

“Amikor edzés van, nem számít ki vagy”

Az edzői autenticitás kategóriáinak és implikációinak vizsgálata utánpótláskorú sportolók példáján.

Társadalomtudományi TDK-dolgozat

Jelige:(HIM101)

Absztrakt

Az autentikus vezetésnek jelenleg nincs konszenzuális szociológiai koncepciója, a létező pszichológiai koncepció pedig fontos szociológiai szempontokat hagy figyelmen kívül. Jelen kutatás kísérletet tesz rá, hogy az utánpótlásban dolgozó sportedzők példáján keresztül alkalmazza az autenticitás szociológiai koncepcióját az autentikus vezetésre vonatkozóan. Az adatgyűjtés résztvevő megfigyeléssel történt, 4 különböző kajakedző csoportjaiban készült interjúkon (n=46) és a teljes beépüléssel zajló terepmunkában tapasztaltakon keresztül. A kutatás sikeresen alkalmazza a “Craft-authenticity” és a “Moral-authenticity” fogalmi kategóriáit az autentikus vezetéssel kapcsolatban, melyeknek megjelenési formái és szociális implikációi egyaránt összefüggésbe hozhatók az autenticitás szociológiai koncepciójával. Előbbi a tapasztalt, de új edzőt kereső versenyzőknek lehet vonzó alternatíva, míg utóbbi a versenyzők lojalitására van hatással.

Bemutató

Az autenticitás szociológiai koncepciója elsősorban egy tulajdonított fogalomra vonatkozik, és azt vizsgálja, hogy egyes célcsoportok milyen típusú autenticitás iránt fogékonyak. (Kovács et al. 2017, Lehman et al. 2019a, Lehman et al. 2019b, Carroll et al, 2019, O'Connor et al, 2019, Varga-Guignon, 2023) Ez a típusú tulajdonított autenticitás olyan tulajdonság, mellyel a szemlélő ruhazza fel a cselekvőt, saját képzeletét, tapasztalatait és prekonceptióit alapján, és az autenticitáshoz kapcsolódó tulajdonságok jellemzően pozitív reakciókat, pozitív fogyasztói, követői magatartásformákat generálnak, ráadásul alkalmasak arra, hogy racionálisan belátható logikai ellentmondásokat oldjanak fel. (Lehman et al, 2019b; Carroll et al 2017, O'Connor et al. 2019) Emiatt az autenticitás egyre jelentősebb szerepet játszik különböző társadalmi csoportok - különösen a Z-generáció döntéshozatali mechanizmusában, mert az információkkal, érzelmi impulzusokkal túlterhelve szocializált egyének egyre távolabb kerülnek a racionális döntések lehetőségétől, és egyszerű mintakövetéssel, érzelmileg motivációkra hagyatkozva hoznak döntéseket. (Abreu 2019; Buchanan-Knock 2001; Csányi-Miklósi, 2010; Fenton et al, 2011; Heracleous, 1994; Vukasovic-Ljubovic, 2021)

Az autentikus vezetés egy létező, és széles körben alkalmazott pszichológiai koncepció, amely a vezető, mint egyén vezetői önazonosságát hivatott konceptualizálni, és az

autenticitás társadalmi implikációit is ezen autenticitás-fogalomhoz képest határozza meg. (Gardner et al, 2011, Gardner et al. 2021, Walumbwa et al. 2008, Kernis-Goldman, 2006) Szociológiai szempontból azért problémás ennek a fogalmi keretnek a használata mert a vezető személyére koncentrálnak és figyelmen kívül hagyja mindazokat, akik követőként felelősségvállalást várnak a vezetőjüktől, és saját bizalmi tőkéjüket nem a vezető belső önazonossága, hanem saját maguk által tulajdonított tulajdonságok alapján fektetik bele (Ford-Harding, 2011; Fox-Kirk, 2017; Einola-Alvesson, 2021) A sportedzők vizsgálata azért ideális terep, mert a legtöbb élsportoló meg van győződve edzője autenticitásáról, vagy autenticitáshoz köthető tulajdonságairól, máskülönben nem kockáztatná nap mint nap a saját egészségét az edzője felügyelete alatt. (Bekiari-Syrmpan, 2015; Vallerand et al. 2013; Mageau-Vallerand, 2003; Bandura - Kavussanu, 2018)

A szociológiai autenticitáskonceptió elsősorban fogyasztói döntéseket vizsgál és ilyen módon a gazdasági térre vonatkozóan került kidolgozásra amely két csoportra osztható 4 autenticitáskategóriát különböztet meg: A szakértelemhez, és a szakmai sztenderdeknek való megfeleléshez tartozó (1) "Type authenticity" (Konszenzuális szakmai sztenderdek alapján tipikusan magas színvonalúnak tekinthető cselekvők), és (2) "Craft authenticity" (A szakmai módszertant és folyamatokat pontosan ismerő, azok iránt elkötelezett cselekvők), valamint az erős belső elköteleződéshez szakmai szenvedélyhez köthető (3) "Moral authenticity" (Valamilyen szakmai éthosz iránt erősen elkötelezett cselekvő) és az (4) "Idiosyncratic authenticity" (Szakmai éthoszt a konszenzuális szakmai vagy piaci sztenderdekkel szemben érvényesítő cselekvő) ideáltipikus kategóriáit. (Lehman et al, 2019b, O'Connor et al, 2019, Carroll et al, 2019, Kovács et al, 2017)

A kutatás igazolja, hogy az edzőkre vonatkozóan egyértelműen megfogalmazható a sportszakmai szakértelmen alapuló "Craft authenticity" és a sport éthosza iránti elkötelezettségen alapuló "Moral authenticity" fogalmi kategóriája, melyből az előbbi olyan versenyzők számára jelent vonzó alternatívát, akik tekintélyes sportági tapasztalattal rendelkeznek és valamilyen oknál fogva új edzőt keresnek maguknak, míg utóbbi lojalitást ébreszt azokban a versenyzőkben akik valamilyen oknál fogva az adott edző csoportjába kerültek jelentős sportági tapasztalat nélkül. (Lehman et al. 2019a)

A Craft authenticity hozzárendelt tulajdonságai a (1) technikai tudás, az (2) edzésmódszertani tudás, a (3) sportág belső viszonyaiban való tájékozottság, és a (4) szakmai precizitás, míg magatartási és közösségkonstrukciós implikációi a (1) szakmai vonzalom, (2) reflektív rugalmasság, (3) többszintű dinamikus hierarchia, és a (4) távolságtartó személyes viszony. A Moral authenticity hozzárendelt tulajdonságai a (1) személyes motiváló készség, a (2)

személyes szakmai szenvedély, a (3) sport mint érték és identitás megjelenítése, és az (4) áldozatos munka, magatartási és közösségkonstrukciós implikációi a (1) lojalitás, a (2) kiszámíthatóság, (3) a kétszintű, merev hierarchia és a (4) személyes viszonyokra vonatkozó szituatív rugalmasság.

Módszertan

Az adatfelvétel résztvevő megfigyeléssel zajlott, melynek keretében 4 különböző sportegyesületben látogattam kajak edzéseket megközelítőleg 1-2 hónapos időtartamban. Azért esett erre a sportágra a választás, mert ebben van versenyzői múltam, így itt volt lehetséges a teljes beépüléssel zajló résztvevő megfigyelés. A mintába 2 budapesti és 2 vidéki sportegyesület került bele, és olyan csoportokat választottam, amelyekben legalább 3 versenyző van, aki az adott edző irányítása alatt országos bajnoki érmet szerzett. A résztvevő megfigyelés közben félig strukturált interjúkat (n=46) vettem fel a versenyzőkkel a következő kérdésekkel:

1. Hogyan kerültek jelenlegi csoportjukba?
2. Miért a jelenlegi edzőjükkel dolgoznak?
3. Mi az edzőjük legnagyobb edzői erénye?
4. Mennyire érzik fontosnak a sportot az életükben?
5. Hogyan és mennyire motiválja őket az edző személyesen?
6. Milyen terveik, álmaik vannak a sporttal kapcsolatban?
7. Hogyan képes az edzőjük ehhez hozzásegíteni őket?
8. Mennyire gondolkodnak hosszú távon a jelenlegi csoportjuk mellett?
9. Örölnének-e, ha 5 év múlva is a jelenlegi edzőjükkel dolgozhatnának, és ha igen, miért?
10. Mennyire elégedettek a munkával és a saját eredményekkel?
11. Mennyire igénylik, hogy beleszólhassanak az edzések megtervezésébe, mennyire valósul ez meg?
12. Mennyire érzik következetesnek az edzőt az edzések végrehajt(at)ásában?
13. Milyennek érzik a csoportban uralkodó légkört?
14. Milyen szerepet tulajdonítanak ebben az edzőnek?
15. Mennyire érzik úgy, hogy számíthatnak a csapattársaikra?

A 2-es, 3-as, 7-es és 9-es kérdésre adott válaszok alapján konceptualizáltam az autenticitáskategóriákat, melynek részletes kidolgozását lásd az eredmények fejezetben található 3. táblázatban.

Az 1-es kérdésre adott válaszok alapján kategorizáltam a versenyzők edzőválsztásának módját. (Sportági tapasztalattal rendelkezve választották ki maguknak az edzőt, vagy tapasztalat nélkül kerültek hozzá és lojálisak maradtak.)

A 4-es 5-ös 6-os és 10-es kérdésre adott válaszokból kiindulva határoztam meg a magatartásbeli és érzelmi implikációkat, a következőképpen: (1) Edzőhöz köthető személyes motiváció módja és mértéke, (2) Versenyző sportág iránti elkötelezettsége, (3) Versenyző ambíciói, (4) versenyző elégedettsége

A 11-es, 12-es 13-as, 14-es és 15-ös kérdések alapján határoztam meg a közösség-konstrukcióra vonatkozó implikációkat, a következőképpen: (1) A közös munka jellemzői, (2) Szakmai hierarchia, (3) Személyes viszony.

Az implikációk elemzése során a más kérdésekre adott, de tartalmilag releváns válaszokat is figyelembe vettem.

A módszertan bizonyos további részletei az elméleti háttér függvényében érthetők maradéktalanul, ezért ezeket a megfelelő kontextusba helyezve az “Elméleti keret” fejezetben mutatom be, míg más részletei a részeredményekkel együtt értelmezhetők, így azokat az “Eredmények” fejezetben kontextusba helyezve részletesen is kifejtem..

Elméleti keret

Az autenticitás

Az autenticitás kifejezés definíciója minden tudománynak nehézséget okozott, amelyik megpróbálkozott vele. A legtöbb értelmező szótár kizárólag szinonimákat használ a leírására, mint a hitelesség, vagy az eredetiség. A Cambridge-i szótár szerint “az igazság, vagy valódiság minőségét¹” értjük alatta.

¹ Angolul: The quality of being real or true

Etimológiai eredete a görög “authento” szóhoz kapcsolható, melynek jelentése magyarra fordítva körülbelül a “teljes hatalmat gyakorolni”² (Trilling, 2009). Jelenlegi jelentéstartalmához köthető első ismert említése a Delphoi-i Apolló templomból származik, ahol nagyjából az “önismeret”³ szinonimájaként használják. (Parke-Wormell, 1956)

Az első modern definíció Martin Heideggertől és angol fordítóitól származik, ugyanis 1927-es “Lét és idő” című munkájában az “Eigentlichkeit” kifejezést fordították “authenticity”-nek, amely magyarul nagyjából valódiságot jelent, de jelentéstartalma ennél több rétegű (eigen=saját, eigentlich=valódi, Eigentlichkeit=valódiság), legpontosabban talán “saját magunk valódiságának birtoklása” lenne a helyes fordítás, ez azonban meglehetősen nyakatekert. (Varga-Guignon, 2023)

Az autenticitás illetően módon továbbra is elsősorban szinonimákkal írható le jól, és sokkal inkább a következményein, reprezentátumain keresztül ragadható meg, mintsem egy-egy konkrét definícióval, de nagy általánosságban meghatározható úgy, mint a cselekvés, az eszme és az érzelmek szinkronitása. (Gardner et al. 2011; Varga-Guignon, 2023; Kovács et al, 2017)

Az autenticitás, mint szociológiai konstrukció

Amit eddig megpróbáltam autenticitásként leírni, az egyrészt filozófiai, másrészt pszichológiai fogalomkeretet ad, ugyanis az egyén önmagához való viszonyát, vagy az egyén jelenségekhez, közösségekhez, eszmékhez való viszonyát fejezi ki, és mint ilyen, nem tudunk belőle társadalmilag releváns következtetéseket levonni. Azonban az önazonosságnak vannak olyan faktorai, reprezentátumai, amelyek egyfajta kollektív értelmezési keretbe foglalva generálnak társadalmi cselekvéseket. (Lehman et al, 2019a)

A társadalmi szempontból vizsgálatra érdemes autenticitás-fogalom használata, jelentéstartalma kettéválik. Létezik egy ún. tényszerű autenticitás, mely valaminek a tényszerű eredetiségére vonatkozik. Például, ha birtokomban van Egon Schiele, “Szeretők” című festménye, akkor azt autenticitás-vizsgálatnak vethetem alá, és tényszerűen autentikusnak tekinthető, amennyiben tényleg az első és egyetlen Schiele által festett példány, nem pedig másolat vagy hamisítvány. (O’Connor et al, 2017)

² Angolul: To have full power

³ Angolul: Know thyself

A tulajdonított autenticitás egy sokkal nehezebben leírható fogalom, amely arra vonatkozik, hogy valamely cselekvőnek emberek egy csoportja hitelességet tulajdonít, és megbízik benne. Ebben az esetben az a kérdés, hogy ha két különböző galerista más következtetésre jut a Schiele festményemmel kapcsolatban, akkor melyikőjüknek fogom elhinni, amit mond, és miért pont neki. (Lehman et al. 2019b, O'Connor et al. 2017)

A legtágabb meghatározás szerint az autenticitás mindazon attribútumok összessége, melyek alapján a szemlélő a cselekvő őszinteségére tud következtetni. (Trilling, 2009)

Ezekből az attribútumokból állnak össze azok a közös hiedelmek amelyek egy közösséget meghatározó és összetartó hiedelemrendszernek is szükséges alkotóelemei. A hiedelmekre itt úgy tekintünk, mint kollektív szinten, tautologikus úton elfogadott, vagy igaznak tekintett összefüggésekre és állításokra. (Csányi, 2005) Az autenticitás, és annak reprezentátumai végső soron egy informális intézményrendszerbe ágyazódó komplex hiedelemrendszert hoznak létre egy közösségen belül, olyan módon, hogy bizonyos tulajdonságokat - melyek közösségenként, és cselekvésenként változhatnak - hallgatólagos megegyezés szerint az autenticitás jeleként dekódolják a közösség tagjai, és a cselekvőnek hitelességet tulajdonítanak. Ez olyan szociális konstrukciókat hoz létre, amely kijelöli azt a viszonyrendszert, amelyben az egyes szereplők egymáshoz viszonyulnak. (Csányi, 2011; O'Connor et al. 2017)

A szociális konstrukciók alkotják azokat az informális intézményi hálózatokat, melyek ugyan nincsenek megnevezve, leírva, vagy elfogadott módon szabályozva, mégis egy teljes kollektíva tekinti tautologikusan adottnak, és ezáltal láthatatlan módon szabályozza az adott közösség tagjai között kialakuló kommunikációs hálózat, a hierarchikus, szakmai, emberi, viszonyrendszer működését. (Casson et al, 2010; Bardhan, 1993; Csányi 2005)

Esetünkben ez az edzők, versenyzők, és szülők közötti viszonyra és ezen szereplők egymás közötti viszonyára is vonatkozik. (Hellstedt, 1987)

Fontos megjegyezni, hogy az egyes szemlélőkben megképződő reprezentációkról beszélünk, ami azt jelenti, hogy valójában nem állítható fel objektív kritériumrendszer, melynek egyes pontjait teljesítve egy-egy szereplőt autentikusnak nevezhetünk, szintén nem állítható fel egy autenticitást megállapító bizottmány, amely az autenticitást jól ismerő szaktekintélyek segítségével megkérdőjelezhetetlen döntést hoz arra vonatkozóan, hogy ez vagy az a személy vagy társaság vagy cselekmény autentikusnak nevezhető-e vagy sem. A legtöbb, amit egy ilyesfajta vizsgálat megtehet, hogy felméri, hogy egy-egy kérdésben relevánsnak tekinthető szemlélők sokaságának mekkora része tekint autentikusnak egy-egy szereplőt, és mindezt milyen paraméterek alapján teszi. (Berger, 1973)

Leegyszerűsítve megfogalmazható olyan módon, hogy azt mondjuk, azt vizsgáljuk meg, hogy egy-egy kérdésben releváns célpopuláció meghatározó része kinek hisz, és miért hisz neki. (O'Connor et al. 2017)

Lehman és munkatársai (2019b) a tulajdonított autenticitásnak 4 ideáltipikus kategóriáját állapították meg, a következők szerint:

1. Type authenticity
 - a. A cselekvő megjeleníti azokat az attribútumokat, amelyeket a közgondolkodás tipikusan tulajdonít neki. (Pl. Egy sörfőzdében nagydarab szakállas férfiak dolgoznak kötényben.)
2. Craft authenticity
 - a. A cselekvő a gyártási folyamat vagy módszertan tökéletesítésének ideáját jeleníti meg. A type authenticity alváltozatának tekintik, de a hangsúly nem a tipikusságon, hanem a munkafolyamaton, a módszertanon van. (Pl. Egy sörfőzdében bizonyos meghatározott (esetleg titkos) lepárlási, erjesztési, stb... eljárásokat alkalmaznak.)
3. Moral authenticity
 - a. A cselekvő valamilyen értékrend által motivált cselekvést végez, amely az adott érték megjelenítésének rendeli alá magát a folyamatot (Pl. Egy sörfőző mester a kocsmakultúra bizonyos formája iránt elkötelezett, ez értéktöbbletként és identitásként jelenik meg a gazdasági tevékenységében.)
4. Idiosyncratic authenticity
 - a. A cselekvő szakmai vagy gazdasági szempontból irracionálisan, de szakmája iránti elkötelezettségből cselekszik. (Pl. Egy sörfőző egyáltalán nem palackoz sört, nem forgalmaz viszonteladóknak, kizárólag helyben fogyasztható frissen főzött sört árul, amelyet 1 nap után megsemmisít, ha nem fogy el)

Az autenticitás kérdésének társadalmi relevanciája

Generációkutatások bizonyítják, hogy a Z-generáció döntési mechanizmusai sokkal impulzívabbak, mint az őket megelőző generációké. Annyira intenzív és információgazdag környezetben szocializálódtak, amelyben nem lehetséges az információk racionális

rendszerzése. Egyrészt mert az információk mennyisége már önmagában is komoly erőpróba elé állítja az egyszeri döntéshozót, másrészt, mert ezeknek az információknak a jelentős része reklámokon, vagy valamilyen marketingtevékenységen keresztül jut el hozzájuk, a modern marketingstratégiáknak pedig központi eleme a fogyasztó érzelmi befolyásolása. (Vukasovic - Ljubicic, 2021) Ez azt jelenti, hogy az utcán, a rádióban, a szórakozóhelyeken, a közösségi és hagyományos médiában, a nyilvánosság megannyi fórumán folyamatosan olyan információkkal találja szemben magát, ami az érzelmeinek befolyásolására törekszik, még hozzá a marketingszakembereknek, és az öntanuló mesterséges intelligenciáknak hála, napról napra, egyre inkább hatékonyan. (Abreu, 2019) A túl sok információ mentén döntést hozó ember a túl kevés információ alapján döntést hozó emberrel nagyon hasonló módon dönt. Bizonyos a tudatában már meglévő kognitív rendszerekbe bekapcsolva próbálja döntésének tárgyát elhelyezni, és megteremteti azt a kontextust, amelyben komfortosan érzi magát, és döntései egyre kevésbé mutatnak racionális és megfontolt jegyeket. (Vermeulen, 2019; Buchanan - Kock, 2001) Ezekben a helyzetekben pedig egyszerű habituális reakciókra alapozva könnyen átverhető. Jó példa erre az ELTE etológia-kutatóinak kísérlete, amelyben arra jutottak, hogy viszonylag kevés információ birtokában, a 4-5 éves gyerekek, az együttműködésre szocializált kutyák, és az egyetemi hallgatók is képesek rendszerlogikával magyarázható, de nyilvánvalóan irracionális döntéseket hozni (Topál et al. 2001)

Ezen a ponton jutunk el az autenticitáshoz, mint kiemelten jelentős habituális tulajdonsághoz. Érzelmileg befolyásolva lenni tulajdonképpen annyi, mint megvezetve lenni. Legalábbis egy olyan állapotba kerülni, amelyben nem vagyunk racionális szellemi képességeink teljes birtokában. (Gondoljunk arra, hogy utólag mennyire tűnnek racionálisnak azon döntésink, amelyeket akkor hozunk, mikor szerelmesek vagyunk.) (Fenton et al, 2011) Ez egy tudatos egyén számára hosszútávon akkor is dehonesztáló élmény, ha végeredményben hasznos, vagy előnyös döntésekhez vezet. Az autenticitás pedig olyan tulajdonság, amelyet hagyományosan a bizalommal, őszinteséggel kötünk össze. (Trilling, 2009) Ebből az következik, hogy előáll egy rókafogta csuka helyzet, amelyben az autenticitás, mint reprezentátum érzelmi, öntudatlan reakcióként kiváltja a szemlélőből azt a biztonságérzetet, hogy nem fogják érzelmi öntudatlan reakcióinál fogva manipulálni. Ezt a paradoxont tovább bonyolítja az, hogy az autenticitás reprezentátumának tartósságára jellemzően kevésbé van befolyással az, ha az elméletben autentikus cselekvő "lebukik", tehát olyan esetekben is fennmarad az autenticitás képzete, amikor látványosan "nem autentikusan" cselekszik. (Lehman et al, 2019a)

Az autentikus vezetés

Az autentikus vezetés, mint szociológiai fogalom meglehetősen alulkutatott terület, elsősorban a pszichológiai, szociálpszichológiai kutatások használják. (Gardner et al. 2011) Azonban ez nem jelenti azt, hogy a gazdaság és marketing, illetve a szervezetszociológia területén alkalmazott paradigmarendszerből ne lehetne vizsgálni. Az autentikus vezető az, aki bármely más autentikus cselekvőhöz hasonlóan bizalmat ébreszt, azonban ez esetben nem szemlélőkről vagy fogyasztókról beszélünk, hanem követőkről⁴, ők az a célcsoport, akinek gondolataiban az autenticitás megképződik. (Gardner et al. 2021)

Ugyan az autentikus vezetés szociológiai konstrukciójának nincs nagy irodalma, a pszichológiai konstrukció szociológiai kritikájának annál inkább, ugyanis ezek a kutatások - lévén pszichológiai természetűek - kizárólag a vezető, mint egyén és saját vezetői szerepe közötti szinkronicitásra koncentráltak, és ezeknek a kutatásoknak az eredményei, miután bizonyos vezetői képzésekkbe beépítésre kerültek nem feltétlenül érték el a kívánt eredményt. Elsősorban azért, mert figyelmen kívül hagyták azt a jelentős mennyiségű embert, akit többnyire nem az érint hogy a vezetőjük mennyire önazonos a szerepében, hanem sokkal inkább fontos neki az, hogy ő, mint követő miért bízhat meg benne, mint vezetőben. (Einola-Alvesson, 2021, Ford-Harding, 2011) Arra pedig a szociológiai empiria is ismer bizonyítékokat, hogy az egyes cselekvők belső autenticitás-koncepciója nem mindig egyezik meg a követők/fogyasztók/szemlélők autenticitáspercepcióival, ezáltal nem várható el, hogy az autenticitáshoz köthető társadalmi cselekvést implikáljon. (Kovács et al. 2017)

Az autenticitás szociológiai paradigmájából vizsgált vezetői autenticitás részben megoldást kínálhat ezekre az ellentmondásokra, melyekre későbbi munkáikban az autentikus vezetés elméletét kidolgozó pszichológusok is felhívták a figyelmet (Avolio-Gardner, 2021)

A politikai marketingben napjainkra konszenzussá vált, hogy a politikusokat is termékekhez hasonló marketingeszközökkel lehet népszerűsíteni és megválasztani, valószínűleg isermősen cseng a Wermer Andrástól származó mondat, miszerint “Egy politikust is úgy lehet eladni, mint egy mosóport” (Merkovity, 2008). Ez azonban nem jelenti azt, hogy az autenticitás termékekre és szolgáltatásokra vonatkozóan kidolgozott szociológiai paradigmájából kiindulva minden további nélkül vizsgálható és megérthető az autentikus vezetés. Egyrészt

⁴ Az angol nyelvű szakirodalom “leaders and followers” kifejezést használja, amelyet ez a tanulmány is alkalmaz, de itt egy alá-fölé rendeltségi viszony két oldalára gondolunk, amelynek felső részén egy vagy kevés, míg alsó részén ennél több szereplő helyezkedik el, nem feltételez tényleges fizikai, emocionális vagy virtuális követést.

mert a vezetésnek számtalan formája van, és nem minden vezetőnek áll rendelkezésére az a kommunikációs arzenál, mint a politikusoknak, másrészt mert még ha döntési mechanizmus hasonló motívumok mentén zajlik, akkor is annyira elementárisan különböző végkimenetekkel rendelkezik, hogy óhatatlanul differenciálni kell a kiinduló paradigmát. Az első szembeötlő probléma, hogy a tipikusság, ezáltal a type-authenticity kategóriája nehezen körülírható, vagy csak olyan egzakt, de semmitmondó attribútumokat tartalmaz, hogy a vezető legyen férfi, vagy “tartson rendet” (Fox-Kirk, 2017) Nem kizárható, hogy nagy mintán végzett kutatásokkal ez körvanalazható lenne, azonban jelenleg ilyenek nem állnak rendelkezésre, így ez a kutatás sem foglalkozik vele.

A vezetői szerep általános céljai és eszközei sem meghatározhatók egzakt módon, és emiatt az ettől való eltérés sem egyértelműsíthető, emiatt az “idiosyncratic authenticity” fogalmi kategóriája sem értelmezhető, ha csak nem találunk olyan vezetőket, akik egyértelműen el akarják veszíteni vezetői pozíciójukat, vagy az általuk vezetett szervezet sikertelenségére a törnek, ami viszont már az autenticitás fogalmi kategóriáját feszítené szét. Az unortodox szakmai módszerek alkalmazása önmagában nem jelent idioszinkráziát, csak ha az kifejezetten erősen ellentmond bizonyos konszenzuális szakmai logikáknak. (Einola-Alvesson, 2021) Ennek vizsgálata azonban korábbi kutatásokban nem történt meg, és olyan kiterjedt és bonyolult módszereket igényel, amire jelen kutatás keretei között nincs lehetőség.

Így a “Craft authenticity” és a “Moral authenticity” ideáltipikus kategóriákat tudjuk vizsgálni és megjeleníteni ebben a kutatásban. A “Craft authenticity” mint a metodológia, a módszertan autenticitása jelenik meg. Ez a vezetőkre is jól alkalmazható, és minden olyan vezető besorolható alá, aki vezetői pozícióját abból meríti, hogy szakemberként jelentős tudása van, lényegesen nagyobb, mint a követőinek, ezáltal azok megbízhatnak benne. Szakértelme és tudatossága révén alkalmas arra, hogy a legtöbb szituációra megfelelően reflektáljon (Lehman et al, 2019a; Kernis-Goldman, 2006). A “Moral authenticity” tartalmilag valamilyen erős belső szakmai elköteleződést és értékállítást takar. Ide azokat a vezetőket lehet besorolni, akik nem szakmájuk “csinálása” mellett elkötelezettek, és nem a módszerek és a munkafolyamat tökéletesítését tartják elsősorban szem előtt, hanem a szakma éthosza iránt, és az ahhoz tartozó erkölcsi minőséget és identitás ápolását helyezik előtérbe, és igyekeznek azt átragasztani követőikre. (O’Connor et al., 2017, Lehman et al., 2019b., Kernis-Goldman, 2006)

A Type authenticity és Craft authenticity közel áll egymáshoz és könnyen átjárható, ugyanez igaz a Moral és az Idiosyncratic authenticityre, ezért elmondható, hogy mindkét nagyobb

kategóriacsoporthból, a szakmai sztenderdekhez, és a belső etikus motivációhoz kapcsolható autenticitás-fogalomra vonatkozóan is megragadható egy-egy autenticitástípus (Kovács et al, 2017; Lehman et al, 2019b)

Ezek olyan elméleti ideáltipikus kategóriák, amelyek a gyakorlatban nem léteznek. Nem azért fontosak, hogy egy-egy vezetőt bele erőltessünk ezekbe a kategóriákba, hanem azért, mert a követők ezeket az ideáltipikus kategóriákat keresik egy-egy vezetőben, és akkor érzik komfortosan magukat az alá-fölérendeltségi viszonyban, ha ezt megvalósulni látják. (Lehman et al, 2019a; Gardner et al, 2011; Einola-Alvesson, 2021; Ford-Harding, 2011; Mageau-Vallerand, 2003)

Az, hogy az autentikus vezetés elmélete joggal kritizálható szociológiai szempontból, nem jelenti azt, hogy érdemes teljesen figyelmen kívül hagyni. Ugyanis ha annak alapvető paradigmarendszere és a szociológiai autenticitásfogalom között összefüggést, kapcsolatot lehet teremteni, akkor a komplett témáról való ismeretanyag mennyisége és komplexitása növekszik.

Az autentikus vezetés elmélete nem ideáltipikus kategóriákat határoz meg, hanem dimenziókat Kernis és Goldman (2006) nyomán, amelyet a témában született legtöbb szakirodalom azóta is alkalmaz (Gardner et al. 2011) Ez a konstrukció - mint azt már említettem - a vezető mint egyén önazonosságára vonatkozik, és a saját szerepével történő szinkronicitásra, azonban egy gondolat kísérlet erejéig érdemes lehet ugyanezeket a dimenziókat nem a vezetőre önmagára, hanem az adott szakmára vagy szakmai közegre vonatkoztatva vizsgálni, melyen keresztül már megteremthető a szociológiai autenticitásfogalommal való szinkronicitás. Az alábbi felsorolásban a-val jelöltem a Kernis-Goldman (2006) féle értelmezést, és b-vel az ugyanezen dimenziókra vonatkozóan általam javasolt szociológiai értelmezést.

1. Tudatosság

- a. Saját gondolatok, érzések, motívumok és értékek ismerete, megvallása és az azokba vetett bizalom
- b. Szakmai közeg és módszerek, munkafolyamatok és eredmények ismerete és az azokba vetett bizalom

2. Reflektív feldolgozás

- a. Objektivitás a saját pozitív és negatív jellemzőkkel kapcsolatban és ezekre történő reflexió

- b. Objektivitás az adott szituáció, megoldandó helyzet pozitívumaival és negatívumaival kapcsolatban, ezekre történő reflexió.
- 3. Értékközpontú magatartás (vö. Értékracionális cselekvés, in: Weber, 1949)
 - a. Valódi értékek és szükségletek alapján történő cselekvés, ahelyett, hogy pusztán azért cselekednénk, hogy mások kedvében járjunk, jutalmakat szerezzünk, vagy elkerüljük a büntetést
 - b. Szakmai értékek és szakmai éthosz mentén történő cselekvés, szakmai értékek képviselése a közvetlen személyes előnyszerzés helyett
- 4. Kapcsolati orientáció
 - a. Őszinteségre és a nyitottságra törekvés és ezek megbecsülése az emberi kapcsolatokban
 - b. Őszinteségre és nyitottságra törekvés a követőkkel szemben és ezek megbecsülése a szakmai kapcsolatokban.

Autentikus vezetés a sportban

A vezetés egy rendkívül letisztult formája a sportedzők pozíciója. Vezetőként a felelősségük óriási, nem csak a versenyzők eredményei, hanem a versenyzők egészsége is az ő kezükben van. A várható beneficiumok azonban közel sem akkorák mint egy magas szintű cégvezető vagy politikai vezető esetében. (Mageau-Vallerand, 2003; Bandura-Kavussanu, 2018)

Bandura és Kavussanu (2018) a Kernis és Goldman (2006) féle autenticitásdimenziókon nyugvó Walumbwa és munkatársai (2008) által kidolgozott autenticitásparadigma mentén vizsgálja az edzői autenticitás hatását a versenyzők (1)elköteleződésére, (2)bizalmára, (3)autonómiájára, (4)a sport élvezetére⁵. Nagy mintán végzett kvantitatív kutatásukban kimutatták, hogy az edző autenticitása a versenyző bizalmára vonatkozóan bír elsősorban magyarázó erővel, de a másik három tényezőre is kimutatható hatással van, viszont a bizalom az autonómia és a sport élvezete legalább annyira függ önmagában a versenyző elkötelezettségétől, mint az edző autenticitásától. A kutatás hiányossága, egyrészt, hogy a pszichológiai autenticitáskonstrukcióval dolgozik, és az edző belső autenticitását tekinti független változónak, és ezügyben nem veszi figyelembe a versenyzők percepcióját, másrészt hogy a hatások tényét ugyan megállapítja, de a módját nem tudja kimutatni.

⁵ Eredetileg: enjoyment

A fejezet korábbi alfejezetében igyekeztem megrajzolni az autentikus vezetés két kategóriáját Lehman és munkatársai (2019b; O'Connor et al, 2017) által kidolgozott kategóriák alapján.

A "Craft authentic" edző ez alapján egy olyan szakemberként írható le, aki jól ismeri a sport és az edzésmódszertan elméletét és tapasztalt a gyakorlati megvalósításában. A belévethető bizalom alapja a szakértelme, és az abban való hit, hogy a módszereit és a munkafolyamatot nem csak ismeri, de lehetőségei szerint tökéletesíti. (Lehman et al. 2019a, O'Connor et al. 2017, Carroll et al. 2019b)

A "Moral authentic" edző a versenysport és az edzői szakma éthosza iránt elkötelezett. Tudja, hogy versenyzőnek lenni erény identitás és felelősség, esetében gyakran megjelenik a klub iránti elkötelezettség is, mint érzelmi és morális faktor. Ezt az elköteleződést és lelkesedést igyekszik átadni a versenyzőknek. (Lehman et al. 2019b; Mageau-Vallerand 2003; Bandura-Kavussanu, 2018)

A mi esetünkben fontos kérdés, hogy az autenticitás egyes megjelenési formái milyen magatartást implikálnak a követők részéről. A gazdasági térben a "Craft authenticity" az online értékelésekre van elsősorban hatással, míg a "Moral authenticity" a fogyasztók fizetési hajlandóságára" (Carroll et al, 2019). Ez nem fordítható le ugyan egy az egyben a sport körülményeire, de feltételezhetjük, hogy az online értékelések analógiába hozhatók a széleskörű szakmai elismertséggel, vagyis a versenyzők általánosságban véve jó edzőnek tartják, ezért ha versenyzői múlttal a hátuk mögött választanak új edzőt maguknak, akkor nagy valószínűséggel esik ilyen edzőre a választásuk. A fizetési hajlandósággal leginkább a versenyző lojalitása állítható párhuzamba, ugyanis nem tud mással fizetni mint az éveivel, az idejével, az energiájával, tehát a hűségével. Ez máris korrelál Mageau és Vallerand (2003) szociálszichológiai kísérletével amiben arra jutottak, hogy azok az edzők, akik szakmailag elismertek, de nem erős bennük a "harmonikus szenvedély" olyan versenyzőkkel tudnak jól együtt dolgozni, akik erős belső motivációval rendelkeznek, míg az erős szakmai szenvedéllyel rendelkező edzők képesek hosszútávon önmeghatározóvá tenni a versenyzőkben a tőlük, kívülről érkező motivációt. (Mageau-Vallerand, 2003; Bekiari-Syrmpan, 2015; Vallerand et al. 2008)

Kutatási kérdések

1. Milyen paraméterek mentén kategorizálható az edzői autenciás?

2. Milyen magatartásmintákat implikálnak az egyes edzői autenticitáskategóriák a versenyzők részéről?
3. Az edzői autenticitás tekintetében felismerhető-e összefüggés az autentikus vezetés pszichológiai konstrukciója és a szociológiai autenticitáskonstrukció között?

Eredmények

Alapvetések

Az interjúk során központi elem volt az a kérdés, hogy a versenyző milyen okokat tud felsorolni, amiért a jelenlegi edzőjével dolgozik. Erre direkte is rákérdeztem és a többi kérdésre adott válaszból is sok esetben kiviláglanak a sportolók ilyen irányú motivációi.

Az interjúkban felmerülő válaszok kifejezetten sokfélék voltak, többen beszéltek személyes élményekről, általános bizalomról vagy arról, hogy miért érzik személyesen értékesnek magukat az adott edző csoportjában. Sokan hivatkoztak arra, hogy milyen eredményeket ért el korábban az adott edző, és ennek alapján milyen eredményeket várhatnak tőle a jövőben. Ezekkel a magyarázatokkal az edzői autenticitás reprezentátumait vizsgáló összehasonlító elemzésben korábban már foglalkoztam.

Ha kategóriákra vagy dimenziókra akarjuk bontani az edzői autenticitást, akkor a válaszok alapvetően a következő két csoportba sorolhatók be, a következő szempontok szerint:

1. Az edző szakmai hozzáértése.
 - Ide tartozik minden olyan indok, ami az edző szaktudását minősíti, és objektívnek tekinthető szempontok alapján határozza azt meg, ezek közé tartozik:
 - A technika ismerete: *“Nagyon sokat beszélt a technikáról, sokkal jobban megértettem, például, hogy kell a lábamat használni kajakozáshoz, ez nagyon szimpatikus volt”*
 - Edzésmódszertannal kapcsolatos ismeretek: *“Megtanultam, hogy az állóképességi edzés mennyire fontos”*

- A sporttal kapcsolatos általános felkészültség: *“Van annyi tudása, amivel még tudok fejlődni, és van annyi tapasztalata is, amit nekünk át tud adni.”*
- A felkészülés kidolgozottsága és precizitása: *“Itt nagyon részletesen kidolgozott felkészülés van, tudja, hogy mi kell ahhoz, hogy eredményes legyél. Ez a közösség beléd neveli a profizmust.”*

2. Az edző elkötelezett a szakmája és a versenyzői mellett.

- Ide azok az indokok taroznak, amelyekben a versenyző az edző hivatástudatára utal, és arra a szubjektív megélésre, hogy a versenyző egy sport iránti szenvedélyt, lelkesedést lát benne, amelyet így ő maga is átvesz. Ezek az indokok a következőkre utalnak:

- Az edző motiváló készsége: *“Amikor először mentem edzeni, épp tavaszi hóesés volt, és megkérdeztem, hogy így is kimennek-e edzeni, erre értetlenkedve nézett rám, hogy: természetesen, nem is értem, ezt miért kérdőjelezed meg.”*
- Az edző áldozatossága: *“Ő velünk együtt evez, akár több csoporttal is egy nap. Szerintem ilyet kevesen csinálnak, ez nagyon motiváló”*
- Az edző személyes szakmai szenvedélye: *“ Mikor mi reggel 6-kor letámolygunk edzésre, ő már ezerrel pörög a kondiban, és próbál minket is tüzelni, hogy csinálni kell”*
- A sport, mint érték és identitás: *Azt mondta az elején, hogy nagyon fogjuk utálni, de ha ezt végigcsináljuk, akkor nyugodtan és büszkén várhatjuk a versenyszezont. Ez így is lett és, nekem azóta is ad egy löketet az, hogy én azok közé tartozom, akik ezekre képesek.”*

Az egyes kérdésekre adott válaszok többféle paramétert is tartalmaztak, minden esetben azt vettem alapul amelyik hangsúlyosabb volt, amennyiben ez nem volt megállapítható akkor azt amelyiket a válaszadó először említett, mindezt csak akkor ha a válaszban szereplő paraméterek azonos autenticitás-kategóriához tartoztak, amennyiben ez sem állt fenn a választ az “egyéb kategóriába soroltam.

Azokat a válaszadókat tudtam egyértelműen besorolni valamely kategóriába, akik a 4 kérdésből legalább háromra egyazon autenticitáskategóriába eső válaszokat adtak. az hogy ez válaszaadók jelentős hányadánál megvalósult, azt jelzi, hogy jellemző egy adott autenticitás-kategória követése, vagy keresése. Ennek az eredményeit a kódolás kategóriáival együtt a 3. táblázatban foglaltam össze.

3. táblázat

Kérdés	Autenticitás-típus	Válasz-kategória	Válaszok száma
Miért a jelenlegi edződdel dolgozol?	Szakember típus	Technikai tudás	4
		Edzésmódszertani ismeretek	6
		Sportág ismerete	5
		Precíz munka	4
		Összesen	19
	Elhivatott típus	Személyesen motivál	6
		Az edző áldozatos munkája	5
		Sportág szeretete (az edző részéről)	5
		Itt edzeni identitás	5
		Összesen	20
		Egyéb	3
		Nem tudja/Nem válaszol	4
Mi az edződ legnagyobb edzői erénye?	Szakember típus	Technikai tudás	6
		Edzésmódszertani ismeretek	7
		Sportág ismerete	3
		Precíz munka	5
		Összesen	21
	Elhivatott típus	Motiváló készség	6
		Áldozatos munka	4
		Sportág szeretete (az edző részéről)	4
		Jó közösséget/légkört teremt	6
		Összesen	21
		Egyéb	2
		Nem tudja/Nem válaszol	2
Szerinted hogyan képes az edződ hozzásegíteni, hogy elérj a szakmai	Szakember típus	Technikai felkészítéssel	5
		Jó edzésmódszertannal	4
		A sportág/közeg ismerete révén	6
		Precizitással	3

céljaidat?		Összesen	19
	Elhivatott típus	Személyesen motivál	6
		Sokat foglalkozik velem	5
		Sport iránti szenvedélyt táplál/ébreszt	5
		Jó közösséget/léggört tart fenn	5
		Összesen	21
		Egyéb	3
		Nem tudja/Nem válaszol	3
Örülne-e neki, ha a következő 5 évben is a jelenlegi edződdel dolgozhatnál? Ha igen, miért?	Szakember típus	Technikailag jól felkészítene	6
		Professzionális edzésmódszerek	6
		Jól tájékozódik a sportágban	2
		Jól tervezett, precíz felkészülés miatt.	4
		Összesen	18
	Elhivatott típus	Személyesen motivál	6
		Áldozatosan dolgozik	3
		Sport iránti szenvedélyt táplál/ébreszt	4
		Jó közösséget/léggört tart fenn	6
		Összesen	19
		Egyéb	1
		Nem tudja/Nem válaszol/Nem örülne	8

A 46

válaszadóból 18 esetben a szakértelem 19 esetben az elhivatottság jelent meg hangsúlyosan, 5 esetben egyformán hangsúlyos volt a két jellemző válasz, míg 4 esetben egyik sem volt hangsúlyos. A továbbiakban az egyik kategóriába egyértelműen besorolható 37 interjú jelenti az elemzés alapját. Ennek a 37 versenyzőnek a megoszlását a 4 edző között, az 1-es táblázat szemlélteti.

1. táblázat:

Edző "neve"	Szakember típusú indokok	Elhivatottság típusú indokok	Összesen
B	9	0	9

V	8	2	10
M	3	7	10
T	1	6	7

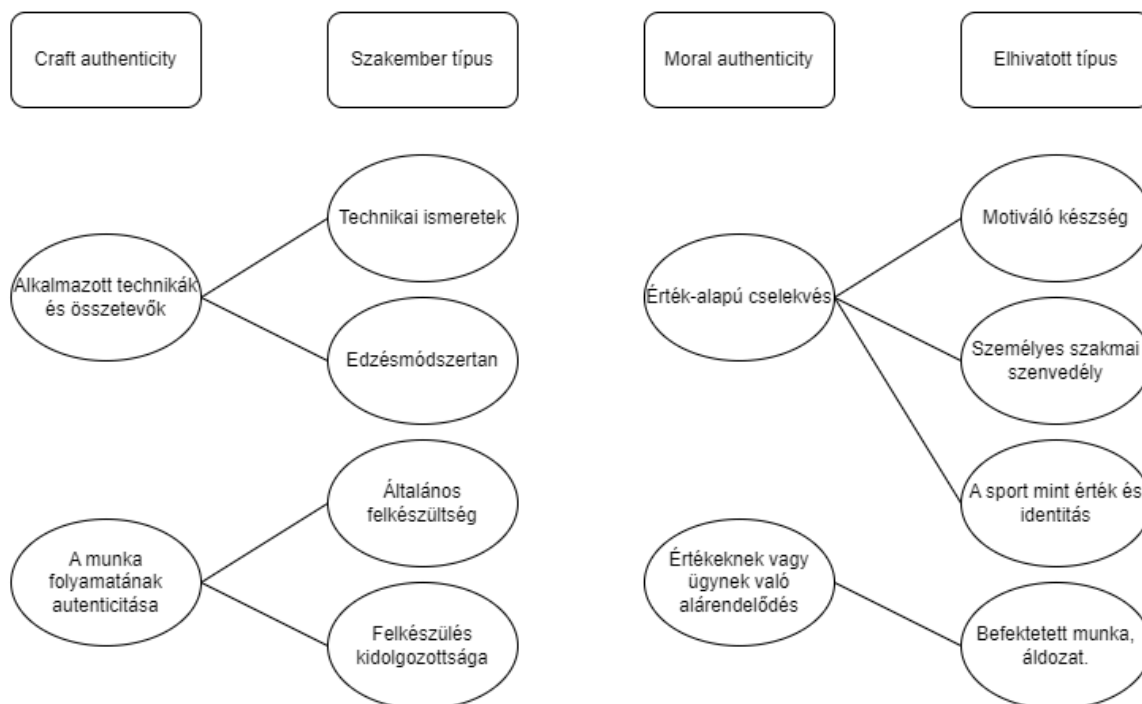
Ez azt mutatja, hogy a versenyzők szubjektív értékelése az edzőjük autenticitásával kapcsolatban meglehetősen egységes, tehát kimondható, hogy az adott edző reprezentációja a versenyzői képzetében egységes autenticitáskategóriákba esik, vagyis az egyes szereplők autenticitásának, illetve annak típusának a hatásai jelen kutatás keretei között vizsgálhatók az egyes versenyzői csoportokra, nem csak az egyes edző-versenyző kapcsolatokra vonatkozóan is.

Ez a két kategória egybevágnak a hipotézisben megfogalmazott lehetőségekkel. Ezek ismeretében két ideáltípusú edzőkép rajzolható fel, az egyik a “szakember-típus”, míg a másik az “elhivatott-típus”. Ezek az ideáltípusok egybevágnak a Carroll és mtsai. által felállított kategóriák közül 2 kategóriával, a “Craft authenticity” néven ismert kategóriába tartoznak azok az autentikus cselekvők, amelyek autenticitása a munkafolyamat, az alkalmazott módszertan, és/vagy a felhasznált anyagok és eszközök megbízhatóságában gyökerezik, és a magyar nyelvben leginkább a “hideg profi mentalitás” kifejezéssel írható körbe. Ez az autenticitás-típus a szakember-típusú edzővel hozható összefüggésbe. A “Moral authenticity” kifejezés egy személyes értékválasztáson, és az annak való elköteleződésen alapuló cselekvést feltételez, és a felvállalt értékeknek, nemes ügyeknek való személyes alárendelődést. ez az “elhivatott-típusú” autentikus edző karakterével hozható összefüggésbe. (ld. 1-es ábra)

Okvetlen különbségnek tekinthető a két kategória között, hogy míg a szakember-típusok esetében a versenyzők az edző szakmai tudását objektíven megállapítható tulajdonságnak értékelik, tehát olyasvalaminek, amivel az edző a kettőjük viszonyától függetlenül rendelkezik. *“Ismertük őt a válogatott táborokból, viszonylag keveset beszéltem vele, de láttuk rajta, hogy egy nagyon profi edző, aki nagyon ért ehhez a sporthoz”*

Addig az elkötelezett-típusokat a versenyzők inkább úgy írják le, mint aki számukra személyesen megfelelő és szubjektíve azonosulható karakter. Ez azt jelenti, hogy felismerik az edző által képviselt értékeket, és saját döntésükből kifolyólag vállalnak vele értékközösséget. *“Tudja, hogy milyen versenyző vagyok és tudja, hogy mire van szükségem”*

1. Ábra: Az edzői ideáltípusok és az egyes autenticitáskategóriák kapcsolata, azok kritériumai alapján



Elsődleges implikációk a versenyző magatartására vonatkozóan

Feltűnő, hogy azok a versenyzők, akik a saját edzőjüket szakember típusként írják le többnyire egy több éves pályafutás után döntöttek edzőváltás mellett, vagy kényszerültek edzőváltásra, és így döntöttek jelenlegi edzőjük mellett. Amikor megindokolták az edzőválasztásukat, akkor egy olyan szituációban hozott döntést indokoltak, amelyet egy viszonylag széles kínálati piacról válogatva bizonyos szakmai ismeretek és tájékozottság birtokában hoztak. *“Én akkor tudtam, hogy eljövök a ... egyesületből, és tudtam, hogy itt nagyon kemény az állóképességi munka, amitől kicsit tartottam, de azzal is tisztában voltam, hogy ez az, amiben hiányosságaim vannak, és belevágtam.”*

Azoka a sportolók, akik az elkötelezett típushoz tartozó attribútumokkal ruházzák fel edzőjüket, jellemzően sportági karrierjük kezdete óta (esetleg klubon belüli “csoporthatadást” követően viszonylag kis koruk óta) ugyanazzal az edzővel készülnek. Ilyetén módon alapvetően nem egy egyszeri döntést, hanem egy permanens lojalitást indokolnak. *“Igazából én kiskorom óta vagyok itt. Szerintem még egy ideig maradok is, biztos vagyok benne, hogy T. fel tudna készíteni, akár egy olimpiára is.”*

Ha külön kategóriákba rendezzük azokat a válaszadókat, akik az edző szakmai hozzáértésére, és külön kategóriába, akik az elkötelezettségére hivatkoztak, a további kérdésekre adott válaszokban is találhatók különbségek.

A közös munka folyamata

A szakember típusú edzővel dolgozó versenyzők nagy számban nevezték meg az edző erényeként, hogy a váratlan helyzetekre is képes reagálni, és egy olyan rugalmassággal bír amely lehetővé teszi számára, hogy a véletlenre, az adott szituációra reagálva mindig optimális döntést hozzon. Ez látszólagos ellentmondásban áll a precíz tervezés erényével, azonban ez feloldható abban a vélelemben, hogy a tervtől való eltérés is gondosan megtervezett, és az edző szakmai tudásának megfelelően történik. *“Van mindig egy alap edzéstervünk, de sokszor van, hogy kicsit mást csinálunk, vagy megcserélünk dolgokat. Volt, hogy mondta, hogy kevesen vagyunk ma, ezért holnap csinálunk keményet, amikor mindenki itt lesz, vagy hogy látta rajtunk, hogy nagyon meg vagyunk rogyva, akkor könnyítettünk”* Ezt a tulajdonságot nevezzük a továbbiakban reflektív rugalmasságnak.

Ha azokat az interjúkat vizsgáljuk, amelyek elhivatott típusú edzők tanítványaival készültek, jellemzően említik, hogy az edzővel való közös munka kiszámítható. Az együttműködés szabályai világosak, és az áthágásért járó szankciók, a betartásért vagy elősegítésért járó beneficiumok mindig azonosak, ami miatt a versenyző biztosan tud vele kalkulálni. Ezt jól szemlélteti egy terepnapló részlet: *“Ma 16.00-ra volt meghirdetve a vízreszállás, de én elkéstem pár percet, köszöntem is nekik, meg mondtam, hogy igyekszem, de mikor átöltöztem már nem volt ott senki. Próbáltam utánuk menni, és utol is értem őket egy bő 10 perc alatt, de nagyon belefáradtam, ezután beállhattam az edzésbe, de mikor visszafelé eveztiünk a stéghez, odahívott T. és mondta, hogy nem akart kivételt tenni, mert ezt mindig így szokták csinálni, ha valaki annyit késik, hogy utol tudja érni őket, az beállhat, ha nem, akkor nem. Utána még hozzátette: És ma te mosod fel az öltözőt edzés után, ezt is mindig így szoktuk.”* Ugyanennek az edzőnek volt olyan versenyzője, aki ezt meg is fogalmazta az interjúban, arra kérdésre vonatkozóan, amely azt firtatta, hogy mennyire fordul elő, hogy a kiadott edzést “ellógják”, vagy esetleg az edzőt rábeszélnek valami másra: *“Nem nagyon van ilyen, szerintem például jobb lenne többet technikázni, de elfogadom amit T. mond, meg szerintem még jó is, hogy mindig tudod, hogy akármilyen van, meg kell csinálni, akkor is, ha nem tetszik. Szóval nem nagyon fogadja el, hogy mondjuk fáradt vagy, vagy ilyesmi, úgyhogy ha nagyon ki vagyok fűgva, akkor nem is jövök inkább.”*

Szakmai hierarchia

Az edző és a versenyző szakmai és emberi viszonya között mindenképpen különbséget kell tenni, nem csak a tartalmi diferencia okán, hanem azért is, mert teljesen más hierarchikus konstrukciókat rendeznek be az egyes autenticitáskategóriákba eső edzők.

A szakember típusok tanítványai sok esetben ugyanis sokkal nagyobb autonómiát élveznek a szakmai munka során, és az edző ebben partnernek is tekinti őket az eredmények függvényében. Azonban az edzővel való személyes viszonyban fennmarad az egyértelmű alá-fölérendeltségi viszony. Ez azt jelenti, hogy ők sokkal nagyobb eséllyel kerülnek bevonásra a saját edzéstervük megalkotásba, illetve ezen túlmenően a napi munka során is figyelembe vannak véve a versenyzők igényei, és aktuális állapota.

“Van olyan, hogy azt mondom neki, hogy nagyon fáradtnak érzem magam és kevesebbet vagy mást edzenék, de a múltkor például éreztem, hogy nagyon visszaesett a robbanékonyságom, és akkor mondtam neki, hogy nem mennék el hosszút evezni, hanem inkább sprintelgetek fékkel⁶, és akkor megbeszéltük, hogy én miért gondolom, hogy ez jó lesz, és akkor végül azt mondta, hogy legyen ez.”

Ez a fajta partnerség és autonómia azonban nem általános és nem is állandó, hanem a versenyzők eredményességének függvényében változik. A sikeresebb versenyzők több lehetőséget kapnak saját felkészülésük alakítására, míg a kevésbé sikeresek kevesebbet.

“Az eredményesebb versenyzőkkel jobban megbeszéli az edzéseket, és vevő is a véleményükre.”

“A legjobbak sokkal több figyelmet kapnak, van 4-5 kiemelt ember, és ők beleszólnak hogy mi legyen az edzés, én nem tartozom ebbe, legfeljebb sérüléssel tudok szólni, de ha meg vagyok fáradva, az nem annyira számít. [...]Aki meg még gyengébb, azt még ennyire sem veszi komolyan”

Ez szintén ellentmondást szülhet a precíz tervezéshez képest, amelyet ismét az edző szakértelmébe vetett bizalom képes felodani, vagy is az a magyarázat, hogy amennyire jól ismeri az edzéselméletet annyira jól ismeri az elmélet korlátait is, és azokról a versenyzőkről, akik korábban bizonyították neki elkötelezettségüket és rátermettségüket a versenypályán, nagyobb bizalmat kapnak, és beleszólást a programjuk alakításába.

⁶ Fékes edzés: A versenyzők ilyenkor egy kötélre felhúznak valamilyen tárgyat, jellemzően teniszlabdákat, esetleg valamilyen műanyag flakont, ez maga a fék. Ezután a kötél két végét összekötik, és az így keletkező gyűrűt a fékkel lefelé felhúzzák a hajó orrára, ami jelentősen megnöveli a közegellenállást, és nehezíti a haladást. Robbanékonyság, funkcionális erő, és gyorsasági állóképesség fejlesztésére használják.

“Azért ezt ki kellett érdemelni. Nyilván azért engedi, mert rólunk elhiszi, hogy komolyan gondoljuk, és nem lustaságból”

A fentiek alapján megállapítható, hogy a hierarchia rugalmas és a szintjeinek száma bármennyi lehet és dinamikusan változhat.

Az elhivatott típusok tanítványai arról számolnak be, hogy felkészülésük során nincs beleszólásuk abba, hogy mit vagy hogyan edzenek. Az edző nem kéri ki a véleményüket, és ha maguktól mondják, akkor is ignorálja. Tehát az edző a csoport felett abszolút autoritást gyakorol.

“Nem igazán volt soha olyan, hogy az felmerült volna, hogy mi mit akarunk, de nem is nagyon jutott eszébe senkinek, hogy meg akarja mondani. Talán egyszer-egyszer volt, hogy valaki próbálkozott, de süket fülekre talált, hogy úgy mondjam.”

Ez logikusan következik a következetesség koncepciójából, és az is logikusan következik ebből az egyértelmű autoritásból, hogy szakmai szempontból az egyes versenyzők között nincs kézzelfogható hierarchikus különbség, ők teljesen egyenlőnek tekinthetők, egyaránt alárendelve az edző autoritásának.

“Alapvetően ebbe nincs beleszólásom sem nekem (a válaszadó a csoport egyik legerősebb versenyzője, európa bajnoki 2. helyezett.) sem másnak. [...] Amikor edzés van, akkor nem számít, hogy ki vagy, vagy milyen eredményeid vannak, ugyanaz a feladat mindenkinek, itt mindenki egyenlő szerintem”

Az elhivatott típusú edzők csoportjaiban tehát a hierarchia kétszintű, és merev. Az edző van a felső szinten, az alatta lévő szinten helyezkednek el a versenyzők, akik egymáshoz képest nem kerülnek alárendeltségi viszonyba.

Személyes viszony

Az edzők a versenyzőkkel természetesen nem kizárólag sportszakmai kapcsolatban állnak, van közöttük egy természetes emberi viszony is, amelyben szintén egyértelmű különbségek mutatkoztak.

Az elhivatott edzőknél jellemző hogy autoritásukat edzői szerepükben gyakorolják, abból kilépve barátságos, közvetlen hangot ütnek meg a versenyzőkkel. Ez lehet egy közvetlen, az adott szituációra vonatkozó baráti jellegű kapcsolat, amelyben egyenrangú felek kommunikálnak, vagy működnek együtt egymással.

“Jóban vagyunk, lehet vele poénkodni is meg minden, nem veszi magára, ha valaki ugratja. Ha edzés van, akkor nyilván komolyság van, de azon kívül teljesen baráti”

De lehet egy gondoskodó viszony, ahol az edző szerepe ugyanúgy fölérendelt, de a viszony közeli és bensőséges. Ebben az esetben az edző felelősséget demonstrál, nem csak a versenyző eredményeiért, hanem az általánosságban vett életvezetéséért is. *“Nagyon figyel ránk, és kb bármivel lehet neki szólni. Mindenkivel szokott egyenként is beszélni, hogy hogy vagyunk, múltkor pl. beszélt az xy osztályfőnökével, mert neki voltak gondjai az iskolával.”*

Tekintettel arra, hogy a viszony jellege a szituáció függvényében változhat ezt a tulajdonságot szituatív rugalmasságnak neveztem. Ez a fajta rugalmasság is ellentmondásban állhat a következetesség ideájával, azonban ha az edző elkötelezett a versenyzői mellett és az egyes szituációkban következetesen megtartja az adott szituációra jellemző kapcsolati és kommunikációs formát, akkor ezt az ellentmondást személyében és autenticitásában feloldja. Lévéen, hogy a sport éthoszába vetett hit vagy a csoport, mint közösség iránti elköteleződés mindkét viselkedést magyarázhatja.

A szakemberek viszonya a tanítványaikkal többnyire távolságtartó, ők nem barátok, hanem az eredmény érdekében lépnek egymással szövetségre. Ebben a konstrukcióban az edző kizárólag az eredményekért és a szakmai munkáért vállal felelősséget, nem a versenyző mindennapi életvezetéséért.

“B.-vel nincs ez meg (A versenyző korábbi edzőjével való baráti viszony), de egyáltalán nem bánom. Mindig tart két lépés távolságot, szerintem ez kell az eredményhez, mert ha túl közel állnánk hozzá, akkor lehet, hogy engedékenyebb lenne, akkor meg nem dolgoznánk úgy”

Látszik, hogy egyfelől a versenyzőnek igénye sincs közvetlenebb viszonyra, másfelől az, hogy, az ilyen távolságtartó edző, az edzőmunkát illetően végső soron engedékenyebb, mint a baráti viszonyt ápoló elhivatott típusú edzők. De ez az engedékenység meritokrácián alapul, nem pedig személyes kapcsolatokon, így nem veti vissza a munkamorált, vagy a teljesítményt.

Az egyes edző típusok közötti különbségeket az 2. táblázat foglalja össze.

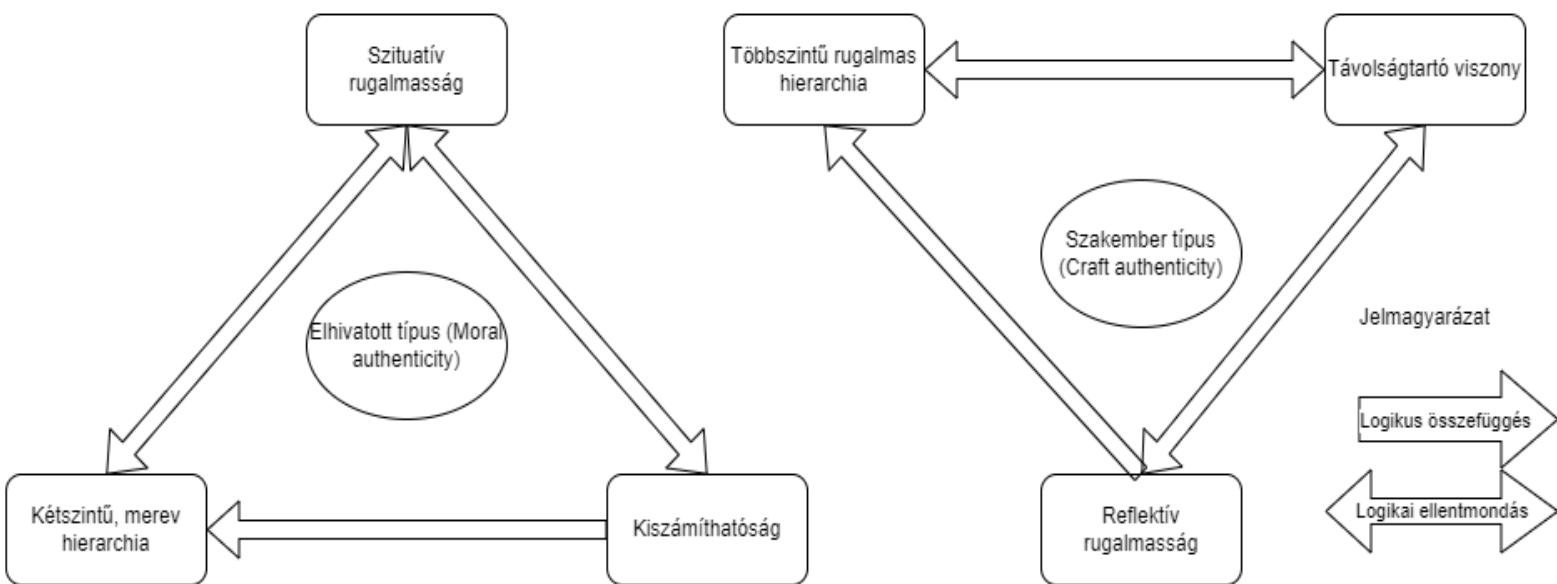
2. táblázat

	<i>Szakember típus</i>	<i>Elhivatott típus</i>
<i>Elsődleges implikációk</i>	<i>Szakmai vonzalom</i>	<i>Lojalitás</i>
<i>A közös munka jellemzői</i>	<i>Reflektív rugalmasság</i>	<i>Kiszámíthatóság</i>
<i>Szakmai hierarchia</i>	<i>Többszintű, rugalmas</i>	<i>Kétszintű, merev</i>

<i>Személyes viszony</i>	<i>Távolságtartó</i>	<i>Közeli, szituatív rugalmasság</i>
--------------------------	----------------------	--

Az autenticitás egyik legfontosabb következménye, hogy önmagában ellentmondásokat képes feloldani, ezekben az esetekben is számtalan olyan ellentmondást fedezünk fel, ami az edzői munka során tartósan fennáll, de mégsem okoz meghasonulást sem a versenyzők, sem az edzők részéről. Ezeket részletesen kifejtettem a korábbiakban, és a 2. ábrán szemléltetem.

2. ábra. Ellentmondások az edzői autenticitással kapcsolatban



Következtetések

A pszichológiai autentikus vezetés elmélet által megfogalmazott dimenziórendszer (Gardner et al, 2011, Kernis-Goldman, 2006, Walumbwa et al, 2008) az általam a jelen tanulmány 11. oldalán javasolt gondolat kísérlet mentén szociologizálva logikai összefüggés teremthető a szociológiai autenticitáskategóriákkal. A következő fogalmi rendszerek segítségével:

1. Craft authenticity (Szakember típus)

- a. Tudatosság és precíz munka: A precíz edzéstervezés és végrehajtás erős szakmai tudatosságot feltételez. A pszichológiai típusú tudatosság objektivitást feltételez a saját képességekkel és körülményekkel kapcsolatban. Ennek reprezentátuma lehet a precíz munka, hiszen egy tudatosan megtervezett és felépített amely működésében is funkcionál pontosan ilyen típusú tudatosságra utal.
 - b. Reflektív feldolgozás és reflektív rugalmasság: Az aktuálisan felmerülő helyzeteket tapasztalatként szakmai ismereteibe az edző beépíti, és ezeket a szituációkat a körülményeknek megfelelően célorientáltan igyekszik kezelni. A reflektív rugalmasságot mint a reflektív feldolgozás reprezentátuma értelmezhetjük, ha feltételezzük hogy az edző vagy vezető szakértelménél fogva képes megfelelően reagálni a felmerülő váratlan vagy problémás szituációkra. Tartalmilag összefügg a tudatossággal/precíz munkával, de nem azonosítható vele.
2. Moral authenticity (Elhivatott típus)
- a. Értékközpontú magatartás és következetesség: A sport, és annak minden magánéleti és társas életet érintő konnotációja és implikációja értékként jelenik meg, amelyet az edző következetesen képvisel. Értékek megjelenítése és azoknak való alárendelődés reprezentátuma ezen értékek konzekvens képviselte, és az adott értékekkel szemben tanúsított tisztelet konzekvens megkövetelése.
 - b. Kapcsolati orientáció -és szituatív rugalmasság: Az edző csoportjára közösségként tekint, ezért azoknak tagjaival igyekszik jó kapcsolatot fenntartani, ezeket a kapcsolatokat ápolja is. Tartalmilag összefügg az értékközpontú magatartással, amely az értékek mentén szerveződő közösségek belső kötelekeit erősíti.

Ezen következtetések, pusztán egy gondolat kísérlet keretében összefoglalt logikus lépések, amelyek ennek a kutatásnak és a pszichológiai autenticitáskutatások eredményeiből indulnak ki. A bizonyítás későbbi kutatások feladata lesz.

A kutatás korlátai és további kutatási irányok

A kicsi és nem reprezentatív minta miatt az eredmények nem általánosíthatóak, az eredmények ellenőrzése érdekében érdemes nagyobb mintán végezhető kvantitatív kutatást tervezni.

A minta kiválasztása továbbá nagyon specifikus volt, ezért az eredmények jelenleg kizárólag egy adott sportágra, és egy adott generációra vonatkozóan tekinthetők érvényesnek.

A pszichológiai autenticitás-konceptióval való összefüggésekre csak logikus következtetéseket tudunk tenni, de mindezek nem bizonyítottak tapasztalati úton. Ez azt jelenti, hogy a jelen kutatás által megfogalmazott következtetések alapján megfogalmazhatók az összefüggésre vonatkozó hipotézisek, és megtervezhető egy ezt igazoló kutatás, ennek eredményeinek segítségével olyan interdiszciplináris elmélet dolgozható ki, amelynek segítségével széles körben válik értelmezhetővé és vizsgálhatóvá az autentikus vezetés fogalma. A Kernis-Goldman (2006) féle dimenziókat alkalmazó empirikus kutatások eredményeinek a szociológiai autenticitásparadigma mentén történő újraértelmezése, illetve értelmezhetőségének vizsgálata a következő jelentős lépés lehet a két tudományterület közötti kontinuitás megteremtéséhez.

A hatalomhoz és a hierarchiához való viszony jelentősen meghatározott kulturálisan, (To et al, 2020; Tear et al, 2020) így érdemes az eredményeit nemzetközi mintán vizsgálva ellenőrizni, és megkeresni a lokálisan vagy kulturálisan elkülöníthető patterneket.

Irodalomjegyzék

Abreu, Renata. (2019). *Social media micro-influencer marketing and purchasing intention of millennials: The role of perceived authenticity and trust* (Doctoral dissertation, Dublin Business School).

Bekiari, Alexandra., & Syrmpas, Ioannis. (2015). Coaches' verbal aggressiveness and motivational climate as predictors of athletes' satisfaction. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 9(4), 318-329.

Berger, Peter L. (1973). Sincerity and authenticity in modern society. *The public interest*, 31, 81.

Bandura, Comille. T., & Kavussanu, Maria. (2018). Authentic leadership in sport: Its relationship with athletes' enjoyment and commitment and the mediating role of autonomy and trust. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 13(6), 968-977.

Buchanan, John., & Kock, Ned. (2001). Information overload: A decision making perspective. In *Multiple Criteria Decision Making in the New Millennium: Proceedings of the Fifteenth International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM) Ankara, Turkey, July 10–14, 2000* (pp. 49-58). Springer Berlin Heidelberg.

Carroll, Glenn. R., Feng, Mi., He, Yuanquiong., O'Connor, Kieran., & Wang, Lihua. (2019). Authenticity and institutional context: individual preferences in China. *Journal of International Consumer Marketing*, 31(5), 429-446.

Csányi, Vilmos. (2011). Gondolkodás és kommunikáció: konstrukciós mechanizmusok az elmében. *Iskolakultúra*, 11(12), 114-117.

Csányi, Vilmos. (2005): Etológia és társadalom, *Ulpus-ház*, Budapest.

Csányi, Vilmos. & Miklósi, Ádám. (2010). Fékevesztett evolúció. Megszaladási jelenségek az emberi evolúcióban. *Typotex, Budapest*

Einola, Kaisa., & Alvesson, Mats. (2021). The perils of authentic leadership theory. *Leadership*, 17(4), 483-490.

Fenton-O'Creevy, Mark., Soane, Emma., Nicholson, Nigel., & Willman, Paul. (2011). Thinking, feeling and deciding: The influence of emotions on the decision making and performance of traders. *Journal of Organizational Behavior*, 32(8), 1044-1061.

Ford, Jackie, & Harding, Nancy (2011). The impossibility of the 'true self' of authentic leadership. *Leadership*, 7(4), 463-479

Fox-Kirk, Wendy. (2017). Viewing authentic leadership through a bourdieusian lens: understanding gender and leadership as social action. *Advances in Developing Human Resources*, 19(4), 439-453.

Gardner, William L., Cogliser, Claudia C., Davis, K. M., & Dickens, M. P. (2011). Authentic leadership: A review of the literature and research agenda. *The leadership quarterly*, 22(6), 1120-1145

Gardner, William L., Karam, Elizabeth P., Alvesson, Mats., & Einola, Kaisa. (2021). Authentic leadership theory: The case for and against. *The Leadership Quarterly*, 32(6), 101495.

Hellstedt, Jon. C. (1987). The coach/parent/athlete relationship. *The Sport Psychologist*, 1(2), 151-160.

Heracleous, Loizos. T. (1994). Rational decision making: myth or reality?. *Management development review*, 7(4), 16-23.

Kovács, Balázs., Carroll, Glenn R., & Lehman, David. W. (2017). The perils of proclaiming an authentic organizational identity. *Sociological Science*, 4.

Lehman, David. W., O'Connor, Kieran., & Carroll, Glenn R. (2019a). Acting on authenticity: Individual interpretations and behavioral responses. *Review of general psychology*, 23(1), 19-31.

Lehman, David. W., O'Connor, Kieran., Kovács, Balázs., & Newman, George. E. (2019b). Authenticity. *Academy of Management Annals*, 13(1), 1-42.

Mageau, Geneviève. A., & Vallerand, Robert. J. (2003). The coach–athlete relationship: A motivational model. *Journal of sports science*, 21(11), 883-904.

Merkovity, Norbert. (2008). Politikai kommunikáció és politikai marketing. *Politikatudományi szemle*, (4), 77-100.

O'Connor, Kieran., Carroll, Glenn. R., & Kovács, Balázs. (2017). Disambiguating authenticity: Interpretations of value and appeal. *PloS one*, 12(6), e0179187.

Topál, József., Kubinyi, Enikő., Gácsi, Miklós., & Miklósi, Ádám. (2005). Obeying social rules: a comparative study on dogs and humans. *Journal of Cultural and Evolutionary Psychology*, 3(3-4), 223-243.

To, Cristopher., Leslie, Lisa. M., Torelli, Carlos. J., & Stoner, Jennifer. L. (2020). Culture and social hierarchy: Collectivism as a driver of the relationship between power and status. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 157, 159-176.

Tear, Morgan. J., Reader, Tom. W., Shorrock, Steven., & Kirwan, Berry. (2020). Safety culture and power: Interactions between perceptions of safety culture, organisational hierarchy, and national culture. *Safety science*, 121, 550-561.

Trilling, Lionel. (2009). *Sincerity and authenticity*. Harvard University Press. Az 1972-es kiadás digitalizált verziója. URL:
[https://books.google.hu/books?id=o9QrCeCFnMIC&lpg=PP10&ots=kCPGHpG3aZ&dq=Trilling%2C%20Lionel.%20\(2009\).%20Sincerity%20and%20authenticity.%20Harvard%20University%20Press.%20&lr&hl=hu&pg=PP10#v=onepage&q=Trilling,%20Lionel.%20\(2009\).%20Sincerity%20and%20authenticity.%20Harvard%20University%20Press.&f=false](https://books.google.hu/books?id=o9QrCeCFnMIC&lpg=PP10&ots=kCPGHpG3aZ&dq=Trilling%2C%20Lionel.%20(2009).%20Sincerity%20and%20authenticity.%20Harvard%20University%20Press.%20&lr&hl=hu&pg=PP10#v=onepage&q=Trilling,%20Lionel.%20(2009).%20Sincerity%20and%20authenticity.%20Harvard%20University%20Press.&f=false)

Vallerand, Robert. J., Mageau, Geneviève. A., Elliot, Andrew. J., Dumais, Alexander., Demers, Marc-André., & Rousseau, Francois. (2008). Passion and performance attainment in sport. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(3), 373-392.

Varga, Somogy., & Guignon, Carl. (2023). Authenticity. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, A 2014-es eredeti 2023 nyarán újraserkesztett és kiegészített verziója, elérhető: <https://plato.stanford.edu/archives/sum2023/entries/authenticity/>

Vukasović, Tina., & Ljubičić, Kristina. (2021). Marketing Manipulation in the 21st Century. In *5 th International Scientific Conference ITEMA 2021–Conference Proceedings*.

Walumbwa, Fred. O., Avolio, Bruce. J., Gardner, William. L., Wernsing, Tara. S., & Peterson, Suzanne. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of management*, 34(1), 89-126.