

**Francia és magyar egyetemisták  
versengésről alkotott szociális  
reprezentációja**

Orosz Gábor cikkének ismertetése

Várkonyi Erika

2010

A vizsgálat kutatásra alapuló átfogó elemzést nyújt magyar és francia közgazdász és bölcsész egyetemisták versengéssel kapcsolatos szociális reprezentációinak feltárásáról és összehasonlításáról. A szerző ismerteti a szociális reprezentációk elméletét. Központba állítja Moscovici szerepét, aki a pszichoanalízis szociális reprezentációját kutatta. Kihangsúlyozza, hogy a reprezentáció mindig egy adott szociális tárgyra vonatkozik. A szociális reprezentációk a különböző kultúrákban eltérnek egymástól. A kutatás célja, hogy magyarázatot adjon a történelmi, kulturális, tanulmányi és nemi eredetű eltérésekre.

A szerző kitér a szociális reprezentációelmélet alapfogalmainak ismertetésére. A reprezentáció során az egyén vagy csoport egyéni jelentéssel ruházza fel a valóságot. Megértéséhez szükséges az adott kontextus feltárása. Jelentős eltérésekhez vezethet az ideológiai vagy kulturális különbség. A szociális reprezentációk struktúráját a központi mag és a periféria adja, ahol a központi mag generáló és szervező funkciót lát el, a periféria a kapcsolattartó a környezettel. A változó struktúra hatására a csoport szemlélete is formálódhat..

A megfelelő elemzéséhez a magyar és a francia társadalom összehasonlítása szükséges. Nálunk a hiánygazdaság keretein belül a versengés fogalma nem sok értelmet kapott, az egyéni haszonszerzés kifejezetten elutasított érték volt. Ez „hirtelen” megváltozott a rendszerváltással, az egyéni érdekek mellett a piacgazdasági fogalmak köztudatba kerültek, megnőtt az individualizmus. A versengéssel kapcsolatban előtérbe került az egyén, aki akár a közösség rovására is a saját érdekeit tartja szem előtt. Itt megemlíteném, hogy ez inkább csak a fiatalabb korosztályra vonatkozik. A negyvenen felüliek nem tudtak „mit kezdeni” az új gazdasági rendszerrel. Az addigi direkt irányítást felváltó piacgazdaság inkább a bizonytalanság érzését adta nekik, mint a szabadságét és az ezzel járó versenyhelyzet számukra ismeretlen állapot maradt. A magyar egyetemisták számára a versengés pozitív kimenetét a siker jelenti. A versengés eredménye és nem annak folyamata áll középpontban. Ugyanakkor a francia társadalomban a gazdasággal kapcsolatos fogalmak viszonylag állandónak mondhatók. Számukra fontos a munka értéke, szemben a magyar diákokkal, akik, nem törődve az odavezető úttal, csak az elért eredményt tartották fontosnak. A franciák tiszteletben tartják az egyéni és a közösségi érdekeket, a magyarok a közösségi érdekeket gyakran figyelmen kívül hagyva, egyéni céljaikkal foglalkoznak.

A korábbi kutatások rávilágítottak, hogy a reprezentáció megváltoztatja a viselkedést. A szerző a játékelméleti megközelítés helyett asszociációs és kérdőíves felmérés segítségével mutat rá, hogy a magyar diákok, miután átértékelték a rendszerváltást kísérő negatív jelenségeket,

kevésbé bíznak a verseny gazdasági problémát megoldó szerepében. A francia diákok sem bíznak benne, mivel a versengés ellenére is szembesülnek gazdasági problémákkal.

Egy 2007-es vizsgálat a nemi különbségekre helyezte a hangsúlyt. Itt megállapítást nyert, hogy a fiúk számára nagyobb jelentőséggel bírt a versengés pozitív kimenetelével (győzelem) kapcsolatos fogalom, mint a lányok esetében. A fiúk reprezentációja sikerorientáltabb felfogást tükrözött.

A jelen vizsgálat során a magyar mintába 196 hallgató (107 közgazdász és 89 bölcsész), a franciába 194 hallgató (104 közgazdász és 90 bölcsész) tartozott. Feladatként öt szót írtak le, ami a versengéssel kapcsolatban eszükbe jutott. A magyar mintánál a központi magba a sport került. A periféria leggyakoribb szavai: siker, küzdelem, harc. Tehát a magyar egyetemisták versengés-koncepciója a sport köré szerveződik. A francia egyetemistáknál is a sport kerül a központi magba. A magyar és a francia minta összehasonlítása során látható, hogy a központi magot a sport alkotja, ez adja a versengés koncepció alapját. A periférián különbségek mutatkoznak. A francia hallgatóknál több elem vonatkozik a versengés egyéni motiváló oldalára, a magyaroknál inkább a sikeres kimenetre koncentráló, a célokat előtérbe helyező reprezentációval találkozunk. Úgy tűnik, a győzelem fontosabb a magyarok számára. További különbség, hogy az üzleti étellel és a gazdasággal kapcsolatos fogalmak is intenzívebben vannak jelen a magyar diákok esetében. Véleményem szerint ez nem meglepő, tekintve a magyar gazdasági struktúrában bekövetkezett változásokat. Mindezt átgondolva, elmondható, hogy a franciák a versengésben inkább motiváló, önfejlesztő erőt látnak, a magyarok pedig már tanulmányaik során is a jövőbeni munka elérendő sikereit tartják szem előtt. A konszenzus mértéke alapján elmondható, hogy a magyar diákoknál az élet több aspektusát átható versengés-koncepcióval találkozhatunk.

Szakonkénti bontásban megállapítható, hogy a magyar közgazdászhallgatók esetében nem tisztázott a versengés fogalma és megítélése. Reprezentációjukban nincs jól körülhatárolt központi mag. Számomra ez döbbenetes eredmény, főleg, ha figyelembe vesszük, hogy a közgazdászhallgatók adják Magyarország jövőbeli gazdasági szakember bázisát. Ebben a tekintetben jelentősen eltér az eredmény a franciákétól, akiknél jól körülhatárolható mag jelenik meg. A bölcsészek reprezentációja is a sport köré szerveződik. A magyar közgazdászhallgatóknál fontos a sikeresség. A bölcsészeknél ez sokkal kevésbé van jelen. Ugyanakkor a közgazdászhallgatóknál és a bölcsészeknél az üzleti élet fogalmai egyforma mértékben vannak jelen. Ennek értelmében a gazdasági rendszerváltozás mindkét minta

gondolkodásmódját jelentősen befolyásolta, viszont az egyetemi tanulmányiak következtében nem alakultak ki további különbségek.

A franciáknál a közgazdászhallgatók a versengés fogalmát inkább a sporttal és az egyénre gyakorolt hatásával kapcsolják össze. A versengés színtereként az iskolai élet jelenik meg. A bölcsészek a verseny pozitív kimenetelére helyezik a hangsúlyt. A francia közgazdász- és bölcsészhallgatók szociális reprezentációja nem válik szét olyan mértékben, mint a magyaroké. A közgazdászok a versengést pozitívnak tartják, a bölcsészek a negatív interperszonális vonásokra mutatnak érzékenységet.

A francia közgazdászhallgatók a motivációs tényezőket helyezik előtérbe, míg a magyarok a célokra koncentrálnak és a versengés sikeres kimenetelére koncentrálnak. A magyar és a francia bölcsészhallgatók közötti különbség leginkább abban jelentkezik, hogy a franciáknál a negatív interperszonális vonások erőteljesebben jelennek meg, a magyaroknál a tágabb társadalmi élethez kapcsolódó fogalmak is szerepet kapnak.

A nemek szerinti összehasonlításban az eredmények tekintetében megállapítható, hogy a magyar egyetemista férfiak szociális reprezentációja a sport köré szerveződik, ahol jelentős hangsúlyt kapnak a győzelem, nyereség, fejlődés is. A nőknél a szerveződés a győzelem köré történik. Őket a versengés kimenetele foglalkoztatja. A perifériás elemeknél nem jellemző a motivációs tényezők jelenléte és a gazdasággal kapcsolatos fogalmak is hiányoznak. A magyar nők erősen célorientáltak, a fiúk inkább a sportra koncentrálnak. Ugyanez a francia egyetemistáknál mindkét nemből a sport köré szerveződő reprezentációt mutat, ami a nőknél kiegészül a verseny fogalmával is. A nőknél azonban a motivációs oldal többször jelenik meg, mint a férfiaknál. Nemzetközi összehasonlításban a magyar fiúk gazdaságorientáltabbak, náluk azonban a sikerre vonatkozó fogalmak gyakrabban jelennek meg, mint francia társaiknál. A lányoknál több különbséget láthatunk, a franciák a sport köré szerveződnek, a magyarok központi magjában a győzelem áll. A magyaroknál fontosabb a győzelem, mint a kitűzött cél elérése. Kérdés lehet szerintem, hogy a központi magba bekerült fogalom nem függ-e össze a hagyományos sztereotípiának megfelelő fogalmakkal – a fiúknál a sport általában több tekintetben preferált terület. A franciák inkább az önfejlesztő oldalára helyezik a hangsúlyt.

Összegezve a kutatás eredményeit kiemelném, hogy a magyar diákokra vonatkozó gazdasági hatás nem függ sem a képzéstől, sem a nemtől. A különbségek gyökerét valószínűleg egy szélesebb értelemben vett szocio-kulturális környezetben kell keresni. A

magyar válaszadók gazdaságorientáltabbak, náluk a piacgazdaság elemei erőteljesebben beépültek a versengés szociális reprezentációjába, mint francia társaiknál. Ennek oka valószínűleg a rendszerváltással függ össze, amikor a magyarok erőteljesebben tapasztalták meg a negatív oldalakat is. Jelentős különbséget mutat a motivációs oldal is, ami a franciáknál erőteljesebb, hiszen stabilabb gazdasági környezetben élnek. A siker tekintetében a franciáknál az önfejlesztés játszik alapvető szerepet, míg a magyaroknál a versengés anyagi vonzata tűnik fontosnak. Mindezek arra mutatnak rá, hogy az eltérő eredmények okai a társadalmi-gazdasági különbségekben keresendők.

Úgy gondolom, érdekes lehetne a vizsgálatot más egyetemi szakra járó hallgatókkal lefolytatni. Tapasztalatom szerint a pszichológus hallgatók a csoportos munkákban mindig a megszokottól eltérő eredményt produkálna. Elképzelhető, hogy a versengéssel kapcsolatos szociális reprezentációik feltárása is egyedi eredményt adna.

További vizsgálat tárgya lehetne a bemutatott kutatás ismételt lebonyolítása. A jelenlegi tanulmány a Verges (1994) által leírt módszert alkalmazta. Az ismételt vizsgálat eredményeit AGA (1967) módszerrel feldolgozva lehetőség nyílna a két módszerrel kapott eredmények összevetésére.

### **Felhasznált irodalom**

Orosz, G. (2008). Francia és magyar egyetemisták versengésről alkotott szociális reprezentációja. *Pszichológia*, 28, 2. 165-194.