

Sztereotípiák a Kárpát-medencében¹

Szóke Júlia

Széchenyi István Egyetem, Győr

1. Bevezetés

Sztereotípiák akár tudatosan, akár tudattalanul, de bennünk élnek másokról, sőt önmagunkról is, így akarva-akaratlanul életünk minden szegmensét áthatják. Amikor azt mondjuk, hogy a magyar vendégszerető nép, akkor egy magunkról kialakított pozitív sztereotípiát fogalmazzunk meg, amikor azonban a székelyek gondolkodásán viccelődünk, akkor a velük kapcsolatos negatív sztereotípiának adunk hangot. Ilyen formán a sztereotípiák veszélytelenek, ugyanakkor, ha kritika nélkül az adott nemzet összes tagjára igaznak tekintjük őket, és ennek megfelelően viselkedünk velük, akkor az problémássá válhat. Különösen igaz ez akkor, amikor a kapcsolat üzleti jellegű. Örök kérdés ugyanis, hogy az egyes nemzetek különböző aspektusok alapján kialakult jellemzése valós-e, illetve, hogy a kapcsolatok, az érintkezés milyen hatással van a kölcsönös percepcióra.

Következésképpen jelen tanulmány nemcsak a sztereotípiák elméleti hátterével foglalkozik, hanem azok nemzetközi üzleti kapcsolatokra gyakorolt hatásával is. A vizsgálat tárgyát a Kárpát-medencében, azon belül is a magyar-szlovák viszonylatban megjelenő sztereotípiák képezik. A tanulmány célja, hogy a vizsgált két nemzet vonatkozásában ismertesse a legfontosabb sztereotípiákat, amelyek a sikeres nemzetközi kapcsolatok kerékkötőivé vagy akár elősegítőivé válhatnak.

2. A sztereotípiák

2.1. A sztereotípiákról általában

Annak ellenére, hogy a sztereotípiák egy széles körben használt kifejezés, nincs igazi konszenzus a szakemberek és kutatók körében arra vonatkozóan, hogy mit jelent pontosan ez a terminus. Az egyes definíciók elsősorban abban különböznek, hogy maguk a sztereotípiák mennyire akkurátusak, miközben általánosításokat fogalmazznak meg, illetve, hogy mennyire koncentrálnak a negatívumokra. Az egyik legismertebb, és talán legtöbbet használt meghatározás Gordon Allport, neves szociológus és szociálpszichológus nevéhez köthető, aki szerint a sztereotípiák nem más, mint egy embercsoportra vonatkoztatott általános hiedelem (Allport 1999). Hasonlóan vélekedik Mackie (1973: 435), aki szerint a sztereotípiák azokra a társadalmi kategóriákat jellemző sajátságokkal kapcsolatos népi hiedelmekre utal, amelyeket illetően jelentős egyetértés alakult ki. Pennington (1986: 90) szintén úgy véli, hogy a sztereotípiák a végtelenségig leegyszerűsített és túláltalánosított absztrakciók emberek csoportjairól, amelyek ráadásul általában meglehetősen pontatlanok, noha előfordulhat, hogy van igazságtartalmuk. Jones (1997: 170) megfogalmazásában pedig a sztereotípiák olyan pozitív vagy negatív hiedelmek összessége, amelyeket az egyén egy csoport jellemzőiként tekint. Mindazonáltal, az ilyen általánosítások nem mindig vezetnek pontos megítéléshez, annak ellenére sem, hogy az emberek rendszeresen használják őket (Ablonczyné Mihályka–Tompos 2009). A sztereotípiák ugyanis elhomályosítják az emberek ítélőképességét azáltal, hogy hajlamossá teszik őket arra, hogy valósnak vélt tulajdonságokra koncentrálnak, míg az ennek ellentmondó „bizonyítékok” elkerülik a figyelmüket (Spencer–Oatey–Franklin 2009).

¹ A tanulmány az EFOP-3.6.1-16 projekt támogatásával készült: *Nemzetköziesítés, oktatói, kutatói és hallgatói utánpótlás megteremtése, a tudás és technológiai transzfer fejlesztése, mint az intelligens szakosodás eszközei a Széchenyi István Egyetemen.*

Sztereotípiák ugyanakkor nemcsak más nemzetekről, népekről, embercsoportokról élnek bennünk, hanem saját magunkról is. Előbbieket a heterosztereotípiák, utóbbiakat pedig az autosztereotípiák körébe soroljuk (Hidasi 2004). Az autosztereotípiák magukban foglalják a magunkról kialakított sztereotípiákat, illetve a mások által rólunk kialakított sztereotípiákat. Ezzel szemben a heterosztereotípiák az általunk másokról kialakított sztereotípiákat, illetve egy harmadik fél másokról kialakított sztereotípiáit foglalják magukban (Hidasi 2004). Az autosztereotípiák összetettebbek, mint a heterosztereotípiák, így az alaposabb ismeretek árnyaltabb képalkotást tesznek lehetővé (Konczosné Szombathelyi 2005).

Akár auto-, akár heterosztereotípiákról beszélünk, azok lehetnek pozitívak és negatívak is. A pozitív sztereotípiák egy nemzet, kultúra vagy embercsoport előnyös tulajdonságait emelik ki, míg a negatív sztereotípiák valamely kedvezőtlen jellemvonásra helyezik a hangsúlyt. Mindazonáltal fontos megjegyezni, hogy egyes pozitív sztereotípiák más nemzetek, kultúrák képviselői szemében negatívumként tűnhetnek fel (pl. a magyarok hazafisága a szlovákok szemében túlzó és nacionalizmusként jelenik meg) (Szőke 2013a).

2.2. A sztereotípiák hatása a nemzetközi üzleti kapcsolatokra

A sztereotípiákkal kapcsolatban a legnagyobb probléma nem a vélt pontosságuk, hanem az, hogy miként alkalmazzuk őket. Még az általánosságban pontos sztereotípiákat is lehetséges rosszul használni egyes egyénekre (Schneider 2004), különösen akkor, ha azok előítélettel és/vagy diszkriminációval párosulnak. Az előítélet és a diszkrimináció ugyanis ok-okozati összefüggésben áll a sztereotípiákkal, elsősorban a negatív sztereotípiákkal. Ez utóbbiak nyomán ugyanis kialakulhat előítéletesség, ami viszont diszkriminatív magatartáshoz, sőt akár kirekesztéshez is vezethet (Hidasi 2004). Mindez jól illusztrálja a sztereotípiák alkalmazásának káros hatásait a nemzetközi interakciók során. További negatívum, hogy a sztereotipizálás lassítja, sőt adott esetben gátolja az interkulturális kompetenciák fejlődését (Golubeva 2003), amelyek viszont nélkülözhetetlenek a sikeres nemzetközi együttműködésekhez (Szőke 2013b).

Mindazonáltal, a sztereotípiák nemcsak negatív, hanem pozitív hatással is lehetnek az interkulturális kapcsolatokra. A sztereotípiák ugyanis számos hasznos funkciót látnak el, pl. segítenek megismerni a másik fél értékeit, normáit, szokásait, jellegzetességeit azáltal, hogy a külföldiekkel való találkozásra készülve igyekszünk előzetesen adatokat gyűjteni a másik kultúráról (Konczosné Szombathelyi 2007). Ugyanakkor ennek ellentmond egy magyar vállalatok és vállalkozások körében készített felmérés eredménye, melynek során úgy nyilatkoztak a válaszadók, hogy nem hiszik, hogy a sztereotípiák hasznosak a másik kultúra normáinak megismerése során (Tompos–Ablonczy-Mihályka 2018). Fontos hangsúlyozni azonban azt is, hogy az ilyen előzetes adatgyűjtések, különösen mások tanácsainak tanulmányozása is vezethet kritikai sztereotipizáláshoz (Tompos 2015), ami így újfent a nemzetközi üzleti együttműködések kerékkötőjévé válhat.

A sztereotípiák alkalmazása a relatíve kevés pozitívum mellett tehát számos káros hatást hordoz magában, amellyel megnehezíti a nemzetközi üzleti kapcsolatokat. Mindamelllett, a sztereotípiák pontos ismerete és helyes használata segíthet megérteni a külföldi fél eltérő perspektíváját (Tompos 2014), illetve a kultúrák közötti megfelelő kommunikációt is elősegítheti, amelyek pedig versenyelőnyhöz juttathatják az adott vállalatot a globális gazdaságban (Ablonczyné Mihályka 2014). A sztereotípiák tehát nem feleslegesek, alkalmazni azonban csak megfelelő kritikai értékelés mellett szabad őket.

3. Sztereotípiák a Kárpát-medencében

A Kárpát-medence rendkívül heterogénnek tekinthető, akár az ott élő nemzeteket, társadalmakat nézzük, akár azok gazdasági fejlődését (Kecskés 2015). A Kárpát-medence valamennyi országa viszonylatában meglévő sztereotípiák vizsgálata így túlmutatna jelen

tanulmány keretein, ezért az csak a magyar-szlovák viszonylatban megjelenő sztereotípiákat ismerteti. A magyar-szlovák viszonylat kiválasztását nemcsak a közös történelmi múlt és a földrajzi közelség indokolta, hanem a két ország közötti gazdasági kapcsolatok számottevő volta is (KSH 2017).

Ennek megfelelően az 1. sz. táblázat illusztrálja a magyar-szlovák viszonylatban kialakult auto- és heterosztereotípiákat.

	Autosztereotípiák	Heterosztereotípiák
Mi (magyarok)	<i>Önkép</i> (büszke, hazafias, barátságos, vendégszerető, jó humorú, körmönfont/kishitű)	<i>Mi mit gondolunk másokról</i> (nacionalista, felsőbbrendűségi érzésű, összetartó, erőszakos, lusta, buta, „drótos tótok”)
Mások (szlovákok)	<i>Mások mit gondolnak rólunk</i> (uralkodó, felsőbbrendűségi érzésű, agresszív, gőgös, nacionalista/összetartó, büszke, temperamentumos)	<i>X csoport mit gondol Y csoportról</i> (szlovákok a németekről: szorgalmasok, rendesek, precízek)

1. sz. táblázat: Magyarok auto- és heterosztereotípiái szlovák viszonylatban
(Hidasi 2004; Hunyady 1996, 1997; Hamberger 2004; Riba 2006; Poláčeková 2007; Etnikai...2008)

A táblázatból jól látszik, hogy mind a magyarok, mind a szlovákok autosztereotípiáiban megjelennek pozitív és negatív sztereotípiák egyaránt. A magyarokban pozitív sztereotípiaként él hazafiságuk, illetve barátságos és vendégszerető mivoltuk, ugyanakkor negatívként a kishitűségük. Azonban a hazafiság a szlovákok rólunk kialakított sztereotípiáiban már negatívumként jelenik meg, méghozzá erőteljes nacionalizmusként. Emellett számos további negatív sztereotípiát él a szlovákokban a magyarokról (pl. agresszív, gőgös), amelyek feltételezhetően a közös múlt és a legújabbkori történelmi események következményei (Hamberger 2004). Mindazonáltal olyan pozitív sztereotípiák is megjelennek a szlovákok magyarokkal kapcsolatos sztereotípiái között, mint például, hogy a magyarok büszkék és összetartóak. A magyarok szlovákokról alkotott heterosztereotípiái között ellenben csak negatívokat találunk (pl. erőszakos, buta, lusta). Érdekes, hogy a nacionalista és felsőbbrendűségi érzésű jellemzők mindkét nemzet esetében megjelennek a másikról alkotott negatív sztereotípiák között. További érdekesség, hogy míg a szlovákok a magyarok összetartását pozitív sztereotípiának tekintik, addig fordítva a magyarok a szlovákok összetartását már negatív sztereotípiának. Szintén figyelemre méltó, hogy a szlovákok németekkel kapcsolatos sztereotípiái kivétel nélkül pozitívak. Összességében megállapítható, hogy a szlovákok pozitívabb képet festenek a magyarokról, mint a magyarok a szlovákokról, legalábbis, ami az egyes sztereotípiákat illeti.

A nemzeti sztereotípiák érdekessége, hogy egy-egy nemzet jellegzetességének személyiségtulajdonságokkal való leírásában nemcsak egy-egy kultúra képviselői vannak azonos állásponton, hanem eltérő kultúrák képviselői is adnak ugyanolyan minősítéseket (Konczosné Szombathelyi 2007). Ez itt is megfigyelhető, hiszen többek között a magyarok büszke volta az autosztereotípiák mindkét kategóriájában megjelenik.

4. Összegzés

A tanulmány a sztereotípiák típusait és azoknak a nemzetközi üzleti kapcsolatokra gyakorolt hatását tekintette át elméleti szempontból, majd kifejezetten a magyar-szlovák viszonylatban kialakult sztereotípiákat ismertette. Megállapította, hogy a sztereotípiák különböző típusai másként befolyásolják az eltérő kultúrák közötti kapcsolatokat. Míg a negatív sztereotípiák

elsősorban káros hatást gyakorolnak, addig a pozitív sztereotípiák kedvező hatással is lehetnek az együttműködésekre.

A magyar-szlovák viszonylatban vizsgált sztereotípiákkal kapcsolatban bemutatta, hogy a magyarokban csak negatív sztereotípiák élnek a szlovákokról, míg a szlovákokban a negatív sztereotípiák mellett pozitívak is kialakultak a magyarokról. Ezen túl interkulturális véleményegyeztést is talált a magyarok és a szlovákok magyarokról kialakult sztereotípiái között (ld. büszke nép a magyar). Mindezek arra engednek következtetni, hogy az egymásról egymásban kialakult, jellemzően negatív sztereotípiák miatt a két fél közötti üzleti kapcsolatok nem feltétlenül zajlanak zökkenőmentesen. A negatív sztereotípiák miatt ugyanis előfordulhat előítéletesség, vagy akár kirekesztő magatartás is, amely a sikeres kommunikációt, valamint az interkulturális kompetenciák elsajátítását és fejlesztését is gátolhatja, így végső soron a nemzetközi üzleti kapcsolatok kerékkötőjévé válhat.

Irodalom

- Ablonczyné Mihályka L. 2014. When in Rome do as the Romans do: is it a reality of business life? In: Rotschedl, J.–Cermakova, K. (eds.): *Proceedings of the 14th International Academic Conference*. Prague: International Institute of Social and Economic Sciences (IISES), 1–9.
- Ablonczyné Mihályka L.–Tompos A. 2009. Szociokulturális kompetencia és sztereotípiák: hogyan tárgyalunk külföldiekkel? *Translatologia Pannonica* 1: 81–89.
- Allport, G. W. 1999. *Az előítélet*. Budapest: Osiris.
- Etnikai sztereotípiák a mai Magyarországon. OTKA-60660 Kutatási zárójelentés*. 2008. http://real.mtak.hu/2053/1/60660_ZJ1.pdf (letöltve: 2018.10.02.)
- Golubeva, I. 2003. Interkulturális kompetencia – túl a sztereotípiákon. In: Kiss E.–Lénárd G. (szerk.): *Interdiszciplináris pedagógia és a tudás társadalma: a II. Kiss Árpád Emlékkonferencia előadásai: Debrecen, 2001. november*. Debrecen: Debreceni Egyetem, 209–218.
- Hamberger J. 2004. A magyar-szlovák viszony új esélyei. *Külgügyi Szemle* 1-2: 28–48.
- Helyzetkép a külkereskedelemről, 2017*. Központi Statisztikai Hivatal (KSH). <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/kulker/kulker17.pdf> (letöltve: 2019.01.03.)
- Hidasi J. 2004. *Interkulturális kommunikáció*. Budapest: Scolar Kiadó.
- Hunyady Gy. 1996. *Sztereotípiák a változó közgondolkodásban*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hunyady Gy. 1997. A nemzeti identitás és a sztereotípiák görbe tükre. *Új Pedagógiai Szemle* 10: 45–59.
- Hunyady Gy. (szerk.) 2001. *Nemzetkarakterológiák*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Jones, M. 1997. *Prejudice and Racism*. New York: McGraw Hill.
- Kecskés P. 2015. Ipari parkok nemzetközi összehasonlításban: fókuszban a kelet-közép-európai térség. In: Hauck Zs.–Pesti I.–Poreisz V.–Ratting A.–Tóbi I. (szerk.): *Közgazdász Kutatók és Doktoranduszok II. Téli Konferenciája: Program és előadás-kivonatok*. Pécs: Doktoranduszok Országos Szövetsége, Közgazdaságtudományi Osztály, 28–30.
- Konczosné Szombathelyi M. 2005. Sztereotípiák és attitűd kultúrák találkozásában. In: Nelu, B.-E.–Zelényi, A.–Dávid, G. Cs. (eds.): *Interkulturellen Studien: Festschrift für Ódor László zum 60. Geburtstag*. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, 275–290.
- Konczosné Szombathelyi M. 2007. Sztereotípiák az interkulturális kommunikációban. *Translatologia Pannonica* 1: 262–269.
- Mackie, M. 1973. Arriving at 'truth' by definition: The case of stereotype inaccuracy. *Social Problems* 20(4): 431–447.
- Pennington, D. C. 1986. *Essential Social Psychology*. London: Edward Arnold.

- Poláčková, Z. 2007. A szlovák-magyar kapcsolatok néhány európai uniós ország sajtójának és tudományos szakirodalmának tükrében. *Fórum Társadalomtudományi Szemle* 1. <http://forumszemle.eu/2007/06/29/zuzana-polackova-a-szlovak-magyar-kapcsolatok-nehany-europai-unios-oroszag-sajtojanak-es-tudomanyos-szakirodalmanak-tukreben/> (letöltve: 2018.10.04.)
- Riba I. 2006. A szlovák identitás alakulása: Önkép magyar tükörben. *Heti Világgazdaság* 28(37). <https://hvg.hu/kultura/200637HVGFriss144> (letöltve: 2018.10.08.)
- Schneider, D. J. 2004. *The Psychology of Stereotyping*. London: Guilford Press.
- Spencer-Oatey, H.–Franklin, P. 2009. *Intercultural Interaction. A Multidisciplinary Approach to Intercultural Communication*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Szőke J. 2013a. Sztereotípiák görbe tükre. In: Róbert P. (szerk.): *Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság: a 2012. június 12-i Kautz Gyula Emlékkonferencia válogatott tanulmányai*. Győr: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, 271–277.
- Szőke J. 2013b. Managing Cultural Differences When Doing Business Internationally. *International Journal of Business and Management Studies* 2(2): 349–357.
- Tompos A. 2014. How Stories Contribute to a Deeper Understanding of Cultures Introductions. *Sociokulturnyje Problemy Jazyka I Kommunikacii: Sbornik Naucnych Trudov* 9: 167–174.
- Tompos A. 2015. Austrian and Hungarian values and norms in cross-cultural management reserach. *Impresa Progetto – Electronic Journal of Management* 12(3): Paper Tompos. https://www.impresaprogetto.it/sites/impresaprogetto.it/files/articles/2015_3_tompos.pdf (letöltve: 2018.10.20.)
- Tompos A.–Ablonczy-Mihályka L. 2018. The Sustainability of Cultural Diversity in the Workplace: Cultural Values and Intercultural Mindset. *European Journal of Sustainable Development* 7(1): 298–306.