza, mely lehetővé teszi, hogy helyesen írjuk le a környezeti változások hatásait, olyan teljesítménnyel, mely kizárólag az előrejelzés (megfigyelés) pontosságán, hatókörén és tényekkel való összhangján múlik – olyan objektív rendszert létrehozva, mint ahogy azok a természettudományban fordulnak elő (Friedman, 1953). A pozitivisták szerint az az elmélet, ami nem képes számokban leírni a valóságot, helytelen és gyenge lábakon áll (McCloskey, 1986). A pozitivista kutatók számára a tudomány célja a tudományos törvényszerűségek feltárása, melyek révén magyarázható, egyszersmind előrejelezhető lesz a vizsgálat tárgyát képező jelenség (Alvesson, 2000). A kutatás célja a kutató személye, a választott kutatási módszer és a befolyásoló tényezők hatásainak kiszűrésével az objektív igazság feltárása (McCloskey, 1986). Ennélfogva a kutatás elemzési kerete előre meghatározott és univerzális, az elemzési modell kategóriaalapú (vagy a problémagranuláció révén azzá tehető), az elemzési folyamat konvergens, logikailag jól követhető, objektív. Friedman szerint (1953) a pozitivista tudomány éppen olyan objektív (vagy azzá tehető), mint bármely természettudomány. Mindazonáltal az a tény, hogy a gazdálkodástudomány – hasonlóan a társadalomtudomány többi ágához – az emberek (szervezetek) közötti kapcsolatokkal foglalkozik, valamint a kutató maga is része a kutatás tárgyának – sokkal közvetlenebb módon, mint a természettudományokban – jelentősen megnehezíti az objektivitás elérését. Ezek szerint két lehetőség adódik a kutató számára. Az egyik, hogy „lazít” a pozitívizmus támasztotta objektivitási követelményeken. Ekkor indokolt lehet gondos mérlegelés alá vetni, hogy mekkora az a legnagyobb megengedhető szubjektivitás, mely még mindig képes garantálni a gazdálkodástudományi pozitivista szemléletmód objektivitását.

A másik út, mely nyitva áll a kutató előtt, hogy olyanná teszi a kutatásai során alkalmazott módszertant, mely lehetőséget nyújt az „életlen”, szubjektív, gyakran pontatlan és zajos adatok objektív, szilárd matematikai törvények alapján történő kezelésére.

A két út közül márpedig választania kell a kutatónak, hiszen Friedman máig érvényes tézise alapján (1953) minden gazdasági következtetés szükségszerűen – akár nyíltan, akár burkoltan – pozitivista predikción nyugszik, megmondva azt, hogy mi a következménye annak, ha inkább *ezt* tesszük, mint *azt*: adott cselekvéssorozat várható következményeiről informál, nem pedig normatív ítéleteket állapít meg. Korábban Keynes (1891) is kifejtette ez irányú tézisé, mely szerint a közgazdaság-tudomány pozitív tudomány, mert tényeket kutat és igazságot tár fel, nem pedig szabályokat ír elő az élet számára; e törvények ténybeli teo-

rémák, nem pedig gyakorlati receptek, nem mesterség, nem művészet vagy etikai vizsgálat, hanem tudomány (Nagy, 1998). Ezt a felfogást képviseli (ti. a közgazdaságtan hivatalos metodológiája a logikai pozitívizmus) G. Becker, K. Cohen, R. Cyert, D. N. McCloskey, G. Stigler és mások (Nagy, 1998).

A pozitívizmus kritikája (Bernstein, 1978; Lindblom, 1990; Toulmin, 1990; Buchanan, 1992; 1994) abban áll elsősorban, hogy azt feltételezi, nincs lényeges különbség a természeti és társadalmi jelenségek között, míg a humán megközelítések alapvető, kritikus különbséget látnak köztük (Polkinghorne, 1983). Bár rengeteg módon különbséget lehet tenni, mégis az egyik legkiugróbb különbség azon a tényen alapszik, hogy az emberek képesek az alapján dönteni, választani, hogy milyen állapotot kívánnak elérni. Tehát a teljes objektivitás nem mutatkozik meg döntéseinkben, hiszen az egyén szükségszerűen szubjektív értékítéletet fog megfogalmazni. Az objektív szemléletmód valójában nem is érhető el, hiszen a világ jelenségeinek felfogása, értelmezése soha sem lesz független előfeltevéseinktől.

Jelen tanulmányban a második úttal foglalkozunk: bemutatjuk egy modellezési módszertan gazdálkodástudományi alkalmazásának lehetőségét, mely a pozitívizmus logikai alapjain képes az elvárt objektivitás mellett (annak feladása nélkül) olyan szubjektív és életlen tényezőket is bevonni a kutatás tárgyába, melyeket a klasszikus módszerek vagy precíz kényszerítének (nagyfokú torzítás mellett), vagy „lazítanak” a pozitivista objektívizmuson.

Paradigmák keveredése

Jóllehet, a kvalitatív és kvantitatív párbeszéd kihívásai a mai napig megfigyelhetők, azonban enyhülés látszik a két paradigma kapcsolatában (Fielding – Schreier, 2001; Mahoney – Goertz, 2006). Annak ellenére, hogy a kvantitatív szemlélet, és ezen keresztül a kvantitatív kutatómódszertan dominanciája, elnehezülése mellett érvelünk, azt is fontosnak tartjuk megemlíteni, hogy a '90-es évektől egyre inkább érzékelhető a kvalitatív hozzáállás terebélyesedése is (Radácsi, 2003; Gelei, 2006).

Bryman (2006) is arról ír, hogy egy olyan időszakot követően, melyben a kvantitatív és kvalitatív kutatásokat összeegyeztethetetlennek ítélték, egyre inkább olyan kort élünk, melyben a „paradigmák háborúja” mérséklődik és e két szemléletmódot is mindinkább kompatibilisnek fogadják el. Sőt, egyre több kutatást ilyen „kevert” módszerrel hajtanak végre. Fontos szempont e kutatómódszertanok alkalmazásánál és azok eredményeivel kapcsolatban az is, hogy hogyan lehet használni őket a gyakorlatban és milyen előnyökkel jár alkalmazásuk. Bryman így fogalmazta meg kutatása-

inak célját a több kutatási stratégiát alkalmazó kutatásokkal kapcsolatban: (1) megpróbált átfogó képet adni a kvantitatív és kvalitatív kutatások integrálhatóságának szakirodalmáról, (2) jó gyakorlatok bemutatása a kvantitatív és kvalitatív kutatások integrációi közül, (3) azon területek meghatározása, melyeken a kvantitatív és kvalitatív kutatási módszerek kevert használata egyértelműen nem előnyös, (4) megvizsgálni olyan területeket, ahol egyszerre használja mind a kvantitatív, mind a kvalitatív kutatási módszereket, milyen összekötő kapcsolatokat tud felfedezni, (5) néhány diszkurzív gyakorlat bemutatása, ahol integrálni tudták a két megközelítést. Megállapította, hogy az alkalmazott módszerek közül a keresztszempontú tervezés messze a leggyakoribb. Így azt láthatjuk, hogy a szemléletmódok keveredése nem bővítette, hanem szűkítette az alkalmazott módszerek tárházát.³ Ez lényegében azt jelenti, hogy a mennyiségi adatokat kérdőíves felmérésekből, a minőségi adatokat interjúkból nyerik általában az ilyen kutatást folytató tudósok. May (2011) szintén hasonló következtetésekre jut.

A paradigmák közti viszony megértése fontos előfeltétele a modellalkotási és módszertani problémák tisztázásának.

Modellalkotási elvárások és módszertani problémák

A hetvenes évekre az elméleti pluralizmus és a szabályorientált metodológiák életképtelenségének beismerésével (Feyerabend, 1981) és a hagyományos episztemikus ideákból kiábrándulva (Preston, 1997) származtatható a módszertani (episztemológiai) anarchizmus. Eszerint a tudományt nem viszi előre a rögzített eljárási szabályokhoz való szűklátókörű ragaszkodás, mivel bármely előzetesen elfogadott szabállyal szemben adódhatnak olyan helyzetek, amikor a probléma megoldása kizárólag a szabály figyelmen kívül hagyásával, vagy éppen annak ellenkezőjébe fordításával vihető csak sikerre (Golden, 2009). Sőt, számos tudományos eredmény éppen a metodológia félretételével született meg (Nagy, 1998). Nemcsak a pozitívizmus (logikai empiricizmus), de a kritikai racionalizmus is akadályozhatja a tudomány fejlődését (Popper, 1989; McGuire, 2001) és a bennük közös racionalizmus csak egyike a valóság hagyományos megközelítési módjainak, így e metodológiák pluralitása hasznos és szükséges is (Nagy, 1998).

Lakatos szerint (Miklós, 1997) abból kell kiindulni, hogy egyes kutatási hagyományok nyomán azonos kérdésekre válaszoló elméletek sorozata jön létre, a metodológia pedig azt vizsgálja, hogy miként változik meg az adott kutatási hagyomány (progresszív vagy degeneratív irányba) elméletileg és empirikusan

(Nagy, 1998). Lakatos kijelentése (mindig van olyan szabály, amely érvényes lehet) és Feyerabend állítása (nincs olyan szabály, amely mindig érvényes volna) tulajdonképpen összeegyeztethető, mely alapján Golden (2009) összegzése: mindig illeszthető racionális narratíva az adott problémahelyzetre.

A társadalomtudományok mint pozitívista tudományok, a társadalmi/gazdasági jelenségekre vonatkozó, feltételeken elfogadott általánosításokat tartalmaznak, melyek segítségével a feltételrendszerben bekövetkező változások hatásai előrejelezhetők. Az általánosítás kiterjesztését, az approximációk pontosságát, megbízhatósági szintjeiket és a predekciók pontosítását nemcsak a kutató képességeinek mindenkorai korlátai, de olyan körülmények is gátolják, melyek különösen erőteljesen jelentkezik a társadalomtudományokban, és ezen belül specifikusan a gazdálkodástudományok területén – habár ez nem kizárólagos sajátosságuk (Friedman, 1953). Ám a gazdálkodástudományokban szükségszerűen inkább nem kontrollált tapasztalatokra, mint kontrollált kísérletekre és szimulációkra kell (lehet) támaszkodni,⁴ így rendkívül nehéz a hipotézisek korrekt igazolására nyilvánvaló és egyértelmű bizonyítékkal szolgálni. Egy hipotézis helyességét csupán következtetései, predekciói valószínűségén keresztül tesztelhetjük, és mivel nemcsak nem kontrollált tapasztalatokra (megfigyelésekre) támaszkodunk, ez igencsak megnehezíti a hipotézisek tesztelését, igazolását, zavarokat idézve elő a módszertani elvek körül. A társadalomtudósok tehát minden más terület művelőjénél jobban tisztában kell lenniük módszertani elveivel, sokkal szigorúbban kötnödniük kell azok korlátozó feltételrendszeréhez – nem megengedve közülük egy vagy több elvetését, lazítását – és alkalmazkodnia kell a levonható következtetések kevésbé tág köréhez.

A fentiek figyelembevételével alapvető fontosságú a modellalkotási folyamat során a korlátozó feltételek pontos és alapos ismerete, nélkülözhetetlen azok tesztelésére vonatkozó módszerek széles körű ismerete, ismerni kell a társadalomtudományi modellek támasztotta kívánalmak és követelmények rendszerét függetlenül attól, hogy a kiválasztott módszer kvalitatív vagy kvantitatív jellegű.

A modellekkel szembeni legalapvetőbb kívánalmak a társadalomtudományokban is a *pontosság*, a *bizonyosság* és a *szigorúság*. E következtetesség visszavezethető a matematika tudományfilozófiai történetének arra a XIX. századi időszakára, melyet „A szigorúság forradalmának” nevezünk.⁵ Innen datálódik a matematika szóhasználatában és módszereiben a rá jellemző nagyon precíz és egzakt formalizáltság, melyet átvett a társadalomtudományi klasszikus (kemény) modellezés is. Ezzel megkezdődött a modellezés aritmetizálása és formalizálása. Az aritmetizálás során az analízis

és a valós számok elméletének bizonytalan fogalmait megpróbálták visszavezetni a természetes számok biztosnak tekinthető elméletére. A formalizálás a szigorú bizonyításelemzés módszerét jelentette.

A kíváncsiak második csoportját Lotfi Zadeh fogalmazta meg összeférhetetlenségi elvben.⁶ Az első paradoxonja arra vonatkozik, hogy egy modell (rendszer) bonyolultságának növekedésével egyre csökken a képességünk arra, hogy működéséről precíz és szignifikáns kijelentéseket tegyünk. Sőt, egy határ után eljutunk oda, hogy a *precizitás* (aritmetikai formalizmus) és a *szignifikancia* (statisztikai érvényesség⁷) a rendszer egymást kölcsönösen kizáró ismérveivé válnak.

Ilyen problémát jelent a stabilitás-plaszticitás dilemma is: hogyan lehet olyan modellt létrehozni, mely elég *plasztikus* ahhoz, hogy képes legyen – valamilyen – alkalmazkodni a gyorsan változó környezetéhez, ugyanakkor elég *stabil* is marad, hogy a korábban megszerzett tudást (összefüggéseket) megőrizze. Hasonló ellentmondás adódik az interpretálhatóság – precizitás, illetve az interpretálhatóság szignifikáns párok esetében is.

Szubjektív rendszerinformációk

Gyakori feltétele a klasszikus rendszermodellezési technikáknak a mennyiségi ismérvek alkalmazása. Ám a társadalomtudományok területéről gyakran nem állnak a kutató rendelkezésére ennyire objektív, mennyiségi ismérvek. Az ilyen esetekben bevett szokás a minőségi ismérvek „transzformálása” mennyiségivé, de vajon ez mennyire biztosítja az objektivitást? Mennyire célravezető az efféle transzformálás? Széles körben elfogadott tény, hogy a társadalomtudomány – különösen jelen munka tárgyát képező közgazdaságtan – rendszerinformációi szubjektívek, hiszen minden tapasztalatunk elkerülhetetlenül szubjektív. Ez alól nincs kivétel (Babbie, 2001).⁸ Márpedig ha rendszerinformációink szubjektívek, az alkalmazott módszerek pedig objektivitást igényelnek – csakúgy, mint a pozitívizmus iránt érzett leküzdhetetlennek tűnő vágy – akkor kénytelenek vagyunk a szubjektív információkat precízzé kényszeríteni – vagy olyan módszertant választani, amely kezelni tudja a szubjektív értékítéleten alapuló rendszerinformációkat.

Hasonló problémákat vet fel a linearitás, a homoszkedaszticitás és a függetlenség kérdése.

A szakértői rendszerek tervezési nehézségei

A szakértői rendszerek olyan tudásalapú rendszerek, melyek szakértői tudást tartalmaznak (Kasabov, 1998). Ezek a rendszerek képesek a meglévő tudás strukturált reprezentálására, működésük során meglévő adatbázisok befogadására, új ismeretek megtanulására és tárolására, képesek logikus következtetéseket tenni, dön-

téseket hozni és javaslatokat tenni, felhasználóbarát módon kommunikálni a felhasználóval, megmagyarázni viselkedésüket és döntéseiket. Az ilyen rendszerek nagy sikerrel használatosak az emberi tevékenység szinte minden területén: mérnöki, orvosi, termelési, fizikai, vegyészeti és agrártudományi területeken, oktatásban, üzleti döntésekben és tervezésben. Az ilyen rendszerek komplex és bonyolult feladatok ellátására képesek, gyorsan felépíthetők, olcsón működtethetők, széles területen használhatók, könnyen fejleszthetők (Kasabov, 1998).

Ám ezeknek a rendszereknek is megvannak a hátrányai, melyeket a klasszikus modellezés nem tud megoldani. Kasabov (1998) négy ilyen problémát nevesít:

- szakértői tudás megszerzésének nehézsége,
- hogyan szűrhető ki a szakértői tudás egy óriási adathalmazból,
- hogyan lehet reprezentálni hiányos, sérült, kétértelmű, egymásnak ellentmondó tudást,
- hogyan valószínűsíthető meg velük a közelítő következtetés?

A klasszikus rendszerek (az automatikus, következtétesalapú szakértői rendszer és a klasszikus zárthurkú irányítás), melyek e problémákra nem tudnak hatékony megoldásokat nyújtani, tervezési stratégiájuk Kóczy és Tikk (2001) szerint az alábbi két lényeges feltételezésen alapszik:

- Az irányított rendszer ismert. A rendszert valamely modellje segítségével reprezentáljuk (identifikáljuk), amelynek létrehozásához szükség van a rendszerről rendelkezésre álló összes lényeges információra. Ekkor a rendszer kimeneti válasza a modell alapján tetszőleges bemenet esetén kiszámolható. Az identifikációs fázis a rendszer későbbi helyes működése szempontjából alapvető fontosságú.
- Az irányítás függvénye tömör matematikai formulák formájában adott, melyek tartalmazzák a rendszer változó paramétereit. (Ezt az információt nevezzük a rendszer teljesítményindexének.)

Ha ezek a feltételek teljesülnek, akkor az adott szakértői rendszer modellje a klasszikus irányításelmélet módszereivel megoldható és meghatározható a működését irányító optimális rendszer, illetve kiszámíthatók ez utóbbi paramétere (Kóczy – Tikk, 2001). Ekkor a kialakított rendszermodellel végezzük az optimalizálást, azaz a rendszer outputja és a célfüggvény által generált elméleti optimum közötti eltérés minimalizálását.

Ha viszont a modellezett rendszer túl bonyolult, erősen nemlineáris, vagy modellje eleve ismeretlen, az

irányításmélet klasszikus módszerei és matematikai háttere nem használható, az irányítás alkalmazásának feltételei megvalósíthatatlanná válnak. Az ilyen esetekben, amikor a rendszer nemlineáris, jellege nem stacionárius, vagy a működését leíró adatok hiányosak, akkor modellje általában nem alkotható meg pontosan. Ekkor a rendszeridentifikáció rendelkezésre álló algoritmusai (statisztikai módszereken, tapasztalati megfigyeléseken és többváltozós függvényoptimalizáción alapuló módszerek) nem vagy csak erős megszorításokkal alkalmazhatók.

Az ilyen összetett modellek esetén az is előfordulhat, hogy a létrehozott modell túl specifikus, túlságosan pontos, a modellt leíró egyenletek bonyolultsága és a bennük szereplő paraméterek száma kezelhetetlenül nagyvá válik. Ezt nevezzük a túlmodellezés hibájának (Schweppe, 1973). Ezzel együtt megfigyelhető a szakértői rendszerek matematizálódása, erre mutatott rá Zadeh már 1972-ben: bonyolult rendszereknél egyre nehezebb optimalizálási stratégiát találni, mely szerint működtetni lehet az irányítást.

Fuzzy rendszerek

Gazdálkodástudományi rendszermodellezés

Valamennyi hatékony gazdálkodástudományi alkalmazásnak (de tágabban társadalomtudományinak is), modellnek, eljárásnak, elméletnek képesnek kell lennie a rendelkezésre álló információk teljes hasznosítására – tekintet nélkül annak típusára. Az információk a legtöbb esetben – legyen az mintavétel, szimuláció vagy szakértői vélemény – korántsem teljeseek, gyakran zajosak, hiányosak, sok a torzító tényező. A legtöbb esetben ennek elkerülhetetlen tényezői Babbie (2001) és Szintay (2003) szerint az alábbiak lehetnek:

1. *pontatlan megfigyelés*: pontatlanul, felületesen figyeljük meg a kutatás tárgyát képező jelenséget elvonatkoztatva attól a tényről, hogy a tudományos megfigyelés tudatos és tervezett tevékenység,
2. *túláltalánosítás*: néhány korai tapasztalat alapján messzemenő következtetéseket vagyunk hajlamosak levonni vagy analógiákat képezni,
3. *szelektív észlelés*: gyakran vonunk le érvényesnek vélt következtetéseket nem reprezentatív vagy reprezentatívnek vélt megfigyelésekből,
4. *az érzékelés torzítása*: ami abból fakad, hogy egy jelenség megfigyelése során az egyéni befogadóképesség is korlátozza a felfogott jellemvonások érzékelését.
5. *halo-effektus*: rendszerek vagy jelenségek észlelésekor bekövetkezhető olyan hiba, mely abból fakad, hogy egy adott jellemző érzékeléséből egy

másik jellemvonás, tulajdonság szükségszerű meglétére következtetünk,

6. *hozzáköltések*: a meggyőződésének ellentmondó tényeket hozzáköltésekkel érvénytelenítik (ex post facto hipotéziskészítés),
7. *illogikus okoskodások*: a meggyőződésének ellentmondó tényeket kivételeknek tekintik, amelyek csak erősítik a szabályt (szerencsejátékos tévedése),
8. *elfogultság a megértésben*: bizonyos eseményekről és körülményekről kialakított felfogásunk gyakran különös lélektani jelentőséggel bír, ha szorosan elkötelezzük magunkat a tudomány általunk megvizsgált más normái mellett, az véd a túlzott elfogultság ellen,
9. *a megismerés idő előtti lezárása*: a túláltalánosítás, a szelektív megfigyelés, a kitalált információ (hozzáköltés) és az illogikus gondolkodás mind a vizsgálat idő előtti lezárását „sürgeti”. Mindezen hibák ahhoz vezetnek, hogy vizsgálódásainkat túl hamar abbahagyjuk, és tévedéseinket tényként kezeljük: a vizsgálat tárgyát megismerhetetlennek minősítjük és misztifikáljuk.

A társadalomtudományi információk forrásai a legtöbb esetben szubjektívek, emberektől származnak, melyek nagyfokú torzításokat, egyéni meggyőződéseket tartalmazhatnak. Előfordulhat az is, hogy rendelkezésre állnak objektíven mérhető adatok is (valamely mennyiségi változók, melyek szerepelnek a könyvekben vagy műszeresen mérhetők). A két információ típus együttes felhasználásának kulcsa az, hogyan alakítsuk át az emberi tudást (szubjektív információinkat) az objektív mérési módszerek megformulálásához és a matematikai modellek nyújtotta keretekhez hasonlóvá, lehetővé téve ezzel az objektív mérést és következtetést. Ez nem jelent más feladatot, mint azt, hogy hogyan tudjuk az emberi tudást matematikai formulákba transzformálni.

E feladat megoldására alkalmas módszer a fuzzy logika – lehetővé téve a kétféle információ típus együttes hasznosítását.

A fentiek alapján egy társadalomtudományi modell célja általánosan egy rendszer működésének leírása. Ezekben a rendszerekben a paramétereket és a változókat operátorok kötik össze. Az alkalmazott operátorok szerint a modellek két alaptípusa különíthető el (Retter, 2007):

- az első típus algebrai operátorokat alkalmaz, az ilyen modelleket matematikai modelleknek nevezzük, ahol a változók és a paraméterek numerikus értékek,
- a második típusú modellek logikai operátorokat alkalmaznak, ezeket logikai modelleknek lehet nevezni.

A fuzzy rendszerek mindkét modelltípus esetén alkalmazhatók, lehetővé téve a szakértői tudás vagy a priori információk felhasználását. Ez egyrészt azt jelenti, hogy a rendszer képes olyan erőteljes koncepciók kapcsolatokkal operálni, melyek oly hatékonyra teszik az emberi látásmódot, másrészt pedig lehetőség nyílik egyúttal a változók és paraméterek numerikus reprezentálására – lehetővé téve a matematikai manipulációk hatékony mechanizmusát.

A fuzzy modellezés és folyamata

A klasszikus logika csak olyan kevésbé összetett nyelvi kifejezésekben megnyilvánuló állításokat tesz tárgyivá, melyeknek csupán két kimenetele létezik: igaz vagy hamis értéket vehet fel, nulla vagy egy kimenetele lehet, vagy beletartozik egy halmazba a vizsgált jelenség, vagy nem. Így a klasszikus logika kétértékű logika, az események által felvehető értékek száma kételemű halmazból származtatható. Ezzel szemben a fuzzy logika a deviáns logikai rendszerek többértékű leágazása, az igaz/hamis értékpár oldásának egyik sikeres kísérlete (Szabó, 2001). A klasszikus logikában az éles halmazok karakterisztikus függvényei csak két értéket vehetnek fel attól függően, hogy az elem tagja-e a halmaznak vagy sem: a kijelentéseket igazra vagy hamisra kell formálni, redukálni kell őket (különbön kezelhetetlenek), mely nyilvánvalóan hatalmas adatvesztéssel jár. A fuzzy halmazok lényege ezzel szemben az, hogy elemeik hozzátartozósága egy halmazhoz változó mértékű, ezt a mértéket pedig egy folytonosan változó tagsági függvénnyel (tehát nem diszkrét karakterisztikus függvénnyel) lehet leírni a nem tagság ($\notin$) és a teljes tagság ($\in$) között. Ilyen formán a hagyományos $\mu_A(x)$ karakterisztikus függvény értékkészletét kiterjesztjük valamennyi 0 és 1 közötti valós számra – beleértve a határokat is.

fuzzy inferencia gép (mely a közelítő következtetéseket végzi el), a fuzzyfikáló és a defuzzyfikáló interface.⁹

A fuzzy rendszerek bemenetei és kimenetei numerikus változók is lehetnek. Ebben az esetben a bemeneteket a rendszer fuzzyfikáló algoritmus a tagsági függvények alapján fuzzyvá teszi, a kimeneteket pedig egy defuzzyfikáló interfész teszi ismét numerikus adattá, ha erre egyáltalán szükség van. Ugyanis a rendszer egy lényeges kimenete a logikai HA-AKKOR szabályokat tartalmazó adatbázis, ami lingvisztikai megfogalmazásokban adja meg a modell összefüggéseit.

A fuzzy rendszerek három területen lépik túl a klasszikus módszereket. Képesek a HA-AKKOR szabályok használatára (bemenetként feldolgozni és/vagy ilyen kimeneteket generálni), így közvetlenül fel tudják használni a szakértői tudást. Képesek univerzális approximálásra, azaz bármilyen valós folytonos függvényt tetszőleges pontossággal képes közelíteni. A harmadik kitüntetett tulajdonsága a bizonytalan adatok felhasználásának és modellbe illesztésének képessége.

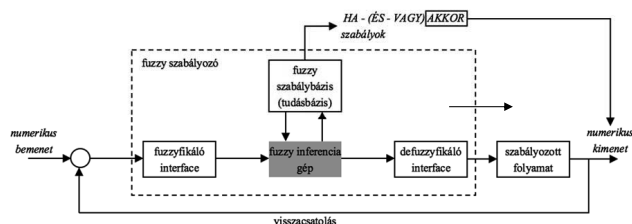
A fuzzy logikára épülő modellek épülhetnek mért adatokra csakúgy, mint szakértői tudásra. A modellezés hatékonysága és megbízhatósága ennek megfelelően több teljesítményindikátorral minősíthető. Ezek a Feasibility Index (FI), Accuracy Index (AI), Efficiency Index (EI) és Transparency Index (TI)¹⁰.

Az FI mutató annak mértékét közelíti, hogy a vizsgált változók mennyire alkalmasak fuzzy modell építésére. Az AI mutató a modell és a (megfigyelési) adatok közötti átlagos abszolút hibát méri. Az EI hatékonyságmutató a modell által alkotott összes logikai szabály számát mutatja meg. A modell annál hatékonyabb, minél kevesebb szabállyal tudja leírni a vizsgált jelenséget, ugyanis ez az érték arányos az elvégzett műveletek (iterációk) számával. A TI indikátor mértékéből arra lehet következtetni, hogy a fuzzy modell fehér dobozként viselkedik-e, azaz összetevői belülről vizsgálhatók-e, vagy fekete dobozként kell kezelni és csak bemenet-kimenet párok értékelhetők-e. Ez arra a feltételezésre épül, hogy könnyebb egy modell belső struktúráját elemezni akkor, ha kevesebb inputból és outputból áll és egyszerűbb almodell-struktúrával rendelkezik.

A fuzzy logikán alapuló lágy számítások¹¹ a rendkívül hatékonyak és rugalmasnak bizonyuló mindennapi emberi gondolkodást algoritmizálják. A fuzzy logikával lehetségessé válik az, ami a logikai hagyományokban mindeddig nem volt lehetséges: kalkulákat építeni olyan homályos meghatározásokra, mint a „kicsivel több”, a „legkevésbé forró”, az „aligha fog esni”, vagy éppen a „közepesnél kicsit változékonyabb”. Ez nem jelent mást, mint a mindennapi emberi gondolkodás matematizálását és annak szinergiáját a klasszikus matematikával. Ily módon megvalósítható

2. ábra

A fuzzy szabályozás felépítése



Forrás: Retter (2006)

Egy fuzzy rendszer általában négy komponensből áll (2. ábra). Ezek a fuzzy szabálybázis (ez tartalmazza a rendszer által kialakított nyelvi változók felhasználásával készített logikai HA-AKKOR szabályokat), a

a köznapi nyelv és az analitikus gondolkodás hatékony egyesítése.

Zimmerman (1991) alapvetően két nagy területre osztja a fuzzy elméletek fejlődését. Az elsőbe azokat az elméleteket sorolta, amelyek érettebb szakaszba értek, és szofisztikáltabb koncepcióként jelennek meg, ide tartozik a klasszikus matematika olyan területei is, mint az algebra és a gráfelmélet is. A második területként mint a modellalkotás eszköze azonosítja, mely képes a valós világ bizonytalanságainak kezelésére.

Zimmerman (1991) a fuzzy elméletek alkalmazhatóságának négy kategóriáját jelölte meg. Elsőként a matematikai alkalmazhatóság adódik, mely a hagyományos matematika területeit öleli fel. Véleménye szerint a legfontosabb és legszéleskörűbb alkalmazhatósága kétségtávol a fuzzy logika. Másodsorban a klasztizációs módszerek algoritmusaként használhatók a fuzzy elméletek. Harmadik kategóriaként a standard kauzális modelleket azonosítja a fuzzy elméletek alkalmazhatóságaként. A negyedik kategória a valós problémák feltárásával kapcsolatos alkalmazást jelenti, melyek közül az egyik legfontosabb a fuzzy szakértői rendszerek. De a pszichológia és irányítástechnológia is idetartozó alkalmazási terület (Kochen, 1975).

Ez a negyedik alkalmazási kategória szélesebb körű társadalomtudományi alkalmazhatóságot jelent. Ezek a területek többnyire látszólag izoláltan jelennek meg a matematika területeitől, de a fuzzy elméletek lassan helyet követelnek nekik a valós problémák kontextusában. A társadalomtudományok és fuzzy elméletek között elvélve, rendszertelenül, lassan fejlődött a dinamika, párbeszéd.

A fuzzy halmazok elméletét számos társadalomtudományi területen alkalmazták már, úgy, mint termelés, menedzsment vagy éppen oktatás. Kutatásaik során Feng (1990) az egyetemi oktatásminőséggel kapcsolatosan, míg Biswas (1995) a hallgatói értékelésekkel összefüggésben, Turksen és Wilson (1994) a fogyasztók vásárlási választásainak modellezésére használta a fuzzy megközelítést.

Fuzzy szakértői rendszerek

A fuzzy rendszereket olyan leképzésként definiálhatjuk, amely m -dimenziós fuzzy halmazokat n -dimenziós fuzzy halmazokba képez le. A leképzés a fuzzy technikák felhasználásával nagy szabadságot nyújt: mind a nyelvi változók granulálása, mind a műveletek, következtetési módok megváltoztatása lehetséges a rendszer kialakítása során.

Munakata (1994) és Kosko (1992) a fuzzy szakértői rendszerek alábbi karakterisztikáit nevesítik:

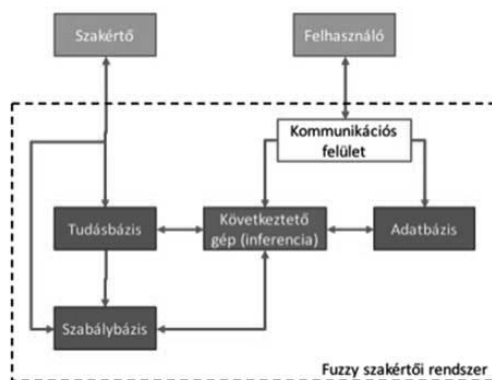
- mind precíz, mind pedig bizonytalan, pontatlanul definiált adatokat tud kezelni,
- sikerrel alkalmazható matematikailag nehezen leírható problémák megoldásánál,

- közelítő, nem precíz következtető eljárást alkalmaznak,
- példákban tanul a rendszer: ezek alapján becsli a bemenet-kimenet párok közötti leképzést, a példa lehet szimbolikus megfogalmazású, akár numerikus adatok közötti összefüggés: fuzzy szabályként megfogalmazott asszociációk,
- a rendszer tárolja az asszociációkat leíró vagy egyéb megfontolások alapján képzett fuzzy szabályokat. Ezek tárolása numerikus formában történik lingvisztikai változók esetében is (vektorok, mátrixok, függvények).

A fuzzy rendszer azonban jellemzően kapcsolatban van környezetével: általában része egy nagyobb rendszernek és egy külső eljárástól kapja az információkat, majd egy külső eljárás dolgozza fel a rendszer kimenő adatait. Ezzel az eljárással való kapcsolata többféle lehet, esetleg bővíthet a felhasználóval való interaktív kapcsolattal is (Hellendoorn, 1997). Ezt szemlélteti a 3. ábra.

3. ábra.

Fuzzy szakértői rendszer



Forrás: saját szerkesztés Kóczy és Tikk (2001) alapján

A szakértői rendszer lényegét a tudásbázis (hosszú távú memória), az adatbázis (rövid távú memória) és az inferencia gép alkotja. A tudásbázis tartalmazza a problémakörrel vagy szakterülettel kapcsolatos általános információkat. Fuzzy szakértői rendszerek esetén ezt az információt fuzzy produkciós szabályokban tárolják, melyek többnyire HA–AKKOR alakban teremtenek kapcsolatot a premisszáknak és következményeknek között. A szabályok általános alakja „HA A AKKOR B ”, ahol A és B a bemeneti és kimeneti univerzumok fuzzy halmazai. Az adatbázis célja a szakértői rendszer bizonyos feladataival kapcsolatos adatok tárolása, melyet például a rendszer a felhasználóval való kommunikáció során szerez meg. A következtető gép a rendelkezésre

álló adatok és a fuzzy produkciós szabályok felhasználásával fuzzy következtetéseket hoz. A produkciós szabályok kiértékelése kétféleképpen lehet: egyrészről lehet adatvezérelt, amikor a megadott adatok és a produkciós szabályok feltételrészeinek illesztésével a rendszer az összes lehetséges következtetést előállítja, másrészt lehet célvezérelt, amikor a cél és a produkciós szabályok következményrészeinek illesztésével keres olyan tényeket (megfigyeléseket), melyek az adott állapotban fennállnak. Az adatvezérelt módszer előrehaladó, a célvezérelt pedig hátrafelé haladó következtetéseket végez. Időigény szempontjából az utóbbi módszer előnyösebb, mivel csak a célhoz vezető szabályokat értékeli ki (Kóczy – Tikk, 2001).

3. táblázat

Fuzzy rendszerek gazdasági alkalmazásai

Felhasználási terület	Szerző
mintázat felismerés	Bazdek – Pal (1992)
indexszámítás	Soyer et al. (2007) Hung et al. (2010) Lazim – Osman (2009) Chen – Chen (2007)
többszempontú döntés	Erensal – Albayrak (2006) Tapia – Murtagh (1991) Carlsson (1982) Turksen – Wilson (1994) Willson, I.A. (1994) Atanassov (2002)
csoportos döntés	Chen (2002) Karsak – Tolga (2001) Chen (2000) Fan et al. (2004) Hwang et al. (1992) Li – Yang (2004) Wang – Parkan (2005) Bellman – Zadeh (1970) Ingollikar (2005)
on-line DM, rendszerfelügyelet	Chester et al. (2009)
termelés-tervezés	Koltay – Tatay (2009)
fuzzy programozás, szállítási feladatok	Zimmerman (1978) Zimmerman et al. (1978) Narasimhan (1980) Hannan (1982)
határhatékonyság-elemzés	Ege (2009) Guo – Tanaka (2001)
projektrangsorolás	Ramadan (2004) Avineri et al. (2000) Teng – Tzeng (1998)
innovációs teljesítmény mérése, előrejelzése	Kása (2015)

Forrás: saját szerkesztés

A következők egy egység a szabályok alkalmazási sorrendjére vagy szabályok kiválasztására metasabályokat is felhasználhat, melyek leállási feltételeket, szabályok közötti precedenciákat, vagy a felhasználóval történő kommunikációt határozzák meg. A metasabálybázis alapvető célja, hogy a felesleges szabályok alkalmazását elkerülve egyszerűsítse a rendszer működését. A kommunikációs/magyarázó felület a felhasználó és a rendszer kapcsolatát szolgálja, például a konklúzióhoz vezető következtetési szabályok sorozatának megadásával segítheti a felhasználót a szakértői rendszer működésének megértésében.

A rendszer alkalmazási területei

A fuzzy rendszerek gazdasági alkalmazási területei jelentősen szűkebbek, mint a neurális hálók alkalmazása. A felhasználás legfontosabb területei a döntéstámogatás, illetve a projektértékelés területén az opciók rangsorolása és komplex értékelése. Érdekes megfigyelni, hogy a felhasználási terület releváns publikációi leginkább a kilencvenes és kétezres évek elejéből származik, ám Bellman és Zadeh már 1970-ben is publikálták az e területben rejlő lehetőségeket. A szállítási feladatok fuzzy programozását a hetvenes évek végén és a nyolcvanas évek elején fejlesztette ki Zimmerman, ám azóta mérvadó publikáció nem született a témában.

Napjainkban a legnépszerűbb felhasználási területek az indexszámítás (például szervezeti kultúra és innovációs menedzsment mutatók) és a hatékonyság-számítás. A gazdasági felhasználás területeinek releváns szerzőit mutatja a 3. táblázat.

Esetbemutatás: Innovációs teljesítmény mérése fuzzy rendszerrel

A következő fejezetben példa jelleggel bemutatunk¹² egy működő és letesztelt fuzzy modellt és annak előállítási folyamatát.¹³ A modell a vállalati innovációs teljesítményt határozza meg egyes bemeneti adatok „életlen” megfogalmazása után. A fuzzy modell építésének lépései:

1. Az input-output (I/O) párok mérése, mely az algoritmus tanítását fogja végezni. Ehhez 55+8 változó mérés¹⁴ volt szükséges (Likert-skálán történt), melyekből 17+2 faktor állt elő. Ezek a következők (zárójelben a mért változók száma):
Input oldalon: adaptáció (3), motiváció (4), stratégia (7), kultúra (5), technológiai modernitás (3), stakeholderekkel való együttműködés (4), szekunder információforrások (3) külső együttműködések (3), objektív eredmények (4), szubjektív eredmények (2), immateriális erőforrások (3), materiális erőforrások (2), belső információs inf-

rastruktúra (3), külső információs infrastruktúra (3), szakértők kora (1), push technológiák (3), pull technológiák (2). Ezen változók felhasználásával meg tudjuk ítélni, hogy a vizsgált bemenethez milyen kimenetek (innovációs teljesítmények) tartoznak, így rögzítjük a teljes minta I/O összefüggéseit.

Output oldalon: belső toló innovációk (4), piaci húzó innovációk (4).

- Követve a 2. ábra blokkdiagramját az I/O adatok fuzzyfikálását végzi el az algoritmus, mely leegyszerűsítve a fuzzy tagsági függvények definiálását jelenti minden változóra.
- Ezt követően a fuzzy inferencia gépben az I/O párok véletlenszerűen 3 részre tagozódnak: tanító minta, holdout minta és ellenőrző minta, melyből az algoritmus logikai szabályokat állít elő a 2. lépésben kialakított tagsági függvények alapján az 1. lépésben definiált I/O párokra. Ezeket folyamatosan teszteli az ellenőrző mintán, és ez mindaddig folytatódik a teljes minta sokszori, de eltérő véletlenszerű felosztásával, amíg a szabályok tovább már érdemben nem javíthatók. Ekkor elkészül a szabályadatbázis (tudásbázis).
- A szabálybázis fontos összetevője az AKKOR eredmények, melyek a defuzzyfikált outputok (ha erre szükség van), melyek egyértelműen minősítik az adott vizsgálati egyedet.

A végleges modell kialakítása során tehát képesek leszünk egy eddig ismeretlen egyed bemeneti adatainak nyelvi változókkal történő minősítése után ítéletet alkotni az outputjára vonatkozóan. Az itt bemutatott modell esetében tehát a szignifikáns faktorokra vonatkozó kvalitatív ismereteinkből meg tudjuk mondani egy mintán kívüli vállalat innovációs teljesítményének alakulását.

A modell teljesítménye (tanulás és becslés) az alábbiak szerint alakul. A varianciaanalízis táblából (4. táblázat) látszik, hogy a tanulás erősen hatékony volt, a modell által felállított szabályrendszer az input-output varianciájának több, mint 95%-át magyarázza¹⁵.

A becslés teljesítményét a fenti teljesítményadatok (és az itt nem közölt részletes becslési teljesítményelemzések) figyelembevételével kiválónak lehet tekinteni. Ezek után tekintsük át a modell által generált szabályokat. Az utolsó oszlop jelzi a modell megbízhatósági valószínűségét.

5. táblázat

A legnagyobb magyarázóerővel rendelkező almodell szabályrendszere

HA	ÉS	ÉS	ÉS	AKKOR	Megbízhatósági szint (valószínűség)
Kultúra	Technológiakorszerűség	Stakeholder együttműködés	Belső információs infrastruktúra	Innovációs potenciál	
ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	1,000
ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	1,000
ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	1,000
ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	1,000
ALA-CSONY	ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	1,000
ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	1,000
ALA-CSONY	ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	ALA-CSONY	1,000
ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	MAGAS	MAGAS	1,000
MAGAS	ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	MAGAS	1,000
MAGAS	MAGAS	ALA-CSONY	ALA-CSONY	ALA-CSONY	0,780
MAGAS	ALA-CSONY	ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	0,990
MAGAS	MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	1,000
MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	ALA-CSONY	ALA-CSONY	1,000
MAGAS	MAGAS	MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	1,000
MAGAS	ALA-CSONY	MAGAS	MAGAS	MAGAS	1,000
MAGAS	MAGAS	MAGAS	MAGAS	MAGAS	1,000

4. táblázat

Varianciaanalízis

Variancia eredete	Négyzet-összegek	df	Átlagos négyzetösszegek	F	Kifejezett kovariancia	Hibaösszeg	R ²
Modell	121,065	70	1,729	8,802	0,011	-0,0002	95,952
Hiba	5,108	26	0,196				
Összesen	126,186	96					

Ha tehát egy tetszőleges (nem mintabeli) feldolgozóipari nagyvállalatra tekintünk, és kvalitatív információkat gyűjtünk a fenti témakörökről, akkor például (véletlenszerű kiemelés alapján az 5. táblázatból) a következő kijelentéssel élhetünk:

HA a vállalat szervezeti kultúrája alapvetően nyitott és támogató ÉS a vállalat technológiai viszonylag korszerűtlenek ÉS a stakeholder együttműködések széles körűek és élénkek, AKKOR a vállalat innovációs potenciálja alacsony.

Fuzzy rendszerek korlátai

A fuzzy rendszerek kilencvenes évekbeli robbanásszerű elterjedésének egyik fő oka az a meggyőződés volt, hogy ez a módszer bármely irányítási feladatra megoldást nyújt, és a klasszikus irányítási rendszereket hamarosan felváltja a fuzzy megközelítés. Ez az elképzelés – ma úgy tűnik – nem bizonyult helytállónak a rendszer korlátai miatt. A legjelentősebb korlátja a fuzzy rendszereknek, hogy nem létezik egy általános és szisztematikus módszer a szakértői tudás vagy tapasztalatok hatékony transzformálására a fuzzy inferencia rendszer szabálybázisába. Másik nagy hátrány, hogy nem létezik olyan algoritmus, mely megadná a szabályok optimális számát. Nem lehetséges az irányított rendszer stabilitásának a mérése, mivel a matematikai modell nem ismert. Nagy problémája továbbá a rendszernek, hogy előállhat az, hogy a kialakított szabályok az emberi értelem számára nem koherensek. Előfordulhatnak eltérések a szabályok között – akár ellent is mondhatnak egymásnak. A modell iterációi gyakran hosszan zajlanak, sok időt igényel a számítás a fuzzyfikáció, de különösen a defuzzyfikáció összetett operátorai miatt.

E komplikációk kiiktatása érdekében a legújabb kutatások arra irányulnak, hogy megpróbálják automatizálni a fuzzy modellezési folyamatot. Ennek a feladatnak két komponense van (Sun – Jang, 1991):

- pontosan azonosítani kell a rendszer strukturális összetevőit, így találni egy olyan módszert, mellyel meghatározható a szabályok optimális száma,
- találni kell egy olyan módszert, mellyel szisztematikusan hangolhatóak lesznek a tagsági függvények.

Ennek a két irányvonalnak a kutatása és a megoldások keresése a matematika és a számítógépek fejlődésével a fuzzy rendszerek és a neurális rendszerek egyesítéséhez vezetett.

Jegyzetek

¹ Röviden: gazdálkodástudományok

² A fuzzy szót jelen cikkben (a szakirodalomban megszokottakkal összhangban) esetenként „magyarított” formában használjuk: életlen, homályos elmosódott.

³ Ennek tudatában kissé megtévesztő e kutatási módszerek angol elnevezésében szereplő „multi-” és „mixed” előtagok.

⁴ Bár a gazdálkodástudományokban a kísérletezés szerepe egyre nő (Dankó, 2004; Scapens, 1994; Williamson, 1996), kontroláltságuk kérdéses lehet (Heckman – Smith, 1995; Kieser, 1995): nem csupán a kísérleti alanyok észlelési torzulásaival kell számolni, hanem a kutatókéval is. A kísérletezés mellett egyre inkább előtérbe kerül a szimuláció.

⁵ Az elnevezés a magyar matematika- és tudományfilozófustól, Lakatos Imrétől származik (pozitív heurisztika, naiv falszifikacionizmus kritikája)

⁶ Ezekre utal Retter Gyula is könyvében (2006).

⁷ A szignifikanciát jelen tanulmányban statisztikai értelemben használjuk, annak kifejezésére, hogy egy modell paramétereinek illeszkedése mennyire köszönhető a véletlen szerepének, avagy a vizsgált szisztematikus jelenségnek (Hunyadi et al., 1996).

⁸ Ezek alapján kétségbe vonható az is, hogy lehet a tudós olyan objektív, ahogyan azt a pozitívista eszmény feltételezi.

⁹ Mivel a fuzzy rendszerekben a bemeneteket és a kimeneteket egyaránt numerikus adatként tárolják, így a bemeneteket fuzzyvá kell alakítani (fuzzyfikálni kell), a kimeneteket pedig fuzzyból numerikussá kell alakítani (defuzzyfikálni kell).

¹⁰ Jelen tanulmányban a folyóirat fókusza miatt eltekintünk az indikátorok levezetésétől, azok a statisztikai szakirodalomban részletesen kifejtettek (Gegov, 2010).

¹¹ A „lágy számítás” az angol „soft computing” megfelelője, mely mesterséges intelligencia alapuló módszereket csoportosít: fuzzy logika, neurális hálózatok és genetikusan algoritmusok.

¹² A bemutatott modell részletes kidolgozása megtalálható: Kása (2015).

¹³ Terjedelmi korlátok miatt nem tudunk teljes részleteiben működő fuzzy rendszert közölni, ám a 3. táblázat alapján a vizsgált forrásokból az Olvasó részletesen tájékozódhat.

¹⁴ A mintát hazai feldolgozóipari nagyvállalatok alkotják, $n = 97$. Lekérdezés éve: 2010.

¹⁵ A modell részletes teszteredményeit jelen tanulmányban nem közöljük. Közreadva: Kása (2015).

Felhasznált irodalom

- Atanassov, K. – Pasi, G. – Yager, R. (2002): Intuitionistic Fuzzy Interpretations of Multi-Person Multi-Criteria Decision Making. Proceedings of the First International IEEE Symposium Intelligent Systems, p. 115-119.
- Avineri, E. – Prashker, J. – Ceder, A. (2000): Transportation projects selection process using Fuzzy sets theory. Fuzzy Sets and Systems, 116(1), p. 35-47.
- Babbie, E. (2001): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Budapest: Balassi Kiadó
- Bazdek, J. C. – Pal, S. K. (1992): Fuzzy models for pattern recognition: Methods that search for patterns in data. New York: IEEE Press
- Bellmann, R. E. – Zadeh, L. A. (1970): Decision-making in a fuzzy environment. Management Science, 16, p. 141-164.
- Bernard, H. R. (2012): Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, California: Sage Publications
- Bernstein, R. (1978): The Restructuring of Social and Political Theory. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Biswas, R. (1995): An Application of Fuzzy Sets in Students' Evaluation. Fuzzy Sets and Systems, 74. kötet, p. 187-194.

- Blaikie, N. W.* (1991): A critique of the use of triangulation in social research. *Quality and Quantity*, 25(2), p. 115-136.
- Bradley, W. – Shaefer, K.* (1998): Limitations of Measurement in the Social Sciences. in: *The Uses and Misuses of Data and Models: The Mathematization of the Human Sciences*. California: Sage Publications, p. 107-135.
- Bryman, A.* (2003): *Quantity and Quality in Social Research*. New York: Routledge
- Bryman, A.* (2015): *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press
- Bryman, A.* (2006): Integrating quantitative and qualitative research: how is it done? *Qualitative Research*, 6(1), p. 97-113.
- Buchanan, D.* (1992): An uneasy alliance: combining quantitative and qualitative research methods. *Health Education Quarterly*, 19, p. 117-135.
- Buchanan, D.* (1994): Reflections on the relationship between theory and practice. *Health Education Research*, 9, p. 273-283.
- Buchanan, D.* (1998): Beyond positivism: humanistic perspectives on theory and research in health education. *Health Education Research*, 13(3), p. 439-450.
- Burrell, G. – Morgan, G.* (1979): *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. London: Heinemann
- Carlsson, C.* (1982): Tackling an MCDM-problem with the help of some results from fuzzy set theory. *European Journal of Operational Research*, 10, p. 270-281.
- Chen, C. T.* (2000): Extensions of the TOPSIS for Group Decision-Making under Fuzzy Environment. *Fuzzy Sets and Systems*, 114, p. 1-9.
- Chen, J. K. – Chen, I. S.* (2007): Constructing Taiwanese small-enterprise innovative capital indices by using Fuzzy AHP. *The Business Review Cambridge*, 8(2), p. 159-164.
- Chester, D. C. F. – dos Santos, R. C. – Soares, M. A. M.* (2009): An application of fuzzy sets in Orkut Usability. *Global Business and Technology Association*, p. 418-425.
- Chua, W.* (1986): Radical developments in accounting thought. *The Accounting Review*, 61. kötet, p. 601–632.
- Davies, A. – Fitchett, J.* (2005): Beyond incommensurability? Empirical expansion on diversity in research. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), p. 272-293.
- DeCock, C. – Rickards, T. – Weaver, G. – Gioia, D.* (1995): A rejoinder to and reply from Weaver and Gioia: Of Giddens, Paradigms, and Philosophical Garb. *Organization Studies*, 16(4), p. 699–704.
- Deetz, S.* (1996): Describing Differences in Approaches to Organization Science: Rethinking Burrell and Morgan and Their Legacy. *Organization Science*, 7(2), p. 191-207.
- Deshpande, R.* (1983): Paradigms lost: on theory and method in research in marketing. *Journal of Marketing*, 47. kötet, p. 101-110.
- Ege, I.* (2009): Fuzzy data enveloping analysis and performance of banks: An application to Turkish commercial banks. *Global Business and Technology Association*, p. 376-383.
- Erensal, Y.C. – Albayrak, Y. E.* (2006): Leveraging technological knowledge transfer by using fuzzy linear programming technique for multiattribute group decision making with fuzzy decision variables. *Proceedings of 5th International Symposium on Intelligent Manufacturing Systems*, p. 803-815.
- Falconer, D. – Mackay, D.* (1999a): The Key to the Mixed Method Dilemma. 10th Australasian Conference on Information Systems, p. 286-297.
- Falconer, D. – Mackay, D.* (1999b): Ontological Problems of Pluralist Research Methodologies. Letöltés dátuma: 2010. július 10, forrás: CiteSeerX Scientific Literature Digital Library and Search Engine: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.122.9979&rep=rep1&type=pdf>
- Fan, Z. P. – Hu, G. F. – Xiao, S. H.* (2004): A Method for Multiple Attribute Decision-Making with the Fuzzy Preference Relation on Alternatives. *Computers and Industrial Engineering*, 46, p. 321-327.
- Feng, C.* (1990): Quantitative Evaluation of University Teaching Quality – An Application of Fuzzy Sets and Approximate Reasoning. *Fuzzy Sets and System*, 37. kötet, p. 1-11.
- Feyerabend, P.* (1981): *Problems of empiricism. Philosophical papers (Vol. 2)*. New York: Cambridge University Press
- Fielding, N. – Schreier, M.* (2001): Introduction: On the Compatibility between Qualitative and Quantitative Research Methods. Letöltés dátuma: 2017. 01 17, forrás: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/965/2106>
- Gegov, A.* (2010): *Fuzzy Networks for Complex Systems: A Modular Rule Base Approach*. Berlin: Springer
- Gelei, A.* (2006): A szervezet interpretatív megközelítése. *Vezetéstudomány*, XXXVIII, (Különszám), p. 79-97.
- Gergen, M. – Gergen, K.* (2000): Qualitative Inquiry: Tensions and Transformations. in: N. Denzin – Y. Lincoln (eds.): *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage, p. 1025-1046.

- Golden, D. L. (2009): Bölcsészeti, tudomány, pragmatizmus. Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar
- Green, A. – Preston, J. (2005): Editorial: Speaking in Tongues—Diversity in Mixed Methods Research. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(3), p. 167-171.
- Guba, E. – Lincoln, Y. (1994): Competing paradigms in qualitative research. in: N. Denzin – Y. Lincoln (eds.): *Handbook of Qualitative Research*. Newbury Park, CA: Sage Publications, p. 105-117.
- Guo, P. – Tanaka, H. (2001): Fuzzy DEA: A perceptual evaluation method. *Fuzzy and Systems*, 119, p. 149-160.
- Hannan, E. L. (1982): Contrasting fuzzy goal programming and fuzzy multicriteria programming. *Journal of Decision Science*, 13, p. 337-339.
- Hassard, J. (1991): Multiple paradigms and organizational analysis: a case study. *Organization Studies*, 12(2), p. 275-299.
- Hung, S. L. – Jan, J. C. (1999): Machine learning in engineering analysis and design: An integrated fuzzy neural network learning model. *Computer-Aided Civil & Infrastructure Engineering*, 14(3), p. 207-219.
- Hunyadi, L. – Mundruczó, Gy. – Vita, L. (1996): *Statistika*. Budapest, Aula
- Hwang, C. L. – Chen, S. J. – Hwang, F. P. (1992): *Fuzzy Attribute Decision Making: Methods and Applications*. Berlin: Springer-Verlag
- Ingolikar, R. A. – Lanjewar, U. A. – Khot, P. G. (2005): Fuzzy logic for group decision making in management. *Proceedings of International Conference on Cognitive Systems*.
- Jick, T. (1979): Triangulating on mixing qualitative and quantitative methods: triangulation in action. *Administrative Science Quarterly*, 24. kötet, p. 602-611.
- Kaplan, B. – Duchon, D. (1988): Combining qualitative and quantitative methods in information systems research: a case study. *MIS Quarterly*, 12(4), p. 571-586.
- Karsak, E. E. – Tolga, E. (2001): Fuzzy multi-criteria decision-making procedure for evaluating advanced manufacturing system investments. *International Journal of Production Economics*, 69(1), p. 49-64.
- Kása, R. (2015): Approximating innovation potential with neurofuzzy robust model. *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa*, 21(1), p. 35-46.
- Kasabov, N. K. (1998): *Foundations of Neural Networks, Fuzzy Systems and Knowledge Engineering*. Massachusetts: A Bradford Book, MIT Press
- Kochen, M. (1975): Application of Fuzzy Sets in Psychology. in: L. Zadeh – K. Fu – K. Tanaka – M. Shimura (eds.): *Fuzzy Sets and Their Applications to Cognitive and Decision Processes*. New York: Academic Press, p. 395-408.
- Kóczy, L. T. – Tikk, D. (2001): *Fuzzy rendszerek*. Budapest: TypoTeX
- Koltai T. – Tatay V. (2009): Application of Fuzzy Parameters in Production Planning Models. *Proceedings of microCAD International Scientific Conference*, Miskolc, p. 141-146.
- Lazim, M. A. – Osman, M.T.A. (2009): Measuring teachers' beliefs about mathematics: A fuzzy set approach. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), p. 39-43.
- Li, D. F. – Yang, J. B. (2004): Fuzzy Linear Programming Technique for Multiattribute Group Decision Making in Fuzzy Environments. *Information Sciences*, 158, p. 263-275.
- Lindblom, C. (1990): *Inquiry and Change: The Troubled Attempt to Understand and Shape Society*. New Haven: Yale University Press
- Mahoney, J. – Goertz, G. (2006): A Tale of Two Cultures: Contrasting Quantitative and Qualitative Research. *Political Analysis*, 14, p. 227-249.
- Maxwell, J. – Loomis, D. (2003): Mixed methods design: An alternative approach. in: A. Tashakkori – C. Teddlie (eds.): *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Thousand Oaks: Sage, p. 241-272.
- May, T. (2011): *Social Research: Issues, methods and process*. New York: Open University Press
- McGuire, W. J. (2001): Hogyan vált az empirikus szembesítés az érvényesség kritériumává? A perspektivizmus viszonya a logikai empiricizmus-hoz: kiterjesztés és új irányok; Kutatási programok stratégiai tervezése. in: *Makacs nézetek és a meggyőzés dinamikája*. Budapest: Osiris Kiadó, p. 428-465.
- Miklós, T. (1997): *Lakatos Imre tudományfilozófiai írásai*. Budapest: Atlantisz
- Mukaidono, M. (2001): *Fuzzy Logic for Beginners*. Singapore: World Scientific Publishing
- Nagy, A. (1998): *A közgazdaságtan tudományelméleti alapjai*. Miskolc: Miskolci Egyetemi Kiadó
- Narasimhan, R. (1980): Goal programming in a fuzzy environment. *Journal of Decision Science*, 11, p. 325-336.
- Orlikowski, W. – Baroudi, J. (1991): Studying Information Technology in Organizations: Research Approaches and Assumptions. *Information Systems Research*, 2(1), p. 1-28.
- Parker, M. – McHugh, G. (1991): Five texts in search of an author: a response to John Hassard's „Multiple paradigms and organizational analysis”. *Organization Studies*, 12(3), p. 451-456.

- Perry, C. – Alizadeh, Y. – Riege, A. (1997): Qualitative methods in entrepreneurship research. Coffs Harbour, Southern Cross University
- Polkinghorne, D. (1983): Methodology for the Human Sciences: Systems of Inquiry. Albany: State University of New York Press
- Popper, K. (1989): A historicizmus nyomorúsága. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Preston, J. (1997): Feyerabend: Philosophy, Science and Society. Cambridge: Polity Press
- Radácsi, L. (2003): "One best way" A menedzsmenttudományos kutatásokban. Gondolatok a kvalitatív módszertan hazai helyzete ürügyén. Vezetéstudomány, 34(10), p. 4-12.
- Ramadan, M. Z. (2004): A fuzzy model for R&D project selection with multi-criteria decision making. Proceedings of the 2nd IIEC.
- Rappai, G. (2010): A statisztikai modellezés filozófiája. Statisztikai Szemle, 88(2), p. 121-140
- Retter, G. (2007): Kombinált fuzzy, neurális, genetikus rendszerek. Budapest: Invest-Marketing Bt.
- Schweppe, F. C. (1973): Uncertain Dynamic Systems. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Smith, D. (1987): The Limits of Positivism in Social Work Research. The British Journal of Social Work, 17(4), p. 401-416.
- Soyer, A. – Kabak, Ö. – Asan, U. (2007): A fuzzy approach to value and culture assessment and an application. International Journal of Approximate Reasoning, 44, p. 182-196.
- Szabó, M. (2001): Trivium. Miskolc: Bíbor Kiadó
- Szintay, I. (2003): Vezetéstudomány. Miskolc: Bíbor Kiadó
- Tapia, C. G. – Murtagh, B. A. (1991): Interactive fuzzy programming with preference criteria in multiobjective decision-making. Computers and Operations Research, 18(3), p. 307-316.
- Teng, J. Y. – Tzeng, G. H. (1998): Transportation investment project selection using fuzzy multiobjective programming. Fuzzy Sets and Systems, 96(3), p. 259-280.
- Toulmin, S. (1990): Cosmopolis: The Hidden Agenda of Modernity. New York: The Free Press
- Turksen, I. – Wilson, I. (1994): A Fuzzy Set Preference Model for Consumer Choice. Fuzzy Sets and Systems, 68. kötet, p. 253-353.
- Turksen, I. B. – Willson, I. A. (1994): A fuzzy set preference model for consumer choice. Fuzzy Sets and Systems, 68, p. 253-353.
- Wang, Y. M. – Parkan, C. (2005): Multiple Attribute Decision Making Based on Fuzzy Preference Information on Alternatives: Ranking and Weighting. Fuzzy Sets and Systems, 153, p. 331-346.
- Weaver, G. R. – Gioia, D. A. (1994): Paradigms lost: incommensurability vs structurationist inquiry. Organization Studies, 15(4), p. 565-589.
- Whittington, C. – Holland, R. (1985): A framework for theory in social work. Issues in Social Work Education, 5(1), p. 25-50.
- Willmott, H. – Jackson, N. – Carter, P. (1993): Breaking the paradigm mentality; comment; reply. Organization Studies, 14(5), p. 681-730.
- Zadeh, L. A. (1972): A rationale for fuzzy control. Journal of Dynamical Systems, Measurement and Control, 94, p. 3-4.
- Zimmerman, H. J. (1991): Fuzzy Sets Theory and Its Applications. Boston: Kluwer Academics Publishers
- Zimmermann, H. J. (1978): Fuzzy programming and linear programming with several objective functions. Fuzzy Sets and Systems, 1, p. 45-55.
- Zimmermann, H. J. – Wiedey, G. (1978): Media selection and fuzzy linear programming. Journal of the Operational Research Society, 29, p. 1071-1084.

E SZÁMUNK SZERZŐI

Dr. Horváth Dóra, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Mitev Ariel**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Cosován Attila**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Bogáromi Eszter**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Malota Erzsébet**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Oborni Katalin**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Kassai Szilvia**, PhD-hallgató, Eötvös Loránd Tudományegyetem; **Dr. Pintér Judit Nóra**, egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem; **Dr. Rácz József**, egyetemi tanár, Eötvös Loránd Tudományegyetem; **Dr. Vicsek Lilla**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Gál Tímea**, egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem; **Dr. Soós Mihály**, egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem; **Dr. Szakály Zoltán**, egyetemi tanár, Debreceni Egyetem; **Géring Zsuzsanna**, tudományos munkatárs, Budapesti Gazdasági Egyetem; **Dr. Király Gábor**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Kása Richárd**, tudományos főmunkatárs, Budapesti Gazdasági Egyetem; **Dr. Réthi Gábor**, egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem

CIKKEK ANGOL NYELVŰ ÖSSZEFOGLALÓI

Bogáromi, Eszter – Malota, Erzsébet

Culture shock and Consumer Acculturation – Double filter in interdisciplinary approach

When asking about culture shock, visitors might give us a nonverbal answer, a smile or a grimace. After this, elaboration on different elements of our culture and differences between the host culture and country of origin might follow.

In the authors' study, acculturation and consumer behaviour are examined from two sides, which was facilitated by a special methodology.

The article is based on 107 deep interviews with foreign persons living in Hungary for at least 1 year. The interviews were carried out by students of Corvinus University Budapest.

First of all, the authors were interested in university students' knowledge on cultural differences and occurring elements of discourse on the topic, allowing them to infer on the recipient attitudes of this narrow group of the Hungarian society.

In the interviews, they focused on difficulties that immigrants experience during their stay in this country, and the process of assimilation was linked to changes in preferences in consumption habits.

On the other hand, they wanted to assess the interpretations of these by the students who carried out the interviews.

Through these two filters the authors can examine different culture shock effects, acculturation strategies and the assimilation process and at the same time they can examine the recipients' attitudes too.

The authors' study is unique as it uses a big sample, a broad spectrum of foreign visitors from different countries, the link between assimilation and consumption habits and the double filter.

Oborni, Katalin

Roles of interpersonal relations in the ethnographic researches – Experiences of a participatory organizational research

The contemporary understanding on ethnographic research emphasizes that researchers' position, their involvement into research and the interactive relations with respondents are all influencing factors in the process of creating a coherent knowledge on research findings. Thus, in order to reach a scientific result as feasible and coherent as possible in a qualitative based research, researchers' reflexive attitudes on the data gathering process should be included when interpreting research findings. Based on reviewing literature and on experiences of conducting an ethnographic organizational research in a multinational corporate based in Hungary, this paper describes how an ethnographic organization study can be conducted in a convincing way when the research objective is to explore middle level women managers' career prospect and narratives on their own career development. The paper concludes in accordance with the relevant literature that a researcher applying qualitative methods cannot fully control data collection and research design, as the nature of relationship between researcher and respondents shape both the context of data and the opportunities for data collections.

Kassai, Szilvia – Pintér, Judit Nóra – Rácz, József

The method of interpretative phenomenological analysis (IPA) and its application in research practice

In this study the authors introduce Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) which is increasingly applied method in qualitative psychological research. The theoretical foundations of IPA; phenomenology and hermeneutics emphasize that the experience only could be interpreted in its context. IPA uses person-centered approach and utilizes "insider perspective" in order to explore personal experiences and treats participants as experts. This method works with idiographic inquiry, therefore aims to examine experiences in great detail and interprets how participants make sense of their experiences. In the current study they introduce the method, its applicability, advantages and limitations of its utilization. Then, the authors present its connection with other qualitative approaches, such as interpretive phenomenology, discourse analysis, na-

rative psychology and Grounded Theory. In this study they discuss their research experiences with IPA: they examined recovering helpers' identity project; voice hearers' relationship with their voices and the role of the voice; and experiences of synthetic cannabinoids (novel psychoactive substances) users. The authors also discuss IPA's applicability in market research which is also significant besides health psychology research. In summary, the method of IPA is suitable for conducting explorative studies, which focus on processes and not on results. The interdisciplinary approach supports the methodology (for example it applies terms from philosophy and observation of anthropology), however one could conduct research without being expert in philosophy.

Vicsek, Lilla

Online focus groups: opportunities, limitations and advice to increase effectiveness

In the past decades, several different types of online focus groups have surfaced, amongst them video focus groups, text-based focus groups and group discussions in 3D virtual, graphic environment. In the article, first the author presents a description of the different types. Then focusing on text-based groups, she shows their advantages and disadvantages compared to offline groups, and compared to the other kind of Internet groups. She argues that as group discussions containing textual communication have many practical advantages, it can be fruitful to utilize them even nowadays, when video based focus groups are also an option. At the same time, it is important that care is taken how the virtual typed group discussion is conducted, as otherwise results can have problems with data quality and depth. In the article, the author discusses tools how a typed group's effectiveness can be increased. Besides this, she discusses that it can be useful to use both synchronous and asynchronous typed groups within a research to gain a more complete picture. Text-based focus groups can be made richer with photo and video upload options, thus resulting in a somewhat mixed type. Online qualitative research potential can be exploited to a fuller extent if one also considers using social networks sites for data collection and as a site for conducting focus groups; also if online discussion groups are combined with other online research methods within a netnographic research project.

Gál, Tímea – Soós, Mihály – Szakály, Zoltán

Exploration of consumer insights in the analysis of health conscious nutrition by netnography – a case study

In the last two decades the incredibly fast penetration of the internet has more and more effects on the consumer attitudes. It encourages market researchers to apply such methods by which they could get as close as to the consumers to know their attitudes without taking them out of their natural habitat. A possible tool for this can be the netnography.

Netnography is a qualitative research method which adapts the ethnographic research techniques to explore the culture of online communities (Kozinets, 2002). Though this method has had a history of one and a half decades, its application is still in its infancy.

The biggest advantage of this research method is that the researcher can observe the consumer groups' state of mind and decision-making mechanisms through publicly available communication sources in their natural environment.

In this paper the authors present how the directions of netnographic researches have changed by the dynamic changes of the internet. Besides, online participants' attitudes towards health-conscious nutrition are analysed in practice. As a result of this study, special groups could be identified, which can provide a new perspective for the companies operating in this field beside the classical segmentation techniques. These groups can be the ones which draw up latent market requirements, and thus, helping the companies' innovation processes.

Géring, Zsuzsanna

Applying mixed textual methods for the analysis of economic and social phenomena - Examining online CSR-communication with content analysis and discourse analysis

Corporate social responsibility is an important and relevant theme, which is noticeably topical in Hungarian business life. Nonetheless, by its deeper analyses intriguing and relevant questions can be raised such as, how widespread this phenomenon is among domestic medium-sized and large companies regarding their online communication, and what strategies can be revealed in relation to references to CSR and the role of companies in society. Textual analysis can be regarded as a suitable method for investigating these questions.

In the mixed methods research design discussed in this paper, quantitative content analysis is applied to investigate what aspects of CSR are communicated by the Hungarian medium-sized and large companies. Furthermore, with qualitative discourse analysis it attempts to grasp how companies define their social roles and how they apply different discursive strategies in their online communication.

Király, Gábor

Systems and relationships – A presentation on the method of participatory system modelling based on the example of causal diagrams of higher education

The paper discusses participatory systems mapping in terms of its process and of the analysis of its results within the framework of a research project focusing on Hungarian business higher education (School in the Future project). During systems mapping, participants search for variables in order to delineate a specific problem, and in turn, identify causal relationships and feedback mechanisms between these variables. The result is a complex diagram visualising several factors and relationships. This diagram provides insight into how participants think and what kind of presuppositions they have about the operation of a given area and about its key mechanisms.

In the School in the Future project, two stakeholder groups were involved: teachers and researchers working in business higher education; and students enrolled in business and social science programmes. Both groups constructed their own system map about the current state of the Hungarian higher education system. These maps can be seen as interesting results in themselves, and can be analysed separately.

Therefore, the aim of the paper is twofold. On the one hand, based on the system maps constructed in the project, it aims to show how system maps can be analysed. On the other hand, focusing on the factors of motivation (which were key variables on both maps) the paper also reflects upon how to compare system maps which were constructed about the same topic but by stakeholders whose perspective may differ significantly from one another. The final, discussion section of the paper attempts to give answers to questions such

as how and under what conditions participatory systems mapping can be utilised for catalysing organisational sensemaking processes, and facilitating organisational learning.

Kása, Richárd – Réthi, Gábor

Epistemological approach to fuzzy logic based modelling in business sciences

The application of quantitative variables is a very common condition of classical system modelling. But on the field of social sciences, such an objective, quantitative criteria are often not available for researchers. In such cases, it is a common custom to quantify the quality features, but it does not always provide the expected objectivity and systematic precision, accuracy and significance. It is widely accepted that social science information systems are subjective, because every experience is necessarily subjective. However, if our system information is subjective, but the applied methods require objectivity, we are forced to transform subjective information and make them more precise – or to choose a methodology that can manage information systems based on the subjective value evaluation.

The aim of this article is to interpret, assess and theoretically place those expert systems based on soft computation what are able to process information in a qualitative system of statistical inference. These methods have been used for decades in the field of engineering and natural science, but in social sciences their usage was isolated (especially in the business and management sciences). One of the purposes of this article is to assess the applicability of these methods to study model-creating in business sciences considering the specific requirements and conditions of this field.

CONTENTS

BOGÁROMI, ESZTER – MALOTA, ERZSÉBET Culture shock and Consumer Acculturation – Double filter in interdisciplinary approach.....	GÁL, TÍMEA – SOÓS, MIHÁLY – SZAKÁLY, ZOLTÁN Exploration of consumer insights in the analysis of health conscious nutrition by netnography – a case study	6	46
OBORNI, KATALIN Roles of interpersonal relations in the ethnographic researches – Experiences of a participatory organizational research	GÉRING, ZSUZSANNA Applying mixed textual methods for the analysis of economic and social phenomena - Examining online CSR-communication with content analysis and discourse analysis	18	55
KASSAI, SZILVIA – PINTÉR, JUDIT NÓRA – RÁCZ, JÓZSEF The method of interpretative phenomenological analysis (IPA) and its application in research practice	KIRÁLY, GÁBOR Systems and relationships – Presentation of the participatory system modelling method on example of causal diagrams creating from higher education	28	67
VICSEK, LILLA Online focus groups: opportunities, limitations and advice to increase effectiveness	KÁSA, RICHÁRD – RÉTHI, GÁBOR Epistemological approach to fuzzy logic based modelling in business sciences	36	84