

Lengyel György:

Vélemény Hámori Balázs

**„Új szereplők és magatartásformák az átalakuló tranzakciós térben”**

című akadémiai doktori értekezéséről

Hámori Balázs értekezése a viselkedés-gazdaságtan fogalmi eszköztárát hasznosítja, s új kutatási területet ölel fel. Az infokommunikációs technológia gazdasági intézményekre és szereplőkre gyakorolt hatásait tárgyalja, ami több diszciplínát is foglalkoztat, s ez hozzájárulhat az ismeretek kumulatív dinamikájához. Részint úgy, hogy az empirikus kutatási eredmények szélesebb körben válnak ismertté, részint pedig úgy, hogy a másodelemzésekre alapozott összegző-áttekintő művek tendenciákat világítanak meg, új perspektívákat és fogalmi készleteket kínálnak. Hámori Balázs akadémiai doktori értekezése ez utóbbi típusba tartozik, s azzal a szándékkal íródott, hogy összefoglalja a szerző több éves kutatási eredményeit a piaci kapcsolatok átformálódása, a figyelem ökonómiája, a bizalom, a verseny és az együttműködés sajátos szimbiotikus formáinak kialakulása terén.

Bár a szerző meggyőződése szerint az infokommunikációs technológia változásai tágabb társadalmi kihatásúak, s egyebek közt befolyásolják a munkanélküliség tömegessé válását és a pénzügyi rendszer ellenőrizhetetlenné válását is, ő vonatkoztatási pontként a piaci tranzakciós tér átalakulására gyakorolt hatással kívánt foglalkozni.

Kérdésfeltevésai arra irányulnak, hogy egy új általános célú technológia (az ICT) elterjedése miféle bizonytalansággal jár, az ipari és az információs társadalom miként illeszkedik egymáshoz, miként versenyeznek és kooperálnak az eladók és a vevők, hogyan befolyásolja ezt a kapcsolatháló jelentőségének és terjedelmének növekedése, a virtualizálódás, a dematerializálódás, a rugalmasság és a változások felgyorsult üteme, s milyen kapcsolatban áll mindez a társadalmi környezettel.

Azok az átfogó kérdések érdeklik tehát, hogy miként változott a bizonytalanság a piaci tranzakciók körében, milyen viselkedésformák járnak ezzel, s e viselkedési és intézményi változások rendszerszerű működésre utalnak-e.

Az elméleti kereteket illetően a szerző jórészt, bár nem kizárólagosan a komparatív intézményi elemzés eszköztárára támaszkodik. Fő módszere a szakirodalomból és a makrostatisztikákból merített tények és adatok másodelemzése.

A mű szerkezete világos, érvelése, gondolatmenete jól követhető. A tanulmány két részre, azon belül hét tematikus fejezetre tagolódik. Az első, terjedelmesebb rész az ICT terjedésének jelenségeit, valamint az ezek következtében beálló viselkedési és relációs változásokat, a figyelem, a bizalom, a változó tartalmú identitás kérdéseit tárgyalja. A második rész az intézményi változásokat és ezek viselkedésmintákra gyakorolt hatásait tárgyalja, a verseny és kooperáció újfajta kapcsolódásaira, valamint a versenykorlátozó tényezők hatásaira fókuszálva.

A szerző tisztázza, hogy a disszertáció milyen viszonyban áll korábbi ilyen tárgyú írásaival, s mennyiben tekinthető újnak.

Az információs technológia terjedése kapcsán elsősorban az internetre koncentrálnak, bár felidéz mobil telefonnal kapcsolatos kutatási eredményeket is. Castellshez és Pippa Norrishhoz hasonló leleményességgel mutatja be az ICT penetráció nemzetközi trendjeit. Tisztázza, hogy más általános célú technológiákhoz képest az ICT nem csupán gyorsabban közelít a szaturációs szinthez, de – miként erre Wellman felhívja a figyelmet - megkülönböztető sajátosságának tekinthető a hiperkonnektivitás is, emberek és gépek világméretű hálózatának kialakulása révén.

A szerző tárgyalja azt is, hogy az ICT – számos más új fejlesztési területhez hasonlóan - jellegzetes megjelenési formáiban túlnyomórészt megfoghatatlan, virtuális, dematerializálódott tényezőkből épül fel, miként ezt a szemléltető erejű vizsgálati példák mutatják. Ezen a ponton hasznos lenne további tényeket és adatokat felsorakoztatni, ám ennek nyilvánvalóan gátat szab a jelenség újszerű volta. A Stiglitz-Sen-Fitussi jelentés GDP-vel kapcsolatos megfontolásai, ha másként nem, hát realitás-igényük révén ennek a jelenségnek a megragadásához is közelebb vihetnek.

Másrészt, ha a dematerializálódott szellemi tőke túlsúlyra jutása mellett szólnak érvek, ez óhatatlanul felveti a ritkasági posztulátum érvényességének kérdését. Ha a dematerializált virtuális erőforrások korlátlanul állnak rendelkezésre (p.58), ez nem csupán a közgazdaságtan elemző apparátusának újragondolását igényli – s erre Bowles és más institutionalisták kínálnak is példát -, de implikációi az emberi cselekvés motivációs bázisát is érintik.

A rugalmasság, a modularitás és az egyéniesítés ugyancsak jellemzői a tárgyalt jelenségnek, s ez a tömegtermeléssel és szolgáltatással járó standardizációs igények számára teremt új feltételeket. Az innováció az ICT kapcsán is jól jellemezhető a schumpeteri új kombinációkkal, s egy ilyen valóban új kombináció, a *crowdsourcing* jelensége joggal kap

kiemelt helyet a tárgyalásban. Valóban tömegességében újnak tekinthető jelenség, hogy az ICT fejlesztők jellegzetes esetekben a szervezeten kívüliek hozzájárulására is támaszkodhatnak. Ezen a területen csakugyan megfigyelhető, hogy emberek időt és energiát nem kímélve kapcsolódnak be olyan munkákba, amelyektől többnyire nem remélhetnek személyes hasznot, pusztán a szellemi kihívás, a munka öröme, vagy a virtuális presztízs kedvéért. Kérdés persze, hogy mennyiben valóban tömegesedésről, vagy mennyiben a szervezeten kívüli szakemberek mobilizálásáról van szó. Tehát, hogy mennyiben járulhat hozzá a *crowdsourcing* a másodfajú digitális egyenlőtlenségek kialakulásához, amelyekben nem az ICT-használat ténye, hanem a digitális írástudás minősége a döntő.

Megjegyzem, egy másik, a tárgyalt értekezésen túlmutató implikációja az ICT-nek az, hogy potenciálisan nem csupán a tranzakciós teret, de az *agora* közéleti funkcióját is átformálja. Paradox módon ugyanis a *közvetlen*, deliberatív demokrácia új formáinak tömeges megjelenésére is az ICT *virtuális* eszköztára kínál új lehetőségeket, ám ezzel új, megoldatlan problémákat ugyancsak felszínre hoz.

Fontos implikációi vannak a szerző azon megállapításának, hogy az egyediesítés a fogyasztó és a termelő kooperációjával jár. Ez összhangban van Hayek koncepciójával, mely szerint a piaci tranzakció – szemben a konstruált szervezetekkel - spontán szerveződés, amelyben a felek önként, tág értelemben saját érdekeik által vezérelve vesznek részt.

Az adott közegben újszerűnek számítanak a figyelemmel kapcsolatos fejtegetések, melyek szerint a megszerzett figyelem tőkeként viselkedik. Úgy vélem ez az álláspont közel áll Coleman felfogásához, aki a társadalmi tőke egyik fontos funkciójának tartotta azt, hogy megkönnyíti a költséges információk beszerzését. Ennek kapcsán érdemes disztingválni a figyelem két aspektusa, a figyelmet tanúsítani és a figyelmet kelteni között. Míg az odafigyelés a társadalmi erőforrások fontos aspektusa, a megszerzett és megtartott figyelem, a hírnév közvetlen materiális megtérülésű lehet. A szerző egy ponton megjegyzi, hogy a hírnév diszfunkcionális is lehet és ennek kapcsán szívesen olvastam volna olyan tipikus példáról, amelyek a hírnév nem kívánt mellékhatásaival foglalkoznak.

Külön fejezet dolgozza fel a keretezési hatás és az elérhetőségi tévedés implikációit, utóbbi az ICT kapcsán különösen fontos lehet.

A figyelem az új, közösségi média kapcsán is felbukkan, teljes joggal, hiszen az új média és a hozzá kapcsolódó fogyasztási szokások a figyelem felkeltésének módozatait is átformálják és a figyelem felkeltésére szánt erőforrások átcsoportosításával járnak.

Azáltal, hogy a vevők nem pusztán a hirdetések befogadói, hanem részben hordozói, részben alkotói is, a termelés és a fogyasztás határai összemosódnak. A termelés és a fogyasztás összemosódásának jelensége természetesen nem új, jellegzetes vonása a Karl Bücher által leírt *oikosznak*, s máig jelen van a legtöbb parasztgazdaságban. Ami új és az ICT-vel áll összefüggésben, az a helyhez kötöttség megszűnése, mivel az internet a termelői és a fogyasztói szerepek kapcsolódását a virtuális térbe emeli.

A szerző ezen a ponton feltételes módban a társadalomkritikus szociológiának tulajdonítja a vállalatok feleslegessé válásának tézisét. Miközben elfogadom, hogy a társadalomkritika a szociológia fontos feladata lehet, kevésbé érzekelem, hogy a kutatások e tézis felé mutatnának. Egyrészt a gazdaságszociológiában inkább a vállalati hálózatosodás problémája nyert teret. Másrészt a szakértői és az amatőr szerepek összemosódása a professzionalizációs trend megtörésével járhat, ami nem a vállalat, hanem a weberi bürokratikus szervezet „vasketrecének” erodálódásához vezet. A hálózatosodás és az erózió nem a termelői és szolgáltatói funkciók feleslegessé válását jelzi, hanem a vállalati határok, valamint a szervezési és irányítási módszerek módosulását. Harmadrészt a kritikák a fogyasztói *hedonisztikus* jólléti szemlélet dominanciája ellen irányulnak, szembeállítva ezzel az arisztotelészi *eudaimonikus* jóllét koncepcióját. Ennek kapcsán - miként a *crowdsourcing* esetében is - felmerül, hogy a szakértői hálózatok kibővüléséről van-e szó, vagy az önmegvalósítás tömeges új mintáiról, amelyeket az ICT csatornáz be.

A szociológus bíráló számára a disszertáció talán legizgalmasabb fejtegetései a bizalom problémájához kapcsolódnak. Elfogadom annak jogosultságát, hogy a szerző megkülönbözteti a makro (intézményi) és mikro (szereplők közötti) bizalmat. Ezzel részben analóg, az üzleti kapcsolatok természetére vonatkozó komparatív kutatási eredmények (Sako, Whitley et al.) a távolságtartó és az obligációs kontraktuális viszonyok eltéréseit vizsgálják meg. Tovább gazdagíthatja az elemzést, ha a szociológiai kutatások (pl. Putnam, Yamagishi írásai) nyomán disztigválunk a bizalom két típusa, a generalizált bizalom és a személyes elkötelezettségek között. Az ICT kapcsán felmerülő problémák, az identitásváltás és identitáslopás esetei a generalizált, az ismeretlenül másokba vetett bizalom kontextusába állítva is értelmezhetők. A rejtőzködő és a hamis identitás valóban az ICT által felerősített kihívás, ami érinti az üzleti életet éppúgy, mint a társadalmi élet számos más fontos területét, például a társkeresés gyökeresen átformálódó módszereit (Lőrincz L.). Vannak kutatási eredmények, amelyek szerint a kommunikációs stílusjegyekből az üzenet küldőjének szociokulturális jellemzői bizonyos biztonsággal becsülhetők.

Az ICT a kínálat igen jelentős bővülését hozza magával ám túl a fent jelzett identitás-problémákon új dilemmákat is felvet. Az üzleti életben az e-kereskedelem táguló kínálata elvileg az árak csökkenésével kellene, hogy járjon. Ez bizonyos területeken így van, más területeken nem. A szállodai helyfoglalás esetén például előfordulhat, hogy az interneten foglalt szállásunk mellett a helyszínen találunk más, a neten nem hirdető, de egyébként hasonló adottságú szállodát, kedvezőbb árajánlattal. Ebben az esetben az internet nem árcsökkentő hatású, hanem magasabb árat biztosító eszköz, a nagyobb, a virtuális térben megsokszorozódó kínálat ellenére is. Kétféle értelmezési lehetőség kínálkozik ehhez. Az egyik szerint az internetes helyfoglalás felára a bizonytalanság-redukció díja. Tehát azért fizetünk kicsit magasabb árat, mert nem kell aggódnunk, hogy esetleg szállás nélkül maradunk, miközben kockáztatjuk, hogy elszalasztunk esetleges jól kalkulálható kedvezőbb ajánlatokat is. (A szerző ugyancsak él a bizonytalanság és a kockázat Knighthoz köthető elhatárolásával.) A másik értelmezés az ICT mint társadalmi innováció fertőzés-típusú terjedésével áll összefüggésben. Ahol egy területen az ICT nem érte el a szaturációs szintet, ott az alkalmazók és nem alkalmazók között aszimmetria keletkezik, s ez vezethet magasabb árak mellett is nagyobb forgalomhoz az alkalmazók körében.

Mindez átvezet az értekezés utolsó nagyobb tematikus egységéhez, melynek fejezetei a versengés magatartásformáival és a versenykorlátozó tényezőkkel foglalkoznak. Az infokommunikációban vannak magas tőkeigényű területek, amelyek eleve korlátozzák a potenciális versengők számát, s vannak kisebb tőkeigényű, tudásintenzív területek, amelyek a nagyobb számú start-up jelenlétét feltételezik. Felmerül a kérdés, vajon ez az ágazat egészét tekintve nem egy duális gazdaság képét rajzolja-e fel, amely az erős verseny és a koncentrációs folyamatok következtében kevés számú nagyvállalat és igen nagyszámú kis cég aszimmetrikus viszonyrendszerével jellemezhető. Igen beszédesek azok, a szerző által közölt adatok, amelyek a mobilhálózatok és az internetes keresőmotor-szolgáltatások koncentrációjáról adnak számot. Kérdés továbbá, hogy a hasonlóságok mellett vannak-e különbségek az internet és a mobilhálózatok között, tehát, hogy beszélhetünk-e, vagy milyen megszorításokkal beszélhetünk egységes infokommunikációs ágazatról.

A szerző a versengés új magatartásformái – a kompetíció és kooperáció kombinációi - kapcsán veti fel a piaci hálózatok problémáját. Ezzel a jelenséggel a távlati perspektívát alkalmazó nagy narratívák előtt - mint amilyen Barabásié - , eredetileg több kutató is foglalkozott, így egyebek közt Baker, Fligstein, Swedberg, s persze Granovetter, akit a szerző idéz is.

A tanulmány rávilágít arra, hogy a versenyt e területen több tényező korlátozza. A hagyományos ágazatokban is meglévő tényezők mellett – mint amilyenek a szabványok és a monopolpozíciók -, itt különös jelentősége lehet a hálózati externáliáknak, az információs kaszkádoknak (a személyes tapasztalatot ignoráló utánzásnak), a bennragadásnak és az elsőként mozdulás előnyének. Megjegyzendő, ez utóbbi két elem összefüggést mutathat azzal a jelenséggel, amit az intézményi gazdaságtan útfüggésként tárgyal.

Áttekintve e megállapításokat, összességében Hámori Balázs akadémiai doktori értekezését nyilvános vitára alkalmasnak tartom és elfogadását javaslom.