

# A PANNON EGYETEM KÖZÖSSÉGÉNEK KULTÚRAFOGYASZTÁSA, AZ ÉRZELMI ÉS KULTURÁLIS INTELLIGENCIA ÖSSZEFÜGGÉSE – VESZPRÉM 2023 EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSA

## UNIVERSITY OF PANNONIA COMMUNITY'S CULTURAL CONSUMPTION, EMOTIONAL AND CULTURAL INTELLIGENCE RELATIONS – VESZPRÉM 2023 EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE

Veszprém és a Balaton régió 2018 decemberében nyerte el az Európa Kulturális Fővárosa 2023 (EKF) címet, amely nemcsak kulturális és gazdasági, de társadalmi katalizátorként is hat a térségre. A Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán 2019-ben alakult meg az EKF kutatócsoport, amelynek fő célja elsősorban az, hogy felmérje a Pannon Egyetem közösségének (oktató, hallgató és nem oktató munkatárs) helyi identitását, életminőségét, kultúrafogyasztását kulturális és érzelmi intelligenciáját. A longitudinális vizsgálat a kulcselemek statisztikai prezentációján kívül, az egyes tényezők közötti kapcsolatokat is analizálja. Jelen tanulmány az egyetemi közösség kultúrafogyasztását, kulturális és érzelmi intelligencia-szintjét és ezeknek a faktoroknak az összefüggéseit mutatja be. Az eredményekből kiderül, hogy szoros összefüggés mutatható ki a kultúrafogyasztás és az érzelmi, valamint kulturális intelligencia egyes elemeivel. A magasabb érzelmi és kulturális intelligenciával rendelkezők több szabadidős tevékenységen és rendezvényeken vesznek részt és több időt töltenek olvasással, zenehallgatással és kirándulással.

**Kulcsszavak:** Európa kulturális fővárosa, kultúrafogyasztás, kulturális intelligencia, érzelmi intelligencia

In December 2018, Veszprém and the Balaton region won the title of European Capital of Culture (ECoC) 2023, and this has served as a cultural, economic and social catalyst for the area. The ECoC research group was established in 2019 at the Faculty of Business and Economics at the University of Pannonia. The research group sought to assess the local identity, quality of life, cultural consumption and cultural and emotional intelligence of the university's community. Besides presenting the statistical data, this longitudinal study analysed the relationships between individual factors, and it presents the community's cultural consumption, level of cultural and emotional intelligence and the interrelationships of these factors. The results indicate a strong correlation between some elements of cultural consumption and emotional and cultural intelligence. People with higher emotional and cultural intelligence were more likely to participate in more leisure activities and events and to spend more time reading, listening to music and hiking.

**Keywords:** European cultural capital, culture consumption, cultural intelligence, emotional intelligence

### **Finanszírozás/Funding:**

A kutatást a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Kutatóközpontja támogatta (PE-GTK-GSKK A095000000-3 sz.).

The research is supported by the Research Centre (PE-GTK-GSKK A095000000-3 sz.) at Faculty of Business and Economics of University of Pannonia (Veszprém, Hungary).

### **Szerzők/Authors:**

Dr. Kővári Edit, egyetemi docens, Pannon Egyetem, (kovari.edit@gtk.uni-pannon.hu)

Pásztor Judit, PhD-hallgató, Pannon Egyetem, (pasztor.judit@gtk.uni-pannon.hu)

Dr. Raffay-Danyi Ágnes, egyetemi docens, Pannon Egyetem, (raffay.agnes@gtk.uni-pannon.hu)

A cikk beérkezett: 2020. 09. 08-án, javítva: 2020. 11. 03-án, elfogadva: 2021. 01. 14-én.

This article was received: 08. 09. 2020, revised: 03. 11. 2020, accepted: 14. 01. 2021.

A jelen kutatás a kultúrafogyasztás és a kulturális intelligencia, valamint az érzelmi intelligencia közötti kapcsolatot vizsgálja a veszprémi Pannon Egyetem közösségének körében. A kutatás egyik mozgatórugója a Veszprém-Balaton 2023 Európai Kulturális Fővárosa projekt, mely várhatóan komoly hatással lesz a történelmi város, Veszprém helyi közösségének – beleértve az egyetemi közösségek – kultúrafogyasztására is. Így a vizsgálathoz szükséges kulturális tevékenységek, kultúrafogyasztás jellemzői, érzelmi és kulturális intelligencia irodalmának áttekintésén túl a történelmi városok és az Európa Kulturális Főváros kezdeményezés ismertetésére is sor kerül.

## A kultúrafogyasztás jellemzői

A kultúrafogyasztás jellemzőinek vizsgálatához fontos egyrészt tisztázni, mit értünk kultúra alatt, másrészt, hogy kik és milyen közegben élvezik a kulturális szolgáltatásokat. Gondolunk itt a helyi lakosságra és a turistákra, mint fogyasztókra, illetve arra, hogy a kulturális tartalmú szabadidős tevékenységet képernyő előtt vagy képernyőn túl végzik. A képernyő előtt töltött (szabad)idő jelentősen megnövekedett a XXI. században, ezzel párhuzamosan folyamatosan bővül az online formában elérhető kulturális kínálat is, így indokoltnak tartjuk a kulturális tevékenység közegének említését is.

## A kultúra fogalma

Giddens (2003, p. 61) értelmezésében a kultúra egy „*csoport tagjai által megőrzött értékekből, az általuk követett normákból és a létrehozott anyagi javakból áll. Utal a társadalom tagjainak életmódjára, az öltözködési, házasodási szokásokra, az alkalmazott munkamódszerekre, a szabadidős tevékenységekre és a vallási szertartások rendjére.*” Agárdi (2015) szerint a tágan értelmezett kultúra fogalomba beletartoznak a „*tárgyi, szellemi, erkölcsi értékek és képességek, a magatartásformák, a szokások és hagyományok, az attitűdök és kánonok, ahogyan az információk megszerzése, tárolása és továbbítása is*” (Agárdi, 2015, p. 15). A köznapi értelemben vett kultúrafogalom a XXI. századra jelentősen kibővült, ezzel egyidejűleg képlékennyé is vált, mivel ma már a kulturális tevékenységek közé sorolható a klasszikus zenei koncertek és könyvnyomtatás mellett egy népszerű sorozat egy-egy epizódjának megtekintése is (Fekete, 2018). A lehetséges tág értelmezések alapján a továbbiakban az egy csoport által megőrzött értékeket vesszük alapul a kultúrafogyasztás vizsgálatakor.

## A kulturális örökség

Az egyes csoportok által megőrzött értékek adják a kulturális örökséget, mely mind a helyi lakosság, mind a turisták számára vonzó közeget biztosít, hozzájárul az életminőséghez, egy településrész, település vagy térség karakterének kialakulásához (Cultural Heritage Counts for Europe Report, 2015). Vonzó lakóhelyet teremt a helyiek számára, desztinációt a turisták számára, valamint potenciálisan vonzó munkahelyet, kiváltképp a kreatív iparban dolgozók számára. A kulturális örökség jelenléte erősíti egy térség versenyképességét is, hiszen az attrak-

tív kulturális környezet bevonzza a kreatív tehetségeket, vállalkozásokat is. A pécsi Zsolnay Negyed rehabilitációja központi eleme volt Pécs városfejlesztésének, az így kialakult kulturális negyed Közép-Európa egyik legnagyobb barnamezős kulturális beruházásának tekinthető. A kulturális örökség kiválóan felhasználható egy térség marketingstratégiájában is, amely a kulturális turizmus fejlesztését és a befektetések vonzását célozza (Cultural Heritage Counts for Europe Report, 2015). A kulturális örökség jelentős munkahelyteremtő képességgel is rendelkezik. Különböző fajta munkákat és képességszinteket találunk a kulturális örökséghez kötődően, beleértve a megőrzéshez szükséges alkotói, javító és fenntartó tevékenységeket, kis- és középvállalkozásokban, start-upokban végezhető munkákat, és sok esetben a kreatív iparhoz tartozó tevékenységeket is. A Cultural Heritage Counts for Europe Report (2015, p. 154) alapján a kulturális örökség szektor közvetlenül 26,7% közvetett munkahelyet teremt minden közvetlen munkahely számára, míg az autópárhuzamban ez az arány csak 6,3%.

## Kulturális örökség történelmi városokban

Az elmúlt évtizedekben a történelmi városok megalapozták szerepüket a kultúra fellegváraként, ahol a helyi lakosság identitástudata és helyhez kötődése erősen érzékelhető (Bandarin, 2011). Az UNESCO tagállamai 2011-ben elfogadták a történelmi városi tájképi javaslatok dokumentumot (Recommendation on the Historic Urban Landscape), mely az örökségvédelmet igyekszik ötvözni a fenntartható fejlődéssel a történelmi városokban. A dokumentum ezeket a városokat az építészeti és művészeti teljesítmények és értékek, valamint a kollektív emlékek hordozóinak, de egyben dinamikus egységeknek is tekinti, melyek állandó változásban vannak (Bandarin & Van Oers, 2012). Ebben a megközelítésben az örökség egy pozitív hajtóerő, ami a város környezeti, gazdasági, társadalmi és kulturális fejlődését hajtja, az örökség kézzel fogható és megfoghatatlan elemei a város és a városlakók erőforrásai. Hasonló gondolatok mentén Fusco Girard (2013) a kikötővárosok esetében vizsgálta a kulturális örökség kiaknázását a városrehabilitáción és a szinergián alapuló körkörös gazdaság kialakítása során.

## Az Európa Kulturális Fővárosa kezdeményezés

A kultúra megőrzésében és kiváltképp a kulturális fogyasztás ösztönzésében kiemelkedő szerepet játszik az *Európa Kulturális Fővárosa* (továbbiakban EKF) kezdeményezés. Az Európai Unió 1985-ben indította útjára az Európa Kulturális Városa programot azzal a céllal, hogy segítse a kulturális örökség sokszínűségének bemutatását és megőrzését, valamint az európai népek egymáshoz való közeledését. A kezdeményezés az európai kulturális értékek hangsúlyozása mellett a kultúra városfejlesztésben játszott szerepét hangsúlyozza. Az EKF-projekt további célja a kultúrához való hozzáférés és a kultúrában való részvétel fokozása, valamint a címet elnyert város kulturális szférájának kapacitásbővítése, valamint más szektorokhoz való kapcsolódásának elősegítése (Raffay & Lőrincz, 2018).

Az EKF-projekt az Európai Unió egyik legsikeresebb kezdeményezésének tekinthető: az elmúlt évtizedek során bebizonyosodott, hogy a kulturális élet élénkítése, a gazdaság- és városfejlesztés mellett az eseménynek jelentős turisztikai szerepe is lehet a részt vevő városokban (Lőrincz, 2017). A tapasztalatok alapján a cím elnyerésével egyrészt javul a városok nemzetközi láthatósága és jelentős turisztikai aktivitás indul be a városokban, másrészt a helyiek is profitálnak a megújult kulturális kínálatból, és ezáltal az ő szemükben is nő lakóhelyük imázsa. A nemzetállamok számára az EKF-folyamat eszközként szolgál a városi központok megújulásához a kultúrán keresztül. A régiók számára az EKF eszközként szolgál – egy bizonyos fokig – a nemzeti keretből való kiszakadáshoz, és a regionális büszkeség pillanatának megszerzéséhez a régiós város által. Végül, a települések számára az EKF lehetőséget adott a városfelújításra és az imázs építésre (Palonen, 2010).

### A kulturális turizmus

A kulturális turizmus legátfogóbb megközelítésében olyan – az egyediséget, a fenntarthatóságot és a marketingszemlélet fontosságát szem előtt tartó – turisztikai termék, amelynek központi eleme a turista legszélesebben értelmezett intellektuális igényeit kielégítő vonzerő. A kulturális turizmust szűkebb értelemben a „magas kultúrával”, illetve annak fogyasztásával azonosítják, azaz leginkább a műemlékek és örökséghelyszínek felkeresése, a fesztiválokra való részvétel, a kiállítás-, múzeum-, színház- vagy koncertlátogatás és a tanulmányút vagy a zarándoklat sorolható ide. A szerzők többsége tágítja ezt a megközelítést és azt hangsúlyozza, hogy a kulturális turizmusban egyrészt a tömegkultúra is szerepet játszhat, másrészt pedig egyre kevésbé lehet egy-egy eseményt vagy létesítményt szigorúan az egyik vagy a másik kategóriába sorolni (Rátz & Michalkó, 2005). A rekreációs, turisztikai – esetünkben kulturális – attrakciók egy része a helyi lakosság számára is szabadidő-eltöltési lehetőséget nyújt (Puczko & Rátz, 2000; Bakucz, 2001), ami a helyi közösség jólétének támogatása mellett a létesítmények jobb kihasználtságát eredményezi. A helyi lakosság a turizmus rendszerének fontos része (Lengyel, 1994; Akis, Peristianis & Warner, 1996; Cooper, 2006; Michalkó, 2007), szerepe csak az 1970-es évektől kapott több figyelmet (Vargas-Sanchez et al., 2011). A helyi lakosság turizmussal szembeni attitűdjei, a fejlesztésekhez való hozzáállása fontos (Gordos, 2000), mert ők formálják a helyi környezetet (Vargas-Sanchez, Porrás-Bueno, Plaza-Mejía & de los Angeles, 2011), de például a márkázás során is alapvető a belső imázs (Papp-Váry, 2004).

### Kultúrafogyasztás a szabadidős tevékenységek között

Fekete (2018) a szabadidő eltöltési mintázatok és a kulturális fogyasztás feltérképezését célzó kutatásában a szabadidős tevékenységeket a cselekvés helye, módja és jellege alapján két csoportba sorolja Falussy (2004) klasszifikációja alapján: a) képernyőkön túl töltött szabadidő, b) képernyőkön innen töltött szabadidő. A képernyőkön túl töltött szabadidőcsoportba olyan tevékenységeket sorol, mint

- kulturaközvetítő intézmények látogatása (színház, mozi, múzeum, kiállítás, hangverseny, operalátogatás),
- társas szabadidőtöltés (baráti, családi együttlétek, társas programok),
- otthoni szabadidőtöltés, házon belüli kulturálódás (olvasás, rádió- és zenehallgatás, hobbitevékenységek végzése),
- „szabadlevegős” tevékenységek (mozgás, sport, kirándulás, horgászat, kertészkedés),
- egyéb szabadidős tevékenységek (önkéntes segítőmunka, politikai és civil szervezeteknél végzett munka, vallásgyakorlás, kocsmába, kávéházba járás, háziállat gondozása) (Fekete, 2018, p. 87-88).

A képernyőkön innen töltött szabadidős tevékenységek közé pedig az alábbiakat sorolja:

- tévénézés, videózás, DVD-filmek megtekintése,
- számítógép-használat, internetezés (Fekete, 2018, p. 88).

A Központi Statisztikai Hivatal (2010) által végzett időmérleg-kutatásban a szabadidős tevékenységek szabadon végzett tevékenységek megfogalmazásban szerepelnek, és ide sorolandók az alábbi szellemi, fizikai rekreációs és feltöltődést szolgáló tevékenységek:

- tévénézés, videózás,
- társas szabadidő,
- egyéb aktív szabadidő,
- kulturális és sportintézmények látogatása,
- vallásgyakorlás,
- olvasás,
- sport, séta, egyéb testedzés.

### Az egyetemi közösség szerepe a kultúra megőrzésében és fogyasztásában

Amennyiben a kulturális örökségre úgy tekintünk, mint a jövő generációk erőforrása, elengedhetetlen, hogy a jelen generációk tisztában legyenek a saját örökségükkel. Kiemelten fontos a diákok, egyetemi hallgatók figyelmét a kulturális örökség felé irányítani, ezt megismertetni és megértetni velük, hogy ezáltal tiszteljék és felelősséget vállaljanak érte, valamint megőrizzék a jövő generációi számára (Copeland, 2004; Jaafar, Noor & Rasoolimanesh, 2015).

A kulturális örökség megőrzésében játszott szerepükön túl az egyetemi hallgatók, mint kulturális és szabadidős tevékenységek fogyasztói is kiemelten fontosak. Az egyetemi közösségeket – ezen belül kiemelten a diákok, illetve a nemzetközi diákok – mint célcsoportot vizsgáló kutatásokkal egyre gyakrabban találkozhatunk a szakirodalomban, az általuk generált fogyasztás, vagyis a gazdasági hatások (Árva & Könyves, 2010), a jövőbeni lakosként való megtartásuk (Sokołowicz, 2019) mellett a turisztikai/rekreációs tevékenységek (Xie & Ritchie, 2019) és a kulturális hatások (Chatterton, 2000) is helyet kapnak.

A települések, térségek életében fontos szerepet tölt be a jó képzettséggel, tudással rendelkező célcsoportok („talent”) vonzása (Florida, 2002). Az ún. *knowledge wor-*

ker-ek lakóhelyválasztását (központi elhelyezkedés) befolyásolja saját kulturális-rekreációs magatartásuk, életstílusuk/életvitelük is (Frenkel, Bendit & Kaplan, 2013). A napjainkat jellemző mobilitási folyamatok fő célpontjai a városok (Glaeser & Mare, 2001), ezen belül is a nagyobb városok, amivel együtt jár a kisebb települések népességének csökkenése, a fiatal korosztály elvándorlása. Az egyetemekkel rendelkező települések számára viszont komoly kihívást jelent a tanulmányaikat az adott intézményben töltők (akik később felsőfokú végzettséggel rendelkeznek) megtartása (Sokolowicz, 2019; von Proff, Duschl & Brenner, 2017). A munkahelyeken túl az adott város rekreációs-kulturális kínálata jelentősen befolyásolja az egyetemi városok végzettséget megtartó képességét.

Veszprém – a 2023-as év Európai Kulturális Fővárosa – számára komoly potenciál rejlik a cím elnyerésével járó további kulturális és egyéb szabadidős fejlesztésekben, melyek várhatóan tovább növelik a város kulturális vonzerjét és munkahelyteremtő-képességét is.

## Az érzelmi intelligencia fogalma és mérése

Az ember személyiségjegyei vele született tulajdonságok, amelyek szocializáció során, külső tényezők hatására változnak. Egy helyzetben megélt viselkedésünkből sokat tanulunk, mégis (számtalanszor) hasonlóan, vagy ugyanolyan módon viselkedünk. Azonban, ha viselkedésünkön változtatni szeretnénk, akkor először is tudatosítanunk kell a személyiségjegyeket.

A XXI. század technológiai vívmányai lehetővé teszik, hogy a vezetők figyelme újra az emberi kapcsolatokra fókuszáljon. A jövő menedzserei főként az egyetemi/főiskolai padokból kerülnek ki, fontos tisztában lennünk nemcsak a tudásukkal, készségeikkel és képességeikkel, de értékrendjükkel és személyiségjegyeikkel is, hiszen ez meghatározza pályájukat és teljesítményüket. Az érzelmi intelligencia fogalma több mint 20 évvel ezelőtt került a munka világának köztudatába Daniel Goleman (1996) nevének köszönhetően, azonban tudományos körökben is megkérdőjelezték az érzelmi intelligencia vizsgálatát és mérhetőségét. Az utóbbi tíz évben olyan kutatások (Dulewicz & Higgs, 2000; Lopes, Grewal, Kadis, Gall & Salovey, 2006; Hill, 2010) bizonyították be az érzelmi intelligencia fontosságát, hatását és összefüggéseit pl. a teljesítménnyel, tanulmánnyal, kultúrával, amelyek a gazdasági, társadalmi és tudományos szereplőket érdekelté tették (Cleveland et al., 2007). David és munkatársai (David, Boniwell & Ayers, 2013) által végzett kutatás rávilágít, hogy a magasabb érzelmi intelligenciával rendelkező emberek aktívabbak a társadalmi és kulturális életben, több barátjuk és jobb kapcsolataik vannak, valamint jobban kommunikálnak és tárgyálnak, és eltérő problémamegoldási megközelítéssel rendelkeznek.

Érzelmileg intelligens személyeknek azokat nevezük, akik a saját és mások érzelmi állapotában rejlő lehetőségeket hatékonyan képesek hasznosítani, valamint felismerik, hogy a pozitív és a negatív érzéseik milyen hatással tudnak lenni önmagukra, környezetükre és társas kapcsolataikra, valamint képesek a negatív hatások

kat kivédeni úgy, hogy ezáltal tudatosan saját (érzelmi) fejlődésüket is elősegítik. Az érzelmi intelligencia tehát „az érzelmi életünk feletti uralmat, a társas kapcsolatokban jelentkező érzelmi történések és folyamatok kezelését, irányítását biztosító képességeink együttese” (Oláh, 2005, p. 28). A definíciójuk alapján Oláh és munkatársai (Oláh, Tóth & Nagy, 2009) kidolgozták a SZEMIQ-tesztet, amely az EQ szintjét és hiányosságait méri. A különböző megközelítések halmazának áttekintése érdekében Petrides és Furnham (2001) összegyűjtötte az érzelmi intelligenciával foglalkozó elméleteket és mérőeszközöket. A szakirodalomban tehát ma az érzelmi intelligenciának, mint fogalomnak három féle megközelítési módja létezik: (1) a mentális képesség alapú érzelmi intelligencia (*kognitív-érzelmi képesség*), (2) a (személyiség)vonás alapú érzelmi intelligencia (érzelmi személyes hatékonyság), (3) a kevert (*képesség és személyiségvonás alapú*) érzelmi intelligencia.

A mentális képesség alapú érzelmi intelligenciát az elméletileg maximális teljesítményhez való viszonyítással mérik. Ilyen teszt például a MSCEIT (Mayer Salovey Caruso Érzelmi Intelligencia Teszt), amelyet konvergencia, valamint konszenzus alapú és erős kultúrafüggőség jellemz. Salovey és Mayer (1990) modellje szerint az érzelmi intelligenciát három képességsor alkotja: az érzelmek észlelése és kifejezése, az érzelmek hasznosítása a problémamegoldásban, valamint az érzelmek szabályozása. Néhányan úgy vélik, hogy a mentális képességeket nem lehet objektívan mérni és a helyes válaszokat és ponthatárokat elfogultság nélkül nem lehet meghatározni (Petrides & Furnham, 2009). Ebből a nézőpontból a képesség alapú érzelmi intelligencia lényegében egy intelligenciaforma, akár csak az IQ. A személyiségvonás alapú érzelmi intelligencia az egyén érzelmi önészlelésének képessége, vagyis az a képesség, hogy ráébred, feldolgozza és alkalmazza azokat az érzelmi információkat, amelyek segítségével eredményesen kezelheti társas és munkahelyi kapcsolatait, érzelmi életét, önmagához és másokhoz való viszonyulását (Petrides & Furnham, 2001). A személyiségvonás alapú érzelmi intelligencia az egyén személyiségjegyeinek feltárásával, önreflexió révén fejleszti az érzelmi intelligenciát. A személyiségvonás alapú érzelmi intelligencia mérésére a pszichológia klasszikus képviselői által korábban kifejlesztett „önbevallásos” (*self-report*) kérdőíveket alkalmazza.

Ha az érzelmi intelligencia mérési eszközeit vesszük számításba, a tudomány ezeket két csoportra bontja, képesség, illetve személyiségvonás alapúra. A kevert nézőpont alapján kidolgozott teszteket (mint például Bar-On EQ-I tesztjét) pedig az utóbbihoz sorolja (Pérez-González & Ruiz, 2014). Mindkét érzelmiintelligencia-változat mérési eszközei között létezik megbízható, instrumentális és elméleti érvényességgel rendelkező, valamint tartalmilag és szerkezetileg jól értelmezhető teszt. A képesség alapú érzelmiintelligencia-teszteknel a legelterjedtebb Mayer, Salovey és Caruso által kifejlesztett MEIS és MSCEIT (megbízhatóságuk  $\alpha > 0.80$ ) teszt. A személyiségvonás (ide sorolva a kevert) típusú tesztek közül pedig a prediktív érvényesség tekintetében három módszertanilag

egyértelműen alapos és megbízható ( $\alpha=0.85$ ) tesztet érdemes kiemelni: Bar-On EQ-I, SUEIT és a TEIQue. Utóbbi négy dimenzió keresztül vizsgálja az érzelmi intelligenciát: *Jóllét, Önuralom, Társas hajlam és Érzelmesség*.

## Az érzelmiintelligencia-különbségek: nem, életkor, lakóhely

Az oktatásban végzett kutatások meghatározó többsége a fiatalok érzelmi intelligenciájának és a tanulmányi teljesítményének, valamint környezeti kapcsolatát vizsgálta (Balázs, 2014). Amíg az általános és középiskolások körében végzett kutatások száma kiemelkedő, az egyetemisták érzelmi intelligenciájával kapcsolatos vizsgálatok száma limitált (Petrides, Sanchez-Ruiz, Siegling, Saklofske & Mavrouli, 2018). Kant (2019) egyetemi hallgatókkal végzett felmérése azt mutatta, hogy jelentős különbség van a férfi és női hallgatók érzelmiintelligencia-szintje között. A nők érzelmileg intelligensebbek a magas átlagérték alapján. Korábbi tanulmányokban a férfiaknál magasabb érzelmiintelligencia-szintet találtak a nőkhöz képest (Petrides & Furnham, 2009; Khalili, 2011), vagy nem észleltek különbséget a két nem között (Rahman, Ferdause & Uddin, 2012). Az össz érzelmiintelligencia-szint azonban faktoriális szinten eltérést mutat, amíg a férfiak a társas kapcsolatok építésében, és önuralom területén, addig a nők a kapcsolatok kezelésében és az empátiaszintben értek el szignifikáns különbséget (Komlósi, 2016).

A konceptualizációtól függően a kutatóknak különböző nézeteik vannak az érzelmi intelligencia és az életkor kapcsolatáról. A képességmegközelítés az érzelmi intelligenciát standard intelligenciának (IQ) tekinti, ezért, mint ilyen az életkor előrehaladtával növekszik (Van Rooy, Alonso & Viswesvaran, 2005). Sliter és munkatársai (Sliter, Chen, Withrow, & Sliter, 2013), azzal érvelnek, hogy az érzelmiintelligencia-kompetenciák (például az érzelmek megértése és szabályozása) életre szóló tapasztalatok révén szerezhető be. Gardner és Qualter (2010) tanulmányukban azt találták, hogy az idősebb felnőttek lényegesen jobban értik és kezelik érzelmeiket. A személyiségvonás-szemlélet viszont nem, vagy csak minimális összefüggést talált az érzelmi intelligencia és az életkor között (Petrides, 2009). Az érzelmi intelligencia stabilitásának oka az lehet, hogy a személyiségjegyek általában állandóak maradnak az idő folyamán, amint azt Tsousis és Kazi (2013) kifejtette.

Lakóhely esetén a vidéki diákok nem különböztek szignifikánsan városi társuktól. De a magas átlagos érték alapján a vidéki hallgatók érzelmileg intelligensebbek voltak. Egyik ok lehet, hogy a vidéki társadalomban még mindig hisznek a közös családban, így a vidéki diákok nevelése az egész család kollektív felelőssége. Másrészt a városi nukleáris családban nevelkedett gyermekeknek kevesebb esélyük és lehetőségük van megmutatni vagy megosztani érzelmeiket. Mélyebb kutatás nem igazolta, azonban feltételezésként megjelenik, hogy a lakóhely és környezet meghatározza a kultúrafogyasztást is (Kant, 2019).

## A kulturális intelligencia fogalma, mérése és kapcsolódása az érzelmi intelligenciához

Mivel napjainkban hangsúlyos szerepet kap a fiatalabb generáció felkészítése a multikulturális munkahelyi légkörre, az országhatárokon átívelő és sokszor kizárólag digitálisan kapcsolódó munkacsoportokban való effektív munkavégzésre, így az egyetemisták kulturális képességeinek fejlesztése elengedhetlenné vált. Míg az EQ segítségünkre van a saját és mások érzelmeinek felismerésében, megértésében és esetleg a befolyásolásában is, addig a kulturális intelligencia (CQ) ennél egy lépéssel tovább megy, hiszen minden felmerülő helyzetet kulturális kontextusba helyez és így segíti az értelmezést (Pásztor, 2020a). A saját kultúránk, melybe beleszületünk, a szocializációs folyamatán keresztül szinte „észrevétlenül” válik az életünk részévé, ezt a folyamatot nevezzük *enkulturációnak* (Berry, Kim & Boski, 1988). Nem kérdőjelezzük meg szokásainkat, értékrendszerünk (például, hogy mi a jó-rossz, erkölcsös-erkölcstelen, szép-csúnya) automatikusan alakítja nézőpontunkat, ugyanis Hofstede szerint (Hofstede, Hofstede & Minkov, 2005) a kultúra felfogható egyfajta alaprogramként is, mely alapján döntéseket hozunk és cselekvéseket hajtunk végre. Kulturális mintáink pedig egyfajta művelési sémának tekinthetők, mivel bizonyos környezeti ingerre rendelt válaszainkhoz meghatározott érzelmi töltetet és cselekvést rendelnek. Amikor a miénktől eltérő kultúrában kell hatékonyan boldogulnunk, hangsúlyossá válnak a kulturális különbségeink, és számtalan nehézséget okoznak mind a kommunikációban, mind az integráció folyamatában (Pásztor, 2020b). Egy másik kultúra megismerését, elfogadását és integrálásának folyamatát nevezzük *akkulturációnak*. Ennek a folyamatnak sikerességét számtalan mutatóval igyekeztek mérhetővé tenni, ezek közül az egyik legismertebb a kulturális intelligencia (CQ), mely először az interkulturális pszichológia, menedzsment és kommunikáció szakirodalmában jelent meg. A kulturálisan intelligenssé válás lényege, hogy az egyén legyen felkészült és flexibilis a kultúrák megismerése céljából és ismereteit folyamatban lévő interakciókból szerezze (Thomas & Inkson, 2003). Ezzel ellentétben a tudásanyag öncélú növelése általánosításhoz és sztereotipizáláshoz vezet. A gondolkodás átalakulása egy holisztikus szemlélet, mert nemcsak a tudásanyagot, hanem a képességeket, a szándékot és magát a viselkedést is magába foglalja. A CQ ennek megfelelően az egyén abbéli képessége, hogy hatékonyan felismerje, megértse és interpretálja is a különböző kulturális felállásokat (Karma & Vedina, 2009). A kulturális intelligencia mérése a 20 kérdést tartalmazó *Cultural Intelligence Scale* (Ang et al., 2007) segítségével végezhető el, melyet 2011-ben magyar nyelvre is adaptáltak (Balogh, 2011).

A CQ négy dimenzióból tevődik össze (Earley & Ang, 2003): (1) *Motiváció*, mely megmutatja az egyén érdeklődésének szintjét és magabiztosságát abban a tekintetben, hogy véleménye szerint mennyire tudna helyt állni interkulturális helyzetekben. (2) *A Kognitív* dimenzió jelzi, hogy az egyén milyen mértékű ismeretanyaggal rendelkezik a kulturális különbségek tekintetében. (3) *A Meta-*

kognitív dimenzió a tudatosság és a tervezési képesség szintjét mutatja meg. (4) A *Viselkedés* dimenziója pedig a gyakorlati alkalmazkodóképességet ragadja meg az interkulturális helyzetek alkalmával. Akinek magas a viselkedési CQ-ja, az képes a verbális kommunikációját (beszédtempó, intonáció) a helyzethez igazítani és a nonverbális jeleket is megfelelően tudja alkalmazni. A motiváció az alap, mely a tudás megszerzéséhez, majd az összerendezéséhez vezet, később pedig az interkulturális helyzetekben a megfelelő viselkedésben nyilvánul meg. Ennek megfelelően a *Motiváció* az ösztönzés, a *Kognitív* dimenzió maga a tudás, a *Metakognitív* dimenzió ennek a tudásnak a stratégiai felhasználása (megtervezése), majd a *Viselkedés* dimenzió maga a cselekvés.

A CQ dimenziói nem feltétlenül korrelálnak egymással, de kombinációjuk révén kiváló képet kaphatunk az egyén kulturálisintelligencia-szintjéről, mely egyébként unidimenzióális konstruktként is kiválóan megállja a helyét. Az egyes dimenziók fejlesztése összességében hozzájárulhat az egyén CQ-szintjének növekedéséhez. A motiváció – mint a kulturális intelligencia egyik legfontosabb eleme – hatással van a külföldi munkavállalásra és munkahelyi beilleszkedésre, illetve a külföldön nyújtott munkateljesítményre (Chen, Kirkman, Kim, Fahr & Tangirala, 2010). Ugyanígy elmondható, hogy a CQ hatással van a külföldi dolgozók a fogadó társadalomba való beilleszkedési lehetőségeire is. A fogadó országban élő emberek kulturális intelligenciája pedig megmutatja, hogy idegen országból érkező dolgozókat milyen mértékben képesek elfogadni/befogadni (Dagher, 2010). A CQ szintje magasabb azoknál, akik több külföldi tapasztalatnak voltak kitéve. A legjelentősebb mértékben a tartósabb külföldi tevékenységek (például tanulás vagy munkavállalás) fejlesztik, míg a nyaralás vagy rövidebb külföldi utak nincsenek jelentő hatással rá.

Mind az EQ, mind a CQ összefüggésbe hozható azzal, hogy egy adott munkavállaló mennyire tud hatékonyan dolgozni multikulturális környezetben (Alon & Higgins, 2005). A két intelligenciatípus kölcsönhatása befolyásolja a világpolgár identitás (*global citizen*) és globális értékrendszer (*global mindset*) kialakulásában (Lovvorn & Chen, 2011). A „*kulturális intelligencia kapcsolatban áll az érzelmi intelligenciával, ott kezdődik, ahol az véget ér*” (Earley & Mosakowsky, 2004, p. 139). Az utóbbi évtizedben kezdtek erőteljesebben kutatni a kétféle intelligenciatípus közötti összefüggéseket. Mayer megfogalmazásában az érzelmi intelligencia „*érzések felismerésének és kifejezésének képessége, képesnek lenni a gondolatokba az érzéseket beolvasztani, az érzéseket megérteni és érvelni használatukkal, valamint a saját és mások érzéseit szabályozni*” (Mayer, Salovey, Caruso & Cherkasskiy, 2011, p. 528). Mivel érzelmeink szabályozása és dekódolása is jelentős mértékben kultúraspecifikus, ezért a magas EQ önmagában nem jelent sikert az interkulturális helyzetekben. Egy személy ugyanis egy adott kultúrában rendelkezhet magas EQ-szinttel, de ez nem jelent garanciát arra, hogy egy számára eltérő kultúrában is megfelelően tudja az érzelmeit szabályozni és dekódolni. Ezzel szemben a CQ nem kultúraspecifikus és nem ad választ arra, hogy

hogyan viselkedünk egy másik kulturális háttérrel rendelkező személlyel, vagy egy másik kulturális közegben.

A két típusú intelligencia legfontosabb közös pontja a képesség arra, hogy átértékeljük érzelmeinket és általa magunkat és másokat teljesítményre ösztönözzünk, ami egy kulcsképeség egy vezetőnél (Earley & Mosakowski, 2004). Az érzelmi intelligencia nagyon fontos szerepet tölt be a munkahelyi sikerben, de a legsikeresebb vezetők esetében megfelelő mértékű kulturális intelligenciával jár együtt. A két intelligenciatípus diszkriminanciaanalízisét Lin, Chen és Song végezték el (2012), ami bebizonyította, hogy két nagyon eltérő konstruktrumról van szó, egyik a másikkal össze nem vonható. Azok a kutatások, melyek az érzelmek és a kultúra összefüggéseit vizsgálják, az érzelmi intelligencia mindössze két dimenzióját szokták kiemelni: ezek név szerint az érzelmek befogadásának és az érzelmek kimutatásának dimenziói (Palmer, Gignac, Ekermans & Stough, 2008). Azonban azt, hogy az érzelmi intelligencia fejlődése mennyiben függ a kultúrától, melyben élünk, és amelyben az egyén felnő, nagyon kevés kutatás vizsgálta (Crowne, Phatak & Salunke, 2009).

### A kutatás módszertana

A kérdőívet szakirodalmi előzményekre támaszkodva, több, magyar populáción már validált kérdőívblokkból állítottuk össze, melyek a következők voltak: kultúrafogyasztási klasztereket vizsgáló részek, valamint a kulturális intelligenciát (CQS) és az érzelmi intelligenciát (TEIQUE) mérő részek és általános demográfia kérdések. A végleges felmérésben 38 kérdés(csoport) szerepelt, a kitöltés körülbelül 20-25 percet vett igénybe. A kérdőívet nyolc, hallgatói és oktatói csoportból kikerült önként jelentkező segítségével teszteltük, és a szükséges korrekciók után a végleges kérdőív papíralapon lett eljuttatva a Pannon Egyetem dolgozóinak és oktatóinak, a hallgatók körében pedig a LimeSurvey rendszerben létrehozott online verziót terjesztettük. Az adatfelvétel 2020.04.01. és 2020.07.31. között zajlott, azonban a COVID-19 járványhelyzet miatt bevezetett távolléti oktatás sajnos jelentős mértékben megnehezítette megfelelő számú hallgató és dolgozó hatékony elérését.

A kvantitatív kutatás során a következő hipotézisekkel élünk:

1. Pozitív, szignifikáns összefüggés mutatható ki az egyetemi közösség tagjainak kultúrafogyasztás-tényezői és érzelmi intelligenciájuk (EQ) szintje között.
2. Az egyetemi közösség tagjainak kultúrafogyasztás-tényezői és kulturális intelligencia (CQ) szintje pozitív, szignifikáns kapcsolatban áll.

### A minta bemutatása

A teljes minta 542 fő, de jelen tanulmányban csak azokat az adatokat elemezzük, ahol mind az EQ-, mint a CQ-blokkokat is hiánytalanul kitöltötték a válaszadók. A minta nagysága 196 fő, mely estében 28,6% a férfiak, 71,4% nők aránya. Az átlagéletkor 32,76 év (min=19, max=66, SD=12,51). A Pannon Egyetem közösségében

betöltött szerepét tekintve 55,6% hallgató ( $M_{\text{életkor}}=24,98$ ,  $\min=19$ ,  $\max=53$ ,  $SD=7,34$ ), 20,9% oktató vagy kutató ( $M_{\text{életkor}}=44,10$ ,  $\min=24$ ,  $\max=66$ ,  $SD=10,27$ ), 23,5% pedig oktató vagy kutató munkát nem végző munkavállaló ( $M_{\text{életkor}}=40,54$ ,  $\min=22$ ,  $\max=62$ ,  $SD=10,91$ ). Fontos megjegyezni, hogy a minta nem reprezentatív. Az adatok elemzését SPSS 20 statisztikai szoftverrel végeztük.

### Az alkalmazott skálák bemutatása

Kutatásunkban a *kulturális fogyasztás* mérésére több kérdést is alkalmaztunk. Egyrészt a szabadidős tevékenységeken belül a kulturális rendezvények látogatásának gyakoriságát vizsgáltuk, az alábbi skála alapján: 0=„soha”, 1=„ritkábban”, 2=„2-3 havonta”, 3=„havonta”, 4=„havonta több alkalommal”, 5=„hetente egyszer”, 6=„hetente több alkalommal”, 7=„naponta”. A skála értékeit a kérdőíves felmérést megelőző fókuszcsoporthoz interjúk alapján határoztuk meg.

A gyakoriságot vizsgáló skála mellett konkrét példákat is kértünk a válaszadóktól a felmérést megelőző évben végzett kulturális tevékenységekről. Táblázatban kértük feltüntetni maximum három kulturális esemény nevét, időpontját és helyszínét, melyen részt vettek. A kulturális tevékenységeket, melyekre példát kértünk, négy kategóriába csoportosítottuk: a) koncert, b) múzeum, kiállítás, c) színház, mozi, d) fesztivál. A csoportokat szintén a kérdőíves felmérést megelőző fókuszcsoporthoz interjúk alapján határoztuk meg.

Kutatásunk kiterjedt a veszprémi kulturális attrakciók – látnivalók, rendezvények – látogatására is, mint a kulturális fogyasztás egyik lehetséges formája. A válaszadók három opcióból választhattak: járt-e már a felsorolt attrakciónál, ismeri-e az adott attrakciót, ha még nem is járt ott, illetve nem járt ott és nem is ismeri azt.

A *kulturális intelligencia (CQ)* szintjének felméréséhez a Kulturális Intelligencia Skála (CQS) magyar verzióját használtuk (Ang et al., 2007; Balogh, 2011). A kérdőív összesen 20 állítást tartalmaz, a válaszadásra hétfokozatú Likert-skálán nyílt lehetőség (ahol 1=„egyáltalán nem értek egyet”, 7=„teljes mértékben egyet értek”), annak megfelelően, hogy a válaszadó mennyire érezte magára nézve érvényesnek az adott kijelentést. A kérdőív elemei a CQ négy dimenziója (Viselkedés, Kognitív, Metakognitív, Motiváció) köré csoportosultak (például „*Változtatok a szóbeli kommunikációmon (pl.: artikuláció, hangszín), ha az interkulturális helyzet ezt megköveteli.*”, illetve „*Szeretek más kultúrákból származó emberekkel kapcsolatba lépni, beszélgetni.*”). A CQS-kérdőív belső konzisztenciája megfelelő, a Chronbach-alfa értéke a kérdőív egészét tekintve 0,940 (dimenziók:  $\text{viselkedés}=0,907$ ,  $\text{motiváció}=0,895$ ,  $\text{kognitív}=0,889$ ,  $\text{metakognitív}=0,868$ ). Az adatelemzés során a CQS-kérdőív összpontszámát és az egyes dimenzióinak összpontszámát vettük alapul.

Az *érzelmi intelligencia (EQ)* szintjének felméréséhez a Személyiség alapú érzelmi intelligencia kérdőív (TEIQue) magyar verzióját használtuk (Petrides & Furnham, 2001; Gündör & Komlósi, 2012). A kérdőív összesen 30 állítást tartalmaz, a válaszadásra hétfokozatú Likert skálán nyílt lehetőség (ahol 1=„egyáltalán nem értek egyet”, 7=„tel-

jes mértékben egyet értek”), annak megfelelően, hogy a válaszadó mennyire érezte magára nézve érvényesnek az adott kijelentést. A kérdőív az ún. globális EQ-t a kérdőívre adott válaszok összpontszáma alapján méri, továbbá meghatározható vele az EQ négy dimenziójának (Jóllét, Önuralom, Társas hajlam és Érzelmesség) értéke is. A kérdőív olyan állításokat tartalmaz, mint például: „*Nem esik nehezemre szavakkal kifejezni az érzéseimet.*”, illetve „*A hozzám közel állók gyakran panaszkodnak, hogy nem jól bánok velük.*”, melyek közül több fordított kódolású. A TEIQue-kérdőív belső konzisztenciája megfelelő, a Chronbach-alfa értéke a kérdőív egészét tekintve 0,879 (dimenziók:  $\text{érzelmesség}=0,625$ ,  $\text{önuralom}=0,55$ ,  $\text{jóllét}=0,820$ ,  $\text{társas hajlam}=0,750$ ). Az adatelemzés során a TEIQue-kérdőív összpontszámát és az egyes dimenzióinak összpontszámát vettük alapul.

### Kutatási eredmények

#### A Pannon Egyetem közösségének kultúrafogyasztása

A válaszadóknak nyolcfokozatú skálán nyílt lehetőségük választani, hogy egy adott szabadidős tevékenységet milyen gyakorisággal végeznek (ahol 0=„soha”, 7=„naponta”). A kapott eredményeket az 1. táblázat mutatja. A teljes mintát tekintve a leggyakoribb szabadidős tevékenység a TV-nézés, internetezés ( $M=6,88$ ), valamint a zenehallgatás lettek ( $M=5,94$ ), míg a legkevesebbeszer vallásgyakorlásra ( $M=1,54$ ) és sportrendezvények látogatására ( $M=1,74$ ) fordítanak időt a válaszadók.

A kulturális események látogatásában szignifikáns eltérések mutatkoznak a csoportok között ( $F=5,235$ ,  $p=0,006$ ). A leggyakrabban az oktatók látogatnak ilyen programokat ( $M=3,27$ ), őket követik az egyetem nem oktató és kutató munkavállalói ( $M=2,63$ ), majd a hallgatók (2,55). Hasonló mintázat figyelhető meg az olvasás terén is, a különbségek itt is szignifikánsak ( $F=9,359$ ,  $p=0,000$ ), a legtöbb időt az oktatók/kutatók töltik olvasással ( $M=6,51$ ), átlagosan hetente több alkalommal, míg a munkavállalók ( $M=5,13$ ) és hallgatók átlagosan hetente vagy havonta több alkalommal ( $M=5,01$ ) vesznek elő szabadidős céllal könyvet vagy egyéb olvasnivalót. Az életkor és az olvasással töltött idő szignifikáns, pozitív kapcsolatot mutat ( $r=0,354$ ,  $p=0,000$ ). Tévénézésre, videózásra a legkevesebb időt a nem oktató/kutató munkavállalók szánják ( $M=6,67$ ), a hallgató ( $M=6,94$ ) és oktatók/kutatók ( $M=6,95$ ) ennél szignifikánsan kicsivel többet ( $F=4,489$ ,  $p=0,011$ ). Az erre a tevékenységre fordított idő mennyisége nincs összefüggésben az életkorról ( $p=-0,077$ ). Az összes többi szabadidős tevékenység esetében nem volt szignifikáns eltérés a Pannon Egyetem közösségét alkotó csoportok között. Ellenben az életkor szignifikáns kapcsolatban nemcsak a fent leírt olvasási idővel van, hanem más szabadidős tevékenységekkel is együtt mozog: minél idősebb valaki, annál több időt tölt vallásgyakorlással ( $p=0,161$ ,  $r<0,05$ ) és kulturális rendezvények látogatásával ( $r=0,144$ ,  $p<0,05$ ), de annál kevesebb időt tölt sportrendezvények látogatásával ( $r=-0,222$ ,  $r<0,01$ ).

A Pannon Egyetem közösségének szabadidőstevekenység-preferenciáinak átlaga nyolcfokozatú skálán, ahol 0 = soha és 7 = naponta

		Hallgató	Oktató/Kutató	Munkavállaló	Total
Szabadidő társas eltöltése	Átlag	5,11	5,07	4,87	5,05
	Szórás	1,48	1,88	1,54	1,58
	Minimum	1,00	1,00	1,00	1,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Vallásgyakorlás	Átlag	1,57	1,83	1,20	1,54
	Szórás	2,03	2,05	1,69	1,96
	Minimum	,00	,00	,00	,00
	Maximum	7,00	7,00	6,00	7,00
Kulturális rendezvények látogatása	Átlag	2,55	3,27	2,63	2,72
	Szórás	1,27	1,14	1,22	1,26
	Minimum	,00	1,00	1,00	,00
	Maximum	6,00	6,00	6,00	6,00
Sportrendezvények látogatása	Átlag	1,78	1,39	1,98	1,74
	Szórás	1,40	1,51	1,84	1,54
	Minimum	,00	,00	,00	,00
	Maximum	6,00	6,00	7,00	7,00
Olvasás	Átlag	5,02	6,51	5,13	5,36
	Szórás	2,09	1,16	2,06	2,01
	Minimum	1,00	1,00	1,00	1,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Zenehallgatás	Átlag	5,81	6,37	5,87	5,94
	Szórás	1,94	,97	1,94	1,79
	Minimum	,00	3,00	,00	,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Tévézés, videózás, internetezés	Átlag	6,94	6,95	6,67	6,88
	Szórás	,28	,22	,97	,53
	Minimum	5,00	6,00	1,00	1,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Egyéb hobbitevékenységek	Átlag	5,75	5,83	5,39	5,68
	Szórás	1,70	1,56	1,76	1,68
	Minimum	,00	1,00	1,00	,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Séta, kirándulás	Átlag	4,72	5,22	5,15	4,93
	Szórás	1,81	1,27	1,21	1,59
	Minimum	1,00	2,00	3,00	1,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00
Sportolás	Átlag	4,79	4,80	4,91	4,82
	Szórás	1,98	2,02	1,91	1,96
	Minimum	,00	,00	1,00	,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00

Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

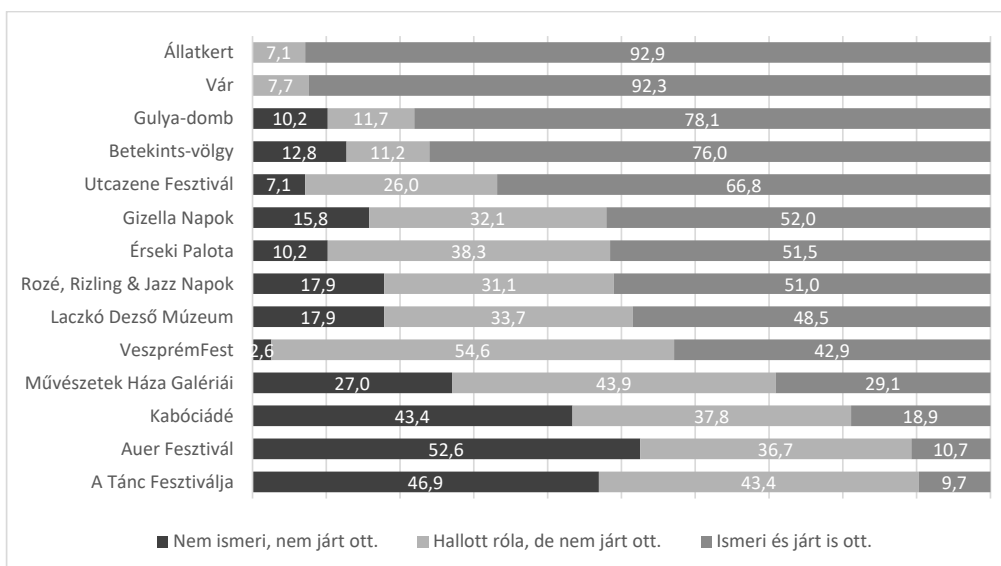
Magyarázat: \*\* Szignifikáns különbség 99%-os megbízhatóság mellett, \* Szignifikáns különbség 95%-os megbízhatóság mellett

Az 1. ábrán látható, hogy a legismertebb és leginkább látogatott veszprémi nevezetességek a Veszprémi Állatkert (a válaszadók 92,9% már járt ott), illetve a Vár (92,3%) voltak. Ezt a két helyet minden válaszadó ismerte, 7% körüli volt azok aránya, akik még nem látogatták meg.

A két legismeretlenebb veszprémi kulturális program az Auer Fesztivál volt, amiről a válaszadók több mint fele nem is hallott még (52,6%), illetve a Tánc fesztiválja is a megkérdezettek közel fele (46,9%) számára ismeretlen.



Veszprémi nevezetességek ismertségének százalékos eloszlása



Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

Az életkort tekintve elmondható, hogy minél idősebb egy válaszadó, annál több veszprémi nevezetességet és látnyalót ismer és látogat ( $r=0,453$ ,  $p=0,000$ ).

### Az érzelmi intelligencia

Az érzelmi intelligencia összpontszámát vizsgálva a Pannon Egyetem közösségének csoportjai között nem volt szignifikáns különbség (2. táblázat). A közösség átlag EQ-pontszáma 153,81 (min=98, max=205, SD=21,75). Egyedül az Önuralom dimenzióban volt szignifikáns eltérés a hallgatók és oktatók/kutatók között ( $F=4,499$ ,  $p=0,012$ ) az utóbbiak javára.

A korrelációs vizsgálat alapján elmondható, hogy az életkor előrehaladtával az EQ szintje szignifikáns emelkedést mutat ( $r=0,239$ ,  $p=0,001$ ). Legkevésbé a Társas hajlam nő ( $r=0,175$ ,  $p=0,014$ ), ezt követi az Érzelmesség ( $r=0,168$ ,  $p=0,018$ ) és a legerősebben az Önuralom képessége növekszik ( $r=0,304$ ,  $p=0,000$ ). Az egész közösséget vizsgálva, az EQ leggyengébb dimenziójának a Társas hajlam bizonyult ( $M=4,68$ ,  $SD=1,10$ ), ezt követte az Önuralom ( $M=4,75$ ,  $SD=0,87$ ), az Érzelmesség ( $M=5,24$ ,  $SD=0,836$ ), majd a Jólét ( $M=5,58$ ,  $SD=0,97$ ).

2. táblázat

A Pannon Egyetem közösségét jellemző érzelmiintelligencia-szintek és az egyes dimenziók átlagpontszámái

Státusz		EQ összpontszám	EQ Jólét	EQ Önuralom	EQ Érzelmesség	EQ Társas hajlam
Hallgató	Átlag	150,48	33,04	25,57*	41,03	27,60
	Szórás	20,18	5,82	5,37	6,39	6,23
	Minimum	98,00	11,00	14,00	23,00	12,00
	Maximum	203,00	42,00	40,00	55,00	41,00
Oktató/Kutató	Átlag	159,51	34,29	30,07*	42,66	29,49
	Szórás	22,02	5,86	5,04	6,83	6,49
	Minimum	102,00	13,00	12,00	27,00	17,00
	Maximum	205,00	42,00	39,00	55,00	42,00
Munkavállaló	Átlag	156,61	33,96	29,46	43,39	28,02
	Szórás	24,01	5,92	4,65	7,08	7,46
	Minimum	102,00	14,00	20,00	28,00	9,00
	Maximum	197,00	42,00	39,00	55,00	42,00
Teljes minta	Átlag	153,81	33,52	28,54	41,92	28,09
	Szórás	21,75	5,85	5,23	6,69	6,60
	Minimum	98,00	11,00	12,00	23,00	9,00
	Maximum	205,00	42,00	40,00	55,00	42,00

Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

Magyarázat: \* Szignifikáns eltérés 95%-os megbízhatóság mellett.

### Az EQ és a kultúrafogyasztás

A 3. táblázatban látható az EQ és dimenziói, valamint a szabadidővel kapcsolatos változók korrelációs mátrixa. A sportrendezvények látogatása, tévénézés, videózás és hobbitevékenységek (kertészkedés, házi kedvencel foglalkozás) nem mutatnak összefüggést az érzelmi intelligencia szintjével. Ellenben minél magasabb érzelmi intelligenciával rendelkezik valaki, annál több időt tölt mások társaságában ( $r=0,275$ ,  $p>0,01$ ), sportolással ( $r=0,219$ ,  $p<0,01$ ), olvasással, ( $r=0,223$ ,  $p<0,05$ ), kirándulással ( $r=0,215$ ,  $p<0,01$ ) és kulturális rendezvények látogatásával ( $r=0,176$ ,  $p<0,05$ ). Akik magas kulturális intelligenciával rendelkeznek, azok több időt töltenek társas szabadidőprogramokkal, kulturális rendezvények látogatásával, olvasással, zenehallgatással és kirándulással. Ha az érzelmi intelligencia egyes dimenzióit vizsgáljuk, eltérő mintázatot láthatunk. A társasági szabadidős programok gyakorisága szignifikáns kapcsolatban van a Jóllét ( $r=0,341$ ,  $p<0,01$ ), az Érzelmesség ( $r=0,238$ ,  $p<0,01$ ) és a Társas hajlam ( $r=0,190$ ) dimenziókkal is. Az olvasás az Önuralom képességével áll szignifikáns kapcsolatban ( $r=0,265$ ,  $p<0,01$ ), a zenehallgatás pedig az Érzelmesség dimenziójával ( $r=0,203$ ,  $p<0,01$ ). A Társas hajlam, mint érzelmi intelligencia-faktor a kirándulással és sportolással is összefügg ( $r=0,209$ ,  $p=0,01$ , sportolás esetében  $r=0,224$ ,  $p<0,01$ ) és kapcsolatba hozható a szabadidő társas eltöltésével ( $r=0,90$ ,  $p<0,01$ ), valamint a hobbitevékenységekkel is ( $r=0,152$ ,  $p<0,05$ ) (3. táblázat).

voltak. Az elmúlt év kulturális tevékenységeinek száma pozitív, szignifikáns kapcsolatban van az érzelmi intelligenciával ( $r=0,307$ ,  $p=0,000$ ). Az EQ dimenzióit vizsgálva a legerősebb összefüggés az Érzelmességgel mutatkozott ( $r=0,309$ ,  $p<0,01$ ), ezt követte a Jóllét ( $r=0,242$ ,  $p<0,01$ ), majd a Társas hajlam ( $r=0,226$ ,  $p<0,226$ ).

Az érzelmi intelligencia szintje összefüggést mutat azal, hogy valaki mennyi veszprémi helyet ismer és látogat ( $r=0,181$ ,  $p<0,05$ ). Dimenziók szintjén pedig minél magasabb pontzámmal rendelkezik valaki a Jóllét ( $r=0,147$ ,  $p<0,05$ ) és a Társas hajlam dimenzióiban ( $r=0,175$ ,  $p<0,05$ ), annál aktívabb ismerője Veszprém nevezetes helyeinek és eseményeinek.

*Ezen eredmények alapján az első előfeltevésünket elfogadjuk, mivel az érzelmi intelligencia és a kultúrafogyasztás tényezői között pozitív, szignifikáns kapcsolatokat igazoltunk. Az összefüggések megjelentek az érzelmi intelligencia dimenzióinak szintjén is.*

### A kulturális intelligencia

A CQ összpontszáma 20 és 140 közé eshet, a válaszadók átlaga 90,57 volt (min=20, max=138, SD=22,66). Szignifikáns eltérés csak a hallgatók és oktatók/kutatók csoportja között volt, utóbbiak átlagban 10,51 ponttal alacsonyabb CQ-pontszámmal rendelkeznek ( $p=0,03$ ). A dimenziókat tekintve a Kognitív a leggyengébb ( $M=3,87$ ,  $SD=1,25$ ), ezt követi a Metakognitív dimenzió ( $M=4,47$ ,  $SD=1,40$ ), majd

3. táblázat

Az EQ (és dimenziói), valamint a preferált szabadidős tevékenységek korrelációs mátrixa

	EQ összpontszám	Jóllét	Önuralom	Érzelmesség	Társas hajlam
Szabadidő társas eltöltése	<b>0,275**</b>	<b>0,341**</b>	0,104	<b>0,238**</b>	<b>0,190**</b>
Vallásgyakorlás	0,108	0,077	0,108	0,121	0,066
Kulturális rendezvények látogatása	<b>0,176*</b>	<b>0,182*</b>	0,124	<b>0,157*</b>	0,115
Sportrendezvények látogatása	0,051	0,102	-0,031	0,023	0,063
Olvasás	0,223**	0,082	<b>0,265**</b>	0,156*	0,125
Zenehallgatás	0,123	0,034	0,060	<b>0,203**</b>	0,060
Tévénézés, videózás	0,019	0,025	-0,007	0,057	0,012
Egyéb hobbitevékenységek	0,055	0,005	-0,082	0,058	<b>0,152*</b>
Séta, kirándulás	<b>0,215**</b>	0,114	0,110	0,135	<b>0,209**</b>
Sportolás	<b>0,219**</b>	<b>0,148*</b>	<b>0,177*</b>	0,098	<b>0,224**</b>

Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

Magyarázat: \*\* Szignifikáns kapcsolat 99%-os megbízhatóság mellett; \* Szignifikáns kapcsolat 95%-os megbízhatóság mellett.

Az elmúlt egy évben a válaszadók maximum 12 kulturális programot (mozi, színház, koncert, fesztivál) jelelhetek meg név szerint, amin az elmúlt 12 hónapban részt vettek. Mivel ez a blokk nem volt kötelezően kitöltendő, ezért 135 választ tudtunk értékelni. Átlagosan 5,08 kulturális tevékenységet neveztek meg a kitöltők ( $SD=3,08$ ), az egyes csoportok között (hallgató, oktató/kutató, munkavállaló) szignifikáns különbségek nem

a Motiváció ( $M=4,80$ ,  $SD=1,46$ ), a legerősebb pedig a Visselkedés dimenziója ( $M=5,07$ ,  $SD=1,49$ ). Ha közelebről szemügyre vesszük az egyes csoportok CQ-dimenzióinak értékét (4. táblázat), akkor szignifikáns különbséget csak a Metakognitív ( $F=4,019$ ,  $p=0,019$ ), illetve Kognitív dimenzióknál ( $F=7,659$ ,  $p=0,007$ ) találunk. Mindkét dimenzió esetében a hallgatók és oktatók/kutatók értékei különböznek szignifikánsan.

A Pannon Egyetem közösségét jellemző kulturálisintelligencia-szintek és az egyes dimenziók átlagpontszámai

Státusz		CQ összpontszám	CQ Motiváció	CQ Viselkedés	CQ Kognitív	CQ Metakognitív
Hallgató	Átlag	87,61	23,92	24,44	<b>22,06**</b>	<b>17,18*</b>
	Szórás	22,44	7,03	7,88	7,59	5,68
	Minimum	20,00	5,00	5,00	6,00	4,00
	Maximum	138,00	35,00	35,00	40,00	28,00
Oktató/Kutató	Átlag	98,12	24,59	27,12	<b>26,36**</b>	20,05*
	Szórás	23,72	7,80	7,81	7,07	5,24
	Minimum	20,00	5,00	5,00	6,00	4,00
	Maximum	136,00	35,00	35,00	40,00	28,00
Munkavállaló	Átlag	90,87	23,85	26,00	23,30	17,72
	Szórás	21,07	7,77	5,73	7,11	5,46
	Minimum	39,00	5,00	15,00	7,00	4,00
	Maximum	129,00	35,00	35,00	37,00	26,00
Teljes minta	Átlag	90,57	24,04	25,37	23,26	17,91
	Szórás	22,66	7,34	7,47	7,53	5,63
	Minimum	20,00	5,00	5,00	6,00	4,00
	Maximum	138,00	35,00	35,00	40,00	28,00

Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

Magyarázat: \*\* Szignifikáns eltérés 99%-os megbízhatóság mellett, \* Szignifikáns eltérés 95%-os megbízhatóság mellett.

A szignifikáns különbség a kognitív dimenziókban magyarázható a hallgatók alacsonyabb életkorával és azzal is, hogy az oktatók/kutatók szélesebb körű kulturális ismeretanyaggal találkoztak már munkájuk révén, ami tükröződik a magasabb pontszámokban is. Ezt megerősíti az életkor és a CQ Kognitív és Metakognitív dimenziói közötti pozitív, szignifikáns korreláció is ( $r_{\text{kognitív}}=0,215$ ,  $p<0,05$ ,  $r_{\text{metakognitív}}=0,183$ ,  $p<0,01$ ), ami alátámasztja, hogy a kulturális ismeretanyagunk az életkor előrehaladtával nő. A Viselkedés és a Motiváció dimenzió értékei teljesen függetlenek attól, hogy az egyén milyen szerepet tölt be a Pannon Egyetem közösségében, vagy mennyi időt (p=0,95).

#### A CQ és a kultúrafogyasztás

A sportrendezvények látogatása, a tévézés, internetezés és hobbifoglaltságok, valamint a sportolás nem mutat összefüggést a CQ szintjével. A legerősebb szignifikáns kapcsolat a szabadidős társas tevékenységekkel ( $r=0,302$ ,  $p<0,01$ ), a kulturális rendezvények látogatásával ( $r=0,292$ ,  $p<0,01$ ), az olvasással ( $r=0,254$ ,  $p<0,01$ ) és a zenehallgatással ( $r=0,179$ ,  $p<0,05$ ) összefüggésben fedezhető fel.

A CQ egyes dimenzióit vizsgálva látható, hogy a szabadidős társas eltöltésének gyakorisága az, ami a legerősebben mozog együtt a CQ összes dimenziójával, és magával az összpontszámmal is a legszorosabb kapcsolatban van (5. táblázat, első sor). A Metakognitív dimenzió ren-

A CQ (és dimenziói), valamint a preferált szabadidős tevékenységek korrelációs mátrixa

	CQ összpontszám	Motiváció	Viselkedés	Kognitív	Metakognitív
Szabadidős társas eltöltése	0,302**	0,237**	0,269**	0,232**	0,244**
Vallásgyakorlás	0,111	0,010	0,069	<b>0,172*</b>	0,123
Kulturális rendezvények látogatása	<b>0,292**</b>	<b>0,197**</b>	0,101	<b>0,279**</b>	<b>0,339**</b>
Sportrendezvények látogatása	0,085	0,116	-0,037	0,104	0,116
Olvasás	<b>0,254**</b>	0,114	<b>0,182*</b>	<b>0,232**</b>	<b>0,313**</b>
Zenehallgatás	<b>0,179*</b>	0,118	0,115	<b>0,166*</b>	<b>0,162*</b>
Tévézés, videózás	0,093	0,122	0,092	0,055	0,087
Egyéb hobbitevékenységek	0,065	0,101	0,124	-0,033	0,078
Séta, kirándulás	0,171*	<b>0,172*</b>	0,023	0,129	<b>0,213**</b>
Sportolás	0,073	0,130	0,006	0,038	0,064

Forrás: saját szerkesztés primer kutatás alapján

Magyarázat: \*\* Szignifikáns kapcsolat 99%-os megbízhatóság mellett; \* Szignifikáns kapcsolat 95%-os megbízhatóság mellett.

delkezik a legtöbb kapcsolattal, minél gyakrabban látogat valaki kulturális rendezvényeket ( $r=0,339$ ,  $p<0,01$ ), illetve minél több időt tölt olvasással, annál erősebb a kulturális intelligenciájának kognitív dimenziója, vagyis annál több információval rendelkezik más kultúrákról és annál hatékonyabban ismeri fel saját gondolati mintáit, amik alapján ítéletet alkot egy eltérő kulturális helyzetben másokról. A társas tevékenységek, mint a szabadidős programok ( $r=0,244$ ,  $p<0,01$ ), kirándulás ( $r=0,213$ ,  $p<0,01$ ), illetve a zenehallgatás ( $r=0,162$ ,  $p<0,01$ ) gyengébb, de szignifikáns kapcsolatban vannak a CQ Metakognitív dimenziójával. A CQ Kognitív dimenziójánál hasonló mintázatot figyelhetünk meg, az egyetlen eltérés a Metakognitív dimenzióhoz képest a vallásgyakorlás, ami kapcsolatban van a Kognitív dimenzió szintjével is ( $r=0,172$ ,  $p<0,05$ ). A Viselkedés dimenzió azoknál erősebb, akik több időt töltenek társas szabadidős tevékenységekkel ( $r=0,302$ ,  $p<0,01$ ) és olvasással ( $r=0,182$ ,  $p<0,05$ ). A Motiváció dimenziója az aktív programok gyakoriságával van kapcsolatban, akik magasabb Motivációs CQ-val rendelkeznek, azok több időt fordítanak társas összejövetelekre ( $r=0,237$ ,  $p<0,01$ ), kulturális rendezvények látogatására ( $r=0,197$ ,  $p<0,01$ ) és kirándulásra is ( $r=0,172$ ,  $p<0,05$ ).

Az elmúlt 12 hónapot tekintve, a válaszadók kulturális tevékenységeinek összarabszáma pozitív, szignifikáns kapcsolatban áll a CQ-val ( $r=0,308$ ,  $p=0,000$ ) és az összes dimenzióval is szignifikáns, pozitív kapcsolatban áll. Legerősebb összefüggés a Metakognitív ( $r=0,332$ ,  $p<0,01$ ) és Viselkedés dimenziókkal mutatkozott ( $r=0,233$ ,  $p<0,01$ ), ezt követte a Kognitív ( $r=0,231$ ,  $p<0,01$ ) és Motivációs dimenzió ( $r=0,221$ ,  $p<0,01$ ).

A magasabb CQ-val rendelkezők több veszprémi helyet ismernek és látogattak már meg ( $r=0,181$ ,  $p<0,05$ ). Ez a fajta kulturális aktivitás a Kognitív ( $r=0,205$ ,  $p<0,01$ ) és Metakognitív dimenziókkal ( $r=0,192$ ,  $p<0,01$ ) áll szignifikáns kapcsolatban.

*Ezen eredmények alapján a második előfeltevésünket is elfogadjuk, mivel a kulturális intelligencia és a kultúra-fogyasztás tényezői között pozitív, szignifikáns kapcsolatokat igazoltunk. Az összefüggések megjelentek a kulturális intelligencia dimenzióinak szintjén is.*

## Összegzés és következtetések

A kapott eredmények részben összhangban állnak a szakirodalomban bemutatott elméletekkel és a korábbi empirikus hazai és nemzetközi kutatásokkal, részben pedig új összefüggésekre világítanak rá.

Az egyetemi közösségek – oktatók, nem oktató és kutató munkavállalók, hallgatók – szabadidő-eltöltési szokásainak vizsgálata alapján a leggyakoribb szabadidős tevékenység a TV-nézés, internetezés és videózás, valamint a zenehallgatás, legkevesebb időt pedig vallásgyakorlásra és sportrendezvények látogatására fordítanak. A három csoport szokásait vizsgálva elmondható, hogy a kulturális események látogatásában szignifikáns eltérések mutatkoznak a csoportok között: leggyakrabban az oktatók látogatnak ilyen programokat, őket követik az egyetem nem oktató és kutató munkavállalói, majd a hallgatók.

Az összes többi szabadidős tevékenység esetében nem volt szignifikáns eltérés a Pannon Egyetem közösségét alkotó csoportok között. Vizsgálataink ugyanakkor kimutatták, hogy az életkor szignifikáns kapcsolatban van a szabadidős tevékenységekkel, így minél idősebb valaki, annál több időt tölt vallásgyakorlással és kulturális rendezvények látogatásával, valamint annál kevesebb időt tölt sportrendezvények látogatásával.

A veszprémi kulturális attrakciók ismertségére vonatkozó kutatásunk alapján a legismertebb és leginkább látogatott nevezetességek a Veszprémi Állatkert, illetve a Vár, ezt a két helyet minden válaszadó ismeri és 7% azok aránya, akik még nem látogatták meg. A két legkevésbé ismert veszprémi kulturális program az Auer Fesztivál, illetve a Tánc fesztiválja, melyekről a válaszadók fele nem is hallott még.

A szabadidős tevékenységek, ezen belül a kultúra-fogyasztás és az érzelmi intelligencia összefüggéseit vizsgálva elmondható, hogy minél magasabb érzelmi intelligenciával rendelkezik valaki, annál több időt tölt mások társaságában, sportolással, olvasással, kirándulással és kulturális rendezvények látogatásával. Az elmúlt év kulturális tevékenységeinek száma pozitív, szignifikáns kapcsolatban van az érzelmi intelligenciával.

A kulturális intelligencia és a szabadidős tevékenységek közötti összefüggések vizsgálata azt mutatta, hogy akik magas kulturális intelligenciával rendelkeznek, azok több időt töltenek társas szabadidős programokkal, kulturális rendezvények látogatásával, olvasással, zenehallgatással és kirándulással. Legerősebb szignifikáns kapcsolat a szabadidős társas tevékenységekkel, kulturális rendezvények látogatásával, az olvasással és a zenehallgatással összefüggésben fedezhető fel. A CQ egyes dimenzióit vizsgálva látható, hogy minél gyakrabban látogat valaki kulturális rendezvényeket, illetve minél több időt tölt olvasással, annál erősebb a kulturális intelligenciájának kognitív dimenziója.

## A kutatás korlátai és további kutatások

Jelen kutatásunk a Pannon Egyetem közösségével folytatott longitudinális kutatásunk egy részét mutatta be. A kapott eredmények mélyebb elemzése és más faktorokkal (helyi identitás, életminőség) való összefüggés vizsgálata, feltételezéseink szerint hiánypótló elemzéseket adhat. Kutatásunk jelenleg csak egy közösségre fókuszál, a veszprémi egyetemi közösségre. Azonban a kutatócsoport tervei között szerepel, hogy a felmérést elvégezze nemzetközi hallgatók és a veszprémi és Balaton régió lakossága körében, illetve kiterjessze magyarországi és nemzetközi EKF-városokra.

## Felhasznált irodalom

- Agárdi, P. (2015). *Nemzeti értékviták és kultúrafelfogások, 1847-2014*. Budapest, Hungary: Napvilág Kiadó.
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00066-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0)

- Alon, I., & Higgins, J. M. (2005). Global leadership success through emotional and cultural intelligences. *Business Horizons*, 48(6), 501-512. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2005.04.003>
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3(3), 335-371. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x>
- Árva, L., & Könyves, E. (2010). Educational Tourism and Its Effects on Regional Economy and Destination Management. In: *Constructing Central Europe: Tourism Competitiveness. Pannon University Conference Papers* (pp. 283-299). Veszprém: Pannon Egyetem.
- Bakucz, M. (2001). Gondolatok a városi turizmus fejlesztéséről, két testvérváros vendégkörének elemzése alapján. *Tér és Társadalom*, 15(1), 131-151. <https://doi.org/10.17649/TET.15.1.791>
- Balázs, L. (2014). *Érzelmi intelligencia a szervezetben és a képzésben*. Miskolc, Hungary: Z-Press Kiadó Kft.
- Balogh, Á. (2011). *Kulturális intelligencia – a 21. század kulcskompetenciája?* (Doktori disszertáció). Pannon Egyetem, Veszprém, Hungary. [https://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2011/Balogh\\_Agnes\\_dissertation.pdf](https://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2011/Balogh_Agnes_dissertation.pdf)
- Bandarin, F. (2011). A new international instrument: the proposed UNESCO Recommendation for the Conservation of Historic Urban Landscapes. *Informationen zur Raumentwicklung*, 3(4), 179-182.
- Bandarin, F., & Van Oers, R. (2012). *The Historic Urban Landscape: Managing Heritage in an Urban Century*. Chichester: Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119968115>
- Berry, J. W., Kim, U., & Boski, P. (1988). Psychological acculturation of immigrants. In Y. Y. Kim, W. B. Gudykunst (Eds.), *Cross-cultural adaptation: Current approaches* (pp. 62-89). London: SAGE.
- Chatterton, P. (2000). The cultural role of universities in the community: revisiting the university – community debate. *Environment and Planning A*, 32(1), 165-181. <https://doi.org/10.1068/a3243>
- Chen, G., Kirkman, B. L., Kim, K., Farh, C. I., & Tangirala, S. (2010). When does cross-cultural motivation enhance expatriate effectiveness? A multilevel investigation of the moderating roles of subsidiary support and cultural distance. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1110-1130. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.54533217>
- Cleveland, J. N., O'Neill, J. W., Himelright, J. L., Harrison, M. M., Crouter, A. C., & Drago, R. (2007). Work and family issues in the hospitality industry: Perspectives of entrants, managers, and spouses. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 275-298. <https://doi.org/10.1177/1096348007299919>
- Cooper, C. (2006). Lakes as tourism destination resources. In Hall, C. M. & Härkönen, T. (eds.), *Lake Tourism. An integrated approach to lacustrine tourism systems* (pp. 27-42). Clevedon: Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410421-005>
- Copeland, T. (2004). Heritage and education: A European perspective. In *Proceedings of the Europa Nostra Forum 2004* (pp. 19-22). The Hague: Europa Nostra.
- Crowne, K. A., Phatak, A. V., & Salunkhe, U. (2009). Does culture influence intelligence? A study of the influence of cultural context. In Härtel, C.E.J., Ashkanasy, N.M. & Zerbe, W.J. (Ed.), *Emotions in Groups, Organizations and Cultures* (Research on Emotion in Organizations, Vol. 5) (pp. 275-297). Bingley: Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1746-9791\(2009\)0000005014](https://doi.org/10.1108/S1746-9791(2009)0000005014)
- Cultural Heritage Counts for Europe Report* (2015). Published on behalf of the CHCfE Consortium by the International Cultural Centre, Krakow. [http://blogs.en-cate.org/culturalheritagecountsforeurope/wp-content/uploads/2015/06/CHCfE\\_FULL-REPORT\\_v2.pdf](http://blogs.en-cate.org/culturalheritagecountsforeurope/wp-content/uploads/2015/06/CHCfE_FULL-REPORT_v2.pdf)
- Dagher, G. K. (2010). The relation between motivational and behavioral cultural intelligence and the three dimensions of cross-cultural adjustment among Arabs working in the USA. *Business Review*, 15(1), 137-43.
- David, S. A., Boniwell, I., & Ayers, A. C. (Eds.). (2014). *The Oxford handbook of happiness*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199557257.001.0001>
- Dulewicz, V., & Higgs, M. (2000). Emotional intelligence – A review and evaluation study. *Journal of Managerial Psychology*, 15(4), 341-372. <https://doi.org/10.1108/02683940010330993>
- Earley, P. C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford: Stanford University Press.
- Earley, P. C., & Mosakowski, E., (2004). Cultural Intelligence. *Harvard Business Review*, Oct, 139-146. <https://hbr.org/2004/10/cultural-intelligence>
- Falussy, B. (2004). *Az időfelhasználás metszetei*. Budapest, Hungary: Új Mandátum Kiadó.
- Fekete, M. (2018). *eIDŐ, avagy a szabadidő behálózása: generációs kultúrafogyasztás a digitális korban*. Szeged, Hungary: Belvedere Meridiale. <https://doi.org/10.14232/belvbook.2018.58535>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Frenkel, A., Bendit, E., & Kaplan, S. (2013). Residential location choice of knowledge-workers: The role of amenities, workplace and lifestyle. *Cities*, 35(Dec), 33-41. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.06.005>
- Fusco Girard, L. (2013). Toward a smart sustainable development of port cities/areas: The role of the “Historic Urban Landscape” approach. *Sustainability*, 5(10), 4329-4348. <https://doi.org/10.3390/su5104329>
- Gardner, K. J., & Qualter, P. (2010). Concurrent and incremental validity of three trait emotional intelligence measures. *Australian Journal of Psychology*, 62(1), 5-13. <https://doi.org/10.1080/00049530903312857>

- Giddens, A. (2003). *Szociológia*. Budapest, Hungary: Osiris Kiadó.
- Glaeser, E. L., & Mare, D. C. (2001). Cities and skills. *Journal of Labor Economics*, 19(2), 316-342. <https://doi.org/10.1086/319563>
- Goleman, D. (1996). Emotional intelligence. Why it can matter more than IQ. *Learning*, 24(6), 49-50.
- Gordos, T. (2000). A városmarketing néhány kérdése. *Tér és Társadalom*, 14(2-3), 183-193. <https://doi.org/10.17649/TET.14.2-3.585>
- Göndör, A., & Komlósi, E. (2012). A személyiség alapú érzelmi intelligenciamodell alkalmazásának lehetőségei az érzelmi intelligencia szervezeti teljesítményre gyakorolt hatásának mérésében. In Halm, T., & Radványi, T. (szerk.), *Kutatás és tudás: dolgozatok a BGF Pénzügyi és Számviteli Karának tudományos műhelyéből 2011-2012* (pp. 185-196). Budapest, Hungary: Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hill, D. (2010). *Emotionomics: Leveraging emotions for business success*. London: Kogan Page Publishers.
- Hofstede, G. H., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2005). *Cultures and organizations: Software of the mind* (Vol. 2). New York: McGraw-Hill.
- Jaafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, 48(June), 154-163. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.018>
- Kant, R. (2019). Emotional intelligence: A study on university students. *Journal of Education and Learning*, 13(4), 441-446. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v13i4.13592>
- Karma, K., & Vedina, R. (2009). Cultural intelligence as a prism between workforce diversity and performance in a modern organization. *Review of International Comparative Management*, 10(3), 527-542. [https://www.researchgate.net/publication/46567733\\_Cultural\\_Intelligence\\_as\\_a\\_Prism\\_between\\_Workforce\\_Diversity\\_and\\_Performance\\_in\\_a\\_Modern\\_Organization](https://www.researchgate.net/publication/46567733_Cultural_Intelligence_as_a_Prism_between_Workforce_Diversity_and_Performance_in_a_Modern_Organization)
- Khalili, A. (2011). Gender differences in emotional intelligence among employees of small and medium enterprise: An empirical study. *Journal of International Management Studies*, 6(2), 184-193. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n12p180>
- Komlósi, E. (2016). *Don't worry, be emotionally intelligent: Hotel functional managers' trait emotional intelligence and its relation to task and contextual performance within organisational culture in Hungary* (Doktori disszertáció). Derby University, Derby, United Kingdom). <https://derby.openrepository.com/handle/10545/614995>
- KSH (2010). *Időmérleg-módszertan*. [http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/idomerleg\\_mod.pdf](http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/idomerleg_mod.pdf)
- Lengyel, M. (1994). *A turizmus általános elmélete*. Budapest, Hungary: KIT Képzőművészeti Kiadó.
- Lin, Y. C., Chen, A. S. Y., & Song, Y. C. (2012). Does your intelligence help to survive in a foreign jungle? The effects of cultural intelligence and emotional intelligence on cross-cultural adjustment. *International Journal of Intercultural Relations*, 36(4), 541-552. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2012.03.001>
- Lopes, P. N., Grewal, D., Kadis, J., Gall, M., & Salovey, P. (2006). Evidence that emotional intelligence is related to job performance and affect and attitudes at work. *Psicothema*, 18(Suplemento), 132-138.
- Lovvorn, A. S., & Chen, J. S. (2011). Developing a global mindset: The relationship between an international assignment and cultural intelligence. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9), 275-283. [https://ijbssnet.com/journals/Vol.2\\_No.9\\_Special\\_Issue\\_-\\_May\\_2011/32.pdf](https://ijbssnet.com/journals/Vol.2_No.9_Special_Issue_-_May_2011/32.pdf)
- Lőrincz, K. (2017). A fenntarthatóság társadalmi vetületei az Európai Kulturális Főváros projektben. *Comitatus*, 27(224), 64-72. [http://www.mrtt.hu/files/comitatus/comitatus\\_2017\\_kulonszam.pdf](http://www.mrtt.hu/files/comitatus/comitatus_2017_kulonszam.pdf)
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., & Cherkasskiy, L. (2011). Emotional intelligence. The Cambridge handbook of intelligence. *New York, NY: Cambridge University Press*. 528-549. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511977244.027>
- Michalkó, G. (2007). *A turizmuselmélet alapjai*. Székesfehérvár, Hungary: Kodolányi János Főiskola.
- Nagy, H., Oláh, A., & G. Tóth, K. (2009). Az érzelmi intelligencia mérésének néhány problémája: a fejlődési kritérium tesztelése. *Pszichológia*, 29(2), 165-186. <https://doi.org/10.1556/Pszicho.29.2009.2.5>
- Oláh, A. (2005). *Érzelmek, megküzdés és optimális élmény*. Budapest, Hungary: Trefort Kiadó.
- Palmer, B. R., Gignac, G., Ekermans, G., & Stough, C. (2008). A comprehensive framework for emotional intelligence. In R.J. Emmerling, & V.K. Shanwal (Eds.), *Emotional intelligence: Theoretical & cultural perspectives* (pp. 17-38). New York: Nova Science Publishers.
- Palonen, E. (2010). Multi-level cultural policy and politics of European Capitals of Culture. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 13(01), 87-108. [https://www.researchgate.net/publication/277246211\\_Multi-Level\\_Cultural\\_Policy\\_and\\_Politics\\_of\\_European\\_Capitals\\_of\\_Culture](https://www.researchgate.net/publication/277246211_Multi-Level_Cultural_Policy_and_Politics_of_European_Capitals_of_Culture)
- Papp-Váry, Á. (2004). Országok márkái, márkák országai – Az országeredethatás elmélete és gyakorlata. In Czagány L., & Garai I. (szerk.), *A szociális identitás, az információ és a piac. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei 2004* (pp. 297-315). Szeged: JATEPress.
- Pásztor, J. (2020a) Kulturális Intelligencia (CQ) - A jövő vezetőinek kulcskompetenciája In: Szabó, Csaba (szerk.) *XXIII. Tavaszi Szél Tanulmánykötet : Tavaszi Szél - Spring Wind 2020* (pp. 497-508). Budapest, Magyarország Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) <https://doi.org/10.23715/TSZ.2020>
- Pásztor, J. (2020b). A kulturális intelligencia (CQ) és a kulturális különbségek leküzdésének kapcsolata. In Kocsmáros, E. (Ed.), *12th International Conference of J. Selye University. Economics Section: Conference Proceedings* (pp.321-334). Komarno: J. Selye University. <https://doi.org/10.36007/3754.2020.321>

- Pérez-González, J. C., & Sanchez-Ruiz, M. J. (2014). Trait emotional intelligence anchored within the Big Five, Big Two and Big One frameworks. *Personality and Individual Differences*, 65(July), 53-58.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.021>
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15(6), 425-448.  
<https://doi.org/10.1002/per.416>
- Petrides, K. V., Sanchez-Ruiz, M. J., Siegling, A. B., Saklofske, D. H., & Mavroveli, S. (2018). Emotional intelligence as personality: Measurement and role of trait emotional intelligence in educational contexts. In *Emotional intelligence in education* (pp. 49-81). Cham: Springer.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-90633-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-90633-1_3)
- Petrides, K.V. (2009) Psychometric Properties of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue). In Parker J., Saklofske D., & Stough C. (eds.), *Assessing Emotional Intelligence. The Springer Series on Human Exceptionality* (pp. 85-101). Boston, MA: Springer.  
[https://doi.org/10.1007/978-0-387-88370-0\\_5](https://doi.org/10.1007/978-0-387-88370-0_5)
- Puczko, L., & Rätz, T. (2000). *Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei*. Budapest, Hungary: Geomédia Szakkönyvek.
- Raffay, Á., & Lőrincz, K. (2018). EKF Mindenkinél! Egy Európai Kulturális Főváros pályázat előkészítésének kulisszatitkai. In Csapó, J., Gorfesic, V., & Törőcsik, M. (eds.), *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet* (pp. 136-143). Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Rahman, M. S., Ferdousy, S., & Uddin, M. A. (2012). Exploring the relationships between emotional intelligence, leadership styles, and gender: An empirical study. *SIU Journal of Management*, 2(2), 27-57.
- Rätz, T., & Michalkó, G. (2005). Kultúra és regionális fejlődés: A turizmus és az egyetemek szerepe a vidéki városokban. In Enyedi, Gy., & Keresztély, K. (szerk.), *A magyar városok kulturális gazdasága* (pp. 123-142). Budapest: MTA Társadalomkutató Központ.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.  
<https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Sliter, M., Chen, Y., Withrow, S., & Sliter, K. (2013). Older and (emotionally) smarter? Emotional intelligence as a mediator in the relationship between age and emotional labor strategies in service employees. *Experimental Aging Research*, 39(4), 466-479.  
<https://doi.org/10.1080/0361073X.2013.808105>
- Sokołowicz, M. E. (2019). Student cities or cities of graduates? The case of Lodz and its students declared preferences. *Population, Space and Place*, 25(2), e2177.  
<https://doi.org/10.1002/psp.2177>
- Thomas, D. C., & Inkson, K. (2003). People skills for global business: Cultural intelligence. *San Francisco: Berrett-Koehler*.
- Tsaousis, I., & Kazi, S. (2013). Factorial invariance and latent mean differences of scores on trait emotional intelligence across gender and age. *Personality and Individual Differences*, 54(2), 169-173.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.08.016>
- Van Rooy, D. L., Alonso, A., & Viswesvaran, C. (2005). Group differences in emotional intelligence scores: Theoretical and practical implications. *Personality and Individual Differences*, 38(3), 689-700.
- Vargas-Sanchez, A., Porrás-Bueno, N., & de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>
- von Proff, S., Duschl, M., & Brenner, T. (2017). Motives behind the mobility of university graduates – A study of three German universities. *Review of Regional Research*, 37(1), 39-58.  
<https://doi.org/10.1007/s10037-016-0107-2>
- Xie, L., & Ritchie, B. W. (2019). The motivation, constraint, behavior relationship: A holistic approach for understanding international student leisure travelers. *Journal of Vacation Marketing*, 25(1), 111-129.  
<https://doi.org/10.1177/1356766717750421>