

## Értékkutatások – a fiatalok számára fontos értékek

### *Value surveys – important values for young people*

PÁL ESZTER

Fogyasztásunkat számos tényező meghatározza. Ilyenek lehetnek a demográfiai, szociológiai tényezők, az anyagi helyzet, de az értékek és attitűdök is. Tanulmányomban bemutatásra kerülnek a legfőbb értékelméletek, az értékrend és az értékfogalom meghatározásai. Ezt követően kifejtésre kerül az értékek differenciáló szerepe, illetve az értékrendben bekövetkezett változások is vizsgálat tárgyát képezik. A tanulmány ismerteti a legfontosabb világérték kutatások eredményeit. Mivel az elfogadott értékrendszer, illetve az ezekhez való viszonyulás nem tekinthető globális szinten egységesnek, bemutatásra kerülnek kifejezetten a hazai értékek is. A tanulmány egy 15-24 éves fiatalok részvételével zajlott országos reprezentatív megkérdezés eredményeit dolgozza fel. Ez alapján elemzi a fiatalok számára fontos és kevésbé fontos értékeket. A tanulmány célja, hogy a magyar társadalom egészére és a fiatalokra jellemző értékek bemutatásával megfelelő kiinduló alapot biztosítson további, az értékeken túlmutató kutatások elvégzésére.

*Kulcsszavak: értékek, értékrend, fiatalok*

Our consumption is determined by several factors. These can be demographic and sociological factors, financial situation but also different values and attitudes. In my study I present the main value theories, and the definition of values. Following this the differentiation role of values and the changes in value systems are being examined. The study describes the results of the most important world value researches. I also present domestic values, because the accepted value system and the attitude towards it can not be considered unified on a global level. The study is processing the results of a nationally representative survey with the participation of 15-24 years old people. Based on this the study analyzes the important and less important values for young people. The objective of the study is to provide a basis for further research going beyond values by presenting the typical values of the whole Hungarian society and young people as well.

*Keywords: values, value system, youngsters*

## 1. Bevezetés

Az egyének által vallott értékek, és az értékek rendszereként kialakuló értékrend nagyon fontos részét képezi életünknek. Az értékek nem csak fogyasztásunkat határozzák meg, de az általunk fontosnak tartott értékeknek megfelelően szervezzük mindennapjainkat, hozzuk meg nagy horderejű, vagy éppen mindennapos döntéseinket is.

A témával való foglalkozás nagyon hosszú múltra tekint vissza. Már időszámításunk előtt, Platon is foglalkozott a tudás és az érték szókratészi problémájával, valamint az Újszövetségben is szó esik egy új értékrendet felállításáról. A történelem során mindig más értékfelfogások voltak uralkodóak, koronként más volt az értékek tartalma és értelmezése. Az értékek sokszor kultúra-specifikusak, ugyanakkor léteznek egyetemes, kultúrákon átívelő, minden társadalomban és korban egyaránt érvényes erkölcsi normák, értékek. Beszélhetünk vallási, művészi, esztétikai, tudományos, gazdasági, politikai, stb. értékről is. Megállapítható, hogy aligha van olyan terület, ahol ne lenne fontos az érték.

Fentiek miatt számos tudományterület foglalkozik az értékek vizsgálatával olykor eltérő értékfelfogással és megközelítésmóddal vizsgálva ezt a kiemelkedően fontos, örök témát. A tanulmányban elsőként az értékek fogalmáról, a történelem során változó értékfelfogásokról, az idők folyamán kialakul értékelméletekről lesz szó. Az értékek egyetemes jellegéből adódóan elengedhetetlen a globális szintű vizsgálódás, ennek megfelelően néhány világérték kutatás eredménye is bemutatásra kerül. A tanulmányban fontos szerepet kap a hazai érték kutatások legfőbb eredményeinek ismertetése, a magyarok értékrendjének bemutatása, illetve az ebben történt változások felsorakoztatása is. A dolgozat végén egy 15-24 éves fiatalok körében végzett kutatás adatainak feldolgozására kerül sor, és bemutatásra kerülnek a megkérdezett fiatalok számára fontos értékek.

## 2. Értékfelfogások, értékelméletek

A szakirodalomban számos értékfogalommal találkozhatunk, melyek közül a terjedelmi korlátok miatt csak néhányat emelnék ki. Elsőként a közgazdaságtan híres gondolkodóit idézném. Adam Smith, a klasszikus közgazdaságtan alakja szerint az értéknek „*két különböző értelme van; hol egy bizonyos tárgy hasznosságát fejezi ki, hol pedig a tárgy birtoklásával járó azt a képességet, hogy érte más árukat lehet vásárolni. Az egyiket "használati érték"-nek, a másikat "csereérték"-nek nevezhetjük*” (SMITH, 1991). Szintén kiemelkedő az értékelméletek közül Ricardo nevéhez fűződő munkaérték-elmélet, mely szerint értéken valamely munka által előállított termék értékének nagyságát értjük (RICARDO, 1991). Bár számos fogalom született az érték ilyen és hasonló módon történő értelmezése kapcsán, a továbbiakban az értéknek ezen felfogásával nem kívánok foglalkozni. A tanulmányban az értékkel, mint egyfajta belső motiváló, és szabályozó tényezővel foglalkozom.

KAMARÁS (2010) így fogalmaz az értékek kapcsán: „*Az értékek szervezik, tagolják múltunkat, jelenünket és jövőnket. Orientálnak, szabályozzák testi-lelki energiáink felhasználását, behatároljuk és kifejezik társadalmi hovatartozásunkat, társadalmi énünket*” (KAMARÁS, 2010). ANDORKA (2006) szerint értékeknek azokat a kulturális alapelveket tartjuk, amelyek kifejezik, hogy az adott társadalom mit tart fontosnak, kívánatosnak, jónak. Schwartz az értékeken elérendő célokat ért, amelyek a cselekvések irányító elveiként hatnak (SCHWARTZ, 2003), vagyis tulajdonképpen a Rokeach-féle célértékekről értekeznek (lásd később). Józsa Péter háromfajta értéket különböztet meg: *ideologikus* (általános érvényre igényt tartó), *normatív* (minősítő, ítélkező állásfoglalás a mindennapi tudás szintjén) és *praktikus* (a tényleges viselkedés) értékről beszél (JÓZSA, 1979; idézi: BAUER, 2002). Hankiss Elemér szubjektív és objektív értéket különböztet meg. Meghatározása szerint szubjektív „*érték mindaz, amit egy rendszer önmaga számára, önnön léte, működése és esetleg: fejlődése szempontjából szükségesnek érez, vél, ítél*”. Míg objektív „*érték mindaz, amire egy adott rendszernek szüksége van ahhoz, hogy létezni, működni és esetleg: fejlődni tudjon*” (HANKISS, 1977:342-343). HOFSTEDE (2008:40) szerint „*az értékek olyan általános tendenciákat jelölnek,*

*amelyek alapján a dolgok egy bizonyos állását jobban szeretjük, mint a másfélét. Azt is mondhatjuk, hogy az értékek nyíllal ellátott érzések: pozitív vagy negatív irányba mutatnak*”. KLUCKHOHN (1951:395) ezzel szemben így fogalmaz: „Az érték olyan kívánatos dolgokra vonatkozó koncepció, amely lehet explicit vagy implicit, egyénre vagy csoportra jellemző, és amely befolyásolja bizonyos rendelkezésre álló módok, eszközök és célok közötti választást”.

A tanulmány nem teszi lehetővé az összes értékfogalom bemutatását, de meghatározható ezek mintegy átfogó értelmezése. Ehhez Rohan (idézi KELLER, 2008) véleményét tekintjük mérvadónak, aki szerint az értékfogalmakban közös, hogy az érték valamilyen kívánt állapotra vonatkozó motiváció kognitív reprezentációja, olyan motiváció, amely tudatosult a cselekvőben bizonyos célok eléréséért. BUGÁN (1994) idézi: BOCSI (2015) szerint az értékfogalom központi gondolatát jelenti még magának az értékelésnek a mechanizmusa is. „A jó és rossz közötti választás a minőség fogalmához kapcsolódik, s egyfajta primer kategóriának tekinthető az értékek világában” (BOCSI, 2015:14).

Fontos kiemelni, hogy az értékeknek csoportképző szerepe van, egy adott csoport által fontosnak tartott érték lehatárol másoktól, és egyben egy összetartást is jelent. Ezt HANKISS (2004:181-182) is alátámasztja, aki úgy vélekedik, hogy a társadalomnak az az érdeke, hogy a különféle csoportok, rétegek megfogalmazzák, felmutassák, és mások értékeivel szembeállítsák a maguk értékeit. Az értékeknek emellett normatív, szabályozó szerepük is van, vagyis behatárolják azt, hogy melyek a mindennapi együttélés során elfogadható, követendő viselkedési módok, és melyek a nem kívánatos, elítélendő cselekvések. HOFMEISTER-TÓTH (2006) az értékeket a következő jellemzőkkel illeti: *tartósak, relatív fontosság szerint rendezettek, viszonyítási alapok, az érték meggyőződés/hit*. Végül, de nem utolsó sorban fontos kiemelni azt, hogy a saját értékorientáltság sok esetben már annyira természetessé válik, hogy az egyénben nem is tudatosul az adott viselkedés értékorientáltsága (BIHARI, 2009). BIHARI (2009) szerint ezek a mélyen rögzült értékek természetessé teszik számunkra magatartásunk jellegét, és hogy miként kell cselekednünk.

Az érték definíciójának meghatározásakor lényeges azt egy másik, hasonló fogalomtól elkülöníteni, mely az „attitűd”. ROKEACH (1969) szerint az attitűdök három lényeges ponton térnek el az értékektől. Míg az attitűdök konkrét tárgyakra vonatkoznak, addig az értékek túlmutatnak a konkrét tárgyra való vonatkozáson. Az értékek irányítják az attitűdöket, de a cselekvéseket is. Végül az értékek meghatározott viselkedési módokra és végállapotokra vonatkozó preferenciák. Rokeach két további kategóriára bontja az értékeket, és megkülönböztet instrumentális – viselkedésmódokat meghatározó – és terminális – a világ végső állapotára vonatkozó – értékeket, melyeket eszközértékeknek és célértékeknek is neveznek. ROKEACH (1973) az eszközértékekre úgy tekint, mint olyan eszközökre, melyek valamilyen célérték elérésére szolgálnak. A célértékeket pedig olyan tényezőknek tartja, melyek egy elérni kívánt állapotra vonatkoznak, vagyis valamilyen hiányról van szó. Így a célérték összefügg a hiánymotivációval. Ezen a ponton azonban felmerül a kérdés, hogy mi a különbség az értékek és a szükségletek között. A szerző úgy oldja fel a problémát, hogy az értékekre úgy tekint, mint a szükségletek kognitív reprezentációira.

Rokeach elméletének újdonsága abban rejlett, hogy az emberek értékében megfigyelhető különbségeket az értékek értékrendszerekké történő alakulására vezette vissza, vagyis arra, hogy az értékek milyen módon helyezkednek el egymáshoz képest (RAMOS, 2006). Ez elvezet az értékrend felfogásokhoz, melyek lentebb kerülnek tárgyalásra.

A legismertebb értékelméletek között van a közel 20 éves múltra visszatekintő Inglehart-féle értékelmélet (INGLEHART, 1997). Az elmélet egyszerre vizsgálja a gazdasági fejlődést, a kulturális és politikai változásokat az emberek gondolkodásmódjában (értékeiben). Az elmélet abból indul ki, hogy két folyamat egymásutániséga figyelhető meg. Először a tekintélytiszteleten alapuló értékrend modern értékrenddé alakul, melyet modernizációnak nevez, majd a modern értékrend poszt-modern értékrenddé alakul át, melyet Inglehart nem meglepő módon poszt-modernizációnak nevez.

Az első folyamat során a társadalomban szekularizációs és bürokratizálódási változások történnek, a közösségi vallási értékektől a racionális teljesítménymotivációs értékek felé mozdul el a

társadalom. A második folyamat során helyet kapnak az önkifejezés és szubjektív jólét értékei, individualistábbá, ugyanakkor toleránsabbá válik a társadalom. A nyitottság és a szabad véleménynyilvánítás irányába történik az elmozdulás. Az Inglehart-féle értékindex négy kategóriába sorolja az embereket aszerint, hogy tisztán materialista, tisztán poszt-materialista értékek, vagy a kettőnek valamely kombinációja jellemzi-e az adott egyént.

Az elméletet számos kritika érte. SUHONEN (1985) szerint Inglehart elmélete az értéktérnek csupán egy aspektusát képes érzékelni, ezen kívül azonban még mások is léteznek. Az egyik, talán legszélesebb körű vizsgálat HALLER (2002) nevéhez kötődik, aki több ponton is bírálta Inglehart értékelméletét. Szerinte az elméletben szereplő adatok csak statikus állapot leírására alkalmasak, ezért az értékrendszerek időbeli változására vonatkozó kijelentések módszertanilag nem feltétlenül állják meg a helyüket. A szerző szerint a tradicionális/rationális tengelyt inkább vallásos-nem vallásos tengelynek kellene nevezni, hiszen a vallásossággal kapcsolatos jellemzők a legfontosabb alkotóelemei. A túlélés/jólét tengely leglényegesebb alkotóelemei a közügyekbe való beleszólással és a társadalmi toleranciával kapcsolatosak, így egyfajta tudatos polgári magatartás kifejezői. KELLER (2008) kiemeli az elmélet egy fontos jellemzőjét, azt, hogy ha valaki valamit értékesnek tart, ezt azért teszi, mert nem rendelkezik az adott dologgal. *„Az értékesnek tartott dolog így a hiánya által válik értékessé. Azok az egyének és társadalmak, akik elérték egy bizonyos jólétet, Inglehart elmélete szerint, kevésbé fogják értékelni az elért jólétet, és inkább fogják kívánatosnak tartani azt, amitől úgy gondolják, hogy meg vannak fosztva”* (KELLER, 2008:4).

### 3. Világérték kutatások legfőbb eredményei

#### 3.1. Egyetemes értékek

Ahogy a bevezetőben is utaltunk rá, számos érték kultúrán átívelőnek tekinthető, azaz minden kultúrában megjelenik. SCHWARTZ (2003) ezzel összefüggésben kutatása során abból a feltételezésből indult ki, hogy az értékek reagálnak a biológiai és társadalmi interakciók során létrejövő túlélési illetve jóléti szükségletekre. Ezek alapján 8 értéktípust különböztetett meg, melyek a következők: *proszociális, alkalmazkodó, élvezeteket kedvelő, teljesítményre orientált, érettségre törekedő, önérvényesítő, biztonságra és hatalomra orientált értékeket magába foglaló értékrend*. A kutatás 20 országra, 5 kontinensre, illetve 8 vallásra terjedt ki, így annak kiterjedtsége megkérdőjelezhetetlen. Az eredmények alapján 10 olyan értéktípust is sikerült megkülönböztetni, melyek minden kultúrában fellelhetőek:

1. Univerzalitás (pl. világbéke, egyenlőség, belső harmónia)
2. Jóindulat (pl. becsület, barátság, szerelem)
3. Tradicionalitás (pl. hagyománytisztelet, élet elfogadása, alázatosság)
4. Konformitás (pl. udvariasság, önfegyelem, engedelmesség)
5. Biztonság (pl. a nemzet, a család biztonsága, egészség, társadalmi rend)
6. Hatalom (pl. tekintély, gazdagság, szociális elismerés)
7. Elismerés (pl. siker, tehetség, ambíció)
8. Hedonizmus (pl. élvezet)
9. Ösztönzés (pl. változatos, érdekes élet, merészség)
10. Önállóság (pl. szabadság, önbecsülés, kreativitás)

Nemzetközi kutatások és kultúrközi elemzések segítségével egy másik kutatás 58, egyetemesen újra előforduló értéktényezőt azonosított. Ezeket az értékeket statisztikai eljárásokkal tíz értékcsoporthba rendezték (*1. ábra*) (HOLMES et al., 2011).

## 1. ábra: Térbeli statisztikai elemzés az értékek rendszeréről 68 ország bevonásával



*Forrás: Saját szerkesztés, fordítás SANDERSON (2014), és HOLMES et al., (2011) alapján*

A 10 értékcsoporthoz SANDERSON (2014) alapján a következők tartoznak:

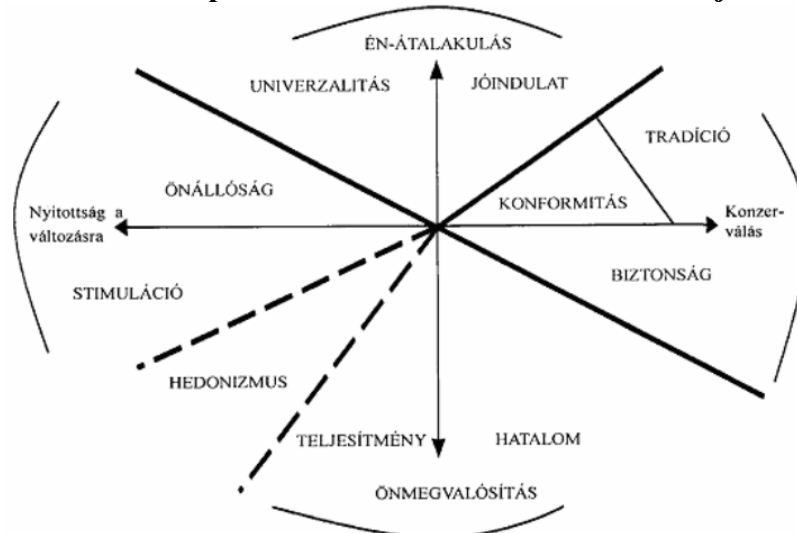
- univerzalitás
- jóakarat
- tradíció
- konformitás
- biztonság
- hatalom
- teljesítmény
- hedonizmus
- stimuláció
- önmagunk irányítása

Fontos észrevenni, hogy ezek a csoportok ugyanolyan eredményre vezetnek, mint a Schwartz-féle kutatás, hiszen olykor elnevezésükben mások, de tartalmukat tekintve teljesen megegyeznek. Megállapítható, hogy a több országra kiterjedő és későbbi kutatás eredményeként is ugyanazok az egyetemes értékek jöttek ki – ez erősíti azt a megállapítást, mely szerint az értékek tartósak –, tehát a továbbiakban a tanulmány ezeket tekinti egyetemes értékeknek, és nem célja további egyetemes értékeket/értékvizsgálatok keresése.

### 3.2. Magyarország helye a világerték kutatásokban

Visszatérve Schwartzhoz, ő az alapértékeket két dimenzió mentén ábrázolta (2. ábra). A modell a nyitottságot a zártsággal, illetve az önmegvalósítást (egoizmus) az én-átalakítással (altruizmus) állítja szembe. A modell nem csak az értékek egymástól való elhelyezkedését szemlélteti, de a köztük lévő távolságokat is. A Schwartz-féle értékeszt adatfelvétele 21 alapérték preferencia-sorrendjét vizsgálja. A teszt során a megkérdezetteknek arról kell nyilatkozni, hogy az adott érték mennyire hasonlít saját magára (1. teljesen hasonlít rám; 6. egyáltalán nem hasonlít rám).

## 2. ábra: A 10 alapérték szerveződése Schwartz modellje szerint



Forrás: SCHWARTZ (2003:142) idézi: ALBERT (2013:5)

KAPITÁNY és KAPITÁNY (2012) kutatásuk során az öt adatfelvételi hullám adatainak az országos reprezentatív mintán nyert sorrendjét vizsgálták. Vizsgálatuk során megállapították, hogy a 2002 és 2010 közötti időintervallumban nem változott jelentősen a 21 alapérték sorrendje, de ez nem meglepő, hiszen ez egy elég szűk időintervallum, az értékek pedig csak hosszú távon képesek radikálisan megváltozni. Ugyanakkor a szerzők kiemelik, hogy bizonyos értékek érzékenyebben reagálnak a világ változásaira, így még ezen rövid időszak alatt is mutattak finom elmozdulásokat. Az értékek sorrendje az öt időpontban az országos átlagot figyelembe véve a következőképpen alakult:

- 1-3. hely: létbiztonság; környezet védelme; becsületesség, emberi kapcsolatok fontossága
- 4-6. hely: erős állam, kormány által biztosított biztonság, egyforma bánásmód, egyenlő lehetőségek; szabadság, függetlenség
- 7-9. hely: aktivitásöröm; segítőkészség; megfelelő viselkedés, konformitás
- 10-12. hely: kreativitás, individuumbudat; tolerancia; szerénység
- 13-15. hely: hagyományok fontossága; elismertség-igény; hedonizmus
- 16-21. hely: újdonság, változatosság; sikeresség; dominancia-igény; szabálykövetés, önállórendelés; gazdagság, anyagi jólét; kockázatvállalás, kihívás-keresés

A szerzők kiemelik, hogy az egyetlen lényeges elmozdulás, amikor a harmas csoportot átlépő változás történt, az előző évtized második felében volt megfigyelhető. Ekkor a *hagyományok fontosságának* értéke felerősödött. Az 1. és a 3. adatfelvétel között ez az érték a 13-ról a 10. helyre került. A változás jól szemlélteti, hogy hazánkban az elmúlt évtizedben egyre inkább megerősödött a tradíció keresése, a hagyományok szerepe, mely a mindennapi élet legkülönbözőbb területein is megjelent, például a lakásmódban, a kulturális tradíciók keresésében vagy a szociális minták vonatkozásában (KAPITÁNY – KAPITÁNY, 2012).

A World Value Survey (WVS) felmérést 1981 óta végzik, mely az European Values Survey (EVS) nemzetközi (Európán kívüli országokra is kiterjedő) adatfelvétele. A felmérés eredetileg az Európai Közösség tíz tagországához kapcsolódott, mára azonban jelentősen kiterjedt. A WVS 5. hullámának magyar adatfelvételére 2009-ben, március 14. és április 2. között került sor és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet végezte a kérdezést.

A TÁRKI a felmérést követően értéktérképeket hozott létre, melyeken jól megfigyelhető Magyarország helye a világ többi országához képest. A térképek a világ 44 országának



1. *Hatalmi távolság*: az emberek közötti egyenlőtlenség mértéke, melyet még elfogadhatónak tartanak. Az alacsony hatalmi távolság viszonylag kis egyenlőtlenséget, a nagyobb hatalmi távolság komolyabb egyenlőtlenséget mutat.
2. *Individualizmus-kollektívizmus*: megmutatja, hogy az adott nemzeti kultúra mit részesít előnyben, a különálló egyént, vagy a csoport tagjaként folytatott tevékenységet. A kollektivisták társadalmak erős lojalitást mutatnak a csoport iránt, fontos egymás segítése. Az individualista társadalom az egyént preferálja.
3. *Férfiasság-nőiesség*: kifejezi a nemi szerepekhez társított magatartást. Megkülönböztethetjük a férfias, mint a teljesítményt, sikert, versengést, kitartást, illetve a nőies jegyeket, mint a gyengédséget, támogatást, az emberi kapcsolatokat. A férfias társadalmakban a nemi szerepek jobban elkülönülnek, és a férfias értékek a kívánatosak.
4. *Bizonytalanság kerülés*: azt mutatja meg, hogy egy társadalomban mennyire igénylik a strukturált, szabályozott rendszereket, helyzeteket. A szabályok írottak és íratlanok is lehetnek. A túl magas bizonytalanság kerülés az újtól tartó társadalomra jellemző, míg egy alacsonyabb értékkel bíró társadalom rugalmasabbnak tekinthető.
5. *Jövőrorientáció*: megmutatja, hogy a társadalom időorientációját a hosszú vagy a rövid távú gondolkodás határozza-e meg.
6. *Engedékenység*: meghatározza, hogy az emberek milyen mértékben próbálják irányítani vágyaikát és késztetéseiket, az alapján, hogy milyen neveltetést kaptak. Vannak kultúrák, amik elnézőek és elfogadóak az élet élvezete és a szórakozás tekintetében, míg mások visszafogottabbak a szigorú szociális normák miatt.

Hofstede Magyarországra vonatkozóan becsült adatai alapján megállapítható, hogy hazánkban igen erős érték a maszkulinitás (88-as index), mely azt mutatja, hogy olyan férfias értékek hajtják a társadalmat, mint a teljesítmény vagy a siker. Ugyanakkor hazánkra jellemző az erőteljes individualizmus (80-as index) is, vagyis a laza szociális kereteket részesítjük előnyben, az egyének csakis magukra és közvetlen hozzátartozóikra vigyáznak, a társadalom többi tagjával nem törődnek. Az ilyen társadalmakban a támogatási és a segítségnyújtással kapcsolatos döntések érdek alapján születnek. Hazánkra jellemző a biztonság keresése, így nem meglepő, hogy az ennek mintegy ellentétéként értelmezhető bizonytalanságkerülés magas pontszámot (82-es index) kapott. Azon országokban, melyekben magas a bizonytalanságkerülés, meghatározott merev kódok vannak a hittel és a viselkedési normákkal kapcsolatban. A társadalom tagjai a szabályok létrehozásának érzelmileg szükségességét érzik, illetve ha lehet, akkor ellenállnak az innovációnak. A hosszú távú orientáció (58-as index) és a hatalmi távolság (46-os index) egy köztes értéket mutatnak, míg az engedékenység kifejezetten alacsony (31-as index) (HOFSTEDE, é.n.).

Több magyar szerző és kutatócsoport végzett kutatást a Hofstede módszer alkalmazásával. Ezek közül a tanulmányban BAKACSI (2012), illetve NEUMANN-BÓDI és szerzőtársainak (2008) eredményeit kívánom ismertetni. A szerzők kutatásuk során a kulturális értékek alakulását vizsgálták a magyar társadalomban Hofstede dimenziói (engedékenység kivételével) mentén. Eredményeiket tekintve megállapítható, hogy hazánk esetén a hatalmi távolság index kapcsán 43-as értékek, az individualizmus-kollektívizmus esetén 76-os értéket, a maszkulinitás indexe esetén 34-es értéket, bizonytalanságkerülés esetén 98-as értéket, míg a hosszú távú orientáció esetén 45-ös értéket mértek. A szerzők megállapították, hogy a Hungarostudy2006 kutatás eredményei sok esetben eltérnek a Hofstede által becsült 2001-es és 2005-ös értékektől, mely úgy gondolom, hogy egyrészt mutathat egyfajta tényleges elmozdulást, másrészt pedig a becslés és az empirikus kutatás különbségeiből is adódhat. Az eredmények azt mutatják, hogy a vizsgált időszakban a hazai társadalom a kollektív értékek és a nőiesség irányába mozdult el, igényli a biztonságot, és inkább a rövidtávú gondolkodás jellemzi.

BAKACSI (2012) egyik tanulmányában a GLOBE kutatás kultúraváltozóit vizsgálta, melyek a következő kilenc dimenziót jelentik: hatalmi távolság, bizonytalanságkerülés, kollektívizmus –



intézményi kollektívizmus, kollektívizmus – csoportkollektívizmus, nemi egyenlőség, rámenősség/asszertivitás, teljesítményorientáció, jövőorientáció, humánorientáció. Kutatása során a kultúraelemzést kétféle (leíró, normatív) orientációját is figyelembe véve vizsgálódik. A szerző a társadalmi gyakorlat és érték változók különbségéből képzett differenciaváltozók közötti kapcsolat vizsgálata során megállapította, hogy a differencia változók két fő faktorba rendeződnek, melyek a következők:

1. számú fő faktor: *Posztmodern vs. Modernizációs orientáció*

2. számú fő faktor: *Nőies vs. Férfias kultúra*

A *posztmodern* kultúrákra a szélesebb társadalmi közegben kooperatív (intézményi kollektívista) stratégiák erősítése jellemző, de a szűkebb közösséghez való kötődés mérséklésére törekvés is. A *modern* kultúrára jellemző, hogy tolerálják a bizonytalanságot, mérsékeltebben jellemzi őket teljesítményorientáció, illetve a kooperatív stratégiák erősítése. A *férfias* kultúrákban igyekeznek fenntartani a hagyományos nemi szerepeket, és kevésbé igyekeznek csökkenteni a társadalmi szerepek átjárhatóságának korlátait. A *nőies* kultúrákban fontos értéknek tekintik a nemi szerepek átjárhatóságát, és preferálják a nagyobb esélyegyenlőséget. Fontos érték még a gondoskodás, igazságosság, méltányosság.

#### 4. A magyarok értékeinek vizsgálata

##### 4.1. A magyarok értékrendjében bekövetkezett változások

Az értékekben megfigyelhető változásokkal elsőként a szociológusok foglalkoztak, ma azonban már a marketing szakemberek is végeznek a témában vizsgálatokat, és legtöbbször a fogyasztói magatartással történő összefüggésben közelítik a területet.

HOFMEISTER-TÓTH (2003) az értékrend változásának okait az alábbi tényezőkben határozza meg: a környezet, az oktatás, a generáció és az életciklus. Úgy véli, hogy az értékváltozás az értékhierarchia átértékelésével jön létre, mely egyrészt új értékek keletkezésének, illetve a régi értékek elsorvadásának következménye.

Értékszociológiai vizsgálatok az 1970-es évektől kezdve készültek Magyarországon. Az 1977-ben végzett első nagyobb volumenű elemzés eredményei rávilágították, „*hogyan a magyar társadalom értékvilága rétegzett, s abban a dualizmus vagy a Horthy-kor elemei éppen úgy megtalálhatók voltak, mint a szocialista ideológia hatása; miközben ez utóbbi értékhalmozás korán szétvált vagy erodálódott*” (BOCSI, 2015). Ugyanakkor HANKISS (1983) idézi: BOCSI (2015) rámutatott arra, hogy sokszor a hivatalosan propagált értékrend jelentősen eltért attól, melyet a mindennapi gyakorlat mutatott. Ez adódhat abból a régóta megfigyelhető és több kutatás által alátámasztott tendenciából, mely szerint a konkrét cselekvés és az attitűdök között mindig különbség van, de úgy gondolom, hogy ebben az esetben inkább a társadalom tagjainak bizonytalanságáról, értékzavaráról van szó. BOCSI (2015) megállapítja, hogy a rendszerváltozás után a gazdasági recesszió olyan jelenség volt, melyet a társadalom tagjai értékpreferenciájukba nehezen voltak képesek beilleszteni. FÜSTÖS és SZAKOLCZAI (1999) Rokeach-tesztre épülő vizsgálatokat végeztek, melyek eredményei alapján megállapították, hogy a korábban klasszikus szocialista értékek mint a munka, a béke, a haza biztonsága, az egyenlőség, stb. veszítettek jelentőségükből, fontosságukból. Megállapítható, hogy a rendszerváltás utáni években az értékek rétegződésbe és struktúrába való beágyazottsága volt jellemző, ma pedig a rendszerváltás előtti viszonyok továbbélését, illetve a megváltozott feltételekhez való alkalmazkodás jegyeit láthatjuk az értékekben (BOCSI, 2015).

A változásokat összegezve BELUSZKY (2000) idézi: RÁCZ (2013) a magyar társadalom értékrendjében 1945-1990 között zajló folyamatokon belül négy időszakot különböztet meg:

1. 1945-1948: A hagyományos értékrend továbbélése, többféle értékrend egyidejű, nyíltan vállalható jelenléte a társadalomban, közéletben, kultúrában, szellemi életben.
2. 1948-1962/65: A nagy átalakulás, a hagyományos értékrend eróziójának időszaka.

3. 1965-1980: A „klasszikus Kádár-kor” az értékrendi folyamatokban. A változások lelassulnak. Ebben az időszakban válnak uralkodóvá azok az értékrendbeli jellegzetességek, melyek máig jelentős mértékben meghatározzák hazánk lakosságának gondolkodását, életvitelét, törekvéseit.
4. Az 1980-as évek: A társadalmi válság egyre erőteljesebb tudatosulásának időszaka. A hagyományos értékrend, illetve a pártállami hatalomátvétel előtti értékrendek ellentmondásos módon újulnak meg, és újabb modern és posztmodern értékek jelentkeznek szintén felemás módon.

BOCSI (2015:69) úgy véli, hogy Magyarország „*a katolikus Európán belül sajátos pozícióval bír. Kiugróan magas a túlélő értékek jelenléte, amely szépen illeszkedik a korábbi évtizedek felhalmozó és puritán jellegéhez*”. HOFMEISTER-TÓTH (2016) szerint manapság egyre inkább megfigyelhető, hogy a materiális értékek szerepe felerősödik, mely tendencia azonban nem csak hazánkban érvényes, de a közép-kelet európai országokat tekintve is igaz. TÖRŐCSIK (2003) szerint hazánkban manapság a „szétesett”, „patchwork”, „fluid” társadalom jellemző, amiben az emberek eltérő értékek összeillesztésével próbálják életüket helyes irányba terelni. Ugyanakkor a szerző (TÖRŐCSIK, 2016) azt is kifejti, hogy a hagyományos értékrendet a posztmodern értékek váltották fel, mely nem csak azt jelenti, hogy szétfűzötté válik a társadalom, de egyben elbizonytalanodást is eredményez<sup>52</sup>. HOFMEISTER-TÓTH (2016) megállapítja, hogy azt értékekről való gondolkodás még a társadalomtudományi feldolgozásokban, és az elméleti tudatban is ellentmondásokkal teli.

Számos szerző vizsgálja a fiatalok értékrendjének változását, melynek kapcsán SZABÓ (2001) például kiemeli, hogy manapság „értékválság”, és „posztmodern bizonytalanság” jellemzi a fiatalok értékrendjét. Ez a gondolat átvezet a következő fejezethez, mely a fiatalok számára fontos értékekkel foglalkozik.

#### 4.2. A fiatalok számára fontos értékek

A fejezetben a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 projekt keretében létrejövő adatbázison végzett primer kutatás témához kapcsolódó eredményei kerülnek bemutatásra. A 2013-ban végzett adatfelvétel során 15-24 évesekből álló minta megkérdezése zajlott. Az országos vizsgálat adatfelvételét CAPI<sup>53</sup> módszerrel végezték. A minta reprezentatív nem, a lakóhely településtípusa és régiója szerint. A kutatás egy 2000 fős mintán került lebonyolításra, a 1500 fős országos reprezentatív mintát egy 500 fős dél-dunántúli pótminta (boost) egészítette ki. A mintaválasztás során többlépcsős technika került alkalmazásra. Elsőként meghatározásra kerültek a régiónkénti elemszámok, majd pedig a településszerkezetek vizsgálatát követően településtípusonként (Budapest esetében kerületenként) került felosztásra a minta. A vizsgálatba bevont személyek esetén településen belül a véletlen séta módszerét alkalmaztuk.

A kutatás kérdőíve a fiatalok értékeit, életstílusát, mindennapjainak eltöltését, illetve a projekt fő céljához kapcsolódóan a célcsoport tudományhoz való viszonyát mérte fel. Kutatási téma volt tehát többek között a tudománykommunikáció, az időfelhasználás, a szabadidős aktivitások felmérése, az értékek, attitűdök és életstílus vizsgálata, valamint a médiahasználat is. Az alábbiakban, némi demográfiai háttér bemutatása után kifejezetten a fiatalok értékeire vonatkozó eredményeket kívánom bemutatni.

A megkérdezettek demográfiai jellemzőit tekintve megállapítható, hogy 49%-uk férfi, míg 51%-uk nő. A megkérdezett fiatalok életkorát vizsgálva 47%-uk tartozik a fiatalabbnak tekinthető 15-19

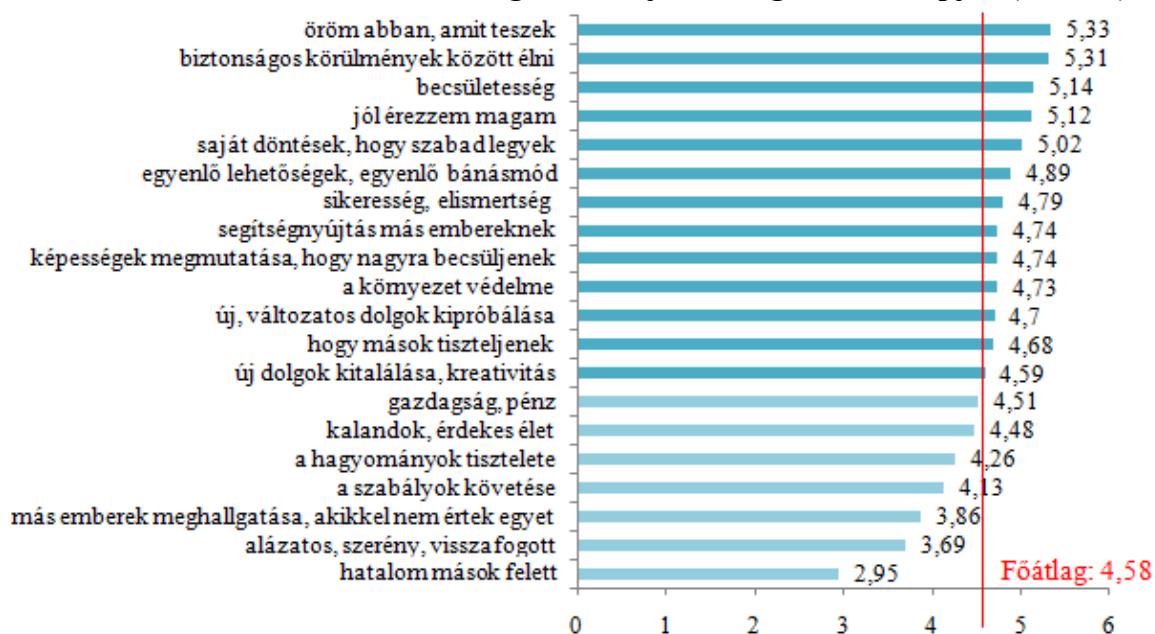
<sup>52</sup> HOFMEISTER-TÓTH (2016:26) ehhez hozzáfűzi, hogy ez az elbizonytalanodás hazánkban a rendszerváltás óta mégjobban felerősödött, illetve kiemeli, hogy az értékek zűrzavara „*a valóságos életben, az emberek és intézmények mindennapi gazdasági, politikai, morális magatartásában, az ideológiai viszonyokban, valamint a társas kapcsolatokban nyilvánul meg elsősorban*”.

<sup>53</sup> számítógéppel támogatott személyes megkérdezések

éves csoportba, míg 53%-uk az idősebb, 20-24 évesek szegmensébe. A megkérdezettek iskolai végzettségét tekintve 41%-uk csak általános iskolai végzettséggel, míg 38%-uk érettségivel rendelkezett a megkérdezés időpontjában. Ez a minta fiatal életkorának tudható be. Fiatal koruk ellenére a megkérdezettek 23%-a dolgozott a megkérdezés idejében, míg 66%-uk pedig tanuló státuszban volt. Szintén életkori sajátosságnak tekinthető, hogy a legtöbben, 78%-nyian szüleikkel élnek. Jövedelmi helyzetét a megkérdezettek többsége, mintegy 72%-a átlagosnak ítélte meg.

A kutatás több kérdés során is vizsgálta a kohorsz által fontosnak vélt kérdéseket. A továbbiakban ezek mentén kívánom bemutatni a fiatalok értékekkel kapcsolatos véleményét. Az érték kérdések nemzetközi standard alapján kerültek vizsgálatra, az alkalmazott értékskála egy a kutatócsoport által előzetesen tesztelt skála volt. A megkérdezetteknek 1-től 6-ig kellett értékelniük, hogy mennyire tartanak fontosnak 20 kiemelt tulajdonságot, ahol az 1-es érték azt jelentette, hogy egyáltalán nem fontos, míg a 6-os érték azt, hogy nagyon fontos. A 4. ábrán látható az egyes értékek fontossága a válaszadók által megadott átlagértékek tekintve.

4. ábra: Értékek fontossági sorrendje az átlagértékek alapján (n=2000)



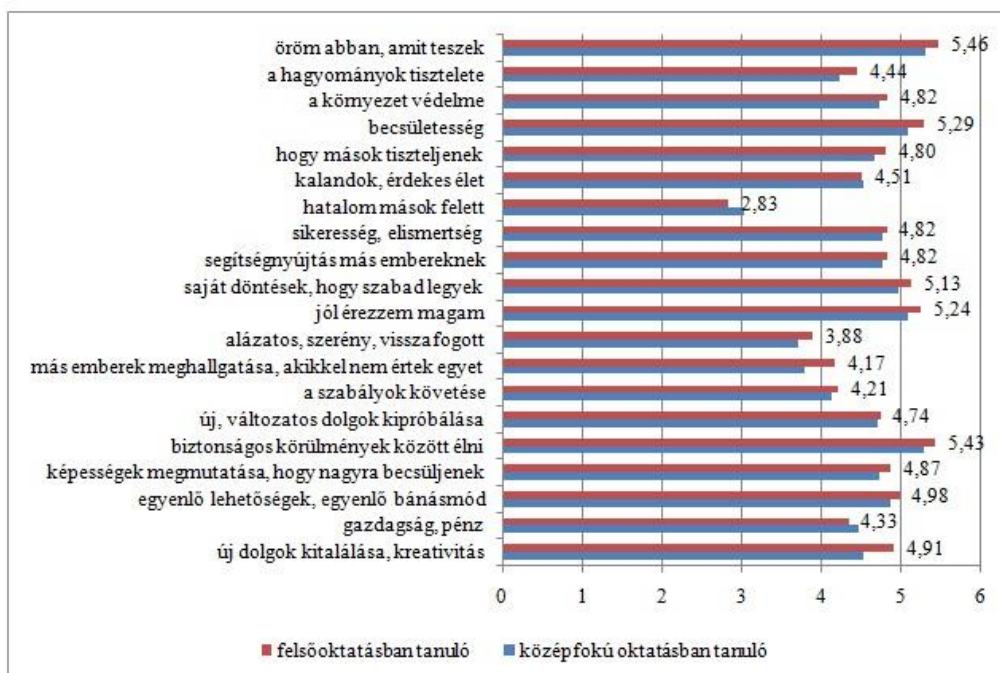
Forrás: Saját szerkesztés

A *kreativitást* a csoport többsége fontosnak, illetve nagyon fontosnak tartja. 56%-uk jelölt 5-ös vagy 6-os értéket az 1-től 6-ig terjedő skálán. Csupán 13%-uk adott 3-ast, vagy 3-asnál kisebb értéket a megnevezett tulajdonságra. A *gazdagság és a pénz* szintén olyan tulajdonságnak bizonyult, amit a fiatalok fontosnak tartanak. A legtöbben (30%) 5-ös értéket neveztek meg, míg összesen 81%-uk adott 3-as értéknél nagyobbba az adott kérdésre. Az *egyenlő lehetőségek és egyenlő bánásmód* kiemelkedő, a fiatalok 36%-a nyilatkozott úgy, hogy nagyon fontos, vagyis 6-os értéket jelölt meg. A *biztonságos körülmények között élni* ugyanúgy kiemelkedik, ebben az esetben a megkérdezettek 55%-a jelölt meg 6-os értéket, és 94%-uk 3-as fölötti értékelte a tulajdonság fontosságát. A „*képességek megmutatása, hogy nagyra becsüljenek*” tulajdonságot a többség (32%) 5-ös értékkel jelölte. A fiatalok számára fontos még a *változatos dolgok kipróbálása* (88% adott 3-as fölötti értéket), a *környezetvédelem* (87%-uk 4-6-ig értéket adott) illetve, hogy *jól érezzék magukat* (76% jelölt 5-ös vagy 6-os értéket), és *örömeiket leljék abban, amit tesznek* (56% jelölt 6-os értéket, 26% 5-ös értéket). A fiatalok többsége nem tartja fontosnak, hogy hatalma legyen mások felett, 66%-uk 3-ast, vagy az alatti értéket jelölt erre vonatkozóan. Szintén kevésbé fontos érték a szerénység (1-3-ig értéket jelölt 44%), olyan más emberek meghallgatása, akikkel nem értenek egyet (1-3-ig értéket jelölt 36%), illetve a szabályok követése (30%).

A nemek közötti esetleges különbségeket is megvizsgáltam. Megállapítható, hogy a legtöbb kategória esetén a nők neveztek meg magasabb átlagértéket, viszont a következő esetekben a férfi válaszadók válaszaik érték el magasabb értéket: kalandok, érdekes élet (férfi: 4,51, nő: 4,46); hatalom mások felett (férfi: 3,03, nő: 2,87); új, változatos dolgok kipróbálása (férfi: 4,74, nő: 4,65); gazdagság, pénz (férfi: 4,56, nő: 4,47). A becsületesség, a segítségnyújtás és az egyenlő esélyek fontossága női kategóriák, ezekben az esetekben volt ugyanis a legnagyobb eltérés a két nem átlagos válasza között.

Az adatfelvétel idején a válaszadók 3%-a általános iskolában, 46,2%-a valamilyen középfokú oktatási intézményben, 21,2% felsőfokú oktatásban, illetve 0,1%-uk (3 fő) doktori iskolában tanult. Előzetes vizsgálatok rámutattak, hogy érdemes a csoport tagjait aszerint megkülönböztetni, hogy milyen szintű oktatásban tanulnak. Az 5. ábra a középfokú oktatásban tanuló diákok véleményét hasonlítja össze a felsőoktatásban tanuló hallgatókéval

**5. ábra: Értékek fontossági sorrendje az átlagértékek alapján oktatási intézmény szerinti bontásban (n=698)**



Forrás: Saját szerkesztés

Megállapítható, hogy nagy eltérések nem mutatkoznak meg a két csoport véleménye között, de szinte minden esetben a felsőoktatásban tanuló diákok neveztek meg átlagosan magasabb értéket az adott tulajdonságok fontosságára vonatkozóan. Egyedül a hatalom mások felett és a gazdagság, pénz kategóriák esetében magasabb a középfokú iskolások által megadott átlagos érték. Mindkét csoport számára ugyanolyan fontos a kalandos, érdekes élet.

## 5. Összefoglalás

Az értékek rendszere összetett, komplex struktúrát alkot, azonban a konkrét értékelemek időben állandóak, és léteznek globálisan uralkodó, kultúrákon átívelő egyetemes értékek. A dolgozatban ismertetett több nemzetre kiterjedő vizsgálatok bemutatták, hogy hazánkra és a magyar emberekre alapvetően egy tradicionális, biztonságra törekvő gondolkodásmód jellemző. Megfigyelhető egyfajta zártság is, ami nem csak azt jelenti, hogy elzárkózunk a változásoktól, s egyre inkább megerősödött a hagyományok szerepe, de azt is, hogy jellemző a bizonytalanságkerülés és az innovációtól való elzárkózás. A magyar társadalomra egyfajta értékválság jellemző. Keveredett, fragmentálódott értékek jelennek meg, és számos szerző szerint ma szétesett társadalom képe rajzolódik ki.

A fiatalokra vonatkozó primer kutatás a fentieket egyértelműen sem alátámasztani sem cáfolni nem tudja, de az megállapítható, hogy a mai fiatalok számára kiemelten fontosak az anyagiak, a kalandos, érdekes élet, a sikeresség, az új, változatos dolgok kipróbálása, és kevésbé fontos a szabályok követése, a szerénység, alázatosság. Megállapítható, hogy a fiatalok számára is főleg a férfias értékek a fontosak, mint ahogy általánosságban is erős maszkulinitás jellemzi hazánkat, illetve az individualista értékek szintén kirajzolódnak a fiatalokkal végzett felmérésből. Bizonyos eredmények ugyan ellentmondanak a hazánkra általánosságban jellemző értékeknek (pl.: bizonytalanságkerülés vs. új dolgok kipróbálása, kreativitás), de ezek az életkorból és élethelyzetből fakadóak is lehetnek. Szükséges leszögezni, hogy fiatalokon belül is eltérő értékeket valló szegmensek figyelhetőek meg, nem tekinthetjük őket homogén csoportnak.

### Irodalomjegyzék

- Albert J. (2013): Érték, környezet, környezeti tudatosság. In: Beszteri Béla: A felfedező tudomány. Széchenyi István Egyetem, Győr.  
[http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/VEABtanulmanyok/albert\\_jozsef.pdf](http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/VEABtanulmanyok/albert_jozsef.pdf)
- Bakacsi Gy. (2012): A globe-kutatás kultúráváltozóinak vizsgálata faktoranalízis segítségével (Cultural variables of the GLOBE research computed by factor analysis). *Vezetéstudomány*. 63 (4) 12-22.
- Bauer B. (2002): Az ifjúság viszonya az értékek világához. In: (Bauer Béla-Szabó Andrea szerk.): Ifjúság 2000. Tanulmányok I., Budapest, nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- Bihari M. (2009): A politikai értékek, In: Bihari Mihály – Pokol Béla (szerk.): Politológia, Nemzeti tankönyvkiadó, Budapest, 251-265.
- Bocsi V. (2015): A felsőoktatás értékmetszetei, Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, <http://hera.org.hu/wp-content/uploads/2014/02/BV-Okt-Ertekmetsz-unmark.pdf>
- Füstös L. – Szakolczai Á. (1999): Kontinuitás és diszkontinuitás az értékpreferenciákban (1977-1998). *Szociológiai Szemle*. (3)
- Haller, M. (2002): Theory and Method in the Comparative Study of Values – Critique and Alternative to Inglehart. *European Sociological Review*. 18. (2) 139-158.
- Hankiss E. (1977): Érték és társadalom. Tanulmányok az értékszociológia világából, Budapest, Magvető Kiadó.
- Hankiss E. (2004): Társadalmi csapdák és diagnózisok. Tanulmányok a hetvenes évekből, Budapest, Osiris Kiadó.
- Hofmeister-Tóth Á. (2016): Fogyasztói értékek, trendek és magatartás. *Vezetéstudomány*, 67 Marketingtudományi Különszám
- Hofmeister-Tóth Á. (2003): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó, Budapest
- Hofmeister-Tóth Á. (2006): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó, Budapest
- Hofstede, G. (é.n.): What about Hungary? <https://geert-hofstede.com/hungary.html>
- Hofstede, G. – Hofstede, G. J. (2008): Kultúrák és szervezetek. Az elme szoftvere. VHE Kft, Pécs.
- Holmes, T. – Blackmore, E. – Hawkins, R. – Wakeford, T. (2011): Common Cause Handbook. Machynlleth: Public Interest Research Centre
- Kamarás I. (2010): Érték, értékelés és értékrend (szociológiai és szociálpszichológiai szempontból), [http://www.metaelmelet.hu/pdfek/tanulmanyok/ertek\\_ertekeles.pdf](http://www.metaelmelet.hu/pdfek/tanulmanyok/ertek_ertekeles.pdf)
- Kapitány Á. – Kapitány G. (2012): Konszenzusok és ambivalenciák. Reflexiók egy értékutatás eredményeihez, In: Messing Vera és Ságvári Bence (szerk.) (2012): Közösségi viszonyulásaink 2012/1, A családdal, az állammal és a gazdasággal kapcsolatos társadalmi attitűdök, értékek európai összehasonlításban, [http://ess.tk.mta.hu/wp-content/uploads/2013/04/Messing\\_Sagvari\\_szerk\\_Kozossegi\\_vizonyulasaink1.pdf](http://ess.tk.mta.hu/wp-content/uploads/2013/04/Messing_Sagvari_szerk_Kozossegi_vizonyulasaink1.pdf)
- Keller T. (2008): Értékrend és társadalmi pozíció, In: Füstös L. – Guba L. – Szalma I. (szerk.): Társadalmi regiszter 2008/1., 154.

<https://www.yumpu.com/hu/document/view/17989966/ertekrend-es-tarsadalmi-pozicio-mta-szociologiai-kutatointezet>

- Keller T. (2009): Magyarország helye a világ értéktérképén, Budapest, a tanulmány a TÁRKI „A gazdasági növekedés társadalmi/kulturális feltételei” című kutatási programja keretében készült.
- Kluckhohn, Clyde. K. M. (1951): Values and value orientations in the theory of action. In: Parsons T. – Sils, E. (szerk.), *Toward a general theory of action*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 388-433.
- Neumann-Bódi E. – Hofmeister-Tóth Á. – Kopp M. (2008): Kulturális értékek vizsgálata a magyar társadalomban Hofstede kulturális dimenziói alapján. In: Kopp Mária (szerk): *Magyar lelkiállapot 2008*. Semmelweis Kiadó, Budapest. 365-373.
- Rácz G. (2013): Az értékek változásának és a fenntartható fejlődés trendjének hatása a hazai élelmiszerfogyasztásra, doktori (Ph.D.) értekezés, <http://docplayer.hu/860247-Az-ertekek-valtozasanak-es-a-fenntarthato-fejlodes-trendjenek-hatasa-a-hazai-elelmiszerfogyasztasra.html>
- Ramos, A. (2006): Social Values Dynamics and Socio-Economic Development. *Portuguese Journal of Social Science*. 5 (1) 35-64.
- Ricardo, D. (1991): A politikai gazdaságtan és az adózás alapelvei, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó
- Rokeach, M. (1969): The Role Of Values In Public Opinion Research. *Public Opinion Quarterly*. 32 (4) 547-559.
- Rokeach, M. (1973): *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York, 1973.
- Sanderson, B. (2014): Food values positioning paper. 4. <http://valuesandframes.org/downloads/>
- Schwartz, S. H. (2003): Univerzálák az értékek tartalmában és struktúrájában. Elméleti előrelépések és empirikus próbák húsz országban. In.: Váriné Szilágyi Ibolya (szerk.): *Az értékek az életben és a retorikában*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 105-154.
- Smith, A. (1991): *A nemzetek gazdasága – Közgazdasági és Jogi Kiadó*
- Suhonen, P. (1985): Approaches To Value Research And Value Measurement. *Acta Sociologica*. 28 (4) 349-358.
- Szabó L. T. (2001): Értékek az iskolában, *Educatio*. 3 461-471. <http://epa.oszk.hu/01500/01551/00017/pdf/488.pdf>
- Törőcsik M. (2003): *Fogyasztói magatartás trendek- Új fogyasztói csoportok*. KJK, Budapest
- Törőcsik M. (2016): *A fogyasztói magatartás új tendenciái*. Budapest: MTA Kézirat