

BOLDOGSÁG ÉS ELÉGEDETTSÉG – INTERDISZCIPLINÁRIS KUTATÁSOK

Kunsági Andrea, PhD

főiskolai docens

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

akunsagi@bkf.hu

Kulcsszavak: boldogság, elégedettség, akció, flow-élmény

1. BOLDOGSÁGESZMÉNY ÉS ÉLETSTÍLUS

Miben változott meg a fogyasztói társadalom boldogságeszménye, hogyan hatott erre a modern kor emberének élettempója, életstílusa? Vannak-e generációs különbségek, és vannak-e örök boldogságforrások? Mi vezet boldogsághoz és elégedettséghez? Miben különbözik az egyes tudományágak boldogságfelfogása? Lehet-e közös fogalmi rendszerben gondolkodva kutatni és az eredményeket tudományosan és a mindennapokban használhatóan általánosan alkalmazni a különböző tudományágak szemléletének felhasználásával gazdagítva a kérdéskört?

2. ANTROPOLÓGIAI KUTATÁSOK TANULSÁGAI

A 60-as évek antropológiai kutatásaiból szemezgetve, például Lee-re hivatkozva, (1969) Takács Dávid¹ úgy látja, hogy „a primitív törzsek csupán heti két-három napot, vagy napi kettő-négy órát töltöttek olyan tevékenységgel, amelyet ma munkának nevezhetnénk, Hamvas Béla nyomán ezt is alkotásnak, szakrális tevékenységnek tekinthetjük.” Ha igaz, hogy „az idejük fennmaradó részét éneklés-tánc és egyéb közösségi események töltötték ki, ezek a törzsek nem ismerték a felhalmozás kényszerét, hiszen a természettel összhangban éltek, így az mindig megadta nekik, amire szükségük volt”. Diener és Seligman hierarchikus boldogságmodelljét elemezve rámutat az öröm és a derű különbségeire.²

3. A BOLDOGSÁGHOZ VEZETŐ ÚT

Szondy Máté³ a pozitív pszichológia szemléletével kutatva a boldogság három lehetséges útját mutatja be:

¹ Lee, R. B. (1969): Kung Bushmen Subsistence: an Input-output Analysis. In: Wayda, P. (Ed.) Environment and. Natural History Press, Garden City, 47-49. In: Takács Dávid (2010): Hol vannak a férfiak, Konferencia előadás, Győr

² Diener, E., Seligman, M.E.P. [2004]: Beyond Money Toward an Economy of Well-Being American Psychological Society vol. 5. No. 1. In: Takács Dávid (2008): A boldogság közgazdaságtana, Doktori Értekezés, Győr

³ <http://www.lifenetwork.hu/lifenetwork/pszichologia/20100701-pozitiv-pszichologia-a-boldogsag-tudomanya.html>, Letöltve: 2011. január 23.

- az értelmes, jelentéssel bíró, jelentőségteljes életet,
- a kellemes, pozitív élményekkel teli, hedonista életvitelt, és
- az elkötelezett, aktív, alkotó életmódot.

4. AZ ANTROPOLÓGIAI TAPASZTALAT SZEREPE A BOLDOGSÁGKUTATÁSBAN

Hogyan hat az antropológiai tapasztalat a boldogság közgazdasági, pszichológiai, szociológiai felfogására és kutatására? Hogyan gazdagíthatják a kérdéskör komplex szemléletét az elégedettség vizsgálatának kutatási irányai, szemléletbeli és módszertani különbségei? Hogyan illeszkedik Csíkszentmihályi Mihály Flow-elmélete⁴ Erdős Géza Akció-elméletéhez⁵? Milyen marketing lehetőség és felelősség rejlik a kérdéskör kutatásában? Ezekre a kérdésekre keresem a választ irodalomfeldolgozás és személyes élmények alapján.

5. AZ AKCIÓELMÉLET LÉNYEGE ÉS SZEREPE

Akcióelmélettel foglalkozó munkájában Erdős Géza *a teljes szívvel végzett alkotótevékenység jelentőségét* mutatja be a munka, a tudományos alkotás és a művészet területén. A gyermek és a felnőtt tevékenységeinek alapvető indítékát összehasonlítva arra a megállapításra jut, hogy míg a gyermek azért cselekszik, mert szereti, amit csinál, addig a felnőtt gyakran csak kötelességként tevékeny, a szerző szavaival „azért fut, mert dolga van”. Ami a gyermek esetében kedvtelésből, az a felnőtt esetében célszerűségéből történik. Ennek természetes következménye, hogy a gyermek átélt élménye kellemes, a felnőtt viszont inkább csak megkönnyebbül attól, hogy elvégezte, amit kellett, miközben belsőleg talán tiltakozott is a kötelességből végzett tevékenység ellen.⁶

A szervezett társadalom a felnőttek életét kötelességszerű feladatok sokaságával halmozza el, miközben a fizikai érintés, és a lelki üzenetek elszegényednek. Akár fizikai, akár szellemi tevékenységről van szó, és függetlenül azok hasznosságától, az egyén úgy éli meg tevékenységét, hogy az számára vagy jóleső, vagy kényszerű, esetleg egyenesen kellemetlen. Az élmény a szerző szerint nem feltétlenül függ attól sem, hogy az adott tevékenység öncélú-e vagy eredményes, sokkal inkább attól, hogy az mennyiben kelti fel az illető érdeklődését, mennyiben tud belülről azonosulni a feladattal. A kényszerű, kényelmetlen élményt jelzi például a kötelező továbbképzésen az előadást zavarva fecsegő hallgató, míg kellemes élményt él át egy góltól átszellemült szurkoló. Ha ilyen megnyilvánulásokat szemlélünk, mintha óvodás korú gyermekeket látnánk, akik így próbálnak hangot adni unalmas vagy lelkesítő élményeiknek.

Erdős Géza akcióelmélete azon alapul, hogy mindennapjainkban ezerszámra játszódnak le bennünk olyan pillanatszerű, úgynevezett *elemi tevékenységek*, amelyek automatikusan, szünet nélkül követik egymást, és kívül állnak akaratlagos irányításunkon. Egy-egy ilyen elemi tevékenység lehet gondolat, érzelmi megnyilvánulás, gondolati kép, hang, szó vagy szókép, mozdulat stb. Kalandozó figyelmünket időről-időre megragadja egy-egy ilyen elemi tevékenység, amely abban a pillanatban *figyelmünk fő tárgyát* képezi, és amelyen elménk elidőz, szándékunk pedig tartósítani igyekszik. Ösztönösen választódnak ki ezek az elemi tevékenységek, de az ösztönös kiválasztódást belső érdeklődésünk, tevékenységi kedvünk

⁴ Csíkszentmihályi Mihály (1990): Flow: Az áramlat. Budapest, Akadémiai Kiadó, 1997.

⁵ Erdős Géza (1986): Akcióelmélet, Budapest, Magvető Kiadó

⁶ Erdős Géza (2000): Akció. A teljes szívvel végzett tevékenység. SHL Hungary Kft., Budapest.

befolyásolja. Erdős Géza *akciónak* nevezi ezt az önként választott elemi tevékenységet, amelyet kedvvel végzünk, és amely döntő mértékben képes lekötni figyelmünket. Az akciónak fontos jellemzője, hogy az teljesen független a tevékenység céljától, kényszerétől, eredményétől, és hasznosságától – az akció „önmagában szerez örömet, és ezért azt egy ideig nem hagyjuk abba.”

Az akcióelméleti kutatásnak fontos megállapítása, hogy az emberi akciók pillanatszerűen változhatnak, és eközben *mindig csak egy tevékenység van napirenden*. Ez az aktuális tevékenység az egyén beállítottságától és belső motivációjától függően tudatosulhat is, de rejtve is maradhat. Az elmélet szerint a már *kipróbált tevékenységek* könnyebben tudatosulnak bennünk, mert ezekhez *érzelmi kötődés* is kapcsolódhat.

Az akcióelmélet egyik alapfogalma az *akciótér*, amely az adott egyén számára rendelkezésre álló akciólehetőségek összessége. A másik alapfogalom az *akcióhalmaz*, amely az egyénre jellemző, fontossági sorrendbe állítható akciókat tartalmazza. Az elmélet szerint az akcióhalmaz az egyén fejlődésével változik, és ha módunkban áll választani az elvégezhető akciók közül, akkor mindig a számunkra fontosabbat választjuk. A szerző ezeket a választott, számunkra fontos akciókat *minőségi akcióknak* nevezi. Az egyének akcióigénye mind a minőségi, mind a mennyiségi akciók tekintetében eltérő. A lefojtott akcióigényű ember előbb-utóbb kitör, vagy primitív cselekvésbe fordul, így mindkét akció típus kielégítetlensége eleinte *pótakciókhoz*, idővel pedig depresszióhoz, szervi betegségekhez, súlyosabb esetben teljes leépüléshez vezet. A leépülés úgy következik be, hogy a kielégítetlen akcióigény eleinte pót cselekvésekkel kompenzálható, de idővel maga az akcióigény is csökken, és apátiához vezethet. Az elmélettel jól magyarázható a nyugdíjazáskor, munkanélkülivé váláskor, vagy GYES idején jelentkező motiválatlan állapot a korábbi célokra használható, felszabaduló idő ellenére.

Az akcióelmélettel összekapcsolható Jankowski-tétel szerint az egyén valamilyen cselekvése iránti *mobilizáció* az egyén aktivációs izgalmi állapotának eredménye, ennek hatására tudjuk mozgósítani belső energiánkat. Optimális pszichológiai terhelés esetén az egyén optimális mobilizációs szükségletet él át, és ez összecseng az akcióelméletnek azzal a kitételével, hogy az egyént saját akcióigényének kielégítése motiválja, azaz mobilizálja. Minden önkéntes emberi cselekedet tehát az hajt előre, hogy kielégítsük ösztönösen alakuló, de gyakran tudatosult mennyiségi és minőségi akciókészletünk iránti igényünket.

A bennünket körülvevő szorosabb emberi közösségek – a család, baráti kör, munkahely – fontos feladata érzékelné a közösség tagjainak akcióigényét, és minden lehetséges eszközzel segíteni a mennyiségi és minőségi akcióigények kielégítését. A családban az akcióigény kielégítésének fontos eszköze lehet például a gyermek életkorához szabott feladat, felelősség és szabadság, munkahelyen a tartalmas munkafeladat, igényes munkaeszköz, döntési jogosultság, team-szellem, a teljesítmények értéke és elismerése. Mindezeket fontos az eltérő emberi alkat szerint differenciálni. Az egyén számára fontos, hogy felismerje saját akcióigényének kielégítetlen területeit, és saját testi-lelki egészsége érdekében keresse a pozitív változtatás útjait, lehetőségeit.

6. A FLOWÉLMÉNY JELENTŐSÉGE

A Csíkszentmihályi Mihály kutatásai nyomán megfogalmazódott flowelmélet lényege, hogy az emberi csúcsteljesítmény forrását az adott tevékenység flowélményében, azaz áramlásélményünkben kell keresnünk. A szerző megfogalmazásában *az áramlás harmonikus módon kifejtett pszichikai energia*, amelyet az adott tevékenységre irányuló *teljes összpontosítás* jellemez. A flowélményt átélő egyén szinte „együtt áramlik” az adott

tevékenységgel, tökéletes alkotásélményt él meg, teljesen belefeledkezik abba, amit csinál.⁷ Az alkotásélmény elsődleges forrása a kihívás, az újdonság keltette izgalom, amelyhez automatikus figyelem és összpontosítás kapcsolódik. A flowélmény egyik jellegzetes összetevője saját képességeink intenzív érzékelése, felfigyelés korábban nem ismert új képességeinkre. Messze túlléphetjük korábbi képességeink határait, és átélhetjük az önmegvalósítás extázisát. Mindezek eredményeként fokozott önismeretre, önértékelésre tehetünk szert a nagyobb testi-lelki egészség forrásaként.

A rokon következtetésre vezető két elmélet tükrében a flowélmény a mennyiségi és minőségi akcióigény kielégítésének világosan érzékelhető megnyilvánulása. Ahhoz, hogy ez megvalósuljon, a flowelmélet szerint mind a személyes életvitelben, mind a munkában világos célokra, egyértelmű feladatokra és azonnali visszajelzésre van szükség. Csíkszentmihályi Mihály kiemeli, hogy a határozott cselekvési lehetőség mellett a feladat és a személyes adottságok összhangja is nélkülözhetetlen. Csak ekkor tudunk teljes belemerüléssel, erősen koncentrálni a feladatra, csak ilyen körülmények között tűnnek el körülöttünk a lényegtelen ingerek és benyomások. Érzékelnünk kell, hogy képesek vagyunk teljesen kontrollálni a helyzetet, ezzel sikerül legyőznünk kishitőségünket, gátlásainkat. A két elmélet egybehangzó megállapítása szerint ilyenkor csak azért csinálunk valamit, mert jólesik. Az ÉN határainak túllépésével időérzékelésünk is felgyorsul – összességében kialakul, és hosszú időn át fenntartható a rendkívül kellemes, *önmagában is örömet nyújtó*, úgynevezett *autotelikus állapot*.

A két elmélet gyakorlati alkalmazhatóságával az egyén életében, a pszichés egyensúly és a testi-lelki egészség megteremtésében játszott szerepével, pszichoterápiás alkalmazási lehetőségeivel „Az alkotás mindennapi alternatívái – munka, művészet, pszichoszomatika”⁸ című írásomban foglalkozom részletesebben.

7. A TUDOMÁNYOS, SZAKMAI ÉS MŰVÉSZETI ALKOTÁS FOLYAMATA

A pozitív értelemben vett, teremtő alkotás felemelő érzés. *A tudományos kutató flowélménye* már a kutatási probléma megfogalmazása során megjelenik, mert az egyént a kíváncsiság, és a válogatási lehetőségek sokasága hajtja. A témában való elmerülés során elakadások, és új felismeréseknek köszönhető flowélmények váltják egymást, miközben a kutató tájékozottsága szélesedik és mélyül, a probléma megértése fokozódik, az egyén önértékelése, önbizalma újabb flowélmény forrásává válik. Az alkotásélményt ebben az esetben az egymást követő kutatási fázisok tartalma és sikere erősíti és gazdagítja.

A szakmai alkotás folyamata hasonló, de ennek során az egyén jobban függ saját szakmai környezetének elvárásaitól, szereplőitől. A piackutatás, marketingtervezés, üzleti tervezés vagy projektmenedzsment folyamata szorosán összefügg elfogadott elvekkkel, módszerekkel, és e folyamatok terméke többnyire szakmai teammunka eredménye. Az akciókészlet itt azzal színesedik, hogy a személyközi kapcsolatokat is alakítani kell, és ezek sikeres alakítása, a csapat összetartása, a közös siker másfajta, további flowélmények forrása. A résztvevők sikerélményét tovább fokozza *a csapatmunka szinergiahatása* – az a tény, hogy a közös munka értéke adott esetben többszöröse annak, amit a csapat tagjai – ha egyenként dolgoznak – képesek lettek volna teljesíteni.

⁷ Csíkszentmihályi Mihály (2001): Flow – Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája. Akadémiai Kiadó, Budapest.

⁸ Kunsági Andrea (2011): Az alkotás mindennapi alternatívái – munka, művészet, pszichoszomatika. Megjelenés alatt.

Az irodalmi, művészeti alkotás folyamata mindezeket a lehetőségeket messze meghaladja. Az alkotás tárgya ez esetben az emberi viszonyok és érzelmek világa. Már a mű alapgondolata, a témaválasztás is test, szellem és lélek közös munkája nyomán születik meg. A tartalmat az irodalmár, művész legszemélyesebb élményei, érzelmei, emlékei formálják, így nem csak kigondolja és megfogalmazza, hanem át is éli mindazt, ami a műben történik, amit a képzőművészeti alkotás ábrázol, vagy amit az előadóművész a darabból megformál, továbbad. A folyamatot tovább gazdagítja, hogy az ilyen alkotás eredményeként nem csak tartalmas új mű keletkezik, az alkotó nem csak saját élményeit adja hozzá, hanem a nézőben, hallgatóban ébredő élményeket is átélheti, s ezzel saját flowélményének hatását megtöbbszörözheti. Az *aktív sportoló*⁹ vagy a *sportrajongó flowélménye* ugyancsak szorosan összekapcsolódik a teljesítményért nyújtott erőfeszítéssel, illetve a sportélmény empátikus átélésével, a lelkes szurkolással.

A vázolt folyamatok közös jellemzője az önként választott, tartalmas akciósorozat, és az ennek hatására keletkező flowélmény. Az egyén önértékelését nem csupán a sorozatos flowélmények fokozzák, hanem az ilyen értékes tevékenységek emberi, társadalmi hasznosságának érzete és tudata is erősíti. Végül a tudományos vagy művészeti tevékenység velejárója az a felemelő érzés is, hogy élményt tudunk nyújtani az emberek sokaságának, hozzá tudunk járulni mások öröméhez, teljesebbé tudjuk tenni mások életét, kiszínezzük hétköznapiakat.

8. ÖSSZEFOGLALÁS

Az étellel való elégedettség és a boldogság kérdésében a különféle tudományágak szemléletük, terminológiájuk különbsége ellenére is azonos tartalmi eredményekre jutnak. Az értelmes élet és az alkotó életmód boldogságforrásként való meghatározása a legrégebb korokig nyúlik vissza. A hedonizmus, a fogyasztói értékrend állandó élmény- és örömkeresése újabb keletű ám hatása is rövidebb életű. A marketing lehetőségek a célok megfogalmazása és a kommunikáció terén, valamint a felelős marketing tudatformáló hatása mindenképpen figyelmet igényel ezen a téren is. A fogyasztói magatartáskutatások fogyasztói elégedettségvizsgálati¹⁰ tapasztalatai, kutatási eszköztára¹¹ jelentős lehetőséget kínál a kérdéskör vizsgálatára marketing szakemberek számára. Fontos hosszútávú cél lehet ugyanis, hogy az aktuális marketing célok túl, mint amilyenek például a válság marketing kihívásai¹², a tudomány, az üzleti élet és az egyéni kiteljesedés számára is hasznosítható kutatási eredményekre jusson abban, hogy az állandó örömkeresést felváltsa a derű, az étellel való elégedettség, a folyamatként megélt alkotó tevékenység egyéni és közösségi szinten egyaránt.

⁹ Papp-Váry Árpád (2009): Az új férfi mögött is a nő áll – David és Victoria Beckham társadalomformáló szerepe. Magyar Fogyasztó, 2009. június, 55-57. o.

¹⁰ Ercsey Ida (2010): A kulturális szolgáltatások fogyasztásának hatása az életminőségre, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 16. Országos Konferenciája, Budapest, BKF, 2010. augusztus 26-27., Absztraktfüzet és CD-ROM)

¹¹ Varsányi Judit (2007): Fogyasztói elégedettségvizsgálat kérdőíve. Esetjáték. HJF, Budapest.

¹² Perlaky-Papp József (2009): Válság a szavak tükrében, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)

Rekettye Gábor ifj. (2009): A gazdasági válság hatása a reklámkommunikációra, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)

9. IRODALOM

- 1) Csíkszentmihályi Mihály (1990): Flow: Az áramlat. Budapest, Akadémiai Kiadó, 1997.
- 2) Csíkszentmihályi Mihály (2001): Flow – Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- 3) Diener, E., Seligman, M.E.P. [2004]: Beyond Money Toward an Economy of Well-Being American Psychological Society vol. 5. No. 1. In: Takács Dávid (2008): A boldogság közgazdaságtana, Doktori Értekezés, Győr
- 4) Ercsey Ida (2010): A kulturális szolgáltatások fogyasztásának hatása az életminőségre, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 16. Országos Konferenciája, Budapest, BKF, 2010. augusztus 26-27., Absztraktfüzet és CD-ROM)
- 5) Erdős Géza (1986): Akcióelmélet, Budapest, Magvető Kiadó
- 6) Erdős Géza (2000): Akció. A teljes szívvel végzett tevékenység. SHL Hungary Kft., Budapest.
- 7) Kunsági Andrea (2011): Az alkotás mindennapi alternatívái – munka, művészet, pszichoszomatika. Megjelenés alatt
- 8) Lee, R. B. (1969): Kung Bushmen Subsistence: an Input-output Analysis. In: Wayda, P. (Ed.) Environment and. Natural History Press, Garden City, 47-49. In: Takács Dávid (2010): Hol vannak a férfiak, Konferencia előadás, Győr
- 9) Szondy Máté in <http://www.lifenetwork.hu/lifenetwork/pszichologia/20100701-pozitiv-pszichologia-a-boldogsag-tudomanya.html>, Letöltve: 2011. január 23.
- 10) Takács Dávid (2005): A boldogság közgazdaságtana. Ünnepi Dolgozatok. 15 éves a győri közgazdászképzés. Széchenyi István Egyetem, Győr. 123-131. o.
- 11) Papp-Váry Árpád (2009): Az új férfi mögött is a nő áll – David és Victoria Beckham társadalomformáló szerepe. Magyar Fogyasztó, 2009. június, 55-57. o.
- 12) Perlaky-Papp József (2009): Válság a szavak tükrében, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)
- 13) Rekettye Gábor ifj. (2009): A gazdasági válság hatása a reklámkommunikációra, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)
- 14) Varsányi Judit - Jámborné Antal Erika (2007): Akcióelmélet és menedzseri értékrend. Konferencia-előadás. Vállalati növekedés - Változó menedzsment / Marketing tudományos konferencia, Széchenyi István Egyetem MTDI, Győr, 2007. november 22.
- 15) Varsányi Judit (2007): Fogyasztói elégedettségvizsgálat kérdőíve. Esetjáték. HJF, Budapest.

ENGLISH SUMMARY

Concerning the satisfaction with the human life and the happiness, the various scientific disciplines get similar contentual results, despite of their different approach and terminology. As sources of happiness, the meaningful life and, the creative way of life are determined since the ancestral eras. The hedonism, the standing search for joy of consumer value system is a newer direction but it does not have a durable impact. The opportunities of marketing in goal setting and communication, and, furthermore, its conscious-reforming impact is worth to consider in this area as well. The experiences¹³ and research methods¹⁴ of consumer satisfaction researches offer valuable opportunities for marketing experts in their

¹³ Ercsey Ida (2010): A kulturális szolgáltatások fogyasztásának hatása az életminőségre, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 16. Országos Konferenciája, Budapest, BKF, 2010. augusztus 26-27., Absztraktfüzet és CD-ROM)

¹⁴ Varsányi Judit (2007): Fogyasztói elégedettségvizsgálat kérdőíve. Esetjáték. HJF, Budapest.

investigations. Namely, beyond of e.g. the marketing challenges of actual crisis¹⁵, our relevant long range purpose should be to find such research results, being exploitable for the science, business life and personal integration, respectively, aiming at satisfaction with our life, at serenity instead of joy-hunting and, at standing flow-nature creative activities either in personal or societal concern.

¹⁵ Perlaky-Papp József (2009): Válság a szavak tükrében, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)

Rekettye Gábor ifj. (2009): A gazdasági válság hatása a reklámkommunikációra, a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Országos Konferenciája, Kaposvár, 2009. augusztus 25-26., Absztraktfüzet és CD-ROM)