

ÉRTÉKÍTÉLETEK ÉS ÉRTÉKTESZTEK. EGY KÉRDŐÍVES VIZSGÁLAT TANULSÁGAI

GARAI ANNA¹
NÁDAI JULIANNA²

Összefoglalás

A továbbított információ megbízhatósága, hitelessége és valóságtartalma kiemelt kérdéssé vált a társadalmi érintkezés különböző területein. Kutatásunk keretében egy viszonylag homogén csoport kommunikációjának bizonyos jellemzőit tárjuk fel, elsősorban a célba juttatott üzenet elfogadásával vagy elutasításával kapcsolatban, jól körülhatárolható interakciókban. Az értékítélet megalkotásának folyamatát Schwartz értéktesztje alapján vizsgáltuk. Az eredeti értéktesztet a kijelölt tematikáknak megfelelően adaptáltuk. Az eddigi eredmények alapján kijelenthető, hogy az értékteszt átdolgozott változata alkalmasnak bizonyult kutatási céljaink megvalósítására. A mobil internet mindennapi használatának vizsgálata után kijelölhető a kutatás további iránya is: Hogyan ítéli meg a vizsgált célcsoport a mobil internet szerepét, hasznát, értékét a tanulási folyamatban?

Kulcsszavak

értékteszt, hiteles információ, mobil internet

Summary

Reliability, authenticity and reality of information are a core issue on various fields of social contacts. In our research we are revealing the specific characteristics of communication of a relatively homogenous group whereas we are focusing on the acceptance and refusal of attained messages in well-defined interactions. We analysed the process of value judgement based on the value test system of Schwartz which we adapted according to our research goals. Based on our current research results we can state that the adapted version of the test is well applicable to reach our research aims. After analysing everyday usage of mobile internet we can set clear further purposes of research: How does the analysed group evaluate the role, use and value of mobile internet in studying processes?

Key words

value test, authentic information, mobile internet

¹ egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem, KGYK, NKT, e-mail:anna@sze.hu

² egyetemi adjunktus, Széchenyi István Egyetem, KGYK, NKT, e-mail:nadaj@sze.hu

Bevezetés

A társadalmi érintkezés különböző területein napjainkban döntő fontosságú kérdéssé vált a továbbított információ megbízhatósága, hitelessége és valóságtartalma. Az ilyen típusú értékítéleteket végső soron mindig az egyén maga hozza meg, jóllehet az odáig elvezető út az esetek többségében bonyodalmas és számos tudatos vagy csak részben tudatos lépésből áll. Külső behatások és belső autonómia összjátékából születik meg végül az aktuális állásfoglalás.

A társadalomtudományok számos szakterülete kísérli meg a maga eszköztárával megmagyarázni ezeket a folyamatokat, ami törvényszerűen csak bizonyos mértékig és mélységig lehetséges. Az értékítélet meghozatalának feltárása céljából elsősorban nem magát az üzenetet kell vizsgálat tárgyává tenni, hanem az útjára bocsátott információ feladóját és címzettjét, valamint a közöttük létre jövő és fennálló kapcsolatot. Amikor a címzett elbírálja a hozzá eljuttatott információ valóságtartalmát és hitelességét, akkor lényegében az üzenet feladójáról alkot véleményt. Egyidejűleg ennek a folyamatnak a fordítottja is működik, mert a mindenkori üzenet feladója pontosan az általa elképzelt vagy ismerni vélt címzett számára önti formába a közleményét (Schulz von Thun 1998, 156).

A kommunikációelmélet klasszikus tételei különösen fontossá váltak a modern elektronikus közvetítés esetében, ami nagyon rövid idő alatt uralta el a társadalmi érintkezés minden mozzanatát. Az emberi civilizáció történetében valószínűleg az elektromosság esetében valósul meg először az, hogy az eszköz tömeges használata megelőzi és lényegében nélkülözi az eszköz tényleges ismeretét és megértését. Archaikus és modernkori bölcselők egyaránt óva intik az emberiséget attól, hogy olyan instrumentumot alkalmazzon, amelynek nem ura, mert éppen az a valami uralja őt! A digitális média a maga elektromos gépparkjával ennek a folyamatnak a kicsúcsosodása, ahogyan nap mint nap, újból és újból gúzsba köti az egész földgolyót az internet sűrű szövésű hálójában (Macedo – Steinberg 2011). Pontosan ezek a találó és leleplező metaforák, internacionalizmusok képezik a globális kommunikáció kulcsszavait.

A kutatás célja és a témaválasztás indoklása

Folyamatban lévő kutatásunk keretében egy speciális célcsoport jól körülhatárolható interakciókban tanúsított kommunikációjának bizonyos elemeit tárjuk fel ebben az új világban, különös tekintettel a célba juttatott üzenet elfogadásával vagy elutasításával kapcsolatban. Az értékítélet megalkotásának folyamata áll a vizsgálat középpontjában – ezúttal a címzett oldalán.

A kérdőíves felmérésben életkor és képzettségi szint tekintetében homogén csoport vett részt, mert az úgynevezett z-generáció egyetemistákból álló adatközlői szolgáltatott az alapadatokat. Ők a médiafogyasztó mobinauták, akik már eleve beleszületnek a digitális hírközlő eszközök világába (Dombi – Faragó 2006). A legkorábbi élet éveikben, eszmélésük óta kezük ügyében vannak a mobiltelefonok, újabban az okostelefonok, tabletek. Az általuk megfigyelt felnőttek mindennapi viselkedéséből idejekorán nyilvánvalóvá válik számukra, hogy az ilyen eszközök használata a legfontosabb és legértékesebb dolog az életben. A későbbi életszakaszban ez a meggyőződésük további megerősítést nyer, mert az intézményes gyermeknevelés rendszerében, az egészségügyben, az igazgatási ügyintézésben kötelező jelleggel, állandóan és kizárólagosan ezeken a digitális felületeken kell megjeleníteniük.

Fel kell tennünk tehát azt a kérdést, hogy a társadalmi kommunikáció személyes jelenlét révén megvalósuló interakciói milyen viszonyban, kölcsönhatásban állnak az elektronikus felületeken történő érintkezéssel? Mennyiségileg és minőségileg hogyan oszlik meg a mindennapokban a személyes és a képernyős kommunikáció az egyén életében? Kiegészítik vagy kiszorítják egymást? Hogyan változik meg a munka, a tanulás, a szórakozás, és lehetséges, szükséges, vagy éppen káros lenne a jó szándékú beavatkozás? A civilizációs

átállásokkal kapcsolatos elvi és gyakorlati kérdések korábban rendre a proaktív szakaszban kerültek sorra, azonban a mobil internet esetében ilyen nem volt, mert a tömeges használat a tudatosodás fázisát egyszerűen megelőzte.

Az eddigiek alapján bizonyosan állítható, hogy témafelvetésünk és vizsgálati célunk indokolt, időszerű és fontos. Az adatközlők számára feltett kérdések a digitális úton megszerzett információ hitelességét és felhasználhatóságát járták körül. A kinek-minek higgyünk dilemmája alapvetően az értékrend függvénye. A kitöltést megelőző bevezető beszélgetések kapcsán nyerhető információk is értékes adatokkal szolgáltak: *Jobban bízom a gépben mint az emberben. Jobban bízom az emberben mint a gépben. A netes információ hiteles, mert óriási mennyiségű adatból kapom, mert automatikus a kiválasztás, szakemberek tudását összesíti. Kiküszöbölhető az emberi fogyatékoság, részrehajlás, az ember megsokszorozhatja képességeit.*

A kommunikációelmélet alaptétele a hitelesség szempontjából a továbbított információ és a kontextus összhangjának axiómája. Személyes interakció esetén számos megerősítő és elbizonytalanító jelet lehet és kell az érintetteknek feldolgozniuk, és ezek alapján állásfoglalásaikat, értékítéleteiket megtenniük. Felelősségük közös. Közvetítő felületek beiktatása esetén a régi bevált módszerrel együtt a felelősség is elvész. Platón Phaidrosz-üzenete napainkban fontosabb, mint bármikor volt: az írás, vagyis a személyes jelenlétet fölöslegessé tévő közvetítő felület beiktatása óta az emberek bölcsék helyett látszólagos bölcsék lettek. Idegen jelek segítségével, nem pedig belülről a maguk erejéből, közben sok mindenről hallva igaz tanítás nélkül azt hiszik, hogy sokat tudnak (Platón 1984,797-805). Ők a mobinauták és a csannagerek, a z-generáció (McGrindle - Wolfinger 2010). A folyamat régen kezdődött, végkifejlete villámgyors. Az alábbi táblázat azt szemlélteti, hogy milyen rövid idő alatt zajlott le az emberi kommunikáció digitális átállítása és hogyan veszett el az egyén döntési szabadsága ebben a folyamatban:

1. táblázat: Az emberi kommunikáció digitális átállításának három lépcsőfoka

ÜZENET FELADÓJA- CÍMZETTJE (X) 1965-1980	TARTALMAT ELŐÁLLÍTÓK ÉS FELHASZNÁLÓK (Y) 1981-95	TARTALOM-GENERÁLÓK, TARTALMAT FOGYASZTÓK (Z) 1996-TÓL
AUTONÓM SZEMÉLYISÉG, SZABADON DÖNT A FELHASZNÁLÁSRÓL	KÉNYSZERFELHASZNÁLÓK FOKOZATOS MEGJELENÉSE	AB-OVO MÉDIAFOGYASZTÁS, RENDELETILEG KÖTELEZETT FOGYASZTÁS
SZEMÉLYES KÖZEG ÉS MÉDIUM EGYMÁS MELLETT	FOKOZATOS ELGÉPIESÉDÉS	IPARI MÉRETŰ ÉS JELLEGŰ KÖZVETÍTETT HÍRÁTADÁS

Forrás: saját szerkesztés

A digitális korszak csupán egy emberöltőnyi múltra tekint vissza, amelyben olyan mértékű és minőségű társadalmi változások zajlottak le, amelyhez fogható folyamatokhoz korábban ennek az időnek a többszörösére volt szükség. Feljegyzések szerint az új technika egyik megteremtője és elterjesztője 1977-ben a kutató laboratóriumában azt nyilatkozta, semmilyen körülmény nem indokolná azt, hogy valaki az otthonába hazavigyen egy számítógépet. A leghíresebb kibernetikus guru 1981-ben úgy gondolta, hogy 640 kilobyte a jövőben is mindenki számára mindig bőségesen elegendő lesz (Knapp-Novk 2006,47). Az

idézett személyek még köztünk élnek, s maguk is szembesülnek azzal a ténnyel, hogy ma az emberek vannak kiszolgáltatva azoknak a gépeknek, amiket eredetileg éppen az ő kiszolgálásukra fejlesztettek ki. Manapság csak ezen a felületen keresztül lehet az egyén a társadalom tagja, gazdasági, kulturális és politikai területen egyaránt, egyébként kirekesztetté válik, és pusztán egzisztenciája kerül veszélybe. Számátalan korábbi, társadalmilag hasznosnak tartott emberi tevékenység megszűnik, illetőleg digitalizálódik. Az oktatás és az iskola különösen nagymértékben érintett ebben a változásban. Terjed a munkahely nélküli munkavégzés és az iskola nélküli oktatás.

A kutatás menete

Az ifjúságkutatás és az ifjúságkultúra-kutatás nagy figyelemmel és nagy apparátussal elemzi jelenleg a tízes-húszas korosztályok kommunikációs szokásait, ezen belül a hozzájuk köthető értékrendet. Nagyobb mennyiségű felvett adat és kutatási eredmény a kvantitatív felméréseknek köszönhetően vált ismertté, gyakran az aktuális alkalmazást előtérbe helyezve, a nevelés, az ifjúságvédelem vagy a rendészet területén. A már kialakult probléma indítja el többnyire ezeket a vizsgálatokat és kevésbé jellemző a megelőző, proaktív témafelvetés. Ez a körülmény ismét azt mutatja, hogy az újszerű jelenségek expanziója rövid idő alatt végbemegy, és a szakemberek diagnózisa és reakciója bizonyos késéssel követi csupán a folyamatokat.

A szakterület művelői maguk is megállapítják, hogy kvalitatív kutatások és teoretikus elemzések jelenleg kisebb mennyiségben állnak rendelkezésre. A kultúratesztek és az értéktesztek alkalmazása napjainkban kevésbé kiforrott szakterületnek minősíthető (Horkai 2002; Havasréti 2005).

Az egyetemi hallgatók körében végzett felmérésben azokat az alapvető értékeket vizsgáltuk, amelyek a digitális információ hitelességének megítélését befolyásolják. A vizsgálandó értékek kijelöléséhez Schwartz értéktesztjének kritériumait vettük figyelembe. Általános és alapvető értékrendet adaptáltunk egy jól körülhatárolható tematikus területre, különös tekintettel a mobil internet használatával kapcsolatos értékítéletekre. Az attitűdök leírása mellett a mindennapi helyzetekben előforduló viselkedési normákat és reflexet is vizsgáltuk. A digitális térből érkező információ megítélése az egyén és csoport szintjén eltérő lehet, és az egyén és/vagy csoport értéképzetei alapján alakul ki. Az értéképzetek Gergely (1990) meghatározása szerint olyan szubjektív ítéleti viszonyulások a valósághoz, amelyek cselekvések és döntések meghatározójává válnak. Váriné definíciója szerint az értéképzeteknek „a társadalmi hovatartozás és önmeghatározás szempontjából felismert lehetősége tükröződik és tárgyiasul különféle formákban” (Váriné 1987). Az értéképzet tehát egyéni döntés által létrejövő döntések sorozatának eredménye, amikor az egyén megítéli, mi a helyes és mi a helytelen az adott élethelyzetében vagy általában. A döntési helyzeteket az előzőkből következő bináris és/vagy dichotomikus rendszerként értelmezzük (Hofstede 2010).

Vizsgálatunkban a válaszadók értékítéletének mechanizmusát a Schwartz-féle értéktesztek alapján tártuk fel. Schwartz új értéktesztjét korábbi értéktesztek és értékutatások alapján dolgozta ki, amely alkalmazható kvalitatív és kvantitatív kutatásokban egyaránt. A tesztek alanyainak egy hatfokú skálán kell meghatározniuk, milyen mértékben hasonlítanak egy adott értéket képviselő emberhez egy bizonyos értékítélet kapcsán. Az értéktesztet korábbi tanulmányok szerzői főleg vállalati kultúrával kapcsolódó kutatásokban alkalmazták (Füstös 2011; Holt 1997; Moriano 2010), míg dolgozatunkban a digitális információ értékét (Garai – Nádai 2011; 2014) vizsgáljuk kvalitatív módszerrel - korábbi hasonló kutatások kvantitatív jellegétől eltérően.

A Schwartz-féle értéktesztek olyan univerzális értékeket vesznek alapul, amelyek nem csak az értékítélet alapjául, hanem célkitűzésként is megjelennek az általunk vizsgált

válaszadói csoportban. Schwartz elemezte az értékek működési mechanizmusát is, azaz bemutatta az értéképzet megjelenésétől az egyén cselekvéséig vezető utat (Luksander – Mike – Csité 2010). Az értékek, amelyek a kívánt célok elérését szolgálják, már megfogalmazásuk pillanatában motiváló erőként hatnak. Mindehhez azonban szükséges a megfelelő reakciók kiválasztása. Az egyén reakcióinak hatására az értékek befolyásolják érzékelést és az adott helyzet értelmezését. A helyzetfelismerést követi a cselekvés, azaz a kiválasztott értékeknek megfelelő cselekvési és viselkedési mód megvalósítása (Luksander – Mike – Csité 2010). Mindezekon kívül azonban külső tényezők is befolyásolják az egyén tetteit.

A kutatásban Schwartz értéktesztjének alábbi egységeit vettük alapul:

1. *Önállóság*, *autonóm* gondolkodás és cselekvés, újat felfedezni, újat alkotni.
2. *Motiváció*, *stimuláció*, izgalom, kihívás.
3. *Hedonizmus*, öröm, kedvtelés.
4. *Teljesítmény*, megfelelés az elvárásoknak.
5. *Hatalom* gyakorlása, emberek és erőforrások felett, tekintély.
6. *Biztonság*, harmónia az intézményi szinten és a magánéletben is.
7. *Alkalmazkodás*, másokat sértő vagy másoknak ártó viselkedés kerülése, szabálykövetés.
8. *Hagyományok* tisztelete, kulturális és vallási szokások elfogadása, ápolása.
9. *Jóindulat* és *gondoskodás* a környezetünkben élők iránt.

Az adaptált értékteszt

A fenti univerzális értékek megjelennek a 18-24 éves korosztály állásfoglalásaiban, azaz a digitális információról alkotott nézeteikben. Az eredeti értékteszt adaptálásával biztosítani lehetett az egyes elemek összekapcsolását a konkrét kutatási tematikával. A válaszadók a következő szempontok érvényességének mértékét határozták meg az egytől hatig megadott skála szerint (egyáltalán nem - elenyésző mértékben – kismértékben - közepes mértékben – nagymértékben - teljes mértékben):

Miért szereti az ember a mobil internetet, mit ad az neki? Milyen mértékben hasonlítok arra az emberre, aki azt állítja magáról, hogy a mobil internet:

1. *Önállóságot* biztosít számára, önállóan gondolkodik és cselekszik.
2. *Ösztönzi*, *aktivizálja*, izgalom, kihívás számára.
3. *Örömezt* biztosít számára, remek szórakozásnak tartja.
4. *Sok időt nyer* vele.
5. *Jobb a teljesítménye*, jobban megfelel az elvárásoknak.
6. *Népszerűbb*, tekintélye van mások előtt, *domináns szerepre* tehet szert, ha az átlagnál jobb hozzájárása van.
7. *Biztonságban érzi magát*, jobban boldogul ügyek intézése esetén és a magánéletben is.
8. *Jobban beilleszkedik*, jobban tud alkalmazkodni az együttélés szabályaihoz, nem különül el.
9. *Jobban ismeri és tiszteli a hagyományokat*, szokásokat.
10. *Egyetemesebbé vált a gondolkodása*, jobban megbecsüli az embert és óvja a természetet. Figyelmesebb és gondoskodóbb a környezetében élők iránt.

A kutatás kvalitatív jellege miatt a kérdőíves kutatás interjúkkal párosult. A válaszadóknak, miután a kérdőíveket kitöltötték, lehetőségük nyílt arra, hogy hangot adjanak saját gondolataiknak, kifejtsék véleményüket egy-egy értéképzet kapcsán és a kérdőív esetleges értelmezési nehézségeit megemlítsék. Így árnyaltabb képet kaphattunk a válaszadók értékítéletéről és a kérdések relevanciájáról is.

A kultúra bináris rendszer (Hofstede 2010; Geertz 1973), ezért fontosnak tartottuk azt is, hogy a pozitív kérdőívek negatív változatát is elkészítsük. Így kiszűrhetővé váltak az átgondolatlan, ellentmondásos válaszok is. A pozitív kérdőívvel megegyezően az adatszolgáltatóknak egy hatfokú skálán meg kellett ítélniük saját állásfoglalásukat a megadott értékleíráshoz való viszonyítás alapján. A kérdőív negatív változata a következő definíciókat tartalmazta: *Miért nem szereti az ember a mobil internetet, mitől fosztja az meg? Milyen mértékben hasonlítok arra az emberre, aki azt állítja magáról, hogy a mobil internet:*

1. *Korlátozza az önállóságomat*, kevésbé önállóan gondolkodom és cselekszem.
2. *Közömbössé és passzívvá tesz.*
3. *Untat*, nem szórakoztat.
4. *Sok időmet elrabolja.*
5. *Rosszabb a teljesítményem*, kevésbé tudok megfelelni az elvárásoknak.
6. *Népszerűtlenebb vagyok*, nincs tekintélyem mások előtt, ha az átlagnál rosszabb hozzáféresem van.
7. *Nem érzem magam biztonságban*, bizonytalanabb lettem a hivatalos dolgok intézésében és a magánéletben is (Ha nem a neten intézem azokat).
8. *Nehezebben illeszkedem be*, kevésbé tudok alkalmazkodni az együttélés szabályaihoz, elkülönülök.
9. *Közömbös* vagyok a hagyományok, szokások iránt, nem ápolom, inkább mellőzöm azokat.

A kérdőívet és az interjút egy 22 főből álló, képzettség és életkor alapján homogénnek tekinthető csoporton próbáltuk ki, hogy az esetleges szükséges módosításokat elvégezhessek, mielőtt a kérdőíveket nagyobb mintaszámon alkalmazzuk. A kérdőívek kipróbálása és az előzetes interjúk alapján első megközelítésben megállapítható volt az értékítéletek hierarchiája:

- *Önállóság*: önálló gondolkodás és cselekvés, alkotás, felfedezés
- *Stimuláció*: izgalom, újdonság, kihívás az életben
- *Hedonizmus*: öröm, kedvtelés
- *Teljesítmény*: a társadalmi standardoknak megfelelő siker
- *Hatalom*: társadalmi státusz és presztízs, emberek és erőforrások feletti kontroll
- *Biztonság*: biztonság, harmónia, a(z érdek)kapcsolatok stabilitása
- *Konformitás*: tartózkodás az olyan viselkedéstől, mely mások számára sertő vagy ártalmas lehet, illetve megsértheti a társadalmi normákat és elvárásokat
- *Tradíció*: a tradicionális kultúrához illetve valláshoz köthető eszmék és szokások elfogadása és tisztelete
- *Szolidaritás - közömbösség*
- *Univerzalizmus*: megértés, megbecsülés, tolerancia

A kérdőívek kitöltésének és az interjúk lebonyolításának kontextusában elhangzott vélemények, elejtett megjegyzések is értékes adatokkal szolgáltak. Tipikus reakcióként említhetők a következő példák:

Jogom van használni a mobil internetet bárhol, mert a környezetemet nem zavarom vele (néhány extrém kivételtől eltekintve, mint hatósági/biztonsági tiltás pl. repülőn fel-és leszálláskor).

Dominanciára tehetek szert azok fölött, akik nem rendelkeznek olyan hozzáférréssel, mint én, mert kiségitém őket információval. Függő helyzetbe kerülhetnek velem szemben, és tekintélyem, népszerűségem nőhet a körükben.

Teljesítmény szempontjából: elvonja a figyelmemet versus éppen megtanultam, hogyan kell egyszerre legalább kétfelé figyelni.

Tanulságok

1. A társadalomtudományi adatmerítés hagyományos módszertanának két klasszikus eljárását ötvöztük. A kérdőív és az interjú együttes használata hitelesebb eredményeket szolgáltatott és pontosabb következtetések levonását segítette elő. Az eddigi eredményeink alapján kijelenthető, hogy az értékeszt adaptált változata alkalmasnak bizonyult kutatási céljaink megvalósítására.
2. A kipróbálás során az előkészítő szakaszban előre nem definiált szempontok és összefüggések is felszínre kerültek. Értékes információkat nyerhettünk a megkérdezettek spontán közléseiből, reakcióiból. Ezért a válaszadóknak a későbbiek során is lehetőséget kell biztosítani véleményük szabad kifejtésére és megjegyzések megtételére.
3. A kultúra bináris rendszer, ezért fontosnak tartottuk, hogy elkészítsük a pozitív kérdőívek negatív változatát is, melyben a digitális információ nem kívánt hatásairól tudtunk képet alkotni. Célunk az volt, hogy a pozitív viszonyulás mellett a hallgatók tudatosan összpontosítsanak a negatív megközelítésre is. Az eddigi eredmények alapján célszerűnek mutatkozik egy tematikus szűkítés. A mobil internet mindennapi használatának vizsgálata után a következő kérdést is fel kell tennünk: Milyen értéket társítanak az egyetemi hallgatók a mobil internet-hozzáférréshez a tanulási folyamatban? Ezzel kijelöltük a kutatás további irányát is.

Irodalom

- Dombi G. – Faragó J. (2006): Korhatártalanul. Új generációk az interneten. *Információs Társadalom*, 2006/2. 23-37.
- Füstös L. (2011): Európa értékrendszere: Magyarország értéktere – Európa értéktere. In: Füstös L. – Guba L. (szerk.): *A változó értékrendszer 2011/1*. MTA PTI – MTA SZKI, Budapest.
- Garai A. – Nádai J. (2011): Értékek közvetítése az Európai Unió dokumentumok fordításának tükrében. Az auktoritás elve és a dichotomikus kultúra-modellek. http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2011/kultura/Garai_Nadai.pdf
- Garai A. – Nádai J. (2014): Value assessment of digital information in academic studies. http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2014/Garai_Nadai.pdf
- Geertz, C. (1973): *The interpretation of cultures*. Basic Books, New York
- Gergely (1990): Érték és személyiség. In: Balogh T. *Személyiségkonceptiók. Tanulmányok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 29-64.
- Havasréti J. (2005): A kritikai kultúrákutató Magyarországon. *Helikon*, 2005/1-2. 149-164.
- Hofstede, G. (2010): *Cultures and Organizations. Software of the mind*. The McGraw Hill companies.
- Holt, D. H. (1997): A comparative study of values among Chinese and U.S. entrepreneurs: Pragmatic convergence between contrasting cultures. *Journal of Business Venturing*, 12.(6): 483-505.

- Horkai A. (2002): Screenagerek. Kvalitatív kutatás középiskolások körében. *Educatio*. 2002/1, 153-158;
http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/853/1/TM67_Luksander_Mike_Csite.pdf
- Knapp, P. – Novak, A. (2006): *Effizientes Verhandeln*. Verlag Recht und Wirtschaft, Frankfurt am Main, 47.
- Macedo, D. – Steinberg, R. S. (szerk.) (2011): *Médiajártasság*. Gondolat, Budapest.
- Konczosné Szombathelyi, M - Waldbuesser, P – Tench, R. (2015): Digital age: Information and communication technologies, tools and trends for communication management. In: Peter Baranyi (szerk.) *Proceedings of 6th IEEE Conference on Cognitive Infocommunications*. Konferencia helye, ideje: Győr, 2015.10.19-2015.10.21. IEEE, Győr, 229-234.
- McGrindle, M. - Wolfinger, E. (2010): Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk*, 2010/11, 13-18.
- Moriano, J. A. – Linan, F. – Inmaculade, J. (2010): Personal values and entrepreneurial intention: an empirical study. ESU Conference.
- Platón: *Phaidrosz*. (Részlet) In: *Platón Összes Művei I*. Bibliotheca Classica. Európa, Budapest 1984. Szabó Árpád ford. 797-805.
- Schulz von Thun, F. (1998): *Miteinander reden. Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Rowohlt. Reinbeck bei Hamburg.
- Schwartz, S. H. – Bardi, A. (1997): Influences of Adaptation of Communist Rule on Value Priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18.(3): 385-410.
- Schwartz, S. H. (2001): *A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations*. https://www.europeansocialsurvey.org/docs/methodology/core_ess_questionnaire/ESS_core_questionnaire_human_values.pdf
- Schwartz, Shalom H. (2006): Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In: Jowell, R. - Roberts, C. - Fitzgerald, R. & Eva, G. (szerk.): *Measuring attitudes cross-nationally - lessons from the European Social Survey*. Sage, London.
- Váriné Szilágyi I. (1987): *Az ember, a világ és az értékek világa*. Gondolat, Budapest.
- Vörös M. – Nagy Zs. (szerk.) (1995): Kritikai kultúrakutatás. *Replika* (17-18). 1995. június.