

UNIVERSITAS BUDAPESTIENSIS DE “METROPOLITAN”

ANNALES

TOMUS VII

UNIVERSITAS BUDAPESTIENSIS DE “METROPOLITAN”

ANNALES

TOMUS VII

Redigit: Jolán RÓKA – Ferenc KISS

Budapest

2015

Szkesztő/Editor: Dr. RÓKA Jolán – Dr. KISS Ferenc

Technikai szerkesztő/Technical Editor: HOLHÓS Krisztina,
BROGYÁN György

© BARANYAI Zsolt, BASSA Lia, BÉRES Dániel, BÉRES Ilona, Dimitrios
CHRISTOU, DÉR Csaba Dezső, DEZSÉNYI Péter, ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY
Szilvia, ERŐS Eszter, FENYVES Katalin, GÖBÖLYÖS N. László, GROTTÉ Judit,
HUZDIK Katalin, IZMINDI Richárd, KISS Ferenc, KOVÁCS Teofil, KRAPECZ Imre,
LICSKÓ Ildikó, NAGY Mihály, NÉMETH Erzsébet, PAPP-VÁRY Árpád, RÓKA
Jolán, SZABÓ G. Gábor, VASS László, ZSÁGER László, 2015

Jelen kiadvány szabad hozzáférésű a Creative Commons „CC BY” licenznek megfelelően.

This publication is Open Access according to the Creative Commons „CC BY” licence scheme.

ISSN: 1789-879X

Első kiadás / First edition, 2015

A sorozatot megjelentető Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola neve megváltozott, 2016. január 1-től Budapesti Metropolitan Egyetem (METU).
The name of the publisher BKF University of Applied Sciences has changed to Budapest Metropolitan University (METU) from 1st January, 2016.

Kiadó/Publisher: Budapesti Metropolitan Egyetem, Budapest
www.metropolitan.hu

Felelős kiadó/Published by: a Budapesti Metropolitan Egyetem vezérigazgatója / CEO of
Budapest Metropolitan University

Tartalom

Baranyai Zsolt, Huzdik Katalin, Szabó G. Gábor

A bizalom egyes dimenzióinak szerepe a magyarországi termelői szerveződések életében5

Bassa Lia

Örökségoktatás.....18

Béres Ilona, Liczkó Ildikó, Nagy Mihály

Informatikai alapismeretek - Mire építhet a főiskolai informatika oktatás?35

Dér Csaba Dezső

Adalékok az első magyar hadtest történetéhez: az érintett vármegyék katonaföldrajzi viszonyai40

Dezsényi Péter

A hazugságvizsgálat esélyei48

Erdeiné Késmárki-Gally Szilvia

Növénytermesztési gépek kiválasztási szempontjainak vizsgálata60

Erős Eszter

A német nyelv reneszánsza66

Fenyves Katalin

„Széttépett esztendők” – Megkülönböztetés, üldöztetés és a zsidó identitás..71

Göbolyös N. László

Médiaábrázolások Fellini és Lumet filmjeiben78

J. Grotte – D. Christou

Junk Food and Culture90

Huzdik Katalin, Béres Dániel, Németh Erzsébet

Pénzügyi kultúra versus kockázatvállalás empirikus vizsgálata a felsőoktatásban tanuló hallgatók körében110

Izmini Richárd

Hierarchikus kapcsolatrendszer a kormánytagok között 1990-ig129

Kiss Ferenc

A magyarországi online turizmus piaca – gyors áttekintés142

Kovács Teofil

A második angol–búr konfliktus debreceni napilapok vezércikkeinek
tükrében167

Krapecz Imre

A számvitel fogalomrendszere197

Papp-Váry Árpád

Mikor hatékony a termék megjelenítés? – A product placement lehetséges
mérési módszerei.....210

Róka Jolán

Nollywood. A nigériai filmipar a XXI. században225

Vass László

Az amerikai kormányzás "public policy" korszaka – elméleti alapvetések229

Zságer László

A nyelvtanítás helyzetének áttekintése nemzetközi kontextusban240

Szerzők / Authors256

BARANYAI ZSOLT, HUZDIK KATALIN, SZABÓ G. GÁBOR

A BIZALOM EGYES DIMENZIÓINAK SZEREPE A MAGYARORSZÁGI TERMELŐI SZERVEZŐDÉSEK ÉLETÉBEN

Összefoglalás

Sajnálatos tapasztalat, hogy amíg az Európai Unió meghatározó zöldség-gyümölcs előállító tagállamaiban a marketing szövetkezetek (pl. TÉSZ-ek) meghatározó szerepet töltenek be a termékpálya koordinálásában, addig az Európai Unióhoz újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon piaci részesedésük meglehetősen alacsony. A témában végzett kutatások döntően egyetértenek abban, hogy e jelenség alapvetően a gazdálkodói bizalom alacsony szintjével magyarázható. Ezt a situációt alapul véve, jelen tanulmány a bizalom szerepét vizsgálja a gazdálkodói szerveződések életében.

A bizalom, mint kutatások tárgya, relatíve új jelenség az agrárközgazdasági kutatásokban, ugyanakkor ennek ellenére az elmúlt néhány évtizedben nagyszámú bizalom-definíció és kategorizálás vált ismertté. Ezen számos bizalom-megközelítésből kutatómunkánk során a McAllister-féle csoportosítást vettük alapul, mely a bizalom két dimenzióját azonosítja: kognitív és affektív. Kutatómunkánk során kérdőívezésen alapuló empirikus vizsgálatok keretében elemeztük a bizalom ezen két aspektusainak szerepét, illetve hatását a szövetkezetekben, különös tekintettel a csoportkohézióra, a tagok elégedettségére, valamint aktivitására.

Kulcsszavak: TÉSZ, bizalom, elégedettség, csoportkohézió.

Abstract

It is very unfortunate that the market share of marketing cooperatives (e.g. POs) is relatively low in countries newly accessed to the European Union - including Hungary - while these organisations have key role in the major vegetable-fruit producing member states of the EU. Researchers working on the topic mostly agree that this phenomenon can basically be explained by the low level of farmers' trust. Starting from

this situation, the present paper examines the role of trust in the cooperative arrangements of farmers.

Trust, as subject of analysis, is a relatively new phenomenon in agricultural economy research. In spite of this, however, quite a few trust-definitions and categorisations have been published in the last few decades. Out of these numerous trust approaches, the present paper uses McAllister categorisation as a basis. It identifies two dimensions of trust, namely cognitive and affective. Not detailing the exact content of these dimensions, empirical examinations based on questionnaires were used in our research to analyse the role and impact of these two aspects of trust in cooperatives, with special regard to group cohesion, satisfaction and activity of members.

Keywords: PO, trust, satisfaction, group cohesion.

Bevezető gondolatok, kutatási célkitűzések

Tanulmányozva a vonatkozó statisztikai adatokat megállapítható, hogy az Európai Unió meghatározó zöldség-gyümölcs előállító tagállamaiban a termelői szervezetek (pl. marketing szövetkezetek, TЭСZ-ek stb.) meghatározó szerepet töltenek be a termékpálya koordinálásában, addig az Európai Unióhoz újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon piaci részesedésük meglehetősen alacsony, 20% alatti (lásd pl. Bijman et al., 2012); illetve Szabó, 2012a,b). A témában végzett kutatások döntően egyetértenek abban, hogy e jelenség alapvetően a gazdálkodói bizalom alacsony szintjével is magyarázható. Ezt a szituációt alapul véve, jelen tanulmány a bizalom szerepét vizsgálja a gazdálkodói szerveződések életében. Alapvetően arra a kérdésre keressük a választ, hogy a bizalom – és annak egyes dimenziói – hogyan befolyásolják a tagok szövetkezettel szembeni elégedettségét, csoportkohézióját, illetve ezeken keresztül a szövetkezetben kifejtett aktivitását.

A tanulmány a következő struktúrában épül fel: a következő szerkezeti részben röviden ismertetésre kerülnek azon legfontosabb szakirodalmak, melyek a kutatás elméleti megalapozását szolgálják. Ezt követően bemutatjuk a felhasznált adatbázisokat és azok kiértékelésének módszertani kérdéseit, melyeket az empirikus elemzést ismertető szerkezeti rész követ. Végezetül az utolsó szerkezeti részben összegzésre kerülnek a legfontosabb, kutatásból levonható következtetések.

Elméleti alapvetés

A szakirodalomban általában igen fontosnak tekintik a bizalmat a szervezetekben, különösen a tagok gazdasági és nem-gazdasági céljainak elérésében. Sok szerző (pl. Wilson, 2000; Borgen, 2001; Hansen et al., 2002 stb.) szerint (pl. a tranzakciós költségek csökkentésén keresztül) a szervezet versenyképességét javítja a szervezet tagjai között, illetve a szervezet tagsága és a szervezet (menedzsment) között meglévő bizalom.

A bizalommal kapcsolatos tanulmányok közül az egyik legtöbbet idézett McAllister (1995) írása, aki alapvetően kétféle bizalmat különböztet meg: érzelmi alapút („affective”), illetve racionális alapú („cognitive”) bizalmat. Az előbbi inkább szubjektív, érzelmekhez kötött, míg a második racionális kalkulációra, elemzésre, illetve empirikus evidenciákon alapul.

Hansen et al. (2002) fenti kategóriákat továbbfejlesztették és folyamat alapú (dinamikus) megközelítést alkalmaztak. Két dimenzió mentén elemezték az érzelmi, illetve racionális alapú bizalom szerepét a szervezet tagságának megtartásában, a tagság elégedettségében, illetve a szervezet teljesítményében. Tanulmányukban amellet érvelnek, hogy „...a racionális és érzelmi alapú bizalomtípusok egy olyan folyamatra utalnak, ami alapján meghatározható, hogy egy személy, csoport, illetve szervezet megbízható-e” (Hansen et al., 2002: 43). A szerzők alkalmaznak egy további csoportosítást is: megkülönböztetik a tagok egymás közötti, valamint és a tagok, illetve a menedzsment közötti bizalmat. Két marketing szervezet elemzésén alapuló empirikus eredményeik az mutatják, hogy a bizalom a tagok között és a bizalom a tagok és a menedzsment között fontos előrejelzői a csoportkohézióknak, amelyik viszont a tagok szervezetben maradásának, illetve elkötelezettségének egyik fontos indikátora (Hansen et al., 2002: 1).

A fentiek figyelembevételével készült kutatások közül meg kell említeni két magyar empirikus vizsgálatot is, melyek jelen tanulmány előzményei is. Bakucs et al. (2008) a magyar Mórakert szervezet esetében vizsgálták a tagok egymás közötti, illetve a tagok-menedzsment közötti bizalmat, az átalakuló gazdaságok mezőgazdaságát illetően elsőként elemezve a fenti kategóriákat. A kutatás a bizalomnak a szervezet (tagsági) teljesítményére, illetve a tagok elégedettségére, illetve szervezettel való elkötelezettségére fókuszált, Hansen et al. (2002) hipotézisei és eredményei alapján. Bakucs et al. (2008) úgy találták, hogy

a tagok egymás közötti, illetve a tagok-menedzsment közötti bizalma pozitív hatással van a csoportkohézióra. Hansen et al. (2002) megállapításaihoz hasonlóan szintén úgy találták, hogy az érzelmi bizalom nagyobb hatással van a csoportkohézióra, mint - a mindkét szinten vizsgált - racionális bizalom. Ráadásul a tagok közötti bizalom nagyobb hatással van a csoportkohézióra és a tagsági elégedettségre, mint a tagok, illetve a menedzsment közötti bizalom.

A Bakucs et al. (2008) által használt kérdőívet felhasználva, Dudás (2009) szintén megvizsgálta a bizalom csoportkohézióra, illetve a tagok teljesítményére, valamint elégedettségre való hatását, és úgy találta, hogy a bizalom meghatározó szerepet játszik a csoportkohézió kialakulásában. Ezen belül az érzelmi alapú („affective”) bizalom nagyobb hatást gyakorol a csoportkohézióra, mint a racionális alapú („cognitive”) bizalom. Megállapította, hogy „... a csoportkohézió pozitív hatással van a tagság teljesítményére és elégedettségére” (Dudás 2009: 135).

A felhasznált adatforrások bemutatása (Anyag)

Jelen tanulmány adatbázisa a fenti két kérdőívezésen alapuló adatgyűjtésből származik, melynek alanyai a zöldség-gyümölcs szektorban tevékenykedő termelői szerveződések voltak. Az első körben végzett felmérésben (2006) a MÓRAKERT Zöldség-Gyümölcs Termelői Értékesítő Szövetkezet (továbbiakban MÓRAKERT Szövetkezet) tagsága volt érintett (Bakucs et al., 2008). Mint az ismeretes, ez a termelői szerveződés volt Magyarország első és egykoron legnagyobb tagságú és forgalmú termelői értékesítő szervezete (TÉSZ), mely 2010-2011-re gyakorlatilag befejezte tevékenységét, felszámolás alá került. A kérdőíves felmérés időpontjában a TÉSZ több mint félezer nyilvántartott tagsággal rendelkezett, melyből 136 töltötte ki az információs lapot.

A második adat-felvételezés (2008) egy kevésbé ismert (legalábbis a MÓRAKERT Szövetkezethez mérten) termelői szerveződés, a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet tagjait érintette (Dudás, 2009). A szövetkezet 2003. augusztus 25-én kapta meg az előzetes TÉSZ elismerést, 2009. január 1-től pedig végleges TÉSZ elismeréssel rendelkezik. Tevékenységét a mai napig végzi. A felmérés időszakában a szövetkezet 99 taggal rendelkezett, melyből 57 töltötte ki a kérdőívet.

A kutatás módszertani háttere

Az előző szerkezeti részben ismertetett kérdőíves felmérést – részben függetlenül egymástól – két kutatócsoport végezte. Ebből következően a felhasznált kérdőívek adattartalma némileg különbözik, ugyanakkor vannak átfedések, megteremtve az összemérés lehetőségét. Jelen tanulmányunkban ezen átfedésekre építve végezzük el vizsgálatainkat.

1. táblázat: A felmérésben használt kérdések

<p>RACIONÁLIS ALAPÚ BIZALOM</p> <p>(1) Amikor azt értékelem, hogy megbízhatok-e egy másik szövetkezeti tagban, ugyanúgy ésszerűen járok el, mint más üzleti partnerek esetében (<i>egy másik szövetkezeti taggal szembeni racionális bizalom szintje, CT1</i>)</p> <p>(2) Amikor azt értékelem, hogy megbízhatok-e a szövetkezet vezetőiben, ugyanúgy ésszerűen járok el, mint más üzleti partnerek esetében (<i>a szövetkezet menedzsmentjével szembeni racionális bizalom szintje, CT2</i>)</p>
<p>ÉRZELMI ALAPÚ BIZALOM</p> <p>(1) Úgy érzem, hogy bízhatok a többi szövetkezeti tagban (<i>egy másik szövetkezeti taggal szembeni érzelmi bizalom szintje, AT1</i>)</p> <p>(2) Úgy érzem, hogy bízhatok a szövetkezet vezetőiben (<i>a szövetkezet menedzsmentjével szembeni érzelmi bizalom szintje, AT2</i>)</p>
<p>ELÉGEDETTSÉG</p> <p>(1) Úgy ítélem meg, hogy a szövetkezeti tagság jelentős gazdasági hasznot eredményezett a vállalkozásom számára (<i>S</i>)</p>
<p>CSOPORTKOHÉZIÓ</p> <p>(1) Úgy érzem, hogy a szövetkezeti tagság nemcsak anyagi előnyöket ad nekem, hanem egyben egy közösséghez való tartozást is jelent (<i>GC</i>)</p>

Forrás: saját összeállítás

Mindkét kutatócsoport kitért a bizalom, azon belül is a kognitív és affektív bizalmi dimenziók szerepére az együttműködésekben, valamint igyekeztek összefüggést kimutatni e dimenziók, illetve a tagok elégedettsége, valamint a csoportkohézió között. A felmérések ide tartozó kérdéseit az 1. táblázat tartalmazza, melyet a válaszadók 1-7 skálán értékelték.

Mindegy kontroll változóként bevontuk a vizsgálatokba a válaszadók korára (KOR) és iskolai végzettségére (ISK) vonatkozó információkat is, valamint a tagok szövetkezetben nyújtott teljesítménye is - aktivitási ráták (A) képzettségével - kifejezésre került.

Az adatbázisok kiértékelésében a leíró statisztika mutatószámai mellett használtuk a varianciaanalízist (ANOVA) és a láncszerűen konstruált regressziós modelleket is. További fontos módszertani adalék, hogy a regressziós modellekben a változókat standardizált formában szerepeltettük, melynek eredményeként a számított modellparaméterek korrekt módon összemérhetők.

Eredmények

Vizsgálatainkat a következő logika szerint végeztük: első körben azt vizsgáltuk, hogy a szövetkezetenként konstruált többváltozós regressziós modellekben a kontrollváltozók, valamint a bizalomváltozók miként hatnak a tagok elégedettségére. Ezt követően, mintegy láncszerűen bevonva az elégedettség változóját a magyarázó faktorok közé, azonosítani kívántuk a csoportkohéziót befolyásoló tényezőket. Végezetül utolsó lépésként a csoportkohézióval kiegészített magyarázó itemek hatását elemeztük az aktivitási rátára.

Az előbbieken levezetett logika szerint először a szövetkezeti tagok elégedettségét befolyásoló tényezők azonosítására tettünk kísérletet. Mindkét szövetkezet esetében statisztikailag validálható regressziós modelleket sikerült építenünk, melyeknek legfontosabb paramétereit a 2. táblázatban foglaltuk össze. Röviden összegezve a tapasztalatokat megállapítható, hogy összes vizsgált változó közül az affektív (érzelmi) bizalmi dimenzió parciális determináló hatása igazolható csupán a tagok elégedettségére. A szövetkezetek differenciát mutatnak, míg a MÓRAKERT esetében a menedzsmenttel szembeni (AT2), addig a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezetnél a tagok közötti affektív bizalom (AT1) hatása mutatkozik egyedül szignifikánsnak.

Folytatva a vizsgálatokat, a második lépésben a csoportkohéziót magyarázó faktorokat elemeztük (3. táblázat). A legfontosabb megállapítások a következőképp összegezhetők: a MÓRAKERT esetében a legmarkánsabb determináló tényezőként a tagok és a menedzsment közötti affektív bizalom szintje (AT2), majd pedig az elégedettség mértéke (S) azonosítható. A ZÖLD-TERMÉK esetében szintén igazolható ez előbbi két tényező csoportkohézióra gyakorolt hatása, amely kiegészül a CT1 és AT1 változók statisztikailag igazolható szerepével. Érdekes tapasztalatként jelenik meg ugyanakkor, hogy a csoportkohézióra legjelentősebb hatást gyakorló, menedzsment irányába kinyilvánított érzelmi alapú bizalom (AT2) negatív előjelet kapott, vagyis a menedzsment irányába növekvő érzelmi elköteleződés a csoportkohézió csökkenése irányába hat. A MÓRAKERT esetében a kapcsolat pozitív.

A vizsgálatok utolsó mozzanataként a szövetségben kifejtetett aktivitás magyarázatára olyan regressziós modellt építettünk melyben magyarázó változóként az eddigieken túlmenően helyet kapott a csoportkohézió mértékét kifejező változó is. A vizsgálatba bevont tényezők bár igen szerény, mintegy 19-25%-ban képesek magyarázni a függő változóként szereplő aktivitást, ugyanakkor az ANOVA szerint ez elegendő ahhoz, hogy a modellt statisztikailag akkreditálnak fogadjuk el (4. táblázat). Értékelve a kapott eredményeket kimutatható, hogy a MÓRAKERT Szövetség tagcsapata körében a szövetségi aktivitást ismételten a menedzsment irányába történő érzelmi alapú bizalom (AT2) határozta meg leginkább. Ezen túlmenően a tagság iskolai végzettsége és életkora is fontos tényezőként azonosítható, tendenciaként megjelenik, hogy kvalifikáltság növekedésével és az életkor előre haladtával a szövetségi aktivitás csökken.

A ZÖLD-TERMÉK Szövetségtől származó adatbázison végzett elemzés egy magyarázó változó parciális hatását sem jelölte meg szignifikánsnak.

2. táblázat: A tagok elégedettségére ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Elégedettség (sS)	
	MÓRAKERT Szövetkezet	ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	0,027 [CI95%: -0,130 - 0,185]	-0,005 [CI95%: -0,271 - 0,262]
sISK [-]	0,062 [CI95%: -0,097 - 0,221]	0,123 [CI95%: -0,152 - 0,397]
sCT1 [-]	0,025 [CI95%: -0,159 - 0,209]	-0,322 [CI95%: -0,7889 - 0,145]
sCT2 [-]	-0,060 [CI95%: -0,263 - 0,143]	0,297 [CI95%: -0,307 - 0,901]
sAT1 [-]	0,053 [CI95%: -0,140 - 0,246]	0,548** [CI95%: 0,091 - 1,003]
sAT2 [-]	0,614** [CI95%: 0,408 - 0,819]	-0,014 [CI95%: -0,612 - 0,585]
Konstans [-]	0,000 [CI95%: -0,145 - 0,145]	0,000 [CI95%: -0,237 - 0,237]
Modell-validáció	R²: 0,37; F-sig.: 0,000	R²: 0,33; F-sig.: 0,003

Forrás: saját számítás
** - 0.001 szinten.

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005;

3. táblázat: A csoportkohézióra ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Csoportkohézió (sGC)	
	MÓRAKERT Szövetkezet	ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	0,078 [CI95%: -0,067 - 0,224]	0,182 [CI95%: -0,055 - 0,419]
sISK [-]	-0,025 [CI95%: -0,172 - 0,122]	-0,153 [CI95%: -0,400 - 0,093]
sCT1 [-]	0,222* [CI95%: 0,051 - 0,392]	-0,092 [CI95%: -0,516 - 0,331]
sCT2 [-]	-0,016 [CI95%: -0,204 - 0,171]	0,448* [CI95%: 0,094 - 0,991]
sAT1 [-]	-0,051 [CI95%: -0,229 - 0,127]	0,452* [CI95%: 0,022 - 0,882]
sAT2 [-]	0,398** [CI95%: 0,182 - 0,614]	-0,534* [CI95%: -1,067 - -0,002]
sS [-]	0,334** [CI95%: 0,1644 - 0,503]	0,455* [CI95%: 0,194 - 0,716]
Konstans [-]	-0,000 [CI95%: -0,133 - 0,133]	0,000 [CI95%: -0,211 - 0,211]
Modell-validáció	R²: 0,47; F-sig.: 0,000	R²: 0,48; F-sig.: 0,000

Forrás: saját számítás
** - 0.001 szinten.

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005;

4. táblázat: A szövetkezetben kifejtett aktivitásra ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Aktivitás (sA)	
	MÓRAKERT Szövetkezet	ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	-0,138* [CI95%: -0,313 - -0,037]	-0,089 [CI95%: -0,399 - 0,221]
sISK [-]	-0,202* [CI95%: -0,378 - -0,025]	0,259 [CI95%: -0,060 - 0,579]
sCT1 [-]	-0,101 [CI95%: -0,310 - 0,108]	-0,466 [CI95%: -1,008 - 0,075]
sCT2 [-]	0,124 [CI95%: -0,100 - 0,350]	0,139 [CI95%: -0,573 - 0,852]
sAT1 [-]	-0,079 [CI95%: -0,293 - 0,134]	0,095 [CI95%: -0,478 - 0,669]
sAT2 [-]	0,265* [CI95%: 0,008 - 0,538]	-0,062 [CI95%: -0,771 - 0,646]
sS [-]	-0,123 [CI95%: -0,339 - 0,092]	-0,266 [CI95%: -0,641 - 0,108]
sGC [-]	0,158 [CI95%: -0,062 - 0,379]	0,091 [CI95%: -0,287 - 0,469]
Konstans [-]	0,049 [CI95%: -0,110 - 0,209]	0,050 [CI95%: -0,219 - 0,320]
Modell-validáció	R²: 0,191; F-sig.: 0,001	R²: 0,25; F-sig.: 0,008

Forrás: saját számítás
 ** - 0.001 szinten.

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005;

Következtetések

Tanulmányunkban a bizalom szerepét vizsgáltuk a termelői szerveződések életében. Részletesebben kifejtve, kutatómunkánk során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a bizalom milyen hatást gyakorol a tagok elégedettségére, az összetartozás, vagyis a csoportkohézió érzetére, valamint ezeken keresztül a szövetkezeten belül kifejtett aktivitására. A bizalmat – szakirodalmi forrásokra támaszkodva – két dimenzió mentén vizsgáltuk: kognitív (racionális), illetve affektív (érzelmi) alapon. Az elemzések adatbázisát két korábban végzett – kérdőívezésen alapuló – empirikus kutatás outputjai adták.

Tapasztalataink alapján kijelenthetjük, hogy a bizalom fontos szereppel bír a termelői szerveződésekben, statisztikailag igazolhatóan befolyásolva a szövetkezeti tagsággal kapcsolatos elégedettséget, az összetartozás érzését és nem utolsósorban a tagok aktivitását. A vizsgálatba bevont bizalom-dimenziók közül az érzelmi alapon megjelenő (affektív) bizalom hatása emelhető ki leginkább, az is főként a menedzsment és tagság relációjában. Mindez egyértelművé teszi, hogy a termelői szerveződések sikerének egyik kulcs fontosságú titka az a sikeres menedzsment, amely képes a tagságot érzelmi alapon elkötelezni, a tagsággal szemben magas szintű bizalmat kialakítani.

Fontos további eredményként tartjuk számon a tagság demográfiai jellemzői és a szövetkezeten belül kifejtett aktivitás között feltárt összefüggéseket. Egyrészt bizakodásra ad okot az a tény, hogy a fiatalabb gazdálkodók aktivitása magasabb, hiszen a közeljövőben prognosztizálható generációváltás ezen keresztül a szerveződések helyzetének stabilizálása irányába hat. Másrészt miután igazolást nyert, hogy az alacsonyabb szintű iskolai végzettséggel rendelkező tagság nagyobb aktivitást mutat a szövetkezetekben, alátámaszthatjuk ezen gazdálkodói szerveződések létjogosultságát, illetve fontosságát is a vidéki gazdálkodói közösségekben. Ugyanis azáltal, hogy a szövetkezetek különféle szolgáltatásokat nyújtanak az alacsonyabb kvalifikáltsággal rendelkező gazdálkodóknak is, segítik azok versenyképes piacra jutását.

Kutatásunknak természetesen vannak korlátai is: a megfigyelések viszonylag alacsony száma mellett (a Mórakert Szövetkezet esetében $n=136$, a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezetnél $n=57$), több esetben megjelent, hogy bizonyos összefüggések csak az egyik vagy másik szövetkezet esetében voltak igazolhatók. Mindezen tapasztalat egyúttal

kijelöli a téma továbbvitelének lehetőségét is, további termelői szerveződéseket bevonva a vizsgálatba.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás az OTKA K105730 számú kutatási téma támogatásával készült! Köszönetünket fejezzük ki továbbá azon kutatócsoportoknak, akik a MÓRAKERT és ZÖLD-TERMÉK Szövetkezethél végzett kérdőíves felmérés outputjait rendelkezésünkre bocsátották.

Hivatkozott források

Bijman, J.- Iliopoulos, C. – Poppe, K.J.- Gijssels, C. - Hagedorn, K. – Hanisch, M. – Hendrikse, G.W.J. – Kühn, R. – Ollila, P. – Pyykkönen, P. - van der Slangen, G. (2012): Support for Farmer's Cooperatives – Final Report, Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 127 p. http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

Borgen, S. O. (2001): Identification as a trust-generating mechanism in cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics* 72 (2): 209-228.

Bakucs, L. Z., Fertő, I. and Szabó, G. G. (2008): The Impact of Trust on Co-operative Membership Performance and Satisfaction in the Hungarian Horticulture. In: Cs. Csáki and Cs. Forgács (eds.), *Agricultural Economics and Transition: "What was expected, what we observed, the lessons learned. Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe Vol. 44.* Halle: Leibniz Institute für Agrarentwicklung in Mittel und Osteuropa, 382-392.

Dudás, Gy. (2009): A termelői értékesítő szervezetek (TÉSZ) lehetőségei a zöldség-gyümölcs termelők koordinálásában a ZÖLD-TERMÉK szövetkezet példáján keresztül. Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő. Doktori (PhD) értekezés. 1-189 p.

Hansen, M.H., Morrow, Jr. J.L. and Batista, J.C. (2002): The Impact of trust on cooperative member retention, performance and satisfaction: an exploratory study, *International Food and Agribusiness Management Review* 5: 41-59.

McAllister, D. J. (1995): Affect- and cognitive-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal* 38: 24–59.

Szabó, G.G. (2012a): Support for Farmers' Cooperatives in Hungary; Country Report Hungary. Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 86 p. http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

Szabó, G.G. (2012b): Support for Farmers' Cooperatives; Case Study Report: Performance and sustainability of new emerging cooperatives in Hungary. Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 71 p.

http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

Wilson, P.N. (2000): Social capital, trust, and the agribusiness economics. *Journal of Agricultural and Resource Economics* 25 (1): pp. 1-13.

ÖRÖKSÉGOKTATÁS

Összefoglalás

A világ fejlődési folyamata során a tudás megszerzése, továbbadása, terjesztése a Föld minden élőlénye számára fontos. Hosszú az oktatás-nevelés útja az ember fejlődése során. Először családunkat, nyelvünket, közvetlen környezetünket, a körülvevő tárgyakat ismerjük meg, és ez már köt minket egy adott kultúrához. Aztán idővel kialakul, hogy vannak azonosságok és különbségek a saját és a más kultúrája között. Továbbá egy későbbi lépés a ráébredés, hogy ezért a környezetért, megóvásáért és fenntartásáért mi is tudunk tenni valamit. A személyiségfejlesztéssel együtt tud haladni a környezetvédelmi és annak speciális ágát képviselő örökségvédelmi tudás fejlesztése. Az ismeretszerzés alapja közvetlen környezetünk ismerete, szeretete, tudatos megóvása, amelyhez nélkülözhetetlen a kommunikáció a különböző területek között annak érdekében, hogy kis bolygónk és az ott elért nem kis vívmányok életben maradjanak. A kulturális értékek egymással szoros kapcsolatban jönnek létre: tárgyi örökségeink szellemi örökséget (mesterségek nyomát, hagyományokat) is hordoznak, amelyeket egy épített örökségben mutatnak be, amely beleilleszkedik egy természeti környezetbe. Az emberi bioszféra használatának menedzsmentje azzal a céllal alakítandó ki, hogy a lehető legnagyobb megőrizhető előnyöket élvezhesse a jelen generációja, de oktatás révén gondoskodni kell arról is, hogy a jövő generációi is részesülhessenek ezekből. E tudásátadás elsősorban oktatás révén történik, és tartalmaznia kell a megelőzés, fenntartás, fenntartható használat, restaurálás és környezetfejlesztés témáit, de beletartozik a konzerválás, természeti erőforrások megőrzése és megújítása is a legnagyobb, hosszú távú, közgazdasági és társadalmi haszon elérése érdekében.

Bevezetés

A világ fejlődési folyamata során a tudás megszerzése, továbbadása, terjesztése a Föld minden élőlénye számára fontos. Tanulni minden olyan lénynek kell, amely életben akar maradni.

Természetesen hosszú az út az emberi oktatás-nevelés fejlődése során. Hiszen mivel találkozunk először? Az édesanyától tanult legközelebbi környezettel, az otthonnal. A szó önmagában értéket képvisel minden nyelvben és meghittséget, családot (tehát közösséget), helyi sajátosságokat/egyediséget képvisel. (Igen elterjedt az otthon, édes otthon kifejezés, mely az amerikai, John Payne Clari, a milánói szobalány című melodramájából (1823) származik, de világhódító karrierjét a Henry Bishop által komponált (1852) dal révén érte el, ezzel is bizonyítva az otthon fontosságának egyetemes létét. Itt ismerjük meg először közvetlen környezetünket, a körülvevő tárgyakat, legyen az játék vagy kiskanál, bögre – ez már köt minket egy adott kultúrához, akár akarjuk, akár nem. Ez a kapcsolat valójában egy szinte egész életen át tartó kommunikációs folyamat, melynek első láncszeme az anya és a gyermek között jön létre (persze optimális esetben, amikor ilyen kapcsolat létezik, vagy van valamilyen, ezt helyettesítő – bár nem pótló – kapcsolat valamilyen személlyel, legyen az testvér vagy gondozó).

Az egyik esemény az, amit a gyermek észlel, érzékel a környezetből, a másik, hogy a környezet milyen reakciókat, üzenetet küld a gyerekeknek. Vehetjük úgy, hogy két kezdetleges kommunikációs aktusról van szó: az egyikben a környezet az Adó, a Csatorna a gyermek befogadó képessége, és a gyerek a Vevő (Jacobson, 1960), a másikban a gyerek az Adó, és az őt körülvevő környezet (körülmények) a Csatorna, illetve az emberek (anya, gondozó, család) a Vevő. Ez a kétirányú folyamat alapvetően meghatározza egy gyerek jövőbeni kapcsolatát környezetével. Példaként erre érdekes megfigyelni egy 19 hónapos, kétnyelvű, a környezetére, a külvilágra éppen ráébredő gyerek esetét. A nyelvi kommunikációt, és ennek révén az adott környezetben megszerzett ismereteit szorosan köti a helyszínhez és az emberekhez: anyjával magyarul beszél (ez még nem beszélgetés, hanem testbeszéddel kombinált verbális kezdemény) az otthoni játékokról, étkezésekről, szokásokról. Az óvodában viszont angol gyerekekkel, gondozókkal találkozik, ezért teljesen természetes módon az ottlévő tárgyakat, eseményeket angol szavakkal illeti. Ha az otthoni környezetben valaki angolul szólal meg, az diszkomfort érzést, értetlenséget okoz a gyerekekben, ezzel bizonyítva, hogy a nyelv egy lokális kultúra manifesztálódása. Aztán idővel kialakul majd, hogy vannak azonosságok a két környezet között, amelyeket különbözőképpen lehet nevezni, mégis jelentéstartalmukat tekintve azonosak. Az már egy sokkal későbbi lépés, és a nyelv ismeretének másik szintje, hogy ezek a szavak szemantikailag csak részben fedik egymást, és az már

kultúrafüggő, hogy egy szó jelentéséhez még milyen további tartalmak társulhatnak.

A fenti ráébredés korszakában lehet és kell elkezdni a gyerek kapcsolatának kiépítését, elmélyítését környezetével. Mik a legegyszerűbb módszerek? A játékra vigyázni kell, a játékot rendben kell tartani, ha megsérül, meg lehet javítani. Mi ez, ha nem a környezetvédelem első lépései, a tárgyak (tárgyi örökségek) megőrzésére nevelés kezdete.

Ha egy gyerekkel sétálunk, különböző helyekre (város, kert, hegyi kirándulás, állatkert stb.) megyünk, és megmutatjuk neki annak a környezetnek a sajátosságait, komoly lépést tettünk afelé, hogy a gyerek megismerje természeti, tárgyi, épített környezetét. Persze manapság rengeteg eszköz áll rendelkezésre a virtuális bemutatásra is, és a gyerekek egy éves koruk után már használni is képesek ezeket az eszközöket: megnyomják a gombot – zene szól, elindul egy film a tévében; érintésre megjelenik egy kedvenc kép a képernyőn, a következő érintésre egy másik. A mostani gyerekkönyvek nemcsak kétdimenziós képeket mutatnak, hanem vagy rögtön hangot is kapcsolnak a képhez, tehát a hallást is fejlesztik, vagy egy másik érzéket, a tapintást, mert meg lehet simogatni a szőrét, bőrét, felületét a képnek. Persze, ezek a lehetőségek csak az ideális körülmények között élő, nevelődő gyerekekre vonatkozik, és sajnos, nem mindenkire. Ma még a világ országainak többségében nagyon sok gyerek él, aki nem így ismerkedik a világgal, noha bennük is megvan a személyes tapasztalatszerzés automatizmusa, csak ők más dolgokra eszmélnek rá, és a beérkező ingermennyiség függvényében alakulnak környezeti, kulturális ismereteik. Tények igazolják, hogy az ingerszegény környezetből származó gyermekek fejlődése visszamarad, lelassul, nem éri el átlagos kortársainak szintjét. Ugyanakkor azok, akikkel sokat foglalkoznak, több figyelmet, törődést kapnak, sokkal (fél-egy évvel ötéves kor alatt, egy-két évvel 5-10 éves kor között) fejlettebbek lesznek kortársaiknál.

A személyiségfejlesztéssel együtt tud haladni a környezetvédelmi és annak speciális ágát képviselő örökségvédelmi tudás fejlesztése. Ha egy gyerek így jut el az iskolás korig, már képes lesz bizonyos mértékig önállóan cselekedni a környezet tisztasága, rendezettsége érdekében. Ebben a korban a közvetlen környezet tisztelete és megóvása nem válik külön, és még nem létezik számukra külön örökségvédelem. Ha egy gyerek szeret valahová járni, ott biztonságban, jól érzi magát, az lehet egy patak partja, egy park vagy az otthona, akkor arról szeret beszélni, a

látogatást gyakran megismételni, és elvárja, hogy ott mindig ugyanaz a kép fogadja. Ebben a korban nehezen dolgozzák fel a változásokat. Nekem életre szóló élményt adott az édesanyámmal 3-4 évesen látogatott Margitszigeti Kisfenyves vagy az óvodával szép idő esetén tett kirándulás a budai Tündérvölgybe, illetve meglepő, hogy mennyire emlékszem a 11 évesen, a Szépművészeti Múzeumban látott francia festők „Delacroix-tól Picassóig” című kiállításra.

Ranschburg Jenő írta erről a korszakról: „A világban szerzett tapasztalataink tehát emlékképek és szemléletlen fogalmak formájában a fejünkben élnek tovább, és a világot éppen ez a „megalapozó rend” teszi élhetővé: a múlt, a jelen és a jövő egy másba érő méltóságteljesen hömpölygő vagy vadul száguldó folyamat, mely ok-okozati összefüggések bonyolult szövevényéből áll, és melyben emlékszünk a múltra és tervezzük a jövőt.”

Mi történik aztán? Az iskolás korszak két idevágó momentumát emelném ki. Iskolás korban a gyerekek – az osztályszerű, illetve csoportos oktatásból következően közösségeket alakítanak ki, akár kis „bandákat”, akiknek közös szokásaik, esetleg tulajdonuk van, amit közösen fognak megvédeni. Annak nincs jelentősége, hogy egy titkos naplóról, rájuk bízott növényről vagy az osztályteremről van szó. Öntudatosan gondoskodnak egy tárgy vagy helyszín megóvásáról.

A másik momentum, hogy az iskolai oktatás során rendezett, csoportosított formában tárgyi információk nagy halmazát ismerhetik meg a tanulók az évek során. Az elsajátított ismeretek között lassan kirajzolódnak az összefüggések, értékrendek. Megismerkednek a tanulók mindazzal, amit az UNESCO kultúrájának nevez:

- a tárgyi örökségekkel (tangible/movable cultural heritage), mint a festmények, szobrok, könyvek, kéziratok, pénzermék, különböző korok használati és dísz tárgyai;
- a mozdíthatatlan vagy épített örökségekkel (immovable cultural heritage), mint a műemlékek, régészeti ásatások;
- víz alatti örökségekkel (underwater cultural heritage), mint a hajóroncsok, vízalatti romok, városok;
- és a szellemi kulturális örökségekkel (intangible cultural heritage) mint a hagyományok, művészet, rituálék.

Nem maradhat ki a felsorolásból a természeti örökség sem, mert a természet elválaszthatatlan része egy gyerek világának, és mindegyik rendelkezik kulturális aspektussal, hiszen a kultúrtájak fizikai, biológiai

vagy geológiai formációi mindenképpen a környezeti kultúra eredményeképpen jöttek létre, illetve maradnak fenn.

Egy dolog azonban nyilvánvaló: az ismeretszerzés alapja közvetlen környezetünk ismerete, szeretete, tudatos megóvása, amelyhez nélkülözhetetlen a kommunikáció a különböző területek között annak érdekében, hogy kis bolygónk és az ott elért nem kis vívmányok életben maradjanak. Életben maradnak, ha az ismeretátadás, az oktatás jól működik, és a generációk átadják egymásnak az tudást a környezetükről, életükről, a helyhez kötődően kialakuló hagyományaikról, melyek az egyes közösségekhez kötődnek. Mit is kell tehát megőrizni, megóvni, fenntartani?

Az örökség fenti, UNESCO meghatározását a tárgyak, az épületek, a környezet szempontjából is vizsgálhatjuk: mi történik velük, ha odafigyelnek rájuk, és akkor is ugyanarra az eredményre jutunk, vagyis arra, hogy az ismeretek révén a megóvás eszközei megtalálhatóak, létrehozhatóak.

Mi is tartozik hozzá mindennapi életünkhöz, környezetünkhöz? Az ember, a körülötte lévő tárgyak; az épület, amiben a tárgyak vannak; a terület, ahol az építmény található; és mindez földrajzilag és történelmileg meghatározott helyen. Mindezt lehet úgy is fogalmazni, hogy az ember által létrehozott világ és természeti környezete együttesen működik, hat egymásra, befolyásolják egymást és egymás fejlődését. Látható tehát, hogy milyen szorosan kapcsolódik egymáshoz az örökségvédelem és az iskola. Az iskolai feladatok végrehajtásával nemcsak oktató-, hanem nevelőmunkát is végeznek az intézmények, de mindkettő során beépíthető, sőt elengedhetetlen a környezet tisztelete, megóvása.

A megoldás végtelenül egyszerű, megvalósítása hatalmi, autokrata rendszerekben nehezen megy, mert a megvalósítás a felek kölcsönös tiszteletén alapul. Az iskolában a kisebbek nagyon tudják tisztelni a „nagyok” alkotásait, de ha a „nagyok” (és itt a szülők, nevelők is ideértendők!) megbecsülik az ő produktumaikat (és nem dobják ki a szemébe az első krikosz-krakosz rajzocskákat), akkor válik a tisztelet kölcsönössé, teljesítmény alapúvá és magától értetődővé. Ez is egy példa arra, hogy minden fajta kapcsolatnak, legyen az kommunikációs, kulturális vagy emberek, népek, hitek, tanár és diák közötti, elengedhetetlen feltétele a tisztelet. A tisztelet a másik műve iránt

lehetővé teszi az értékek felismerését, azok társadalmi szerepének meghatározását.

A kulturális értékek egymással szoros kapcsolatban jönnek létre: tárgyi örökségeink szellemi örökséget (mesterségek nyomát, hagyományokat) is hordoznak, amelyeket egy épített örökségben mutatnak be, amely beleilleszkedik egy természeti környezetbe. Bár van olyan álláspont, amely szerint az örökségvédelem elsősorban a természeti értékek védelmét jelenti, valójában az sem függetleníthető a kulturális „erőforrások” védelmétől. Az örökségvédelem feladata a természeti erőforrások (tápanyagok, ásványok, víz, növények, állatok, stb.) bölcs, megtartó, fenntartható használata mellett a környezeti kultúrára épülő szokások, hagyományok foglalkozások, és az ezeket kiszolgáló műemlékek, ipari örökségek, tárgyak megóvása. Tervezett beavatkozás vagy annak hiánya az élő és nem élő erőforrások (környezet) megőrzésére vagy védelmére egyaránt szükséges lehet, és ennek mérlegeléséhez az adott társadalomnak megfelelő tudással, hatósági jogkörrel kell rendelkeznie.

Egy újabb meghatározás szerint az emberi bioszféra használatának menedzsmentje azzal a céllal alakítandó ki, hogy a lehető legnagyobb megőrizhető előnyöket élvezhesse a jelen generációja, de oktatás révén gondoskodni kell arról is, hogy a jövő generációi is részesülhessenek az előnyökből. Ez a tudás átadás elsősorban az oktatás révén történik, és annak tartalmaznia kell a megelőzés, fenntartás, fenntartható használat, restaurálás és környezetfejlesztés témáit, de beletartozik a konzerválás, természeti erőforrások megőrzése és megújítása is a legnagyobb, hosszú távú, közgazdasági és társadalmi haszon elérésére.

Az UNESCO Világörökségi Oktató Programját kiemelt projektként indították ‘A fiatalok részvétele a világörökség megóvásában és támogatásában’ címmel 1994-ben. Ez a program bátorítja és képessé teszi a holnap döntéshozóit, hogy részt vegyenek az örökségek megőrzésében és válaszlépéseket dolgozzanak ki a világörökségeket fenyegető újabb- és újabb támadások ellen. Ugyanakkor lehetőséget is ad nekik, hogy gondolataikat kifejezzék, és aktívan vegyék ki részüket közös természeti és kulturális örökségeink megóvásában. A fiataloknak lehetősége nyílik ismereteket gyűjteni a világörökségi helyszínekről, történelmükről, hagyományaikról, saját kultúrájukról és a biodiverzitás megóvásának fontosságáról is. Mindezek révén tudatos védelmet tudnak biztosítani helyszíneiknek, és csatlakozhatnak a nemzetközi közösséghez, amely egységként lép fel közös örökségeik érdekében, de a mozgalom

legfontosabb része, hogy a fiatalok felfedezhetik, hogy mi az, amit ők tudnak ténylegesen tenni az örökségvédelemben.

A Világörökség ifjú kezekben (World Heritage in Young Hands Kit) című módszertani útmutatót tesztelték, eddig 39 nyelvre fordították le, és adaptálták a nemzeti sajátosságoknak megfelelően. A másik – a mai gyerekek, fiatalok igényeinek megfelelően – kidolgozott eszköz, az eddig 12 epizódnyi animációs rövid filmek Patrimonito, a kis örökségvédő kalandjairól, “Patrimonito’s World Heritage Adventures” címmel. Ezen kívül további 32 nemzetközi és regionális fórumot tartottak (Youth Forums), amelyen megközelítőleg 1560 fiatal vett részt, és beszélt lehetőségeiről, terveiről, tapasztalatairól ezen a téren. Eddig csaknem 1250 tanárt és oktatót képeztek világszerte 40 szemináriumon, és a világörökségi önkéntes program (World Heritage Volunteers) elindítása óta csaknem 2000 önkéntes segítségével ifjúsági táborokban fejlesztik tovább a fiatalok szakmai ismereteit, amelyet hazavisznek, és otthon, mindennapi életükben alkalmazni tudnak. <http://whc.unesco.org/en/wheducation/> Ezek a rendezvények mind azonos eredményre jutottak, és soha nem tapasztalt egyetértés alakult ki a világörökség oktatásával kapcsolatban.

A téma oly szorosan kapcsolódik az egyéni fejlődés és társadalmi kapcsolatok kialakulásához, oly mértékben bárhova beépíthető, hogy egészen természetesnek lehet kezelni, és az oktatás bármely területének, bármely tantárgynak a részévé lehet tenni. Az így kiegészített oktatás adott területe kiteljesedik, új szemponttal bővül, és ettől válik kerek egészé. Csak néhány példát említve:

Történelem

(Bármely korosztálynak, persze más-más szinten valósítható meg): Történelmi környezet rajzolása, leírása, megvalósítása, öltözékek, használati tárgyak, díszlet sajátkezü létrehozásával. Szerep- illetve szituációs játékok, amelyek során a tanulók elkerülhetetlenül foglalkoznak az adott korszakkal.

Irodalom

A versek, népmesék(!), regények, színdarabok az emberekről és környezeti kölcsönhatásaikról is szólnak. (Mátyás király juhásza, Egri csillagok stb.). Az elemzések során ki kell térni az ilyen szempontokra is.

Matematika

Itt semmi mást nem kell tenni, mint arra odafigyelni egy kicsit, hogy a feladatok épületekről, épületek részeiről, természeti területekről szóljon, a szóa kerülő feladatok során olyan tárgyakat kell megnevezni, amely kézművességhez, építőművészethez tartozik, vagy műtárgyak értékéről, annak változásáról, érték fizetendő biztosítási díj számításáról szólnak

Környezetismeret/Művészet

Lakóhely, közvetlen környezet tudatos, irányított megfigyelése: Kérdőívekkel, feladatlapokkal, kutatással, rajzzal, illetve bármilyen képzőművészeti (gyurma, papírkivágás, hímzés, fotózás stb.) tevékenységgel.

Földrajz

Földrajzi hely és a lakosság kapcsolata (ennek jelentőségéről még az alábbiakban lesz szó), kiemelve a természet és az emberek kölcsönhatását.

Idegennyelv oktatás

Meg kell a gyerekeknek érteni először, hogy mi az idegennyelv, mi az, hogy más néven neveznek tárgyakat, jelenségeket, mi ennek az oka, és miért kell megtanulni egy idegen nyelvet. A nagyobbak már azt is felfogják, hogy ennek révén milyen kulturális ismereteket, kapcsolatokat lehet szerezni. A gyakorlatban ez úgy nézhet ki, hogy például megvizsgálunk olyan szavakat, melyek léteznek anyanyelvünkben és egy idegen nyelvben is, és megvitatjuk, mit jelentenek ezek a szavak az egyes nyelvekben, mi azonos bennük, miben különböznek, vajon miért. Érdekes lehet megvizsgálni egy világörökségi/ turisztikai tájékoztató nyomtatványt: Miben különböznek az egyes kiadványok? Mit kell máshogy megfogalmazni és miért?

Filozófia/vallásoktatás

A hitrendszerek sajátosságait, hagyományait a vallásos építmények (templom, mecset, imaház, zsinagóga) híven tükrözik. Keressük és vizsgáljuk meg a megnyilvánulási formák magyarázatát.

A tanulmányi kirándulások, erdei iskolák, múzeumlátogatások a leggyakoribb események, melyeken közvetíteni lehet a természeti, épített, tárgyi és szellemi örökségek fontosságát. Módszertanilag a legfontosabb az, hogy a tanulók felkészültek legyenek a látnivalókra,

ezért kell részletesen előkészíteni a látogatást például akár a tanár, akár a tanulók által készített háttér előadásokkal. A látogatások során konkrét feladatokat kell teljesíteniük (pl. Franciaországban már több évtizede kapnak a gyerekek múzeumlátogatás előtt egy, a látogatás alatt kitöltendő kérdőívet, amely felhívja, irányítja figyelmüket a legfontosabb megnézendő tárgyakra: Milyen színű az X épület ablakkerete? Hány ablaka van? Hol a bejárata? A festményen hányan állnak? Mi van az asztalon stb. Utána mindezt meg kell beszélni, értékelni, és közösen feldolgozni.

Világörökség helyszín meglátogatása: A helyszíne, a múzeumokban, mindenképpen legyen elérhető háttéranyag magáról a világörökségről, az egész mozgalomról és a kapcsolódó egyéb örökségvédelmi ismeretekről. A beszélgetés történhet a látogatás folyamán vagy azt követően. A látogatáshoz tartozzon hozzá a múzeumi tárgyak vizsgálatának lehetősége, illetve a kézműves tevékenységeket bemutató műhelyek látogatása, vagy azok filmen történő bemutatása, hiszen egy épület vagy tárgy értékét jobban tudja értékelni egy látogató, ha látja, hogyan készül, milyen komoly szaktudás szükségeltetik hozzá.

A diákok örökségekkel kapcsolatos tevékenységét a következő formákban lehet még végezni tanórán belül vagy kívül:

Megbeszélés

Értékekről, megvédésükről, aktív részvételükről lehet beszélgetni, a most már szinte mindenki számára elérhető turizmus előnyeiről, hátrányairól. Mivel a világörökség oktatás mind tudásszerzésre, mind tevékenységekre vonatkozik, megismerteti a tanulókat a legfőbb problémákkal, egyben bátorítja őket, kedvet csinál nekik az aktív részvételre egy életen át.

Kutatás

Számos szakma nyújt lehetőséget arra, hogy az információáramlás forradalmát kihasználva, egyre könnyebb a hozzáférés a különböző adatbázisokhoz, kutatási eredményekhez, statisztikai adatokhoz, és ennek révén sok területen lehet kutatási, elemzési módszereket tanítani, a következtetések levonását, tervezést, javaslattételt, konkrét megóvási tevékenységet támogató eszközök kifejlesztésére.

A következők már főleg a középiskolásokra vagy a valamilyen kapcsolódó szakirányt választó felsőoktatási intézmény diákjaira, de akár az érdeklődő felnőttekre vonatkozik elsősorban.

Gyakorlatok

A világörökség oktatás legfontosabb része a helyszínek helyzetének és problémáiknak gyakorlati bemutatása. Ez megmozgatja a kreativitást, képzeletet, probléma-megoldó képességet, egyúttal fejleszti művészi és esztétikai tudásukat, képességeiket.

Vizuális előadások

Fényképek, vetítések, útibeszámolók megkönnyítik a tanulást, kedvet csinálnak a kiegészítések kereséséhez. Bizonyos képeket, ha egyszer látnak az emberek, soha többé nem felejtenek el, felkelti az érdeklődésüket, és könyvekben, Interneten utánanézzenek ezeknek a helyszíneknek.

Szerepjátszás

A Magyarországon sajnos nem annyira elterjedt módszert, ha kisgyermek korban kezdik el, talán természetesebbé válik, hiszen hatékonyságához nem fér kétség. Lehet kezdeni az osztályteremben, hogy eljátsszák, egy faluban (Hollókő), várban (Királyi Vár Budapesten), vagy egy nemzeti parkban (Hortobágy) vannak, és meg kell oldani valamilyen hétköznapi feladatot, pl. ivóvízre van szükség; vagy eljátszanak egy történelmi eseményt, ami a helyszínen történt. Ennek a módszernek a révén akár hivatalos, workshopot is lehet szervezni, komoly téma, konfliktus békés megoldására (műemlékesek-lakók, tulajdonosok-látogatók, turisták-természetvédők, befektetők-hatóságok stb.) – mint ez meg is történt Magyarországon 2000-ben egy norvég műemlékvédelmi szakember vezetésével.

Az integrált oktatás révén a fenti feladatokat el lehet végezni úgy, hogy a konkrétumok mellett az alábbi elméleti tartalmak is helyet kapnak a következők szerint:

- A Világörökségi Konvenció lényegének megismertetése: a tudatosítás fogalma, az összefogás a megvédés érdekében, a megóvási folyamatok megismerése, mik a felvételi kritériumok, a monitoring szerepe.
- A világörökség és az identitás szoros kapcsolatának hangsúlyai: az identitás alapja, az identitás kifejeződése az építési stílusokban, a lakosság és az identitás kapcsolata.

- A turizmus mint az oktatás eszköze: világméretű jelenség és üzlet, az ökológiailag fenntartható fejlődés alapja, a virtuális turizmus fejlődése, összekapcsolható a turizmus és a megőrzés.

A fentiekből kiderül, hogy hogyan lehet elvezetni egy kisgyereket a felnőtt korig, tevékenységükbe beépítve a környező világ értékeinek védelmét, de közelítsük meg ennek a kapcsolatnak a kialakulását egy másik szemszögből, az egyén felől.

Mindenki felteszi magának a kérdést előbb-utóbb: Ki vagyok én? – Kik vagyunk mi? Születésunktől fogva különbözőek vagyunk, ez a genetikai örökségünk, mely meghatározza fizikai jellegzetességeinket, külső és belső tulajdonságainkat. A genetika kapcsol össze minket családjaink tagjaival. A család, a családi név és környezet alapján az identitás már nem individuális tulajdonság, szorosan beágyazódik egy társadalmi közegbe, egy etnikai csoportba, nemzetbe, akinek földrajzi és történelmi, vallási kötődése van. Mindehhez tartoznak még nyelvi, erkölcsi, társadalmi, öltözködési, étkezési, életviteli szabályok is, amelyek érintik egy ember identitását.

Sorban haladva, a család – mint legközvetlenebb környezet – életét elsődlegesen meghatározza a lakóhely. Az embereket azonosítják helyszíneikkel a szoros, kölcsönös kapcsolat miatt. Az épített környezet, a lakóház stílusa jól mutatja az ember és környezete egymásra hatását: Norvégiában az erdőkből nyert fából épülnek a lakóházak, ahol például a fák magassága dönti el a házak magasságát, a fa meghatározza az építészeti stílust és formát.. Dél-Európában, Görögországban a fehér kő a legfőbb építőanyag, amelynek egyik fő feladata, hogy védjen az erős napfénytől és hatásaitól. Mindkét építőanyag egyaránt befolyásolja az építési lehetőségeket – melyek a technika és az egyes korszakokban felmerülő lakossági igények szerint változik, fejlődik –, ez hat a benne élő emberek életmódjára is.

A lakóhely és a lakosság életének kapcsolata, kölcsönhatása jól látható, érzékelhető a ma már gyakran utazó gyerekek számára is, például a tengerpartok mentén a tűző nap elkerülése érdekében napközben alig van élet, vásárolni, emberekkel találkozni, tárgyalni, tevékenykedni csak a későbbi órákban lehet, míg az északi országokban délután 5-6 óráig kell elvégezni mindent, aztán az emberek nem szívesen hagyják el otthonaikat. A tengerparti üdülések, üdülők alapvetően meghatározzák az ott élők foglalkozását, jövedelmeik forrását, a lakosság fejlett alkalmazkodóképességét, hiszen a turistákból élnek. A tenger gondoskodik a partjain lakók étkezéséről, ahogy egy szárazföldi

országban teszik ezt a mezőgazdasági növények és a kapcsolódó állattenyésztés. Az állatok megóvására pajták, istállók készülnek, kialakul a feldolgozóipar, valamint az energiaszolgáltatás is a területi lehetőségeknek megfelelően történik. Az életvitel hatással van a táplálkozási szokásokra (mezőgazdasági termékek hatása), a felhasznált eszközök és felépített házak mind a természetadta lehetőségek helyi kihasználásából, alkalmazásából jönnek létre, ahhoz kötődnek. Természetesen minden területen felhasználják a tudomány vívmányait, így fejlődik minden iparág újabb és újabb anyagok kifejlesztésével, eszközök használatával. Mindez hatással van a belső és külső épített környezetre, a használati tárgyakra, a kultúrára, kulturális hagyományokra.

Az otthon értékeiből kiindulva a gyermekek tudják, hogy vannak létrehozott értékek, amikre vigyázni kell, és az ő segítsége is szükséges azok karbantartásához, megóvásához. Ideális esetben hozzá kell szoktatni az ifjúságot, hogy tágabb környezetük értékmegóvásában is részt kell venniük. Ez a környezet nem idegen számukra, hiszen otthonukat veszi körül, azzal kapcsolatban áll. Gondoljunk bele, hogy – mint azt az előbbiekben bemutattam – az építőanyagok, melyek legtöbbször a természeti környezetből kerülnek a házakba, milyen egységet tudnak alkotni egy városon és közvetlen környezetén belül. A fenntartás és fejlesztés érdekében azonban oktatásra van szükség, melynek során az a cél, hogy a gyerekek sajátjukénak érezzék a környezetet és a változásait, mivel szerves egységet alkot az egyén és környezete külső megjelenésében, belső tulajdonságaiban, tevékenységeiben, a munkájában, a kultúrában (sportban, művelődésben, oktatásban).

Ezt a munkát, akárcsak az egész világörökségi mozgalmat az jellemzi, hogy szoros kapcsolatot kell fenntartani az ifjúsággal. A jelen kor felelőseinek kell arról gondoskodnia, hogy a következő generáció felkészülten vehesse át a stafétabotot. Felkészítésükkel párhuzamosan az a felelősség is minket terhel, hogy legyen mit átadnunk, vagyis világörökségi értékeinket az Egyezmény előírásainak megfelelően meg tudjuk őrizni. A világörökségi listán szereplő helyszínek (természeti, kulturális és vegyes) és a hit/vallás, a tudás, a civilizáció, az oktatás, a gazdaság kölcsönösen függenek egymástól, egymásban nyilvánulnak meg, tükrözik egymást és hatnak egymásra. Ebből következően egymástól el nem választhatók és szerves egységet alkotnak. Az alábbiakban álljon itt néhány módszertani javaslat a fentiek eléréséhez:

Tanárképzőprogramok szervezése

Elsősorban beszélgetések révén lehet az adott lehetőségekre felhívni a figyelmet, és konkrét tájékoztató anyagokat kézbe adni helyszínekről.

Forrásközpontok létrehozása

A megvalósítás történhet a gyerekek bevonásával, gyűjtőmunka révén, és máris az megnő az értéke a gyerekek körében, hiszen saját produktumokra lehetnek büszkéek. Lehet továbbá weboldalokról, meglévő anyagok átcsoportosításával illetve nemzetközi szervezetektől anyagot gyűjteni akár versenyszerűen is.

Információs anyagok készítése

Tájékoztatókban, jelentésekben saját munkánk összegzésével, konferenciákkal, megbeszélések anyagának leírásával, a közösségi oldalak megjelenésével igen sok fórum áll rendelkezésre szinte az elérendő célközönség teljes spektrumán, természetesen figyelembe véve az egyes területek, közösségek helyi technikai és szellemi sajátosságait.

Érdeklődők bevonása

Verseny, kiállítás, pályázat meghirdetése: Gyermekek, felnőttek egyaránt szeretnek nyerni, magukat megmutatni, erre alapozva rengeteg anyagot tudnak begyűjteni, felhalmozni, és egy életen át megőrizni, büszkélkedni vele. A lokálpatriotizmus, saját környezetünk megismerése alapvető, megismertetése kötelező feladat.

Merchandising

Promóciós tárgyak készít(t)ése: Ha a kultúra más területei használják (színház, múzeumok, nemzeti parkok, együttesek, jelszavak), miért ne használnánk ki erre a célra is?

Eddig tehát eljutottunk mind az egyéntől, mind a környezetből kiindulva az oktatás-nevelés szükségességéhez. A továbbiakban bemutatom, hogy az UNESCO célja, hogy a mai világban első sorban integrált módszerekkel, illetve tudásközpontok révén valósítja meg az információ és tudás átadását.

A tudás társadalom kialakulása során a tudás és információ jelentős hatással van az emberek életére. A tudás és információ megosztása különösen az információ és kommunikációs technológia jelenlegi fejlődési szakaszában hatalmas hatalommal rendelkezik, hogy a gazdaságokat és a

tudást a társadalom fejlesztése felé fordítsa. Az UNESCO legfontosabb célja az olyan oktatások kifejlesztése, olyan tanárok képzése, amelyek és akik létre tudnak hozni egy tudás alapú társadalmat. Céljuk, hogy lehetővé tegyék a helyi közösségek számára a minél nagyobb hozzáférést a tudást hordozó anyagokhoz, annak megőrzéséhez és megosztásához. Így az információ és tudás minden területén törekszenek arra, hogy a tudás társadalmakat több pillérre építsék. Az építés törekszik a kifejezés szabadságának, az információhoz és tudáshoz történő egyetemes hozzáférés létrehozásához oly módon, hogy a kulturális hagyományok és a nyelvi különbségek tiszteletét megtartsák, továbbá a minőségi oktatás mindenki számára elérhető legyen. A szervezet azért küzd, hogy létrehozza ezeket a tudás társadalmakat abban a meggyőződésben, hogy így egyetemes lehetőséget tud biztosítani a sok csatornán áramló, nagyon nagy mennyiségű információhoz. A tudás révén kulcsot adhat a béke megőrzéséhez a fenntartható gazdasági fejlődése és az interkulturális párbeszéd révén. Az UNESCO támogatja a nyitottságot és ilyen szempontból a technológiai és folyamatos fejlesztéseket a tudatosság kialakítása érdekében. Létrehoz irányelveket, és törekszik a kapacitásépítésére. Ezekhez a megoldásokhoz olyan erőforrásokat támogat, amelyek lehetővé teszik a kutatók és a feltalálók számára, hogy minél könnyebben osszák meg tudásukat, és használják egymás adatait. Ezen kívül a hallgatók meg az oktatók számára világszerte hozzáférést tudjanak biztosítani a megfelelő tudások és információ elérésére. Az UNESCO kötelességének tartja a központi elméleti és – különösen a harmadik világ számára – a gyakorlati támogatás megszervezését, elősegítve a béke és az interkulturális párbeszéd létrehozását. Az UNESCO szervezetei révén segít a dokumentum-örökségek megővésében azáltal, hogy létrehozza a megőrzés technikai és szervezeti kereteit, hangsúlyozva a hosszú távú megővést digitalizált vagy már digitálisan született információk tekintetén. Az UNESCO továbbá támogatja a többnyelvűséget és a kulturális sokszínűség tiszteletét, a helyi tartalmak létrehozását különböző nyelveken és hozzájárul a helyi tartalmak létrehozásához. Egyre több, különböző nyelven támogatja a nemzetközi párbeszéd kialakítását kihasználva az internet adta lehetőségeket, a hatalmat, hogy költséghatékonyan, minél több helyre eljuttassa információit és a rendelkezésre álló tudáshatalmat. Létrehozott az internet segítségével számos fórumot, valamint találkozókat a jövő társadalmának lehetséges formáiról, annak érdekében hogy sikerrel járjon ebben a változó környezetben a problémák egyetemes megoldását illetően. Egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a hatékonyságra, azáltal, hogy az emberek életének konkrét feladatait tükrözve a személyek, az

egyének és közösségek valamint nemzetek számára teremtenek lehetőséget az összhangra. Így olyan kritikus mennyiségű kompetenciákat tudnak összegyűjteni, amelyekben csaknem mindenki megtalálja a számára szükséges információkat, ezeket kritikusan értékelve új információkat, saját tudást alakítanak ki belőle. Ez számukra új lehetőségeket biztosít, amelyek révén az élet minőségét lehet javítani, és így nagyon szorosan kapcsolódhatnak a digitális vagy helyi tudáshoz. Így jutnak el az emberek a mai tudásközpontokhoz, ahol a korszerű információ- és tudásmenedzsment révén képesek a hihetetlen mennyiségű ismeretet rendszerezni, továbbítani és felhasználni. (Kiss, 2011, Unesco, 2015)

Ez a folyamat a cél Magyarországon is egyre növekszik a világörökség, szellemi örökségek iránti érdeklődés a listákon szereplő helyszínek, hagyományok, de maguknak a listáknak is a száma, azonban foglalkozni nemcsak az újakkal kell, hanem a meglévők megóvása, fenntartása és megőrzése is legalább akkora feladat.

Erről a Világörökség Egyezmény adminisztratív módon is gondoskodik azáltal, hogy a hatévenként sorra kerülő regionális Időszakos Jelentésben az ifjúság örökségvédelmi képzéséről is be kell számolni. Így egy világörökségi helyszínek valóban felvétele pillanatától hivatalosan is kell az örökségvédelmi oktatásról is gondoskodnia.

Ezt a fentiekben leírt oktatást akkor lehet a leghatékonyabban elvégezni, ha a gyerekek szemében – mint az előbbieken már említettem – az élet természetes velejárója az épített és természeti környezetüknek a védelme. Munkánkkal ezt a célt kívánjuk szolgálni figyelembe véve a helyszínek adottságait, sajátosságait, érzékeny pontjait. Az újszerű oktatási megközelítések kidolgozása elengedhetetlen a Világörökség megóvásának elősegítésére, hogy a felnövekvő generáció képes legyen egyre több ismeretet szerezni a Világörökségi listán szereplő, egyetemes értéket képviselő, kiemelkedő kulturális és természeti helyszínekről. Fontos továbbá, hogy új képességekre is szert tegyenek, amelyek szükségesek az UNESCO Világörökségi Egyezmény által védett helyszínek megóvásához. Így kialakulhat meggyőződésük, elkötelezettségük és ezzel együtt egy új viselkedésmód, melynek révén egész életük folyamán részt fognak venni a helyi, az országos és a világ örökségeinek védelmében. Ennek a nemzetközi együttműködésnek a révén világszerte elképzelhető lesz a hatalmas kulturális (tárgyi és szellemi) és természeti változatosság megőrzése.

Mindez elérhető a közvetlen környezet nevelő szerepével, így a fiatalok és az ökoszisztémák, a nemzetközi környezetvédelem, a biodiverzitás és a világörökség megóvása, ökológiai és kulturális fenntartható fejlődése, bolygónk jövője az új generáció védelmébe kerül, így a világörökség segítheti a béke kultúráját, hiszen vannak a békét szimbolizáló helyszínek, külön egyezmények a világörökség megóvására háború esetén. A világörökség tehát nem öncélú szervezet, hanem az emberi jogok összekapcsolása a környezet védelmével.

Ezt a gondolatot egy ausztráliai konferencián az alábbi festői módon írták le, amely akár mottója is lehetne az örökségvédelem fontosságának:

Minden állat kapcsolatban van más állatokkal is.

A korallak a tenger szintje alatt láthatóan az előző korall generációkra épülnek.

Ha bármely előző szintet megsemmisítik vagy megrongálják,
elképzелhető,

hogyan történik a felső rétegekkel.

Életünk is olyan, mint egy korallzátony:

több ezer generációra épül.

A gondolataira, tetteikre, teljesítményeikre.

Egy egységet alkot.

Az egység részei vagyunk.

A mi részünk nélkül az egység nem létezik.

Identitásunk az örökségünk. Örökségünk az identitásunk.

Felhasznált irodalom

Ashworth, G.J. – Tunbridge, J.E. (1996): *Dissonant heritage: the management of the past as a resource in conflict*, (Chichester; New York: J. Wiley, 1996)

Balogh Ferenc (1998): *Országismeret*, Budapest, (KIT, 1998)

Buda Béla (1980): *Az empátia – a beleélés lélektana* (Gondolat Kiadó, Budapest, 1980)

Csépe Valéria – Győri Miklós – Ragó Anett (2008): *Általános pszichológia 2. Tanulás – emlékezés – tudás* (Osiris Kiadó 2008)

Kiss Ferenc (2011): *Tudásközösség – a hagyományörzés legősibb és legkorszerűbb formája*. In: Noszkay Erzsébet (szerk.): *Tudásból várat...*

Tudásmenedzsment elméleti és módszertani megközelítésben. MTA VSZB Tudásmenedzsment Albizottság II. számú gyűjteményes kötete (2009-2011). N&B Kiadó, Budapest, 2011. pp. 136.-141.

Nilsen, Don L. F. –Nilsen, Alleen Pace (1975): *Semantic Theory – A Linguistic Perspective* (Newbury House Publishers, Inc. (Rowley) Massachusetts 1975)

Paládi-Kovács Attila (2015): *A nemzeti kulturális örökség fogalma, tárgya örökség, hagyomány, néprajz* (mta.hu/fileadmin/news/files/000586_paladi.rtf letölt:2015. augusztus 21.)

Razaq, Raj – Griffin Kevin – Morpeth, Nigel D. (ed.) (2013): *Cultural Tourism* CABI, Leeds Metropolitan University, UK, March 2013.

Unesco (2015): <http://en.unesco.org/themes/building-knowledge-societies#sthash.ymZiOHNL.dpuf>

BÉRES ILONA, LICSKÓ ILDIKÓ, NAGY MIHÁLY

INFORMATIKAI ALAPISMERETEK - MIRE ÉPÍTHET A FŐISKOLAI INFORMATIKA OKTATÁS?

Absztrakt

A főiskolai informatika oktatás alapvető feladata olyan, naprakész gyakorlati tudás átadása, amely azonnal hasznosítható a tanulásban, a munkában. Cikkünkben azt próbáljuk feltárni, mi az oka annak, hogy az informatika tárgy évről évre nehezebben teljesíthető a hallgatók számára. A hallgatók előismeretének és motivációjának ismeretében, kialakíthatunk egy olyan oktatási módszert, amely a hallgatók már meglévő tudására épít.

Kulcsszavak informatika, felsőoktatás, oktatási folyamat

Bevezetés

Az üzleti szféra valamennyi területén elvárás, hogy a friss diplomások készség szinten alkalmazzák a különböző irodai alkalmazásokat. Sajnos a tapasztalatunk az, hogy a hallgatók számára egyre nehezebben elsajátíthatóak ezek az ismeretek.

Korábbi kutatásunkban már vizsgáltuk az első éves hallgatók számítástechnikai-informatikai elő ismereteit, amelyekkel a középiskola elvégzése után rendelkeznek, és amivel megkezdik tanulmányaikat a főiskolán. (Liczkó, Nagy, 2012) Az említett kutatásunk a hallgatók általános számítástechnikai ismereteinek felmérését célozta, szemben jelenlegi felmérésünkkel, amely kifejezetten a táblázatkezelési ismereteket vizsgálja.

Az Informatika II. kurzus témaköre a táblázatkezelési ismeretek. Ahhoz, hogy teljes képet kapjunk a hallgatók előismereteiről a 2013-14 tanév tavaszi félévében, az Informatika II. kurzus megkezdése előtt egy kérdőíves felmérést végeztünk a kurzust felvevő hallgatók körében. A

legfontosabb célkitűzése az volt, hogy a felmérés eredményét a tananyag és az oktatási módszerek kialakításában figyelembe tudjuk venni.

Célkitűzések

A felméréssel az volt a célunk, hogy a tananyag azon részeit, amelyek szélesebb körben ismertek, gyorsított formában, ismétlésként tanítsuk az órákon, esetleg önállóan megoldandó feladatokként adjuk ki a hallgatóknak. További célunk, hogy a hallgatók önálló, illetve csoportos munkára való alkalmasságát fejlesszük. Ez viszont csak akkor lehetséges, ha tudjuk, hogy a táblázatkezelés témakörében melyek azok az anyagrészek, amelyeket valamilyen szinten már alkalmazni tudnak, és erre építve adjunk ki önállóan megoldandó feladatokat.

Kutatási kérdések

Ésszerűnek tűnt, hogy először olyan felmérést készítsünk, amely a BKF hallgatóinak konkrét ismereteit vizsgálja, és lehetőség szerint a legtöbb hallgatóhoz eljusson. Ezért a félév első óráján minden csoportban a megjelent hallgatókat arra kértük, hogy rövid, hat kérdésből álló kérdőívünket töltsék ki. Ezzel meglehetősen nagyméretű adathalmazhoz jutottunk, amelynek alapján a valóságot jól közelítő következtetéseket lehet levonni. Természetesen az adatok értékelésében azt is figyelembe kell vennünk, hogy a diákok önértékelése nem egészen szakszerű, gyakran úgy ítélik meg, hogy valamilyen területet jól ismernek, a számonkérés pedig ezt a véleményt nem támasztja alá.

A feltett kérdések:

1. Melyik szak hallgatója?
2. Hány fél évig tanult táblázatkezelést (Excelt) a középiskolában?
3. Rendelkezik-e valamilyen vizsgával Excelből?
4. Mely függvénytípusokat tudja önállóan alkalmazni?
5. Nevezze meg, hogy az Ön által megjelölt csoportokon belül, mely függvényeket ismeri!
6. Mit gondol, mennyire lesz szüksége a későbbiekben munkája során az Excel ismeretekre?

Eredmények

A kérdőívet a 621 nappali tagozatos hallgatóból 428 töltötte ki, ami 70%-os kitöltési arányt jelent.

A megkérdezett hallgatók 20%-a egyáltalán nem tanult táblázatkezelési ismereteket, tehát nagyon nagy, (87 hallgató), azoknak a száma, akik semmilyen alapismerettel nem rendelkeznek. Összességében a válaszadó hallgatók közel 60%-a szinte egyáltalán nem (vagy csak csekély mértékben) részesült táblázatkezelési oktatásban, mielőtt bekerült a főiskolára. Fél éves képzésben 49%-uk részesült, de ez még mindig nagyon kevésnek tekinthető.



1. ábra.

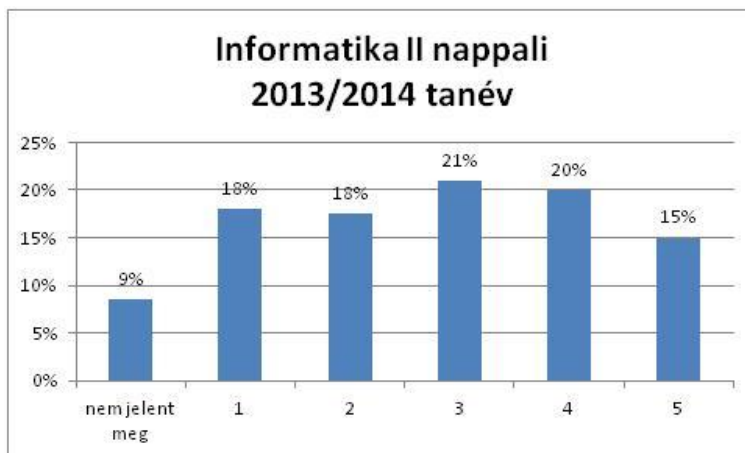
A kérdőív szomorú eredménye, hogy, a 428 kitöltő hallgatóból 366-an egyetlen egy Excel függvényt sem tudott megnevezni. Az oktatás, vagy számonkérés során sem látszik visszaigazoltnak az egyes függvénytípusok - a hallgatók önmaguk által megítélt - ismertsége, önálló alkalmazásának képessége.

Csupán a hallgatók 30%-ka rendelkezik alapszintű érettségi, ECDL vagy OKJ vizsgával. . Ugyanakkor azt tapasztaljuk, hogy az ELCD vizsgával rendelkező hallgatók sok esetben nehezen, vagy nem is tudják teljesíteni a minimum követelményszintet.

A felmérés további érdekessége, hogy a hallgatók 51%-ka úgy gondolja, hogy a táblázatkezelési ismeretek nagyon fontosak, munkájában hasznosítani fogja, további 33% még nem tudja, hogy fogja-e használni, de hasznosnak tarja ezeket az ismereteket.

Hallgatók eredményessége a vizsgált félévben:

Az Informatika II kurzust 621 hallgató vette fel. A tárgyat a hallgatók 27%-ka nem teljesítette, ebből 53 hallgató nem jelent meg, 18% azaz 112 hallgató ért el elégtelen minősítést. A kapott eredmény nem tér el jelentősen a korábbi évek tapasztalatától, de évről évre nő a rosszabbul teljesítők száma. A korábbi években ez 20-25% körül volt a nem teljesítők aránya.



2. ábra.

Okok keresése

Mi lehet az oka a fentiekben ismertet vizsgálati eredményeknek? Megkérdeztünk a közoktatásban - általános és középiskolában - tanító kollégákat, hogy ők milyen problémákkal, gondokkal küzdenek, miben látják a hiányosságokat. Válaszaikat az alábbiakban foglalhatjuk össze:

- Csökkent az informatika órák száma.
- A számítógéppark nagyon elavult, csak toldozásra-foldozásra van forrás, kilátástalan a gépek cseréje, egyre kevesebb a használható gép.
- Ha biztosítják is az iskolák szoftverigényét, azokat nem tudják használni, mert nem lehet telepíteni a meglévő gépekre.
- A közoktatásban, oktatáspolitikában végbement változások tovább rontották a tantárgy oktatásának feltételeit, gátolva az eredményesebb oktatói munkát.

Egy 2009-ben készült, a magyar közoktatás helyzetéről szóló jelentés megállapítása sajnos nemhogy javult volna, hanem még inkább tovább romlani látszik tapasztalataink alapján: „...a tanulók számítástechnikai-informatikai ismereteinek megalapozottsága változatlanul hiányos.”[...]

A korábbi felmérésekhez hasonlóan változatlanul rendkívül gyengék a tanulók háttérismeretei...”(OFI, 2009)

Konklúzió

Az eredmények alapján szükségesnek látjuk, hogy a különböző szakokon változtassunk a tantárgyi tematikán, az egyes szakok igényeinek megfelelően. A differenciált oktatás keretében a kurzusokat úgy kellene kialakítani, hogy az egyes csoportok hallgatói közel azonos tudásszinten legyenek. Az elképzelés szerint minden szakon a félév első felében a mindenki számára egyformán szükséges alapismereteket sajátítanak el a hallgatók, majd a félév második felében a szakra jellemző speciális igényeknek megfelelő témaköröket, gyakorlati feladatokat valamint projektmunkát integrálunk a tananyagba. Ebben az időszakban már építeni lehetne a hallgatók egyéni aktivitására.

Ennek az elképzelésnek az alapján dolgoztunk ki a kommunikáció szakos hallgatók részére tematikát. A hallgatók speciális igényeit úgy jelenítjük meg, hogy a hallgatók a félév második felében egyénileg választott általunk ajánlott, esetleg saját maguk által behozott, és tanár által jóváhagyott témakörben egy adatgyűjtést, adatelemzést és szintézist készítenek el önállóan, és a félév végén abból bemutatót tartanak. A témából a hallgatóknak egy felmérést kell készíteni, önállóan megszerkesztett online kérdőív segítségével. Elegendő számú válasz begyűjtése után a válaszokat elemezni és értékelni kell. A hallgatók gyakorlati jegye a félév első zárthelyi dolgozatának és az elkészített feladatnak alapján alakul.

Irodalomjegyzék

Licskó Ildikó - Nagy Mihály: Felmérés az első éves hallgatók informatikai képzettségéről, Annales 2012-2013

OFI. (2009. 06 17). Letöltés dátuma: 2012. 09 26, forrás: OFI:
<http://www.ofi.hu/tudastar/jelentes-magyar/oktatas-minosege>

DÉR CSABA DEZSŐ

ADALÉKOK AZ ELSŐ MAGYAR HADTEST TÖRTÉNETÉHEZ: AZ ÉRINTETT VÁRMEGYÉK KATONAFÖLDRAJZI VISZONYAI

A magyar szabadságharc ügye az 1849-es év elején ingatag lábakon állt. A cs. kir. hadsereg 1848 decemberében megindított nagyarányú offenzívája az energikus szervezőmunka ellenére még felkészületlenül találta a magyar politikai és katonai vezetést. A több irányból támadó, mind mennyiségileg, mind pedig minőségileg kedvezőbb mutatókkal rendelkező reguláris cs. kir. haderő elől a honvédc csapatok kénytelenek voltak fokozatosan visszavonulni. A Windisch-Grätz vezette cs. kir. főserég előrenyomulásának hírére az országgyűlés december 31-i ülésén elhatározta Debrecenbe való átköltözését a kormánysszervekkel együtt, hogy onnan irányítsa az önvédelmi harc további folytatását.

A követendő hadműveleteket a január 2-án összeült pesti haditanács határozta meg, ahol a főváros feladásával a következő védelmi vonalként a Tisza Szegedtől északra eső szakaszát jelölték meg. A Tisza mellett kiépülő védelmi vonal lehetővé tette a még teljesen magyar kézen lévő Tiszántúlon újabb alakulatok felállítását és a hadiipar újjászervezését, amit kelet felől biztosított Bem észak-erdélyi térnyerése is. 1849. január elején az ország területének jelentős részét feladni kényszerülő, a Tiszántúltra és egyelőre csak Észak-Erdélyre szorítkozó magyar ellenállás megszilárdulását azonban több tényező veszélyeztette. Ezek közül is kiemelkedő jelentőségűvé vált az északkelet-magyarországi hadszíntéren működő hadtest január 4-én bekövetkezett katasztrofális veresége.

1848. december 6-án a cs. kir. csapatok hadműveleti terve értelmében gróf Franz Schlik zu Bassano und Weisskirchen altábornagy galíciai hadtestével betört Északkelet-Magyarországra azzal a céllal, hogy elfoglalja Kassát, majd Pest felé vonulva egyesüljön a Windisch-Grätz vezette főerőkkel. A cs. kir. hadtestparancsnok az ellene felvonuló – szervezetlen – magyar csapatokat december 11-én Kassa mellett,

Budamérnél szétzavarta. A betörés után az Országos Honvédelmi Bizottmány (OHB) azonnal csapatokat küldött a Schlik ellen szerveződő magyar hadtest táborába, majd a szerencsétlen kimenetelű budaméri ütközetet követően – a helyzet fontosságát kihangsúlyozva – magát a hadügyminisztert, Mészáros Lázár vezérőrnagyot bízta meg a hadtestparancsnoksággal, és mellé a térség polgári vezetőjévé nevezte ki az OHB másik tagját, Szemere Bertalant. Az OHB két tagjának kinevezése, az általuk lebonyolított szervező munka és a táborba erősítésként érkező csapatok dacára 1849. január 4-én, Kassánál a szám szerint kisebb erővel kiálló cs. kir. csapatok ismét legyőzték az ellenük felvonult magyar haderőt.

1849. január 4-ét követően mielőbb újjá kellett szervezni a magyar hadtestet, még Schlik újabb támadását megelőzően. Erre a magyar vezetésnek közel két hét állt rendelkezésére. A rendelkezésre álló idő elégségesnek bizonyult; január 22-23-án Tarcal-Bodrogeresztúrnál, január 31-én pedig Tokajnál sikerült megállítani, illetve visszavonulásra kényszeríteni az előre nyomuló cs. kir. erőket.

A tokaji ütközetet követően a magyar táborba érkező Henryk Dembiński altábornagy átvette a felső-tiszai hadtest feletti főparancsnokságot; ezzel a hadtest önálló működésének története véget ért.

A hadtest felállításában, ellátásában és működésében Komáromtól Debrecenig számos település, vármegye és kerület volt érintett, ráadásul maga a szervezés kereteit meghatározó, 1848 végén felállított 7. hadmegye is összesen 12 vármegyére terjedt ki. Jelen sorok írója a katonaföldrajzi viszonyok bemutatásánál mindezekből a magyar hadműveletek által közvetlenül érintett térségekre fókuszál, amelyek Sáros, Abaúj, Borsod, Zemplén, illetve Szabolcs vármegyék területét jelentik. A tanulmányban rövid áttekintés olvasható a térség felszíni, domborzati viszonyairól, vízrajzáról, közlekedési helyzetéről, valamint a vármegyékben történő esetleges katonai elszállásolások lehetőségeiről. (Csikány Tamás, 2002)

Sáros 1848-ban Magyarország legfelső északkeleti vármegyéje volt; északról Galícia, nyugatról Szepes, keletről Zemplén, délről pedig Abaúj és Szepes vármegyék határolták. A cs. kir. csapatok 1848 decemberében

Sáros vármegyében törtek be az országba, ezt pedig csak a Kárpátokon keresztül tehették meg; konkrétan a Gráb alatt található szoroson, valamint a Kurói-, a Zborói- (Beszkid-), és a Duklai-hágókon keresztül. A vármegyét hegyek és dombok borították, síkság nem volt jellemző a területén. Folyóvizei között említünk kell a Hernádot, a Poprádot, az Ondavát (Ondovát) a Tapolyt és a Tarcát, amelyek átszelték a vármegyét. Nevezetesebb városai Kisszeben, valamint Eperjes és Bártfa szabad király városok voltak; ez utóbbiakon keresztül vezetett a történelmi Magyarország egyik fontos kereskedelmi útvonala Pestről Miskolc és Kassa érintésével tovább, Galícia felé. A főutat keresztező folyókon csapatok átkelésére is alkalmas hidak voltak találhatóak, úgymint az Ondaván, a Tapolyon és a Tarcán keresztül. Ugyanakkor az utak többsége Sárosban is ugyanolyan rossz minőségű volt, mint jellemzően egész Magyarországon. Józef Wysocki tábornok, a felső-magyarországi hadsereg parancsnoka 1849. június 19-én a következőket írta a területről: „A Dukla felőli galíciai határ és a magyarországi síkság között sem magas hegységek, sem hegyszorosok nincsenek, ahol egy kiszámú [csapat] nagyobb túlerővel szemben megvédené magát, sőt, kevés előnyös állás van, és ezeket egészen Kassáig a határról vezető jól kiépített utak által meg lehet kerülni.” (Farkas – Böhm – Csikány, 1998, 163. oldal)

Abaúj vármegye Sáróstól délre volt található. Emellett északról határolta még Szepes, keletről és délről Zemplén, nyugatról pedig Borsod és Torna vármegyék. Fényes Elek szerint „igen szép vármegyének s boldog lakhelynek tetszik, különösen a Hernád hosszú és termékeny völgye, hazánk legbájosabb vidéki közzé méltán számlálható”. (Fényes, 1847, 293. oldal) A vármegyét kisebb nagyobb dombok, hegyek, közöttük pedig termékeny talajú, tágas völgyek jellemezték. A völgyeket a számos folyó és patak határozta meg: Abaúj legnagyobb folyója a Hernád volt, amelybe északon a Kassán keresztül folyó Csermely, illetve a város alatt futó Mislóka patak ömlött bele. Szintén a folyóból táplálkozott a Bársonyos patak, ami már a vármegyétől délre folyt bele ismét a Hernádba. Emellett meg kell említenünk még a Bódvát, amely a Szomolnoki hegyen eredt és Torna vármegye felé folytatta útját. Abaúj vármegye területén egy szabad királyi várost találunk, mégpedig Kassát, „Felső-Magyarország kulcsát”, amelynek elfoglalása, illetve megtartása volt a hadműveletek fő célja 1849. január elejéig. Itt összpontosult ugyanis a történelmi Magyarország és Lengyelország kereskedelme, az

említett fő kereskedelmi útvonal a városon keresztül futott át. Emellett Felső-Magyarország másik fontos útja, az Eperjest Tokajon keresztül Debrecennel összekötő út is kapcsolódott Kassához. A városban tevékenykedett a kassai kamarai kormányshé, ami a felső-magyarországi királyi javakra felügyelt, itt volt található a kerületi tartományi biztosság, a cs. kir. katonai hadosztályparancsnokság, a főhadbiztosság, a hadipénztár, a főposta valamint a vámhivatal is. Emellett Kassa volt Magyarország egyik leggazdagabb szabad királyi városa.

Borsod vármegyét északról Torna és Gómör, nyugatról Gómör és Heves, délről Heves, keletről Abaúj, Zemplén és Szabolcs vármegyék határolták. A vármegye kisebb részén síkság terület el, a nagyobb részét hegyek és dombok uralták. „Borsodot a természet nemcsak kies, egészséges levegővel, bájoló tájékokkal, hanem mindenféle kincsekkel is bőven megáldotta, úgy hogy kevés kivétellel itt mindazt fellehet találni, a mit Magyarország nagyban mutathat.” (Fényes, 1847, 243. oldal) A Sajó és a Bodva széles, termékeny völgyei a vármegye leggazdagabb földjeinek voltak mondhatók, s bár a szendrői járás egy részén terméketlen földet lehetett találni, erdőségei pótolták a természet kincseit. Ezen kívül folyói között kell említenünk a Tiszát és a Hernádot, amelyek a vármegye délkeleti, keleti határán húzódtak, valamint a dél, délnyugati területén található Eger folyót. Patakjai közül említésre méltó a Hejó, amely a tapolcai hévíz völgyéből eredt és télen sem fagyott be. A vármegye erdőségeit a Cserhát, illetve a nyitrai hegység részei jelentették. Borsodban nem találunk szabad királyi várost ebben az időben. Mezővárosai közül kiemelkedik Miskolc, szabadalmas királyi mezőváros, amely a Felső-Magyarország felé irányuló kereskedelem tranzit állomása volt. A települést a Társalkodó c. folyóirat 1838-ban a Tiszán inneni Magyarország fő kereskedelmi központjaként említette, a Honderú pedig 1848-ban a következőket írta róla: „Itt patak, folyó, erdődús hegység, termékeny sík, lelkesítő bor, híres kenyér, jó víz, édes levegő, szóval a természet adományaiból annyi van együtt, amennyiből egy paradicsom bőven kitelhetik.” (Antalffy, 1982, 413. oldal)

Zemplén vármegyét északról Galícia, keletről Ung és Szabolcs, délről Szabolcs és Borsod, nyugatról pedig Borsod, Abaúj és Sáros vármegyék határolták. „Zemplén vgye [vármegye] honunknak legszebb, legnagyobb

s legboldogabb megyei közt fénylik, akár természeti szépségét, akár a természet különféle ajándékaiban való nagy gazdagságát tekintük.” [Fényes Elek (1847) 303. oldal] A megye északi részét a Beszkidek bércei uralták; közepén kies völgy húzódott végig, míg déli területeit Tokaj-hegyalja híres szőlőtermő dombjai, hegyei, illetve azok között elterülő völgyek határozták meg. A vármegye két jelentősebb folyója volt a Tisza és a Bodrog, utóbbi ma is Tokajnál ömlik bele a Tiszába. Emellett a megye dél részén torkollik a Tiszába a Hernáddal egyesült Sajó is. Zemplén 29 mezővárosa közül mindenképpen meg kell említenünk Tokajt: e rendkívül nehezen megközelíthető, a Tokaji-hegy és a Tisza és a Bodrog folyók által határolt igen szűk helyre épített településen keresztül vezetett át Magyarország egyik meghatározó útvonala, ami a Felső-Magyarországot kötötte össze az Alfölddel, egész pontosan Debrecennel. Fontos azt is megemlíteni, hogy királyi sóhivatal is működött Tokajban: a máramarosi sóbányákból a sót tutajon szállították Tokajig, majd onnan szekereken tovább. A szárazföldi sóút is Tokajnál lépte át a Tiszát, a tokaji sólerakat pedig a környékbeli vármegyék (Borsod, Heves) lakosságát látta el sóval. Emellett nem elhanyagolható az a tény sem, hogy a kanyargó, mocsarakkal és holtágakkal tarkított Tisza folyón található hat jelentősebb átkelő (Tokaj, Tiszafüred, Szolnok, Cibakháza, Csongrád, Szeged) egyike Tokajnál volt, ezért 1849 januárjától stratégiai jelentőségűvé vált annak megtartása, illetve elfoglalása. 1848-ban „80 öl [cc. 150 méter] hosszú, szép új híd”, vezetett át a Tiszán.

1848-ban Szabolcs vármegyét északon Ung és Zemplén, keleten Bereg és Szatmár, délről Bihar és kis részben Békés, nyugatról pedig Heves, Borsod és Zemplén vármegyék határolták. A vármegye a Hajdú kerületet is „kebelében foglalta” ekkor; igaz, a kerület a vármegyétől független közigazgatással és igazságszolgáltatással rendelkezett. Szabolcs domborzatát síkságok jellemezték, amelynek nagy részét a Tisza folyó áradásai olykor mocsaras, nyirkos lapállá változtatták. A Nyírségben fellelhetők voltak ugyanakkor homokdombok, völgyek is, amelyeket „szép erdők”, főként nyírfaerdők színesítettek. Szabolcs egyetlen folyója a Tisza volt, amely a vármegye szinte teljes nyugati és északi, valamint északkeleti természetes határait jelentette. A folyó, alacsony partja miatt ebben az időben gyakran kiöntött, és messze behatolva a vármegyébe nagy mocsarakat hagyott maga után. Katonai egységeknek a Tiszán való átkelését biztosító híd nem volt a vármegyében, ugyanakkor több kisebb

átkelő is akadt; ilyen volt például Tokajtól északra, Kenézlőnél, vagy Tokajtól délre, Tiszalöknél, illetve Polgárnál. A vármegye egyetlen szabadalmas királyi városa a dadai járásban található Nyíregyháza volt, közel húszezres lélekszámát tekintve Kassát (13672 lakos) is jócskán meghaladta. A városban említésre volt méltó a határában fekvő Sós-tó gyógyfürdője, amely „kivált a köszvényre hathatós gyógyszer”. (Antalffy, 1982, 432. oldal)

1. táblázat. Az érintett vármegyék beszállásolási képessége 1848-49-ben

	<i>Szabad királyi város / főszolgabírói járás</i>	<i>fő</i>	<i>ló</i>
<i>SÁROS</i>	Bártfa (a bártfai gyógyfürdővel együtt)	1100	180
	Eperjes	1000	110
	Szeben	400	60
	alsó-tarcai járás	6434	976
	felső-tarcai járás	4441	2091
	sirokai járás	3757	1252
	szekcsői járás	6724	2593
	tapolyi járás	8047	2684
	makovikai járás	4418	1975
	<i>Összesen</i>	<i>36321</i>	<i>11921</i>
<i>ABAÚJ</i>	Kassa	2000	1000
	füzéri járás	6869	2687
	kassai járás	4417	1541
	csereháti járás	2159	895
	szikszói járás	4663	1454
	gönci járás	3262	1344
<i>Összesen</i>	<i>23370</i>	<i>7921</i>	

ZEMPLÉN	<i>Szabad királyi város / főszolgabírói járás</i>	<i>fő</i>	<i>ló</i>
	hegyaljai (tokaji) járás	8566	2729
	bodrogközi járás	5318	1878
	újhelyi járás	11385	3545
	homonnai járás	3950	1446
	göröginyei járás	2885	-049
	varanói járás	5889	1539
<i>Összesen</i>		<i>37993</i>	<i>12186</i>
SZABOLCS	kisvárdai járás	4807	1571
	nádudvari járás	6182	2010
	dadai járás	8605	2155
	nyírbátori járás	3224	924
<i>Összesen</i>		<i>22818</i>	<i>6660</i>
BORSOD	miskolci járás	14528	2502
	egri járás	6578	2163
	szentpéteri járás	4846	1840
	szendrői járás	5436	1740
<i>Összesen</i>		<i>31388</i>	<i>8245</i>

Forrás: FÉNYES Elek (1847) 242-249., 282-292., 293-303., 406-412. oldal; DÉR – HAJAGOS (2002) 41. oldal, Katonai felmérés

Irodalomjegyzék:

Antalffy Gyula (1982): Antalffy Gyula: Reformkori városrajzok. Panoráma, Budapest.

Dér Csaba Dezső – Hajagos József (2002): Az 1848-49-es I. magyar hadtest iratai I. kötet: (Megalakulástól az 1849. január 4-i kassai

vereségig). A bevezető tanulmányt írta, az iratokat válogatta és sajtó alá rendezte: Dér Dezső és Hajagos József. Szerkesztette: Hajagos József. A Heves Megyei Levéltár forráskiadványai 9. Eger.

Csikány Tamás (2002): Csikány Tamás: Magyarország katonaföldrajza az 1848/49-es szabadságharcban. In: Történelem – Tanítás – Módszertan, Emlékkötet Szabolcs Ottó 75. születésnapjára, Országos Pedagógiai Könyvtár és Múzeum, Budapest.

Farkas Gyöngyi – Böhm Jakab – Csikány Tamás (1998): Saját kezébe, ott ahol... Az 1848-49-es forradalom és szabadságharc Hadtörténelmi Levéltárban őrzött katonai irataiból. Szerk. Farkas Gyöngyi. Az iratokat válogatta, a német nyelvű iratokat fordította Böhm Jakab. A bevezető tanulmányt írta Csikány Tamás. Budapest.

Fényes Elek (1847): Fényes Elek: Magyarország leírása I. rész, Pest.

Katonai felmérés: Magyarország második katonai felmérése, 1806 – 1862. Hadtörténelmi Intézet és Múzeum Térképtára, Budapest.

DEZSÉNYI PÉTER

A HAZUGSÁGVIZSGÁLAT ESÉLYEI

Mindennek a kommunikáció az alapja.

Hogyan igazodjunk el a világban, hogyan boldoguljunk, hogyan legyünk sikeresek - egyáltalán: hogyan éljünk emberi életet? Kimondva-kimondatlanul mindannyiunk számára alapkérdések ezek.

A választ a környezetünkkel és önmagunkkal folytatott külső illetve belső kommunikáció révén keressük.

És az egyik legfőbb kérdés az, hogy a kommunikáció során kapott információ tükrözi-e a valóságot vagy sem.

Amióta képes elvont fogalmakat megnevezni, az ember ősidők óta "tudja", mi a hazugság. (Többnyire gyakorolja is mindennapi életében.)

Az iménti idézőjel viszont arra utal, hogy ez a tudás eléggé cseppfolyós, amorf. Mert persze, a feketéről azt állítani, hogy fehér, és ezzel tudatosan megtéveszteni másokat: ez hazugság. De hogy a dolog nem ilyen egyszerű, azt mások mellett a *krétai* Epimenidész is sejthette az ókorban, amikor megfogalmazta híres paradoxonát, mely szerint "*Minden krétai hazudik*".

Ennek a dolgozatnak nem az a célja, hogy a hazugság definícióját cizellálja, hanem hogy a hazugságvizsgálattal kapcsolatban idehaza meglévő és viruló, helyenként túlzottan leegyszerűsített nézeteken próbáljon szélesíteni és finomítani.

Mindjárt az elején szögezzük le: nincs egyetlenegy "bombabiztos" módszer sem a hazug megnyilvánulások leleplezésére. Pinocchio orra mint csalhatatlan mutató csak a mesében létezik. Nem fogjuk itt és most sorra venni különböző területek különböző vizsgálati eredményeit, mi számít 'átlagos', 'viszonylag jó' vagy éppen 'kiugróan magas' találati aránynak a hazugságvadászatban. Aldert Vrij ezekkel a kutatásokkal

kapcsolatos metaanalízise a téma egyik legfontosabb forrásmunkája [Vrij (2009)]

A klasszikus hazugságvizsgálatnak alapvetően három fő csapásiránya ismeretes: 1. a verbális, 2. a nem verbális, illetve 3. a fiziológiai jelek vizsgálata (ez utóbbi jelenti a poligráf vagyis a "hazugságvizsgáló gép" alkalmazását).

Az úgynevezett laikus közvélemény mindig is némileg eltúlzott reményeket fűzött a testbeszéd megfigyelése illetve a poligráf-adatok bizonyító erejéhez. Persze, hiszen olyan jó és főleg egyszerű lenne készpénznek venni, hogy ha valaki beszéd közben megvakarja az orrát, vagy egy adott mondatnál kilendülnek a műszer mutatói, akkor az illető kétségkívül hazudik. Bár egyik esetben sem lehet kizárni akár ezt a lehetőséget sem, sajnos azonban a dolog ennél bonyolultabb. Nem is kicsit.

Viszont ez a fajta elvárás a következtetések gyors és könnyű levonása iránt valószínűleg szerepet játszik abban, hogy a verbalitás vizsgálata a másik kettőhöz (és a paraverbalitáshoz) képest háttérbe szorult. Hát hogyne, amikor ehhez sokszor nagyon bonyolult történéseket illetve helyzeteket kell tudni úgy áttekinteni és értelmezni, hogy az elmondottakban magabiztosan tudjunk rámutatni az ellentmondásokra, és a szavak szintjén tudjuk kimutatni a megtévesztés szándékát.

Pedig ugyanaz a büntudat és a lelepleződéstől való szorongás, amit adott esetben érezhet a hazug, nemcsak non-verbális megnyilvánulásokban mutatkozhat meg. A negatív érzelmek a szavak szintjén is kiszivároghatnak, negatív állítások formájában. Nevezetes példa volt erre Nixon amerikai elnök indulatos mondata, amikor a Watergate-botrányban kezdett szorulni körülötte a hurok: "*Nem vagyok bűnöző!*" („*I am not a crook*”) - a tiszta lelkiismeret egy egyszerű állítást diktált volna: "*Becsületes ember vagyok*". Hasonló helyzetben ugyancsak megszaporodnak az egyéb negatív tartalmú szavak, kifejezések, mint pl.: 'kényelmetlen', 'vacak', 'utálom', 'nem szeretem' stb.

A negatív érzelmek másik következménye lehet, hogy a hazug ember nem azonosul a saját hazugságával, és eltávolítva, személytelen általánosságokban igyekszik fogalmazni. Például a dohányzási szokásait firtató kérdésre nem azt válaszolja, hogy "*Nem dohányzom*", hanem hogy "*Ebben a házban senkik sem dohányzik*". Vagy, hogy ismét Amerikáig menjünk közismert példáért: Clinton elnöknek a Monica Lewinsky-ügyben nemcsak a nevezetes "*Nem volt szexuális viszonyom **azzal** a*

nővel" mondata jó példa. Egy másik meghallgatás alkalmával a kérdés arról szólt, az elnök szerint hazudott-e Monica Lewinsky, amikor valakinek arról beszélt, hogy 1995 novembere óta szexuális viszonyt folytat vele. Clinton válasza: *"Ez biztos nem az igazság. Nem ez lesz az igazság."* (*"It's certainly not the truth. It will not be the truth."*). [Vrij (2009)]

De nemcsak rossz érzéssel járhat a hazugság - a kongruencia megteremtésére való törekvés kognitív erőfeszítést is követel a beszélőtől, ami megintcsak szükségválsághoz, a részletek elkenéséhez vezet. Ennek oka lehet a kreativitás hiánya az alternatív valóság fabrikálásának területén. (A másik oldalról viszont az ilyen téren kreatív egyénekből lesznek jó esetben a színészek, rossz esetben a szélhámósok. Vagyis tévedés azt gondolni, hogy a hazugság okvetlenül lelki-fizikai feszültséget és szorongást okoz.)

A fenti megállapítások is csak általában igazak, és a konkrét valóság bizony könnyen kifolyhat a kutatók ujjai között. Vrij már idézett könyvében a vonatkozó metaanalízist összegező táblázatból az derül ki, hogy szignifikánsként értékelhető (vagyis a hazugságot valószínűsíthető) jel lehet a negatív állítások nagyobb száma, a közvetlen személyesség erőteljes visszaszorulása és az adott válaszok "valószínűségének csökkenése". De például a válaszok hosszát illetően (amit pedig az adott metaanalízisben vizsgált hatvanhat kutatás szinte mindegyike vizsgált) meglehetősen vegyes értékek jöttek ki: egyes kutatások szerint a hazugok kevesebbet beszélnek, mások szerint többet, és volt, amelyik nem tudott kimutatni különbséget - a végső, átlagolt összesítés szerint mindenesetre a hazugok inkább egy kicsit kevesebbet beszélnek. [Vrij (2009)]

A hazugságvizsgálat különböző csapásirányain mozgó kutatások többsége valamiféle mesterséges helyzetben próbál konkrétan kimutatható megnyilvánulásokat azonosítani olyan kísérleti alanyoknál (többnyire egyetemi/főiskolai hallgatóknál), akiknek az egyik csoportjában arra kéri a résztvevőket, hogy valamilyen módon ferdítsék el az általuk ismert tényeket, vagyis „hazudjanak”, a kontrollcsoport tagjait pedig, hogy mondjanak igazat. Természetesen az ilyen jellegű kutatások eredménye is több, mint a semmi, de nagy kérdés, hogy konkrét, éles helyzetben, a terepen mit tudnak kezdeni ezekkel például az

igazságügyi szférában dolgozók, vagy éppen a kémek illetve kémelhárítók.

Úgy tűnik, hogy azoknak, akik ezeken a területeken kimagasló eredményeket érnek el a hazugságvadászatban, az egyik titka a *proaktivitás*ban rejlik. Ami azt jelenti, hogy miközben természetesen célirányosan kérdeznek, nem elégszenek meg az „egyenes kérdésre egyenes válasszal”, hogy aztán kihegyezett érzékszervekkel monitorozzák a vizsgálati alany nem verbális reakcióit. Persze ilyenkor is lelepleződik az illető, ha nincs tökéletesen birtokában a saját testének és kifejezőeszközeinek.¹

A profi hazugságvadászok egyik titka azonban az, hogy a célratörő „egyenes” kérdések mellett időnként, a beszélgetés egy-egy stratégiai pontján rafináltan megfogalmazott, „gondolatvírust” tartalmazó kérdést tesznek fel alanyuknak.

A ’gondolatvírus’ kifejezést Philip Houston és munkatársai használják könyvükben, amelyben főleg a bűnüldözés és igazságszolgáltatás területén dolgozók számára mutatnak be kérdezési technikákat, amelyeknek azonban végső soron bárki bármilyen mindennapi szituációban hasznát veheti. Philip Houston, Susan Carnicero és Michael Floyd évtizedekig voltak a CIA munkatársai, mielőtt megalapították a hazugságvizsgálattal kapcsolatos saját tréning- és tanácsadó központjukat. Könyvükben [Houston-Floyd-Carnicero (2012)] O. J. Simpson rendőrségi kihallgatásának példáján mutatják be, hogyan kerültek hátrányba már a legelső rendőrségi kihallgatáson a nyomozók, mert kérdéseikkel gyakorlatilag átengedték az irányítást a gyanúsítottnak. A „mi lett volna, ha...” történelmietlen kérdés ugyan, de Houston azért mutatja be éppen ezen a példán, hogyan kérdezett volna ő annak idején, mert Simpson története az eset részleteivel együtt nemcsak Amerikában,

¹ Látványos példa volt erre az elhíresült politikus, aki a kamerák kereszttüzébe a zárt (vagyis igennel vagy nemmel megválaszolható) kérdésre: „*Ön szerint meg lehet élni ma Magyarországon havi negyvenhétézer forintból?*” – ezt válaszolta: „*Igen, meg lehet élni negyvenhétézer forintból... igen, meg lehet élni negyvenhétézer forintból... Azt hiszem, igen.*” Az általa képviselt politika nem hagyott a számára sok mozgásteret: egy ’nem’ válasszal saját eddigi karrierjét döntötte volna romba. Hogy pedig az ’igen’ válasszal saját maga sem tudott tökéletesen azonosulni (hiszen ő maga ennél naponta többet költött), azt jelezte a levegőben hagyott mondatvég, ami egy pillanatig azt sugallta, hogy azért nincs vége a mondatnak, mert a beszélő rögtön sorolja az állítását alátámasztó érveket és bizonyítékokat... csakhogy ilyenekkel nem tudott szolgálni. Ezért aztán kínjában megismételte a mondatot, de a végén a pontot második nekifutásra sem sikerült igazán letennie.

hanem lényegében világszerte ismert volt, hála a CNN és más tévétársaságok napi többszörös egyenes közvetítéseinek heteken keresztül. A technika legfontosabb tényezői a kihallgatás során jól elhelyezett *hipotetikus* illetve *csalikérdések*, amelyek műszer nélkül is határozottan és jól elkülöníthetővé teszik az őszinte ember reakcióját azétól, akinek valami rejtegetnivalója van. Egy olyan (hipotetikus) kérdésre, mint például: „*Mi történt Nicole-nál (Simpson volt feleségénél) a múlt éjszaka?*” egy ártatlan és tiszta lelkiismeretű Simpson spontán és azonnal valahogy így válaszolna: „*Honnan tudhatnám? A múlt éjszaka a ház közelében sem jártam!*”. Ha nem tiszta a lelkiismerete, akkor viszont semmiképpen sem születik spontán válasz – mérlegelni kell, mit tudhatnak a nyomozók, és ehhez képest hogyan kellene kialakítani a stratégiáját. Hasonló módon vízválasztóként működik egy ilyesféle csalikérdés: „*Mondja, O. J. , lehet bármilyen oka valamelyik szomszédnak, hogy tanúvallomás keretében azt állítsa, látta magát múlt éjjel bemenni a házba?*” A kérdés fogalmazásmódja szándékosan kissé nyakatekert, mert az ártatlan Simpson erre is kapásból tud válaszolni, a nem tiszta lelkiismeretű viszont megintcsak kénytelen előbb gondolkodni és mérlegelni. Az ilyen jellegű kérdések tehát a poligráfhoz hasonlóan mintegy felerősítik a reakciókat, és segítik a kérdezőt a követendő csapásirány meghatározásában. Ez a technika nem csak hogy olcsóbb, mint a műszeres hazugságvizsgálat, és bármikor kéznél van, de ráadásul „szelíd” módszer is, ami azt jelenti, hogy a kikérdezettet nem kezeli potenciális bűnözőként (még akkor sem, ha az illető esetleg valóban az). Ennek pedig azért lehet jelentősége, mert egyrészt megnöveli a már leleplezett bűnöző hatóságokkal való együttműködésének esélyét, másrészt a hazugságvizsgálat nemcsak kimondott bűnözők esetében rendkívül kényes eljárás. Gondoljunk például egy kisgyerek mellé fogadandó bébiszitterrel való tárgyalásra („*Lehet bármi oka egy korábbi munkaadójának, hogy habozzon ajánlólevelet írni Önnek?*”), vagy amikor a szülők tinédzserkorú gyermeküket faggatják arról, fogyaszt-e alkoholt vagy drogot („*Lehet bármi oka valamelyik barátodnak, hogy azt mondja a szüleinek, hogy drogoztatok?*”). És akkor még nem beszéltünk az igazságügyi eljárásoknak azokról a eseteiről, amikor is a helyzet nem egyértelműen fekete vagy fehér: egy tanúkihallgatás pszichológiai tényezőiről, az emlékezet torzulásairól, gyerekek vagy mentálisan sérült emberek kikérdezéséről [Bull-Menon-Vrij (2003)]

A hazugságvizsgálatnak azonban nem pusztán a *korábban* elkövetett cselekedetek napfényre hozásánál van jelentősége. Szélhámosok valószínűleg mindig is voltak a civilizáció létrejötté óta, és hogy eredményesen működhetek/működhetnek, az elsősorban éppen annak köszönhető, hogy az emberek többsége nem jeleskedik a hazugságok azonnali tettenérésében. Nem mintha nem fejlődött volna ezirányú tudásunk és képességünk, de a csalók és szélhámosok valahogy mindig a becsületes emberek előtt járnak egy lépéssel. Többféle magyarázat is született erre a jelenségre, minket most elsősorban az az elmélet érdekel, amely szerint evolúciós fejlődésünk valószínűleg nem készített fel bennünket kellőképpen a gyanakvásra és az árulkodó jelek folyamatos figyelésére. Ugyanis az ősi primitív társadalmakban annyira „nyitott” életet éltek a közösségen belül az emberek, hogy jószerével alig volt privát élet, minden nap mindenki látott mindenkit és tudott mindenről. A hazugságot hamar észrevették volna a többiek, látva az ellentmondást a szavak és a tettek között. Amikor Paul Ekman fiatal korában Pápua Új-Guineán egy ilyen kőkorszaki körülmények közt élő törzs tagjai között dolgozott, ahol a házakban nem voltak ajtóval elzárható szobák, lényegében a házasságtörés volt az egyetlen olyan cselekedet, amit gyakran próbáltak hazugsággal leplezni. A hazugságot azonban nem a hűtlen fél metakommunikációja leplezte le, miközben hűségét bizonygatta – előbb-utóbb belebotlottak valamelyik bokorban, miközben csalta a párját... Az olyan társadalomban, ahol az egyén túlélése a közösség többi tagjával való együttműködésen múlott, ha valakit rajtakaptak egy súlyos hazugságon, a becsület elvesztésének halálos következménye lehetett. Az ilyen egyénnel a többiek nem működtek együtt, ő viszont nem válhatott könnyen lakóhelyet, foglalkozást vagy házastársat. A modern ipari társadalmakban azonban rengeteg lehetősége van a hazugságnak – rengeteg a csukott ajtó, el lehet rejtőzni, a privát szféra könnyen megteremthető, és a lelepleződés társadalmi következményei sem jelentenek katasztrófát az egyén számára, mert az illető találhat magának új állást, társat vagy lakóhelyet. A cselekedetek és bizonyítékok könnyebben elrejtethők, tehát kénytelenek vagyunk nagyobb mértékben élni a hazugságvadászat eszközeivel (vagy legalábbis törekedni erre). Evolúciónk azonban nem fejlesztette ki túlságosan ilyen irányú érzékenységünket. [Ekman (2001)]

Az elmúlt évtizedek pedig a számítógépek térhódításával minőségi ugrást hoztak a szélhámosok területén is. Ezt a fejlettség lehetővé teszi, hogy a rossz szándékú egyén még jobban elrejtőzzön a technika adta lehetőségek (telefon, számítógép stb.) mögött, minimálisra szorítva a közvetlen

kommunikáció rizikóját úgy, hogy közben a hatékonysága megsokszorozódott.

A XXI. század informatikai szélhámosát az angolban „*social engineer*”-nek nevezik, amire a magyarban a „*pszichológiai manipulátor*” kifejezést alkalmazzák. Bár a két elnevezés első látásra ugyanannak a fogalomnak két eléggé különböző megközelítését sejteti, mégis mindkettő fedi a lényegét. Valójában az adathalászatnak olyan fajtájáról van szó, amely – a hackertámadástól eltérően – nem pusztán „a gépek szintjén” tör be informatikai rendszerekbe, hogy onnan információt tulajdonítson el saját maga vagy mások számára; a *social engineer* vagy *pszichológiai manipulátor* akcióinak szerves eleme a közvetlen vagy telefonon keresztül emberi kommunikáció a kiszemelt cég vagy szervezet egyik dolgozójával. Természetesen telefonon keresztül (vagy személyes találkozó esetén egy céges logót hordozó sapkát vagy pólót viselve) sokkal könnyebb rejtve maradni a kiszemelt áldozat előtt, és egy-két félmondattal azt a benyomást kelteni benne, hogy ez a kedves, szimpatikus ember „a mi kutyánk kölyke”. Ráadásul, miközben az illető érzékelteti, hogy ismeri ugyan a környezetet, de valamilyen konkrét területen vagy tapasztalatlan, vagy esetleg valamilyen számítógépes összeomlás miatt van szüksége segítségre – mindenesetre úgy kér segítséget, hogy azt általában szívesen meg is adják neki. (Christopher Hadnagy definíciója kiszélesíti a *social engineering* értelmezését: „manipulációval olyan cselekvésre készíteni a célszemélyt, amely a legfőbb érdekében *állhat* vagy *nem állhat* az illetőnek. Ez a fajta megközelítés kiemeli a párhuzamot egyfelől a *social engineer*, másfelől a szüleiket manipuláló gyerekek vagy a diákjaikkal kommunikáló tanárok módszerei között, illetve ahogy az orvosok, ügyvédek vagy pszichológusok szereznek információt pácienseiktől vagy klienseiktől.) [Hadnagy (2011)]

Ahogy fentebb utaltam rá, a technikai fejlődés a szélhámosság területén is minőségi ugást hozott. Vajon valóban lehet itt paradigmaváltásról beszélni? Kevin Mitnick, aki maga is *social engineer*ből vedlett át biztonságtechnikai tanácsadóvá, abban látja a változás lényegét, hogy a korábbi időkben az információhoz való hozzáférés rangot és kiváltságot jelentett a vállalaton belül. A dolgozók futtatták a gépeket, fűtötték a kemencéket, gépelték a leveleket és benyújtották a jelentéseket. A főnök vagy a művezető mondta meg nekik, hogy mit kell tenni, mikor és hogyan. A munkások kezelték a gépeket, a főnök pedig az információkat. A munkásnak csak a konkrét feladattal kapcsolatos információkra volt

szükségük. Ami megváltozott az elmúlt évtizedekben, az az, hogy nagyon sok dolgozó (még fizikai munkás is) kezel ma már számítógépet, vagy számítógép által vezérelt gépet. Ez pedig azzal jár, hogy sokuknak az asztali gépére kritikus információk kerülnek, mert csak így tudják elvégezni a munkájukat. A mai környezetben szinte bármi, amit az alkalmazottak csinálnak, magába foglalja valamilyen módon az információk kezelését.

Ez pedig azt jelenti, hogy nemcsak a vezetőségnek, hanem az alkalmazottaknak is tudatában kell lenniük a *social engineering* jelentette veszélyeknek. A cég biztonságpolitikáját ki kell terjeszteni minden dolgozóra, a pozíciójától függetlenül. Mindenkinek meg kell értenie, hogy nemcsak a főnökök és az irányítók rendelkeznek olyan információval, ami miatt támadásnak lehet kitéve a cég egésze. [Mitnick (2002)]

A védekezésnek két fontos csapásiránya lehet.

Az egyik: nyilván minden szervezetnek a lehető legaprólékosabban ki kell alakítania a biztonsági protokollt konkrétan a saját struktúrájára. Ennek lényege pedig az kell hogy legyen, hogy ismeretlen vagy csak felületesen ismert személyeknek még a legártatlanabbnak tűnő információt is csak megfelelő ellenőrzés illetve biztosítás mellett lehet kiadni.

A másik irány: megvizsgálni és kidolgozni, hogy egyrészt a "klasszikus" hazugságvizsgálati módszereket hogyan lehet hatékonyabban integrálni, másrészt a viszonylag ismerteken kívül milyen további technikákat lehet tudatosítani és aktívan hasznosítani kockázatos helyzetekben.

Érdekes módon az általam ismert, hazugságvizsgálattal foglalkozó szakirodalomban nemigen foglalkoznak a szerzők a bűvészek, illuzionisták illetve mentalisták által alkalmazott *figyelemirányító* és *elterelő* technikák tudatosításával. Pedig valószínűsíthető (bár ez csak egy hipotézis, ami külön kutatás tárgya lehetne), hogy az elmúlt évszázadok, sőt évezredek során inkább a neves hivatásos bűvészek tanultak az átejtés névtelen „népművészeitől”, mint fordítva. Vagyis nagy az esélye annak, hogy a közönségüket legálisan átejtő professzionális bűvészek által alkalmazott technikák, trükkök lényegi elemei megtalálhatók a „folklorban”: a csalók, szélhámosok, tolvajok repertoárjában.

A szakirodalomból való mellőzés oka valószínűleg nem elsősorban az, hogy a szerzők méltatlannak éreznék témájuk tudományos megközelí-

téséhez a szórakoztatóipari példákat, hanem inkább az a fajta szemléletmód, ahogyan egy állítást a szavak szintjén mérnek az úgymond „objektív valósághoz”, és ha a kettő nincs fedésben egymással, akkor csak a hamis állítás megfogalmazójának különféle reakcióit vizsgálják, a befogadó fél figyelmének hullámozását vagy elkalandozását viszont nem. Pedig ez utóbbi változások szerves következményei lehetnek egy tudatosan felépített hazugság-stratégiának. Ezt valószínűsíti az is, hogy a hazugsággal kapcsolatos érzelmek között Ekman a lebukástól való *félelem* és a megtévesztő személy *bűntudata* mellett harmadikként a rászédés *élvezetét* jelöli meg, vagyis egyfajta sikerélményt [Ekman (2001)]. A siker pedig egy jól végrehajtott trükk, vagyis valamiféle kihívásnak történt megfelelés eredménye: sikerült az áldozat figyelmét elterelni, kritikus gondolkozását semlegesíteni, blokkolni, zsákutcába terelni. Ez pedig nemcsak látványos színpadi mutatványoknál működik, hanem minden proaktív, vagyis nem valamiféle kétségbeesett védekezésből születő hazugság esetében is.

Természetesen lényeges kérdés az alkalmazás *mértéke*. Ami egy színpadi bohózatban vagy egy burleszkfilmben úgy néz ki, hogy az átéjtő egy látványos, széles mozdulattal felmutat a magasba („*Nézd ott azt a madarat!*”), mire az áldozat tágranyílt szemmel, tátott szájjal fölneéz, ezalatt a csaló kirámolja a zsebét – ugyanez a való életben lehet annyi, hogy a beszélgetés vagy tárgyalás egy stratégiaileg fontos dramaturgiai pontján a *social engineer* tekintetét kissé félrekapja, mintha valami külső történés ragadta volna meg a figyelmét, és egyszercsak – nem feltűnően, de – megváltozik a beszédritmusa. Ennyi pontosan elegendő ahhoz, hogy megbontsa partnere koncentrált figyelmét, és már nem veszi észre a finoman becsomagolt hazugságot vagy trükköt.

A profi bűvészek gyakorlatában a figyelemelterelés eszköztára rendkívül széles, és az egyes elemek olyan változatos módon kombinálódhatnak egymással, hogy még a tapasztalt illuzionisták is elveszíthetik a fonalat egymás mutatványai láttán. Mindazonáltal a leglényegesebb alapelveket érdemes legalább a címszavak szintjén összefoglalni a megértés érdekében.

Többféleképpen is lehet csoportosítani, de a legalapvetőbb különbségtétel szerint vannak ’fizikai’ illetve ’mentális’ vagy ’pszichológiai’ elterelések. Az imént említett „*Nézd ott azt a madarat!*” trükk a figyelem fizikai irányítására példa. [Lamont-Wiseman (1999)]

A figyelem fizikai irányításaként a *rámutatásra* a bűvészek persze nemcsak a tekintetüket vagy a kezüket használják – profik lévén kellőképpen birtokában vannak testük egészének, és akár a fülükkel, könyökükkel vagy éppenséggel a lábfejükkel is befolyásolhatják nézőik figyelmét anélkül, hogy azokban tudatosulna, hogy éppen egy szándékos terelésnek engedelmesskednek. A látható, vagyis „látványos” elterelések fontos eszközei továbbá a színpadon a kontraszt különböző fajtái: sötét-világos, tompafényű-csillogó, színes-színtelen, mozdulatlan-mozgó, kicsi-nagy, régi-új stb. [Nelms (2000)] Egy hivatásos illuzionista a műsorában széles eszköztárat alkalmaz, ami azt is jelenti, hogy egy-egy konkrét fogásra a műsor egészében általában egyszer vagy kétszer kerül sor – ha a néző esetleg valamelyiknél gyanakodni kezdene, nincs lehetősége bizonyosságot szerezni, mert fél perc múlva más egy egészen más trükk rántotta ki a szőnyeget a lába alól. Az egyszerű hétköznapi *social engineer*-ek „műsora” rendszerint alig egy pár percig tart, legtöbbjük valószínűleg ennek megfelelően kevesebb trükkre is specializálódott, ezek viszont – a hétköznapi kommunikációs helyzeteknek megfelelően – a „mikromágia” kategóriájába sorolhatók.

A mentális terelés egyik legfontosabb eszköze lényegében a fentebb már említett „gondolatvírus” megfelelő alkalmazása. Hogy stílszerű példát hozzunk, Henning Nelms a könyvében ismertet egy kártyamutatványt, amelynek *Hazugságvadászat* a címe. A bűvész a néző pulzusára teszi az ujját, egyenként mutatja fel neki a kártyacsomag lapjait, és mindegyiknél megkérdezi: „Ez volt az?”. A nézőnek minden esetben azt kell válaszolni: „Nem”, akkor is, amikor az ő lapjára kerül sor. A bűvész azonban ekkor „a pulzus veréséből megérzi”, hogy a néző füllentett, valójában ez az ő lapja. A mentális elterelés lényege itt az, hogy a bűvész egy hamis vonatkoztatási rendszert teremtett azzal, hogy a mutatvány alapkérdéseként fogalmazta meg a kérdést: „Le lehet-e leplezni a hazugságot a pulzus alapján?”. Akármilyen legyen is a nézők álláspontja ebben a dologban, a kérdés végig a mutatvány alatt „gondolatvírusként” dolgozik bennük, és nem tudnak arra figyelni, ami a valódi kérdés: honnan tudta a bűvész, hogy melyik lapot húzta a néző? [Nelms (2000)]

Ugyancsak a mentális terelés eszközei lehetnek azok a nyelvi sémák, amelyeket Paul Watzlawick a *változás nyelvének* legfontosabb elemeiként azonosított: a bal agyféltekét blokkoló paradoxonok, illuzórikus alternatívák, tünet-előírások, illetve a jobb agyféltekét megszólító sűrítések, a képes beszéd, az aforizmák nyelvi szerkezetei: a chiasmusok, oximoronok, szóviccek, kétértelmű nyelvi lelemények stb.

Watzlawick idéz többek között Thomas Mann: Mario és a varázsló c. művéből is, ahol Cipolla ördögi bravúrral megfogalmazott mondatai, amelyekkel mintegy lebénítja közönsége józan értelmét, a hivatásos pszichiáter szakmai szempontjából is tökéletesen hitelesek. [Watzlawick (1993)]

Nincs egyetlen "bombabiztos" módszer sem a hazug megnyilvánulások leleplezésére. Pinocchio orra mint csalhatatlan mutató csak a mesében létezik. Viszont minél több módszert vagyunk képesek alkalmazni, annál nagyobb az esély a sikerre.

Levonhatnánk ebből azt a következtetést is, hogy a hazugságvadászat legnagyobb esélyét az egymás iránti bizalmatlanság jelentheti. Ez a megfogalmazás valószínűleg nem áll messze az igazságtól, de lehet-e így élni?

A válasz két részre bontható. Akiknek a hazugságok felderítése a hivatásuk részét képezi, azoknak – éppen hivatásuk részeként – nyilván kellő egészséges bizalmatlansággal kell viszonyulniuk ügyfeleikhez.

A közvetlen emberi kommunikáció törvényszerűségeinek minél alaposabb megismerése azonban elsősorban önmagunk jobb megismerését szolgálja.

És csak aki megismerte önmagát, annak van esélye embertársát megismerni.

Irodalom:

Bull, Ray - Memon, Amina - Vrij, Aldert: Psychology and Law: Truthfulness, Accuracy and Credibility 2nd ed. John Wiley and Sons, Ltd., England, 2003.

Carnicero, Susan - Floyd, Michael - Houston, Philip: Spy the Lie St. Martin's Press, New York, 2012

Ekman, Paul: Telling Lies W. W. Norton and Company, New York 2001.

Hadnagy, Christopher: Social Engineering - The Art of Human Hacking Wiley Publishing Inc., Indianapolis, Indiana, 2011.

Lamont, Peter – Wiseman, Richard: Magic in Theory: An introduction to the theoretical and psychological elements of conjuring. University of Hertfordshire Press, Hatfield, 1999

Mitnick, Kevin D.: The Art of Deception Wiley Publishing Inc., Indianapolis, Indiana 2002.

Nelms, Henning: Magic and Showmanship: A Handbook of Conjurers. Dover PublicationsLtd., New York, 2000.

Vrij, Aldert: Detecting Lies and Deceit. 2nd ed. John Wiley and Sons, Ltd., 2009.

Watzlawick, Paul: The Language of Change. W. W. Norton and Company, New York, 1993

NÖVÉNYTERMESZTÉSI GÉPEK KIVÁLASZTÁSI SZEMPONTJAINAK VIZSGÁLATA

Előzmények

A növénytermesztés a mezőgazdaság egyik alapvető ága az állattenyésztés mellett, amely tovább bontható, egyrészt aszerint, hogy hol zajlik: szántóföld, kertészet, melegház, stb. Másrészt pedig a termelt növények fajtája szerint: gabona-, gyümölcs-, zöldség-, szőlőtermesztés, stb.

Ma már a mezőgazdasági termelés során a gépi erőforrások, mint inputok szerepe nélkülözhetetlen. Magyarországon a megvalósuló gépberuházások 90%-a külföldi, nyugat-európai eredetű, jelentős részben német és olasz importból származik.

Míg a mezőgazdasági gépek világ- és európai piacán is forgalomcsökkenés történt 2014-ben, addig a magyar mezőgazdasági géppiacon rekordszintet ért el a gépértékesítés. A magyar géppiac több mint másfélszeresére bővült 2014-ben az egy évvel korábbihoz képest. Bár az elmúlt években is jelentős gépberuházások történtek a magyar mezőgazdaságban, a 2014-es esztendő a mezőgazdasági gépkereskedők számára az elmúlt évtized legnagyobb forgalmát hozta. Az új mezőgazdasági gépek vásárlására fordított összeg 164 milliárd forint volt 2014-ben. (Vágó, 2014)

A gépberuházási döntések nemcsak a szervezetek szempontjából fontos kérdés, hanem számtalan ponton befolyásolja a magyar mezőgazdaság teljesítményét és nemzetközi versenyképességét is. A mezőgazdaságban a modern technikai feltételek megteremtése rendkívül költséges, a vállalkozások fejlesztési forrásai szűkösek.

De mégis a termelő gépberuházás esetén milyen szempontok alapján dönt?

A növénytermesztés gépesítéséhez tartozó konkrét jellemzők összegyűjtésére kérdőív került kidolgozásra, melyben meghatároztam

azokat az ökológia, műszaki, gazdasági és technológiai jellemzőket, amelyek szerepet játszhatnak egy adott eszköz (esetünkben: elsődlegesen erőgépek) jellemzői alapján meghatározott állapotának komplex értékelésében, illetve az eszközre vonatkozó beszerzési elképzelések megalapozásában. A begyűjtött válaszok értékelése alapot adhat a jellemző sokaság véleményére.

Anyag és módszer

A gazdálkodók mezőgazdasági gépkiválasztási szempontjainak vizsgálata érdekében 2013. szeptember 1-15. között – Magyarország különböző területén – a Dunántúl középső régióján, az Alföld középső- és északi területén gazdálkodó vállalkozókat kerestem fel. Célcsoportom eltérő, 600-1500-2500 hektár és ettől nagyobb termőterülettel, ennek és az ökológiai adottságoknak megfelelően különböző termelési szerkezettel rendelkeztek, jól gépesítettek és több alkalmazottat foglalkoztattak. A felkeresett vállalatokat A, B, C, D, E, F betűvel jelöltem, személyes interjút és mélyriportot készítettem a gazdaságok vezetőivel.

A kutatás elősegítése érdekében egy előzetes kérdőív került kialakításra és megküldésre ökológiai, műszaki, gazdasági és technológiai szempontokat figyelembe véve.

Ökológiai tényezők között szerepelt: a termelési szerkezet, termelési volumen, termőterület, talajadottság, csapadék mennyiség, napsütéses órák száma, és a csapadék eloszlása.

A műszaki tényezők közé tartozott: a meglévő gépállomány, tömegteljesítmény, területteljesítmény, áteresztőképesség, munkaszélesség, munkaminőség, veszteségek, energiafelhasználás, beépített motor-teljesítmény, vonóerő-igény, vonóhorog teljesítmény, hajtóanyag-felhasználás, szervizigény (alkatrész), javítási kapacitás, alkatrészellátás, konstrukció, komfort, tartósság, kezelhetőség, vázszerkezet szilárdsága, első értéknövelő felújításig várható időtartam, a motor felújításáig várható üzemóra, várható életteljesítmény, és a talajtaposás.

A gazdasági tényező elemei a tőkeerő, gépár, lízingelés, finanszírozási lehetőség, vásárlási fordulóév, alkatrészki költség, javítási-, karbantartási költségek, üzemelési költségek, munkabér, fajlagos fogyasztási irányértéktől való eltérés, átlagos hajtóanyag felhasználás, közvetlen költségek, használati érték, és a gyártó.

A technológiai tényező között szerepelt a hagyományos, művelletakarékos, mulcstechnológia, direktvetéses, precíziós gazdálkodás, és a párhuzamos művelés.

A kérdőíven nem megjelenített tényezők esetében a gazdálkodóknak volt lehetőségük kiegészítésre.

Az értékelés: 1: nagyon fontos; 2: A gépbeszerzés szempontjából meghatározó; 3: Fontos, de a gépbeszerzés szempontjából kompromisszum köthető; 4: Kevésbé fontos szempont az árajánlattól függően vehető figyelembe; 5: Egyáltalán nem fontos tényezőként került megjelölésre.

A vizsgálatba bevont gazdaságok jellemzői

Az „A” cég Fejér megye délkeleti részén helyezkedik el. A gazdaság területe közel 9000 hektár, melyből 6495 ha szántó, 1572 ha gyep, 416 ha erdő és 484 ha egyéb terület. A cég művelésébe tartozó talajok kiválóak, lehetővé teszik az átlagost meghaladó mennyiségű és minőségű termények előállítását. A növénytermesztés három fő termesztési célra osztható: vetőmag előállításra, árunövény termesztésre és az állattenyésztés takarmány szükségletének biztosítására. A növénytermesztési technológiák kialakításánál elsődleges számukra a fenntartható fejlődés biztosítása és a környezettudatos gazdálkodás, ezért minimális szinten tartják a környezet kemikáliákkal történő terhelését. A gépesítés során törekednek a minimális energiaráfordítással és taposási kárral történő agrotechnika kialakítására. Az elmúlt időben végrehajtott beruházások során olyan erőgépeket és hozzájuk kapcsolódó munkagépeket vásároltak, melyekkel optimálisan elvégezhetőek a nagyüzemi táblákon a munkaműveletek. A talajművelés során minimális műveletszám mellett kerülnek a talaj felesleges forgatását, ezzel a költségtakarékosság mellett a humusztartalom és talajszerkezet is kedvezően alakul.

A „B” vállalkozás közel 6000 hektáron gazdálkodik Fejér megyében, melynek a legnagyobb részét (64 %) a mészlepedékes csernozjomtalajok fedik. Ezek a talajok kedvező termékenységűek, mind humuszban, mind foszforban és káliumban „igen jól” ellátottnak minősülnek. Az évi napsütés órák összege északon 2000, délen 2050 óra. Az évi csapadékösszeg 550-600 mm, de keleten és nyugaton még az 550 mm-t sem éri el. A cég a fenntartható mezőgazdaság jegyében integrált növénytermelést folytat. Területeinek aranykorona értéke 26-34 között változik.

A „C” szervezet gazdálkodási területén száraz jellegű éghajlat, közepes csapadékmennyiség és eléggé heterogén, de alapvetően jó minőségű talajok jellemzőek (mezőföldi térség). Termelési szerkezetét az árúnövény-termesztés, illetve saját állattartást szolgáló takarmánynövények termesztése és az állattenyésztés határozza meg. Emellett a hazai félvér lótenyésztésnek egyik bázisát működtetik. Az állattartás miatt a növénytermesztésen belül jelentős a takarmánytermelő terület is (több mint 7000 hektár). Átlagos éves csapadék: 550 mm.

A „D” szervezet fő tevékenységei: növénytermelés, állattenyésztés (szarvasmarha, sertés, pulyka, juh, hal), mezőgazdasági szolgáltatás, húsfeldolgozás, kereskedelem. Foglalkoztatottak száma 530 fő. A cég több mint 7000 hektáron koordinálja a termelést. A terményüzemben lévő szárítóüzem éves kapacitása 25.000 tonna, terménytároló kapacitás 50.000 tonna/év.

Az „E” vállalkozás ma már 600 ha területen gazdálkodik, valamint további 160-210 hektáron komplex, 1000-1200 betakarítási, míg 5000-5500 hektáron növényvédelmi szolgáltatást végez évente. A bácskai löszön kialakult középkötött csernozjom talajaik átlagosan 30 AK értékűek, és kedvező humusztartalmúak. A gazdaságról általánosságban elmondható, hogy az intenzív termesztéstechnológiák mellett tört lándzsát, magas átlagterméseiket – melyek a régiós átlagokat 22,53%-ban, míg az országos átlagokat 51,72 %-ban múlják felül öt év (2002-2006 átlagában) – magas inputköltségek árán érik el. Korszerű és magas színvonalú növényvédelmi és tápanyag-utánpótlási technológiájuk saját kísérleteken alapuló fajtaválasztással, és hatékony gépesítési megoldásokkal párosul.

Az „F” vállalkozás Jász-Nagykun-Szolnok megyében gazdálkodik közel 1600 hektár területen, a talaj kötött vályogtalaj. A gazdálkodására jellemző, hogy döntő többségében őszi búzát és napraforgót termelnek, a fennmaradó területre pedig kukoricát vetnek. A gazdaság elkötelezett híve a forgatás nélküli talajművelésre alapozott precíziós technológia alkalmazásának.

A gazdálkodói kérdőívek eredményei

A bemutatott cégeket felkerestük és személyes interjút, mélyriportot készítettünk a gazdaságok vezetőivel. A kitöltött kérdőívek eredményei a következők:

Ökológiai tényezők közül a gazdálkodók felének nagyon fontos a termőterület, harmadának a termelési volumen. Négy gazdaság esetében a termelési szerkezet a gépbeszerzés szempontjából meghatározó, kettőnél fontos, de gépbeszerzés szempontjából kompromisszum köthető. Az általunk megkérdezett gazdálkodók felénél a csapadék mennyisége, illetve mind a hat gazdaságban a napsütéses órák száma egyáltalán nem fontos tényező.

A műszaki tényezők közé egy esetben a talajtaposás, mint meghatározó tényező került kiegészítésre. A területteljesítmény, a munkaminőség, és a szerviz (alkatrész) a megkérdezettek felének fontos. A gépbeszerzés szempontjából a munkaszélesség és konstrukció négy, az áteresztőképesség, alkatrészellátás, komfort, a tartósság és kezelhetőség, első értéknövelő felújításig várható időtartam és a várható életteljesítmény három gazdálkodó esetében meghatározó. Egyáltalán nem fontos tényezőként két esetben az áteresztőképesség, a komfort, a motor felújításáig várható üzemóra és az első értéknövelő felújításig várható időtartam jelent meg.

A gazdasági tényezők esetében a használati érték, mint nagyon fontos és a gyártó, mint meghatározó tényező került feljegyzésre. A hat gazdálkodó közül négyen a géparat meghatározó, ketten fontos, de a gép beszerzés szempontjából kompromisszum köthető tényezőnek értékelték. Az üzemelési költségek két esetben nagyon fontos, két esetben egyáltalán nem fontos értékelést kapott. A vásárlási fordulóév három esetben egyáltalán nem fontos tényező (egy esetben a gépbeszerzés szempontjából meghatározó, egy esetben fontos, de a gép beszerzés szempontjából kompromisszum köthető, egy esetben kevésbé fontos szempont az árajánlattól függően vehető figyelembe).

A technológiai tényezőket vizsgálva megállapítható, hogy legnagyobb egyetértés a művelettakarékos technológia esetben mutatható ki (négy esetben a legfontosabb, egy-egy esetben meghatározó és fontos). A kérdőívben, mint meghatározó tényező egy esetben került felvezetésre a precíziós művelés. A gazdaságokban a művelettakarékos és hagyományos művelés munkaműveleteik jellemzően az együttes párhuzamos alkalmazása meghatározó. A direkt vetéses technológia a fontos, de kompromisszumos kategóriába tartozott.

Összefoglalás

A gazdálkodói kérdőíveket kiértékelve megállapítható, hogy gépbszerzés szempontjából az ökológiai tényezők közül a legfontosabb tényezők a termőterület és a termelési szerkezet. Műszaki tényezők esetében a területteljesítmény; a munkaminőség, a munkaszélesség, a veszteségek, a hajtóanyag felhasználás, és a szervizigény (alkatrész). Gazdasági tényezők közül a tőkeerő (a rendelkezésre álló saját erő, támogatások, integrátoroktól kapott tőke, banki kölcsön) és a gépár, technológiai oldalról a művelettakarékos gazdálkodás.

Fontos, de a gépbszerzés szempontjából kompromisszum köthető főbb kategóriák talajadottság (ökológia), a vázszerkezet szilárdsága, az energiafelhasználás (műszaki), átlagos hajtóanyag felhasználás (gazdasági), hagyományos művelés (technológiai) között.

A gazdálkodók értékelése alapján egyáltalán nem fontos szempont a napsütéses órák száma, vásárlási fordulóév, a direktvetés (kivéve művelet-összevonásos). További nem fontos tényező a javítási kapacitás változtatása, mivel a jelentősebb javítási és szerviz munkákat többségében szolgáltatásként veszik igénybe.

Irodalomjegyzék

Vágó Sz. (2014): Mezőgazdasági gépek forgalma. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 11 p.

ERŐS ESZTER

A NÉMET NYELV RENESZÁNSZA

A Goethe intézet szerepvállalása

Rémisztő kép. Berlin kellős közepén embereket rabolnak el, akik elengedésük után képtelenek beszélni. Gyors, agresszív robotok újságokból és könyvekből betűket tüntetnek el. Egyre kevesebben képesek szóban vagy írásban kommunikálni. A német nyelv napjai meg vannak számlálva.

Ekkor lép színre Hermann, a zöldruhás hős, és veszi üldözőbe a gonosz Vakuum lordot, aki az emberiség elnémításával Németországban akarja átvenni a világhatalmat. Hősünk előbb a lord „nyelvporszívóját” teszi harcképtelenné, majd sajtóságos nyelvtörök bevetésével: „Grießbrei bleibt Grießbrei, und Kriegsbeil bleibt Kriegsbeil”, győzedelmeskedik. A Goethe intézet interaktív videója „Hermann the German – One word is not enough” címen érhető el, bejelentkezni egy Facebook fotóval lehet, és immáron Hermann legjobb barátjaként, drámai zenei hatások kíséretében menthetjük meg a német nyelvet. Eddig százazrek vállalkoztak a nemes feladatra.



Forrás: <http://www.bielefeld-interkulturell.de/zuwanderer/deutsch-lernen/>

A Goethe intézet 1951-es létrehozásakor Németország arculatát volt hivatott felpolirozni, mára már 94 országban 160-an helyszínen fogad körülbelül kétszáznegyvenezer nyelvtanulót. Az intézet több mint hatvanéves fennállása óta legsikeresebb éveit tudhatja maga mögött.

Az intézet a Német Külügyminisztériummal karöltve ösztönzi a német nyelv elsajátítását. Az Alliance Française, az Instituto Cervantes, a Konfuciusz Intézet mellett folytat nemes versengést a nyelvtanulókért. Nem csupán Németország képét, a német kultúrát közvetíti, a nyelvoktatáson keresztül ösztönzi a kulturális együttműködést, igyekszik hozzájárulni a németországi szakember hiány enyhítéséhez, és közreműködni a német vállalatok forgalmának növelésében.

Németország az utóbbi években valóságos képzési offenzívába kezdett a világ számos táján. Indiában 2011 óta fut egy példátlan projekt:

„Német nyelv 1000 iskolában” néven, mely 2017-re garantálja, hogy az érintett iskolákban a német lesz az első idegen nyelv. Legkésőbb tíz év múlva egy millió indiai gyerek kerül kapcsolatba a nyelvvel, és szerez legalább alapfokú ismereteket. „A Goethe intézet partner iskoláiban végzetteknek meg kell könnyíteni a bejutást a német felsőoktatási intézményekbe, hogy ők adhassák a matematikai, informatikai, természettudományi, és a műszaki tárgyak jövőbeni nemzetközi hallgatóságát”, hangzott el a Goethe intézet 2012-es éves konferenciáján [Neshitov (2012) 2. oldal.].

A németet tanulók arányának növekedése különösen Dél-Európában szembetűnő, de egészen kiugró Spanyolországban. Amikor a német kancellár 2011-ben a spanyol fővárosba látogatott, beszédében utalt rá, a német gazdaságnak az elkövetkező években százezer mérnökre és műszaki szakemberre lesz szüksége [Urban (2012)]. Míg 2005-ben a madridi Goethe intézetben mindössze háromezren tanultak, addig ez a szám 2012-re hétezerre nőtt. A helyiek „Merkel-effektusról” beszélnek.

A Goethe intézet 2014-es évkönyvének tényszámok és adatok (Zahlen und Fakten) oldalai is önmagukért beszélnek: a legtöbben, egészen pontosan 2,4 millióan tanulnak németül Lengyelországban, és ugyanennyien Oroszországban. Jól mutatja az ösztönzők széles skáláját,

hogy 40 országban 220 könyv fordítását is az intézet támogatta. Az életkor sem szab határt a nyelvtanulásnak, az e tárgyban vezetett statisztika szerint a legidősebb diák Japánban koptatja az intézet padjait, 86 esztendősen, míg a legfiatalabbak 3 éves kortól Shanghai-ban okosodnak.

A német nyelv az Európai Unióban

Szó sincs arról, hogy bárki arra vállalkozna, vezető világnyelvvé emeli a németet, ez badarság lenne. Senki sem vitatja az angol vezető szerepét, a két nyelv között még konkurálásról sem lehet szó.

Tudatosítani kell viszont a többnyelvűség szinte felbecsülhetetlen értékét, és a tény, hogy míg mára az angol szükségszerűsége magától értetődő, addig a német a megkerülhetetlen szükséges plusz.

Ha az Európai Unió Maastricht óta követett nyelvpolitikájára gondolunk, minden a többnyelvűség irányába mutat, olyannyira, hogy mára már az „anyanyelv+két idegen nyelv” a cél. Mindez nem csupán az egymás közti kommunikáció megkönnyítését, az előítéletek csökkentését, hanem az európai munkaerőpiac mobilitásának elősegítését, és ezzel az európai gazdasági térség fellendítését is célozza. 2007 és 2013 között körülbelül 7 milliárd eurót fordítottak olyan programok megvalósítására, mint a Sokrates, a Leonardo da Vinci, az Erasmus vagy a Comenius [Gerhards (2012)].

Az Európai Unió gyakorlatában a tagállamok nemzeti nyelvei, egyben az Európai Unió hivatalos nyelvei is. Kivételt képez a luxemburgi nyelv, mivel a luxemburgi kormány önként lemondott erről a státuszról. A törvényeket, dokumentumokat és rendelkezéseket mind a 24 hivatalos nyelvre fordítják, az unió polgárai is saját nyelvükön fordulhatnak az intézményekhez, és joguk van e nyelven választ kapni. Ami az uniós intézmények belső nyelvhasználatát illeti, a kép változatos. A német dobogós helyet kap, de van még mit javítani a pozícióján. Az Európai Unió Bírósága a francia nyelvet használja munkanyelvként, míg az Európai Bizottság a francia mellett belső használatra az angolt és a németet is preferálja. Alapvető szabályzó, hogy minél nyilvánosabb egy ülés, annál inkább nő a használt nyelvek száma (Európai Parlament) és

fordítva, a bizottságokban három vagy még kevesebb nyelv a használatos. Az informális tanácskozásokon a két használt nyelv jellemzően az angolra és a franciára korlátozódik [Gerhards (2012)].

Presztízsnövelés

2014-ben több mint háromszázezer külföldi diák tanult a német egyetemeken és főiskolákon. A német szövetségi kormány koalíciós szerződése háromszázötvenezer diákot irányoz elő, az ERASMUS+ program hozzájárul az előirányzott számok mielőbbi eléréséhez. De német részről ezt sem bízzák a véletlenre. A képzéseket, és ezzel együtt a német nyelvet „exportálják” is. A „Transnationale Bildung” gyűjtőfogalom alá számos olyan projekt tartozik, melyek egyszerre nyújtanak kezét a partnerintézményeknek az oktatásban és kutatásban: German-Jordanian University (Amman), German University Cairo, Chinesisch-Deutsche Hochschule (Shanghai). Az oktatás nyelve itt jellemzően az angol, azonban a kooperáció ténye regionálisan a német presztízsét növeli. 2010-ben alapították, és jelenleg Isztambulban épül a Türkisch-Deutsche Universität, ahol a német lesz az oktatás nyelve [Althaus-Rionier (2015)].

Ulrich Ammon, német nyelvész, számos könyv szerzője. 2015-ben jelent meg legutóbbi műve (Die Stellung der deutschen Sprache in Europa und in der Welt), mely több mint ezer oldalon taglalja a német nyelv helyzetét Európában és a világban. Ezzel kapcsolatban beszélgetett vele a „Die Welt online”. Ammon elmondta, hogy összevetve az anyanyelvi beszélők számát, a német világviszonylatban a tizedik helyen áll. Érdekesebb azonban, hogy hányan tanulnak németet, mint idegen nyelvet, itt viszont már a negyedik helyet foglalja el, az angol, a francia és kínai után, a rangsorban a spanyol követi. Ammon is alátámasztja a német nyelv vonzó mivoltát, mely szerinte elsődlegesen Németország erős gazdasági helyzetére vezethető vissza. Felteszik neki azt a kérdést, mellyel gyakorta szembesülnek a gyakorló nyelvtanárok is, milyen jelentőséggel bír a német egy olyan környezetben, ahol az üzleti élet javarészt angolul zajlik. Ammon válasza a következőképpen hangzik: „Való igaz. A tárgyalások zöme angolul folyik. Azonban mind a kapcsolatfelvétel, mind a tartós üzleti kapcsolatok vonatkozásában elengedhetetlen a német nyelv felsőfokú ismerete. Sajnos a tudomány kevésbé tárta még fel a nyelvek és a nemzetközi kapcsolatok közötti összefüggéseket, sem a nyelvtudósok, de a politológusok vagy a szociológusok sem érzik magukat

kompetensnek a témában. Így a politika sem ismeri fel, miért is lenne olyan fontos, hogy a németet még az eddiginél is többen sajátítsák el” [Fasel (2015)].

Zárásul álljon itt egy fejtörő, hogyan kapcsolódik a San Francisco-i Opera a Goethe intézethez? Hetente egyszer a zenészek oktatásban részesülnek, hogy megfelelően értsék, és artikulálják a német librettókat [Pataczek (2013)].

Irodalom

Althaus, Hans-Joachim - Rionier, Claudia: *Zwischen Rückgang, Anstieg und Neuorientierung.*

<https://www.goethe.de/de/spr/mag/20463342.html> 2015.01.28.

Fasel, Andreas: *Deutsche Sprache ist deutlich attraktiver geworden.*

<http://www.welt.de/regionales/nrw/article136708149/Deutsche-Sprache-ist-deutlich-attraktiver-geworden.html> 2015.01.25.

Gerhards, Jürgen: *Plädoyer für die Förderung der Lingua franca Englisch.* Aus Politik und Zeitgeschichte 62. Jahrgang/4/2012 23. Seiten 51-57

Januar 2012

Mücher, Christoph: *Jahrbuch 2013/2014 – Goethe-Institut.* München, 2014, Goethe-Institut e.V. Zentrale Seiten 202-210

Neshitov, Tim: *Kriegsbeil bleibt Grießbrei.* Süddeutsche Zeitung 68. Jahrgang (2012)/51. Woche/Nr.295 Seite 2 2012. december 21.

Pataczek, Anna: *Deutsch lernen mit Schnäpschen.*

<http://www.tagesspiegel.de/wissen/60-jahre-sprachkurse-des-goethe-instituts-deutsch-lernen-mit-schnaepschen/8549018.html> 2015.02.04.

Urban, Thomas: *Die Grammatik des Lebens.* Süddeutsche Zeitung 68. Jahrgang (2012)/51. Woche/Nr.295 Seite 2 2012. december 21.

FENYVES KATALIN

„SZÉTTÉPETT ESZTENDŐK” – MEGKÜLÖNBÖZTETÉS, ÜLDÖZTETÉS ÉS A ZSIDÓ IDENTITÁS

Budapest Főváros Levéltárának Horváth J. András és Nagy Ágnes rendezte „Széttépett esztendők” című kiállítása alulnézetből, számunkra zömmel teljesen ismeretlen hétköznapi emberek mindennapi életének dokumentumai alapján mutatja be, mit is jelentett a budapestiek számára a megkülönböztetés, az üldöztetés a gyakorlatban: a zsidótlanított munkahelyeken és cserkészcsapatokban, a zsidók számára többé nem látogatható köztereken, a csillagos vagy vegyes házakban.¹ Fotók, személyes dokumentumok, okmányok, levelezések, naplórészletek és hivatalos leiratok, kimutatások, jegyzőkönyvek, beadványok, jelentések és feljelentések tükrében áll össze megannyi zsidó és nemzsidó sors panorámaképe: a Holokauszt budapesti megéléstörténete.

Ennek a történetnek az elmondása igen régi adósságot törleszt. Mert bár az újabb kutatások szerint mítosz csupán az a közvélekedés, hogy a II. világháború végét követően Európa népei azonnali (bár szelektív) felejtésbe menekültek – 1945 után mintegy három évig újságcikkek és könyvek százai foglalkoztak a háborús felelősséggel és az európai, ezen belül is a magyarországi zsidók kiirtásának kísérletével –, a történet átfogó és átélhető elmondása valóban sokáig váratott magára. Már 1945-ben ellene hatottak a napi bel- és külpolitikai érdekek, kiváltképpen a béketárgyalásokra való készülés.

Amint a magyar emlékezetpolitikát elemző egyik újabb kötet szerzője, Regina Fritz megállapította, a háborús felelősség kezdeti vállalását hamar felváltották a geopolitikai megfontolások, konkrétan a területrevíziós remények. A korabeli nyilvános és belső dokumentumok tanúsága szerint a magyar kormány attól tartott, hogy a háborús bűn beismerése csak kiemelné magát a bünt, és ezért negatívan hatna a párizsi béketárgyalásokra. A külügyminisztérium számos szakértői anyagot rendelt a tárgyalások előkészítése céljából, és az egyik ilyen

¹ Jelen szöveg Budapest Főváros Levéltárának Horváth J. András és Nagy Ágnes rendezte „Széttépett esztendők” című kiállítása megnyitóján, 2014. június 11-én hangzott el.

tanulmányban nem jelentéktelenebb személyiség, mint Kosáry Domokos fogalmazott a következőképpen: „[a] békeelőkészítés körül kialakult vitában sokan hangsúlyozták is, hogy mennyire szükséges és helyes a bűnök felderítése, milyen nagy (bár ritkán gyakorolt) magyar hagyományokra megy vissza a szigorú önkritika gyakorlása és mennyire nincs kiút a dolgok őszinte, reális felismerése és a belső megtisztulás nélkül. Itt mégis meg kell jegyeznünk, hogy pusztán békeelőkészítési, tehát *nem lelkiismereti, hanem adósságfizetési szempontból* [kiemelés tőlem – F.K.] nekünk az az érdekünk, hogy az adósságot minél kisebbre vagy lehetőleg ne túlságosan nagyra értékeljük, amikor annak politikai kiszámítására sor kerül. Legalábbis ne szabjunk ki magunkra nagyobbat kifelé, mint feltétlenül kell.”

Mint Regina Fritz részletesen bemutatja, számos szakértő értett egyet abban, hogy a morális önmegítélésre a békeszerződés megkötése után kell időt találni. Úgy tűnik, ez az idő jött el most, 68 évvel később Budapest Főváros Levéltárában a német megszállás és a Holokauszt 70. évfordulója alkalmából, ami azért különösen öröndetes, mert az évfordulós megemlékezések egy része mintha még mindig az 1946-os politikai taktikázást tartaná fontosabbnak a lelkiismeret parancsánál, a szembenézés követelményénél.

A következőkben három olyan problémával kívánok részletesebben foglalkozni, amely a kiállításon látható – sokszor megrázó, olykor mélyen lesújtó, néha kifejezetten felemelő – „megéltéstörténet” alapján a bemutatott időszakon és eseményeken messze túlmutató kérdések feltevését teszi lehetővé. E kérdések a társadalmi javak ideológiai alapú újraelosztására, az egyéni választások és a totális diktatúrák összefüggéseire, valamint a választott és a többes identitás lehetőségeire irányulnak: meggyőződésem szerint mindhárom kérdéskör ma is meghatározóan fontos, a magyar társadalom jelenét és jövőjét egyaránt befolyásolja.

1.

A kiállítás egyik tablójának szövege rámutat, hogy a magyar társadalom rendkívül gyorsan és minden nehézség vagy ellenállás nélkül végrehajtotta az előírt megkülönböztetést: az élet minden színterén, valamennyi élethelyzetben igen hamar elkészültek a hatóságok által megkövetelt listák a zsidónak minősülő magyar állampolgárokról. Ez már csak azért sem lehetett különösen nehéz, mert Magyarországon – több országgal ellentétben – az alapvető személyi adatok között tüntették fel

minden hivatalos iraton a felekezeti hovatartozást, és ez a gyakorlat csak 1948-ban szűnt meg, ekkor iktatták ki az anyakönyvezetésből ennek vezetését. Franciaországban 1872 óta nem regisztrálták a felekezeti hovatartozást, Németországban 1920 és 1933 között, a náci hatalomátvételig szintén nem tartották számon.

Nyilván nem ez a gyakorlat volt az oka, de alighanem még a dualizmus idején, a magyarországi zsidók úgynevezett aranykorában is nagyban megkönnyítette az üvegplafon működését, hiszen a vallása rubrikában mindenkinek minden hivatalos papírjából fehéren-feketén megállapítható volt a felekezeti hovatartozása. Hogy ez a megkülönböztetés valóban megkülönböztetést jelentett már akkor is, azt egyértelműen bizonyítják a statisztikák és a visszaemlékezők történetei. A korabeli nyelvhasználat „rendezetlen vallási viszonyok”-ként emlegette az állami alkalmazásra pályázó zsidók elutasításának indokát, azaz mielőtt az illetők középiskolai, egyetemi tanárként, bíróként vagy ügyészként, állami hivatalnokként akartak volna elhelyezkedni, rendezniük kellett vallási viszonyaikat, ami nem jelentett mást, mint hogy valamely keresztény felekezetbe kellett kérniük felvételüket. Ám 1939-re, a II. zsidótörvény szempontjából a felekezetváltás sem bizonyult elegendőnek ahhoz, hogy valaki ne számítsen zsidónak: a keresztény felekezetű, de faji alapon zsidónak minősülő magyar állampolgároktól a nagyszülőkig visszamenőleg követeltek meg anyakönyvi kivonatokat a hatóságok.

A zsidó felekezethez tartozás persze már jóval az úgynevezett zsidótörvények előtt, az 1920-as *numerus clausus* törvény értelmében is a társadalmi javakhoz (azaz a továbbtanuláshoz) való korlátozott hozzáféréssel járt együtt. E törvény sajátossága, hogy szövegében hiába keresnénk a zsidó szót, az új szabályok elsősorban a politikai megbízhatóságot, másodsorban a „népfajok és nemzetiségek” arányos képviselését tekintették az egyetemjárás feltételének. Ám a zsidóság sem akkor, sem az előtt, sem az után nem számított Magyarországon népfajnak, illetve nemzetiségnek, így a törvény valójában egyaránt ütközött az 1867-es emancipációs és az 1895-ös recepciós törvénnyel. A magyar társadalomban a modernizáció korszakában is fennmaradt a születési előjogokhoz való ragaszkodás, az egyéni teljesítménynél továbbra is fontosabb volt a társadalmi hierarchiában elfoglalt hely és – mint a *numerus clausus* törvény is mutatja – az érdemként felfogott politikai megbízhatóság.

Amikor az egymást követő zsidótörvények a zsidónak minősülő magyar állampolgárokat megfosztják legkülönbözőbb természetű tárgyi és szimbolikus javaiktól (vagyonuktól, megélhetési lehetőségeiktől, személyes tárgyaiktól, személyes terüktől és személyes szabadságuktól), majd e javakat az arra érdemes nemzsidók közt osztják szét, olyan újraelosztást hajtanak végre, amely a társadalmi lét alapjait kérdőjelezi meg és ássa alá: semmissé teszi az állampolgári jogokat és a magántulajdon szentségét.

Az érdemtelennek minősülő és gyakran állampolgárságuktól is megfosztott embereket ideológiai alapon stigmatizálják, és az ideológiai érdemtelenység nevében elveszik javaikat, hogy azokat az arra ideológiailag érdemesebbeknek juttassák. Ez a gyakorlat, amely ellen hiába keressük a tömeges tiltakozás jeleit, strukturálisan azonos módon került alkalmazásra négy évvel később, 1948-ban is: bár a megfogalmazások részben változtak, a stigmatizálás és az újraelosztás, az állampolgári jogok és a magántulajdon szentségének semmibevétele csak megismétlődött.

2.

A megkülönböztetés és az üldöztetés tehát mindenféle totális rendszerben egy töről fakad, és mindkettő lehetetlen lett volna, ha olyan értékrendbe ütközik, amely egyiket sem tartja erkölcsileg és politikailag elfogadhatónak.

A kiállítás is bizonyítja azonban, hogy ilyen értékrend létezett: képviselői, ha nem is tömegesen, de egyénenként szembeszálltak az általuk elfogadhatatlannak ítélt, mert az emberiség alapvető elveivel ellenkező hatalommal.

Itt látható dokumentumok tanúskodnak arról, hogy két keresztény konzervatív középosztálybeli magyar állampolgár, akiről név szerint is érdemes megemlékeznünk, tehát a sírkőgyáros Gerenday Antal (aki eredetileg építésznek tanult) és Elekes Kálmán BSZKRT főmérnök ellene szegült a jogszerű, de magasabb szempontból mégis illegitim rendelkezéseknek: Gerenday minden eszközzel segített az üldözött zsidóknak, Elekes tanúk előtt jelentette ki, hogy Szálasi és bandája oldalán nem fog harcolni.

Példájuk azt mutatja, hogy a totális diktatúra sem tudja az élet és a társadalom minden területét meghatározni: hézagait, repedéseit az egyéni

autonómia megnyilvánulásai hozzák létre. Nem igaz tehát, hogy „ahol zsarnokság van, mindenki szem a láncban” – minden zsarnokságban létezik egyéni választás, önálló döntés. Igaz, ennek a választásnak a kockázata hatalmas, hiszen az egyéni autonómia megvalósítása az életébe kerülhet annak, aki ezzel próbálkozik (és ami még nehezebbé teszi a döntést, gyakran nemcsak a saját, hanem a családtagjainak életét is kockáztatja), mégis létezik a lehetősége, mi több, e döntésből nem következik szükségszerűen a halál. Gerenday Antal is, Elekes Kálmán is túlélte a háborút, bár Elekest november végén letartóztatta a Gestapo, majd átadta a magyar hatóságoknak, de december 23-án kiengedték a fogházból.

Míg azonban az egyéni autonómia és felelősségvállalás szép példáit olvashatjuk e kiállításon, a keresztény zsidók intézményes, egyházi védelméről alig láthatunk dokumentumot. Természetesen volt ilyen is, mégis a keresztény zsidók lelki és erkölcsi szenvedése, eddig alig ismert kálváriája a kiállítás egyik alapvető újdonsága. Nem elhanyagolhatóan kicsi csoportról van szó esetükben: a trianoni Magyarország területén a keresztény vallású zsidók száma 90 ezer főt tett ki, mintegy kétharmaduk volt budapesti. Számukra fölfoghatatlan volt, ami történt, és nem meglepő, hogy az 1944-ben megszorodott öngyilkosságok elkövetői között is jelentős arányban szerepeltek. Ahogyan Dénes Károly itt is látható végakaratóban írta: „mint átlagon felüli haditeljesítményes százados nem hordom 30 év áttérés után a sárga csillagot. Azonkívül a mai napon állásomat is elvesztettem.” A Budapest Főváros Statisztikai Hivatalában korcsoportok és nemek szerint kézzel felfektetett *Kimutatás a zsidónak tekintendő személyek öngyilkossági eseteiről 1944 január 1 – május 3-ig* a bemutatott anyag számomra egyik legmeggrázóbb dokumentuma.

3.

A választott identitás ellehetetlenítése e kiállítás véleményem szerint harmadik figyelemre méltó általánosítható üzenete.

A magyarországi zsidók 19–20. századi történetének egyik fő vonulata az a törekvésük, hogy identitásuk mind több születésükkor adott elemét választhassák meg saját maguk. Az egyéni autonómia kiteljesítésének e módját igen sokan gyakorolták: megváltoztatták születésükkor kapott nevüket, lakóhelyüket, társadalmi státusukat, vallásukat.

Az identitáselemek jelentős részének szabad megválasztását a dualizmus kori Magyarország törvényei lehetővé tették; az 1895-ös recepciós törvény megengedte a ki-, illetve belépést valamely vallásfelekezetbe, elismerte a felekezeten kívüliséget. A determináció ellen folytatott harc részét képezte a vegyes házasság, a válás, a gyerekek számának korlátozása, átvitt értelemben pedig a fennálló rend megkérdőjelezése.

Ugyanakkor a magyarországi zsidók igen számottevő része volt többes identitású – bár a korabeli és a mai szövegek általában kettős, magyar és zsidó, illetve zsidó és magyar identitásról beszélnek, valójában bátran hozzászámíthatjuk ezekhez a Monarchiabeli, a szűkebb pátriához kötődő, a német kultúrában gyökerező egyéb identitásokat is. A 19. század nagyobbik felében mindezen identitások megélése legitimnek is számított, annál is inkább, mert nem csupán a magyarországi zsidók, hanem a Magyarországon élő többiek esetében sem volt ritka. A modernizáció egyik következményeként azonban mind inkább előtérbe került a nemzeti homogenizáció mint a kialakulóban lévő ipari munkakultúra egyik lényeges előfeltétele, s ennek előretörése nem hagyott tovább teret a plurális identitásoknak. Egyre egyértelműbben fogalmazódott meg a kizárólagos identitás, gyakran nemzetvallás formáját öltő magyar nemzeti érzés követelménye, amely a magyar akadémikus kultúra követésének követelményével is együtt járt. És míg a hagyományos antijudaizmus tiszteletben tartotta a felekezetváltást, mert a zsidó vallás, nem pedig a zsidó származású országlakosok ellen lépett fel, a modern antiszemitizmus immár faji alapra helyezkedve zárta ki a magyar nemzetből a zsidó származásúakat.

A két világháború közötti viták a magyarországi zsidóság mibenlétéről, tévedéseiről, hibáiról, követendő útjáról erre a folyamatra próbálnak válaszolni, ennek eredményével szembesülve igyekeznek valamilyen pszichológiailag, etikailag, vallásilag vagy ideológiailag, illetve politikailag egyaránt vállalható következtetésre jutni, mindezen szempontoknak megfelelő cselekvési irányt találni. A tárgyalt időszakban, 1938 és 1944 között erre már nemigen volt módjuk, hiszen addigra már döntöttek róluk mások, és az egyre kilátástalanabb helyzetben csak azt választhatták meg saját maguk, hogy hogyan érezzenek az őket kitesztáló hazájuk iránt. A visszaemlékezések szerint igen sokan nemcsak a munkaszolgálatban, de még a koncentrációs táborban is a gyönyörű hazáról, Magyarországról fantáziáltak, ide vágytak vissza.

Egy sohasem volt, ideális világban a magyarországi – meg a többi európai – zsidónak valószínűleg az lett volna a legtöbb identitáslehetőséget kínáló megoldás, ha kollektív jogokkal rendelkező nemzeti kisebbségként élhetnek egy olyan állam területén, amelynek szívesen és büszkén a polgárai. Ám a 19. század ezt a lehetőséget még elméletben sem ismerte: a nemzeti homogenizáció korában a nemzetiségek veszélyt, nem pedig a sokféleség zálogát jelentették. A felekezeti hovatartozást a már említett folyamatokon kívül a szekularizáció is nagyon meggyengítette, és 1945 után a zsidóság identitás tartalma végzetesen összekapcsolódott a meggyilkolt, „vissza nem jött” rokonok képzetével.

Talán az idén elindult, évfordulós szubjektív visszaemlékezésőzön és az ehhez hasonló kiállítások lehetővé teszik, hogy a traumát elbeszélve az én generációm is letegye a múlt terhét. És hogy ez után valóban szabadon válasszuk meg, milyen elemekből kívánjuk összerakni az identitásunkat.

GÖBÖLYÖS N. LÁSZLÓ

MÉDIAÁBRÁZOLÁSOK FELLINI ÉS LUMET FILMJEIBEN

Szereti a mozi a médiamunkásokat. Legalábbis mint szereplőket. Ábrázolásukban már korántsem ennyire szeretetteljes. Amióta a hangosfilm kezdetétől megjelentek a vásznon az újságírók, szerkesztők, sajtómágnások, lényegesen kevesebb becsületes, halálmegvető, végsőkéig kitartó kollégát láthattunk, mint amennyi cinikust, szenzációhajhászt, megalkuvót és megvásárolható. E többnyire negatív karakterek beírták magukat a mozitörténetbe és a szakmában is azóta emlegetik őket, többek között Federico Fellini és Sidney Lumet révén.

Marcello, Paparazzo és a többiek...

Karikaturistaként, riporterként került az 1940-es években egy római laphoz egy szépreményű, Riminiből érkezett fiatalember, akit egy napon elküldtek egy interjúra a Cinecittába – és ott ragadt. Jól ismert Federico Fellini története, akinek életművében számos esetben bukkan fel a sajtó, máig érvényes tanulságokkal.



A Maestróról köztudott volt, hogy nem rajongott a médiáért, a televízió idegesítette, interjúkat nem szeretett adni, és a lehetőségek szerint távol tartotta magát minden zajos „médiaeseménytől”. Ez megmutatkozik abban, ahogyan a sajtót ábrázolja már első önálló filmjében is. **A fehér sejkben (Lo sceicco bianco, 1952)** egy ábrándos leányzó szembesül álmai rettenthetetlen képregényhősének földi másával, aki az életben két lábon járó szerencsétlenség, impotens ripacs, aki ráadásul retteg a féltékeny feleségétől. De A fehér sejk csak szelíd fricska ahhoz képest, amit Fellini egyik legfontosabb művében, **Az édes életben (La dolce vita, 1960)** bemutat.

„**Paparazzo**” – aki egyszer is kapcsolatba került a bulvársajtóval, ismeri ezt a kifejezést. Federico Fellini Az édes életben egy társasági újságíró szemén keresztül mutatja be a sztárvilágot, a felső tízezret, valamint a lesifotósokat, „paparazzókat”, akiknek semmi és senki sem szent. Innen ered a sokszor irigyelt, és még többször gyűlölt fotóshiénák ma már közkeletű neve, a film egyik szereplőjének neve nyomán.ⁱ Maga a szó egy közép-itáliai dialektusban egy moszkítófajtát jelent és ehhez a kellemetlen rovarhoz hasonlította a lesifotós figuráját a rendező is: „A paparazzo egy folytonosan körülötted keringő bogár, amely váratlanul lecsap rád és beléd dőf” – magyarázta Fellini a Time magazinnak.ⁱⁱ

A főhős (Marcello Mastroianni feledhetetlen alakítása) jobb sorsra érdemes, valaha tehetséges írónak tartották, de – ugye, ismerős? – meg is kell élnie valamiből, így aztán e jól fizető, cinizmust és gátlástalanságot követelő pályán érvényesül, elfogadja, de valójában idegennek érzi magát e talmi csillogásban – végül is elég megalázó egy bárban egy pikolófiútól érdeklődni, hogy mit evett és ivott az illusztris vendég, vagy költői bókokkal elhalmozni egy üres fejű szépséget. De ugyanúgy nem találja a helyét azon értelmiségiek körében sem, akik közé időnként menekül. „*Marcello sodródó tárgy a semmi felé hömpölygő valóságban*” – írta róla a rendező kolléga és filmtörténész Carlo Lizzani.ⁱⁱⁱ Néha ugyan kitör belőle valami lázadásféle, a film vége felé ugyan részegen be is olvas egy „partyn” az unatkozó aranyifjaknak, a végső jelenetek a tengerparton némi megtisztulási vágyat sejtetnek, de kérdés, hogy lesz-e hozzá Marcellónak ereje és kitartása.



De térjünk vissza a paparazzókhöz és ahhoz a mesterségesen felszított légkörhöz, amelyet a „celebek” körül teremtenek ma is. Fellini filmjében egyszerre nevetséges és félelmetes az a jelenet, amikor az Anita Ekberg alakította amerikai sztár, Sylvia körül lebzsel minden sztoriéhes újságíró, miután ő valósággal belemenekül a római Trevi-kútba Marcellóval, egy mitikussá vált jelenet keretében. Hányszor láttunk-hallottunk már hasonló, egymás szavába vágó újságírókat ostobaságokat kérdezni a sztároktól, akik nem kevésbé ostoba dolgokat válaszolnak – vagy azért, mert maguk sem különbek, vagy mert mélységesen lenézik a bulvármédiát, de tudják, hogy „belőlük” élnek, hírnevük fényezéséhez szükségük van rájuk.^{iv} Aztán jön az újabb címlapsztori: a színésznőt nyilvánosan felpofozza féltékeny férje, majd behúz egyet Marcellónak is, és a helyszínen tüsténkedő kollégák csak azt sajnálják, hogy nem tört ki a két férfi között nagyobb verekedés, mert az lett volna az igazi, első oldalra való szenzáció!

Ennél sokkal sokkalóbb a Szűz Mária csodája, amely az odacsődített sokaság és az újságírók, tv-sek miatt, valóságos tömegkatasztrófába torkollik. Ez volt egyike azoknak a jeleneteknek, amelyek felháborították a római katolikus egyházat (már a nyitó jelenetben a Krisztus-szobor helikopterrel való szállítását is „médiaeseményként” mutatja be Fellini), nemcsak a film betiltását követelték, hanem még a rendező kiátkozását is.^v

A legdrámaibb jelenet azonban az a képsor, amikor Marcello barátja, a filozófus Steiner megöli gyermekeit, majd magával is végez, és Papparazzo dögevő társaival együtt várja a busszal hazatérő asszonyt, aki még semmit sem tud a tragédiáról. A nőt Marcello és a rendőrfelügyelő is várja, miközben alig tudják őt kimenteni a fotósok karmai közül. Először az asszony azt hiszi, hogy összetévesztik egy színésznővel, de ahogyan fokozatosan felfogja, hogy milyen szörnyű dolog történt, a fotósok annál erőszakosabbak, szinte alig engedik őt beszállni a rendőrségi autóba, hiába próbálja őket Marcello és a felügyelő elzavarni. Fellini már akkor felháborítónak tartotta a bulvársajtó e „nekrofiliját”, amely sem az elhunyt emlékét, sem a hozzátartozókat nem kíméli...^{vi}



Felliniből későbbi filmjeiben többször is kitört az újságírói lélek. A **Bohócokban (Clowns, 1970)** szeretettel teli interjúkat készített a bohócokkal, míg a **Zenekari próba (Prova d'Orchestra, 1978)** során szintén neki nyilatkoznak ars poeticájukra a szimfonikus zenekar tagjai és a diktátori hajlamú karmester, aki, miután eluralkodik a zenészek között a káosz, szó szerint átveszi az uralmat. Fellini ugyan azt mondta e filmjéről, hogy minden politikai áthallás „belemagyarázás”, de a film a Moro-gyilkosság idején készült, amikor politikai összeomlás fenyegette Olaszországot és megerősödött a „rendpártiak” hangja is. Figyelemre méltó viszont az az interjú, amelyet a Maestro a Zenekari próba bemutatása idején adott: *„Ma egy művészeti alkotásból, vagy egy élettapasztalatból nem annak valóságos tartalma számít, hanem az, hogy mennyire használható információs tárgyként, milyen a kommunikációs hordereje, média-minősége és hogy ezt maga a tömegmédiá hajlandó-e elismerni. Ma az élet eseményeit csak akkor ismerik el valóságosnak, ha a tv-ben, rádióban, az újságokban hír lesz belőle. Ez a kollektív skizofrénia*

állapota: csak akkor halljuk meg önmagunkat, akkor éljük meg valóságos élményeinket, ha mások számára „külső anyaggá” válunk.”^{vii}

Az És megy a hajó (E la nave va, 1983) újságírója, Orlando már nem cselekvő figura, hanem „külső szemlélő”, egyfajta „rezonőr”, aki azért száll fel 1914-ben egy luxushajóra a régi Európa Panoptikum-figuráival, hogy szemtanúja legyen egy operadíva hamvai tengerbe szórásánál. És ő az, aki a hajó felrobbanása után, amellyel kapcsolatban elmondja a nézőnek az összes lehetséges verziót (ellenséges csatahajó, szerb terroristák pokolgépe, vagy „önmerénylet”, hogy kiprovokálják a háborút) egy orrszarvúval együtt közös csónakban elmenekül. A filmben minden hamis, a hájas ifjú hercegtől az orosz basszistáig, hamis még a tenger is. *„Egyetlen módon úszhatjuk meg a katasztrófát: ha tudatunk mélyéről előbányásszuk egészséges énünket”* – magyarázta filmjét Fellini.^{viii}

Olaszországban sem mindig becsülik meg a legnagyobb művészeket. Fellini éveken keresztül kényszerült tv-reklámfilmeket készíteni, hogy alkotásait finanszírozni tudja. A Maestro azonban végül nemes bosszút állt. Elkészítette a tv uralta világ egyik legkegyetlenebb szatíráját, a **Ginger és Fredet (1986)**, amely nem csupán felesége és örök múzsája, Giulietta Masina és legkedvesebb színésze, Marcello Mastroianni jutalomjátéka miatt emlékezetes és mellbevágó egyszerre.

A filmben két egykori táncos, akik fiatal korukban Ginger Rogerset és Fred Astaire-t utánozták, jelentkeznek egy karácsonyi tv-show-ba, hogy felelevenítsék egykori duettjüket. Amelia kiegyensúlyozott özvegy üzletasszony, akit unokái beszéltek rá a szereplésre, Pippo viszont lezüllött könyvügynök, akinek pénzre van szüksége. Hosszú ideje nem találkoztak, most megörülnek egymásnak, hogy ha hajdanvolt szerelmüket nem is, de legalább valamit visszahozzanak ifjúságukból. Aztán rá kell döbenniük, hogy ők, akár a többi meghívott, csupán apró „díszletek” egy izléstelen tömegshow-ban, amelyben a reklám és a minden szintet előntő bővli uralkodik. Ők az egyetlenek, akik szereplésüket komolyan veszik, ezzel láthatóan bosszantják is a tévéseket, akik futószalagon gyártják a műsort, nem is figyelnek senkire és semmire. A film egyik kulcsjelenete, amikor összehívják a szereplőket: hét perces hátborzongató tanulmány arról, hogy kiből lehet manapság a maffiavezértől a botcsinálta spiritisztáig tv-sztár. Amikor éppen Ginger és Fred száma között beüt az áramszünet, Pippo előbb el akar menekülni, aztán ki akarja osztani az egész bagázst, de erre sincs idő, mert visszajön az áram, és mintha mi sem történt volna, a rendezők „lezavarják”

fellépésüket, amelynek során a férfi elbotlik a sztepptánc közben, majd alig fordulnak egyet-kettőt, szinte kilökik őket a színpalák mögé és jöhet a következő. A két egykori „sztár” a pályaudvaron vesz búcsút egymástól megható játékosággal, míg a távolodó kamera megpihen egy óriási karácsonyi csülök-reklámon.



„Fellini új filmje egy olyan civilizációról tanúskodik, amely az önmegsemmisítés felé tart egy, a tudat helyére lépő kommunikációs rendszer által és amely olyan üzeneteket közvetít az emberek között, amelyeket nem abszolút értékek, hanem ideiglenes igazságok metaforái ihletnek” – írta a Ginger és Fredről Giovanni Grazini filmtörténész.^{ix} Morando Morandini kritikus szerint pedig Fellini e filmmel kanyarodott vissza Az édes élethez. „Ha Az édes élet volt az utazás az undorba, akkor Ginger és Fred a vulgaritás tengerén kelnek át. Ez a tv, a reklámáradat, a fogyasztói társadalom vulgaritása”.^x

Fellini médiatémájú filmjeit még át-átlengí az irónia, a karikatúra-szerű figurákon néhol akár nevetni is lehet. Sidney Lumet részéről azonban nincs megbocsátás.

„Esik a nézettséged? Halott vagy!”

Lumet, az erős szociális érzékenységű amerikai rendező, aki tv-s alkotóként számos történelmi oknyomozó filmet készített (Pl. Dreyfuss-

per, a Sacco és Vanzetti-ügy, Martin Luther King polgárjogi mozgalma), már első jelentős nagyjátékfilmjében, a Reginald Rose drámája nyomán készült **12 dühös emberben (Twelve Angry Men)** is a „tényfeltáró” módszert követi. Még akkor is, ha itt nem újságírói munkáról van szó, hanem egy esküdt kétségeiről egy gyilkossággal gyanúsított fekete fiatalember bűnösségével kapcsolatban. A Henry Fonda alakította 8. esküdt ugyanis fokról fokra bebizonyítja, hogy mindegyik esküdttársának a voksa mögött húzódik valami más: előítélet, hiúság, gyerekkori trauma vagy egyszerűen csak érzéketlenség. Az 1975-ös **Kánikulai délután (Dog Day Afternoon)** megtörtént esetet dolgoz fel, egy három évvel korábbi brooklyni túszejtési bankrablást, amelynek során két férfi pénzt akart szerezni egyikük nővé operálásához. Lumet filmjében a halálos végű akcióért a TV-stábok erőszakosságát tette felelőssé, amelyek bulvárszenzációt csináltak a túsdrámából, nem törődve azzal, hogy több tucatnyi ember életét veszélyeztetik.



Ennél is kegyetlenebb az egy évvel később készült **Hálózat (Network)**, amelynek alapötletét szintén a valóság adta a forgatókönyvíró Paddy Chayefskynek. 1974. július 15-én Christine Chubbuck, egy floridai tv-állomás riportere végzett magával élő adásban, miután belefáradt a szerkesztőkkel való harcokba. A gátlástalan programigazgató figurája sem volt teljesen légből kapott, őt Lin Bolenről, az NBC nagyhatalmú

alelnökéről mintázta az író. Bolen később kikérte magának az összehasonlítást. Nem csoda...

Már napjaink tv-örületét, a manipulált és manipuláló valóság-show-k világát vetítette előre ez a film, azt a korszakot, ahol a jelszó: „a nézettség mindenek felett!” - és ez a cél (is) minden eszközt szentesít. Hogyan lesz egy megcsappant népszerűségű öreg riporterből „korunk dühös prófétája”, egy manipuláció eszköze egészen addig, amíg túl nem nő a népszerűsége a „remélten” és így útjában áll már a média - és egyéb moguloknak. Újabb, kényszerű pálfordulása azonban ismét nézettségi zuhanást okoz, egyetlen módja marad a siker fenntartásának, ha egyenes adásban lelövik. Egy esetleges öngyilkosság már nem érdekes, azt Beale eljátszotta azzal, hogy nem tette meg, amikor ígérte. Ha viszont a nézőtérrel ölik meg, az mindjárt más! Így is történik: a show utolsó adásában, amint színre lép, valaki feláll a nézők közül, háborítatlanul fegyvert ránt és lövése a homloka közepén találja el Beale-t. A stúdió kamerája azonnal premier plánban veszi a holttestet és máris kész a vezető anyag a híradóknak.

„Howard Beale volt az első ember, akit azért öltek meg, mert csökkent a nézettsége” – hangzik el a film végén. Pedig amikor kiderül, hogy le akarják venni a képernyőről, éppen azzal csigázza fel a nézőket, hogy bejelenti: utolsó adásában „élőben” lövi főbe magát...

A filmnek nem ez az egyetlen kötődése a valósághoz: az Ökumenikus Felszabadító Hadsereg, amelynek a csatorna szintén fórumot ad és amely végrehajtja Howard Beale meggyilkolását, egyfajta paródiája a Szimbionikus Felszabadító Hadseregnek (SLA), amely 1974-ben elrabolta Patti Hearst-öt, az Aranypolgár modelljét adó William Randolph Hearst unokáját, a médiabirodalom örökösét, aki később fogva tartóival még bankot is rabolt. És ha lúd, legyen kövér: a csoport szóvivőnőjét Kathy Cronkite, a legendás amerikai tv-műsorvezető, Walter Cronkite lánya alakította. Lumet szerette volna megnyerni Beale szerepére magát Cronkite-ot, de nem ő vállalta az azonosulást.^{xi}

Howard Beale figurája (Peter Finch) megelőlegezte egyben a 80-as években az USA-ban népszerűvé vált „tv-evangelistákat” is, akik szemfényvesztő módon fanatizálták közönségüket. Valójában nem tudjuk bizonyosan, hogy a labilissá vált öregember tényleg megőrül-e, vagy csupán teljesen átéli a ráosztott szerepet: miután a nézők arcába vágja, hogy „minden hazugság” (ne feledjük: alig két évvel Nixon elnök lemondása és egy évvel a vietnami háború befejezése után vagyunk!),

jelmondatával („pokolian dühös vagyok és egy percig sem bírom tovább!”) akaratán kívül mozgalmat indít el...^{xii}



A Faye Dunaway alakította Diane Christensen pedig prototípusa a mindenén átgázoló tv-s producernek, aki annyira a tv-s sikerhajszolás megszállottja lesz, hogy még egy szeretkezésnek nehezen nevezhető nemi aktus közben sem képes ettől a gondolattól megszabadulni. Beale barátja (?), Max Schumacher (William Holden) megpróbál tisztességes maradni, de ő is árulásokra kényszerül, többek között azzal, hogy Diane szeretője lesz. A legsötétebb figura viszont a Robert Duvall alakította csatornavezető, Frank Hackett – ő hidegen számító és csakis a saját érdekeit nézi, és ehhez tökéletesen felhasználja a már-már addiktológiai esetnek tekinthető Diane-t.

A film számos jelenetében tekinthetünk bele a sikercsinálás boszorkánykonyhájába. Amikor Beale bejelenti, hogy főbe lövi magát, többen le akarják keverni az adást, a programigazgatónőnek azonban nyomban kész a terve: „*Kell egy dühös ember, antikultúra, intézményellenesség*”. Aztán mégsem találja elég dühösnek, mígnem a szerencsétlen kollégának „látomása támad”, amikor bőrig ázva, eredetileg a nézőktől való bocsánatkérés céljából betámolyog a stúdióba, bibliai átkokat mennydörög – természetesen rögtön adásba teszik - és felszólítja a nézőket: álljanak fel a tv előtt, menjenek az ablakhoz és üvöltsék ki a világba dühüket. Az adást 67 csatorna veszi át, és a központba egymás után érkeznek a telefonok: egyre több városban üvöltenek az emberek az ablakokban! Ez már elegendő a show-hoz – Faye Dunaway képes mosolya

önmagában tanulmány... Egy idő után azonban sok lesz a „dühből” – olyannyira, hogy Hackett behívhatja Beale-t és gyomorforgatóan megrendezett elbeszélgetésben, ahol „földöntúli fények” kíséretében elmagyarázza a „prófétának”, hogy miként is működik a világ. Megrója őt, hogy *„beavatkozott a természet rendjébe”*, és – mintegy isteni kinyilatkoztatásként – közli vele, hogy *„a világ nem más, mint vállalkozások egyesülete.”* Amikor a tragikus befejezés előtt Hackett, Schumacher és Christensen „megbeszéli”, hogy Beale-nek meg kell halnia – miközben a nézők békésen áramlanak be a show színhelyére – csak homályosan látjuk az arcukat. Összeesküvők? A „negyedik hatalom” sötét oldala? Szabad a gazda...

Amikor az utolsó jelenetben Beale-t lelövik, a szerencsétlen ember ugyanúgy terül el, mint amikor korábbi fellépései során „extázisba esett”. És a kamerák is ugyanúgy tüzelnek rá, mint akkor...



Paddy Chayefsky szerint „a televízió a demokrácia legcsúfabb formája”. E filmben, és azóta még nyilvánvalóbbakká váltal Herbert Marcusének Az egydimenziós emberben 12 évvel korábban leírt gondolatai, mely szerint az, hogy egy munkás és a főnöke ugyanazt a tévét nézik, nem azt jelenti, hogy eltűnnek el az osztálykülönbségek, hanem azt, hogy az egész társadalom osztozik azokban az igényekben, amelyek fenntartják az establishmentet. Joggal írta a bemutató után Vincent Canby kritikus a Hálózatról, hogy bizonyára lesznek olyan nézők, akik szerint a film túlságosan abszurd, holott az alkotás *„nem más, mint a televízió és társadalom rejtett szívének szatirikus kardiogramja, ahogyan kölcsönösen*

támogatják egymást.^{’xiii} A kor egyik abszolút szaktekintélye, Roger Ebert szerint a film nemcsak a televízióról, hanem a 70-es évek valamennyi betegségéről szól, amelynek a végére Beale valóban megőrül, miközben egyfelől az ambíció által elvakított tévések, másfelől pedig korrupst üzletemberek használják őt ki a végsőkig és „*a gonoszság skálája olyan széles, hogy elvesznek bennük az emberi értékek.*”^{’xiv}

Akadtak persze negatív értékelések is: például Pauline Kael a New Yorkerben azt kifogásolta, hogy a film nemcsak a televíziót, hanem azokat a tv-nézőket is rossz színben tünteti fel, akik „lélektelen tömegként” beveszik Beale messianisztikus maszlagját, míg Michael Billington, a londoni The Guardian szakírója „a bulvárlapok harsány címlapjaihoz” hasonlította a Hálózatot. Pedig már a film eredeti plakátja is figyelmeztetett: „*Készülj fel egy tökéletesen vérig sértő mozira!*”

A négy Oscar-díjat begyűjtő film azóta is minden mértékadó rangsorban előkelő helyen áll, bekerült az Egyesült Államok kongresszusi könyvtárának filmarchívumába, mint nemzeti kincs. Howard Beale proféciái pedig újra és újra beteljesülnek. Vajon észrevesszük-e?...

ⁱ 1998-ban szintén egy olasz rendező, Neri Parenti már vígjátékot rendezett *Paparazzi* címen a témából, de hat évvel később az amerikai Paul Abascal azonos című filmje már krimet alkotott a hollywoodi lesifotósok világában.

ⁱⁱ The Press: *Paparazzi ont he Prowl*. Time Magazine, 1969. április 14.

ⁱⁱⁱ Carlo Lizzani: *Az olasz film története*. Gondolat, 1981. 322. old.

^{iv} A szerző személyes élménye egy magyar bulvárlapnál a 90-es évek végéből: a főszerkesztő ráállította az egyik fiatal kolléganőt, hogy egy felfelé ívelő csillagzatú celebhölgyet minden nap felhívja újabb és újabb intimitásért. A sztár 10 nap után besokkalt és megkérte a kolleginát, hogy most egy ideig hagyja békén. Miután a fiatal munkatársa sírva ment jelteni a főnököknek, ez utóbbi felüvöltött. „Mit képzelsz magáról ez a , mi csináltunk belőle sztárt!”

^v Egy katolikus lap átkeresztelte a filmet *Undorító életnek* (La schifosa vita), míg a Szentszék hivatalos lapja, a *l'Osservatore Romano* nem kevesebb, mint hét támadó cikket szentelt neki. A lap főszerkesztője, Giuseppe della Torre gróf egyszerűen „disznóságnak” nevezte, a Veneto tartománybeli püspökök pedig bejelentették, hogy nem oldozzák fel azokat a gyónni szándékozó híveket, akik megnézik. Az újfasiszta MSI és a kereszténydemokrata DC parlamenti interpellációban tiltakozott ellenére, a legszélsőségesebbek azt követelték, hogy Fellininek vonják be az útlevelét, mint egy köztörvényes bűnözőnek. Aztán egy Angelo Arpa nevű jezsuita atya privát vetítéseket

kezdett el szervezni Milanóban és Genovában, az egyikén részt vett Giuseppe Siri genovai érsek is. És a kőkonzervatív hírében álló főpap a filmet „társadalmi dokumentumnak” nevezte és megdicsérte Fellinit „emberi és szociális jócselekedetért”. Siri véleményét közölte az *Il Nuovo Cittadino* című genovai katolikus lap, amely azonnal kiváltotta a milánói érsek, Giambattista Montini, a későbbi VI. Pál pápa haragját. Bár Montini nem látta a filmet, mégis azt követelte, hogy lépjenek közbe az egyházi hatóságok a film betiltása érdekében annak „végtelen erkölcstelensége és az emberi züllöttség legrosszabb példájának bemutatása” miatt. A hívő katolikus Fellini még arra is hajlandó volt, hogy audienciát kérjen Montinitől, aki azonban nem fogadta őt.

^{vi} Az elmúlt 15 évben nem kevés példát láttunk rá Magyarországon is, Zámbo Jimmy-től Daróczi Dávidig..

^{vii} *Panorama*, 17.10.1978.

^{viii} Fellini. *Raccontando di me, conversazioni con Costanzo Costantini*, Editori Riuniti, Roma, 1996, pp. 182-185

^{ix} *Il cinemondo. Dieci anni di film 1976-1986*, Laterza, Roma-Bari, 1987

^x "Il Giorno", 14 gennaio 1986

^{xi} Finch, aki Oscar-díját már nem érte meg, tulajdonképpen csak sokadik megoldásként került be a filmbe, mivel a szerepet felajánlották James Stewartnak és Henry Fondának is. Stewartnak nem tetszett a film nyelvezete, Fonda pedig azzal utasította el, hogy Beale figurája túlságosan „hisztérikus”.

^{xii} "I'm as mad as hell and I'm not gonna take this anymore!" – Az Amerikai Filmintézer minden idők 100 leghíresebb filmes idézetei között a 19. helyre rangsorolta a Hálózat kulcsmondatát, amely azóta szállóige lett és több amerikai civil mozgalom is gyakran idézi.

^{xiii} *New York Times*, 1976. november 15.

^{xiv} <http://www.rogerebert.com/reviews/network-1976>

JUNK FOOD AND CULTURE

Introduction

The macro-environment does not leave any business unaffected and it is precisely this environment that forms conditions, stipulations, rules and quite often investment opportunities (Patsikas 2002)

Demography, the economy, the natural environment, legislation, technology, cultural values, and a changing competitive environment are essential interdependent variables directly affecting, if not determining, the successful behavior of international business concerns (Ellis & Williams, 1995; Czinkota & Ronhaiken).

The cultural environment is a slow-paced and specific environment. It is made up of values, representations, perceptions, standards or legitimate behaviors that are seminal characteristics of a given society (D'Iribarne & al., 1999).

Yet, major cultural changes have occurred within institutions, in human relationships, social rituals, and family entertainment activities, causing these systems to evolve and transform more incrementally. 'Fastfoods' restaurants have also changed eating habits and become the reference norm, sometimes ruining the regional and highly cultural gastronomy but also diversifying, if not enriching, the local cuisine into a more cosmopolitan culture. (Patsikas 2002)

The dual forces of globalization and modernization are causing rapid worldwide changes in food supplies, food consumption behaviour and population health. One of the major changes over the last 50 years has been the development and marketing of Western-style fast foods. (Seubsman, Kelly, Yuthapornpinit, Sleigh (2009).

Women and men are busier than ever, so fast food restaurants provide an easy and fast solution to overscheduled people. There are many well-known and famous fast-food restaurants in the world, like McDonalds,

Burger King, Wendy's, Taco Bell, KFC, etc. Although the solution is fast, the nutritional value is very little.

Modern lifestyles and obsegenic environments have been linked with overweight, and both have been shown to be associated with increases in fast food consumption. Dunn (2008)

1. What is Fast Food? Junk Food?

There are many definitions for fast food. Harrison and Marke (2005) pre-packed meals or ready to eat convenience food. Reidpath, Burns, Garrard, Mahoney, Townsend (2002) fast food, which is purchased from a major franchise chain.

Merriem- Webster Dictionary: Fast food: specializing in food that can be prepared and served quickly

Merriem- Webster Dictionary: Junk Food : 1. food that is high in calories but low in nutritional content, 2. something that is appealing or enjoyable but of little or no real value.

Dictionary Reference: food, as hamburgers, pizza, or fried chicken, that is prepared in quantity by a standardized method and can be dispensed quickly at inexpensive restaurants for eating there or elsewhere.

American Heritage Dictionary defines fast food as "Inexpensive food, such as hamburgers and fried chicken, prepared and served quickly."

Hellesvig-Gaskell (2013): Fast foods are characterized as quick, easily accessible and cheap alternatives to home-cooked meals, according to the National Institutes of Health (NIH). They also tend to be high in saturated fat, sugar, salt and calories. According to the NIH, many fast food chains have responded to growing public awareness about nutrition by offering some food that is lower in fat and calories than their normal fare.

2. Industry Reports - Statistics on US Industry Revenue

According to the statista.com (2014) the fast food industry's revenue peaked in 2006 before taking a dip in 2009 as a result of the global recession. Despite this setback, the industry is forecast to generate increasing revenue year-on-year until at least 2018. As a result of its

increasing popularity, the U.S. fast food industry remains the largest in the world, with over 320,000 outlets forecast to be operating in 2014.

The fast food industry includes worldwide famous brands such as McDonald's, KFC, Pizza Hut and Burger King, all of which were founded in the United States. Other American brands, such as Chipotle Mexican Grill and Taco Bell, are also beginning to build an international reputation. McDonald's is by far the most valuable fast food brand in the world, with a value that exceeded 90 billion U.S. dollars in 2013. McDonald's has been operating since 1955. In 2013, the company had over 35,000 restaurants worldwide, 14,278 of which were in the United States.

Almost a quarter of U.S. consumers eat at fast-food restaurants at least once a month and more than ten percent visit them at least once a week. According to the World Health Organization, it is the unregulated frequency of such visits that is causing obesity and its related health problems in the United States. Many of the leading fast-food brands in the U.S. specialize in high-calorie foods, such as burgers, pizza and fried chicken.

3. Experiments on Fast Food - Supersize me- The Great American Detox Diet

Morgan Spurlock, an American filmmaker and producer had an idea to improve the negative results of the junk food consumption by a so called empirical, primary research.

He made his experiments in the year of 2003, when he ate three McDonald's meal on a daily basis for 30 days, and went for the 'super size menu' option.

When he started his experiment his health condition was better (he walked about 3 miles per day), than the average Americans (walk about 1.5 miles per day).

After a month he gained 11 kg, became very puffy, and suffered from liver dysfunction and depression.

At the end of the project, it took 14 months for Spurlock to return to his normal weight of 84 kg. The docudrama was released in 2004 in the US

and the production was later nominated for Academy Award for Best Documentary feature.

Spurlock's ex-wife Alexandra Jamieson took charge of Spurlock's recovery with her new diet the "detox diet", which became the basis of her book, *The Great American Detox Diet*.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Morgan_Spurlock)

4. Foreign Culture and Fast Food

Culture can be loosely summarized as the complex of value, customs and beliefs and practices which constitute the way of life of a specific group (Eagleton, 2000:34). Therefore it is defined that food as well as religion is also part of culture. It is a powerful tool for survival, but it is a fragile phenomenon. It is constantly changing and easily lost because it exists only in our minds (Basem Abbar Al Agha, 2007).

American fast food companies decided long ago that limiting themselves to North America would not be enough in a world that seems to be growing at some times and shrinking at others. The opportunity became much greater than the risk, and taking the risk has paid off for many companies(How American Fast Food Franchises Expanded Abroad, Don Dazkowski, Fast food outlets are considered a symbol of modern technology, and they vary according to various cultures (Basem Abbar Al Agha, 2007). The way fast food is featured and prepared in various countries has to do with the cultural aspects each country represents. Fast food chains coming from the United States of America have understood that culture plays an important role, especially in Asian and Arabian countries, and have changes their marketing and advertisement skills in order to suit the culture of its one separately. Multinational companies modify their menu to cater for local tastes and most overseas outlets are own by native franchises. This widespread of American fast food chains across the globe, focuses on a different approach of fast food, in comparison to what other countries represent and address as fast food.

4.1. India

In India, McDonald's is well known for the high degree of respect to the local culture. McDonald's has further developed a menu for India with vegetarian selections to suit Indian tastes and culture. In addition to this

McDonald's do not offer any beef and pork items in India, but instead substitute this meat with lamb due to the fact that Hinduism traditionally bans eating beef. Through these concerns, pursuing sensitivity to local taste having no pork or beef in sold goods and vending such products in affordable prices, McDonald's would exponentially increase its population of customers (Alexander Ken Libranza). McDonald's have also gone through a change of its operations to address the special requirements of a vegetarian menu. Furthermore, McDonald's maintain the separation of vegetarian and non-vegetarian food products within its branches.

4.2. Japan

In Japan, fast food culture is growing every day. It is recognized that people in Japan like fast food just as much as Americans do. If any American were asked to sum up the organizational culture of McDonald's, they would respond with efficiency and standardization. Americans eat McDonald's because the food comes fast and there is no skepticism over taste. McDonald's restaurants are a sense of comfort when people travel abroad; there is no need to worry whether or not the local cuisine will be suitable when there are McDonald's on every street corner. Surprisingly, these corporate values were not the ones that created the most buzz in Asia. Easterners were not looking for a restaurant meal they could eat in eleven minutes, the average time an American spends eating at McDonald's, nor were they looking for an ordinary hamburger. (<http://bucknellorgtheory09.wordpress.com>). The organizational culture of McDonald's has adapted to Asian culture and it is so powerful that it was able to alter Asian culture to agree with the organization's principles. McDonald's and other fast food American chain popularity in Asian countries and especially Japan is a puzzling effect. On the chart shown below are some general cultural differences that exist between Americans and Asians (Harris (2002) not only flourish in the East, but merely survive. (Table 1)

McDonald's is perceived quite differently than it is in the U.S. There it is seen as trendy to eat McDonald's. The same applies for China which already has 2000 McDonald's restaurants and they keep on growing.

Although McDonald's originated and developed in the United States, the key to its acceptance in Japan was the adoption of Japanese marketing strategies. Instead of the company's original pronunciation, it is called

"Makudonarudo," a sound that is more pleasing to the Japanese ear. In order to carry out a unified strategy of expansion, McDonald's Japan has rejected the U.S. model of relying on franchises and has been employing a system of direct management. It has also launched a number of Japanese-style products, such as the Teriyaki McBurger, that have become popular.

Table1: Managing Cultural Differences

Asian Countries	United States
<ul style="list-style-type: none"> • Equity is more important than wealth 	<ul style="list-style-type: none"> • Wealth is more important than equity
<ul style="list-style-type: none"> • Saving and conserving resources is highly valued 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumption is highly valued; awareness of conservation is growing
<ul style="list-style-type: none"> • Group is the most important part of society and is emphasized for motivation 	<ul style="list-style-type: none"> • Individual is the most important part of society and is emphasized for motivation
<ul style="list-style-type: none"> • Cohesive and strong families; ties often extend to distant relatives 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuclear and mobile family. Fluid society that de-emphasizes strong social ties
<ul style="list-style-type: none"> • Highly disciplined and motivated workforce/societies 	<ul style="list-style-type: none"> • Decline in the "Protestant work ethic" and hierarchy
<ul style="list-style-type: none"> • Education is an investment in the prestige and economic well-being of the family 	<ul style="list-style-type: none"> • Education is an investment of personal development/success
<ul style="list-style-type: none"> • Protocol, rank, and status are important 	<ul style="list-style-type: none"> • Informality and competence is important
<ul style="list-style-type: none"> • Personal conflicts are to be avoided 	<ul style="list-style-type: none"> • Conflict is energy to be managed – many lawyers
<ul style="list-style-type: none"> • Public service is a moral responsibility 	<ul style="list-style-type: none"> • Distrust of big government and bureaucracy

Source: Philip R. Harris (2002)

Food preferences, in the past, were considered culturally oriented. With the globalization and success of franchises abroad, McDonald's has proven that tastes can change. The corporate culture of the organization affected how the organization coped with competition and changed. When the first franchise opened in Japan, the menu consisted mostly of items similar to those in the United States. In effort to increase sales, McDonald's restaurants experimented with different food items such as Chinese fried rice, curried rice with chicken, and fried egg burgers. (Ohnuki-Tierney, 2007).

Another obstacle the Japanese posed for the expansion of McDonald's was their perception of the food as snacks. Any food that consists of bread is not deemed "filling," and hamburgers have become a snack that is consumed between meals. McDonald's diversion from commensality and its supply of non-traditional Japanese food coupled with the consumer's perception of the food as a snack has created an environment suitable for

young people to come and hang out
(<http://bucknellorgtheory09.wordpress.com>,2009).

A major factor of the popularity of McDonald's in Japan is the resolutely lowering prices is a weapon that McDonald's Japan has been employing over the past few years to register rapid growth. The company carried out a customer satisfaction survey during the economic slump that followed the bursting of the "bubble economy" of the late 1980s. Based on the results of that survey, McDonald's Japan lowered the price of a hamburger from 210 yen to 130 yen. The company moved to lower prices again in April 2000, cutting the price of a hamburger in half to 65 yen (52 cents) on weekdays(<http://web-japan.org>, 2001).

In Japan, the national culture seems to have had a greater impact on the organizational culture than the reverse. They have not conceded to the traditional tastes of American hamburgers, but instead prefer rice burgers, a slice of meat between bun-shaped rice patties. Though it has become progressively more acceptable by the Japanese to eat at McDonald's, it has not become a place where lunches are by the masses consumed (<http://bucknellorgtheory09.wordpress.com>,2009). Most of their customers are young men and women rather than adults or the elderly.

4.3. China

In China, McDonald's represents the American style and the promise of modernization. McDonald's highly efficient service and management, its spotless dining environment, and its fresh ingredients have been featured repeatedly by the Chinese media as exemplars of modernity. McDonald's strict quality control, especially regarding potatoes, became a hot topic of discussion in many major newspapers, again with the emphasis on McDonald's scientific management as reflected in the company's unwavering standards. According to one commentator who published a series of articles on McDonald's, the company's global success can be traced to its highly standardized procedures of food production, its scientific recipes, and its modern management techniques (McDonald's in Beijing: The Localization of Americana 1997)

Another factor is that people associate the success of American fast food chains with their atmosphere of equality and democracy. No matter who you are, according to one of these reports, you will be treated with warmth and friendliness in the fast food restaurants; hence many people

patronize McDonald's to experience a moment of equality. This argument may sound a bit odd to Western readers, but it makes sense in the context of Chinese culinary culture. Banquets in Chinese restaurants are highly competitive: people try to outdo one another by offering the most expensive dishes and alcoholic beverages. It is typical for the host at a banquet to worry that customers at neighboring tables might be enjoying better dishes, thus causing him or her to lose face. To avoid such embarrassment, many people prefer to pay the extra fees necessary to rent a private room within a restaurant. Such competition does not exist at McDonald's, where the menu is limited, the food is standardized, and every customer receives a set of items that are more or less equal in quality. There is no need to worry that one's food might be lower in status than a neighbor's. For people without a lot of money but who need to host a meal, McDonald's has become the best alternative (McDonald's in Beijing: The Localization of Americana, 1997)

4.4. Arabian countries

In Arabian countries, McDonald's in the Arabian Peninsula are owned by the same company and there isn't a whole lot difference between McDonald's in Dubai, Oman, Qatar, Bahrain, Kuwait, Egypt and Jordan.

Focusing on McDonald's and fast food chains in Egypt, which are slightly different in substance than in the Gulf, and very different in the role it served in society. The Gulf states are all rather rich, and even Jordan has a whole lot to offer, considering it isn't an oil producing nation. Egypt is much larger, much more crowded, and much poorer than other Arab countries. Even though Egypt is not as rich as other Arabian countries like Kuwait, there are plenty of restaurants all over the place where you can eat fast food coming from the west culture. McDonald's is neither the best nor the worst option in Egypt. American Fast food restaurants in Egypt's dining ecosystem is mostly a hangout for high school kids and young adults. It is also a place to study and a place you could bring a computer. A major difference between the fast food chains in Egypt in contrast to poorer Arabian countries, such as Cambodia, is the wifi connection they provide to their customers. Another cultural difference in the fast food industries in Egypt is that in tourist places where people can find an American fast food restaurant, the music provided is that of a western culture such as pop and rock music. In

contrast to that, in places that are not of touristic value, the music is strictly domestic or of Arabian origin.

Cultural factors for McDonald's to take into account in Saudi Arabia are the need to understand the religious norms, their personalities, their language, understand the formal and informal regulations, their ethic and work culture. Many U.S. fast food companies are changing their restaurants to support gender segregation in countries that promote it. One major company is McDonalds' in Saudi Arabia. McDonalds' has reportedly made separate entrances for men and women and different seating as well. The men's area is typically lavish and comfortable where the women's side is sometimes missing seats. Women without a male companion are barred from entering the restaurant. Many women are not allowed to drive so McDonalds' solves that problem by having home delivery available. McDonald's marketing decisions in the Middle East are careful and deliberate. Arabian countries have strict cultural laws and fast food chains are changing their products in order to compensate with the cultural differences.

(<http://news.medill.northwestern.edu>, Aubrey Pringle,2013)

In many Middle Eastern countries, McDonald's makes sure to offer menu items that are within the Muslim Halal diet, which prohibits eating pork, among other things. The company also markets itself as being very family-focused since family is of utmost importance in many of those cultures (<http://news.medill.northwestern.edu>, Aubrey Pringle,2013).

Since in the past American fast food restaurants were declared from the Arabians as a threat of Western dominance over their culture, fast food chains are trying to deliver the message that all those who work in McDonald's Middle Eastern countries are of Arabic heritage and that the meat is Halal and all the components are made in their countries. That is an example other fast food chains coming from America are trying to proceed with. Due to the work factor, fast food chains have begun to understand the business culture of the Arabic nations, which is different than the American way of dealing with business and associates and try to overcome ,them in order to expand with respect to the Arabians, in as many Arabian countries possible.

5. Effects & Critics

Critics of the fast food industry point to several features that may make fast food less healthy than other types of restaurant food (Spurlock, 2004; Schlosser, 2002).

These include low monetary and time costs, large portions, and high calorie density of signature menu items. Indeed, energy densities for individual food items are often so high that it would be difficult for individuals consuming them not to exceed their average recommended dietary intakes (Prentice and Jebb, 2003).

Clarke (2013) Fast food costs relatively little and tastes good, but the negative effects on physical health last much longer than these immediate concerns. With the high-calorie meals come more fat, cholesterol, salt and sugar -- and therefore fewer vitamins, minerals and other nutrients -- than in healthier foods. The USDA Dietary Guidelines for Americans reports that these eating habits create nutritional deficiencies along with weight gain. The health problems that stem from overweight and obesity alone can severely limit lifestyles and shorten life spans. Fast foods contain high amounts of cholesterol and salt, two nutrients that contribute to cardiovascular health problems. The U.S. Centers for Disease Control and Prevention report a direct link between sodium intake and negative effects on blood pressure, and note that Americans consume most of their sodium in processed and restaurant foods. Many drive-through foods and drinks have high sugar content, including chocolate shakes, 62 grams of sugar, and colas, 44 grams, in 16-oz. servings as per the USDA. Fast food coleslaw, French toast sticks and even cheeseburgers contain significant amounts of sugar. Regularly consuming too much sugar can have permanent negative effects on your blood sugar levels.

Diabetes requires daily medication to treat blood sugar imbalances. Serious complications include glaucoma, hearing loss, kidney disease, high blood pressure, nerve damage and stroke. To reduce your risk for diabetes, the American Heart Association (AHA) suggests ordering beverages such as water, reduced-fat milk or diet soft drinks.

5.1. Religious mockery from fast food restaurants

There's been cases where fast food chains in the USA have been mocking different types of religious beliefs. That is been done so far inside the United States Region and also in some European countries, for example

Spain , and it is not widely accepted by most countries. McDonald's has rejected this kind of policy.

A very well known case is an advertisement where Burger King offended the Hindus. Burger King's Spain branch released an ad showing a Hindu goddess sitting on top of a sandwich. The caption reads: "A snack that is sacred." Hindus didn't like seeing their goddess portrayed like that; and since the majority of Hindus are vegetarian, they especially didn't want her shilling for a ham sandwich. Burger King ended up pulling the ad (<http://www.11points.com/>, Sam Greenspan).

KFC has offended in the past the Taoists. As part of KFC's effort to make inroads in China -- and compete with China's homegrown offensive rip offs -- they released a commercial in 2006 featuring a Taoist monk declaring their sandwich a "masterpiece." The Taoists didn't find that particularly groovy and were outraged. If that bugs them, you can only imagine what they think of Kung Fu Panda (<http://www.11points.com/>, Sam Greenspan).

McDonald's released a Happy Meal toy in Saudi Arabia of a purple Power Ranger. And around the base of the toy there are squiggly designs. Apparently those squiggly designs looked too similar to the word "Muhammad" -- which is a dangerous sledding right there. The Saudi McDonald's caved to the pressure and withdrew the toy to "safeguard against any accusations or misunderstandings" (<http://www.11points.com/>, Sam Greenspan). Since then, McDonald's has rejected this kind of policy and apologized to the Muslims.

The case that outbursted rage among the Muslim community was the Burger King's hidden Muslim message. In 2005, Burger King overseas released a chocolate ice cream cone. But when you turned the swirling ice cream logo on top of the cone sideways, it kinda resembled the Arabic spelling of Allah. Kinda. If you squint a little bit and meet them slightly more than halfway. The cones were eventually pulled (<http://www.11points.com/>, Sam Greenspan).

6. Advertising in the fast food industry of the United States of America

Fast food advertising is the promotion of fast food products and meanders through a variety of media. Today, people consume multiples types of media. According to scientific research and statistics, the advertisement of

fast food chains and their products in the United States of America, have been on the rise since the early 90' s.

Among other industries, the fast food industry is one of the most heavily advertised sectors of the United States economy which leads to enormous amounts of dollars being spend for this purpose. In the past, there had been criticism regarding the fast food products and the way they present it through the media. That has led to a change in the way advertising campaigns are made.

Most fast food chains often target children and students with their advertisements. There have been cases were other major fast food chains have directed advertising towards another demographic, which consists of young college men, with sexual imagery and subliminal messages that target men's desire for satisfying meat-based food. In addition, Mcdonalds have exclusively cooperated in the past for 10 years (1996-2006)with Disney, linking their products together. Mcdonalds have also used a viral marketing campaign during important football matches and have extensively worked together with very famous basketball players in television advertisements and also with other celebrities using them as spokesmen.

One of the most recent form of fast food advertising that is still in an early development stage, is the advertising through the use of smart phones. Some chains have already created applications to allow customers to make an online delivery order using their smart phones.

Some fast food companies were or still are sponsoring television programmes that have a large number of viewers such as the cartoon "The Simpsons" which was sponsored by Pizza Hut in 2005.

6.1. Kids: the main audience of the fast food industry

Unfortunately the Fast –food industry targets mainly kids, so their future seems very unhealthy.

Robert Wood Johnson Foundation (2013) **New Haven, Conn.** –In 2012 the fast food industry spent \$4.6 billion to advertise mostly unhealthy products, and children and teens remained key audiences for that advertising, according to a new report by the Yale Rudd Center for Food Policy & Obesity. The report highlights a few positive developments, such as healthier sides and beverages in most restaurants' kids' meals, but

also shows that restaurants still have a long way to go to promote only healthier fast-food options to kids. The report, “Fast Food FACTS 2013,” is a follow-up to a report released in 2010. Using the same methods, researchers examined 18 of the top fast-food restaurants in the United States and documented changes in the nutritional quality of menu items along with changes in marketing to children and teens on TV, the Internet, social media, and mobile devices. Key findings include:

- Children ages 6 to 11 saw 10% fewer TV ads for fast food, but children and teens continued to see three to five fast food ads on TV every day;
- Healthier kids’ meals were advertised by a few restaurants, but they represent only one-quarter of fast-food ads viewed by children;
- Less than 1% of kids’ meals combinations at restaurants meet nutrition standards recommended by experts, and just 3% meet the industry’s own Children’s Food and Beverage Advertising Initiative and Kids Live Well nutrition standards;
- Spanish-language advertising to Hispanic preschoolers, a population at high risk for obesity, increased by 16%;
- Fast food marketing via social media and mobile devices — media that are popular with teens — grew exponentially.

“Most fast food restaurants stepped up advertising to children and teens,” said Jennifer Harris, the Rudd Center’s director of marketing initiatives and lead author of the report. “Most advertising promotes unhealthy regular menu items and often takes unfair advantage of young people’s vulnerability to marketing, making it even tougher for parents to raise healthy children.” The authors recommend that restaurants apply nutrition standards to all kids’ meals and automatically provide healthy sides and beverages. They also should stop marketing their least healthy items to children and teens in ways that take advantage of their vulnerabilities, added the researchers.

6.2. Fast food advertising in other countries

In order for fast food chains to market their products, from one culture to another, advertisers use extensive advertisement campaigns . To market a product in its source language would not help the advertisers to convey

the message to the target consumers(Bassem Abbas Al Agha, 2007). That of course also has to do with cultural difference between countries and their religious beliefs as well. It is known after various researches that culture is in fact connected to the advertising sector. This was widely accepted by most American fast food chains once they started to globalize their products.

A(very important fact that fast food chains took into consideration was the proper use of color in their advertisements. Colour evokes emotions to the consumers in order for them to buy the featured product. Although people see colors the same way, the importance of each color is different from culture to culture (Bassem Abbas Al Agha, 2007). As an example, in the Japanese culture, the color white represents mourning in contrast to the Middle Eastern countries where it represents purity and virtue. Another concrete example is the color yellow, which in the Middle East represents happiness and prosperity ,as opposed to the West, where the color yellow is the colour of hatred.

6.2.1. China

McDonald's in China is different than McDonald's in North America. Similar to all of the other foreign countries that McDonald's are in, the text on the advertisements are in the local language. However, McDonald's goes more in depth than this when they advertise in China. Chinese people in general are very concerned about the cleanliness and sanitation of their food. In response to this, McDonald's put out a series of ads featuring bright, clean vegetables in order to establish their image as a healthy food choice in China. Beyond the healthy food aspect, McDonald's uses advertising that is popular in the Chinese culture, and in on the website we can see many different Chinese cartoons. McDonald's also sells food popular to Chinese culture, such as pies stuffed with sweet taro. This is an advertisement actually used in China, and the tomatoes are used to depict fresh and clean food.(Cassidy Cook, 2013)

6.2.2. India

McDonald's in India is perhaps the most obvious example of differences with North America. . Due to the enormous economical gap between North America and India, Mcdonald's have cheaper meals for as little as \$2.20 American dollars because food pricing is a sensitive issue in India.

The McDonald's advertisements are in the Indian language, and they even have a home delivery system. The advertisements are tailored to Indian culture, and this represents their cultural diversity as well.(Cassidy Cook, 2013).

6.2.3. Middle East and parts of Asia

In the Middle East and parts of Asia, McDonald's is an all-American brand. Unsurprisingly, Islamic advertising is different in Muslim countries. In ultra-conservative Saudi Arabia, women often don't appear in ads and when they do only their eyes may be showing (<http://www.businessinsider.com>, Jim Edwards, 2012). This policy is accepted from the fast food chains Industries of the United States but there have been cases of disrespect.

7. Strategy changes

Sena (2014) It is no secret: Americans love fast food. And its not just us! The Golden Arches have spread across the globe, and emerging markets are one of the fastest growing areas in the industry. But the fast food industry is not without its challenges, especially in the United States. From rising food costs, economic recession and changing perceptions about health, many fast food franchises have been feeling some heat.

But rather than flee from this challenge, the fast food industry has been adopting new practices and offering new products. Modern society is on the go, and there is plenty of demand for a quick bite at all times of the day. Fast food franchising opportunities exist in the “traditional” spaces like burgers and pizza, but are also sprouting up in healthy and unique ways as well.

Over the last decade there has been increased focus on the quality of food served in fast food restaurants. Typically highly processed and industrial in preparation, much of the food is high in fat and has been shown to increase body mass index (BMI) and cause weight gain. Popular books such as *Fast Food Nation* and documentaries like *Super Size Me* have increased public awareness of the negative health consequences of fast food. Fast food companies have responded by adopting healthier choices and have had some measure of success, but the shadow of bad press still hangs over the industry.

Sifferlin (2013) McDonald's announced on Thursday it will stop marketing a portion of its unhealthy fare to young kids — including soda — and will start offering healthier side alternatives like salads and sliced fruit to its adult menu too. According to The New York Times (2013) McDonald's says it is refocusing some of its marketing to turn people on to its more nutritious items. The company says it will promote water, low-fat milk and juice on their kids' menus and any in-store promotions for its Happy Meals. McDonald's says it will take a few years to implement the changes in half of its restaurants, and about six to seven years for the remainder of the chains.

Sifferlin (2013) Getting people to eat healthier food at fast food joints is a major challenge for the industry. Burger King's market research, for example, showed that people who walk into a restaurant intending to order grilled chicken change their minds at the register and consistently order fried. "We know that attitudes are changing and our consumers are becoming more mindful of the foods that they eat. But changing attitudes is much different than changing behavior. We have seen time and time again that consumers don't want to sacrifice the foods that they love," says Hirschhorn. "We set out to introduce a great tasting French fry with all the French fry attributes that people expect – crispy on the outside and fluffy on the inside."

8. Conclusion

The expansion of American fast food appears greater than expected in restaurants. The fast food industries took the opportunity to expand into countries with the expectation of just serving food to customers at a fast pace and low price. They have achieved not only that, but they have slowly changed countries diets and economic positions, creating job opportunities for people .They are slowly but progressively adapting to local markets and still manage some times to remain on the top of people's preferences. Therefore, the impact that these western fast food industries have on people goes beyond the food being served and promoted.

Fast food refers to foods that contribute lots of calories but little nutritional value. Whether rich or poor, communities are often are hurt by unhealthy diets. In many countries, fast food has become the cheapest and easiest way to get calories, rather than foods with nutrition qualities such as vegetables or fruits. Most often they also serve cheaper food than

traditional dishes and also child obesity has risen in contrast to the past, especially in the United States of America American fast food industries form the largest growing markets and therefore are fertile ground for aggressive marketing of unhealthy foods

The fast food Globalization has promoted the growth of the international trade. It is evident that globalization has opened business opportunities across the world. Due to westernization of today's world, people have let the western culture as well as western fast foods be introduced into their countries. The belief before fast food industries extended their business into different countries was that they will debate culture and not enhance it. In some aspects, this has become a reality. In most cases though, most fast food industries have already conformed to the local culture or working to do it. The advancement of technology and communication has let the world move in a much faster pace than before. The arrival of fast food into foreign cultures gives the opportunity to keep up with this fast pace. Culture in different countries has been changing and that is why fast food industries take a leap in the evolution of culture. The expansion of American fast food appears greater than expected in restaurants. The fast food industries took the opportunity to expand into countries with the expectation of just serving food to customers at a fast pace and low price. They have achieved not only that, but they have slowly changed countries' diets and economic positions, creating job opportunities for people. They are slowly but progressively adapting to local markets and still manage some times to remain on the top of people's preferences. Therefore, the impact that these western fast food industries have on people goes beyond the food being served and promoted.

References

Czinkota and Ronkainen, International Marketing Strategy: Environmental Assessment and Entry, London, The Dryden Press.)

D'iribarne, Philippe, Henry, Alain, Segal, Jean-Pierre, Chevrier, Tatin, Globokar, Tatjana, 1999, *Cultures et mondialisation*, Paris, Seuil.

Kirsten Dunn B. Psych Thesis (2008): Fast Food Consumption Application and Extension of the Theory of Planned Behaviour to Incorporate Affective Responses and Implicit Associations

Ellis, John & Williams, David, (1995), *International Business Strategy*, London, Pitman.

Harrison, K & Marske, Al (2005) Nutrition content of foods advertised during the television programs children watch most. *American Journal of Public Health*, 95, 1568-1574

Harris Philip R, T. Robert Moran (2002) *Managing Cultural Differences*, Gulf Publishing, USA

Ohnuki-Tierney (2007) *McDonalds in Japan, Changing Manners and Etiquette*. In, *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, James Watson, ed. Stanford: Stanford Univ. Press. Pp.161-82; 230-34 (notes)

Patsikas, S. (2002): *The International Environment of the Enterprise and the New Global Economy* Prof. Stelios PATSIKAS, PhD. Technical Education Institute, Piraeus, Greece *Economy Informatics*, no. 1/2002

Prentice, A.M., S.A. Jebb.(2003) "Fast Foods, Energy Density, and Obesity: A Possible Mechanistic Link," *Obesity Reviews*, 2003, 4: 187-194.

Reidpath D.D., Burns C, Garrard J, Mahoney M, Townsend M (2002): An ecological study of relationship between social & environmental determinants of obesity, *Health and Place*, 8, 141-145

Sam-ang Seubsman, Matthew Kelly, Pataraporn Yuthapornpinit and Adrian Sleigh (2009): Cultural resistance to fast-food consumption? A study of youth in North Eastern Thailand *International Journal of Consumer Studies*, Volume 33, Issue 6, pages 669–675, November 2009

Schlosser, Eric (2002), "Fast Food Nation: The Dark Side of the All American Meal", Harper Perennial, January 2002.

Spurlock, M., "Super Size Me," Documentary Film 2004. Produced by The Con in association with Studio on Hudson.

Yunxiang Yan, 1997 *McDonald's in Beijing: The Localization of Americana*, Stanford University Press, USA

http://www.11points.com/Food-Drink/11_Cases_That_Prove_Fast_Food_and_Religion_Don%27t_Mix

Sam Greenspan, July 27, 2012

Analysis of the Case of McDonalds in Indiamore, Alexander Ken Libranza,

https://www.academia.edu/4970008/Analysis_of_the_Case_of_McDonalds_in_India

<http://bucknellorgtheory09.wordpress.com/>

<http://www.businessinsider.com> Jim Edwards, 2012

Definition of Fast Foods, Last Updated: Aug 16, 2013 | By Karen Hellesvig-Gaskell

<http://dictionary.reference.com/browse/fast+food>

<http://eml.berkeley.edu/~sdellavi/wp/fastfoodJan09.pdf>

Fast Food Industry Analysis 2014 - Cost & Trends, Fast Food Industry in 2014 at a Glance by Matt Sena <https://www.franchisehelp.com/industry-reports/fast-food-industry-report/>

Fast Food Companies Still Target Kids with Marketing for Unhealthy Products November 5, 2013 <http://www.rwjf.org/en/about-rwjf/newsroom/newsroom-content/2013/11/fast-food-companies-still-target-kids-with-marketing-for-unhealt.html>

Fast food, http://en.wikipedia.org/wiki/Fast_food

Fast Food, Fast Track: Immigrants, Big Business, and the American Dream. Westview Press Talwar, Jennifer (2003)

Have it the Healthier Way: Burger King Reveals Low-Fat Satisfries, By Alexandra Sifferlin@acsifferlin Sept. 24, 2013

<http://healthland.time.com/2013/09/24/have-it-the-healthier-way-burger-king-reveals-low-fat-satisfries/>

<http://healthland.time.com/2013/09/27/menu-makeover-is-fast-food-finally-making-impactful-changes/>

How American Fast Food Franchises Expanded Abroad

Don Daszkowski, ranchises.about.com/od/mostpopularfranchises/a/How-American-Fast-Food-Franchises-Expanded-Abroad.htm

How will American fast food affect Japanese culture?

Donald Ash, <http://www.japantoday.com/category/opinions/view/how-will-american-fast-food-affect-japanese-culture>, Nov. 11, 2012

<http://www.livestrong.com/article/283394-negative-effects-of-fast-foods/>

McArabia: McDonald's in the Arab World April 29, 2009,
<http://everything-everywhere.com/2009/04/29/mcarabia-mcdonalds-in-the-arab-world/>.

<http://www.mcdonaldization.com/whatisit.shtml>

Menu Makeover: Is Fast Food Finally Making Impactful Changes?
By Alexandra Sifferlin @acsifferlin Sept. 27, 2013

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/fast-food>

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/junk%20food>

Negative Effects of Fast Foods, Last Updated: Oct 27, 2013 | By Nancy Clarke,

<http://news.medill.northwestern.edu>, Aubrey Pringle, 2013

<http://www.nytimes.com/2013/09/27/business/mcdonalds-moves-toward-a-healthier-menu.html?adxnml=1&adxnmlx=1402768982-TrzJ6V2jibh80my02kMgiA>

<http://www.statista.com/statistics/196614/revenue-of-the-us-fast-food-restaurant-industry-since-2002/>

THE MCDONALD'S EFFECT:Fast-Food Giant Triggers a Price-Cutting Wave

August 20, 2001 <http://web-japan.org/trends01/article/010820bus.html>

The translation of fast-food advertising texts from English to Arabic,<http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/2325/dissertation.pdf?sequence=1>

Basem Abbas Al Agha, 2007 University of South Africa

[http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(04\)17663-0/abstract](http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(04)17663-0/abstract)

With Tastes Growing Healthier, McDonald's Aims to Adapt Its Menu

http://en.wikipedia.org/wiki/Morgan_Spurlock

HUZDIK KATALIN, BÉRES DÁNIEL, NÉMETH ERZSÉBET

PÉNZÜGYI KULTÚRA VERSUS KOCKÁZATVÁLLALÁS EMPIRIKUS VIZSGÁLATA A FELSŐOKTATÁSBAN TANULÓ HALLGATÓK KÖRÉBEN

Absztrakt

Az Állami Számvevőszék és civil partnerei által, 2012-13-ban végzett felmérés a felsőoktatásban tanuló hallgatók (N: 1743) pénzügyi kultúráját, pénzügyi tudását, kockázatvállalási hajlandóságát valamint az ezeket befolyásoló tényezőket vizsgálta.

Eredményeink azt mutatják, hogy a hallgatók tervei, céljai között kisebb mértékben jelenik meg a vállalkozásalapítás, valamint a hallgatók mintegy háromnegyede kockázatkerülő. Meglepő ugyanakkor, hogy kockázatvállalási hajlandóságuk nem függ sem a pénzügyi-gazdasági ismereteik szintjétől, sem attól, hogy miképpen értékelik saját pénzügyi tudásukat, jártasságukat.

A túlzott kockázatkerülés akadályozhatja a pénzügyi lehetőségek kihasználását, tömegessé válása pedig a nemzetgazdaság fejlődésének akadálya lehet, ezért reális énképen alapuló, kockázatokhoz megfelelően hozzáálló fiatalokra van szükség, akik képesek vállalkozni.

Kulcsszavak: fiatal felnőttek, pénzügyi magatartás, pénzügyi attitűd, pénzügyi kultúra, kockázatkerülés, énkép

JEL: A13, A14, A 23, D03, D14, D31, D81, G11, G32, I22, J11

Abstract:

The survey conducted by the State Audit Office of Hungary and its civil partners in 2012-13 has examined the higher education students' (N 1743)

financial literacy, knowledge, risk tolerance and the relating influencing factors.

Our results show that starting business only to a small extent appears among the students' plans, goals, and about three-quarters of the students are risk-averse. Surprisingly, however, the risk tolerance does not depend neither on the level of their financial-economic knowledge, nor on how they evaluate their own financial knowledge or skills.

The excessive risk-aversion may obstruct the utilization of financial opportunities and the development of the national economy if risk aversion becomes general. Therefore young adults with adequate risk attitude and real self-image are needed who are able to enterprise.

Key words: young adults, financial behaviour, financial attitude, financial literacy, risk aversion, self-image

JEL code: A13, A14, A23, D03, D14, D31, D81, G11, G32, I22, J11

Bevezetés

Egyre több egyén válik felelőssé a saját pénzügyi biztonságáért, ugyanakkor azzal szembesülnek, hogy egyre bonyolultabbak a pénzügyi eszközök, és továbbra is sokan vannak, akik nincsenek felkészülve megalapozott megtakarítási döntésekre. Az Állami Számvevőszék, a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolával, az Econventio Kerekasztal Közhasznú Egyesülettel, a Magyar Pénzügyi - Gazdasági Ellenőrök Közhasznú Egyesületével és a Szegedi Tudományegyetemmel való együttműködés keretein belül egy kutatást végzett a felsőoktatásban tanulók pénzügyi kultúrájával kapcsolatban. Tanulmányunkban a 2013-as pénzügyi kultúra kutatás adatbázisát felhasználva bemutatjuk a felsőoktatásban tanuló hallgatók pénzügyi kultúráját, az ehhez kapcsolódó kockázatvállalásukat. A cikk első felében áttekintjük a pénzügyi kultúra és a kockázatvállalás kapcsolatát bemutató szakirodalmat, a második részben ismertetjük a kutatás hátterét, a kérdőíves kutatás alapján összegyűjtött minta jellemzőit, a kutatás során alkalmazott saját pénzügyi kultúra mutatóinkat, illetve megvizsgáljuk milyen befolyásoló tényezők hatnak a magyar fiatalok kockázatkerülési szintjére.

A 2008-ban kezdődő pénzügyi válság számos negatív hatást gyakorolt a gazdaságra és a társadalomra egyaránt. A 2008-as recesszió ebben az esetben nem a reálgazdaságból, hanem a pénzügyi szektorból indult ki. A pénzügyi kultúra iránti igény, illetve annak fejlesztésére való törekvés az elmúlt évtizedekben folyamatosan jelen volt, de csak a 2008-ban kibontakozó világméretű pénzügyi válság kapcsán került fókuszpontba. (Botos et al. 2012)

Az OECD 2006-os levele is hangsúlyozza, hogy az egyre kifinomultabb pénzügyi piacokon a fogyasztó nem tud választani két különböző banki hitel vagy megtakarítási terv között csupán a kamatlábak alapján, mert egyre komplexebb választási lehetőségek jelennek meg. Ezt támasztja alá a Világbank által koordinált négy nemzetközi intézmény által (IBRD, OECD, DFID, CGAP – 2009) végzett kutatás 2009-es jelentése is, miszerint az egyes pénzügyi termékek komplexitása olyan fokú, hogy az abban rejlő kockázatokat már a pénzügyekkel foglalkozó szakemberek sem tudják pontosan megbecsülni. Ezek alapján a pénzügyi kultúra fejlesztése nemcsak egyéni, de társadalmi szinten is alapvető fontossággal bír.

A veszély akkor jelentkezik, ha az egyén a korábban megszerzett pénzügyi ismereteit nem fejleszti, ezáltal rés keletkezik a saját tudása és a kínált pénzügyi termékek biztonságos igénybevételéhez szükséges tudásszint között, valamint nem igazítja saját kockázatvállalási szintjéhez. (Botos et al. 2012) Hung et al. (2009) szerint tehát felelős pénzügyi döntést megfelelő kimenettel csak akkor lehet hozni, ha a döntéshez rendelkezésre állnak a kielégítő pénzügyi ismeretek. Az OECD is kiemelten fontosnak tartja a pénzügyi oktatást, és nemcsak a befektetők számára. Hangsúlyozza, hogy egy átlagos családnak is elengedhetetlen, hogy képes legyen dönteni a családi költségvetés egyensúlyáról, a lakásvásárlásról, a gyermekek oktatásának finanszírozásáról, vagy a nyugdíjas évek jövedelméről.

A Magyar Nemzeti Bank 2008-as definíciója szerint a pénzügyi kultúra nem más, mint *"a pénzügyi ismeretek és készségek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit"*. Tehát képesek felmérni a kockázatot, valamint a döntésükben rejlő bizonytalanságot.

A kockázat fogalmát több oldalról lehet megközelíteni attól függően, hogy melyik diszciplína tárgyalja: közgazdasági, pszichológiai, szociológiai stb., azonban mindegyikben közös, hogy a kockázat valamilyen nemkívánatos esemény bekövetkezésének a valószínűsítése (Faragó–Vári 2002). Sokan a kockázat és a bizonytalanság fogalmait is azonosan értékelik (Rowe 1977), azonban különbséget kell tenni köztük. A kockázat és a bizonytalanság közötti különbséget elsőként Knight (1921) fogalmazta meg. Szerinte kockázat az, ha egy esemény kimenetelének valószínűsége kiszámítható vagy megismerhető, míg a bizonytalanság olyan esetekre utal, melyeknél a kimenetel valószínűsége nem határozható vagy ismerhető meg.

Az egyéni hozzáállás, a múltban szerzett tapasztalatok, valamint az érzelmek (Kunreuther 2002) egyaránt formálják az egyének kockázatvállalási magatartását, mely személyenként különbözik. Ebből adódóan az egyes emberek gyakran egymástól teljesen eltérően ítélik meg ugyanazt a kockázatot (Williams–Schroders 2000), ugyanakkor egy adott személy is egy bizonyos kockázatot eltérő döntési szituációkban eltérően ítélni meg.

Fenton-O’Creevy–Soane (2001) szerint az egyéni kockázatvállalást a kockázatok egyéni értelmezése, az egyén nyereséghez és veszteséghez való hozzáállása, előítéletek és a személyiség egyaránt befolyásolja. Ezért fontos, hogy az egyén megfelelő énképpel rendelkezzen a beazonosítható és vállalható kockázat miatt.

Ugyanakkor általánosságban az emberek három típusba sorolhatók be a kockázatvállalási hajlandóságuk alapján: kockázatkerülők, kockázatkeresők és a kockázatokkal szemben közömbösek lehetnek. Ez a besorolás az egyéni hasznosság függvényének alapján történik (Kopányi 1993), mely a kockázattal szembeni egyéni preferenciákat a pénzügyi nyereség és a hozzá kapcsolódó hasznosság alapján értelmezi. (Vlahos 2001)

Szakirodalmi Áttekintés

Lusardi (2008) tanulmányában kifejti, hogy egyre szélesebb körű a pénzügyi analfabetizmus az amerikai lakosság körében, különösen a speciális demográfiai csoportoknál. Jellemzően az alacsony iskolai végzettségűek, a nők, a spanyol ajkúak, afro-amerikai csoportok esetében különösen alacsony a pénzügyi műveltség. A pénzügyi műveltség ugyanakkor hatással van a pénzügyi döntésekre, így ha például nem

tervez előre az egyén a passzív korra, nem takarékoskodik a nyugdíjra, nem kapcsolódik be a tőzsdei termékek széles kínálatába, rossz hitelfelvételi magatartást tanúsít, akkor ez végső soron arra vezethető vissza, hogy az alapvető pénzügyi fogalmak esetében sem megfelelő a tudása. A pénzügyi tájékozottság növelésében sokat segíthetnek a pénzügyi oktatási programok, amelyek növelik a megtakarítási hajlandóság kialakítását, valamint segítik az egyének körültekintő pénzügyi döntéshozatalát.

Xiao et al. (2010) tanulmánya szerint a főiskolai hallgatók általában korlátozott pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, amelyet Danes–Hira (1987) is megerősített. Öt területen vizsgálva a diákok pénzügyi ismereteit, megállapították, hogy a főiskolai hallgatóknak inkább általánosabb, mint speciálisabb ismereteik vannak pénzügyi témákban. Chen–Volpe (1998) 14 egyetem hallgatói körében végzett pénzügyi műveltségi vizsgálatuk során arra jutottak, hogy a hallgatók 53%-a adott helyes választ a tudást mérő kérdésekre. A témák között az általános pénzügyi és biztosítási kérdések esetében jól teljesítettek a hallgatók, míg a megtakarítás, beruházás és hitelfelvétel témában kevésbé hozzáértőek. Összefoglalva, ezek a tanulmányok azt sugallják, hogy szükség van további pénzügyi oktatásra a főiskolai hallgatók körében. Sallie Mae (2009) felmérés is alátámasztja ezt, miszerint a hallgatók 84%-a jelezte az oktatás szükségességét pénzügyi témákban, elsősorban a pénzgazdálkodást és az adósságkezelést emelték ki. A válaszadók kétharmada külön kitért a diákhitel visszafizetési és adósságcsökkentési stratégiák oktatásának fontosságára. Az általános pénzügyi ismeretek között a költségvetési és megtakarítási képességek fejlesztését jelölték meg (46% vs. 45%). Ugyanakkor a hallgatók kevesebb, mint egyharmada tartja fontosnak a nyugdíj előtakarékoskodást, valamint a jövőre való pénzügyi tervezést, és csak egynegyedét érdekli, hogy megértse a hitel előnyeit és hátrányait. Arra a kérdésre, hogy hol tartja fontosnak ezen tudások elsajátítását, 64%-a már a középiskolai évek alatt szeretett volna erről tájékoztatást kapni, míg 40%-a a főiskola első évét emelte ki. A megkérdezett diákok a pénzügyi oktatást elsősorban személyes foglalkozásokon keresztül irányított vagy passzív módszerekkel képzelik el. A pénzügyi oktatásban részt vevő oktatók azt feltételezik, hogy a személyes pénzügyek és az ehhez kapcsolódó középiskolai, főiskolai oktatások javítják a pénzügyi ismeretek szintjét, és a hallgatók jobb pénzügyi ismerettel megfelelő pénzügyi magatartást és kevésbé kockázatos pénzügyi döntéseket hoznak. Az ez irányú kutatási tapasztalatok azonban vegyesek. A több éves múltra visszatekintő

Jump\$tar (2008) felmérés eredménye, amely az amerikai felsőbb éves középiskolások körében készül, nem mutat összefüggést a középiskolai pénzügyi kurzusfelvétel és a pénzügyi ismeret szintje között. (Mandell 2008) Ezt támasztja alá a saját kutatási eredményünk is (Luksander et al. 2014), mely szerint míg az egyetemi oktatás szignifikánsan befolyásolja a pénzügyi tudás szintjét, addig a középiskolai oktatás nem. Peng et al. (2007) tanulmánya vegyes eredményeket mutat ki a középiskolában szerzett pénzügyi ismeretek és az egyetemi pénzügyi oktatás vonatkozásában. A kutatás alumni felmérés eredménye (1.039 fő), amely arra a megállapításra jutott, hogy a középiskolai személyes foglalkozás keretében megvalósuló pénzügyi oktatás nincs hatással a befektetési ismeretekre (nem szignifikáns), míg a felsőoktatási pénzügyi kurzusok pozitívan befolyásolják a megtakarítási hajlandóságot. Ugyanakkor számos kutatás kiemeli a pénzügyi képzési programok pozitív hatásait, miszerint a képzés után növekszik az egyén tudása, saját hatékonysága és a megtakarítási ráták. A kutatásba 4.107 tizenévest vontak be országosan, és három hónappal a tanulmányok befejezése után közel fele állította, hogy megfelelő ismereteket szerzett, egyharmadának pozitívan befolyásolta a viselkedését, és 40%-a magabiztosabb lett a pénzügyeiben. (Danes et al. 1999)

A tanulmányok azt is vizsgálták, hogy van-e kapcsolat a pénzügyi oktatás és főiskolai hallgatók hitelkártya használatának magatartása között. A kutatások vegyes eredményeket állapítottak meg. Lyons (2008) arról számol be, hogy a pénzügyi képzéseken résztvevők esetében a hitelkártya használati magatartást vizsgálva csökken az 1000 \$ vagy afölötti hitelkártya tartozók száma, a késedelmesen fizetők száma, azok aránya, akik a hitelkártyát a limitéig veszik igénybe, valamint a teljes egyenleget nem fizetők aránya. Hayhoe et al. (2005) azt mutatták ki, hogy a pénzügyi oktatáson való részvétel és azok között, akik 4 vagy több hitelkártyával rendelkeznek, negatív kapcsolat mutatható ki. Ugyanakkor a Hayhoe et al. (1999) korábbi kutatásukban pozitív kapcsolatról beszéltek a több hitelkártyát használók és a képzéseken való résztvevők viselkedése között.

A korábbi kutatások eredményei a következőkben foglalhatóak össze:

- 1) A rövid idejű pénzügyi képzések hatással lehetnek a hallgatói tudásra és a magatartásra.
- 2) A teljes szemeszterű formális képzések hatékonysága a tanítás kontextusától függhet, mint például szükséges-e.
- 3) A hosszú távú pénzügyi képzés az, amely kedvező hatást gyakorol a pénzügyi magatartásra, a megfelelő kockázatkezelésre.

Jones (2006) főiskolai gólyák hitelkártya szokásait vizsgálva megállapította, hogy bár 62%-a rendelkezik hitelkártyával, csak valamivel több, mint felének (50,9%) volt valamilyen adóssága. A főiskolai évek előrehaladtával növekszik a hitelkártyával és adóssággal rendelkezők aránya, ugyanakkor az egyedülálló adóssága alacsonyabb, mint a házasságban, párkapcsolatban élő hallgatóké. A legtöbb hallgató tanulmányai során kevés ismeretet szerzett a hitellel kapcsolatban, de az ismeretek elsajátítása és az adósság mértéke között nincs szignifikáns kapcsolat.

A hitelhez való hozzáállás, és ezen keresztül a kockázatvállalás mérése egyéni vagy csoportos szinten egyaránt több módszerrel is vizsgálható.

Optimális esetben magát a kockázatos viselkedést állítják a vizsgálat középpontjába. A legtöbb kutatás (pl. Johnson–Wilke–Weber 2004) laboratóriumi környezetben vizsgálja a kísérleti személyeket, és a vizsgálat során fogadási szituációban nézi a valódi (kis összegű) nyerési és veszteségi valószínűségeket. Ezek a kutatások azonban pénzügyi oldalról vizsgálják a kockázatos viselkedést, és a valódi, hétköznapi hozott döntési helyzetekre vonatkozóan nem minden esetben érvényesek a megfigyelések. (Radnóti 2010)

Faragó (2005) hazai kutatása a hallgatók kockázatvállalását arról az oldalról vizsgálta, hogy a kockázatvállalásnak ismert és tétre menő kimenetele van, miszerint a vizsgadolgozatban, amelynek eredménye beleszámít a félévi jegybe, a nehezebb, de részletesen nem ismert feladat választása több pontot ér, mint a könnyebb, de a kevesebb pontszámot adó feladat szintén nem ismert a választáskor, ugyanakkor a helytelen válasz minden esetben nulla pontot ér. A kísérlet hátránya, hogy csak részben kontrollált, és nehézkes az egyes változók hatásának a megállapítása. Ezt kiküszöbölve, Radnóti–Faragó (2005) a korábban megtörtént kockázatos esemény felidéztesével mérte a kockázatvállalást, de az így kapott eredmények továbbra is szubjektívek, mert a vizsgált személy emlékein keresztül módosulhatnak.

A kockázatvállalás szintjének helyes beazonosítása nemcsak a megfelelő pénzügyi döntések meghozatalának és az egyéni jólét növelésének a feltétele, hanem Timmons (2003) szerint a vállalkozói lét elengedhetetlen feltétele a kockázat és a bizonytalanságok tolerálása is.

Pénzügyi döntések meghozatalakor az egyének leginkább meglévő tudásukra és korábbi tapasztalataikra támaszkodnak, de egyéb tényezők is

befolyásolhatják döntéseiket. Az egyén vélt tapasztalata és tudása azonban nem feltétlenül egyezik meg a valós tudásszintjével.

Hipotézisek

H1: Első hipotézisünk az volt, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalok valós és vélt pénzügyi tudása között lényeges különbség van.

H2: Második hipotézisünk szerint a kockázatvállalás mértékét nem a valós pénzügyi tudás, hanem az arról alkotott szubjektív megítélés, az énkép befolyásolja.

Anyag és Módszer

A kutatás során kérdőívet szerkesztettünk, és három index segítségével vizsgáltuk a kockázatvállalást. Kutatásunkban a fiatalok kockázatvállalási hajlandóságának elemzése során először megvizsgáltuk a felmérésben szereplő hallgatók pénzügyi-gazdasági ismereteinek szintjét. Ezt követően azt vizsgáltuk, hogy mennyiben befolyásolja a fiatalok kockázatvállalását a valós, a vélt tudás, illetve ezek különbsége.

A szakirodalmi áttekintés alapján megfogalmazott hipotézisek igazolására egy hat blokkból (79 kérdésből) álló, zárt és nyitott kérdéseket, valamint likert skálát is tartalmazó kérdőívet kérdeztünk le online módon (www.penzugyikultura.hu) 2012. december 1. és 2013. február 14. között.

3.1. Minta

A kutatás célcsoportja a felsőoktatásban, különböző tudományterületeken tanuló fiatal felnőttek, azaz a 18–25 év közötti korosztály. A pénzügyi kultúra kutatásban résztvevő két felsőoktatási intézmény a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, valamint a Szegedi Tudományegyetem. A két intézmény együttes hallgatója meghaladja a 38.000 fős hallgatói létszámot, ezzel megfelelő alapot biztosítva a kutatás számára. Továbbá a két intézményben folytatott oktatás a tudományterületek jelentős részét lefedi, így alkalmas a minta a hipotézisekben megfogalmazott összehasonlítások elvégzésére.

A 2.070 kérdőívből mindösszesen 1.743 db 18 és 25 éves korosztályba tartalmazó felsőoktatásban tanuló fiatal válaszait vontuk be. Az adatbázis

tisztítására azért volt szükség, mert a gazdasági szakos hallgatók túlréprezentáltak voltak, és a korrekció elvégzése után általános érvényű következtetések levonására így már alkalmas minta állt rendelkezésünkre.

3.2. A pénzügyi kultúra mérése

A pénzügyi kultúra szintjének meghatározására saját mérési rendszert alakítottunk ki annak érdekében, hogy komplexebb módon, és nem egy-egy speciális pénzügyi területre koncentrálva, közelítsük meg a felsőoktatásban tanuló magyar fiatalok kultúráját, valamint hipotéziseinket megfelelően teszteljük. Ennek érdekében három mutatót alkottunk meg. Továbbá a pénzügyi kultúra fogalmát, az MNB definícióját is felhasználva, a (1) pénzügyi tudás, a (2) pénzügyekben való jártasság és tapasztalat, a (3) pénzügyi készségek és a (4) pénzügyi tudatosság (Béres–Huzdik 2012) mellett kiegészítettük a (5) pénzügyi attitűddel is (Nagy–Zsótér 2012).

3.2.1. Pénzügyi Tájékozottsági Mutató (PTM)

A Pénzügyi Tájékozottsági Mutató (PTM) a hallgatók pénzügyi tudásszintjét méri, amely fele-fele arányban tartalmazott elméleti és gyakorlati kérdéseket. Az utóbbiak ugyan a hallgatók kalkulációs képességeit is vizsgálta (ami az OECD felmérés alapján egyre rosszabb képet mutat), azonban a kérdéseket úgy alakítottuk ki, hogy megfelelő realitásérzékkel (pénzügyi tapasztalattal) rendelkező hallgató is meg tudja adni a helyes választ. A PTM mutató értékét 21 kérdésre adott helyes válaszok arányában számoltuk ki. Értéke 0 és 1 között van. Minél közelebb van az 1-es értékhez, annál nagyobb a hallgató pénzügyi tájékozottsága.

3.2.2. Énkép Index (ÉI)

Az Énkép Index (ÉI) segítségével azt kívántuk mérni, hogy a hallgatók mennyire vannak tisztában saját pénzügyi tudásszintjükkel. Az index a hallgatók önbevallása és a mért tudásszintjük egymáshoz való viszonyításának különbségén alapul.

$$\text{Énkép index} = PTM_{\text{önbevallás}} - PTM_{\text{mért}}$$

Az Énkép Index nulla vagy akörüli értéke esetén reálisan, ellenkező esetben vagy alul- vagy felülértékeli pénzügyi ismereteit.

3.2.3. Kockázatvállalási Mutató (KM)

A Kockázatvállalási Mutató (KM) a hallgatók kinyilvánított kockázatvállalási hajlandóságának és a pénzügyi ismeretük szintjének hányadosa.

A hallgatók kockázatvállalási mutatóját kétféleképpen mértük. Egyfelől értékeltük önbevallás alapján, amelyet a bevallott tudásszint és bevallott kockázatvállalási szint eredőjeként kapunk meg, másfelől pedig értékeltük a valós tudásszint, illetve a bevallott kockázatvállalási hajlandóság alapján is.

A kockázatvállalási mutatók számítása:

$$KM_{\text{önbevallás}} = \frac{\text{Kockázatvállalási szint önbevallás alapján}}{\text{Pénzügyi- gazdasági ismeret önbevallás alapján}}$$

$$KM_{\text{valós}} = \frac{\text{Kockázatvállalási szint önbevallás alapján}}{\text{Valós pénzügyi- gazdasági ismeret}}$$

A mutatók nulla és végtelen közötti értéket vehetnek fel. Ha az érték egy alatt van, akkor az adott kitöltő kockázatkerülő, ha egy feletti, akkor pedig kockázatvállaló. Amennyiben a mutató értéke egy, akkor az egyén megfelelő mértékű kockázatot vállal, tehát kockázatkezelő.

3.3. Statisztikai elemzés

A kérdőív feldolgozása során a leíró statisztika módszerein túl, a változók közötti összefüggésekre kereszttábla elemzéseket, valamint varianciaanalízist használtunk. (1. táblázat) Az adatok feldolgozásához, ábrák készítéséhez az SPSS és MS Excel programokat alkalmaztuk.

Mivel mind a független, mind a függő változó kategorizált, ezért kereszttábla-elemzést végeztünk. A varianciaanalízis segítségével több sokaság várható értékének egyezőségét teszteltük. A két mintás t-próbák

általánosításának tekinthető varianciaanalízis, több, egyenlő szórású, normális eloszlású sokaság várható értékének összehasonlítására alkalmazható statisztikai módszer, melyet legalább egy csoportosító ismerv szerint részekre bontott sokaság valamely, legalább intervallumskálán mért ismervének és a csoportosító változók kapcsolatát vizsgálhatjuk. Arra kerestük a választ, hogy a csoportok statisztikailag szignifikánsan különböznek-e a metrikus változóban. A próba nullhipotézise szerint a csoportok várható értékei megegyeznek, azaz a csoportosító ismerv befolyásolja a metrikus változót. Míg az alternatív hipotézis ennek tagadása. Tehát az alternatív hipotézis nem azt jelenti, hogy mindegyik csoport várható értéke különbözik, hanem csak azt, hogy nem tekinthető mindegyik azonosnak.

1. táblázat: A változók közötti összefüggések vizsgálati típusai

	Metrikus független	Nem metrikus független
Metrikus függő	Korrelációs-számítás Regresszió-számítás	Varianciaanalízis (ANOVA)
Nem metrikus függő	Diszkriminanciaanalízis	Keresztábra-elemzés

4. Eredmények

4.1. A minta jellemzői

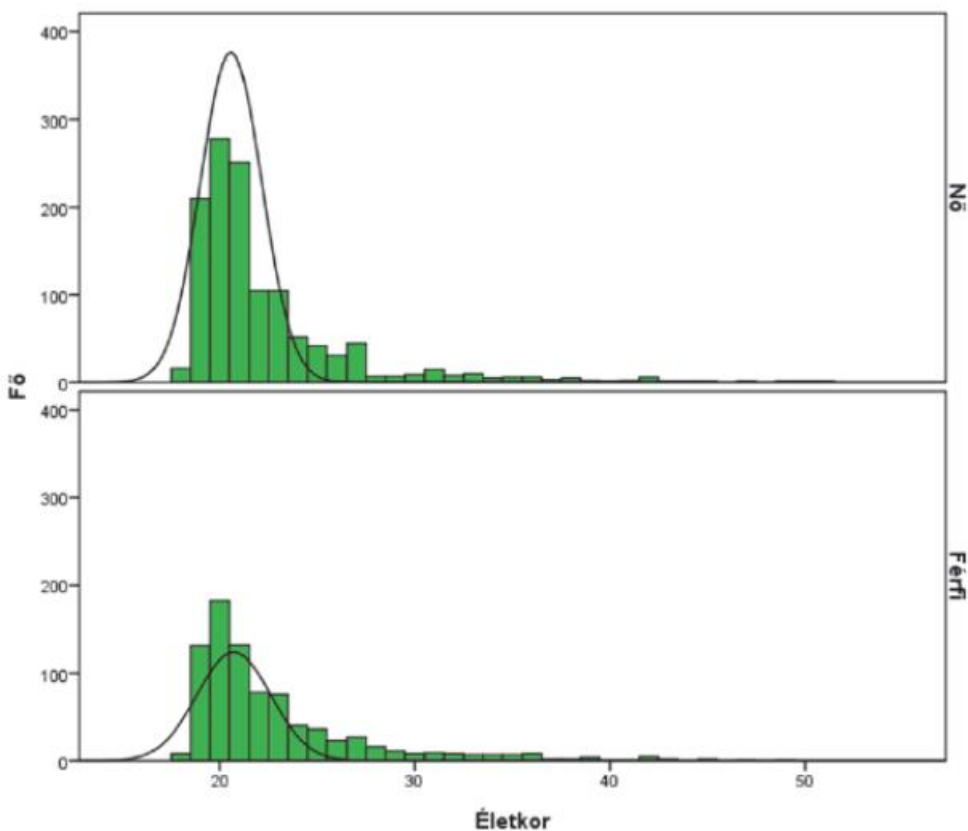
Az adatbázis reprezentativitásának vizsgálatát több meghatározó ismerv (nem, kor, tagozat, képzési szint, képzési terület) alapján végeztük el.

A kérdőívet a 18 és 51 éves korosztály töltötte ki, de jelen kutatás célja az volt, hogy a 18–25 év közötti korosztály pénzügyi kultúráját, valamint vállalkozói aktivitását vizsgáljuk. A 2.070 mintából a hipotézisek igazolására így csak 1.743 rekordot vontunk be, de nem zártuk ki az idősebb korosztályt sem az összehasonlítás biztosítása érdekében. (1. ábra)

Megfigyelhető, hogy a kérdőívet kitöltők között nagyobb a nők aránya (59,6%), ami jól tükrözi azt az általános megállapítást, hogy a felsőoktatásban résztvevő nők magas arányt képviselnek, és az OECD

2008-ban publikált jelentése szerint, ez 2030-ig vélhetően tovább fog növekedni (60%-ra).

Képzési szint szerinti összetétel alapján vizsgálva a kutatásba bevont fiatalokat, a következő állapítható meg: többségében alapszakos hallgatók túlsúlya figyelhető meg, ami megfelel a 2012-es országos átlagnak, emellett jellemző a mesterszakos, felsőfokú szakképzésben, osztatlan képzésben résztvevő hallgatók jelenléte is. Képzési terület alapján a hallgatók döntő többsége gazdasági területről töltötte ki a kérdőívet, de emellett megjelenik a társadalomtudományi, bölcsészettudományi, művészeti, jogi, orvosi, természettudományi terület is.



1. ábra: A minta megoszlása nem és korösszetétel alapján*
**Megjegyzés: $n = 2.070$*

4.2. Pénzügyi tudás, kockázatvállalás vélt és valós szintje az Énkép Index alapján

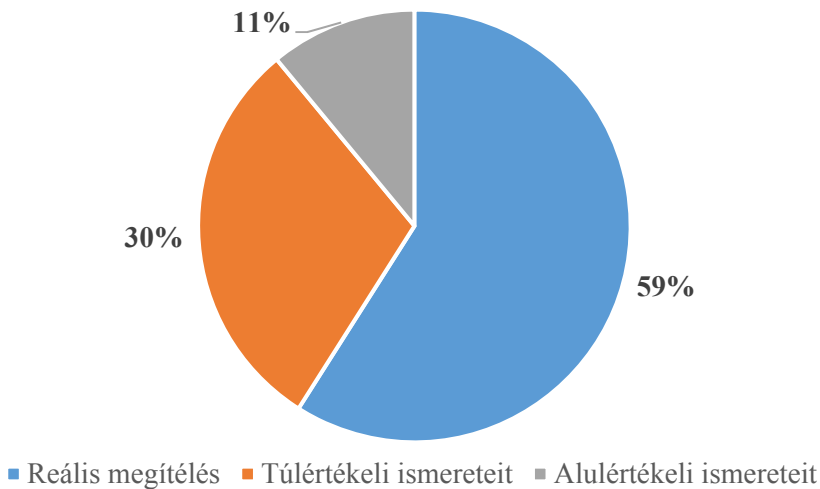
Megvizsgáltuk az Énkép indexet, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalok valós és vélt pénzügyi tudása között van-e lényeges különbség. Az állítás igazolására a hallgatók saját pénzügyi tudásszintjét megítélő válaszait hasonlítottuk össze a PTM értékével, amelyet Énkép Indexnek (ÉI) neveztünk el.

Az Énkép Index értéke -7 és 7 közötti értéket vehetett fel, az eloszlása pedig normális volt, azaz egyaránt található olyan, aki alul, illetve túlértékeli saját tudását. Azonban az Énkép Index értékeinek túlnyomó része a pozitív tartományban helyezkedik el, ami azt jelzi, hogy az adott hallgató magasabbra értékeli önbevallása alapján a pénzügyi tudását, mint a valóság. A negatív tartományban lévő értékek pedig az ellenkezőjét jelentik, vagyis alulértékelik saját tudásukat. (2. táblázat)

2. táblázat: A 18–25 év közötti hallgatók Énkép Indexe

%	Érték	Alulértékel (fő)	Reális megítélés (fő)	Túlértékel (fő)
5	$0 \pm 0,35$	466	368	909
10	$0 \pm 0,70$	305	717	721
15	$0 \pm 1,05$	191	1027	525
20	$0 \pm 1,40$	111	1247	385
25	$0 \pm 1,75$	68	1418	257
30	$0 \pm 2,10$	40	1551	152

A hallgatók megítéléséhez a 15%-os határt választottuk, mert a valós és vélt tudás közötti különbség átlagértéke 1,05, ami azt jelenti, hogy a $\pm 1,05$ -ös eltérést az önértékelés és a tényleges tudás között elfogadhatónak tartjuk.



2. ábra: A hallgatók megítélése az Énkép Index alapján

Így ezek alapján a válaszadók 3/5-e (59%) ítéli meg reálisan saját pénzügyi-gazdasági ismereteit, míg 11% alulértékeli és 30%-uk túlértékeli azt. (2. ábra) A vizsgált 18 és 25 év közötti nők önértékelése és tényleges tudása között minimálisan ugyan, de nagyobb az átlagos eltérés, mint a férfiak esetében. Nemek szerint is vizsgálva a valós és vélt tudás közötti különbséget, nem találtunk eltérést. Megállapíthatjuk, hogy a vizsgált fiatal nők és férfiak ugyanolyan mértékben térnek el a valós önértékeléstől a pénzügyi és gazdasági ismereteket illetően.

A kockázatvállalásra vonatkozóan arra a kérdésre is kerestük a választ, hogy az énkép hatással van-e a hallgatók kockázatvállalási szintjére, vagy pedig a valós pénzügyi tudás határozza-e meg. Ezt a problémafelvetést az Anyag és módszer fejezetben ismertetett Kockázatvállalási Mutatók segítségével vizsgáltuk. Az önbevalláson alapuló kockázatvállalási hajlandóságot az önbevalláson alapuló pénzügyi ismeretek szintjéhez viszonyítva képet kapunk a hallgatók saját kockázatvállalásukról alkotott képükről. Ha viszont a valós tudáshoz viszonyítjuk az önbevalláson alapuló kockázathoz fűződő viszonyukat, akkor mérhetővé válik a rejtett kockázatvállalás mértéke is, és ezek alapján következtethetünk a vállalkozói aktivitásra is.

A mutató értékei alapján három kategóriát alakítottunk ki: kockázatvállaló, kockázatkezelő és kockázatkerülő. Az osztályozás alapjául szintén a $\pm 15\%$ -os értéket választottuk azzal az eltéréssel, hogy a

mutató sajátosságait figyelembe véve a sávot az egyes értékekhez igazítottuk. (3. táblázat)

3. táblázat: A 18–25 év közötti korosztály kockázatvállalási besorolása

Kategória	Kockázatvállalás			
	önbevallás alapján		valós tudásszint alapján	
	fő	%	fő	%
Kockázatkerülő	1345	77,17	1254	71,94
Kockázatkezelő	209	11,99	240	13,77
Kockázatvállaló	189	10,84	249	14,29

A fiatalok kockázatvállalási szintjét vizsgálva, azt figyelhetjük meg, hogy a fiatalokat a kockázatkerülő magatartás jellemzi, amely nem igazodik a pénzügyi-gazdasági ismereteik szintjéhez.

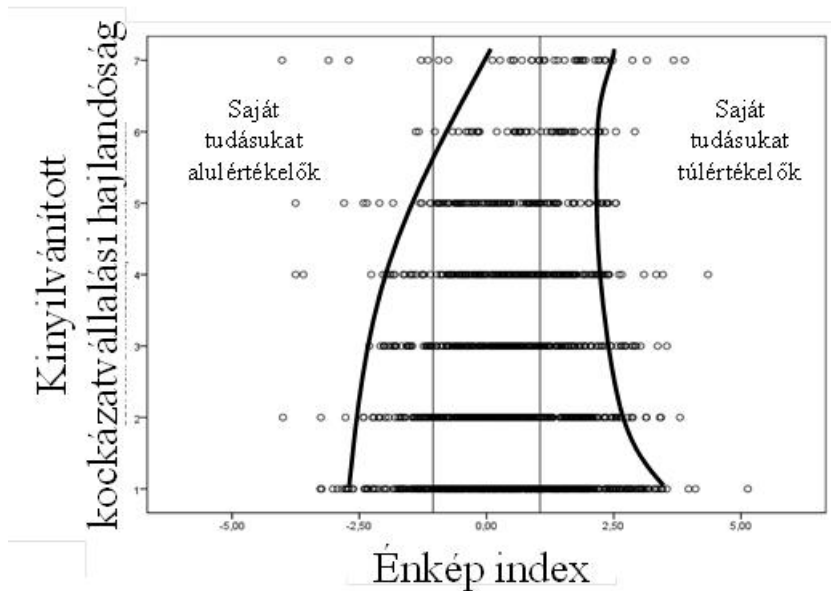
Megvizsgáltuk azt is, hogyan befolyásolja az énkép a fiatalok kockázathoz való viszonyát. A 3. ábra mutatja a két mutató közötti kapcsolatot, ahol a függőleges vonal jelzi a $\pm 1,05$ -ös értéket, amely alapján történt a hallgatók besorolása.

A kockázatvállalási hajlandóság és az énkép vonatkozásában azt találtuk, hogy van kapcsolat a változók között ($\text{Chi}^2 = 33$; $\text{df} = 12$; $\text{sig} = 0,001$), azonban a kapcsolat erőssége nem jelentős (Cramer $V = 0,097$).

Nemek szerint külön-külön vizsgálva árnyaltabb képet kaptunk, ugyanis a férfiak esetében sikerült kapcsolatot találni az Énkép Index és a kockázatokhoz való hozzáállás között ($\text{Chi}^2 = 26,76$; $\text{df} = 12$; $\text{sig} = 0,008$; Cramer $V = 0,14$), míg a nők esetében ezen kapcsolat meglétét nem sikerült igazolni ($\text{Chi}^2 = 18,597$; $\text{df} = 12$; $\text{sig} = 0,099$).

A hallgatók kockázatkerülő magatartása tehát azt jelenti, hogy a kockázatvállalási hajlandóság nem követi a pénzügyi tudásszintjüket, így elzárkóznak nemcsak olyan pénzügyi instrumentumoktól, amely

növelhetné jólétüket, de így csekélyebb a vállalkozói aktivitás is a körükben.



3.ábra: Kockázatvállalási hajlandóság és Énkép Index kapcsolata

Következtetések

A felsőoktatásban tanuló fiatalok kockázatvállalásának vizsgálata során megfogalmazott első hipotézis szerint a felsőoktatásban tanuló fiatalok valós és vélt pénzügyi tudása között lényeges különbség van. A hipotézis igazolására megalkotott Énkép Index elemzése azt mutatta, hogy szignifikáns különbség van a felsőoktatásban tanuló hallgatók valós és vélt tudása között, a többség (59%) pedig reálisan ítéli meg azt.

Második hipotézisünk szerint a kockázatvállalás szintjét az egyén saját tudásáról alkotott képe, vagyis az énkép határozza meg, nem pedig a valós pénzügyi tudás. A kockázatvállalási hajlandóságra vonatkozóan a kutatás megmutatta, hogy a fiatalokat kockázatkerülő magatartás jellemzi, összességében a 18–25 éves korosztály háromnegyede (76,9%) tartozódik a kockázatoktól. A válaszadók rendkívül alacsony kockázatvállalási hajlandósága nem igazodik sem a valós, sem pedig a vélt pénzügyi-gazdasági tudásszintjükhöz. Vagyis függetlenül attól, hogy milyen a pénzügyi-gazdasági ismereteik szintje, a hallgatók erősen

kockázatkerülők. A hipotézisben megfogalmazott összefüggés az énkép és a kockázatvállalás között a hallgatók nagyfokú kockázatkerülő attitűdje miatt nem volt kimutatható, a második hipotézist nem sikerült bizonyítani. Vagyis nem tudjuk kijelenteni, hogy a saját tudás túlértékelése nagyobb kockázatvállalási hajlandóságot eredményezne, mivel még azok is kockázatkerülőnek mutatkoztak, akik pedig meglehetősen magabiztosak saját pénzügyi tudásuk tekintetében.

Kutatásunkból levonható következtetés, hogy a kockázatvállalási hajlandóságot elsősorban más tényezők határozzák meg, így a társadalom aktuális attitűdjei, félelmei, vágyai, tapasztalatai. Mivel a kérdőívek kitöltése 2012-13-ban történt, a pénzügyi-gazdasági válság, az adósságproblémák ismert hatásai feltehetően jelentősen befolyásolták a mért kockázatvállalási szintet.

Kutatásunk rávilágít továbbá arra a jelenségre, hogy még azok a fiatalok is kockázatkerülők, akiknek valós pénzügyi-gazdasági tudása lehetővé teszi a reális kockázatfelmérést és kockázatvállalást. A túlzott kockázatkerülésnek társadalmi költségei is lehetnek. A kockázatok minden áron való és minden körülmények közötti elkerülése ugyanis akadályozhatja a pénzügyi lehetőségek kihasználását, a vállalkozóvá válást, és tömeges jelenséggé válva a nemzetgazdaság fejlődésének egyik komoly gátja, akadály lehet.

Irodalomjegyzék

Béres, D. – Huzdik, K. (2012): A pénzügyi kultúra megjelenése makrogazdasági szinten. *Pénzügyi Szemle* 2012/3 pp. 322–336.

Botos Katalin – Botos József – Béres Dániel – Csernák József – Németh Erzsébet (2012): Pénzügyi kultúra és kockázatvállalás a közép-alföldi háztartásokban. *Pénzügyi Szemle* 2013/3 pp. 291–309.

Chen, H. – Volpe, R. P. (1998): An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*. 7(2) pp. 107–128.

Danes, S. M. – Hira, T. K. (1987): Money management knowledge of college students. *Journal of Student Financial Aid*. 17(1) pp. 4–16.

Danes, S. M. – Huddleston-Casas, C. – Boyce, L. (1999): Financial Planning Curriculum for Teens: Impact Evaluation. *Financial Counseling and Planning*. 1999 10(1) pp. 25–37.

Faragó, K. – Vári, A. (2002): Kockázat. In PAPRIKA, Z. (szerk.): *Döntéelmélet*. Budapest, Alinea Kiadó

- Faragó, K.** (2005): A kockázatvállalás vizsgálata terepkísérletben. Magyar Pszichológiai Szemle. 2005. 60. évf. 3. sz. pp. 343–370.
- Fenton-O’creevy, M. – Soane, E.** (2001): The subjective perception of risk. pp. 25–31. In: PICKFORD, J. (ed.): Mastering risk volume 1: Concepts. London p. 336.
- Hayhoe, C. R. – Leach, L. – Turner, P. R.** (1999): Discriminating the Number of Credit Cards Held by College Students Using Credit and Money Attitudes. Journal of Economic Psychology. 1999 Vol. 20. pp. 643–656.
- Hayhoe, C.R. – Leach, L. – Allen, M. W.** (2005): Credit Cards Held by College Students. Journal of Financial Counseling and Planning. 2005 16(1) pp. 1–10.
- Hung, A. A. – Parker, A. M. – Yoong, J.** (2009): Defining and Measuring Financial Literacy. RAND Working Paper Series WR-708 September 2009 p. 28.
- Ibrd, Oecd, Dfid, Cgap** (2009): The Case for Financial Literacy in Developing Countries – Promoting Access to Finance by Empowering Consumers
- Johnson, J. G. – Wilke, A. – Weber, E. U.** (2004): Beyond a trait view of risk taking: A domain-specific scale measuring risk perceptions, expected benefits and perceived-risk attitudes in German-speaking populations. Polish Psychological Bulletin. Vol. 35. No. 3. pp. 13–163. In
- Radnóti, I.** (2010): A kockázatvállalási szándék mérése. Általános Vállalkozási Főiskola – Tudományos Közlemények 2010. 24. sz. pp. 31–54.
- Jones, J. E.** (2006): College Students’ Knowledge and Use of Credit. Journal of Financial Counseling and Planning. 2006 16(2) pp. 9–16.
- JUMP\$START** (2008): Financial literacy still declining among high school seniors. Jump\$Start Coalition’s 2008 Survey Shows. April 2008
- Knight, F.** (1921): Risk, uncertainty, and profit. Boston p. 313.
- Kopányi, M.** (szerk.) (1993): Mikroökonómia. Budapest: Műszaki Könyvkiadó. p. 556.
- Kunreuther, H.** (2002): Risk analysis and risk management in an uncertain world. Risk Analysis. 22 (4) pp. 655–664.
- Luksander, A. – Béres, D. – Huzdik, K. – Németh, E.** (2014): A felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezők vizsgálata. Pénzügyi Szemle 2014:(2) pp. 237-258.
- Lusardi, A.** (2008): Financial literacy: An essential tool for informed consumer choice NBER Working Paper No. 14084 June 2008 p. 30.

- Lyons, A. C.** (2008): Risky Credit Card Behavior of College Students. In XIAO, J. (ed.): Handbook of Consumer Finance Research. New York: Springer pp. 185–208.
- Magyar Nemzeti Bank** (2008): Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztéséről (MNB–PSZÁF), Budapest
- Mandell, L.** (2008): The Financial Literacy of Young American Adults. Results of the 2008 National JumpStart Coalition Survey of High School Seniors and Students. 2008 Survey Book <http://www.jumpstart.org/assets/files/2008SurveyBook.pdf> p. 258.
- Nagy, P. – Zsótér, B.** (2012): Mindennapi érzelmeink és pénzügyeink. A pénzzel kapcsolatos attitűdök és a materiális irányultság szerepe a pénzügyi kultúra fejlesztésben. Pénzügyi Szemle 2012/3 pp. 310–321.
- Peng, T. – Bartholomae, S. – Fox, J. J. – Cravener, G.** (2007): The Impact of Personal Finance Education Delivered in High School and College Courses. Journal of Family and Economic Issues 2007 28(2) pp. 265–284.
- Radnóti, I.** (2010): A kockázatvállalási szándék mérése. Általános Vállalkozási Főiskola – Tudományos Közlemények 2010. 24. sz. pp. 31–54.
- Radnóti, I. – Faragó, K.** (2005): A kockázatpercepció és a kockázatvállalás vizsgálata egy fegyveres testületnél. Magyar Pszichológiai Szemle. 2005. 60. köt. 1. sz. pp. 29–50.
- Rowe, W.D.** (1977): An Anatomy of Risk. New York.
- Sallie Mae** (2009): How Undergraduate Students Use Credit Cards: Sallie Mae's National Study of Usage Rates and Trends 2009. April 2009 http://static.mgnetwork.com/rtd/pdfs/20090830_iris.pdf p. 19.
- Timmons, J.** (2003): New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century. Irwin, Homewood, IL.
- Vlahos, K.** (2001): Tooling up for risky decisions. pp. 47-52. In: **Pickford, J.** (ed.): Mastering risk volume 1: Concepts. London p. 336.
- Williams, J. – Schroder, R.** (2000): Agricultural price risk management: The principles of commodity trading. Oxford University Press. p. 416.
- Xiao, J. J. – Serido, J. – Shim, S.** (2010): Financial Education, Financial Knowledge and Risky Credit Behavior of College Students. Networks Financial Institute Working Paper 2010-WP-05 November 2010 p. 27.

HIERARCHIKUS KAPCSOLATRENDSZER A KORMÁNYTAGOK KÖZÖTT 1990-IG

A kormányon belül tapasztalható belső differenciáltságnak egyrészt intézményi-szervezeti, másrészt szociológiai-politológiai eredetű okai lehetnek. Az utóbbi okok vizsgálatához inkább normatív jellegű szemléletmód szükségeltetik, ami nehezíti az egyes kormányok hiteles és pontos értékelését, összehasonlítását. A kormányfők eltérő vezetési stílusáról, a kormányon belüli döntéshozatal kialakításában betöltött szerepéről, illetve a meghatározóbb kormánytagok kormányon belüli erejéről több tudományos igényességű, illetve publicisztikai stílusú munka született. Mindezek ellenére a közismertebb személyiségjegyeken, valamint néhány, a kormány gyakorlati működésével kapcsolatos eseményen, kiemelt példán túl egy átfogó, objektív vizsgálatához például a kormányülések jegyzőkönyveinek vagy legalábbis hiteles tartalmi összefoglalóinak – ha nem is kimerítő, de széles körű – ismerete lenne még nélkülözhetetlen. Az ilyen, mélyebb vizsgálatok nélkül, institutiona- lista megközelítésű módszerrel is értékelhető képet nyerhetünk az átfogó intézményi keretek vizsgálatával is.

A kormány belső működéséből eredő erőviszonyok áttekintésénél legelőször a kormánytagok személyére, számára, valamint az irányításuk alatt álló szervezeti struktúrára gondolunk. Mindezeket túl mégis sok más tényező is hatással bír a kormányzás folyamatára. A továbbiakban a kormányzati struktúra részletes elemzése nélkül, elsősorban a kormányon belüli hierarchikus kapcsolatok, csoportosulások, illetve személyi vagy intézményi-szervezeti okokból eredő aszimmetrikus viszonyok tipologizálására vállalkozunk a rendszerváltást megelőző időszakokból.¹

A kormányon belüli hierarchia intézményi mutatói

Önmagában a kormány tagjainak a száma, az általuk irányított portfóliók, az ülésezés formája, gyakorlata, a kormánytagok fluktuációja,

¹ A rendszerváltást követő évtizedek számos területen eltérő folyamatokat mutatnak a korábbi időszakoktól. Az utóbbi két és fél évtized kormányai önmagukban is több változást generáltak, mint az előző több mint egy évszázad, más intézményi feltételek melletti működő kormányai.

illetve általában a rekrutációjuk (aszerint, hogy a szakmai múlt vagy a politikai lojalitás a dominánsabb) és egyéb körülmények már sok mindent elárulnak az intézmény belső működéséről, hierarchikus viszonyrendszeréről. A dualista politikai rendszer kialakulásától egészen az 1990-es, első szabad választásokig terjedő több mint százhusz év részletes vizsgálatára itt most nincs lehetőség, viszont néhány intézmény működésének végigkövetésével, néhány jellemző kormány működésének, belső struktúrájuknak részletesebb áttekintésével a nagyobb politikai korszakok kormányainak belső működéséről, szociológia jellemzőiről általános képet kaphatunk.

Megemlítendő, hogy a különböző történeti korszakok, illetve kormányaik tipologizálásakor komparatív elemzésre csak az adott kormányzati rendszer² eltérő jegyeinek figyelembevétele mellett érdemes vállalkozni. Nem lehet egyenértékű összehasonlítással élni régebbi polgári kormányzati rendszerek és az államszocialista berendezkedés működésénél. Le kell szögezni, hogy a hatalommegosztás értékének eltérő mértékű érvényesülése fontos szempont lehet az adott kormányokon belüli valódi viszonyrendszer értékelésénél. Akár a dualista rendszer vagy a két világháború közötti politikai rendszer sajátosságai, például a domináns kormányzópárt működése, a váltógazdálkodás, valódi koalíciós kormányzás hiánya mind sajátos többlet mozgásteret kínált a kormányon lévő politikai erők számára, mint a sokkal bizonytalanabb forradalmi időszakoknál, vagy akár a második világháborút követő oktrojált koalíciós kormányzás instabilitásánál. Az államszocializmus alatt a valódi hatalommegosztás helyett kialakult hatalmi ágak ún. munkamegosztása, valamint a párt- és az alkotmányos, politikai intézmények közötti hatalmi átrendeződés következtében a kormány tényleges politika döntéshozatali súlya jelentősen csökkent. Így a kormányon belüli belső hatalmi differenciáltság is teljesen más jelentőséggel bírt.

Látszólag számos közös működési elv fedezhető fel a különböző történelmi időszakok esetében is. Ezek pedig sokszor az egyes kormánytagok elvi egyenlőségét voltak hivatottak biztosítani. A kormány mindegyik tagja például egy szavazattal bír, beleértve magát a kormányfőt is, aki csak szavazategyenlőség esetén dönthet egyedül. A gyakorlatban persze szavazásra csak rendkívüli esetekben kerül sor, hiszen a stabil és hatékony kormányzás célja megköveteli a kabinetszolidaritás prioritását. A valóságban a kormánytagok tényleges

² Jelen esetben a kormányzati rendszer kifejezést annak legszélesebb értelmében is használhatjuk, ami akár a politikai rendszer szinonimája is lehet.

politikai súlya több dologtól is függ. A kormány tagjai közjogi szempontból szinte végig egyenlőnek számítottak, leszámítva olyan időszakokat, ahol intézményesített kormányfő-helyettesekkel közbülső fokozatként hierarchizálták a kormány belső szerkezetét. Politológiai szempontból viszont számos más tényező mutatja a tényleges hatalmi viszonyrendszert a kormány tagjai között. A legmeghatározóbb épp a kormány vezetője és további tagjai közötti viszony, amely alapján az egész kormányzati rendszer is konceptualizálható általános típusuk körvonalai mentén. Jellemző volt a polgári korszakok magyar kormányaira a miniszterelnök vezető szerepe a minisztertársaihoz képest, mivel általában erős miniszterelnökök vezették a kormányokat. A kormányfő és a miniszterek közötti kapcsolaton túl fontos indikátor lehet a miniszterek egymás közötti erőviszonyában a miniszterek mögött álló eltérő szakpolitikai területek, illetve tárcák politikai súlya. A továbbiakban az egyes történelmi időszakokra jellemző közjogi megoldásokat tekintjük át, amelyek összefüggnek a kormányon belüli pozíciók eltérő súlyával is.

Számos eltérő intézményi megoldás keretében változhat a kormány belső differenciáltsága, döntési hierarchiája. Több olyan forma létezett a magyar polgári kormányzás másfél évszázaddal korábban elkezdődött időszaka óta, amelyek már nem élők. Ezek bemutatását követően a későbbiekben is megmaradt megoldások áttekintésére kerül sor.

Többes tárcabirtoklás intézménye

A kormányon belül a kormánytagok közötti eltérő hatalmi pozíciót, befolyásolási képességet, a kompetencia mértékének differenciáltságát a polgári kormányzás történelmi időszakának jelentős részében a több tárcának párhuzamos birtoklása eredményezte. A kettő vagy még több tárca egyszerre történő irányításánál elengedhetetlen megkülönböztetni az ideiglenes jellegű, rendkívüli esemény miatti (pl. kormányból való hirtelen távozás, halálozás), általában rövidebb ideig tartó, a kormány egy tagja általi helyettesítést – ami természetesen a rendszerváltás után is ismert és nélkülözhetetlen eszköz – az állandó jellegű, egy személy általi több tárca párhuzamos vezetésétől. A kiegyezés után bevett szokássá vált, hogy egy-egy miniszter plusz tárcát is kaphatott. Ennek legjellemzőbb válfaja a kormányfő általi reszorttárca, esetleg -tárcák birtoklása volt. A dualizmus alatt a miniszterelnökök többsége élt is ezzel a lehetőséggel, általában az erős – legfontosabbnak

vélt vagy korábban is már általa vezetett – tárcákat tartották fenn maguknak, például a honvédelmit (Andrássy Gyula), majd belügyit (Tisza Kálmán, Tisza István), pénzügyit (Wekerle Sándor). De volt, hogy egy-egy szakminiszter is felvállalt még általában egy, az alaptárcájához közel álló minisztériumot, illetve sokszor a tárca nélküli posztot is már hivatalában lévő miniszter kapta meg. A miniszterelnöki reszorttárca a Monarchia bukása után is jellemző maradt egészen Bethlen István miniszterelnökségéig, aki már nem kívánt fölös tárcákat vezetni.³ Az őt követő miniszterelnökök egy része ismét élt ezzel a lehetőséggel, de 1945 után, a szocialista állammodell kialakulásával viszont az addig bevált, sűrűn használt intézményi megoldás véglegesen kikopott a magyar kormányzás gyakorlatából.

A háború végéig a kormányzati hatalom a tárcafelosztás és a kormánylétszám szempontjából koncentrált volt, mivel sokszor a kormánynak kevesebb tagja volt, mint ahány minisztériumból összesen állt. Habár jogi értelemben véve tipikus csúcsminisztériumok nem igazán léteztek, összességében a kormány méreteire figyelemmel a mai politikai elképzelésekben élő kabinetkormányokhoz hasonlítottak leginkább ezek az intézmények. A miniszterelnökök által felvállalt további reszorttárca irányítása jellemző képet mutatott arról, hogy mely minisztériumok számítottak egyes időszakokban fajsúlyosabbnak. Mindvégig jellemzően a Belügyminisztérium és a Pénzügyminisztérium számított a legdominánsabb tárcának, amelyeket szívesen irányított a mindenkori miniszterelnök, sokszor a saját szakmai háttérük alapján. Mellette nagyobb arányban még a honvédelmi tárca vezetése került hosszabb ideig a miniszterelnök kezébe. A dualizmus időszakában jellemzően még a király személye körüli minisztérium jöhetett számításba, ami kvázi külügyi tárcaként szolgált.⁴ A valódi Külügyminisztérium épp abban az időszakban született meg, amikor a Monarchia hirtelen felbomlásával nem csak lehetőség nyílt az önálló tárca létrehozására, hanem talán minden korábbinál nagyobb igény is mutatkozott erre. A fegyverszüneti megállapodással, ezt követően pedig az egyes korábbi birodalmi tartományok, országrészek elszakadási törekvéseivel a legégetőbb feladatok éppen az önálló külügyi politika megteremtésének területén

³ Ideiglenesen viszont több alaklommal is kénytelen volt tízéves regnálása alatt egy-egy reszorttárca irányítását akár egy-két hónapra is átvállalni.

⁴ Mivel a dualista államszerkezet az önálló magyar külügyi politikát nem tette lehetővé, így Magyarország számára a külpolitika elsősorban az Ausztriával történő kapcsolattartáson keresztül valósulhatott meg. A minisztérium működése elsősorban ezt a célt szolgálta.

merültek fel. Nem véletlen, hogy a forradalmi időszakokban, de még a Horthy-korszak hajnalán, majd a II. világháború alatt hosszú éveken át a kormányfő szintén egyben külügyminiszter is volt.

A miniszterelnök helyettesítése

A miniszterelnök nem intézményesített formában történő, hanem egy szaktárcát vezető miniszter eseti jellegű helyettesítése vált a legelterjedtebb intézményi megoldássá a dualizmustól egészen a II. világháború végéig. A reszortfeladattal nem rendelkező, kizárólag a miniszterelnök helyettesítésével megbízott miniszter kinevezésére ritkán került sor Magyarországon, alapvetően felesleges intézménynek is számított volna egy olyan kormányzati struktúrában, ahol a kabinet jellegű kormányzás egy szűk testülettel zajlik, ráadásul maga a kormányfő is irányít további szaktárcát. Ilyen típusú állandó helyettesítés ugyanis csak a szélsőjobboldali kormányok alatt működött 1944-45-ben, majd később a háború utáni koalíciós viszonyok következtében alakult ki egy több személyből álló kormányfő-helyettesi intézményrendszer, ami apróbb változásokkal tovább működött negyven éven keresztül. Mind az intézményesített miniszterelnök-helyettesítés, mind a folyamatosan bővülő tárcák köre egyre fragmentáltabbá tette a kormányokat, nem beszélve még a további – a kezdetekkor, a koalíciós kormányzás idején – kifejezetten politikai célokból létrehozott államminiszteri tisztségről.

1945 után a koalíciós kormányzás során a választásokat egyedül megnyerő kiscsoportokra nem csak egyszerűen rákényszerítették a koalíciós partnereket, hanem mindezeket túl még – a kormány belső struktúráját is jelentősen átalakítva – létrehozták a kormányfő-helyettesként szolgáló államminiszteri pozíciót. A korábbi közjogi gyakorlattól idegen megoldással gyengítették a kormányfő pozícióját, növelték a kormányon belüli hierarchiát az egyes kormánytagok között, összességében pedig destabilizálódott a kormány működése, hiszen sajátos politikai funkciót töltöttek be ezek az államminiszterek, ami épp a kormányon belüli kabinetszolidaritás értékével ment szembe.

Az alkotmányos-politikai fordulatot követően, a '40-es évek végétől a minisztertanács-elnökhelyettese poszt váltotta az államminisztereket, majd közülük később kikerült az első helyettes is. Az államszocializmus időszakában a politikai hatalomgyakorlás korábbi, a polgári korszakokban tapasztalt parlamentáris hagyományaival teljesen szakítva a kormány tényleges politikai hatalomgyakorlási funkciója átalakult, döntéshozói pozíciója jelentősen meggyengült. Az amúgy is

gyenge jogállású kormányfőt helyettesítő miniszterelnök-helyettesek pedig a koalíciós együttműködés megszűnését követően már nem koalíciós helyettes típusú szerepet tölthettek be, hanem szakmapolitikai jellegű, irányító feladatokat láttak el. Adott ágazatpolitikákhoz kötődő, helyenként egyre gyarapodóbb számú tárcavezetők munkáját koordinálva szervezetirányító funkciókat láttak el. A miniszterek ezen csoportjai ún. kormánybizottságokban összefogva gyakorlatilag kormányon belüli kis kormányokként funkcionáltak.⁵ A minisztériumokra ránehezedő kormánybizottságok közbenső irányítási fokozatként működtek. Ennek ellenére mégis aránylag önállóak voltak a kormánnyal szemben. Így történhetett meg, hogy sok esetben a tárcák pártirányítása is a kormány kikerülésével érvényesült. A nemcsak jogi, hanem szociológiai értelemben is jelentős hatalommal rendelkező kormánybizottságok gyengítették magát a kormányzást is, mivel saját szakpolitikai területükön kormánytestületi hatáskörüket gyakorolták (Müller 1991). A kormánybizottságokat vezető ún. minisztertanács-elnökhelyettesei a kormányfővel kialakított munkamegosztási rendszerben gyakoroltak felügyeletet a központi államigazgatási szervek és egyben a miniszterek felett is. Ezt a típusú kormányfő-helyettes tisztséget 1988-ban szüntették meg, helyettük a kormányban ismét megjelentek az államminiszterek,⁶ közülük pedig a kijelölt helyettesítette a minisztertanács elnökét. Majd csak az 1990 tavaszán felálló kormány szerkezeti átépítésénél mondtak le a miniszterelnök-helyettes tisztségről, amivel egyben megszűnt a miniszterek közötti hierarchikus viszony is. Ez pedig koncepcionális struktúraváltást hozott nem csak a szocialista államszervezet kormánymodelljéhez képest, hanem még az 1989. októberi alkotmánymódosításhoz képest is. (Müller 2002) A miniszterelnök hatalomgyakorlásának sajátos átalakulása pedig az egész kormány belső

⁵ Egy fontos, de régóta megszűnt közjogi megoldás volt az '50-es évek első felében működő Minisztertanács Elnöksége, amely nemcsak a szocialista kormányzati szerkezet túlbürokratizáltságát illusztrálta, hanem jelezte a belső hierarchizálódás eredményeképp létrejövő szuverenitás veszteséget is a kormány részéről. Az intézmény tagjai ugyanis a minisztertanács-elnökén kívül annak helyettesei, valamint néhány fontosabb tárca birtokosai voltak. Amíg az egyik héten ez a kisebb grémium ülésezett, addig a kormány egész testülete pedig a másikon. Legitimációját tekintve a legproblémásabb működési elve az volt, hogy a kormány nevében is hozhattak határozatokat. (Mónus 1996) Persze nem véletlenül volt szükség a kormányt teljes egészében történő helyettesítő funkciójára. A Rákosi-korszak csúcspontján ugyanis a kormány létszáma meghaladta akár a harminc főt is.

⁶ Az államminiszterek a szakminiszterekhez képest részint mintegy tárca nélküli miniszterekhez is hasonlíthatóak.

hierarchikus viszonyrendszerének megváltozását is eredményezte, aminek következtében véglegesen felszámolódott a hatékony működést gyengítő korábbi működési elv. 1988-ig sajátos többfokozatú struktúra működött, a kormány mint egésze, azaz mint minisztertanács mellett széles mozgásterrel működtek a kormánybizottságok, alattuk pedig hierarchiában a miniszterelnök-helyettesek követték, míg a szervezeti működés legalján helyezkedtek el az egyszerű szakminiszterek. Ezáltal pedig hatékony működésében blokkoltá vált az egész kormány. (Holló 1987)

Szakminiszteren túli egyéb kormánytagok

A dualizmus időszaka alatt gyakorlatilag nem éltek a bevett fogalom szerinti tárca nélküli miniszteri tisztséggel, de egyéb kinevezés alapján sem lett más tagja a kormánynak a szakminisztereken kívül. Egy 1917-es rendelet teremtett először lehetőséget több tárca nélküli miniszter beiktatására.⁷ Ekkor – a háború végén, majd a forradalmak alatt is – elsősorban a háború szülte helyzet eredményeképpen jött létre néhány, rövidebb ideig működő tárca nélküli minisztérium. A két világháború között szintén erre a rendeletre hivatkozva léptetnek be a kormányba tárca nélküli minisztereket. Többségében ezek is rövidebb ideig működő, ideiglenes funkcióval bírtak, amelyek felállítására inkább csak a háborúk, átmeneti időszakok idején került sor.

A II. világháború végéig elsősorban csak rendkívüli (háborús, forradalmi átmeneti) időszakokban lettek plusz tagjai a kormányoknak, habár egy-egy tárca nélküli miniszter kinevezésére elvétve máskor is sor került. Amíg tehát 1945-ig a szakminiszterek mellett legfeljebb tárca nélküli miniszterek kaphattak még szerepet, a szocialista időszakban ilyen címszó alatt senki nem volt már tagja a kormánynak, néhány országos hatáskörű szerv vezetője viszont később automatikusan is a kormány tagjai közé lett emelve.⁸

A szocializmus évtizedei alatt az egy-két kormányba emelt országos hatáskörű szerv vezetője, valamint a korábbi tárca nélküli miniszterek között az egyik fontos különbségnek számított, hogy az előbbiek állandó jelleggel vettek részt a kormány munkájában, stabil

⁷ Korábban csak a horvát-szlavón-dalmát miniszter nem rendelkezett tárcával, de ez a miniszterség teljesen speciálisnak nevezhető, hiszen azt még 1868 végén a horvát-magyar kiegyezés eredményeképpen állították fel.

⁸ Az ide tartozó legfontosabb szervek vezetői a Központi Népi Ellenőrzési Bizottság, Országos Tervhivatal mindenkori elnökei voltak.

kormánytagságot jelentettek, addig a tárca nélküli miniszteri posztok jellemzően eseti jellegűek voltak és sűrűn váltották egymást.

A rendszerváltást megelőző időszak egységes központi kormányzásának biztosítását gátló tényezői,⁹ mint a miniszterelnök-helyettes poszt, a kormánybizottságok vagy akár az országos hatáskörű szervek túlbonyolított rendszerének jelentős része a rendszerváltás folyamata során már az első szabadon választott kormány felállítását megelőzően lassan felszámolódtak.¹⁰ A valós erőviszonyokat úgy jellemezhetjük, hogy a szakpolitikák vezetői és a funkcionális, elsősorban politikai pozícióval bíró kormánytagok között alakult ki egy sajátos differenciálódás, sokszor a miniszterek úgy vélték, hogy az összkormányzati érdekek képviselésével szemben az adott szakpolitikai területen történő érdekkijárási fontosabb feladat számára. Így a kormány testületi jellegű működése gyengült, mivel a két típusú feladatkör a kormányban annyira elválasztódott egymástól, a szakpolitikai érdekek nem tudtak párhuzamosan megjelenni a funkcionális érdekekkel együtt. (Holló 1987)

A kormányon belüli sajátos erőviszonyok olyan erős alá-fölérendeltségi viszonyrendszert alakítottak ki, ahol a belső döntési folyamatokban, a szervezeti hierarchiarendszerben a kormány mint egészének testülete mögött jöttek a kormánybizottságok, majd az azokat irányító miniszterelnök-helyettesek, végül a rendes szakminiszterek. (Holló 1987) A bonyolult, hierarchikus döntési mechanizmus következtében a kormánybizottságok és a kormány, valamint annak egyes tagjai között konfliktusokat idézhettek elő a hatásköri átfedések, elsősorban a kormánybizottságoknak a kormányzaton belüli túl erős hatalmi pozíciója következtében. (Ficzere 1987) A rendszer legalján álló egyszerű miniszterek közül is erőviszony tekintetében a leggyengébb kormányzati szereplők a humán jellegű tárcák vezetői voltak. Általában jellemző az egész államszocializmus időszakára, hogy a kormány mint kvázi gazdasági kabinet működött.

Később, az 1988-90-es átmenet idején a jogfolytonosság elvére épülő változások sajátosságából fakadóan is egyértelműen az Igazságügyi

⁹ Természetesen a legerősebb gátló tényező az állampárt döntésvonó képessége, amire nem a fontossága miatt nem térnek ki, hanem mert ez már nem a végrehajtás közvetlen területéhez kapcsolódik.

¹⁰ A rendszerváltást követően jelentősebbnek tekinthető változás kormányzati szinten csak a kormányfő helyettesítése, illetve a miniszteri rangsor területén történt. Szakitottak a háború utáni, elsősorban szocialista típusú örökséggel és visszanyúlta a még korábbi időszak hagyományaihoz, például a tárca nélküli miniszteri pozícióhoz. Alapvetően viszont nem változtattak az 1980-as évek végi egyéb feltételeken a kormány belső működése területén.

Minisztérium vált az átalakulást elősegítő kormányzati munka egyik legfőbb motorává, a tárca vezetője a kormányon belül amúgy sem túl erős Németh Miklós (1948-) miniszterelnök mellé „emelkedett fel.”¹¹ De a rendszerváltozás után – kiváltképp az első két országgyűlési ciklusban – továbbra is a belügyi, illetve a pénzügyi tárca vezetői maradtak erősek a kormányban, hasonlóan a korábbi nagyobb történelmi időszakokhoz.

Ágazati differenciák

A kormányon belüli differenciált tárcastruktúrának egyik legjellemzőbb megjelenési formája a rendes szakminiszterek közötti természetes belső hierarchia. Jogi szempontból természetesen a szakpolitikai területek között nincs különbségtétel. Mégis az összkormányzati döntéshozatalban betöltött szerepük, az egymáshoz viszonyított politikai súlyuk között jelentős eltérések alakulnak ki. De iure csak ritkán adódott példa a kormányzati szerkezeteken belüli aszimmetrikus viszonyokra, történelmi megoldás erre a két világháború közötti időszakból adódik, amikor klasszikus értelemben vett csúcsmiszterek kinevezésére került sor. Elvben egyenlő rangú miniszterek alkották a magyar kormányokat, elsősorban a polgári időszakok esetében. Az államszocialista időszak erre vonatkozó ellenpéldái, amint korábban be lettek mutatva, teljesen más jellegű belső hierarchizálódást feltételeztek. A klasszikus tárcák közötti valódi erőkülönbségek mögött számos ok húzódhat meg. Az egyes tárcák kormányon belüli helyzetének jellemző történelmi különbségei mellett előfordulhattak névleges szempontból is differenciált tárcák, ún. csúcsmisztériumok.

Nem könnyű egy-egy tárcáról megállapítani, hogy az a többitől ténylegesen kiugrik olyan mértékben, hogy csúcsmisztériumnak lehessen nevezni, nem beszélve arról, hogy nem csak a minisztérium hatásköréből fakadóan képes önmagában egy tárcát kiemelni a többi közül, hanem a tárcavezető személye, illetve súlya a kormányban hasonló hatással bír a minisztériumok differenciáltságára.

Megtörténhet, hogy egy kormánytag csúcsmisztériumi jelzöt kap, mégsem ez teszi szükségszerűen azzá a többi miniszterhez képest. Magyarországon jogi értelemben alapvetően nem állt fenn különösebb hierarchia a tárcák vezetői között sohasem, elméletileg minden tárca

¹¹ Kulcsár Kálmán igazságügyi miniszter mellett a kormány legaktívabb miniszterei közé tartozott még elsősorban Glatz Ferenc művelődési és Horn Gyula külügyminiszter is.

vezetője¹² egy-egy szavazattal rendelkezett a kormányban. A valóságban mindig voltak meghatározó tárcák, illetve szakpolitikai területek, amelyek valamilyen primátussal bírtak a kormányon belül, és éppen a kormányok preferenciájának változása függvényében az ipar és a mezőgazdaság, vagy éppen a pénzügypolitika, illetve az iparpolitika között volt rivalizálás és változott az erőviszony egyik vagy másik irányba. A dualizmus időszaka alatt például mindvégig a Belügyminisztérium számított a tárcák között a legerősebbnek, ez később a két világháború között is általában jellemző maradt.¹³ A Horthy-korszakban négy alkalommal is neveztek ki különböző elnevezéssel és formában gazdasági csúcsmiszttert, ezek a tárca nélküli miniszterek minden komolyabb szervezeti háttérintézmény nélkül végezték munkájukat, ráadásul sohasem csak ezt a feladatkört töltötték be, hanem párhuzamosan más pénzügy- vagy gazdaságpolitikai tárca vezetését is ellátták. Tehát nem egyedül ebben a miniszteri megbízásukban válhattak volna tényleges csúcsmisztterré.

1945 után szintén a Belügyminisztérium¹⁴ vált az egyik legerősebb tárcává, kvázi csúcsmisztériummá, ami később a rendszerváltás után is áthagyományozódott egészen az 1990-es évek végéig. A szocializmus évtizedei alatt természetesen a gazdasági jellegű tárcák kerültek előtérbe, az iparpolitikán belül is elsősorban a nehézipart helyezték középpontba. Ennek eredményeképpen a PM és a gazdasági tárcák között is nagy volt a rivalizálás. A gazdaságpolitikai fordulatig, az új gazdasági

¹² Kuriózum a magyar kormányzás történetében a tanácsköztársaság időszaka, amikor egy-egy tárca élén nem egy, hanem egyszerre 3-4 vagy még több vezető (népbiztos) állt. Ez a kollektív vezetői intézményi forma teljesen elüt minden más korábbi, illetve későbbi megoldástól, a tárcák, illetve vezetőik közötti differenciáltságon túl a tárca vezetésének csúcán is fragmentáltság és ezzel párhuzamosan nyilván a párhuzamos társvezetők között polarizálódás is szükségszerűen megjelent. (Eklatáns példája Kun Béla, aki nem csak, hogy nem a kormány élén állt formálisan, hanem „csupán” egyike volt a külügyi népbiztosoknak.) (Bölony-Hubai 2004)

¹³ Önmagában a belügyi feladatkörök is a tárca dominanciáját biztosították volna, de emellett hozzájárultak még a tárcán belüli széles népjóléti feladatkörök is. A monarchia bukásával hiába jött létre az önálló népjóléti tárca, az 1930-as évek elején ismételtén visszaolvasztották a BM-be.

¹⁴ Természetesen a honvédelmi tárca korábban is – nem csak háborús időkben – kiemelt jelentőséggel bírt, nem beszélve a Rákosi-korszakról. Az 1956-os forradalom leverése után néhány hónapig ráadásul a forradalmi munkás-paraszt kormányban a belvédelmi és a honvédelmi feladatokat egy kézben összpontosították, így jött létre egy tipikus csúcsmisztérium, egy kvázi védelmi tárca Kádár melletti legerősebb vezető, Münnich Ferenc irányítása alatt, aki ezt a feladatkört követően magának a kormány élén álló Kádárnak a helyettese lett.

mechanizmusig egyértelműen a kvázi tárca nélküli miniszterként működő Országos Tervhivatal vezetője volt a legbefolyásosabb a gazdaságpolitika alakulására, aki habár hivatalosan nem volt miniszter, hanem a Hivatal vezetőjeként jutott kormánytagsághoz. 1968 után a Pénzügyminisztérium került vissza a központi szerepkörbe. Az Országos Tervhivatal „csúcsminisztériumsága” ezzel véget ért. Az átmenet időszakában, a '80-as évek utolsó éveiben komoly változások történtek, éppen azzal párhuzamosan, hogy Németh Miklós miniszterelnökségét a kollegialitás jellemezte, nem pedig a szakminiszterek közül történő kiemelkedés. Ezáltal sokkal nagyobb szerep jutott néhány, a párt befolyásától egyre inkább távolodó, újonnan érkező „szakértőre”. Ilyen volt a Kultusztárca mellett az Igazságügyi Minisztérium is, amely az alkotmányos átmenet kialakításában betöltött vezérszerepe következtében a rendszerváltás hajnalán az egész kormányban is döntő szereppel bírt. Meghatározó volt – elsősorban az akkori nemzetközi viszonyokkal összefüggésben – a külügyi tárca is, aminek jelentősége részben még az 1990-es években is továbbélt.

Több területen is áttekintettük a rendszerváltást megelőző időszakok kormányainak belső hierarchizálódásának mutatóit. Kikopott közjogi megoldások mellett az egyes kormánytagok aszimmetrikus viszonyrendszerének összetevőit, a miniszterelnök eltérő helyettesítési szisztémáira is hoztunk példákat, de a klasszikus szakpolitikai differenciáltságot, illetve a rendes szakminiszteren túli egyéb rendhagyó kormánytagságot eredeztető jellemző intézményi megoldásokat is áttekintettük. Egyes történelmi időszakokban változó intenzitással éltek ezekkel az eszközökkel, amelyek a kormányon belüli erőviszonyokat így vagy úgy, de formálták. Ezekből összegzésképp néhány átfogó megállapítást vonhatunk le:

- Közjogi különbségek nem voltak jellemzőek a kormánytagok között, papíron a kormányfő is primus inter pares szereppel bírt. A miniszterek esetében habár a miniszterelnök helyettesítése de facto pozíció különbséget jelezhetett, de intézményesített kormányfő-helyettesítésre polgári időszakokban nem került sor, hanem csupán az államszocializmus alatt. Formálisan belsőleg töredezett hierarchikus szerkezet csak ebben az időszakban volt, amit például a minisztertanács-elnökhelyetteseinek rendszere mutatott, de ekkor voltak például nem miniszteri kinevezésű tagjai is a kormánynak.
- A történelmi hagyományok a sok rendszerváltástól, közjogi átalakulástól, kormányzati szerkezetmódosítástól függetlenül a

rendszerátalakításig mégis rendkívül erősnek mutatkoztak. Súlyponti eltolódás a tárcák között rendre hasonlóan alakultak a különböző politikai rendszerek alatt is, így a Belügyminisztérium és a Pénzügyminisztérium domináns helyzete mindvégig megmaradt, emellett olykor egy-egy másik terület is kiemelkedett, mint az OTH esetében. Sok területen tehát a kontinuitás erősnek mutatkozott, a változások organikusak voltak, nem mutattak hektikusságot.

- A kormány összetétele, tagjainak száma jelentősen átalakult az évtizedek során, nem csak a különböző politikai korszakokban, hanem akár azokon belül is. Ennek ellenére a miniszterelnök súlya a kormányon belül mindvégig erős maradt. A kormányfő meghatározó politikai súlyát csak olyan politikai keretek között tudták korlátozni sajátos intézményi megoldásokkal, amikor a tényleges politikai hatalom az alkotmányos intézményekről átsúszott a párt és annak legfőbb vezetői körébe, mint a szocializmusban.

Végeredményben a rendszerátalakítás időszakára, a rendszer demokratizálódásával párhuzamosan újra megnőtt a kormány szerepe az alkotmányos politikai rendszeren belül, a belső hierarchiáját tekintve pedig a miniszterelnök megerősödött a kormányon belül, a kormányfő és a kormány súlyát gyengítő intézményi megoldások döntő többsége pedig már a '80-as évek végén megszűntek. A kormányzati működés évtizedek során végbement rendszeres változásainak ellenére a polgári időszakok kormányainak belső hierarchikussága számos területen állandóságot mutatott, működésében sok esetben a folytonosság volt a jellemző. A kormányzati rendszert ebben az állapotában érte a rendszerátalakítás, és habár a későbbiekben a saját hierarchiájának további átrendeződése tapasztalható, mégis az első szabad választásokat megelőző évek változásai is előkészítették, hogy az rendszerátalakítás utáni első kormány a vártnál nagyobb mértékben törekedett a folytonosságra. A kontinuitás nem változatlanságot, vagy épp állandóságra való törekvést mutat. 1990-et követően egyértelművé vált, hogy a korábbi polgári időszakok hagyományai inkább tovább erősödnek, a kormány belső működése szempontjából meghatározó három nagy rendezői elv, a reszort-, a kabinet- és a miniszterelnöki közül is egyértelműen az utóbbi válik egyre kizárólagosabbá.

Irodalom

Bölöny József – Hubay László 2004: *Magyarország kormányai 1848-2004*, Akadémiai Kiadó, Budapest.

Ficzere Lajos 1987: *A miniszterek kormányzati kapcsolatrendszere és a miniszteri irányítása eszközei*, Államigazgatási Szervezési Intézet, Budapest.

Holló András 1987: *A kormányzati munka alapkérdései – miniszteri nézőpontból*, Államigazgatási Szervezési Intézet, Budapest.

Mónus Lajos 1996: Gondolatok a kormány testületi működésének kérdéseiről. In: *Magyar Közigazgatás*, 1996/5.

Müller György 1991: A kormányzati struktúra változásai 1987-1991. In: *Magyar Közigazgatás*, 1991/12.

Müller György 2002: A kormány felépítése, a kormányfő jogállása és a miniszterek helyzete (1990-2002). In: *Magyar Közigazgatás*, 2002/6.

KISS FERENC

A MAGYARORSZÁGI ONLINE TURIZMUS PIACA – GYORS ÁTTEKINTÉS

Összefoglaló

Jelen tanulmány a magyarországi online turizmus piacának sajátosságairól igyekszik egy gyors körképet adni. A 2015 elején elérhető adatok alapján az internet használat hazai elterjedtsége és az eszközellátottság tükrében áttekinti az internet használati szokások releváns jellemzőit, valamint a tartalomfogyasztás és a közösségi média használat legfontosabb jellemzőit. Ezekre alapozva tárgyalja az online turizmus hazai helyzetét, jellemzőit.

Kulcsszavak: online turizmus, internet használat, lakossági internet piac, internet használati szokások

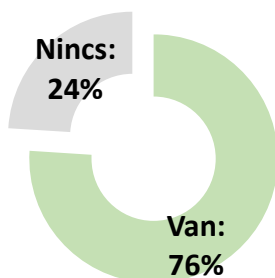
Bevezetés

Miközben mintegy húsz éve épül Magyarországon az információs társadalom, az egyes ágazatokban az online szolgáltatások használata igen eltérő képet mutat. Jelen munka arra vállalkozik, hogy a hazai lakossági internet használat tényadatainak bázisán – megküzdve számos adathiánnyal – a magyarországi online turizmusról adjon egy átfogó helyzetképet.

A hazai lakossági internetpiac aktuális jellemzői

A 2013-ra vonatkozó adatok szerint a 18 éves és idősebb lakosság több mint háromnegyede szokott internetezni (76 százalék, lásd 1. ábra), ugyanakkor 2014-es adatok szerint a 15 éves vagy idősebb lakosság körében csak 60%-os az internet használat, azaz összességében – a korcsoport eltérést figyelembe véve is – stagnálás, vagy a hibahatáron belül némi csökkenés mutatható ki. Az internetezők szinte mindegyike internetezett otthon már 2013-ban is (96 százalék), ez az arány 2014-re

98% lett, s majdnem minden harmadik közülük a munkahelyén is hozzáfér az internethez (35 százalék). Az internet-hozzáférést ingyenesen biztosító helyeken az internetezők alig 7 százaléka internetezik. Az internetkávézók részesedése a mobilinternetezőknél (utazás közben az internetezők 24 százaléka internetezik) fele (13 százalék). (Bellresearch 2013, Mátrai 2014)



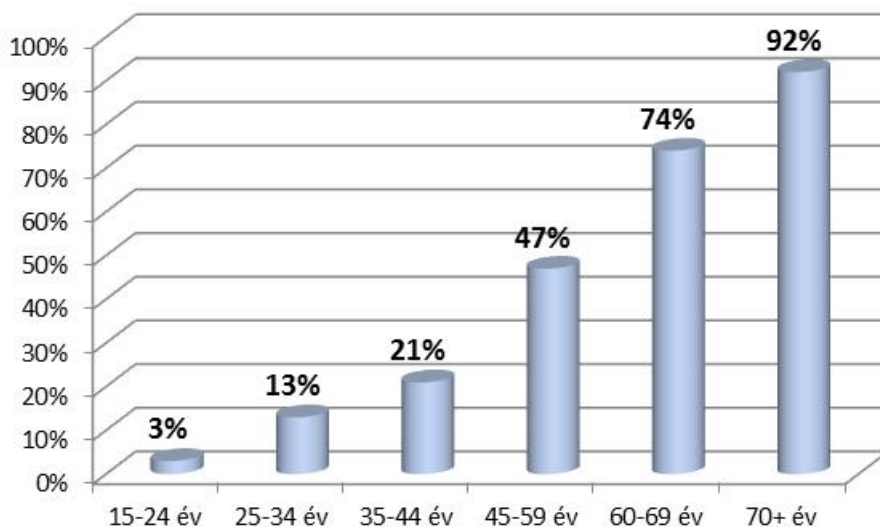
**1. ábra. Az internet hozzáférés a teljes magyar lakosság körében 2013.
Forrás: Bellresearch, 2013**

A népességben a nők létszáma kissé nagyobb, mint a férfiaké, az internetezők körében azonban a férfiak vannak többen. Ez a nemek közötti különbség azonban évről évre csökken, és ma már csaknem olyan arányban interneteznek a nők, mint a férfiak. A gyermekes háztartásban élő személyek körében sokkal több az internetező, mint azokban, amelyekben csak felnőtt él. Ez az egyedül vagy háztársukkal élő idősök miatt alakul így.

Életkor szerint a középkorúaktól kezdve még mindig meredeken zuhan az internetezők aránya. Ez a legélesebb társadalmi egyenlőtlenség az internethasználat terén. A digitális írástudatlanság szintje 2014-ben a 15 éves vagy idősebb állampolgárok körében 39% (!), mintegy 3 302 000 fő. Ez természetesen korcsoportonként, régióként, sőt, település típusonként is eltér. (2. ábra)

A nagyvárosokban élők közel háromnegyede, a kis településeken élők valamivel több mint fele internetezik legalább heti gyakorisággal. Az adatátviteli hálózatok kevésbé kiépítettek a kis népsűrűségű területeken, így kisebb a szolgáltató- és csomagválaszték (azaz kisebb az árverseny), és alacsonyabb az internetkapcsolat elérhető sebessége. Egységnyi sebességért a kis településen élők többet fizetnek, mint a nagyvárosok lakói, mivel a helyi szolgáltatók tarifái magasabbak. A nagyvárosokhoz viszonyítva magasabb árszínvonal alacsonyabb jövedelmi színvonallal

találkozik a kisebb településeken, s ez gátolja az internethasználat terjedését e területeken. egyértelműen Kelet-Magyarországon és általában a községekben magasabb a digitális írástudatlanok száma, amely a fentiek mellett az idősebb korosztály motivátlansága miatt áll fenn. (Mátrai, 2014)



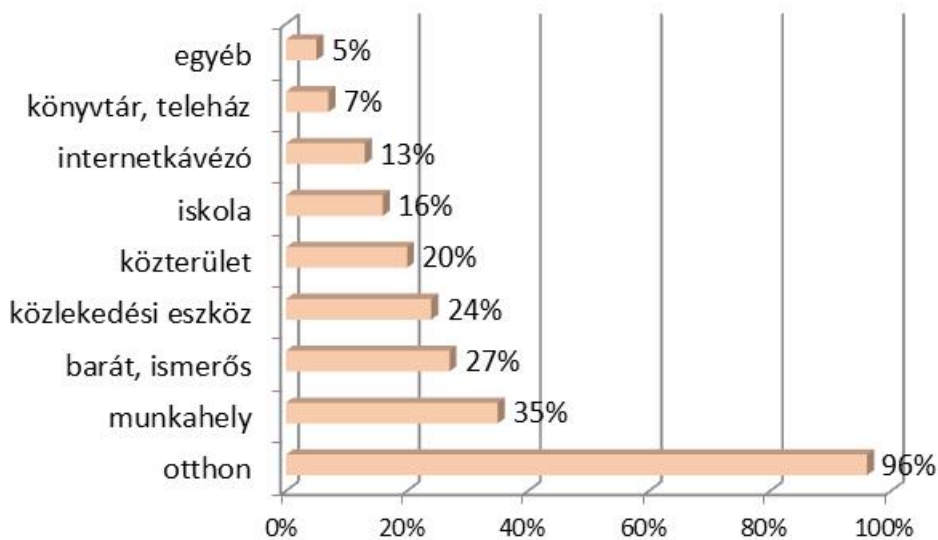
2. ábra. A digitálisan írástudatlanok korcsoport szerinti megoszlása Magyarországon 2014-ben.
Forrás: Mátrai, 2014

Az internetezők 98%-a internetezik otthon (ebből 96% internetezik az állandó lakóhelyén, lásd 2. ábra, s 12% az ideiglenes lakóhelyén), s a 62%-uk másvalahol. Miközben az internetezési helyszínek gyakorisága a csak asztali vagy hordozható számítógépen internetezők körében nem változott lényegesen az előző évhez képest, addig az okostelefonon vagy táblagépen internetezők körében erősen megemelkedett az utazás közben, munkahelyen, iskolában, köztéren, másvalakinek a lakásán internetezők aránya.

Az internetezés alkalmi tevékenységből rendszeressé vált: a net használók 95%-a hetente többször, 78%-a minden nap internetezik, és közülük 38% többet teszi ezt, mint egy éve. (Mátrai, 2014)

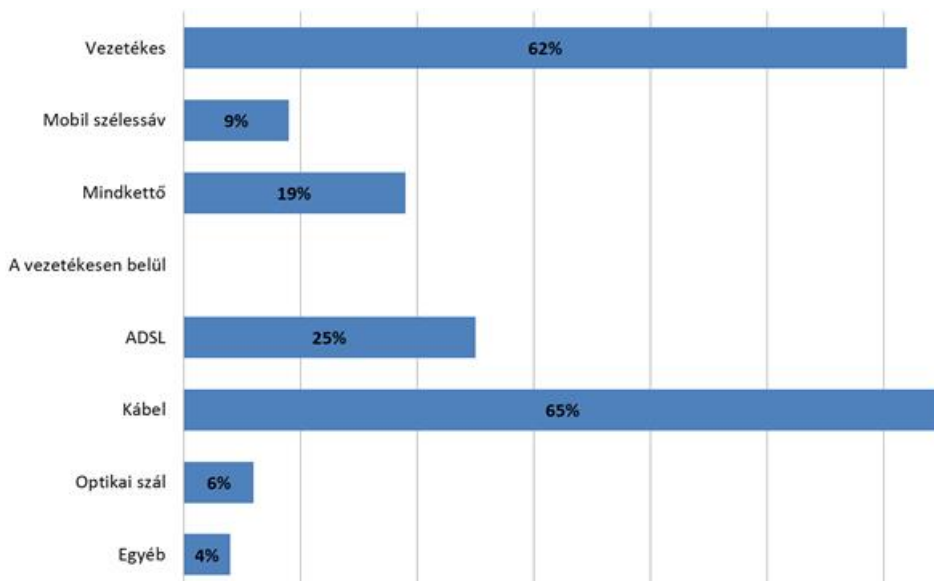
Az internetezők anyagi helyzete sokkal kedvezőbb, mint a nem internetezőké. Az eltérés e téren vetekszik az életkori egyenlőtlenséggel. Az internetezéshez szükséges eszközök ára, az internet-előfizetés díja

Magyarországon túl magas az átlagosnál rosszabb anyagi helyzetűek jövedelméhez képest.



3. ábra. Az internet hozzáférés helye a magyar lakossági felhasználók körében 2013.

Forrás: Bellresearch, 2013



4. ábra. Lakossági internetelérések típusa,

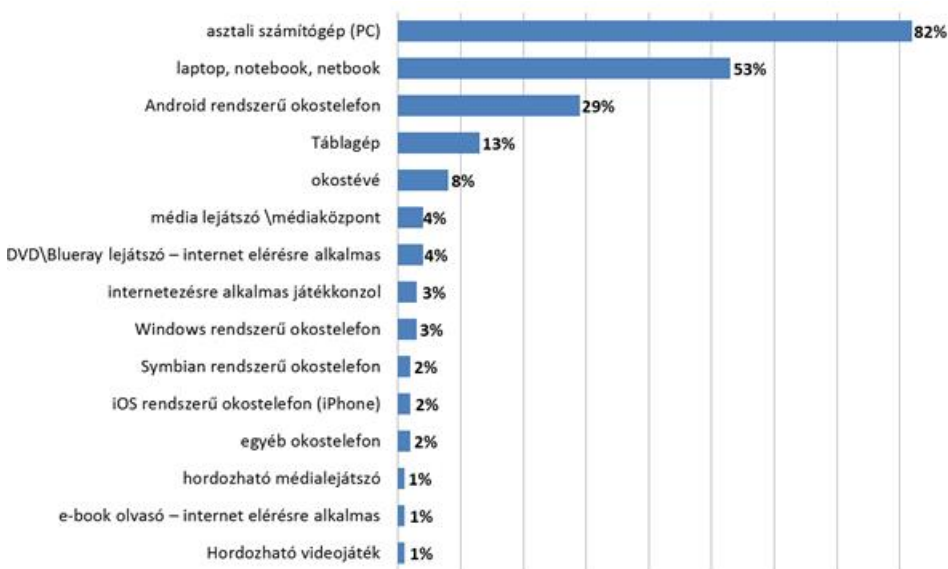
Forrás: NRC, 2014

A társadalmi helyzet különféle faktorai összeadódnak, s ennek folytán az internet penetráció emelkedésével a nem internetezők egyre inkább az alsó társadalmi rétegben koncentrálnak.

A legjellemzőbb otthoni internet a kábelnet, ami a 15 éves és idősebb online válaszadók által képviselt háztartások 59 százalékában jelen van. Az ISDN/ADSL penetráció ennek alig több, mint fele (25 százalék), míg a mobilinternet számítógépen és mobiltelefonon használva is a háztartások 10-10 százalékában van jelen. (4. ábra)

Eszköz-ellátottság

2013-ban Magyarországon 10 féle internetezésre alkalmas eszköz van lakossági használatban. Az átlagos magyar internetező 2,85 fajta internetezésre alkalmas eszközt birtokol. Mindössze 19% azok aránya, akik csak 1 fajta eszközön interneteznek. (5. ábra)



**5. ábra. Lakossági IT-eszköz ellátottság Magyarországon,
Forrás: Bellresearch, 2013**

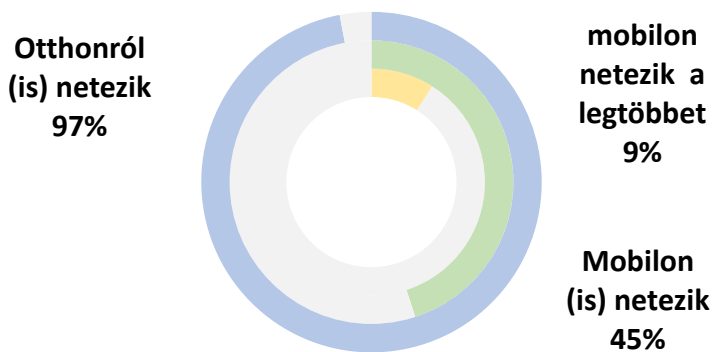
A állampolgáraink számára a legáltalánosabb telekommunikációs csatorna a televízió, ami gyakorlatilag minden magyar felnőtt otthonában jelen van. A 18 éven felüliek háromnegyede pedig otthoni internet hozzáféréssel is rendelkezik.

Okostelefon minden harmadik háztartásban van jelen, az okostelevíziók és táblagépek penetrációja 8, illetve 13 százalék.

Csaknem minden internetezőnek van saját eszköze, általában (97%) több fajta is. A sajátjukon kívül a családtagjaik, az iskolájuk, a munkahelyük eszközein is interneteznek.

Az internetezés leggyakoribb eszköze továbbra is az asztali pc, második a sorban a hordozható pc.

Az internetezők között az internetelésre történő PC használat (82 százalék) több mint másfélszerese a laptop használatnak (53 százalék). Az okostelefonok internetelésre történő használata még jelentősnek tekinthető és erősödő trendet mutat, hiszen míg 2013-ban nagyjából minden harmadik (38%) internetező okostelefon segítségével használja az internetet, 2014-re ez az arány már 45%-ra növekedett. Sőt, 9%-uk mobilon internetezik a legtöbbit. (6. ábra)



**6. ábra. A mobilos netezés elterjedtsége Magyarországon 2014-ben,
Forrás: Mátrai, 2014**

A többi vizsgált eszköz részesedése az internetelésben várhatóan jelentősen megemelkedik majd a következő években az eszközök penetrációjának növekedésével párhuzamosan.

A válaszadók által használt okos mobilkészülékek 72 százalékban saját tulajdonúak; 6 százalék családban található okos eszközhöz fér hozzá, míg 5 százaléknyan saját és céges eszközzel is rendelkezik. A több okos készülékkel is rendelkező felhasználók 20 százaléka – amennyiben az operációs rendszer lehetővé teszi - szinkronizálja a készülékeket, 17 százaléka nem, 18 százaléka megtenné, de nem tudja, hogyan kell. Az

okostelefonok terén a megkérdezettek 75% százaléka Android, 7 százaléka Windows, 5 százaléka Symbian, 4 százaléka pedig iOS operációs rendszerű készüléket használ. (7. ábra)

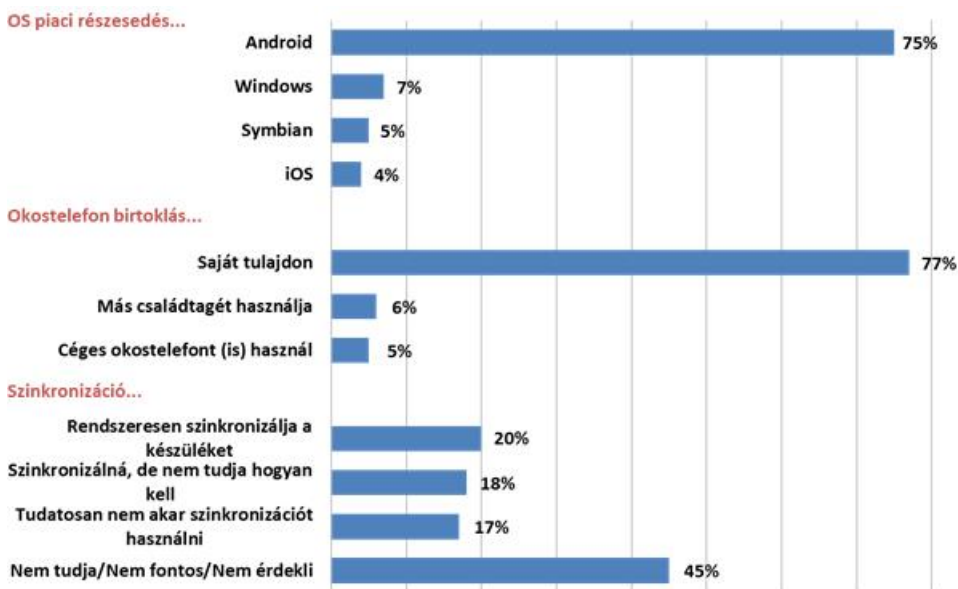
2013-ban az internetezők 38%-a használt okosphone-t internetezésre, ebből 36% a saját eszközét.

A saját okosphone-nal rendelkezők 25%-a tud arról, hogy a készüléke alkalmas a 4G/LTE mobil-adatátviteli technológia használatára.

Táblagépet az internetezők 15%-a használt 2013-ban, ebből 13% a sajátját. Tudomásuk szerint e készülékeknek a 16%-a 4G-képes. 2014-re a táblagépek használata az internetezők körében meghaladta a 20%-ot. (Czipperer, 2014)

Mindkét „modern” eszköz használatában az egyik domináns tevékenység az internetezés.

Az okosphone-tulajdonosok 88%-a internetezik okosphone-on, a táblagépet birtoklóknak pedig 85%-a internetezik táblagépen.

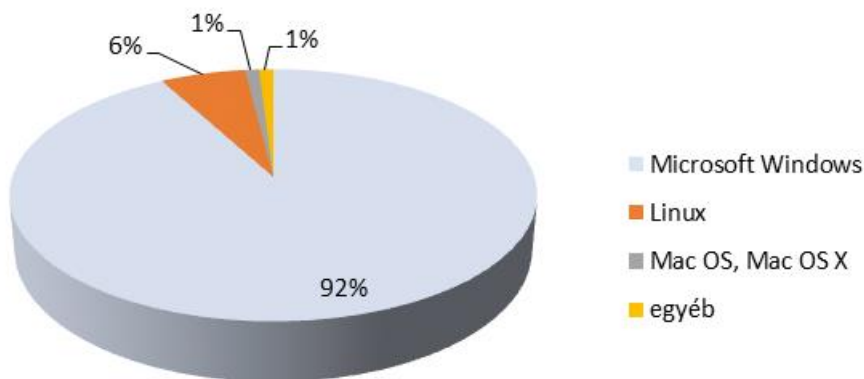


7. ábra. Okosphone használati szokások Magyarországon,
Forrás: F-secure, 2014

Lényegesen kevesebben, mindössze 13 százaléknian birtokolnak táblagépet, ahol a Google operációs rendszerének dominanciája megkérdőjelezhetetlen: a készülékek 80%-a androidos. Egy magyarra

átlagosan 1,1 okos eszköz jut. Az Android rendszert használó márkák közül az okostelefonok között 44%-kal a Samsung vezet, 24% jut a Sony (Ericsson)-nak és 8 százalék az LG-nek. Az androidos tableteknél is a Samsung a piacvezető 39 százalékkal, a Huawei a második 32 százalékkal, a készülékek 13 százaléka pedig ZTE. (Bellresearch, 2013)

A megkérdezettek átlagosan 16 applikációt használnak készülékükön: ötödük tíznél is kevesebb, 22 százalékuk viszont húsznál is több alkalmazást tart a mobilján. Fizetni viszont nem szeretnek a felhasználók: 44 százalékuk válaszolta azt, hogy csak ingyenes alkalmazást használ, ötödük pedig mindössze legfeljebb 600, 11 százalék pedig maximum 1200 forintot adna egy-egy jó appért. A válaszadók 5 százaléka viszont akár 10 000 forintot is fizetne egy alkalmazásért – ha az maradéktalanul megfelel az elvárásainak. Letöltés előtt a felhasználók általában alaposan tájékozódnak: a válaszadók 69 százaléka mindig megnézi az appra adott hozzászólásokat és azt is, hogy hány csillagot kapott, fele pedig hajlandó akár részletesen is utána olvasni egy-egy alkalmazásnak. Mindössze 12 százalék válaszolta azt, hogy szeret maga meggyőződni egy alkalmazás minőségéről. (Bellresearch, 2013)



8. ábra. Lakossági operációs rendszerek Magyarországon
Forrás: Bellresearch, 2013

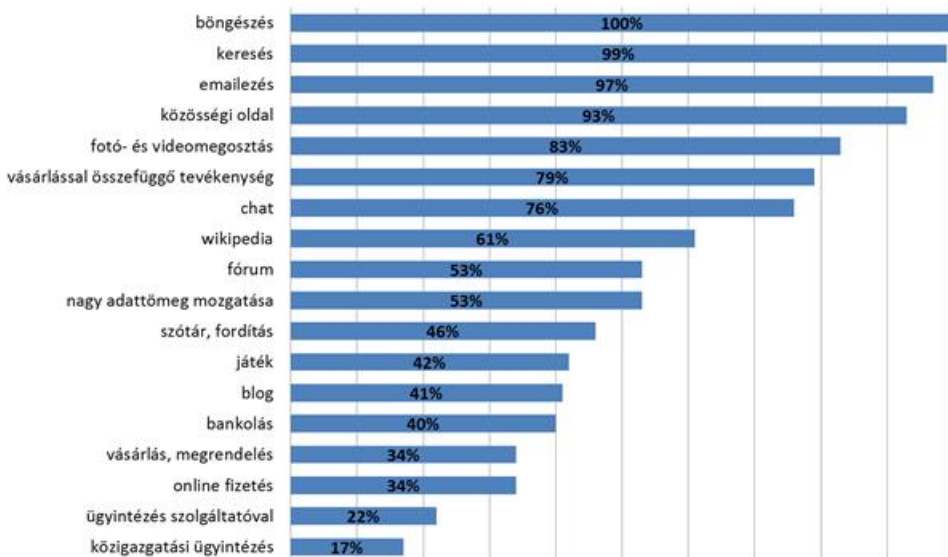
A Microsoft egyeduralkodónak mondható az online válaszadók által PC-ken és laptopokon használt operációs rendszerek tekintetében, egyedül a Linux tud még kismértékben megjeleni mellette a használati oldalon, de még a Linux-ot használók aránya is eltörpül a Windows használók mellett. (8. ábra)

Internet-használati szokások

Az internethasználat elsődlegesen böngészést, e-mailezést és keresést jelent a válaszadók számára (lényegében minden internetező válaszaiban megjelennek ezek a tevékenységek). Az internetező, 15. életévét betöltött lakosság túlnyomó része (93 százalék) közösségi oldalakat is látogat internethasználat közben. (9. ábra)

A magyar internetezők 2013-ban négyfajta internetes tevékenységet végeztek (szinte) teljes körűen. Ezek közül a közösségi oldal használata ebben az esztendőben vált egyetemessé (2012: 66%). Ezzel összefüggésben jelentősen megugrott a csetelők aránya is (2012: 50%). Nem változott számottevően a nagy adattömeget mozgatók aránya, s a fotó- és videómegosztás gyakorisága csak csekély mértékben emelkedett.

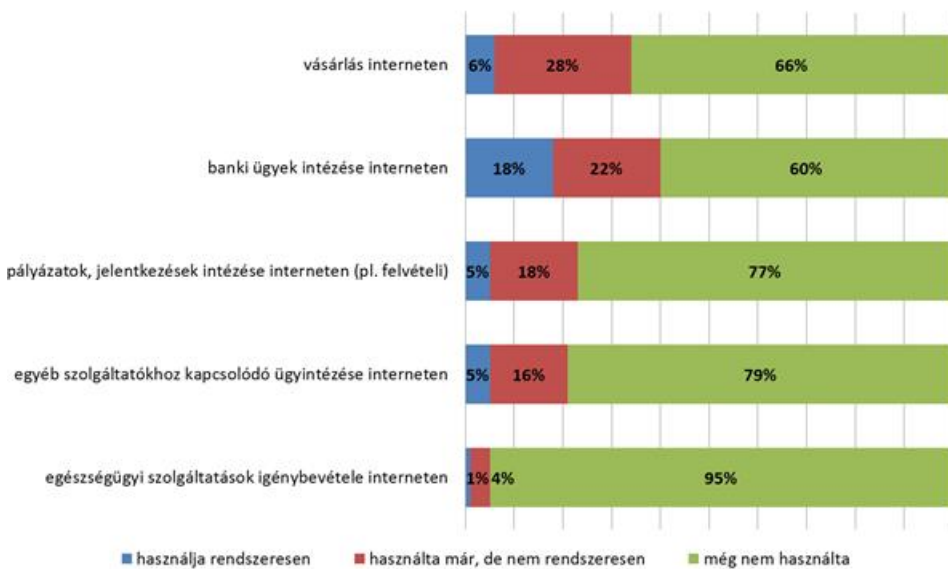
Az egyes praktikus tevékenységek online végzése egészében véve kis mértékben vált elterjedtebbé, s ezek áttérőidőben vannak a kézi eszközökre.



9. ábra. A lakossági internethasználók online tevékenysége Magyarországon,
Forrás: NRC, 2014

A magyar internetezők 2013-ban négyfajta internetes tevékenységet végeztek (szinte) teljes körűen. Ezek közül a közösségi oldal használata

ebben az esztendőben vált egyetemessé (2012: 66%). Ezzel összefüggésben jelentősen megugrott a csetelők aránya is (2012: 50%). Nem változott számottevően a nagy adattömeget mozgatók aránya, s a fotó- és videó megosztás gyakorisága csak csekély mértékben emelkedett.



10. ábra. Elektronikus ügyintézés Magyarországon

Forrás: NRC, 2014

Az egyes praktikus tevékenységek online végzése egészében véve kis mértékben vált elterjedtebbé, s ezek átterelődésben vannak a kézi eszközökre.

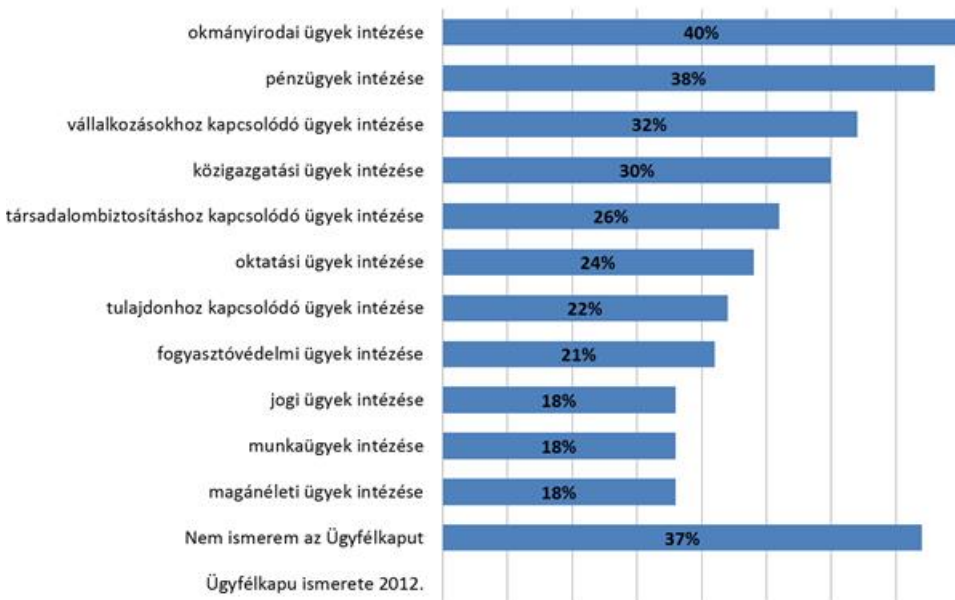
A vásárlás (34 százalék) és a banki ügyek intézése (40 százalék) a legelterjedtebb elektronikus ügyintézési tevékenység a felsoroltak közül az internetező 18 éves és idősebb válaszadók között, melyek közül a banki ügyintézés a válaszadók 18 százaléka rendszeresen is használja. Legkevésbé az egészségügyi szolgáltatások igénybevétele elterjedt. (ARIOSZ-NRC, 2013) (10. ábra)

A praktikus ügyek online intézése gyakoribb a férfiaknál és a fővárosiaknál, mint a nőknél és a vidékieknél. Elsősorban a huszas-harmincas éveikben járókra jellemző az ügyek online intézése. A vásárlás gyakorisága a huszonévesektől kezdődően az egyes korcsoportokban egyaránt magas. A szolgáltatóval, hivattal való ügyintézés tekintetében a két idősebb korcsoport sem marad el a többi felnőtt korcsoporttól.

A jó anyagi helyzet és az internetezési jártasság egyaránt olyan tényezők, amelyek az online ügyintézésre hajlamosítják az internetezőt.

Valamennyi itt felsorolt tevékenység lényegesen nagyobb arányban fordul elő az e két mutatóban a közepesnél magasabb, mint a közepesnél alacsonyabb helyzet elfoglalók körében. Az egyenlőtlenség az online fizetés esetében a legmarkánsabb, s igen jelentékeny a bankolás és a közigazgatási ügyintézés terén is.

Az Ügyfélkapu az internetező 18. életévüket betöltött válaszadók több mint harmada számára ismeretlen (37 százalék). Az Ügyfélkapuhoz elsősorban az okmányirodai ügyintézt (40 százalék), és pénzügyek intézését kötik a válaszadók (38 százalék). A jogi ügyek, munkaügyek és magánéleti ügyek intézésére nyújt legkevésbé lehetőséget az Ügyfélkapu a válaszadók szerint, hiszen csak 18-18 százalékuk tartja intézhetőnek a Magyar Kormány e-ügyintézési oldalán. (11. ábra)

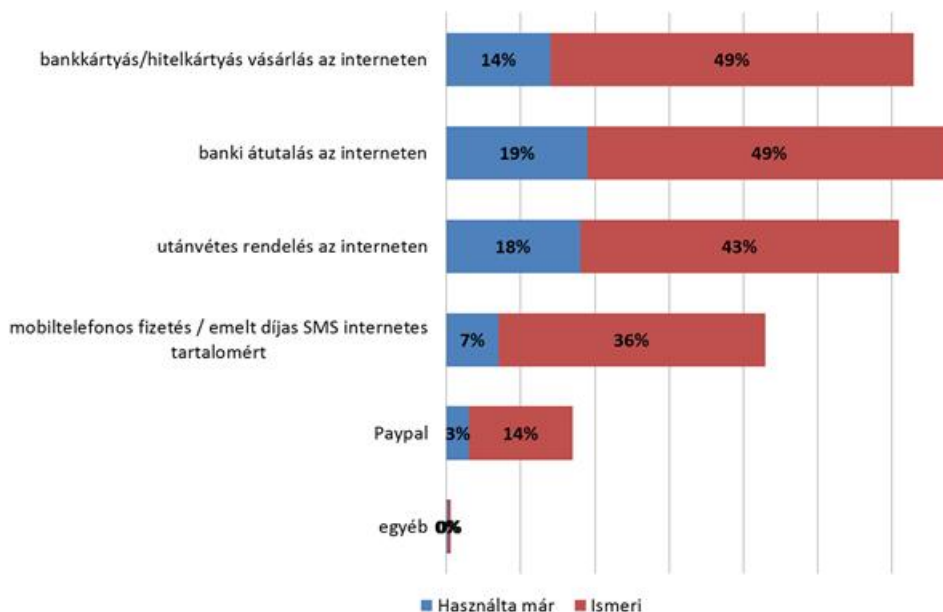


11. ábra. Ügyfélkapu használat Magyarországon

Forrás: NRC, 2014

A magyar internetezők 87%-ának volt segítségére az internet 2013-ban a háztartásokban szokásos köznapi ügyek elintézésében. E praktikus tevékenységek végzése gyakoribb asztali vagy hordozható számítógépen, mint mobileszközön. Ennek oka egyrészt az, hogy e tevékenységek többnyire időigényesek és fontosak, tehát zavartalan és biztonságos

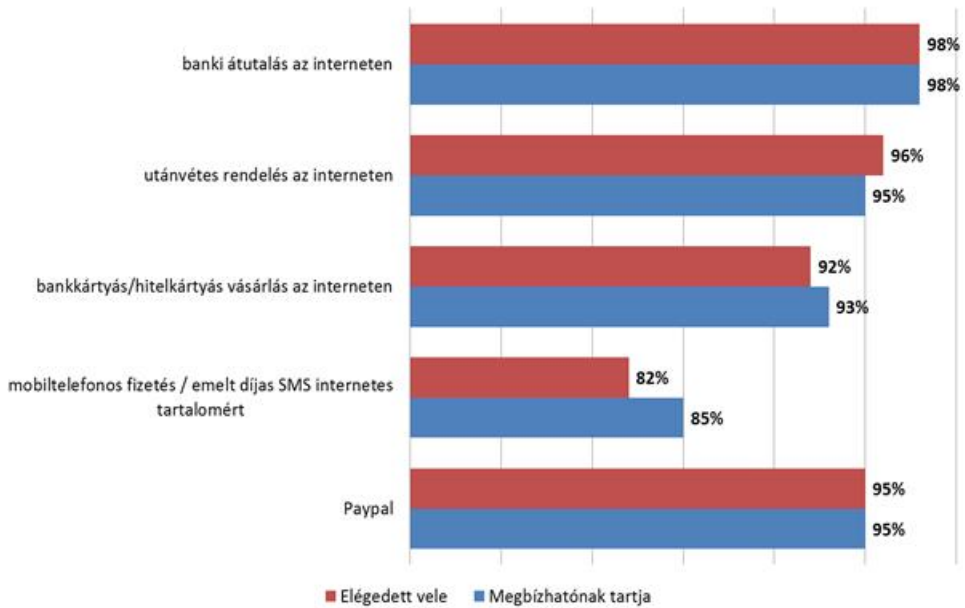
körülmények között kívánják őket lebonyolítani. Másrészt a családokban általában a háztartásfő és annak házastársa a felelőse az efféle ügyeknek, s ők a hagyományosabb internethasználati módot még inkább preferálják, mint a fiatal generáció. Olyan ügyeket szokás okostelefonon, táblagépen is végezni, mint amilyen a vásárlás előtti tájékozódás, apróhirdetés olvasása, kis értékű szolgáltatás megrendelése (pl. parkolás), számlaegyenleg lekérdezése stb.



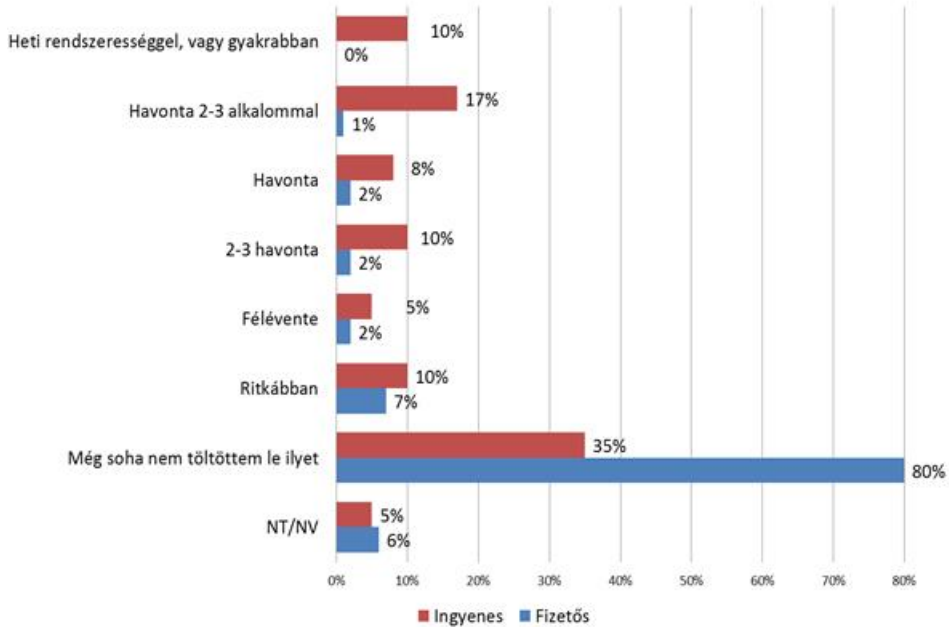
12. ábra. Online fizetések használata Magyarországon
Forrás: NRC, 2014

A legismertebb online fizetési módokat a lakosság közel fele ismeri, ezek a bankkártyás vásárlás (49 százalék) és a banki átutalás az interneten (49 százalék). Használni ugyan-akkor a banki átutalás (19%) mögött legtöbben az utánvétel rendelést használták (18%). (12. ábra)

Akik a vizsgált fizetési módokat használták már, szinte kivétel nélkül megbízhatónak is találták azokat, és elégedettek is voltak velük. Leginkább a banki átutalás nyerte el az azt használók tetszését (a használók 98 százaléka találta megbízhatónak és ugyanennyien voltak elégedettek is vele), míg legkevésbé a mobiltelefonos fizetés internetes tartalomért (a használók 85 százaléka tartja megbízhatónak, és 82 százaléka elégedett vele).(13. ábra)



13. ábra. Online fizetési módok megítélése Magyarországon
 Forrás: NRC, 2014



14. ábra. Applikáció letöltési szokások Magyarországon 2013-ban
 Forrás: F-secure, 2014

Tartalom fogyasztás

Öaazwaégében magállapítható, hogy nagyon kevesen töltöttek le applikációkat 2014-ben. (14. ábra). Az egyes online médiatartalmakért nagyon kevesen fizettek eddig (internetező felnőttek 15 százaléka), és a jövőbeni fizetési hajlandóság is igen korlátozott (17 százalék). A filmletöltés lenne képes egyedül jelentősebb mértékben megnövelni a fizetési hajlandóságot, hiszen a jövőben a lakosság 4 százalékkal nagyobb arányban lenne hajlandó fizetni ilyen tartalomért.

Közösségi média használat

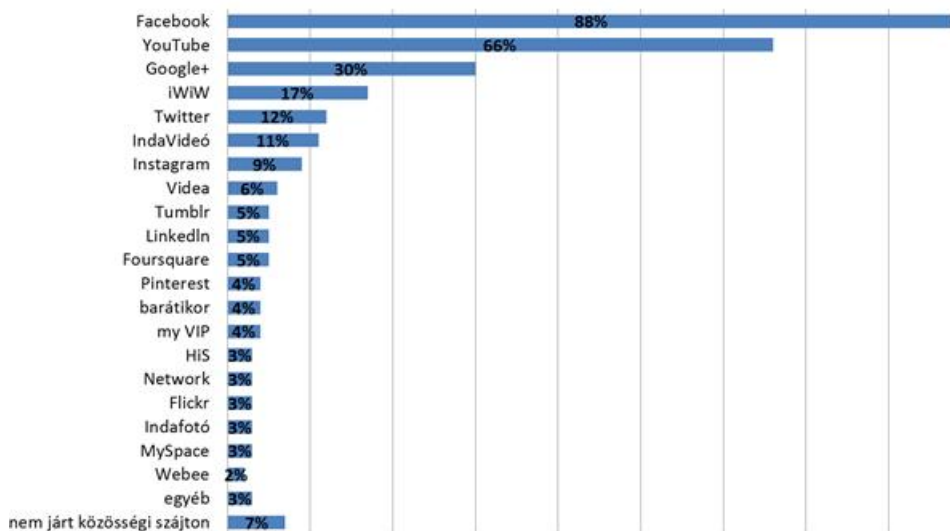
A 18 éves és idősebb lakosság 41 százaléka megtalálható Facebook-on. Jelentős közösségi oldalnak számított még az azóta már megszűnt iWiW, ahol a válaszadók ötöde regisztrálva volt (22 százalék). A többi közösségi oldal közül a Google+ tekinthető a legjelentékenyebbnek 3 százalékos penetrációjával. (ARIOSZ-NRC, 2013)

A 15 éves és idősebb internetezők között értelemszerűen magasabb arányú az egyes közösségi oldalak használata, de használat szerinti sorrendjükben és az egymáshoz viszonyított arányukban nincs különbséget a teljes minta eloszlásaihoz képest.

A fotó- és videó megosztás mellett az online társas élet a másik a fő internetes tevékenységek közül, melyben Magyarországon a magyar sajtók használata a 2011-ben elkezdődött visszaesésük ellenére még mindig említésre méltó (együttesen 27%). 2010-ben még a magyar internetezők ugyanakkora hányada: háromnegyede látogatta a Facebookot és az iWiW-et, 2013-ra pedig a Facebook mint fő társasági terep egyeduralmukodóvá vált. (15. ábra)

A fő profiljában videomegosztó Youtube e tekintetben nem veszi fel a versenyt a Facebookkal. A Youtube-on a kommunikáció és a közösségi élet a zene és a filmek köré csoportosul, mivel nem is nyújt a használnak olyan gazdag eszköztárat a társasági életre, mint a fő profiljukban közösségi sajtók.

Az iWiW hanyatlása előrehaladottabb volt az okostelefonon, táblagépen internetezők körében, mert a fiatalok hamarabb vonultak át a Facebookra, mint az idősebbek.



15. ábra. Közösségi oldalak használata az internetező lakosság körében Magyarországon, 2013-ban
Forrás: Bellresearch, 2013

2013-ban jelentős mértékben megugrott a Facebook használata a hagyományosabb eszközökön internetezők körében. Akik a modernebb eszközökön interneteznek, azok már korábban is a Facebookot preferálták.

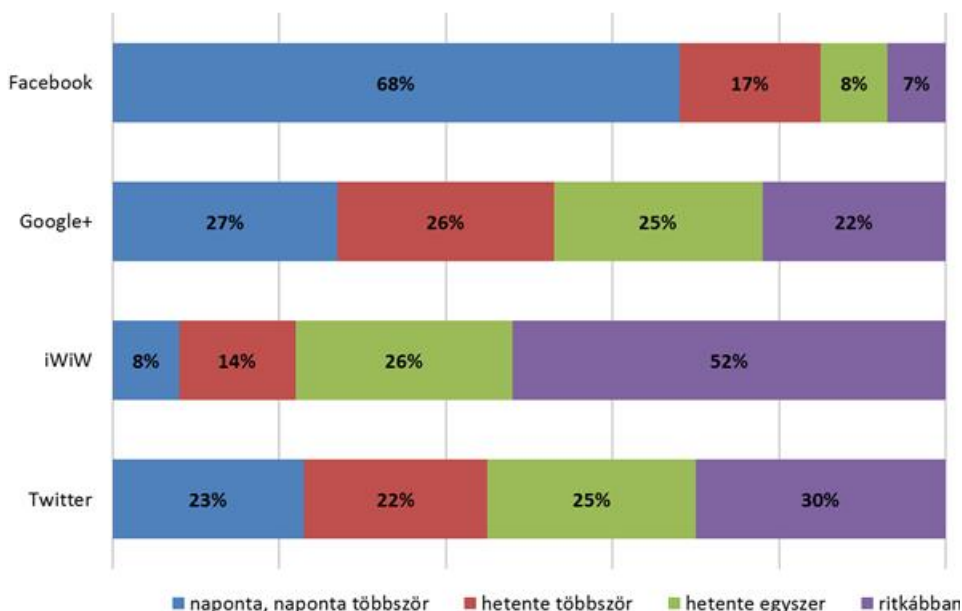
Az iWiW, a Google+ és a Twitter „szocializálási” célú használata sokkal inkább visszaesett az új eszközökön, mint a régieken.

A világviszonylatban előretörően levő közösségi szájtok (mint pl. a Twitter, a Pinterest) Magyarországon egyelőre nem tettek szert nagy népszerűsége.

A magyar látogatók átlagéletkora az egyes közösségi szájtokon nagy mértékben eltér. A Facebook az átlagéletkorokból kialakuló rangsor közepe táján helyezkedik el. A Facebookénál jóval fiatalabb átlagéletkorú szájtok esetében várható a felhasználói kör jelentősebb bővülése, mivel e téren a fiatalok diktálják a trendet: az ő preferenciájuk mozgatja meg a legnagyobb tömeget a közösségi szájtok közti migrációban, lévén a tizenévesek az egyetlen korosztály, amelynek minden tagja, következésképpen minden (kortárs) barátja internetező. A fiataloknak igényük van arra, hogy maguk között legyenek, s mióta a szüleik és a tanáraik is facebook-oznak, a tizenévesek világszerte keresik azt vagy

azokat a közösségi oldalakat, ahol megint a kortársaik között lehetnek, mint voltak néhány évvel ezelőttig a Facebookon. Az itt látható grafikonok első egy-két helyezettje esélyes erre a szerepre a nemzetközi elemzők szerint. (15. ábra)

A közösségi oldalak látogatása olyannyira általánossá vált tevékenység (az internetezők 93%-a látogat közösségi weboldalt), hogy már csak a napi gyakorisággal közösségi oldalakat látogatók arányában lehet értelmezhető társadalmi különbségeket felfedezni. (16. ábra)

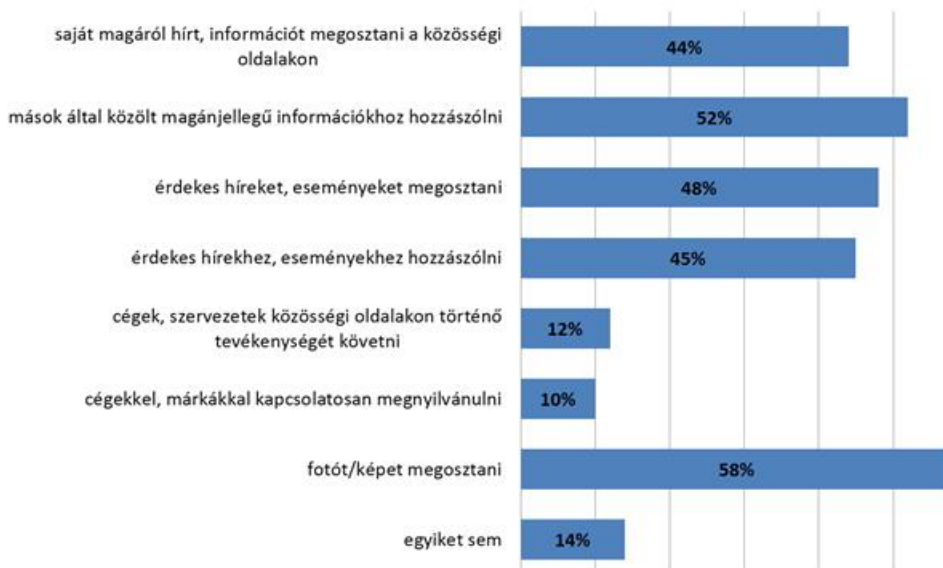


16. ábra. Közösségi oldalak használatának gyakorisága Magyarországon
Forrás: NRC, 2014

Az egyes közösségi oldalakon végzett tevékenységek szempontjából a Facebook és az iWiW egymáshoz hasonlónak mondható, a képek megosztásának aránya a legmagasabb, amit a mások által közölt magánjellelű információkhoz hozzászólás, és az érdekes hírek, események megosztása, azokhoz hozzászólás követ. (Megjegyzendő, hogy az iwiw szolgáltatás 2014. június 30-án leállt.)

A legnagyobb különbségek a napi látogatók arányában életkor és internet használati jártasság szerint mutatkoznak.

Az okostelefon és a táblagép használata gyakoribbá teszi a közösségi szíjtok látogatását, amint ezt az ábrákon látható adataink is jelzik. A fiatalok körében meglehetősen általánossá vált a napjuk szinte minden fontosabb mozzanatáról azon melegében beszámolni a közösségi oldalon bejegyzés vagy fénykép formájában. (17. ábra.)



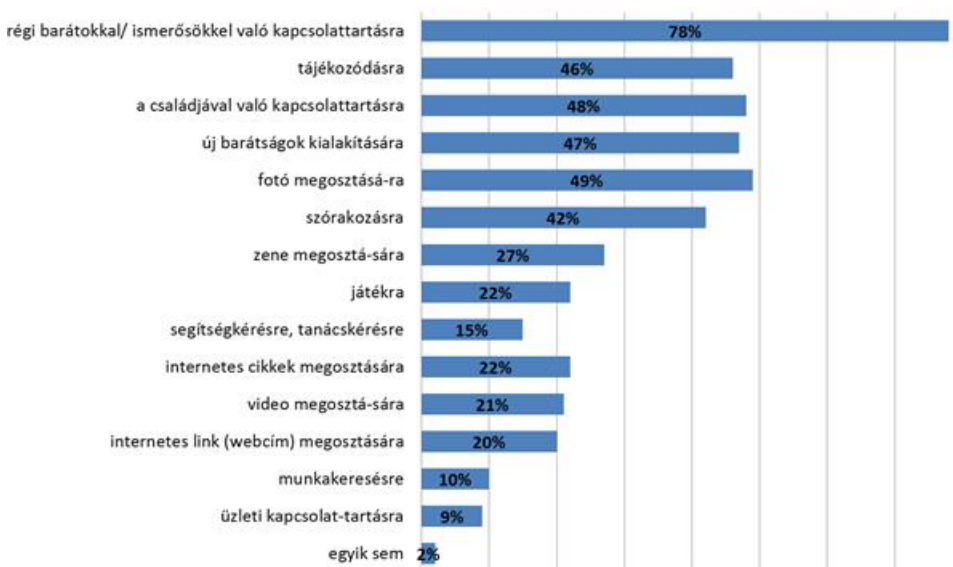
17. ábra. Milyen gyakran szokott... ? Aktivitás a közösségi oldalakon Magyarországon
Forrás: NRC, 2014

A másik két közösségi oldalhoz képest eltérő mintázatot mutat a Google+-on végzett tevékenységek egymáshoz viszonyított aránya, ahol leginkább érdekes híreket, eseményeket osztanak meg egymással a felhasználók, és ezekhez szöveget hozzá, a képfeltöltés itt kevésbé jelentős. (18. ábra)

A Facebook-ot és az iWiW-et a felhasználók hasonló célokból használják, elsődlegesen az ismerősökkel és családdal való kapcsolat-tartásra, új barátságok kiépítésére, fotómegosztásra. A Google+ használá-tában jelentősebb szerepet kap a tájékozódás és a segítségkérés.

A közösségi oldalak látogatása elsősorban az elterjedtebb internet elérésre alkalmas eszközökön történik (asztali számítógépen és laptopon), de igen jelentős a mobiltelefonok szerepe a közösségi kapcsolatépítésben, hiszen

az online válaszadók közel negyede okostelefonról, további 6 százaléuk egyéb mobiltelefonról látogatja a közösségi oldalakat.



18. ábra A közösségi oldalak használati céljai Magyarországon
Forrás: NRC, 2014

A magyarországi online turizmus piaca

Az utóbbi években, évtizedekben végbemenő technológiai fejlődés társadalmi, gazdasági és kulturális hatásai megkérdőjelezhetetlenek: az információs csatornák kiszélesedésének, a kommunikáció és adatátvitel felgyorsulásának és egyszerűsödésének köszönhetően szinte minden iparág gyökeres változásokon megy keresztül, köztük a turizmus is. A piacok átalakulóban vannak: egyre nagyobb szerepet játszik az (online) e-kereskedelem, míg a hagyományos értékesítési és marketingkommunikációs csatornák kezdenek háttérbe szorulni. (Kiss, 2014)

Az infokommunikációs technológia – kiváltképp az internet – turizmus iparágban belüli fontossága az elmúlt évek során jelentős mértékben megnövekedett – és ez a trend várhatóan a jövőben is folytatódni fog. Az online utazási irodák (OTA) száma és piaci részesedése folyamatos növekedést mutat, a GDS, CRS és CRM rendszerek megléte pedig napjainkban már alapfeltétele a turizmus iparágban működő szolgáltatók sikerességének és versenyképességének. Mindemellett egyre meghatározóbb szerepet játszanak a közösségi média oldalak, az online

szájreklám (WOM), a csoportos információszűrés (collaborative filtering), a (tömeges) személyreszabás, az online vagy mobil fizetés, illetve a webes- és mobil applikációk. Míg az új IKT megoldások alkalmazása a kínálati oldal piaci szereplői számára versenyelőnyt, addig a keresleti oldalon lévő turisták számára magasabb szolgáltatásminőséget jelent – tehát egyértelmű win-win szituációról beszélhetünk. Az új technológiai vívmányok gyorsabb, megbízhatóbb és kényelmesebb utazási – és egyúttal fogyasztói – élményt garantálnak, sőt, sok esetben az igénybe vett szolgáltatások díja is alacsonyabb (pl. online utazási irodák akciói online foglalás esetén). (Offut, 2013)

A turizmus iparágon belüli legnagyobb mértékű változást kétség kívül az internet megjelenése okozta, amely több dimenzióban is szignifikáns és látványos átalakulást hozott a turisztikai piac kínálati és keresleti oldalán egyaránt. Az újonnan megjelenő online turisztikai szolgáltatások, és az általuk hozott kényelmes és gyors informálódás, valamint az összehasonlítási és tranzakciós lehetőségek meglepte nagyban hozzájárultak az egyéni utazási szokások létrejöttéhez. A kínálati oldalon hosszú évtizedekig érvényben lévő hagyományos értékesítési lánc az internet elterjedésének következtében az ezredfordulóra átstrukturálódott. Először végbement a piaci közvetítők kiiktatása (dez-intermediáció), melynek során megjelentek a turisztikai szolgáltatók saját honlapjai, s ennek következtében a közvetlen online értékesítés lehetősége is. A dez-intermediációt követően a re-intermediáció (közvetítők újonnan történő megjelenése) során új közvetítők bukkantak fel a turizmus piacán: jelen esetben egyrészt a hagyományos utazásközvetítők online jelenlétéről, másrészt pedig az újonnan létrejövő, kizárólag az interneten működő online utazási irodák kialakulásáról beszélhetünk. Mindezek eredményeként az újonnan kialakult, online turizmus értékesítési láncában – a hagyományossal ellentétben – dinamikus átjárható szereplő határok léptek életbe, így a turisztikai szolgáltatásokat és csomagokat bármely piaci szereplő megjelenítheti és értékesítheti, sőt, maga a végfelhasználó is. (Sziva, 2010)

Összegezve: ahogy a technológia fejlődik, úgy nőnek a fogyasztói elvárások – az utazók gyorsan és könnyedén szeretnének hozzájutni az információhoz, mindezt egy minőségi szolgáltatáson keresztül. Ahhoz, hogy a turizmus kínálati oldalának szereplői képesek legyenek megfelelni az egyre növekvő elvárásoknak, a következő öt területre érdemes kulcsfontosságú figyelmet fordítani:

- Közösségi média jelenlét és használat
- Szűkre szabott tartalmak közzététele
- Okoseszközökön való megjelenés
- Az értékesítési csatornák ellenőrzése
- A használt szoftverek és alkalmazások újratervezése annak érdekében, hogy a fogyasztók komplexebb termékeket vásárolhassanak (Offut, 2013)

A 19. ábra a belföldi utazások során használt információforrások felhasználását mutatja. Ez a felmérés 2013-ban készült. Az adatok értékeléséhez fontos megjegyezni, hogy csak az információt gyűjtők körében érvényesek ezek a statisztikák. Konkrét adatok nem állnak rendelkezésre, szakértői vélemények szerint az utazók 3-5%-a nem tájékozódik előre és az utazás során is csak befogad, de nem tesz semmit az információszerzés érdekében.

Az utazások szervezése, és az ehhez szükséges információszerzés iránya változik. Ahogy az előbbi táblázatból is kiderül, nagyon erősen eltolódik az internet felé, mintegy 86% használta az internetet a belföldi utazás előkészítése során. Ugyanakkor sokat számítanak a személyes tapasztalatok is: számottevő a weboldalakon kívül a közösségi oldalakon, fórumokon megjelenő saját tapasztalatok átadása is. A sajtó, az utazási iroda és az Utazás Kiállítás elvesztette jelentőségét, napjainkban a desztinációknak nem érdemes ilyen jellegű információ-terjesztésbe már újonnan belekezdeni, és ez sajnos vonatkozik a Tourinform irodákra is. Van némi eltolódás az információszerzés helye és az érdeklődést felkeltő tényezők között – az internettel szemben a személyes élmények javára.

	Utazás előtt	Utazás alatt
Internetes honlapok	85,40%	14,30%
Korábban ott járt személyek, ismerősök	36,20%	5,90%
Prospektusok	6,70%	12,90%
Útikönyvek	12,70%	6,10%
Térképek	15,80%	13,10%
Ott lakók	4,50%	9,80%
Televízió-műsor	7,60%	0,00%
Internetes fórumok	17,00%	3,10%
Tourinform iroda	5,10%	6,20%
Internetes közösségi oldalak	23,80%	3,80%
Sajtó	5,40%	0,00%
Utazási iroda	5,40%	0,00%
Utazási kiállítás	1,30%	0,00%
Rádióműsor	0,80%	0,00%
Egyéb	0,00%	2,30%

19. ábra. A belföldi utazások során használt információforrások (2013) (Mt Zrt, 2013.)

Az EU 28 tagállamában véletlen telefonos megkérdezéses módszertannal végzett vizsgálat némileg eltérő képet mutat. (20. ábra) Itt a személyes ajánlás került az első helyre – EU 55%, magyarok 60% (!) –, ezzel jelentősen megelőzve az internetes honlapok használatát (46% illetve 43%). Tehát a személyes ajánlás – valószínűleg a hitelessége miatt – a legkedveltebb, mivel bízunk a rokonok, ismerősök véleményében, illetve tudjuk értékelni az ő értékítéleteiket a saját értékrendszerünkben.

A két kutatási eredmény eltérésének oka az időbeli eltérés mellett minden bizonnyal a vizsgálati módszer különbözőségéből is adódik. Egybecsengő azonban, hogy a nyomtatott anyagok és az utazási irodák, turisztikai hivatalok informálási szerepe nagyon alacsony.

A következő információforrások közül, melyikre mondaná, hogy a legfontosabb az Ön számára, amikor dönt az utazással kapcsolatos terveiről?



Alap: Az összes válaszadó - EU28

20. ábra. A magyarok információszerzési preferenciái 2015-ben turisztikai utazás tervezésénél

Forrás: Flash Eurobarometer 414 (EuroStat, 2015)

A Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola turizmus szakos hallgatói csaknem minden évben végeznek felmérést a nyolc magyar világörökségi helyszín ismertségéről és turisztikai célként történő megjelenéséről, sajnos nagyon kedvezőtlen eredményekre jutva. A 2014-es tapasztalatok a következő helyzetet mutatják:

- A hazai turizmusban résztvevő belföldi látogatók 70%-a nincs tisztában azzal, melyek a hazai világörökségi helyszínek.
- Az utazási irodák kínálata nem hívja fel a figyelmet a világörökségi helyszínekre, és ajánlataikban nem szerepelnek az egyes helyszínek sem egyenként, sem egymással összekötve (pl. Pannonhalma-Fertő-táj, Aggtelek-Tokaj-Hortobágy). (Kiss, 2014)

Ebből is kitűnik, hogy a világörökségi értékeinkről szóló ismeret-terjesztés, oktatás, információszolgáltatás hatékonysága igen alacsony, s emiatt a világörökségi cím, mint vonzerőnövelő tényező nem érvényesül. Ez minden bizonnyal köszönhető egyrészt annak is, hogy a világörökségi helyszíneink internetes megjelenése vegyes színvonalú, a közösségi médiában kampányaik szinte nem láthatók. ebben mindenképpen jelentős tartalékok vannak az online turizmus fejlesztése szempontjából.

Összefoglalás

Jelen tanulmány a magyarországi online turizmus témakörében ismereteim szerint az első, így nem lehetett támaszkodni korábbi elemzésekre. Az adathiányok miatt nem lehetett teljeskörű, de remélhetőleg jó alapot szolgáltat a későbbi kutatásokhoz.

Noha a tanulmány elkészítésének idején nem állt rendelkezésre teljes körűen a 2014-es évre vonatkozó internet használati statisztika, 2013 és 2014 összevetésében megállapítható, hogy a lakosság internetezési tevékenysége bővült, egyre sokrétűbb eszközrendszerrel használnak, így az online turizmus számára ez jelentős potenciált tartalmaz. Ugyanakkor a digitális írástudatlanság szintje azt jelzi, hogy e piac bővüléséhez nem egyszerűen oktatás és eszközhasználati kultúra kialakítása szükséges, hanem a hozzáférés biztosításán túl megfelelő motivációs eszközök implementálása. A turizmus ebben lehet képes olyan vonzó tartalmakat kínálni, amely bevonhatja a digitális világtól idegenkedőket is.

Köszönetnyilvánítás

Jelen tanulmány elkészítését a KTIA_AIK_12-1-2013-0043 számú „A regionális jóllét és wellness koncepciók alkalmazási lehetőségei és IKT támogatással megvalósuló fejlesztési lehetőségei a Balkánon” című projekt támogatta a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alap finanszírozásával.

Irodalom

ARIOSZ – NRC (2013): Lakossági internethasználat – Online piacfelmérés 2013, NMHH 2014. február, (http://nmhh.hu/dokumentum/162930/lakossagi_internethasznalat_kutatasi_osszefoglalo_2013.pdf)

Bellresearch (2013): Magyar Infokommunikációs Jelentés 2013. Bellresearch Kft, Budapest. (<http://www.ictreport.hu/>)

Czipperer, Dia (2014): Minden ötödik netező táblagépezik. PrímHírek, 2014. augusztus 26.

http://hirek.prim.hu/cikk/2014/08/26/minden_otodik_netezo_tablagepezik (letöltve: 2015.11.04)

Eurostat (2015): Flash – Eurobarométer 414. EuroStat, Brüsszel, 2015.. (http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_fact_hu_hu.pdf)

(letöltve: 2015.11.04)

F-secure (2014): Mobile Threat Report Q1 2014. F-Secure, 2014.

https://www.f-secure.com/documents/996508/1030743/Mobile_Threat_Report_Q1_2014.pdf (letöltve: 2015.11.04)

Kiss, Ferenc, Horváth, Attila és mtsai. (2014): Információmenedzsment a BAZ-megyei turizmusfejlesztés szolgálatában. Információs Társadalomért Alapítvány, Komlóska, 2014.

Mátrai Gábor (2014): Szupersztráda vagy leállósáv? Pillanatkép a hazai internethasználatról a Magyar Infokommunikációs Jelentés tükrében.

Infotér 5. Konferencia, Balatonfüred, 2014. november 5-7.

(http://konferencia.infoter.eu/_dwl/Horvath-haz/7/10.20-12.00_Matrai%20Gabor.pdf) (letöltve: 2015.11.04)

MT Zrt (2013): Turizmus Magyarországon 2013 Kiadó: Magyar Turizmus Zrt (<http://szakmai.itthon.hu/turizmus-magyarorszagon>)

(letöltve: 2015.11.04)

Offut, Bob (2013): Travel Innovation & Technology Trends: 2013 and Beyond. PhoCusWright Inc., New York.

Sziva, Ivett. (2010): Turisztikai desztinációk versenyképességének értelmezése és elemzése. Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Üzleti Gazdaságtan Tanszék. Ph.D. értekezés.

A MÁSODIK ANGOL–BÚR KONFLIKTUS DEBRECENI NAPILAPOK VEZÉRCIKKEINEK TÜKRÉBEN

A tizenkilencedik század vége tele van politikai feszültségekkel, amelyek több esetben katonai összetűzésekhez vezetnek. Ezek próbálkozások a világ újabb felosztására. A háborús konfliktusok a századforduló technikai fejlődése következtében nagyban átalakulnak. Nemcsak a harcok mikéntje változik, hanem a háborús eseményekről szóló híradások is nagy szerepet kapnak a szemben álló felek döntéseiben az új hírközlési eszközök révén. A helyi háborúk történései egyre fontosabbá válnak a távolabbi országok számára is. Az 1899-ben kezdődő angol–búr háború hírei nemcsak a harcban álló felek számára fontosak, hanem az egész világ figyelmét felkeltik, és fontossá válnak az Osztrák–Magyar Monarchia számára is, mivel bizonyos érdekeltségekkel rendelkezik ebben a térségben.¹ A jelenlegi tanulmány arra tesz kísérletet, hogy megvizsgálja, hogy egy nagy alföldi város, Debrecen újságolvasó közönsége ezekről az eseményekről hogyan értesül. A dolgozat arra mutat rá, hogy a debreceni lapok mely külföldi lapokból vették át a híreket, és az újságok minként mutatták be a 1899-ben történt eseményeket. Az angol–búr háborúról szóló tudósítások ott szerepelnek a különböző politikai háttérű debreceni újságok vezető hírei között.

A Holland Kelet-Indiai Társaság a Fokföldön 1652-ben hozta létre a Jóreménység fokán kolóniáját. Az ebből kialakult holland gyarmat németalföldi, francia és német bevándorlók által alkotott népét búroknak nevezzük. A szó holland eredetű, parasztot jelent. Fokföldet a napóleoni háborúk alatt Nagy-Britannia szerezte meg, amely ellenséges viszonyban állt a búrokkal. Az 1899–1902 között lezajlott második angol–búr háború előzményei messzire vezetnek. A konfliktus 1795-ben az angol csapatok érkezésével kezdődött. Nagy-Britannia a forradalmi Franciaország elleni háborúja részeként foglalta el hollandoktól Fokföldet, melyet aztán 1802-ben az amiensi béke értelmében átadott az újonnan létrejött Batáv Köztársaságnak. A franciák és az angolok közti ellenségeskedés újrakezdődött, így a britek már 1806-ban visszatértek. Először a holland telepések nem vettek tudomást a brit kormányzókról, igyekeztek amilyen

¹ Tefner Zoltán: Külpolitika, népcsoport, tömegtájékoztatás. Az osztrák-magyar liberális sajtó és a második búr háború. Valóság, 2002. június XLV. évf. 6. szám 50.

messze csak lehetséges eltávolodni az igazgatási központoktól. Nem ismertek el semmilyen tekintélyt szigorú kálvinista egyházuk előjáróin kívül. Az angol hatóságok azonban követték a búrokat, akiknek a már meglévő ellenérzéseik tovább nőttek, amikor olyan törvények születtek, mint például az angol hivatalos nyelv bevezetése 1828-ban, valamint a rabszolgaság eltörlése a brit birodalomban.²

Az utóbbi törvény aláásta a rabszolgákat foglalkoztató búr farm gazdaságosságát, de ettől talán még fontosabb volt, hogy a felszabadítás a búr vallásos gondolkozást gyökerében érintette. A búrok úgy tekintettek magukra, mint Isten kiválasztott népére, és ezáltal Istentől kapott joguk volt arra, hogy Afrika bennszülött népével azt tegyenek, amit jónak látnak. Az így kialakult helyzetben 1834-től a búrok az Afrika belsejébe történő kivándorlást választották. Mint „választott nép” igyekeztek az „ígéret földjére” eljutni, ami az ottani lakosok elűzésével járt.³ Számukat hat-tízezerre teszi Sir Arthur Conan Doyle.⁴ Ez az exodus a keleti Fokföld lakosságának csak egy negyedét érintette.⁵ Fokföld lakossága afrikai többségű maradt.⁶ A folyamat eredményeként három búr köztársaság jött létre. Az 1842-ben alapított Natal rövid életű volt, mert a britek 1845-ben annektálták. Mivel a britek felismerték, hogy egy nagy terület igazgatása és védelme igencsak tetemes költségekkel jár, így az 1852-es sand river-i egyezmény értelmében létrejöhettek Transvaal, két évvel később pedig Oranje,⁷ amelyek függetlenségét Nagy-Britannia 1852-ben és 1854-ben elismerte.⁸

Ameddig Anglia volt az egyetlen nagyhatalom, amely érdeklődést tanúsított a terület iránt, és ameddig Dél-Afrika különböző területei szegények, fejletlenek maradtak és ellenőrizni lehetett informális módon,

² Sibbald, Raymond: *The War Correspondence. The Boer War.* Phoenix Mill, Far Thrupp, Stroud, Gloucestershire; Dover NH, Alan Sutton 1993. (továbbiakban: Sibbald) 11. és Smith, Iain R.: *The Origins of the South African War, 1899–1902.* London, Longman 1996. (továbbiakban: Smith) 16.: Bár a rabszolgaságot 1833-ban eltörlték az egész brit birodalomban, de ez Dél-Afrikában csak 1838-ban valósult meg. 1840-ben a fokföldi európai lakosság 70.775 főre tett ki, míg a hajdani rabszolgák, szabad feketék és színesbőrűek száma 79.480 volt.

³ Sibbald: 11.

⁴ Doyle, Arthur Conan: *The War in South Africa: Its Cause and Conduct.* London, Smith, Elder, 1902. (továbbiakban: Doyle) 13–14.

⁵ Smith: 17.

⁶ Pakenham, Thomas: *The Boer War.* London, Abacus, 2003. (továbbiakban: Pakenham) 21. Az afrikai, afrikander és búr megnevezést szinonimaként használom.

⁷ Sibbald: 12.

⁸ Pakenham: xxi.

addig az angol kormányzatok kevés szükségét látták annak, hogy a birodalom terjeszkedjék, tekintve annak költségeit és kötelezettségeit. Azonban az 1870-es években mind a külső mind a belső körülmények változni kezdtek.⁹

Az angolok és búrok közötti kapcsolatokat nem segítették az 1867-ban Oranje területén felfedezett gyémántmezők. A britek úgymond a bennszülöttek jogai védelmében 1871-ben a bányák körüli területet saját fennhatóságuk alá tartozónak nyilvánították. Ugyanezt tették Transvaallal is 1877-ben.¹⁰ Ennek következtében tört ki az első búr háború 1880-ban, amit 1881-ben a telepesek számára kedvező pretoriai egyezmény zárt le. Ez inkább az éppen kormányra került liberálisok búr ügyekbe történő be nem avatkozási politikájának mintsem a búr katonai sikereknek volt köszönhető.¹¹ A be nem avatkozás mögött az új kormány azon elhatározása állt, hogy a lehető legkevesebbet akart költeni a birodalomra. „Anglia számára igen jövedelmező volt az olyan területekkel való gazdasági kapcsolat, mint Európa vagy az Egyesült Államok, ahol nem rendelkezett politikai kontrollal. Miért költsön pénzt Anglia a birodalomra, ha szabadon hozzáférhet a világ piacaihoz?”¹² A katonai fenyegetettség következtében jött létre 1889-ben Oranje Szabad Állam és a Dél-Afrikai Köztársaság néven is emlegetett Transvaal között egy kölcsönös védelmi egyezmény, amit 1897-ben megújítottak.¹³ A katonai fenyegetettség továbbra is fennmaradt, ebben az évben már 8.000 ember 24 ágyú állomásozott a brit Dél-Afrikában.¹⁴ A szerződésbe bekerült a szövetségi unió célja is,¹⁵ amely szintén a két búr állam egymásrautaltságát jelezte.

A két búr köztársaság közül Oranje teljesen független volt, míg Transvaal független, de nem szuverén státusú,¹⁶ bármennyire is vitatta ezt a transvaali kormány.¹⁷

Az 1890-es évekig a brit kormányok abban gondolkodtak, hogy a négy államot, Fokföldet, Natalt, Oranjét és Transvaalt sikerül föderációba egyesíteni a kanadai minta alapján. Az egyesült, önkormányzattal bíró brit birodalmon belüli Dél-Afrika tűnt a legolcsóbb és leghatékonyabb

⁹ Smith: 21–22.

¹⁰ Sibbald: 12.

¹¹ Sibbald: 13.

¹² Pakenham: 17.

¹³ Smith: 57.

¹⁴ Smith: 153.

¹⁵ Smith: 106.

¹⁶ Smith: 1.

¹⁷ Smith: 33.

megoldásnak arra, hogy biztosítva legyen mind a brit dominancia mind pedig a dél-afrikai fejlődés.¹⁸ 1895-ben Paul Kruger dél-afrikai elnök már 70 éves volt. Az angolok arra számítottak, hogy Kruger bukása után a fiatal transvaali afrikai elit támogatásával sikerül létrehozni az államszövetséget.¹⁹

Iain R. Smith angol történész azon az állásponton van, hogy az angol–transvaali kapcsolatok a mindent megváltoztató aranylelőhelyek felfedezésével (1886) következtében alakultak át.²⁰ Transvaal adta 1898-ban a világ aranytermelésének a 27%-át, ez 1913-ban 40% volt. A búr állam jövedelmei 12 év (1883–1895) alatt meghuszonötszöröződtek.²¹ 1898-ban Transvaal aranybányái 15 millió font értékű aranyat adtak ezzel messze maga mögött hagyták Fokföld jövedelmezőségüket tekintve gyémántbányáit, de megelőzték Oroszországot, Ausztráliát és Amerikát is. Nemzetközi szinten megdöntöttek minden rekordot egy olyan időszakban, amikor a monetáris politika alakította a világ arany iránti keresletét. 1899-re 20 millió fontnyi arany kitermelésével számoltak. Az összes aranytartalékot 700 millió fontra becsülték, amiből 200 millió font lenne a tiszta haszon valakik számára.²² De a búrok kis része profitált igazán az ipari fejlődésből.²³ A gyors átalakulásnak volt köszönhető, hogy a zömében búr farmer társadalom híjával volt képzett embereknek, így Kruger kormánya kénytelen volt az importált holland szakemberekre támaszkodni²⁴ az államigazgatásban, is mint például W. J. Leyds, külügyminiszter, majd 1898–1902 több európai országhoz akkreditált brüsszeli ügyvivő. De jöttek Fokföldről is, így például J. C. Smuts, államügyész. Az állam számos intézményére jellemző volt a megvesztegetés, korrupció és a hatékonyság hiánya.²⁵

Az aranybányászat hatásának köszönhető, hogy bár 1899-ben több afrikander élt Transvaalban a nőket és gyerekeket beleszámítva, mint uitlander, azaz külföldi bevándorló, de több uitlander férfi volt, mint búr, mivel ők alkották az uitlander túlnyomó lakosság többségét, mintegy kétharmadát. Így a legjelentősebb bányaváros, Johannesburg lakossága fiatal volt, és 80 százalékban férfi.²⁶

¹⁸ Smith: 23.

¹⁹ Smith: 71.

²⁰ Smith: 35.

²¹ Smith: 44.

²² Pakenham: 47.

²³ Smith: 50.

²⁴ Pakenham: 40.

²⁵ Smith: 51.

²⁶ Smith: 47–48.

Nagyok voltak a társadalmi feszültségek is. A városi, materialista, individualista uitlanderek és a szegény vidéki istenfélő afrikanderek között óriásiak voltak a kulturális különbségek. Krugeréket sokkolta az uitlanderek viselkedése, és úgy tekintettek Johannesburgra mint Sodomára és Gomorára. Bár az aranybányászat egyrészt kiemelte Transvaalt a krónikus szegénységből, másrészt a külföldiek jelenléte, életmódja fenyegette az a búrok addigi életmódját és félelemmel töltötte el őket jövőjükre nézve. Továbbá tartottak attól, hogy országba özönlő bevándorlók a népességen belül hamar többségre jutva félresöprik őket. A búrok ettől tartva 1881 és 1890 között öt évről tizennégy évre emelték az állampolgári egyenjogúsághoz szükséges ott töltött időt.²⁷ Félő volt az, hogyha megadnák a szavazati jogot, a bevándorlók által uralta új parlament első döntése a Brit Birodalomhoz való teljes mértékű csatlakozás lenne.²⁸

De voltak sérelmek a bevándorlók részéről is. Az uitlanderek nemcsak a politikai kirekesztettséget nehezményezték, hanem a magas megélhetési költségeket, a magán és állami monopóliumokat, a súlyos adókat, a gyenge iskolahálózatot, a transvaali kormányzat obstrukcióját és korruptségát, amely továbbra is a búrok kezében maradt, azok vidéki érdekeit képviselve.²⁹ Ezzel szemben az Oranje Szabadállamban élő külföldiek rendelkeztek mindazon jogokkal, amit az transvaali uitlanderektől megtagadtak.³⁰ Tehát a két köztársaság joggyakorlata eléggé eltérő volt.

Nagy felháborodást váltott ki az uitlanderek között a következő eset. Egy Tom Eggars nevű bányászt véletlenül lelőtt egy búr rendőr, akit az esküdtszék felmentett. Az e nyomán keletkezett felháborodás aláírásgyűjtésben is kifejeződött. A Viktória királynőhöz intézett petícióban, melyet több mint 21.000 Transvaalban élő brit alattvaló írt alá, kérték, hogy foglaljon állást abban, hogy elfogadható-e, hogy a lakosság többségét kitevő, az adók öthatodát fizető csoport politikai jogok nélkül maradjon. Ez igencsak feszültté tette az angol–búr viszonyt.

Sir Alfred Milner angol főmegbízott, Paul Kruger transvaali és Marthinus Steyn oranje-i elnök 1899. május 31. és június 5. között Bloemfonteinban erről tárgyalt egymással, amit az angol fél megszakított a búrokat téve felelőssé a kudarcért. A búrok tettek engedményt megadva kilenc év tartózkodás után a szavazati jogot, de ez már nem jelentett

²⁷ Sibbald: 13.

²⁸ Sibbald: 14.

²⁹ Smith: 49.

³⁰ Pakenham: 40

megoldást. Mindkét oldal elkezdte a mozgósítást.³¹ 1899 júliusában a dél-afrikai brit alakulatok száma tízezer fő volt. Ezzel szemben a búrok 53.700 fővel rendelkeztek.³²

A második angol–búr konfliktus (1899–1902) Anglia leghosszabb, legdrágább és legnagyobb veszteségű katonai összecsapása volt a napóleoni háborúk és az I. világháború között, és ez járt a leginkább megalázó veszteséggel is.³³ A témáról angolul számos könyv és tanulmány jelent meg.³⁴ Ezzel szemben bár a háború magyar sajtója

³¹ Sibbald: 19.

³² Pakenham: 74.

³³ Pakenham: XV.

³⁴ Beck, Roger B.: *The History of South Africa*. Westport, Greenwood 2000.

Churchill, Winston: *The Boer War*. London, Cooper 1989.

Davenport, T. R. H., and Christopher Saunders: *South Africa: A Modern History*.

Palgrave Macmillan 2000.

Doyle, Arthur Conan: *The Great Boer War*. Toronto, George N. Morang & Company 1902.

Doyle, Arthur Conan: *The War in South Africa: Its Cause and Conduct*. London, Smith, Elder 1902.

Farwell, Byron: *The Great Anglo–Boer War*. New York, Harper and Row 1976.

Harrison, David: *The White Tribe of Africa*. Los Angeles, University of California Press 1981.

Haythornthwaite, Philip J.: *The Colonial Wars Source Book*. London, Caxton Editions 2000.

Jackson, Tabitha: *The Boer War*. Basingstoke, Channel 4 Books/Macmillan 1999.

Jaenecke, Heinrich: *Die weißen Herren. 300 Jahre Krieg und Gewalt in Südafrika*. 5. kiadás, Hamburg Gruner und Jahr 1986.

Judd, Denis, and Keith Surridge: *The Boer War*. Basingstoke, U.K.: Palgrave Macmillan 2003.

Lugan, Bernard : *La guerre des Boers. 1899–1902*. Paris, Éditions Perrin 1998.

Lugan, Bernard: *Robert de Kersauson. Le dernier commando boer. Un volontaire français dans la guerre anglo–boer 1900–1902*. Monaco, Éditions du Rocher 1989.

Lugan, Bernard: *Villebois-Mareuil, le La Fayette de l'Afrique du Sud*. Monaco, Éditions du Rocher 1990.

Meintjes, Johannes: *Der Burenkrieg 1899–1902*. Wels, Verlag Welsermühl 1979.

Pakenham, Thomas: *The Boer War*. New York, Random House 1979.

Plaatje, Sol T.: *Mafeking Diary: A Black Man's View of a White Man's War*. Ohio University Press 1990.

Reitz, Deneys: *Commando: A Boer Journal of the Boer War*. London, Faber and Faber 1930.

Riall, Nicholas: *„Boer War: The Letters, Diaries and Photographs of Malcolm Riall from the War in South Africa.”* 2000.

Sibbald, Raymond: *The War Correspondence. The Boer War*. Phoenix Mill, Far Thrupp, Stroud, Gloucestershire; Dover NH, Alan Sutton 1993.

rendkívül gazdag, a magyar nyelvi szakirodalom ebből a szempontból azonban meglehetősen szerény, a legteljesebb mű, mely bemutatja az egész háborút Zicherman Istváné.³⁵ A háborút német és magyar földön is elemezték hírlapok alapján,³⁶ azonban magyar szempontból a fővárosi napilap, a *Pesti Napló* anyagát vizsgálták meg.

A jelen tanulmány célja egy rövid angol hírlaptörténet után, hogy bemutassa a hazai hírlapok egy kis szeletét jelentő, Debrecenben megjelenő négy napilap *Debreczen*, *Debreczeni Ellenőr*, *Debreczeni Hírlap*, *Debreczeni Újság* tükrében azt, hogy mit tudhatott meg a vidéki olvasó a második angol–búr háború közvetlen előzményeiről és kitöréséről 1899. szeptember 1. és október 18. között.³⁷ A vizsgálat tárgya az, hogy a debreceni lapokat kezébe vevő olvasó milyen híreket és kommentárokat találhatott erről a témáról, minek alapján alakíthatta ki véleményét. Izgalmas kérdéskör az is, hogy a vezércikkek milyen álláspontot közvetítettek, miben láthatta a konfliktus okát, hogyan láthatta az olvasó a konfliktus megoldását, milyen nemzetközi megnyilvánulásokat figyelhetett meg ezzel kapcsolatban, és miként értesült a háborúhoz vezető útról.

Smith, Iain R.: *The Origins of the South African War, 1899–1902*. London, Longman 1996.

Steinsieck, Andreas: Ein imperialistischer Medienkrieg. Kriegsberichterstatte im Südafrikanischen Krieg (1899–1902). In: Ute Daniel (Hrsg.): *Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert*. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2006, S. 87–112.

Toggenburger, Rudolf.: *Die Ursachen des Transvaal-Krieges und die Südafrikanische Frage*. 2. kiadás Zürich, Grütli-Verlag 1900.

van Hartesveldt, Fred R.: *The Boer War*. Greenwood Press 2000.

Woods, Frederick: *Young Winston's Wars; The Original Despatches of Winston S. Churchill War Correspondent, 1897–1900*. New York, The Viking Press 1972.

³⁵ Bulyovszky Károly: *Boer–angol tűzben*, Budapest, 1901.; Szabó-Zsoldos Gábor: XIII. Leó pápa unokaöccse a második angol–búr háború harcterein? (A debreceni Péchy Tibor dél-afrikai tevékenysége a közvélemény tükrében). *Debreceni Szemle*. 2011. XIX. évf. 3. szám 280–288. Zicherman István: *Az angol–búr háború, 1899–1902*. Budapest, [2006] A kötet bő irodalomjegyzékkel rendelkezik. Lábjegyzeteket azonban nem közöl. (továbbiakban: Zicherman)

³⁶ Bender, Steffen: *Der Burenkrieg und die deutschsprachige Presse: Wahrnehmung und Deutung zwischen Bureneuphorie und Anglophobie 1899–1902*. Paderborn, Ferdinand Schöningh Verlag 2009., (továbbiakban: Bender) 99.; Tefner Zoltán: *Külpolitika, népcsoport, tömegtájékoztatás. Az osztrák–magyar liberális sajtó és a második búr háború*. Valóság. 2002. június. XLV. évf. 6. szám 33–67. (továbbiakban: Tefner)

³⁷ A kezdő időpont a második angol–búr háború kitörését megelőző hónap eleje, a záró időpont egy héttel a hadi állapot beálltát (1899. október 11.) követő nap, október 18-a.

1. A kor sajtója

1.1. Nemzetközi sajtó

Harctéri hírek

A háborúkról szóló tudósításokat már igen régóta nagy érdeklődés övezte. Xenophón kb. Kr. e. 401-ben született műve, Anabaszisza iskolapéldája ennek a műfajnak. Ennek kettős célja volt. Egyrészt megörökíteni Xenophón hősi tetteit, valamint a hadvezetésről vallott elképzeléseit.³⁸ A háborús hírek mindig érdekelték a közvéleményt. Nem véletlen, hogy amikor a 17. század elején megjelennek Angliában az újságok, természetes volt, hogy tájékoztatták az olvasókat az aktuális konfliktusokról. Az újságok iránti igény robbanásszerűen megnövekedett az angol polgárháború idején. 1645-ben már tizennégy újság jelent meg Londonban, melyek arra törekedtek, hogy minden érdeklődést kielégítsenek. Pletykákat, bűncselekményeket, politikai híreket, érdekes történeteket és természetesen háborús híreket is közöltek. Hosszú ideig a legfrissebb hírek a harcokban résztvevő tisztektől származtak.³⁹ Ez a forrás azonban elfogultnak bizonyult. Ezért az újságok azt a megoldást választották, hogy olyan embereket alkalmazzanak, akik csatlakoznak a harcoló alakulatokhoz, és tudósítanak a harci cselekményekről. Az így létrejött haditudósítói intézmény első tudósítója a *The Times* szolgálatában álló Henry Crabb Robinson volt 1807-ben. A katonák azonban gyanakodva figyelték, figyelik ezt a tevékenységet mind a mai napig, mivel úgy vélik, hogy a tudósítók által megszerzett információk veszélyeztethetik tevékenységüket.⁴⁰ Az 1840-es években a távíró megjelenése felgyorsította a hírek áramlását. A tudósítók többé nem voltak kitéve a posta kiszámíthatatlanságának.⁴¹

Az európai hírlappiacot az a megállapodás határozta meg, amit a három legnagyobb európai hírügynökség, az angol Reuter,⁴² a francia Havas, és a berlini Wolff 1870-ben kötött, melyben világszerte felosztották működési területüket, és ezt 1914-ig többször is megújították. Ennek értelmében a búr háború híreit csak és kizárólag a Reuter szállíthatta volna. A társaság mintegy száz tudósítóján kívül volt a helyszínen több mint 80 angol hírlaptudósító is, akik közül 20 a

³⁸ Sibbald: 1.

³⁹ Sibbald: 2.

⁴⁰ Sibbald: 3.

⁴¹ Sibbald: 4.

⁴² A forrásokban egységesen Reuter van Reuters helyett említve.

*Times*nek dolgozott.⁴³ Ez az újság világosan a búrok ellen foglalt állást, és ez így is maradt az egész háború alatt.⁴⁴ Steffen Bender, a *Der Burenkrieg und die deutschsprachige Presse* című mű szerzőjének a működési területek felosztásáról szóló megállapítását finomítja az, hogy az megvizsgált magyar nyelvű hírlapanyagban a Havas ügynökség kétszer is szerepel pretoriai eredetű hírforrással.⁴⁵ Tehát nem volt kizárólagos a brit ügynökség monopóliuma. Egyébként a háború folyamán a brit katonai cenzúra miatt elég gyéren csordogáltak az információk.⁴⁶ Ezt támasztja alá a *Debreczen* című napilap: „angol katonai cenzúra iszonyatosan kiforgatja a táviratok tartalmát”.⁴⁷ A harcterről nehezen lehetett megbízható híreket kapni, és ezzel a kortársak is tisztában voltak.⁴⁸ Ez a nehézség, ahogy már korábban is említettem, mindig is jelen volt.

Közvetlenül a búroktól származó hírek egyáltalán nem szerepeltek a lapokban, tekintve, hogy ott sem szándék, sem lehetőség nem volt meg átfogó információs politika kialakítására.⁴⁹ Az ő helyzetükről inkább csak áttételesen tudunk. A háború alatt a két dél-afrikai köztársaság Transvaal és Oranje nem tudott közvetlen kapcsolatot teremteni a világgal. A telegráfvonalak az angolok kezében voltak, így a térségből érkező híreket ennek megfelelően kell értékelni. Természetesen voltak más hírforrások is a távirón kívül, mint például a személyes beszámolók, de ezek nem vehették fel a versenyt gyorsaság tekintetében a sürgönyökkel továbbított hírekkel, ugyanis 4–6 hét volt szükséges, hogy a posta Dél-Afrikából megérkezzen. A német lapok közül a *Kölnische Zeitung*, *Tägliche Rundschau*, *Wiener Freie Presse* küldött ki helyszíni tudósítót. Az anyagi nehézségek mellett, problémát jelentett az is, hogy nehéz volt olyan személyt találni, aki megfelelő haditudósítói tapasztalattal, helyismerettel és személyes helyszíni kapcsolatokkal rendelkezett.⁵⁰

A 19. század közepén az újságokról szóló elméletekben az volt az elterjedt nézet, hogy ezek nevelő szerepet játszanak. A kommentátorok optimistán azt várták, hogy a sajtó befolyásolja az olvasókat a politikai témák helyes értékelésében. Ráadásul talán ennél még fontosabb, hogy a

⁴³ Bender: 36.

⁴⁴ Sibbald: 18.

⁴⁵ Debreczeni Ellenőr 1899. szeptember 6. 4., ill. Debreczeni Újság 1899. szeptember 6. 6., valamint Debreczeni Ellenőr 1899. szeptember 27. 2–3.

⁴⁶ Bender: 36.

⁴⁷ Debreczen 1899. október 17. 3.

⁴⁸ Debreczen 1899. október 17. 3.

⁴⁹ Bender: 37.

⁵⁰ Bender: 42.

sajtó közfórumot biztosít a politika számára, ahol az ellentétes elméletek összecsaphatnak egymással, és konszenzus születhet az „igaz” és a „közjó” érdekében.⁵¹ Ez azonban nem váltotta be a hozzáfűzött reményeket.

Az újságok nemcsak a hátszágban, hanem a katonák között, sőt a fogolytáborokban is megjelentek. Ez utóbbi tükrözi a foglyok nemzetiségi összetettségét. Mivel nagyszámú angol nyelvű személy is harcolt a búrok oldalán, a *The Camp Critic* tábori újság négy oldalából kettőn hollandul, kettőn pedig angolul szerepelnek írások. Ilyen szempontból ez egyedi jelenség tábori újságok között.⁵² A búr hadifoglyoknak kiadott újságokban előfordulnak még német cikkek is.⁵³

Nemcsak a napilapok szintjén folytak a viták. Nagy-Britanniában minden más országnál talán nagyobb mértékben a pamflet volt a propagandisták fontos fegyvere a közvélemény szimpátiájának és támogatásának elnyerésében. A napi nagy ügyeket nemcsak a parlamentben és az újságok hasábjain vitatták meg, hanem rölapok és pamfletok ezreit osztották szét ingyenesen vagy egy névleges összegért. A pamflet kampány 1899-ben a brit kormány és Transvaal közötti tárgyalások ideje alatt kezdődött el, és folytatódott az egész háború ideje alatt, de az 1900-as „khaki választás”, azaz háború idején tartott parlamenti szavazás előestéjén érte el a tetőpontot. Lehetetlen megbecsülni az 1899 és 1902 között kiadott pamfletok és rölapok pontos számát. John S. Galbraith, az erről szóló tanulmány szerzője majdnem kétezer darabot vizsgált, amely kutatás a kiadott röpiratokat nagy részben áttekintette. A kiadott pamfletok véleményformáló szerepe nem mérhető.⁵⁴

Az ellenzéki pamfletekben a háborúpárti unionisták a bankárok, – többnyire zsidó származásúak – eszközeiként jelentek meg, akik készek brit vért ontani a maguk céljai, a magas profitért és az alacsony bérekért – írja Galbraith.⁵⁵ A kortárs liberális tudósító, J. A. Hobson szerint ez egy sajtó keltette háború. Egy 1900 szeptemberében szervezett szakszervezeti kongresszuson elhangzott, hogy az adófizetők pénzét arra használják fel,

⁵¹ Hampton, Mark: *The Press, Patriotism, and Public Discussion: C. P. Scott, the Manchester Guardian, and the Boer War, 1899–1902.* *The Historical Journal*, 44. évf. 1. szám 2001. március 178.

⁵² Cheadle, Brian: *South African Serial Publications of the Anglo–Boer War.* *Victorian Periodicals Review*, 2004 tél. XXXVII. évfolyam 4. szám 34.

⁵³ Uo.: 40.

⁵⁴ Galbraith, John S.: *Pamphlet campaign on the boer war* *The Journal of Modern History* XXIV évf. 2. szám 1952. június 111–112.

⁵⁵ Uo.: 119.

hogy biztosítsák Dél-Afrika aranymezőit néhány kozmopolita zsidó számára, akik közül néhánynak sem hazafias elkötelezettsége, sem hazája nincsen.⁵⁶ Ez a szemlélet érdekesen árnyalja a háború megítélését.

Természetesen jelentek meg kormánypárti röpiratok is. Többek között a neves író, Sir Arthur Conan Doyle *The War in South Africa: Its Cause and Conduct (A dél-afrikai háború: oka és lefolyása)* című írásában, amelyben védi Nagy-Britannia háborús szerepét. Röviddel ezt követően írt egy hosszabb könyvet is a témáról *The Great Boer War* címmel.

A pamfletírók nem befolyásolták számtevően a búr háborúról alkotott közvéleményt, ahogyan az újságok és a szónokok sem, de mindnyájan szerepet játszottak abban, hogy az angolok kialakítsák nézeteiket, és egyiket sem lehet figyelmen kívül hagyni.⁵⁷

1.2. A hazai sajtó

Ebben az időszakban a magyarországi lapok, – elsődleges híreik nem lévén –, a külföldi információik nagy részét bécsi *K. K. Correspondenz Bureau* budapesti fiókjától szerezték be. Második forrásként maguk a külföldi lapok szolgáltak. A bécsi lapok mellett idézték a hazai újságok Európa szinte minden jelentősebb lapját. „A magyar konzervatív és liberális sajtó igen könnyen rátalálhatott a felfogásának leginkább megfelelőre: elegendő a legtöbbit idézettek említeni, például az angol *Daily Newst*, a *Timest*, és *Globeot*, illetve a francia *Constitutionelt*, *Libertét* és *Francoet*. Az említett napilapok nemcsak a hírforrás szerepét töltötték be, hanem igen gyakran újságjaink vitapartneri is voltak.”⁵⁸ Harmadikként, de ez volt a legkisebb rész, a magánhíradások révén értesültek a fejleményekről.

A hazai sajtóban is nagy figyelemmel kísérték az angol–búr viszony alakulását.⁵⁹ Már az első angol–búr háború (1880–1881) is szerepelt a híradásokban. A második angol–búr háború (1899–1902) kérdését országos szinten Tefner Zoltán vizsgálta *Külpolitika, népcsoport, tömegtájékoztató. Az osztrák–magyar liberális sajtó és a második búr*

⁵⁶ Uo.:119–120.

⁵⁷ Uo.: 126.

⁵⁸ Szabolcsi Miklós (szerk.): *A magyar sajtó története* II/2. 1867–1892. Bp., 1985. 35–36.

⁵⁹ Bender: A korban búr háborúnak nevezték a konfliktus, de ez az angol birodalmi perspektívát tükrözte vissza. A történészek inkább az angol–búr háború, vagy a semlegesebb dél-afrikai háború kifejezést alkalmazzák. 13.

háború című tanulmányában.⁶⁰ Ő a bécsi *Neue Freie Presse* mellett, a *Pesti Napló*, *Magyar Nemzet*, *Kis Újság* és *Nemzet* című újságokat vette górcső alá.

A jelen tanulmány a fentebb említett periódusban, Debrecenben megjelent napilapokat vizsgálja. A 19. század végén virágzott a napilappiac az alföldi városban, ahol az említett négy hírlap jelent meg.⁶¹ Az olvasók a helyi hírek mellett, nemcsak az országos hírekről, hanem a világ más pontjain történt eseményekről is értesülhettek. A távirónak köszönhetően ekkor már világszerte viszonylag gyorsan reagáltak az eseményekre a különböző napilapok, melyek saját tudósítóik, a hírügynökségek, más lapok, illetve szemtanúk révén jutottak információkhoz.

A debreceni hírlapokban gyakran szó szerint ugyanaz a hír jelent meg, mint más országos vagy éppen debreceni lapokban, mivel azonosak voltak a forrásaik. A cikkeknel és híradásoknál utalás van a híradás helyére, idejére, esetleg a forrására (lap, távirat, ügynökség). Azonban a hazai cikkeket író személyek nevét nem tudjuk. A vizsgált korszakban azonban csak egyetlen alkalommal nevezi meg magát egy cikkszerző, Kuthi Zsigmond, aki egyébként a *Debreczeni Ellenőr* szerkesztője is volt.⁶² Ez akkor történik, amikor egy vezércikket közöl. Úgy tűnik a többi újságot is megnézve, hogy anonimitás általános gyakorlat volt.

Azt általunk vizsgált időben, 1899. szeptember 1 – október 18. között a tiszántúli településen a következő napilapok jelentek meg: *Debreczen* (1869–1919 között péntek és vasárnap kivételével naponta), *Debreczeni Ellenőr* (1874–1899 között naponta), *Debreczeni Hírlap* (1890–1902 vasárnap kivételével naponta), *Debreceni Újság* (1897–1944 között naponta).⁶³

A *Debreczen* „*A Debreczeni és vidéki Függetlenségi Párt közlönye*” alcímmel jelent meg. A *Debreczeni Ellenőr* a Szabadelvű Párt közlönyeként határozta meg magát. A *Debreczeni Hírlap* és a *Debreceni Újság* esetében nem találunk a címlapon alcímként semmilyen besorolást. Ezek a lapok viszonylag rövid terjedelműek, 4–12 oldalasak voltak.

⁶⁰ Tefner 33–67.

⁶¹ Kókay György – Buzinkay Géza – Murányi Gábor: A magyar sajtó története. Budapest, 2001. 136.: Politikai napilapból az 1870-es években Budapesten 10-15, a vidéki városokban három-négy jelent meg.

⁶² Ő vélhetően azonos az 1886-ban megalapított első négyosztályos zsidó iskola egyik tanítójával, aki 1901-től igazgatója lett az intézménynek. Magyar Zsidó Lexikon Budapest, 1929. 189 p.

⁶³ Korompainé Szalacsi Rácz Mária (szerk.): Hajdú-Bihar megye sajtóbibliográfiája. Debrecen, 1973. 318–320.

Magától értetődően az újságokban nagy szerepet játszottak a helyi híradások, amelyek között jelentős szerepe volt mai szóhasználatával élve a bulvár híreknek. Azonban külföldet sem tévesztették szem elől. A vizsgált időszakban ezen a téren a domináns téma először a Dreyfus-ügy volt, másodikként az angol–búr viszály jelent meg a legtöbbször a helyi sajtóban, hogy aztán az előbbi a Dreyfus-per ítélete után fokozatosan eltűnjön. A híradásokat, ahogy látni fogjuk, általában londoni távirati jelentésekre alapozták.

Már az első búr háborúról is tudósított a *Debreczen* és a *Debreczeni Ellenőr* című napilap. A második búr háborúról 1899-ben további két másik napilap híreiből is értesülhettek azon olvasók, akik a konfliktus kibontakozását követték. A hírek alapján arra lehet következtetni, hogy a lapok a búrok iránt rokonszenvvel viseltettek, hasonlóan az első búr háború idején tanúsított magatartáshoz. A hazai olvasók sok esetben találhattak párhuzamot az 1848–49-es magyar szabadságharccal. Igaz, hogy a történések színtere igen nagy távolságra volt Debrecentől. Dél-Afrika ekkor a világ másik vége volt az itteni olvasóknak. Az a tény, hogy a harcot a fehér faj két nemzete, az angol és a holland gyökerű búr vívta egymással, különös európai színezetet adott a konfliktusnak. A nemzetközi közvélemény részletekbe menően követhette a háború politikai, diplomáciai és katonai konstellációit az ekkor már magas szinten lévő hírszolgáltató rendszerek révén. Ezek, ahogy erről már korábban volt szó, mondhatni egy nap eltolódással szállították a híreket a szerkesztőségeknek.⁶⁴

A hírek sok esetben szolgálták a különböző politikai elitek legitimációját, így a sajtó feletti ellenőrzés is nagyon fontos volt. A magyar politikai élet különböző irányzatai más-más szempontot ragadtak meg. A konzervatív liberálisok számára is volt párhuzam a búrok harca és az eltiport magyar szabadságharc között, de ők ekkor már az 1867-es kiegyezés hatalmi sáncai mögül tekintettek vissza 1848–49 történéseire. A Kossuth-pártiak ezzel szemben a függetlenségi eszményhez való ragaszkodást emelték ki.⁶⁵ Az ilyen jellegű megközelítés másutt is megfigyelhető volt. Így az ír és walesi angolokkal szembeni kritika háttérben az állt, hogy ott úgy tekintettek a búrokra, mint a hozzájuk hasonló kis pásztornépre, amely az angol imperializmus ellen harcol.⁶⁶

⁶⁴ Tefner: 36.

⁶⁵ Tefner: 37.

⁶⁶ Hirshfield, Claire: The Anglo–Boer War and the Issue of Jewish Culpability *Journal of Contemporary History*, XV. évf., 4. szám, 1980. október. 619–631.

A búrokat szigorú kálvinizmus jellemezte, akikben a vándorlás miatt egy olyan elképzelés erősödött meg, miszerint párhuzam van a köztük és a zsidók között.⁶⁷ Érdekes módon sem a reformátussághoz tartozásra, sem pedig az összehasonlításra nem történik utalás a debreceni napilapokban, holott a zsidó–magyar sorspárhuzam adhatott volna okot erre. A zsidókkal való sorsazonosság a keresztyén közegekben nem ritka. A búrok iránt meglévő rokonszenv nem ezen alapult, még a döntő többségében református Debrecenben sem, hanem mint látni fogjuk más tényezőkön.

A különböző európai eszmeáramlatokat eltérően érintette a dél-afrikai háború. A szociáldemokraták számára a brit viselkedés értékelése nem okozott különösebb problémát. Ők úgy vélték, hogy a világ első számú nagyhatalma megtámadta, a többi imperialista állam pedig elárulta a kis országot, amely az ő szemükben a liberális eszményt képviselte. A liberálisok ezzel szemben nehezen emésztették meg egy liberális európai hatalom ilyen kalandját a szabadságukat féltő búrokkal szemben.⁶⁸

A búr háború eseményei, és az európai diplomácia közönyössége a szabadelvű Deák-párti *Pesti Naplót* a következő állásfoglalásra készítette: „Közvetlenül a hágai békekonferencia⁶⁹ után kitört a dél-afrikai háború, mely cinikus jogtiprás tekintetében majdnem páratlan a világtörténelemben. E háború lerántotta az álarcot az emberiséget és polgárosodást prédikáló angol nemzet álszenteskedéséről. Bebizonyította, hogy az angol, mely mint egyén átlag [sic!] véve tisztességes, mikor valódi vagy vélt nemzeti érdekéről van szó, képes tökéletesen elhallgattatni lelkiismeretét, s nemzeti érdekből elkövetni bármely igazságtalanságot, aminőre mint magánember képtelen volna.”⁷⁰ Az európai nagyhatalmak sem álltak ki a búrok mellett. A német parlamentben a búr kérdésről így nyilatkozott Pokrowski államtitkár: „A népszerű szentimentális áramlatok a dél-afrikai kérdésben nem lehetnek irányadók, és senki, akit felelősség terhel, a búrokért nem kockáztathatja az európai háború veszedelmét.”⁷¹ Ez a nyilatkozat jelezte azt, hogy a németek nem tartották olyan horderejűnek a kérdést, hogy most akár csak a nyilatkozatok szintjén is, felvállaljanak egy konfliktust Angliával. Az

⁶⁷ Bender: 72.

⁶⁸ Tefner: 38.

⁶⁹ Az első Nemzetközi Békekonferenciára 1899-ben, Hágában került sor. Ennek újszerűségét az adta, hogy nem egy háborút zárt le, hanem azt tűzte ki célul, hogy olyan nemzetközi intézményeket hozzon létre, amely a leszerelést, a háborúk megelőzését és a viták békés elrendezését segítik.

⁷⁰ Tefner idézi a *Pesti Napló* 1900. november 20. számát 41.

⁷¹ Tefner idézi a *Magyar Nemzet* 1900. december 9-i számát. 47.

Osztrák–Magyar Monarchiát – bár igen messze volt a területtől – kereskedelmi, ipari és bányászati érdekeltségei révén érintették a történések, ugyanis számos állampolgára dolgozott ezen a területen. Őket a fokvárosi közös főkonzulátus képviselte.⁷² A háború miatti bányabezárások igen érzékenyen kihatottak az osztrák–magyar alattvalókra is.⁷³

1.3. A háború okai

A konfliktus gyökerei részben a bányák kérdésére voltak visszavezethetőek. A század végén a világ aranytermelésének negyedét Transvaal adta. A felfutó aranytermelés miatt mintegy 100.000 európai vándorolt be a búr köztársaságokba, ennek háromnegyede Nagy-Britanniából. Ezeket a külföldieket, őket többek között nagy számuk miatt nem tudták a búrok integrálni. Az 1890-es évek végén – ahogy említettem – több uitlander férfi élt Transvaalban, mint búr. Kruger szerint ekkor hatvan-hetvenezren lehettek a bevándorlók, akik már öt éve laktak Transvaalban.⁷⁴ A búrok vonakodtak megadni a polgárjogot a bevándorlóknak, mivel ez a számarányok miatt felborította volna az addigi hatalmi egyensúlyt. A teljes jogi egyenlőséghez a búrok egy 1893-as törvénye tizennégy év otthagást írt elő, míg az angolok öt évre szerették volna ezt leszorítani, amivel szemben a búrok továbbra is legalább hét évet vártak volna.⁷⁵ Kruger úgy látta, hogy az uitlanderek olyanok, mint a rossz gyermekek: Ha az ujjadat adod nekik, az egész karod kell.⁷⁶ Az ország jogi helyzete az 1884. londoni konvenció alapján félreértelmezhető volt. A konfliktust próbálta tisztázni Alfred Milner, az 1897-ben kinevezett brit megbízott, valamint Paul Kruger⁷⁷ transvaali és Marthinus Steyn oranjei elnökök bloemfonteini konferenciája 1899. május 31. és június 5. között. Az angolok azt követelték, hogy Kruger kormányszata szüntesse meg az uitlanderekre nézve hátrányos bonyolult választási rendszert, és adjon választójogot minden legalább öt éve ott élőnek. Kruger ezt elutasította, de elfogadta volna a hétéves otthagást és büntetlen előéletet mint feltételt.⁷⁸ Azonban ez a tárgyalás eredménytelenül zárult Milner eltérő álláspontja miatt, akit egyébként sokan a háború

⁷² Tefner: 50.

⁷³ Tefner: 51.

⁷⁴ Pakenham: 66.

⁷⁵ Zicherman: 22.

⁷⁶ Pakenham: 67.

⁷⁷ Paul Kruger neve a forrásokban Paul Krügerként jelenik meg.

⁷⁸ Zicherman: 22.

kirobbantójának tartanak.⁷⁹ Lord Salisbury kormányfő így nyilatkozott: „A mi célunk, hogy egyenlő jogokat biztosítsunk bármely fajhoz tartozó embernek, és minden alattvalónk valamint a birodalom biztonságát garantáljuk.”⁸⁰ Hasonlóan nyilatkozott Chamberlain, a brit kormány gyarmatügyi minisztere, aki a háború két fő okaként az uitlanderek jogi panaszának orvoslását és a két köztársaság feletti brit fennhatóság biztosítását nevezte meg.⁸¹ Ez utóbbi azért is volt fontos, mivel a század utolsó harmadában új rivális, Németország jelent meg az Afrikért folytatott versenyben.

A dél-afrikai háború nem váratlanul robbant ki. A gyökerei mélyre nyúltak és nem volt előzmények nélkül. Mindkét oldal tudatosan készült a háborúra, mindketten készítettek ultimátumokat. Az a tény azonban, hogy az akkori világ egyik legkisebb országa ultimátumot küldt a világ legnagyobb birodalmának sok korabeli ember csodálkozását váltotta ki.⁸² A háborút kiváltó okokkal kapcsolatban két különböző személyhez köthető megközelítés terjedt el. A kortárs John A. Hobson újságíró gazdasági okokat látott a konfliktus hátterében. Ennek több munkájában is hangot adott.⁸³ Igaz, hogy az uitlanderek a búr kormánnyal és igazgatással elégedetlenek voltak, és jobb körülményeket reméltek maguknak, de Hobson, aki 1899 nyarától a *Guardian* dél-afrikai tudósítójaként dolgozott, a polgári jogi kérdést csak ürügynek tekintette. Harcolt a szabad és kritikus sajtó érdekében. Szilárd meggyőződése volt, hogy a dél-afrikai hírek a dél-afrikai bányaeérdekek monopóliuma alatt vannak, amelyek aláaknázzák a szabad sajtót.⁸⁴

Hirschfeld rámutat arra, hogy a 19. század végén felerősödő antiszemitaizmus feltűnt Nagy-Britanniában is, így nem meglepő, hogy ebben az összefüggésben is megjelent. Sokan a háború kirobbanását gazdasági okokra vezették vissza és ebben nagy szerepet tulajdonítottak a zsidó származású bankároknak és kereskedőknek. Ennek a nézetnek a képviselői gyakran figyelmen kívül hagyták azt a tényt, hogy a zsidó bankárok jelentős részének a születésen kívül más zsidó elköteleződése

⁷⁹ Pakenham: XX.

⁸⁰ Smith: 409.

⁸¹ Smith: 389.

⁸² Smith: 390.

⁸³ Smith: 395.; Hobson, J. A.: *The War in South Africa: Its Causes and Effects*. London 1900.; Uő.: *The Psychology of Jingoism*. London 1901.; Uő.: *Imperialism: A Study*. London 1902.

⁸⁴ Hampton, Mark: *The Press, Patriotism, and Public Discussion: C. P. Scott, the Manchester Guardian, and the Boer War, 1899–1902*. *The Historical Journal*, 44. évf. 1. szám 2001. március 182.

nem volt, és egymással is gyakran konfliktusban voltak. A zsidó tulajdonban lévő vagy zsidók által szerkesztett lapokat (Oppenheim *Daily News*, Mark *Evening News*, Steinkopf *St James Gazette*, és Levi-Lawson *Daily Telegraph*) támadták, elfeledkeztek arról, hogy londoni lapok nagy többsége támogatta a kormány dél-afrikai politikáját.⁸⁵ A támadásokra az is alapot adhatott, hogy mindhárom nagy hírügynökség alapítója Reuter, Havas, Wolff zsidó származású volt.

A szintén kortárs Leopold Amery a *The Times*⁸⁶ a háború kirobbanásának okaként a gazdasági érvekkel szemben a London és Pretoria közti politikai feszültséget nevezte meg indokként. Szerinte itt a Dél-Afrika feletti uralom volt a kérdés, melyért mind Nagy-Britannia mind a búrok harcoltak.⁸⁷ Mind a két nézet nagy hatással volt a háborúról való gondolkodásra.⁸⁸ A konzervatívok az angol liberális ellenzéket azért támadták, mert az kifejezte szimpátiáját a háború előtt a dél-afrikaiak ügye mellett, ezzel biztatva a búrokat arra, hogy megtagadják az uitlanderek jogos követeléseit és szembeszálljanak Nagy-Britannia hatalmával. Szerintük a liberálisok ezzel mintegy hasznot akartak húzni a választásnál.⁸⁹ A helyzet azonban összetettebb volt. Bár a búrokat általában nemzetközi szimpátia kísérte, a nemzeti konzervatív és a szociáldemokrata újságokkal ellentétben a liberális lapok a búrokat is felelőssé tették a helyzetért.⁹⁰ A háborút számos munkás is támogatta, arra számítva, hogy a háborús konjunktúra munkahelyeket terem.⁹¹

⁸⁵ Hirshfield, Claire: „The Anglo–Boer War and the Issue of Jewish Culpability”, *Journal of Contemporary History*, XV. évf., 4. szám, 1980. október 619–622.

⁸⁶ Pakenham: 101.

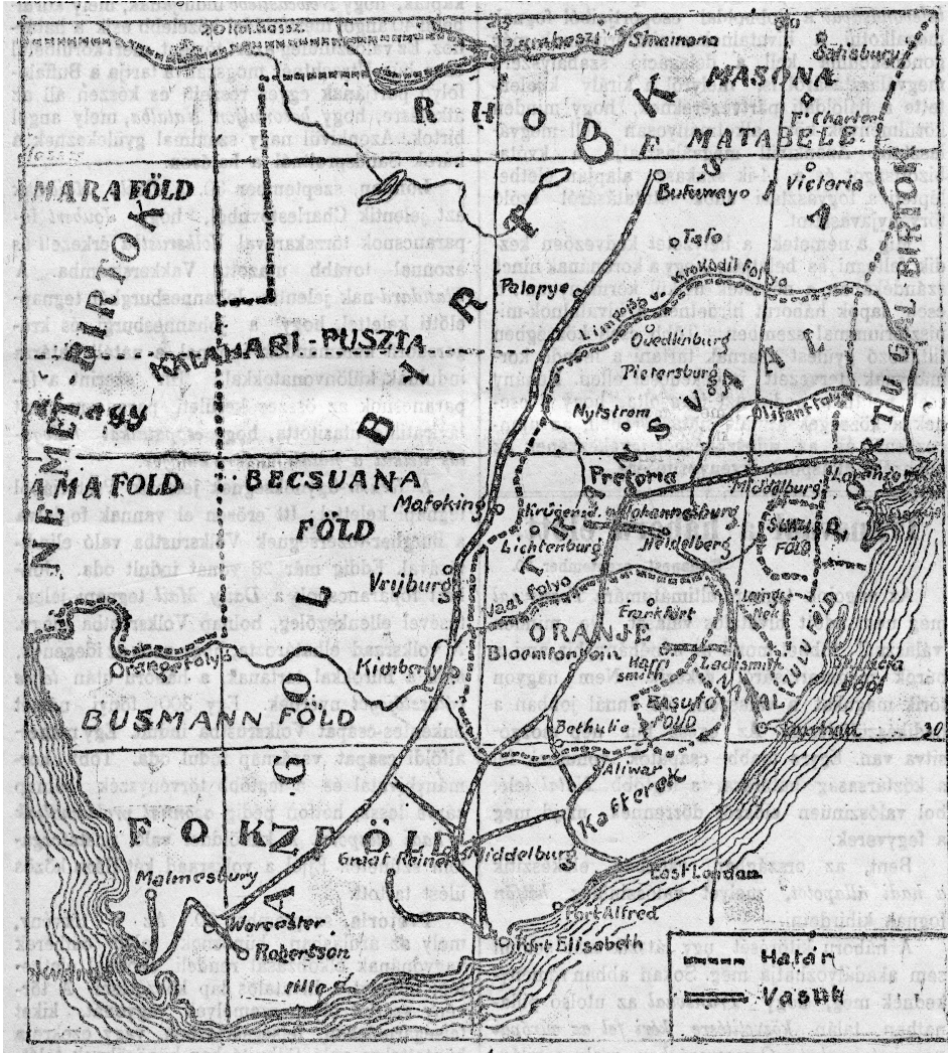
⁸⁷ Bender: 50–53.

⁸⁸ Smith, Iain R.: *The Origins of the South African War, 1899–1902*. London, Longman 1996. xi.

⁸⁹ Galbraith: 117.

⁹⁰ Bender: 61.

⁹¹ Hirshfield, Claire: *The Anglo–Boer War and the Issue of Jewish Culpability* *Journal of Contemporary History*, XV. évf., 4. szám, 1980. október 627.



Térkép Dél-Afrikáról a Pesti Napló 1899. október 1-én megjelent számából.

2. Vezércikkek a debreceni lapokban

Az előző fejezetben tárgyalt, a konfliktushoz vezető körülmények már ismertek voltak a debreceni olvasók előtt 1899. szeptember elején. A háborút már az 1899. szeptember 1. előtti időszakban is nagyon valószínűnek ítélte a közvélemény. Az újabb fejlemények erősen foglalkoztatták a közvéleményt. Lássuk, hogy mindezek miként jelentkeztek a debreceni helyi sajtóban.

Az újságok 1899. szeptember 2-i számukban jelentkeztek a hónap első híreivel a bürokról. A lapok alapvetően kétfajta formában adtak

tájékoztatást a történekről. Az egyik az egyszerű napi hír, a másik a vezércikk. Elsőként nézzük meg miben látták a vezércikk az összeütközés eredetét, ugyanis ebben az esetben volt lehetőség leginkább az egyéni vélemény kifejtésére.

2.1. Debreczen: Szabad Anglia

Tekintve, hogy a konfliktusról már korábban is folyamatosan hírt adtak a lapok, így már előzetes információk is lehettek az olvasók birtokában a probléma gyökereiről. Azonban ez a cikk összegzi a legfontosabb elemeket. A vizsgált időszakban a négy napilap közül, a kérdés átfogó taglalására először a *Debreczen* 1899. szeptember 16-i száma tesz kísérletet *Szabad Anglia* címmel. A szerző onnan indította cikkét, hogy az angol birodalom a Föld lakható területének jelentős részét elfoglalta. Az angolok győzelmeit a szabad vagy szabadságra törekvő nemzetek örömmel üdvözlötték, mivel az elnyomás alóli felmentéssel és a szabadság kiterjesztésével jártak együtt. Ez a terjeszkedési politika legitimációját szolgáló ideológia volt, amelyet valószínűleg már a kortársak között is sokan kétségbe vonták.

Kiderült, hogy ez a felvetés hamis, mivel Anglia terjeszkedése inkább kereskedői érdekein alapuló hódítás, melynek célja, hogy újabb piacokat szerezzen magának. Hódításait gyarmatosítás követi. A támaszpontok helyett most már a területek kerülnek előtérbe. Igaz, hogy a rabszolga-kereskedés ellen fellépve jó ügyért szállt síkra, azonban ez a rabszolgamunkát használó területekkel szemben gazdasági érdeke is volt. A szabadságot éppen Anglia ellenében harcolták ki az amerikai gyarmatok – folytatja a szerző.⁹² Anglia az 1848–49-es szabadságharc idején sem emelte fel szavát az orosz invázió ellen, amit még a menekültek és Kossuth Lajos fogadásával sem tehetett jóvá. Hangsúlyozza, hogy Anglia nemcsak másokkal szemben követett el a szabadságot veszélyeztető lépéseket, hanem a szabadságharc idején tanúsított magatartása miatt sem szimpatikus.

A cikkíró úgy látta, hogy ez a hatalom rövidesen a legsötétebb világrész fénypontját képező szabad államra akar nyomást gyakorolni azzal, hogy az uitlanderek 5 év után polgárjogot kapjanak. Ez lehetővé tette volna azt, hogy a volksraad, azaz a parlament búr nyelve mellett, angolul, németül vagy más új állampolgár nyelvén is felszólalhassanak a képviselők. Ha ezt a búrok elutasítják, az angolok a szabad köztársaságot erre katonai erővel kényszerítik. A katonai megoldás alkalmazása azért sem volt figyelmen kívül hagyható, mivel ilyesmire már volt példa a

⁹² Debreczen, 1899. szeptember 16. 1.

közelmúltban. A háborút megelőző időszak addigi legnagyobb konfliktusa az angolok által támogatott 1896-os Leander Starr Jameson-féle betörés volt. Jameson, a Dél-Afrikai Társaság megbízottjaként 1895. december 29-én betört Transvaalba a johannesburgi angol felkelők puccsának támogatására, de már 1896. január 2-án kudarcot vallott, többek között azért, mert az elvárással ellentétben az uitlanderek nem fogtak fegyvert. A német császár táviratban gratulált Krugernek, egyben kijelentette, hogy a németek meg fogják védeni a búrokat minden hasonló támadás esetén. Ennek bizonyítékeként Herff pretoriai német konzul kezdeményezésére megpróbáltak csapatokat partra tenni a portugál Mozambikban, de az ottani hatóságok megtagadták a tranzitjogokat.⁹³ Cecil Rhodes fokföldi miniszterelnök, aki egyébként a fokföldi búrok támogatásával lett 1890-ben kormányfő, ebbe az akcióba bukott bele.⁹⁴ Addig ugyanis a búrok, többek J. C. Smuts neves politikus és katona, úgy tekintettek rá, mint Mózesre.⁹⁵ A gyarmat brit és búr lakosságát nagyon megosztotta a fegyveres akció.⁹⁶ Az 1896 januárjában Kruger láthatta, hogy nincsenek megbízható szövetségesei az európai hatalmak között. Leyds európai meghatalmazott követ arról számolt be, hogy sem Oroszország sem Franciaország nem érdekelt egy nemzetközi konferenciában, és egyik hatalom sem lépne fel támogatóan Transvaal mellett. Németország azt tanácsolta Krugernek, hogy ne ragaszkodjon a londoni egyezményhez. Így aztán Kruger országa magára maradt a Londonnal való tárgyalásokon.⁹⁷ A brit kormány arról értesült párizsi és berlini követségeitől, hogy a német és a francia kormány azt tanácsolta Leydsnek, hogy sürgesse Krugert a reformok meghozatalában. Ebből arra lehetett következtetni, hogy az említett hatalmak nem fognak Transvaal miatt konfliktusba keveredni Nagy-Britanniával.⁹⁸

Az indirekt beavatkozási kísérletet most felváltja a közvetlen angol beavatkozás. A Transvaalnak adott idő inkább a háború előkészítése miatt szükséges az angoloknak, hiszen az angol csapatok mozgósításához három hét kellett, írja a *Debreczen*.⁹⁹ Thomas Pakenham történész ezzel szemben arról beszél, hogy az angol csapatok mozgósításához három-négy hónapra volt szükség és egy millió font

⁹³ Sibbald: 18.; Smith: 109.

⁹⁴ Smith: 57.

⁹⁵ Smith: 62.

⁹⁶ Smith: 97.

⁹⁷ Smith: 111.

⁹⁸ Smith: 156.

⁹⁹ Debreczen, 1899. szeptember 6. 3.

értékben öszvérek, szekerek, ruhák és egyéb dolgok azonnali beszerzésére.¹⁰⁰ Ezzel kapcsolatban Jan Smuts búr generálist idézi: „A Jameson-féle betörés volt a valódi hadüzenet a nagy angol–búr konfliktusban... Ez még akkor is így van, ha még négy évi fegyverszünet is követte... A megtámadottak csendben és elszántan készültek az elkerülhetetlenre.”¹⁰¹ Az események kapcsán nyilvánvaló lett, hogy mennyire gyenge és elavult a búrok fegyverzete. Ennek következtében elkezdődött egy masszív búr fegyverkezés.¹⁰² Nem véletlen, hogy ezek után az uitlanderek közösségére úgy tekintettek, mint potenciális trójai falóra.¹⁰³ Azonban a búr fegyverkezésre elköltött 1-2 millió font garanciának látszott arra, hogy elejét lehessen venni az uitlanderek minden esetleges lázadásának.¹⁰⁴ A tudósítás végén, a cikk írója azt kívánta, hogy a háború ne következzen be. Kitérője esetén, pedig a búrok győzelmét óhajtotta. Egyben csodálkozását fejezte ki, hogy a szabadságért buzgólkodó, az angolok terjeszkedését féltékenyen figyelő nagy, művelt nemzetek nem lépnek közbe. Rezignáltan idézi a latin mondást: „*Lupus lupum non est!*” (Farkas farkast nem fal fel).¹⁰⁵

2.2. Debreczeni Ellenőr: Transvaal és Angolország

A *Debreczeni Ellenőr* 1899. szeptember 23. reggeli kiadásában megjelent vezércikkében Kuthi Zsigmond, a napilap szerkesztője egy rövid leírást ad *Transvaal és Angolország* címmel a konfliktus eredetéről. A cikk szerint 1842-ben Andries Pretorius vezetésével több szabadságszerető, nagyobb rész hollandus Fokföldet elhagyta, és átkelve a Vaal folyón (innen az ország neve) egy szabad parasztköztársaságot alapított. A honfoglalókat vezető Pretorius nevére neveztek el fővárosukat Pretoriának. A köztársaság létrejöttékor 5.400 négyzetmérföldet és 180.000 lakost számlált. A terület fa nélküli dombláncokból, kiszáradt folyómedrekből állt. Gabonában és déli gyümölcsökben gazdag vidék. A lakosok kezdetben főként marhatenyésztéssel foglalkoztak. A búrok által létrehozott államba angol, portugál és spanyol bevándorlók is érkeztek. Ezt az országot akarja most Anglia, Európa legműveltebb és legalkotmányosabb állama, – az erősebb jogán – uralma alá hajtani. A szigetország soha sem törődött az alkotmányosság, az emberiség és az

¹⁰⁰ Pakenham: 82.

¹⁰¹ Pakenham: 9.

¹⁰² Pakenham: 41.

¹⁰³ Smith: 105.

¹⁰⁴ Pakenham: 50.

¹⁰⁵ Debreczen, 1899. szeptember 16. 1.

igazság elvével, ha az ő érdekeiről volt szó. A cikk írója szerint Transvaal fejlődő ipara és kereskedelme felkeltette Anglia érdeklődését.¹⁰⁶ Nem elégedett meg azzal, hogy a búr államba bevándorlók, köztük a britek, csak hét év után kapjanak honosságot. Mohóságának számos jelét adta már, hiszen addig is hatalmas területeket sikerült uralma alá hajtani. Egyedül az Amerikai Egyesült Államok tudta kivívni vele szemben szabadságát és függetlenségét. A britek álszentségét azzal is bizonyítva látta a cikk írója, hogy a boszniai okkupáció idején az önmagát az Oszmán Birodalom védelmezőjeként feltüntető Anglia Ciprust akarta magának megszerezni, és a Fekete-tenger közlekedésének semlegességét kívánta biztosítani. Érdekeit szerte a világon számos támaszpont, pl. Gibraltár, Áden szavatolja. Tengeri flottája ott van az egész világon. Árui éppen úgy utat találnak a legfejlettebb országokba, mint a pápuák szigetére. Ipara, kereskedelme, mezőgazdasága első helyen áll az egész világon. Telhetetlenségének áldozata a kicsiny ország. A cikk írója felveti, hogy: „Hol itt a politikai morál?”... „Igazán ideje volna már, hogy a világ békének az országa eljőjön és megszabadítaná az emberiséget legalább az olyan politikai moráltól.” – írja Kuthi Zsigmond.¹⁰⁷ A *Debreczen* cikkéhez hasonlóan itt is előfordul az Egyesült Államok szabadságharca, valamint morális szempontok felvetése, igaz, hogy a magyar szabadságharccal való párhuzam nem jelenik meg. Az „állampolgárok védelme” cinikus hivatkozás itt is megjelenik.

2.3. Debreczen: A világbéke Tránszvál

A harmadik tanulmányozott tudósítás a *Debreczen* napilapban jelent meg 1899. október 2-án *A világbéke Tránszvál* címmel. A vezércikk II. Miklós az orosz cár világbékét célzó indítványának és a hágai békekonferenciának a fényében tárgyalta a búr helyzetet. A cikk írója, akinek a nevét nem ismerjük, leszögezi, hogy már az elején sem hitt, sem a cár általános leszerelést megcélzó kezdeményezésének őszinteségében, sem a hágai békekonferencia sikerében. Ezt II. Miklós cár részéről propagandafogásnak tartotta, aki II. Vilmos császárhoz hasonlóan a figyelem középpontjába akart kerülni. A világbékét célzó indítványt az elnyomott népek és az újdonságra vadászó újságírók közül sokan elhíthék. A hágai leszerelési konferencia azonban nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket. Azonban a kisebb hatalmak és egyházi hatalom, „melynek csakugyan krisztusi jelszava lehetne az örökbéke”, megsértődtek, hogy nem vonták be őket a világbékéről szóló

¹⁰⁶ A cikk írója azonban nem említi a cikkíró arany- és a gyémántlelőhelyeket.

¹⁰⁷ Debreczeni Ellenőr. 1899. szeptember 23. 2–3.

eszmecserébe. A népek békevágyát megértette a cikk írója, de rámutatott arra, hogy az újságírók szenzációhajhászásának hátterében az áll, hogy a napilapok akkor kapósak, ha ilyen híreket tálnak fel. Ebből ők jól meg tudnak élni, a hatalmaknak pedig jól jött az időnyerés, és a leigázott népek feletti uralom biztosítása. Így érthető miért esett kútba mind a cári kezdeményezés, mind pedig a hágai konferencia célja. Nem csoda, hogy a különböző országok közönyösséggel, vagy önző semlegességgel viseltetnek az angolok a „*Délafrikai szabad köztársaság*” elleni háborúja iránt, mely igazából messze van. Sem a búrok elleni erőszak, sem a nyomósabb érv, az angol terjeszkedést nem jó szemmel néző nagyhatalmak érdeke nem volt elegendő ahhoz, hogy közbelépjenek. A befolyásos orosz lap, a *Novoszt*i szerint kizárt a hatalmak beavatkozása a transvaali kérdésben. A cikkíró szerint a berlini *Nationalzeitung* találóan fogalmazott, amikor kijelentette, hogy a hatalmak érdekeit nem érintik a dél-afrikai események. Ebben a cikk írója azt látta, hogy a hatalmakat sem az általános emberi érdek, még olykor saját nemzetük érdeke sem vezeti, hanem csak a hatalmi szempontok, amelyek pedig mindig terjeszkedésre törekszenek, ami pedig az örökbékét kizárja. Ezt látta annak hátterében, hogy a nagyhatalmak hallgatólagosan hozzájárultak, vagy ki is nyilvánították semlegességüket, hogy egy-egy területen az egyik vagy másik hatalom hódítson, és elnyomhassa a szabad nemzeteket.¹⁰⁸

Ennek a hátterében az állt, hogy nem a népek szabadságának tisztelete a fő, hanem a kereskedelmi érdekek, az arany- és gyémántmezők birtokba vétele. A cikkíró szerint a nagyhatalmak nem vették figyelembe, hogy Transvaal – 325. 070 km² – és Oranje – 279. 259 km² – meghódítása nemcsak a miatt fontos, hogy nagy anyagi erőforrásokkal rendelkezett mindkét terület, hanem az Afrika megszerzésére törekvő britek számára nagy előrelépés. Elemzése szerint Nagy Britannia törekvése aztán nagy konfliktust fog majd támasztani az egymásra féltékeny hatalmak között. Ez hosszú távon a többi gyarmati hatalom érdekei ellen szól – vélte a szerző. Pedig még most az egészet meg tudnák előzni egy békekonferencián, de tiltakozásuknak fegyverrel is nyomatékot adhatnának.¹⁰⁹ Észrevehetjük, miként más tudósításokban, morális vonatkozások itt is szerepelnek. A szerző új politikai szempontokat is beépít érvelésébe Afrika egészének gyarmatosításával kapcsolatban. Záró akkordként a cikk egyben ostromozza a hatalmak tétlenségét is.

¹⁰⁸ Debreczen 1899. október 2. 1.

¹⁰⁹ Debreczen 1899. október 2. 2.

2.4. Debreceni Ellenőr: Anglia hatalmaskodása

A *Debreceni Ellenőr* második értékelő cikke 1899. október 6-án jelent meg *Anglia hatalmaskodása* címmel. Csakúgy mint a *Debreczen* napilapban itt is megjelennek a morális érvek. Kárhoztatta Anglia fellépését a szerencsevadászok és kalandorok mellett, amiért az nekik éven belüli szavazati jogot és parlamenti helyeket követelt. Ez egy eléggé átlátszó ürügy volt. Nem véletlen, hogy felháborította az egész művelt világot az angolok viselkedése, akik nemrég még a Dreyfus-ügy kapcsán Franciaország felett törtek pálcát. Természetes, hogy ilyen körülmények között a világ közvéleménye rokonszenvvel kísérte a búrok katonai készülődését, akik minden hadra fogható férfit mozgósítottak. A cikk alapján látható, hogy a nemzetközi közvéleménynek milyen súlya volt egy egykorú eset kapcsán. Remélni lehetett egy hasonló állásfoglalást. Kruger transvaali elnök ultimátumot intézett Angliához, hogy vonja vissza a határra felvonult csapatait. Transvaal még akkor hajlott a békés megoldásra. Ragaszkodott azonban szuverenitásához, melyet az 1884-es konvenció mondott ki.¹¹⁰ Említésre érdemesnek tartotta a szerző, hogy angolok is fegyvert fogtak más külföldiekkel együtt fogadott hazájuk védelmére.¹¹¹ Ezzel az angol gyarmatosítással szemben ismét megjelent egy új elem. Voltak, akikben élt a szabadság lelkiismerete és az elnyomott népek oldalára álltak. Természetesen ez is egy egyoldalú magyarázatot jelentett, hiszen a transvaaliak az angolokkal szemben valóban kis nép voltak. Azonban a hirtelen többségbe kerülő bevándorlókkal szemben ők is nehéz helyzetbe kerültek a szabadságjogok és egyenlőség kérdését illetően, nem is beszélve a búrok és a bennszülöttek közötti viszonyról. Mind az angolok mind pedig a búrok leigázták a bennszülött törzseket, földjeiket elvették és ezzel szabadságukat is. E tény felett a legtöbb tudósítás elsiklott néhány igen ritka kivételtől eltekintve. A cikkben nagyon negatívan ítélték meg a bevándorló külföldiek transvaali szerepét, úgy állítva be, hogy mindenki „szerencsevadász és kalandor”, ami természetesen nem volt igaz, hiszen külföldiek is nagy számban fogtak fegyvert a búrok oldalán. A Dreyfus-párhuzam felelőlegesen érthető, hiszen ebben az időszakban ért véget a per, és ott valóban megmozdult a világ közvéleménye, amely a búrok esetében azonban nem ért el változást.

¹¹⁰ Debreceni Ellenőr 1899. október 6. 1–2.

¹¹¹ Lásd Szabó-Zsoldos Gábor cikkét XIII. Leó unokaöccse a második angol–búr háború harcterain? (A debreceni Péchy Tibor dél-afrikai tevékenysége a közvélemény tükrében) = Debreceni Szemle 2011/3 280–288.

2.5. Debreczeni Ellenőr: Arthur Desjardins álláspontja

A gazdasági és politikai háborús motivációk mozgató rugóit a cikkek eltérően, de ismertették. Az elemzésekben a demokrácia kulcsfogalmait (egyenlőség, szabadság és béke) beállítottságuknak megfelelően magyarázta mindegyik lap tudósítója. A morális bírálatok után, amelynek a politikában viszonylagos szerepe van a nyomásgyakorlásban, új színként megjelenik egy eddig el nem hangzott érv, a nemzetközi jogra való hivatkozás. Az *Ellenőr* 1899. október 7-i kiadásában a debreceni lap cikkírója Arthur Desjardins-ra, mint a nemzetközi jog nemcsak Franciaországban, hanem szerte Európában elismert szakértőjére hivatkozott *Anglia jogai a Transzválban* című cikkében. A francia jogtudós a *Le Correspondant* című lapban nyílt levelet intézett az angol királynőhöz. Rámutatott arra, hogy a felek két egyezmény kapcsán állnak egymással vitában. A fő kérdés az, hogy alá van-e rendelve Nagy-Britanniának Transvaal. Ennek a kérdésnek a tisztázásában tevékenykedett Sir Alfred Milner az elmúlt év áprilisa óta. Desjardins említi, hogy az első búr háborút (1881) lezáró egyezményben a búrok fontos jogokat biztosítottak az angol kormánynak: a külügyek ellenőrzését, katonai csapatok átvonulását és egy nagyhatalmú elnök kinevezését. Itt szerepelt az angol szuverenitás is. Ezt 1884. február 27-én egy újabb egyezmény követte. Anglia ugyanis beavatkozott a bennszülöttek és a búrok közti viszályba. Ebben az újabb megállapodásban azonban már nem szerepel a szuverenitás szó. Az egyetlen erre utaló pont a szerződés 4. paragrafusában szerepel, amely kimondja, hogy a dél-afrikai köztársaság semmiféle egyezséget vagy szerződést nem köthet más állammal vagy nemzettel, sem pedig a bennszülött törzsekkel Oranje Szabad Államon kívül az angol királynő jóváhagyása nélkül. Ezt a cikkelyt több ízben is alkalmazták, így 1877-ben mikor Transvaal aláírta a genfi konvenciónak a sebesültekre vonatkozó részét. Joseph Chamberlain gyarmatügyi miniszter szerint azonban az 1884-es konvenció csak folytatása az 1881-esnek, de azt nem helyettesíti, mivel nincs olyan záradéka, amely hatályon kívül helyezné az 1881-es egyezményt. Desjardins azonban úgy vélekedik, hogy ilyen záradék csatolása rendkívüli kivétel, a gyakorlatban egy új egyezmény megkötésekor a régi egyszerűen érvénytelenné válik. A francia jogász erre több példát hoz fel, melyekkel alátámasztja Chamberlain követelésének jogtalanságát. „Anglia beavatkozása Transzvál belügyeibe tehát nem egyéb mint megsértése a nemzetközi törvényeknek és nyílt

erőszak”¹¹² – zárul ez a cikk. A jogtudós ezzel egyértelműen a búrok mellett foglalt állást, amit a hírlap is a sajátjának tekinthetett.

2.6. Debreczeni Ellenőr, Debreczeni Újság: Fordulat a búrok megítélésében?

Nemcsak pozitív értékelés jelent meg a búrokról. A *Debreczeni Ellenőr* és a *Debreczeni Újság* a háború kitörése, 1899. október 11. utáni, október 14-i számában azonban egy eddigiekkel teljesen ellentétes hangú távirati tudósítás jelent meg a *Debreczen* és a *Debreczeni Ellenőr* vezércikkeihez képest. Ez az eddigi búr szimpátia után az angolok mellett foglalt állást. Talán az is lehet az eddigiektől teljesen elütő hangvétel magyarázata, hogy ebben az esetben nem a szerkesztőség saját cikkéről, hanem egy meg nem nevezett forrásból származó híradásról van szó. Az olvasótábor érdeklődésének szinten tartása is lehetett egy komoly üzleti megfogásnak a része is. Ellentétes álláspontok bemutatása tárgyilagosabbnak tűnetheti fel a lapot.¹¹³

A felvezetés arról szól, hogy a két ország között diplomáciai fogalmak szerint már kitört a háború, de még nem kezdődött meg a fegyveres összecsapás. A búrok megkezdték előrenyomulásukat az angol területeken. A cikk írója világosan leszögezte, hogy amit el akar mondani, az egy „fogalomzavar” tisztázását szolgálja. Úgy vélte, hogy a szegény búrok és a zsarnok, kapzsi angolok szembeállítása nem helytálló. A közvélemény a búrok felé fordult, mivel azok szabadsága veszélyben van, és az angolok meg akarják semmisíteni függetlenségüket. Ez így rendjén is volna, de a közvélemény nem jól látja a helyzetet. A búrok magukénak követelik a szabadságot, de szomszédjaiktól megtagadják. A búrok feudális arisztokraták, akik a velük (uitlanderek) és alattuk (öslakosok) élő embertársaiktól még a természetes jogokat is megtagadják, és a bennszülött néppel rosszabbul bánnak, mint az állatokkal. A maroknyi búr arisztokrácia százezernyi embert ural és zsákmányol ki. Anglia győzelme esetén a búrok elvesztik függetlenségüket, de felszabadul Transvaal lakosságának elnyomott többsége. „Czivilizáció, rend, jog és törvény járnak az angol fegyverek nyomában” – írja a cikk írója.¹¹⁴ Igaz, hogy a britek meggazdagszanak a meghódított országokból, de azok lakói is vagyonosodnak, mert Anglia nem folytat rablógazdálkodást, hanem intenzív munkával megtízszerezi az adott terület hozadékát. A búrokat

¹¹² Debreczeni Ellenőr 1899. október 7. 4–5.

¹¹³ Természetesen itt feltételezésekre hagyatkozhatunk, amely további kutatásokat igényel.

¹¹⁴ Debreczeni Ellenőr 1899. október 14. 3., ill. Debreczeni Újság 1899. október 14. 2.

csak a gyengébbek iránti szimpátia illeti meg, a szabadság és jogegyenlőség szempontjából szimpátiára érdemtelenek. „Ez nem elnyomott emberek szabadságharcza; ez elnyomók védekezése a hatalmasabb, emberségesebb felszabadító ellen.” A haladás nevében Anglia kénytelen leverni a búrokat. [!] Az, hogy angol, francia vagy német fegyver által törik meg a búr parasztok oligarchiáját ebből a szempontból mellékes. A fő dolog az, hogy Afrika legdélebbi részében is teret kell hódítania, az egyenlőségnek. Majd ha egész Dél-Afrikában létrejön a jogegyenlőség, akkor eljöhethet az idő a politikai függetlenség visszavívására. Az a küzdelem már jogos küzdelem lesz, melynél a rokonszenv joggal állhat az afrikaiak mellé, de ez még messze van. Egyelőre még nem lehet tudni, hogy nem-e a zsarnok búrok maradnak-e fölényben.¹¹⁵

Ez a meglehetősen markáns váltás a búrok megítélésében a vizsgált időszak végéig nem fordul újból elő, még utalás sincs erre. Ennek magyarázata jelenleg nem ismeretes számomra. A cikk egyértelműen az angol terjeszkedés jogszerűségét magyarázza. Kiemelve annak civilizációs előnyeit, amely a búrok feudális elnyomása után nagy előrelépés lenne az ott élők számára. A búrok csak mint gyengébb fél érdemelnek szimpátiát. A fő dolog, hogy a bennszülötteken és az uitlandereken zsarnokoskodó hatalmuk megdöntessék, az hogy ez éppen az angolok által történik az teljesen mellékes. Az angolok beavatkozása csak lépcső egy igazságosabb világ felé, melyet majd a politikai függetlenség kivívása tetőzhet be. Az írás igyekszik tárgyilagos lenni, de összességében inkább utópisztikusnak mondható. Érvelése azonban nem alaptalan. A búrok valóban hittek abban, hogy a szolgaság a fekete ember sorsa. A Szentírással igazolták állításukat, például olyan részekkel mint Mózes első könyve 9. részének 25. verse. „Átkozott Kánaán! Szolgák szolgája legyen atyjafiai közt.” Az átok ezen bélyegét erősítette a darwini elmélet laikusok általi értelmezése. A kálvinizmus ilyen fundamentalista értelmezése nem új keletű, hiszen az angolszász brit gyarmatosítók is évszázadokon keresztül hasonló érveket is megfogalmaztak a világnézetük alapjául szolgáló Szentírás alapján. Nem meglepő, hogy a búrok nem is számoltak a feketék háborúba történő bevonásával. Kruger elnök szerint ez megdöbbentené az emberiséget. De nemcsak a búrok voltak ezzel így. Eleinte mindkét oldal tartott attól, hogy az európaiak presztízse csökken, ha az őslakosság látja, hogy a fehéreket is le lehet győzni. Ez veszedelmes precedenst teremt. A feketék sorsának felemlítésével a cikk írója valóban új szempontot vezetett be a konfliktus

¹¹⁵ Debreczeni Ellenőr 1899. október 14. 3., ill. Debreczeni Újság 1899. október 14. 2.

elemzésébe, hiszen mindkét oldalt demokratikusnak mutatják be a 'tárgyilagos' tudósítások, de erről a szempontból mintha mindkét oldal könnyedén elfelejtkezett volna. A katonai helyzet miatt átértékelte mindkét fél az álláspontját, a feketéket elkezdtek különféle ígéretekkel bevonni a háborúba. A brit erőket vezető Herbert Kitchener úgy magyarázta a nem európaiak felfegyverzését, hogy az a saját védelmük érdekében, a búrok ellen történt.¹¹⁶ Hasonlóan a másik oldalon is részt vettek a harcokban nem európaiak is.

3. Áttekintés: a búr háború megjelenítése

Az újságcikkek elemzéséből kiderül, hogy a napilapok a háborút sok esetben a szabadságjogok felől közelítették meg. Az angolok számára a szabadság és a választójogok megadásának szorgalmazása első rendű, hiszen a bevándorlás az ő gazdasági érdekeiket szolgálta, egyúttal ürügyet teremtett a beavatkozásra is. A búr köztársaságokban így a brit alattvalók felébe kerülhetek volna a „hazai” lakosoknak. A dolog szépséghibája, hogy a britek a bennszülötteknek nem kértek hasonló jogokat, az valahogy elfelejtődött. Ha búrok a kért jogokat megadják, akkor kisebbségbe kerülhetek volna „saját” országukban. Azonban a saját sem volt saját, hiszen az ott élő afrikai törzsektől vették el a fehérek, legyenek britek vagy búrok a szabadságukat. Az ideológiai indoklás végül is mindegy volt az eredmény szempontjából. A protestáns britek nem adták meg a teljes szabadságot és egyenlő jogokat nemtől és fajtól függetlenül minden ott lakónak. Nagyon is sántított ez a demokratikus felhangokkal takaródzó, imperialista és nacionalista brit hozzáállás. A politika mint ideológia, világnézet és a hozzákapcsolódó vallási és kibontakozó szekurális érvelés mind a brit gazdasági és kizsákmányoló érdekeket szolgálta.

A búrok, a holland származású kálvinisták se voltak sokkal jobbakk. A szabadság számukra önmaguknál kezdődött és végződött. Ők is, a britekhez hasonlóan a választott népnek tartották magukat. A tudósítások egyike sem említi meg ezt az igen lényeges motivációt, amely mind a két kálvinizmus által igen komolyan befolyásolt protestáns országot mozgatta. A Szentírás sajátos értelmezése biztosította a keresztyéneket afelől, csakúgy, mint az ókorban a zsidóságot, hogy Isten őket küldi a világ jobbá tételére. Ez pedig a civilizáció áldásos

¹¹⁶ Siwundhla, Hulme T.: White ideologies and non-european participation in the anglo-boer war, 1899–1902 Journal of Black Studies, XV. évf., 2. szám 1984. december 224–226.

tevékenységének a kiterjesztését jelentette. Míg a nyugati keresztyén kultúrkör számos vívmányát valóban átültették a britek és a búrok a világ számos pontján, és kétségtelenül haladó dolgokat is képviseltek, egy igen lényeges tényezőt elhallgattak, mégpedig a kizsákmányolást, a másik leigázását, amely a keresztyénnek nevezett kultúrák gazdasági jólétét megteremtette. A vallás mint ideológia szolgálatába szegődött a politikai és gazdasági törekvéseknek. Pregnánsan jól látható ez az idézett ószövetségi szakaszból a búrok esetében. Nem mondhatjuk azonban azt sem, hogy a britek sokkal demokratikusabbak voltak a bennszülöttekkel szemben. Évszázadokon át a protestáns, kálvini eszméket magában szívó brit hatalom támogatta a demokratikusnak messze nem nevezhető embertelen rabszolgaságot, amit csak 1833-ban töröltek el a William Wilberforce vezette mozgalom hatására. Ha valami, akkor ez nagyon messze kellett, hogy álljon a kereszténységtől.

Másodszor a protestáns Nagy-Britanniában a faji felsőbbrendűség éppen ezen pillanatában, amikor a vallási alapú indokok felszámolódnak, megjelenik a darwinizmus faji alapú gondolkodása, amely mint búvópatak támogatta ugyanazt a célt csak más érvekkel. Mind a brit mind pedig a búr protestánsok hittek a faji felsőbbrendűségben és nagyon messzi voltak a demokrácia, szabadság, egyenlőség és testvériség megvalósításától. Ezeket a fogalmakat csak a fehérekre alkalmazták eltérő hangsúllyal, a bennszülöttekre nem.

Ha a hat vezércikket csoportosítani kívánjuk, azt lehet gondolni, hogy ezek közül öt kifejezetten búrpartí és egy pedig határozottan búrellenes, de nézzük meg ennél árnyaltabban ezt a képet. A visszatérő érvek közé tartozik a szabadság, egyenlőség, választójog megléte, de szerepel a gazdasági, politikai motivációk említése is. A búrpartí írások közül az Arthur Desjardins jogi elemzése önálló egységet képez. Az első cikk mondható a leginkább angolellenesnek. Az ott előforduló érvek megtalálhatóak a hasonló stílusú második cikkben is. Angliát, mint a szabadság bajnokát állítja a bevezetésben, amely nemzetközi támogatást élvez. Ez azonban, ahogy érvel téves meglátás, hiszen kereskedelmi érdekei vezetik, és nem szabadságot hoz, hanem gyarmatosít. Még a rabszolgaság eltörlését is önös érdekei miatt támogatja. Az Egyesült Államok szabadságharca is a zsarnok ellen irányult. Az 1848–49-es forradalom és szabadságharc idején is álságos magatartást tanúsított. Az uitlanderek melletti fellépése csak kifogás. A boldog búrok elleni fellépése először kudarcba fulladt (Jameson-betörés), majd ezt követte a nyílt agresszió. Tárgyalási szándéka merő időhúzás. A nagyhatalmak közönyös viselkedését elítélik, mely voltaképpen saját érdekeit ellen irányul. A harmadik *A világbéke Tránszvál* című cikk főként nemzetközi

összefüggésben értelmezi a konfliktust, hangsúlyozza annak az éppen lezárult a világbékét célzó hágai konferenciának a kudarcát.

Ezzel szemben az utolsó vezércikkben a búrok az elnyomók, akik a bennszülötteket leigázzák, és a bevándorlókat semmibe veszik. Az ő nemzetközi támogatásuk téves elképzelésen alapul. Ezzel szemben a civilizált angolok, még ha hódítanak is, jó ügyért küzdenek, hiszen ezt kívánja meg a haladás. Ebből a szempontból mindegy, hogy angol, francia vagy német katonai beavatkozás következik-e be. Nem mellesleg Anglia nagyszerűen ért a meghódított országok gazdaságának fellendítéséhez. Ami elgondolkodtató, hogy végül felveti annak a lehetőségét, hogy majd egyszer a dél-afrikaiak is kivívhatják függetlenségüket, de az még messze van. Míg a búrpartii írások meg sem említik a bennszülöttek kérdését, addig a búrokat ellenző írás többek között az ő elnyomatásukra alapozza érvelését. Az persze más kérdés, hogy az angolok által felszabadított népekkel általában mi történt. A kérdést a világbéke utáni törekvés jegyében tárgyaló *A világbéke Tránszvál* cikk a szándékok álságos voltára utalt. A Dreyfus-perrel ellentétben a nagyhatalmak nem fognak mások szabadsága mellett síkra szállni, ha ez nem érdekük. Összességében elmondhatjuk, hogy a Desjardins-féle összegzést leszámítva a konfliktusban szembenálló felek bemutatása eléggé sarkos. Árnyaltabb megközelítésre nem találunk példát.

A SZÁMVITEL FOGALOMRENDSZERE

Bevezetés: Több évtizedes oktatói tevékenységem egyik jelentős tapasztalata, hogy a hallgatóim nagyon nehezen tudják értelmezni és a gyakorlatban kezelni a számvitelben használt fogalmakat, és ezzel a problémával bizony szakmai szemmel nézve sok esetben egyet is kell értenem. A nehezen kezelhetőség okát abban látom, hogy az említett fogalmak jó része mind elnevezésében, mind tartalmában nehezen értelmezhető, esetleg számviteli értelmezése eltér a köznapi értelmezéstől. További gond, hogy az alkalmazott szakkifejezések egy része nyelvtanilag is helytelen, illetve logikátlan, pl. felfoghatatlan, hogyan lehet jogszabályt alkotni helyesírási hibákkal...

A vázolt problémakör bemutatására számviteli információs rendszer egyes elemeinek a vizsgálatát végzem el, egyben javaslatot teszek a bemutatott fogalmak és szakkifejezések módosítására, cseréjére, ezáltal könnyítve a rendszert tanulók illetve azt használók dolgát. Nem titkolt szándékom a szakmai szervezetek és jogalkotók figyelmének a felhívása is az adott területre.

1. A vállalkozások vagyonát bemutató mérleg fogalmkörének (nem teljes körű) elemzése, illetve újragondolása:

Mérleg: Az elnevezés találó, jól értelmezhető, ennek ellenére a javaslatom az, hogy legyen **vagyonmérleg!** Ez a fogalom közérthetőbben utal arra, amit ez a számviteli dokumentum bemutat, nem véletlen, hogy nagyon sokan eleve ezt a fogalmat használják a szakmai szóhasználatban.

Eszközök: Az elnevezés nem túl szerencsés, nem véletlenül szoktam az óráimon is említeni, hogy a kifejezés egyáltalán nem adja vissza a tartalmát. Ha abból indulunk ki, hogy az eredeti elképzelés az eszközök kifejezésben vélhetően arra utal, hogy a vállalkozási tevékenység folytatásának az eszközei, akkor ez messze nem igaz a vagyonelemek egy jó részére. Javaslatom tehát a **vagyonelemek**, mely pontosan tükrözi a további tartalmat, ráadásul illeszkedik a későbbi vagyonelem csoportosításhoz (főcsoportok, csoportok, sorok illetve tételek) is. Megjegyzem még, hogy az egyes szakirodalmakban (és itt-ott az oktatásban is)

fellehető aktívák kifejezést is megszüntetném, legalábbis a történelmi hivatkozás szintjén kívül. Túl sok értelme és objektív tartalma nincs, vagyis felesleges, értelmetlen.

Befektetett eszközök: Itt több variációt is el tudok képzelni, vagyis a javaslatom a **befektetett vagyonelemek, tartós befektetések**, illetve **tartósan befektetett vagyonelemek** lehet. Szándékosan nem akarom leszűkíteni a javaslataimat minden esetben egy kizárólagos fogalomra, ezzel is érzékeltetve, hogy itt – bár tudományosan megalapozott – hangosan gondolkodásról van szó.

Immateriális javak: A megoldás egyszerű, ha pusztán magyarra fordítunk, hiszen ez nem anyagi javakat jelent, mint ahogy a számviteli törvényen kívül máshol már használják is ebben a megfogalmazásban, mégsem ilyen egyszerű a dolog. A nem anyagiság a tapasztalataim szerint sokszor és sokakban olyan képzetet kelt (teljesen mindegy, hogy megalapozottan-e vagy sem), mintha valami légnemű vagyontárgyról lenne szó. Mivel a fogalom olyan vagyontárgyakat takar, melyeknek az **értéke** nem az anyagiságukban rejlik, javaslatom a **nem anyagi értékű javak**.

Tárgyi eszközök: Az előbbi eszmefuttatás analógiájára ezt **anyagi értékű javak/vagyonelemek** kifejezésre javaslom módosítani. Úgy gondolom, a hasonló hangzás (nem anyagi értékű, illetve anyagi értékű) pontosan kifejezi a két kategória közötti különbséget, de így könnyen értelmezhető, könnyen megjegyezhető.

Befektetett pénzügyi eszközök: Az eddigi gyakorlatban zavaró volt, hogy a kifejezés első szava tartalmazza a gyűjtőkategória első szavát (befektetett), ami felesleges, mindenesetre mostani javaslatom egyszerűen **pénzügyi (jellegű) befektetések**. Ez pontosan tükrözi a tartalmat, a főcsoport megnevezés (pl. tartósan befektetett vagyonelemek) pedig egyértelműen jelzi a kategória tartós voltát, vagyis azt, hogy futamideje/lejáratá meghaladja az egy évet.

Forgóeszközök: Az elnevezés jópofa, csak éppen zavaró, nem véletlen, hogy előadásaimon mindig azzal kezdem, hogy itt most nem pl. a bűgőcsigáról lesz szó. Az elnevezés a forgatási célra, ill. arra utal, hogy az adott vagyonelem nem tartósan van jelen a vállalkozás vagyonában, egy éven belül eltűnik, éppen csak megfordul ott (gondolom innen az elnevezés). A javaslatom ennek megfelelően a **nem tartós vagyonelemek**, vagy a **forgatási célú vagyonelemek** kifejezés.

Készletek: Az alkalmazott elnevezés igazából nem adja vissza a kategória lényegét és tartalmát, nem véletlen, hogy a fogalom egységes meghatározása helyett inkább a részletekre bontás és a részterületek szerinti értelmezés volt oktatói gyakorlatomban a célravezető, vagyis külön fogalmaztam meg a vásárolt készleteket (és azon belül is tovább bontottam), illetve a saját termelésű készleteket. Ebből adódóan szétválasztanám a készletek fogalmát már a vagyonomérleg főcsoporton belül is, mégpedig 3 csoportra: legyenek **felhasználásra kerülő vagyonelemek** (a korábbi anyagok), **kereskedelmi célú vagyonelemek** (a korábbi áruk), illetve **saját előállítású vagyonelemek**. Ez a felosztás persze újabb problémákat szül majd a tétel (sor) szerinti kategorizálásban, de az már egy külön téma, a hosszú távú hasznok messze meghaladják a rövidtávon megjelenő problémákat.

Követelések: Ez egy olyan kategória, amely érthető, logikus, viszont nem egyértelmű. Miként az oktatásban folyamatosan tapasztalom, a hallgatók (és vállalkozók) számára sokszor nem világos, hogy a követelések a vállalkozás követeléseit jelentik-e más gazdasági szereplőkkel szemben, vagy pedig a vállalkozással szemben fennálló, más gazdasági szereplők által támasztott követeléseket. Kedvenc rávezető tanácsom, hogy ha elbizonytalanodnak egy információ kapcsán, akkor önző módon tegyék elé az „én” szócskát, és mindjárt egyértelmű lesz, hogy az én, vagyis a vállalkozás követeléséről van szó. Ezzel együtt javaslom, hogy a vagyonomérlegben ez a csoport a továbbiakban **követéseink** elnevezéssel szerepeljen, ami vélhetően sokat segít a tanulásban, illetve a vagyonomérleg értelmezésében, ami az oktatás eredményességén messze túlmutató cél.

Értékpapírok: Hasonlóan a követelésekhez, jól értelmezhető kategória, ezzel együtt megfontolásra tartom érdemesnek a **rövid lejáratú értékpapírok** elnevezést, ami megkönnyíti a pénzügyi befektetések között megjelenő hosszabb lejáratú/futamidejű értékpapíroktól való elkülönítést.

Pénzeszközök: Ezzel a kategória is változatlanul maradhatna, de itt is megfontolásra javaslom a **felhasználható pénzeszközök** kifejezést, utalva itt is arra, hogy egyértelműen megkülönböztessük a kategóriát a (tartósan) lekötött pénzeszközöktől, amelyek pénzügyi befektetésnek minősülnek.

Aktív időbeli elhatárolások: Korrekciós, vagyont növelő, vagyis bevételt növelő, illetve elszámolt költséget csökkentő tételek. A

vagyonelemek között történő korrekciós megjelenítése indokolt, mert a vagyonforrások között megjelenik plusz bevételként, illetve mínusz költségként-ráfordításként, aminek a párja a vagyonelem oldalon nem lehet pénz vagy követelés, hiszen még nem esedékes (a bevételnél), illetve már ki lett fizetve vagy el lett számolva (a költségnél-ráfordításnál). Vagyis most csak az elnevezésre koncentrálna a javaslatom szerint inkább **vagyont növelő korrekciós tételek** lehet az elnevezés, pusztán a könnyebb értelmezhetőség végett.

Források: Áttérve a vagyonmérleg másik oldalára, a források megnevezés helytálló, de szükségesnek tartom az egyértelműsítést, mégpedig a **vagyonforrások** elnevezéssel. Itt is megjegyzem, hogy az időnként még fellelhető passzívák elnevezést feleslegesnek és abszolút kihagyhatónak tartom.

Saját tőke: Félreérthetőnek tartom, hiszen a tőke szó hallatán elsődlegesen mindenki a pénzre asszociál. Tekintsünk el a számviteli szakemberek „látásmódjától”, ne feledkezzünk meg arról, hogy a mérleg a vállalkozások vagyont bementató számviteli dokumentum, így megértése és értelmezése a vállalkozások vezetői és tagjai számára ugyanolyan lényegesek, mint a könyvelők illetve a hatóságok számára. Nem abból kell kiindulnunk, hogy egy szakember pontosan érti és tudja, hanem abból, hogy hogyan tudjuk a laikusok számára is egyértelműen és közérthetően megfogalmazni a vagyonmérleg adatait. Javaslatom a közérthetőségre irányul, a vagyonmérleg csoportot jelöljük a **saját forrás jogcímei** fogalommal. A jogcím szócska egyértelműen mutatja, hogy itt nem vagyontárgyról, illetve pénzről van szó, a saját forrás kitéltet pedig eddig is használtuk az értelmezésére.

Jegyzett tőke: Mivel a saját forrás jogcímei vagyonmérleg főcsoport elnevezés egyértelművé teszi az alkalmazók számára, hogy ebben a kategóriában nem vagyontárgyakról van szó, elfogadható a jegyzett tőke kifejezés változatlan használata.

Jegyzett, de még be nem fizetett tőke: Miként az előző vagyonmérleg csoport esetében (jegyzett tőke), itt sem látok okot a változtatásra, maradhat ez a kifejezés.

Tőketartalék: Bár logikailag ugyanaz a helyzet, mint az előző két csoportban, ebben az esetben talán szerencsésebb lenne a **tartaléktőke** elnevezést alkalmazni, így ez a 3 kategória logikailag egységesebb képet

mutatna már a fogalomhasználat szintjén is, amit a tartalom is indokoltta tesz.

Eredménytartalék: Az elnevezés nem igazán utal a tartalomra, így a laikusok számára nehezen kezelhető. Szerencsésebbnek tartom a **(fel)halmozott eredmény** kifejezés használatát, ami pontosan utal a kategória tartalmára, egyértelmű.

Lekötött tartalék: Az elnevezés belefér abba a logikába, hogy a saját forrás ilyen jogcímen van lekötve, vagyis maradhat, azzal a megjegyzéssel, hogy a jogcímek itt egyszer származási jogcímekeket, egyszer pedig felhasználási-lekötési jogcímekeket jelentenek, vagyis indokolt lehet a kategóriák sorrendjének a származás illetve felhasználás-lekötés szerinti átcsoportosítása.

Értékelési tartalék: Ez is olyan kategória, amely a lekötés és nem a származás jogcímét jelenti, vagyis az elnevezés maradhat, a kategória helye megfontolandó.

Mérleg szerinti eredmény: Az elnevezés pontosan jelzi, hogy a tárgyevi eredménynek ez az a része, ami a mérlegben megjelenhet, vagyis ami a tevékenység eredményessége következtében a saját források növekedését/csökkenését okozza, így a megnevezés megfelel a követett logikának.

Céltartalékok: A vagyontörzs forrásai saját és idegen források (lásd később) közé helyezése teljesen logikus és indokolt, hiszen a céltartalékolás, vagyis a vagyonelemek szabad felhasználásának bizonyos célokra történő tartalékolása (tehát ez is felhasználási/lekötési jogcím) megvalósulhat saját forrásból, illetve idegen forrásból is, és éppen emiatt nem szerepelhet a saját forrás jogcímei között, mindenesetre az elnevezés teljesen rendben van, esetleg egyes számba is tehető.

Kötelezettségek: Az elnevezés ugyanúgy rendben van, legalábbis elvileg, mint a vagyonelemek követeléseink nevű vagyonelem csoportja. Ennek megfelelően a probléma is ugyanaz, a gyakorlatban a laikusok számára nehezen kezelhető és állandó félreértésekre ad okot az, hogy most a mi kötelezettségeinkről, vagy éppen a más gazdasági szereplők velünk szembeni kötelezettségeiről van-e szó. A megoldási javaslatom eszerint az **idegen forrás jogcímei** kifejezés.

Hátrасorolt kötelezettségek: Az előbbi gondolatsorban már érintettem, itt most már az idegen források egyik (pontosan meghatározott)

jogcímével találkozunk, így maradhat a kötelezettség szó (hiszen főcsoport szinten már egyértelműsítettük, hogy ez az egyik idegen forrás jogcím), csak egy picit átalakítva, az egyértelműség végett javaslatom a **hátrasorolt kötelezettségeink** kifejezés használata.

Hosszú lejáratú kötelezettségek: Hasonlóan a hátrasorolt kötelezettségekhez, javaslatom a **hosszú lejáratú kötelezettségeink** kifejezés további használata.

Rövid lejáratú kötelezettségek: Ugyanaz a logika, ugyanaz a megoldás, legyen akkor **rövid lejáratú kötelezettségeink** a módosított elnevezés.

Passzív időbeli elhatárolások: Hasonlóan az aktív időbeli elhatárolásokhoz, ez is korrekciós tétel, mégpedig vagyont csökkentő, úgymint bevételt csökkentő, illetve költséget növelő tétel. A vagyonelemek között történő korrekciós megjelenítése indokolt, hisz a vagyonforrások között megjelenik mínusz bevételként, illetve plusz költségként, aminek a párja a vagyonelem oldalon nem lehet pénz vagy követelés, hiszen már ki lett fizetve vagy el lett számolva (bevételnél), illetve nem lehet (még) kötelezettség, hiszen csak utólag, a következő időszakban fogják majd kiszámlázni (költségnél). Az elnevezésre koncentrálva a javaslatom **vagyont csökkentő korrekciós tételek**. Ha a vagyont növelő, vagy csökkentő hatásra koncentrálunk, akkor ezek a korrekciós tételek ugyanazon az oldalon is megjelenhetnének, de a kettős könyvvitel szabályai miatt történő rögzítésük indokoltá teszi az egyiket a vagyonelemek, a másikat pedig a vagyonforrások oldalon szerepeltetni.

1. ábra. Egyszerűsített vagyonszerkezet minta az új fogalmakkal (lépcsőzetes felépítésben)

A.	Tartós befektetések	
I.	Nem anyagi értékű javak	
II.	Anyagi értékű javak	
III.	Pénzügyi befektetések	
B.	Forgatási célú vagyonelemek	
I.	Felhasználásra kerülő vagyonelemek	
II.	Kereskedelmi célú vagyonelemek	
III.	Saját előállítású vagyonelemek	
IV.	Követeléseink	
V.	Rövid lejáratú értékpapírok	
VI.	Felhasználható pénzeszközök	
C.	Vagyont növelő korrekciós tételek	
VAGYONELEMEK ÖSSZESEN		Érték összesen
D.	Saját forrás jogcímei	
I.	Jegyzett tőke	
II.	Jegyzett, de még be nem fizetett tőke	
III.	Tartaléktőke	
IV.	Felhalmozott eredmény	
V.	Mérleg szerinti eredmény	
VI.	Lekötött tartalék	
VII.	Értékelési tartalék	
E.	Céltartalékok	
F.	Idegen forrás jogcímei	
I.	Hátrasorolt kötelezettségeink	
II.	Hosszú lejáratú kötelezettségeink	
III.	Rövid lejáratú kötelezettségeink	
G.	Vagyont csökkentő korrekciós tételek	
VAGYONFORRÁSOK ÖSSZESEN		Érték összesen

2. A vállalkozások eredményességét levezető eredménykimutatás fogalomkörének (nem teljes körű) elemzése, illetve újragondolása:

Eredménykimutatás: Az elnevezés tartalmilag helytálló, de bosszantó, hogy nem felel meg a helyesírási szabályoknak. Mindenesetre javaslom a számomra kifejezőbbnek tűnő **eredmény levezetés** fogalom használatát, mégpedig általánosan (vagyis a beszámoló formától függetlenül, elegendő a hozzákapcsolt jelzővel jelezni a különbözőséget, pl. egyszerűsített eredmény levezetés).

Bevezető gondolatok az eredmény levezetéshez kapcsolódóan: A továbbiakban nem csak a fogalmak esetleges átalakítására, hanem az eredmény levezetés szerkezetére is lesznek javaslataim. A főcsoportok szintjén megkísérlem a vagyommérleg logikáját követni, vagyis a csoportok itt is a főcsoportokon belül, formailag utánuk kerülnek felsorolásra, ráadásul a római számmal jelölt csoportok számozása itt is minden főcsoportnál újrakezdődik, mint a vagyommérlegnél.

Üzemi (üzleti) tevékenység eredménye: A vizsgált eredmény főcsoport elnevezésében megfelel a tartalmának, ráadásul az üzemi, illetve üzleti tevékenység fogalmának tisztázásával közérthető is, így javaslatom szerint ez megmarad, mindössze a helye változik, hiszen ez kerül az első sorba, és ezen belül lesznek meghatározva és megfogalmazva a különböző ide tartozó eredmény csoportok.

Értékesítés nettó árbevétele: A fogalom elnevezésében szintén tökéletesen megfelel a tartalmának, így változtatásra nem látok okot.

Egyéb bevételek: Mint a hozzáértők számára érzékelhető, az eddig használt aktivált saját teljesítmények kategória elé került az egyéb bevételek kategória, melynek az elnevezése nagyjából megfelel a tartalmának, mindenesetre a nagyobb pontosság érdekében a javaslatom szerint az új elnevezés **egyéb bevételek és nyereségjellegű tételek**. Ez sokkal teljesebben tükrözi a vizsgált tényező tartalmi összetevőit.

Aktivált saját teljesítmények értéke: Az általam javasoltak szerint először jönnek az eredményt növelő, majd csökkentő tényezők, ami az eddigi gyakorlatban is hasonlóan valósult meg, az egyetlen kivételt éppen ez a kategória képezte, amely, előjelétől függően eredményt növelő, illetve eredményt csökkentő hatású is lehet. Logikusabb tehát bizonytalan

hatású tételként egyfajta átmenetként szerepeltetni az egyértelmű hatású tételek között. Az elnevezés különben teljesen rendben van.

Anyagi jellegű ráfordítások: Az eredményt csökkentő tételek között eddig voltak ráfordítások gyűjtőkategóriaként, melyek tartalmaztak ráfordításokat (!), illetve költségeket. Aztán voltak olyan ráfordítás gyűjtőkategóriák, amelyek csak költségeket tartalmaztak, és volt önálló költségkategória is. A két fogalom (ráfordítás, illetve költség) használatával egyetértek, csak a fogalmak rendszerben történő használatával nem. Mivel a probléma az, hogy a ráfordítás kategória tartalmazza a költség kategóriát is, meg önmagát is, ennek a feloldására a következő javaslattal élek: Vezessük be a közvetlen ráfordítás (költség) fogalmat, illetve a közvetett ráfordítás (minden, ami nem költség) fogalmat, ami árnyaltabbá és kezelhetőbbé teszi a rendszert. Az anyagi jellegű ráfordítások csoportja így kettéválik, külön kezeljük az **anyagi jellegű közvetlen ráfordítások** (ezen belül a költségek, mint a termelés-szolgáltatásnyújtás érdekében közvetlenül felmerülő ráfordítások) és az **anyagi jellegű közvetett ráfordítások** (mint nem közvetlenül a termelés-szolgáltatásnyújtás érdekében felmerülő ráfordítások) kategóriát, és megjelenik egy harmadik kategória is, ez pedig az **anyagi jellegű speciális ráfordítások** kategóriája, ami egy költségelemet, a terv szerinti értékcsökkenési leírást tartalmazza. Ez is anyagi jellegű ráfordítás, de felmerülhet a termelés-szolgáltatásnyújtás érdekében, illetve azon kívül is, így indokolt a külön kategóriaként történő szerepeltetése.

Személyi jellegű ráfordítások: Ha az előbbi logikát kívánjuk követni, akkor a javaslatom szerint a továbbiakban a **közvetlen személyi jellegű ráfordítások** (vagyis költségek) fogalmat kell használnunk, bár a dolog jellegéből adódóan közvetett személyi jellegű ráfordításokról (egyelőre) nem beszélhetünk. A számviteli információs rendszer információtartalmának bővítése érdekében bevezethető (lenne) a közvetett személyi jellegű ráfordítások fogalma is, azon alkalmazottak béradatainak és a kapcsolódó járulékos terheknek a nyilvántartására, akik nem vesznek közvetlenül részt a termelési-szolgáltatásnyújtási tevékenységben.

Értékcsökkenési leírás: Mint már az anyagi jellegű ráfordításoknál megindokoltam és javasoltam, a továbbiakban ez a tétel az anyagi jellegű speciális ráfordítások egyetlen költségelemét fogja tartalmazni, viszont költségelemként a valós tartalmának megfelelően terv szerinti értékcsökkenési leírásnak kell nevezni.

Egyéb ráfordítások: Ide azon ráfordítás jellegű tételek tartoznak, amelyek nem tartoznak az anyagi, illetve személyi jellegűek közé, és mint az egyéb bevételeknél is javasoltam, a továbbiakban a pontosabb és teljesebb értelmezés érdekében az elnevezés **egyéb ráfordítások és veszteségjellegű tételek** lesz. Ezzel együtt szükséges a jelenleg jogszabályi szinten egyéb ráfordításnak minősített tételek felülvizsgálata, hiszen pl. a terven felüli értékcsökkenés biztosan anyagi jellegű ráfordítás.

Pénzügyi műveletek eredménye: Jól kezelhető, és jól értelmezhető fogalom, nem tartom mindenáron szükségesnek a megváltoztatását, legfeljebb annyiban, hogy hozzátesszük a jellegű szócskát, vagyis a javaslatom a **pénzügyi jellegű műveletek eredménye** elnevezés alkalmazása. Ez azért indokolt, mert a gyakorlatban a pénzügyi műveleteket nagyon sokan a pénzhez, mint vagyonelemhez, illetve a pénzmozgáshoz kapcsolják, ami a valóságban sokszor nem úgy van.

Pénzügyi műveletek bevételei: Nagyjából ugyanaz érvényes erre is, mint a kapcsolódó eredménykategóriára, vagyis a pontosabb és teljesebb értelmezhetőség végett **pénzügyi jellegű műveletek bevételei és nyereségjellegű tételei** a javasolt elnevezés. A nyereség szó megjelenésének indokát már korábban kifejtettem, például az egyéb bevételeknél, így ezzel most nem foglalkozom részletesebben.

Pénzügyi műveletek ráfordításai: Hasonlóan az előző kategóriához, a javasolt elnevezésem **pénzügyi jellegű műveletek ráfordításai és veszteségjellegű tételei**.

Szokásos vállalkozási eredmény: Pici pontosítással a javaslatom **szokásos vállalkozási tevékenység eredménye**.

Rendkívüli eredmény: Bár a fogalom érthető és kezelhető, nem az eredmény a rendkívüli, hanem az azt alakító események, műveletek, vagyis javasolom a továbbiakban a **rendkívüli műveletek eredménye** kifejezés alkalmazását.

Rendkívüli bevételek: Az előzőekben kifejtett logika miatt a javasolt fogalom a **rendkívüli műveletek bevételei és nyereségjellegű tételei**.

Rendkívüli ráfordítások: Ugyanaz a helyzet, vagyis a javaslatom a **rendkívüli műveletek ráfordításai és veszteségjellegű tételei**.

Adózás előtti eredmény: Tartalmában és elnevezésében is teljesen rendben van.

Adófizetési kötelezettség: Tartalmában és elnevezésében is teljesen rendben van.

Adózott eredmény: Tartalmában és elnevezésében is teljesen rendben van.

Mérleg szerinti eredmény: Tartalmában és elnevezésében is teljesen rendben van, mint azt már a vagyonszerzőknél is kifejtettem.

2. ábra. Egyszerűsített eredmény levezetés minta (összköltség eljárás)

A.	Üzemi (üzleti) tevékenység eredménye	
I.	Értékesítés nettó árbevétele	
II.	Egyéb bevételek és nyereségjellegű tételek	
III.	Aktivált saját teljesítmények értéke	
IV.	Anyagi jellegű közvetlen ráfordítások	
V.	Anyagi jellegű közvetett ráfordítások	
VI.	Anyagi jellegű speciális ráfordítások	
VII.	Közvetlen személyi jellegű ráfordítások	
VIII.	Egyéb ráfordítások és veszteségjellegű tételek	
B.	Pénzügyi jellegű műveletek eredménye	
I.	Pénzügyi jellegű műveletek bevételei és nyereségjellegű tételei	
II.	Pénzügyi jellegű műveletek ráfordításai és veszteségjellegű tételei	
C.	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye (+/- A és +/- B)	
D.	Rendkívüli műveletek eredménye	
I.	Rendkívüli műveletek bevételei és nyereségjellegű tételei	
II.	Rendkívüli műveletek ráfordításai és veszteségjellegű tételei	
E.	Adózás előtti eredmény (+/- C és +/- D)	
I.	Adófizetési kötelezettség (-)	
F.	Adózott eredmény	
G.	Mérleg szerinti eredmény	

3. A könyvvizetéshez kapcsolódó fogalomkör vizsgálata:

Egyetlen gondolat erejéig foglalkozom a témával, mivel itt nem látok olyan problémákat, mint az eddig tárgyalt területeken, viszont foglalkozni kell a számvitel jelenlegi legnagyobb (fogalmi jellegű) problémájával. Ez a főkönyvi számla tartozik és követel oldalának a kérdése. Előadásaimon

mindig azzal kezdem, hogy a tartozik oldalnak semmi köze a tartozáshoz, a követel oldalnak a követeléshez, sőt, a követelések a főkönyvi számlák tartozik oldalán, a tartozások pedig a követel oldalon jelennek meg. Ez egy abszurd helyzet, a megoldás viszont egyszerű, javaslom a tartozik és követel oldal elnevezések mellőzését, a tartozik oldal egyszerűen a **bal**, míg a követel a **jobb oldal**, mindenféle külön jelentés vagy értelmezés nélkül. A főkönyvi számlák két oldalának az értelmezése (növekedés illetve csökkenés) egyes egyedül formai előírás, ami a különböző számlaosztályokhoz kapcsolódik!

MIKOR HATÉKONY A TERMÉKMEGJELENÍTÉS? – A PRODUCT PLACEMENT LEHETSÉGES MÉRÉSI METÓDUSAI

Mikor jó egy termék megjelenítés (product placement)? A válasz látszólag egyszerű: ha teljesíti a célokat. De pontosan milyen célokat? És a még nagyobb kérdés: miként lehet ezek teljesülését mérni? Hiszen a reklámozók számára minden eszköz kapcsán fontos, hogy valamilyen *ROI* (*return on investment*) mutatót lássanak, magyarul: a befektetés megtérülését számszerűen is értékelni tudják (Csordás–Gáti, 2013). Ugyanakkor az is igaz, hogy „nagyon nehéz mérni egy konkrét reklám hatékonyságát vagy hatásosságát, különösképpen a ráfordítások tükrében” (Totth, 2013, 93.).

Még nehezebb a product placement mérése, vagyis amikor egy termék nem a reklámblokkban, hanem egy filmben/műsorban jelenik meg. Ez persze nem azt jelenti, hogy a product placementet ne lehetne mérni, vagy éppen ne lennének rá törekvések. A gondot inkább az okozza, hogy termék megjelenítés esetében sokkal több tényezőt kell figyelembe venni, mint egy klasszikus, 30 másodperces reklámnál.

Másrészt, bár története régebbre tekint vissza, mérésileg mégis sokkal kevesebb vele a tapasztalat. Emiatt nagyon sokféle megközelítés és módszertan van, ám egyik sem általánosan elfogadott.

A megközelítések több csoportba sorolhatók:

- Az egyik leginkább arra kíváncsi, hogy médiamegjelenésként hogyan értelmezhető az adott placement. Ilyenkor igyekeznek a klasszikus közönségkutatósi, médiakutatósi mutatókhoz hasonló módszertant kidolgozni.
- Ugyanakkor nem szabad megfeledkezni arról, hogy van tágabb megközelítés is, mely a teljesebb, marketing- és kommunikációs hatást és hatékonyságot vizsgálja.

Először járjuk körül az utóbbit!

1. TÁGABB MARKETING- ÉS KOMMUNIKÁCIÓS HATÁST ÉS HATÉKONYSÁGOT MÉRŐ MEGKÖZELÍTÉSEK

Más marketingkommunikációs eszközökhöz hasonlóan, alapjában véve a product placement (vagyis amikor egy termék nem a reklámblokkban, hanem egy filmben/műsorban jelenik meg) céljai a következők lehetnek:

- értékesítésnövelés,
- ismertségnövelés, emlékeztetés,
- imázsjavítás.

Emellett azonban sok más, kapcsolódó cél lehet, például:

- célcsoport-kiterjesztés,
- pozicionálásjavítás,
- belső marketing stb.

Nézzünk most ezekre példákat, elsősorban olyanokat, amelyek a product placement mellett szólnak, alátámasztják létjogosultságát, bizonyítva, hogy érdemes a hirdetőknél használniuk.

1.1. Az értékesítés növelése

Klasszikus példája ennek az *E.T. – A földönkívüli* (1982), mely filmet egyben a product placement újjászületésének is szokták tekinteni. Ebben a főszereplő kisfiú Reese's Pieces csokoládéval csalogatja a földönkívülit. A termékelhelyezés (és az erre a figyelmet felhívó reklámkampány hatására) a Reese's Pieces értékesítése 65%-kal nőtt. Valószínűleg nem léptették elő azt a marketingest a konkurens M&M's-nél, akit előzőleg Spielberg megkeresett az együttműködéssel. Amikor ugyanis a rendező-producer azt kérdezte, mennyit lenne hajlandó áldozni a megjelenésre az M&M's, a marketinges azt mondta: inkább az a kérdés, mennyit fizet Spielberg, hogy beteheti az ismert csokit a filmbe (Blog.moviefone.com, 2010).

De visszatérve a számokra! Néhány másik film esetében is aránylag pontos számok állnak rendelkezésre: a *Kockázatos üzletben* (1983) Tom Cruise Ray-Ban Wayfarer szemüveget viselt, amelyre a kereslet 50%-kal nőtt.

Egy másik Tom Cruise film, *A cég* (1993) egyik jelenetében a főszereplő meglátogatja ügyvéd kollégáját a Kajmán-szigeteken. Utóbbi (Gene Hackman) rögtön azt javasolja, hogy vegyen ki a hűtőből egy üveg Red Stripe sört. A márkát már az eredeti John Grisham regényben is említették, ám a forgatókönyvből valamiért kimaradt. A gyártó aztán ötezer dollár értékű sört ajánlott fel a producereknek, mire a brand

visszakerült (Robinson, 2001). Megérte az állhatatosság: a bemutató után egy hónappal a márka értékesítése több mint 50%-kal nőtt az USA-ban, és nem sokkal később a tulajdonosok 62 millió dollárért adták el a céget a Guinness Brewing Worldwide-nak (Businessweek.com, 1998; Andersen–Gray, 2008).

A *James Bond Aranyszem* (1995) az Omega óra eladások 40%-os növekedését hozta (Stewart-Allen, 1999). Ugyanez a film a BMW Z3-asnak egy hónap alatt kilencezer megrendelést jelentett (Kuti, 2012).

A *Men in Black – Sötét zsarukban* való szereplés a Ray-Ban napszemüvegmárkának hozott sikert: Predator 2 modelljének eladásai megtriplázódtak, és elérték az 5 millió dollárt (Escape-velocity-blog.com, 2011).

A *Transformers* első, 2007-es részének hatására a Chevrolet Camaróból 60 ezret adtak el egyetlen év alatt (Kuti, 2012).

A Dodge Chargerre érkező rendelések száma 2011-ben 227 százalékkal nőtt, miután a *Halálos iramban* aktuális részében főszerepet kapott (Brandchannel.com, 2012).

Egy francia film, a *Le bonheur est dans le Gers* („A boldogság Gersben van”) esetében (1996) a filmben bemutatott régióba utazó turisták száma 30%-kal nőtt (Lehu, 2009).

Amikor a Donald Trump-féle *A gyakornokban* megjelent a Ciao Bella jégkrém, a Yahoo! keresőn azon nyomban a harmadik legkeresettebb kifejezés lett és másnapra mindenütt elfogyott a polcokról (Russel, 2007).

Az indiai Hollywoodban (Bombay után „Bollywood”-ban) való product placement is óriási üzleteket generálhat: a Coca-Cola *Kaante*-ban (2002) való megjelenése például 20%-os piaci növekedést hozott (Mfor.hu, 2004b).

A *Toy Story* (1995) animációs gyerekfilm pedig rengeteg játéknak segített: az Etch-A-Sketch-nek 4000%-os (!) keresletnövekedést jelentett, a Mr Potatónak 800%-ost, míg a forgalomból már kivont Slinky játékot újra kellett gyártatni (Lehu, 2009).

Ugyanígy a *Számkivetett* után a Wilson brandnek a fogyasztói kereslet hatására piacra kellett dobnia egy olyan röplabdát, amelyen rajta volt a filmből ismert mókás véres arc (Maynard–Scala, 2006).

Vagy egy sorozatból vett példa: amikor Tony Soprano azt mondta pszichiáterének a *Sopranosban*, hogy Sun Tzu *A háború művészete* könyve mekkora hatást gyakorolt rá, az az USA Today bestseller listájának 6. helyére jött fel, és 25 000 példányt kellett pluszban nyomtatni a 2400 éves műből (Lehu, 2009).

A tévéműsorokból, valóságshow-kból pedig a Donald Trump-féle *A gyakornok* 2005-ös egyik epizódját érdemes említeni: az a Staples irodai tároló komplex rendszerének hozott azonnali sikert, 15 perc alatt 100-at adtak el, majd pár nap alatt 10 000-et (Lehu, 2009).

Végül, ha pontos számaink nincsenek is, Popeye karakterének megjelenése 1929. január 17-én sorsfordító volt: rengeteg gyereket vett rá az elmúlt több mint 80 évben, hogy megegye a spenótot.

1.2. Ismertség növelése, emlékeztetés

Ahogy már szó volt róla, az Apple marketingkommunikációjában nagyon fontos szerepet kap a hollywoodi produkciókban való márkaelhelyezés. Mivel ezek a filmek rengeteg nézőhöz jutnak el, azok folyamatosan találkoznak az Apple branddel.

Természetesen itt a pontos mérés azt jelentené, ha minden film előtt mérnénk az adott brand ismertségét, majd a film bemutatása után is. Ez azonban több ok miatt is rendkívül nehéz: egyrészt drága, másrészt az ismertség növekedése a márkának más kommunikációs aktivitásaitól is függ, harmadrészt mi van, ha a brand több filmben is szerepelt, és így tovább.

Amiből viszont következtetni lehet, az a film által hozott nézettség, illetve bevétel, összevetve azzal, hogy mekkora volt az elkészítésének költsége, és azt mennyivel finanszírozta a márka. Két példa: A *Bazi nagy görög lagzi* esetében a „Windex” ablaktisztító jelent meg, ami a görög apuka szerint nemcsak kocsimosásra, de akár sebgyógyításra is jó. A független film teljes költségvetése 5 millió dollár volt, aminek töredékét adta a Windex. A mozi bevétele viszont 369 millió dollár lett, azaz a márka nem kis népszerűséget kaphatott. Ezzel szemben a *Mac and Me* teljes filmbevétele volt 6 millió dollár, így a McDonald's ismertségét ez sokat nem növelhette. Illetve utóbbi brand esetében nem annyira az ismertségnövelés, inkább az emlékeztetés volt a cél, ám ezt is aligha szolgálta. Az imázsépítésről már nem is beszélve (a film annyira rossz volt, hogy ez inkább rombolás volt), de erről már a következő pont szól.

1.3. Imázsjavítás

Hasonlóan az ismertséghez, egy adott márka imázsa növelhető egy filmben való szerepléssel. Különösen jól mutatja ezt a James Bond sorozat: minden egyes epizód előtt hirdetőik tolonganak és fizetnek rengeteget azért, hogy bekerüljenek az alkotásba.

A fenti három fő cél mellett egyéb kapcsolódó célok is elérhetők a termékmegjelenítés segítségével.

1.4. Célcsoport-kiterjesztés

Mivel a moziba járók elsősorban fiatalok, egy brandnek jó lehetősége van, hogy körükben népszerűsítse magát. A francia *Taxi* esetében kifejezetten az volt a Peugeot 406 célja – hogy a korábban elsősorban a középkorúakat érdeklő modellt vonzóvá tegye a fiatalabbak számára is. Ugyanígy a Cadillac elhelyezése a hip-hop videoklipekben 12 évvel csökkentette az átlagvásárló életkorát (Eldridge, 2001).

1.5. Pozicionálás

Egy film alkalmas lehet arra, hogy a dramaturgiába beépülve megmutassa, a termék miben más, mint versenytársai, azaz mi a *USP*-je, unique selling propositionje, egyedi értékesítési előnye. Jó példa erre a *Kicsi kocsi*, azaz angolul *Herbie* sorozat, ahol a Volkswagen Bogár értékei jelentek meg vígjátékba ágyazva.

1.6. Belső marketing

Ahogy egy reklámfilm esetében is kiemelten fontos, hogy mit szólnak hozzá a cégnél/márkánál dolgozók, mennyire azonosulnak vele, mennyire növeli önbecsülésüket, addig ez egy filmmel talán még inkább így van. A Tom Hanks-féle *A Terminál* esetében a United Airlines dolgozóinak nőtt a büszkesége.

A belső marketing része az is, hogy általában a film támogatóinak külön premier-vetítéseket rendeznek, ahol akár a sztárokkal is fényképeket készíthetnek a munkatársak.

A tágabb marketing és kommunikációs célok, valamint az azokhoz kapcsolódó hatás- és hatékonyságmérés még sokáig lehetne sorolható, ám most térjünk át a médiamutató szempontú megközelítésekre!

2. MÉDIAHATÁS ÉS -HATÉKONYSÁG SZEMPONTÚ MEGKÖZELÍTÉSEK

A reklámok, különösen a tévéreklámok esetében régóta jól számszerűsíthető mutatók állnak rendelkezésre.

Az ún. közönségkutatások esetében például az alábbiakat vizsgálják – a lehető legegyszerűbben elmagyarázva (Fazekas–Harsányi, 2011; Incze–Pénzes, 2006):

- *Rating*: A népesség hány százaléka látta egy reklám egyetlen adott megjelenését (illetve ez az adott célcsoportra fontos, azaz rájuk nézve érdemes vizsgálni).
- *Reach*: Míg az előző egyetlen megjelenést mér, addig egy reklámot nyilván sokszor adnak le egy kampány során. A reach így azt méri, hogy a célcsoport hány százaléka találkozott legalább egyszer az adott reklámmal.
- *OTS*, azaz *Opportunity To See*: Ez nem azt mutatja, hogy hányan, hanem hogy hányszor látták, találkoztak – az adott reklámkampánnyal – a célcsoport körében. Hívják ezért *gyakoriságnak (frequency)* is.
- *GRP*, azaz *Gross Rating Point*, *bruttó elérés*: Nagyon leegyszerűsítve, ez azt jelenti, hogy az összes ratinget összeadják. Így egyfajta százalékos mutatót kapunk a végén, de ez a százalék 100 felett is lehet! (Legtöbbször épp ezért nem százalékként, hanem konkrét számként hivatkoznak rá.) De úgy is kiszámolható, hogy a reachet a gyakorisággal összeszorozzuk.
- *CPT*, azaz *Cost Per Thousand*: Igen kedvelt mutató ez is, ami a költséghatékonyság szempontjából fontos, azt jelzi, hogy mennyibe került ezer fő elérése.

Mivel a hirdetőik már hozzászórtak ezekhez a mutatókhoz, általában hasonlót szeretnének látni egy product placement esetében is. Így a kapcsolódó mérések nagyrészt ilyenek, és a mérő-kutató cégek is nagyrészt ugyanazok.

A Nielsen, ami nagyon sok országban a tévénezettséget méri, és a hirdetőiknek is fontos adatokkal szolgál, már 2003-ban olyan rendszert fejlesztett ki az USA-ban, mely a hat legnagyobb csatornán futó összes műsorban való termékmegjelenítést egy adatbázisba vezette fel (Adweek.com, 2003). Az erre előfizetők kereshetnek kategóriára, de reklámozó brandre is. Az adott termékmegjelenítést rövid videó formájában meg is nézhetik, sőt a Nielsen még azzal is korrelálja az adatokat, hogy hányan látták az adott műsort.

De milyen adatokat lehet kiszámítani, akár ezen, akár más rendszerek segítségével?

2.1. A márkamegjelenések száma az adott filmben, műsorban

Ez a legegyszerűbb megoldás: egyszerűen összeszámolják, hogy az adott alkotásban a márka hányszor jelent meg. Bár nagyon sok tényezőt nem vesz figyelembe (mint hogy milyen hosszú egy-egy megjelenés, vagy hogy teljes vagy részleges, netán aktív vagy passzív), egyszerűsége miatt mégis kedvelt.

Az amerikai show-k esetében is előszeretettel használják. Egy, a 2008-as év első negyedévét vizsgáló felmérés alapján a *The Biggest Loser*ben jelent meg a legtöbb brand, különösen a Subway egészséges szendvicse került elő sokszor.

1. táblázat. Termékmegjelenítések az amerikai show-műsorokban 2008 első negyedévében

Show-műsor neve	Csatorna	Márkamegjelenések száma
The Biggest Loser	NBC	3977
American Idol	Fox	3291
The Apprentice	NBC	1646
Deal or No Deal	NBC	1603
Extreme Makeover Home Edition	ABC	1011
Big Brother 9	CBS	1011
CW Now	CW	929
Pussycat Dolls Present	CW	805
America's Next Top Model	CW	574
One Tree Hill	CW	557

Forrás: Nielsen Media Research (2008)

A tévécsatornák ezt gyakran úgy prezentálják a hirdetőknak, hogy az összes jelenetet, melyben a márka szerepelt, összeszedik, és aztán elektronikusan átadják a „bizonyítékot”.

2.2. A márkamegjelenések időtartama

Ez a némileg szofisztikáltabb módszer már nemcsak azt méri, hogy hány megjelenés van a filmben, műsorban, hanem azok időtartamát is. Hiszen nem mindegy, hogy 5 db 1 másodperces megjelenést kap a márka, vagy akár csak 1 db megjelenést, azt viszont összefüggően, fél percben. Az időtartamot aztán lehet arányaiban is értelmezni: például a film, műsor teljes hosszához képest, vagy éppen más termékmegjelenítésekhez képest stb.

2.3. A márkamegjelenések módja: teljes vagy részleges, illetve aktív vagy passzív

Ez a Magyarországon a Kantar Media által is használt módszer a megjelenések időtartama mellett azt is nézi, hogy a márka feltűnése az alkotásban teljes – azaz a termék vagy annak logója teljesen látható – vagy részleges. E mellett a másik dimenzió az, hogy a megjelenés aktív, azaz például a szereplők használják-e a terméket vagy passzív, azaz annak inkább kellék szerepe van. Az eredményeket aztán egy mátrixban ábrázolják (Mihálszki, 2011).

Egy másik, hasonló megközelítés, a Joyce Julius and Associates-é, azt vizsgálja, hogy a termék a képernyő melyik részén jelent meg. A legjobb (és így az értékelésben magasabb súllyal szerepel), ha mind vízszintesen, mind függőlegesen a képernyő közepén. Utána a legjobb hely, ha függőlegesen középen, viszont a képernyő jobb oldalán. Utána, ha a bal oldalon. Ezt követik azok a megjelenések, ahol a márka a képernyő alján látható, és a legrosszabb, ha a képernyő tetején – legalábbis az említett cég kutatásai szerint (PMA, 2006).

2.4. Hatékonyságmérés a fogyasztóknál – saját bevallás

Az előzőekből még mindig csak azt tudjuk meg, hogy a márka hányszor és milyen módon jelent meg, de ez nem jelenti azt, hogy a fogyasztók észre is veszik. Ugyanígy vagyunk a reklámokkal is: attól, hogy elvileg láttuk a reklámot, még nem biztos, hogy emlékszünk rá, de ha emlékszünk, akkor se biztos, hogy azonosítani tudtuk a brandet.

Ezért aztán sokszor a gyakran használt módszerhez kell nyúlni: egyszerűen megkérdezni a fogyasztókat, hogy milyen márkák megjelenésére emlékeznek az adott filmben, műsorban. Ezt először is célszerű *spontán említéssel* végezni, vagyis csak egyszerűen arra kérni a fogyasztókat, hogy sorolják fel, milyen márkákat láttak a filmben. Utána

pedig ún. *segített említéssel*, ahol felsoroljuk az összes brandet, és azt kell megmondaniuk, emlékeznek-e az adott márka product placementjére. Utóbbi esetben célszerű egy-két olyan márkát is betenni, ami egyáltalán nem szerepelt a filmben. Ez azért fontos, mert aki ilyet látott, annak a többi válasza sem igazán megbízható, nem érdemes kalkulálni vele.

A megkérdezés mellett az *önkitöltős naplós módszer* is előfordul, ami nagyon hasonlít a rádióhallgatottság korábbi mérésére. A Nielsen IAG az Egyesült Királyságban vezette ezt be (Research-live.com, 2011). A kiválasztottak, vagyis az ún. panel egy internetes rendszer segítségével vezetik „naplójukat”, ahová feljegyzik, hogy milyen műsorban milyen márka megjelenítésével találkoztak. (A rendszer persze ennél sokkal komplexebb, most csak a leglényegesebb pontot emeltük ki.)

2.5. Szemkamerás (eye-tracking) vizsgálatok

A megkérdezés mellett a fogyasztók, nézők vizsgálatának célszerű, ám nem olcsó módszere a szemkamerás kutatás, angol nevén eye-tracking. Ez általában azt jelenti, hogy egy speciális szemüveg kerül a nézőre, bár vannak már szemüveg nélküli megoldások is. A lényeg az, hogy egy műszer követi a pupilla mozgását, így pontosan mérhető, hol mennyit időzik, ezen keresztül pedig az is, hogy milyen márkákat észlelhetett.

E kutatást használták például Lady Gaga *Bad Romance* videoklipjének vizsgálatára (Quirk's, 2011). A klipben olyan márkák jelennek meg, mint az iPod, a Parrot zenetároló és lejátszó, a Heartbeat fejhallgató, a Lex Nemiroff vodka, a Wii játékkonzol, a Dr. Dre hangfal, a HP Envy laptop vagy a Carrera napszemüveg. Az eye-tracking vizsgálatból ez esetben az derült ki, hogy egy adott márka megjelenéseinek száma fontosabb volt, mint az, hogy a márka mekkora méretben volt látható. Ha más vizuálisan vonzó dolog is van a képernyőn, akkor nem a márkát, hanem azt nézik.

A szemkamerás vizsgálatokat általában célszerű a kérdőíves módszerrel kombinálni, így lehet pontosabb, hitelesebb adatokat kapni. Például megtudni, hogy azon kívül, hogy elvileg a nézők rápillantottak a márkára, vajon a tudatukig is eljutott-e.

2.6. Q-Ratio: átváltás 30 másodperces reklámra

Amint már szó volt róla, a legtöbb nagy hirdető remekül ismeri a 30 másodperces reklám mérésének mutatóit, és a product placement kapcsán is hasonlót keres. Éppen ezt használja ki az iTVX ún. „Q-Ratio”

módszertana, mely a márkamegjelenítést „átváltja” reklámra (Itvx.net, 2008).

A szoftver több mint 50 szempontot vesz figyelembe, majd azokból alkot egy mutatószámot, így voltaképpen azt tudjuk meg, hogy a megjelenés hány 30 másodperces reklám leadásának felel meg.

Felméréseik szerint van olyan megjelenés, ami az ötödét éri egy klasszikus reklámnak, de lehet olyan, ami akár az ötszörösét (Fitzgerald, 2003).

E módszertan több szempontból is előnyös lehet, de nem annyira a mozifilmek, mint inkább a tévéműsorok esetében. Egyrészt a hirdető olyan számot kap, amelyet korábbi médiatudásának fényében értelmezni tud. Másrészt pontosabb elszámolást tesz lehetővé: ha olyan a megállapodás, akkor a hirdető csak azért a nézettségért fizet, amennyit a product placement hoz. Végül a Q-Ratio az előzetes tervezésben is fontos lehet, segítségével megismerhető és egyre jobban előrejelezhető, hogy milyen termékmegjelenítési megoldások a legjobbak.

Ugyanakkor a Q-Ratio még ezzel együtt sem tud minden szempontot figyelembe venni.

2.7. A médiamegjelenések száma

Ez a kérdéskör már inkább a public relationshoz kötődik, mint a reklámhoz. A Millward Brown Precis által lefektetett módszertant más néven *James Bond-hatásnak* is nevezik. Éppen azért, mert minden egyes James Bond mozi kapcsán rengeteget cikkeznek arról, hogy a titkosügynök az adott filmben milyen márkákat használ (PMA, 2006).

Ezt a mérést egy szimpla médiafigyelésként kell elképzelni, ahol azt gyűjtik össze, hogy hány olyan cikk van, ahol egyszerre jelenik meg a film és a márka. Persze egyáltalán nem szimpla ez a médiafigyelés egy olyan esetben, amikor a filmet az összes kontinensen, rengeteg országban bemutatják. Ráadásul a részletesebb mérések ilyenkor összeadják azt is, hogy az adott médiumok hány embert értek el egyenként, így összesen hány ember találkozhatott a film és a márka kapcsolatát taglaló tartalommal.

2.8. Közösségi média zsongás, buzz

Az előző pont ma már kiegészül a közösségi média figyelésével is – a mozifilmek vagy épp a tévéműsorok általában nagy érdeklődésre tartanak számot az ilyen fórumokon, a kérdés viszont itt inkább az, hogy mennyire

beszélnek, kommentelnek a filmekben megjelenő márkákról, mennyire osztanak meg vagy akár állítanak elő saját maguk ezzel kapcsolatos tartalmakat.

Ennek hatása egyre fontosabb, hiszen „a korábbi piaci célú kommunikációs módszerekhez képest jelentős és erőteljes tendencia a közönség hozzászólása, aktivitása, vagyis a reklám már nem önmagában él, hanem egy párbeszéd része, melyet a megcélzott közönség maga is alakít” (Csordás–Nyíró, 2013, 371.). A mérést e téren a közösségi média figyelése és mérése, az úgynevezett „*buzz monitoring*” jelentheti.

2.9. Ezer fő elérésének költsége (CPT)

Azon kívül, hogy egy márka hányszor és hogyan jelent meg, természetesen az is fontos, hogy a célcsoport elérése mennyibe kerül.

Mint szó volt róla, a klasszikus médiatervezésben gyakran használt mutató a CPT, amely ezer fő elérésének költségét jelenti, a Cost Per Thousand rövidítéseként. Ritkábban, de ugyanerre használják a CPM kifejezést, a Cost Per Mille-ből. Minél alacsonyabb ez a szám, annál jobb, hiszen annál kisebb az összeg.

Ugyanennek a mutatónak a használatára product placement esetében is vannak törekvések. Hollywoodi mozifilmek esetében az „average global CPT” mutatót használják. Mivel a mozifilmek esetében leggyakrabban egy összegben, a film készítésekor fizet a márka (vagy éppen vannak barterköltségei), onnantól kezdve minél többen nézik meg a filmet világszerte, annál alacsonyabb lesz a CPT.

2.10. A márkamegjelenés pénzbeli értéke

Már ennek mérésére is vannak törekvések, ha sokan vitatják is háttérüket. A Front Row analízis a következőket veszi figyelembe: nézőszám, filmbevétel, integráció a forgatókönyvbe/jelenetbe, termékaffinitás, a termékmegjelenés módja stb. Az elemzés ugyanakkor csak a mozibemutatóra tér ki, a DVD-zésre, a tévécsatornákon való vetítésre, a letöltésre, egyébre már nem. A végeredményt dollárban határozzák meg (Brandchannel.com, 2012).

2.11. Tévéreklámmal kombinált hatás

Ahogy már többször szó volt róla, a márkamegjelenítést nem célszerű önmagában értelmezni, sokkal inkább a teljes marketingkommunikáció egyik elemeként. Ilyen szempontból product placement mutatószám az is, amikor a tévéreklámok hatását vizsgálják. Mégpedig olyan márkák tévéreklámjait, mely brandek élnek product placementtel is. A kicsit bonyolult felvezetőt alátámasztja a két alábbi példa.

A Nielsen Media Research Las Vegasban végzett egy érdekes kutatást, amelyben több mint tízezren vettek részt. 50 vetítésen 200 fogyasztói márkát szerepeltettek termékelhelyezésként, azaz a filmben, illetve e mellett reklámblokkokban. És az eredmény: a nézők 46,6%-a ismerte fel az adott brandet, ha az csak a reklámblokkban szerepelt, és 57,5%-a, ha a filmben is (Silye, 2006).

Hasonlóra lett figyelmes a Coca-Cola: az *American Idol* tehetségkutató alatt leadott reklámjainak 49%-kal több volt a visszaidézése, mint a más programok alatt vetített ugyanezen reklámjának. Vélhetően azért, mert magában az *American Idol*ban is Coca-Colát isznak a műsorvezetők, a zsűritagok és a versenyzők, és a brand még sokféle módon megjelenik a műsorban (Economist.com, 2005).

3. KONKLÚZIÓ ÉS JÖVŐKÉP

Ahogy láttuk, bár már most is léteznek mutatók (nem is kevés!) a product placement hatékonyságának mérésére, a hirdetők még mindig keresik az igazit.

Az Amerikai Reklámszövetség egy 2011-es kutatása szerint a reklámozók 60%-a még szeretne többet tudni a márkázott szórakoztatás hatékonyságáról, mielőtt komolyabb összegeket áldoz erre (Castillo, 2011).

Mivel a mai nagycéges marketingesek többsége a tévé világában nőtt fel, az ehhez kapcsolódó mutatókat ismeri legjobban. Így számára a GRP, vagyis a gross rating point, a bruttó elérés a legfontosabb, arra szeretné átszámítani a product placementet. Ezzel azonban az a nagy gond, hogy egy olyan módszertant akar ráerőltetni a termékmegjelenítésre, amit nem arra találtak ki. Például a GRP ugyan megmutathatja ebben az esetben is, hogy látták az adott elhelyezést (legalábbis, hogy be volt kapcsolva a televízió), de hogy az elhelyezés aktív volt vagy passzív, miként hatott, és így tovább, arra már nem ad választ.

Ezért a jövőben biztos, hogy még bővülni fognak, és egyre szofisztikáltabbak lesznek az ezzel foglalkozó módszertanok.

Felhasznált irodalom:

Adweek.com (2003): Nielsen to Measure Product Placement, <http://www.adweek.com/news/advertising/nielsen-measure-product-placement-68872>, megjelenés: 2003. december 4.

Andersen, Robin–Gray, Jonathan (2008): *Battleground the Media* (Greenwood Publishing Group).

Blog.moviefone.com (2010): <http://blog.moviefone.com/2010/02/21/did-you-know-spielberg-originally-wanted-mandms-for-e-t/>, megjelenés: 2010. február 21.

Brandchannel.com (2012): Announcing the 2011 Brandcameo Product Placement Award Winners, http://www.brandchannel.com/features_effect.asp?pf_id=535, megjelenés: 2012. február 13.

Businessweek.com (1998): A product-placement hall of fame, <http://www.businessweek.com/1998/25/b3583062>, megjelenés: 1998. június 22.

Castillo, David (2011): Product placement or commercials, <http://productplacement.biz/201108243582/branded-entertainment/product-placements-of-commercials.html>, megjelenés: 2011. augusztus 24.

Csordás Tamás–Gáti Mirkó (2013): A kommunikációs eszközök együttélése és kapcsolódásaik: az integráció dilemmája. In: Horváth Dóra–Bauer András (szerk.): *Marketingkommunikáció – Stratégia, új média, fogyasztói részvétel* (Akadémiai Kiadó, Budapest, 74–83.)

Csordás Tamás–Nyíró Nóra (2013): A reklámkörnyezet változásának fő technológiai és társadalmi trendjei. In: Horváth Dóra–Bauer András (szerk.): *Marketingkommunikáció – Stratégia, új média, fogyasztói részvétel* (Akadémiai Kiadó, Budapest, 371–381.).

Economist.com (2005): Product placement – Lights, camera, brands, <http://www.economist.com/node/5088577>, megjelenés: 2005. október 27.

Eldridge, Earle (2001): Escalade scores with athletes, rappers (USA Today, 2001. október 23.).

- Escape-velocity-blog.com** (2011): Effectiveness of product placement, <http://escape-velocity-blog.com/2011/06/13/effectiveness-of-product-placement/>, megjelenés: 2011. június 13.
- Fazekas Ildikó–Harsányi Dávid** (2011): Marketingkommunikáció érthetően (Szókratész Külgazdasági Akadémia, Budapest).
- Fitzgerald, K.** (2003): Growing Pains for Placements (Advertising Age, 2003/5. szám).
- Incze Kinga–Pénzes Anna** (2006): A reklám helye 2.0. – A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve (MediaSpirit Consulting Kft., Budapest).
- Itvx.net** (2008): The Q-Ratio and how we measure success, iTVX – Measuring the evolution of product placement, <http://www.itvx.net/>, letöltés: 2008. január 31.
- Kuti Noémi** (2012): Márkás filmek (Marketing és Média, 2012. november 14–28., 12–13.).
- Lehu, Jean-Marc** (2009): Branded entertainment – Product placement & brand strategy in the entertainment business (Kogan Page, London–Philadelphia).
- Maynard, M. L.–Scala, M.** (2006): Unpaid Advertising: A Case of Wilson the Volleyball in Cast Away (Journal of Popular Culture, 2006/4. szám, 622–638.).
- Mfor.hu** (2004b): Kiszámíthatatlanok a filmekbe rejtett reklámok, <http://www.mfor.hu/cikkek/cikk.php?article=13227>, megjelenés: 2004. április 5.
- Mihálszki Zsuzsa** (2011): Álrúhás reklámok nyomában (előadás a Kreatív szaklap által szervezett Márkázott tartalom konferencián, 2011. szeptember 20.).
- Nielsen Media Research** (2008): FCC Looks at Product Placement, <http://www.collings.co.za/2008/06/fcc-looks-at-pr.html>, megjelenés: 2008. június 24.
- PMA** (2006): Effectively Measuring – Product Placement ROI (Guideline, Promotion Marketing Association, 2006. március, http://c.ymcdn.com/sites/www.pmalink.org/resource/resmgr/research_members_only/trend_mar06.pdf).
- Quirk's** (2011): Eye tracking, product placement and Lady Gaga: What Bad Romance can teach us about embedded branding, Quirk's Marketing Research Review, http://www.smivision.com/fileadmin/user_upload/downloads/case_studies/article_quirks_smi_csladygag.pdf, megjelenés: 2011. január 24.
- Research-live.com** (2011): Nielsen to measure product placement effectiveness for ITV, [223](http://www.research-live.com/news/new-</p>
</div>
<div data-bbox=)

business/nielsen-to-measure-product-placement-effectiveness-for-itv/4005085.article, megjelenés: 2011. április 21.

Robinson, Jeffrey (2001): Manipulátorok – Vásárló leszel, ha tetszik, ha nem (Athenaeum 2000 Kiadó, Budapest).

Russel, Cristel Antonia (2007): Advertainment: Fusing advertising and entertainment (Yaffe Center for Persuasive Communication, University of Michigan,

http://www.bus.umich.edu/facultyresearch/researchcenters/centers/yaffe/downloads/Advertainment_teaching_materials.pdf), letöltés: 2014. március 1.

Silye Dániel (2006): A product placement 20%-kal növeli a márka felidézést, <http://flickpromotion.blogspot.hu/2006/11/product-placement-20-kal-nveli-mrka.html>, megjelenés: 2006. november 15.

Stewart-Allen, Allyson L. (1999): Product placement helps sell brand (Marketing News, 1999. február 15.).

Totth Gedeon (2013): A kommunikációs eszközök együttélése és kapcsolódásai: az integráció dilemmája. In: Horváth Dóra–Bauer András (szerk.): Marketingkommunikáció – Stratégia, új média, fogyasztói részvétel (Akadémiai Kiadó, Budapest, 84–105.).

RÓKA JOLÁN

NOLLYWOOD. A NIGÉRIAI FILMIPAR A XXI. SZÁZADBAN

2015. április 16-án Nollywood címmel szimpóziumot rendezett a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, amelyen elsősorban a nigériai filmipar producerei, rendezői, színészei képviselték és mutatták be Nollywood valódi arculatát. Az eseményt Taiwo Ajibolu Balofin előadása nyitotta meg. Dr. Balofin számos rangos díj kitüntetettje, Hollywoodban dolgozó rendező, színész, s emellett a Nollywood jelenség tudományos kutatója is. Az alábbi írás gyakorlatilag Dr. Balofin előadásának összefoglalása, amely rávilágít a nigériai filmipar számos új ismérévére.

Nigéria a világ egyik legtöbb filmet előállító országa. Hetente átlagosan 50, havonta 200, évente 2400 új videofilm forgalmaz. Az új filmek kimagaslóan nagy száma mellett az is jellemző, hogy az előállításukra alacsony költségvetés áll rendelkezésre, s a forgatási napok számát is a lehető legalacsonyabbra igyekeznek szorítani. Természetesen mindez kihat a filmek minőségére, amely meglehetősen gyenge, s a kapkodás minden jelét magukon hordozzák. A nigériai filmipart tovább sújtja a filmek hazai és nemzetközi illegális terjesztése, amely évente körülbelül 50 millió USA dollár kárt okoz a filmiparnak, ehhez hozzáadódik a szerzői jogok megsértése. Ennek ellenére évente közel 1200 nollywoodi film jelenik meg a filmpiacon. (Egyes szakértők szerint a nigériai filmipar a színházi kultúra összeomlásának kompenzálására fejlődött ki). Hogy ez mit jelent, hasonlítsuk össze a világ három legnagyobb filmiparát néhány szempont alapján (1. ábra)

A negatív jelenségek mellett pozitív fejlemények is tapasztalhatók. A nigériai filmipar manapság – a korábbihoz képest -- szervezettebb és jobban szabályozott. Az alábbi szervezetek hivatottak szabályozni a filmipart: Film Makers' Association, Nigerian Copyright Commission (NCC), National Film Video Censors Boards (NFVBC), Nigerian Film Corporation (NFC), Association of Movie Producers (AMP), Actors Guild of Nigeria (AGN), Directors Guide of Nigeria (DGN). 2004-ben üzletemberek egy csoportja filmpiacot nyitott Lagosban, ahol „nem

kalóz” filmeket árulnak nagykereskedelmi áron közvetlenül a producerektől.

Hollywood (USA)	Bollywood (India)	Nollywood (Nigéria)
1. 10 film hetente hetente	1. 14 film hetente	1. 43 filmalkotás
2. 50 film havonta	2. 66 film havonta	2. 200 film havonta
3. 600 film évente	3. 800 film évente	3. 2400 film évente
4. a produkciós költség 47 millió \$	4. 1.5 millió \$	4. 25.000 \$
5. éves bevétel 51 milliárd \$	5.3 milliárd \$*	5. 20 millió \$

*2016-ra 4.6 milliárdos bevétel elérése a cél

1. ábra.

Ahogy korábban említettük, a nigériai filmek többsége gyenge minőségű mind kivitelezésben (a nem megfelelő technikai felszereltség hiányában), mind cselekményében, forgatókönyvében. Talán az egyedüli kivételnek Hubert Ogunde művei számítanak, amelyek Nigéria határain kívül is ismertek.

A nigériai filmeket aszerint kategorizálják, hogy milyen nyelven (dialektusban) forgatták, beszélhetünk tehát Yoruba, Igbo, Hausa, Ibibio, Urhobo, s természetesen angol nyelvű filmekről. A legtöbb videofilm a Yoruba nyelvjárásban és angol nyelven forgatják. Gyakori a nyelvjárásban forgatott filmek angol nyelvű feliratozása.

Jelenleg a filmipar magán befektetők kezében van, akik egyre-másra Cineplex filmszínházakat nyitnak (például a Silverbird Cinemas-t, a City Mall Cinemas-t, a Nu-metro Cinemas-t), filmstúdiókat létesítenek, megszervezik a forgatókönyvírást, videoklubokat üzemeltetnek, szervezik a terjesztési hálózatot, s foglalkoznak a művészeti menedzsment kérdésével, s természetesen igénybe veszik a reklámirodák szolgáltatásait a filmek népszerűsítésére.

A nollywoodi filmipar számos kihívásnak néz elébe, állapítja meg Dr. Balofin. A továbblépés záloga a korszerű marketing eszközök és stratégiák szakszerű alkalmazásában rejlik. Erre a megállapításra Lagos öt közigazgatási területének (Ayobo/Ipaja, Badagry, Epe, Ibeju Lekki,

Agege) lakóira kiterjedő kérdőíves kutatás eredményei, valamint filmes szakemberekkel végzett mélyinterjúk alapján jutott.

A következtetések néhány pontban foglalhatók össze.

- A filmrendezők és producerek a nigériai filmek gyenge minőségének okát alulfinanszírozásukban látják. A kormányzati támogatás elenyésző, a pénzügyi támogatás különböző egyéni forrásokból, adományokból származik.
- A nigériai kormány és több pénzügyi intézet azonban felismerte a filmiparban rejlő lehetőségeket. Ennek egy szemléletes példája TINAPA, Afrika első üzleti központja, amelyben felépült egy világszínvonalú filmstúdió a legkorszerűbb digitális technikai felszereltséggel (akárcsak a Universal Pictures filmstúdióban Hollywoodban).

Rycardo Agbor, a nollywoodi filmipar elismert művésze hasonló problémákat emel ki a nigériai filmipar kapcsán. Szerinte a Nollywood jelenség a nigériai vállalkozó szellemnek és a digitális technológiának köszönheti a létét. A gyökerei a késői 80-as és a korai 90-es évekbe nyúlnak vissza, amikor Lagos közbiztonsága egyre csökkent, a bűnözési esetek száma pedig egyre növekedett. A színházak és a mozik ennek hatására sorra zártak be, mert az emberek sötétedés után nem voltak hajlandók kimozdulni otthonaikból. Így a szórakozás új eszközei a nyugati világból és Indiából importált videók voltak. Ez a tény adta az ötletet a nigériai video filmipar létrehozására. Ebben nagy szerepe volt egy üzletembernek, akinek számtalan üres videokazettája volt, valamint egy VHS kamerája. Leforgatta első filmjét „Rabszolgaságban élni” („Living in the bondage”) címmel, amelynek kereskedelmi sikere elvitathatatlan volt. Manapság legalább 300 producer forgat filmet hihetetlen gyors tempóban. 500 és 1000 művet évente. A technika fejlődésével ma már HD kamerával dolgoznak. A producerek előtt sokasodó problémák azonban nem csökkentek.

A legnagyobb problémát a költségvetési forrás hiánya okozza, amely kedvezőtlenül befolyásolja mind a hangzásbeli, mind a képi minőséget. Egy film átlagos költségvetése 12.000 \$ vagy kevesebb, a forgatási idő pedig 7-től 10 napig terjed. Az eredmény gyenge képi minőség, gyenge hangzásbeli minőség, gyenge színészi teljesítmény.

A másik fő probléma a piacterítési és eladási hálózat hiányában rejlik. A producerek kénytelenek a videó értékesítőkre hagyatkozni, akiknek van egy üzletük Lagos piacán, egy vagy két további üzletük az ország keleti részén. Ebből következik, hogy egy film 50.000—100.000 példányban kel el a 170 millió lakosú országban.

A harmadik fő problémát a megfelelően képzett szakemberek hiánya okozza. A legtöbb nollywoodi alkalmazott a véletlennek köszönheti munkáját. Az infrastruktúra gyenge minősége tovább nehezíti a producer munkáját.

Nollywood – mint ismeretes – a világ harmadik legnagyobb filmgyártó monopóliuma Hollywood és Bollywood után. Az olajipart követően másodikként rangsorolják a profittermelő iparágak között Nigériában. A mezőgazdasági ágazatot követi a munkaerő alkalmazás szempontjából: körülbelül egy millió munkavállaló dolgozik Nollywoodban a filmkészítés és a filmforgalmazás területén. Egyes gazdasági becslések szerint Nollywood – belátható időn belül -- képes lesz évi 500 millió \$ profit termelésére. Nollywood előtt nagy lehetőségek, de kihívások is állnak ahhoz, hogy nemzetközileg versenyképes legyen. A fejlesztésnek technikai, kreativitásbeli, művészeti, s forgalmazási viszonylatban is be kell következnie.

A házi videó az audiovizuális szórakozás rendkívül népszerű formájává vált Nigériában, s maga a nigériai filmipar is mennyiségileg olyannyira jelentőssé vált, hogy nemzetközileg számolni kell vele. Népszerűségének forrása, hogy nigériai tartalmat közvetít, aktuális témákat dolgoz fel, amelyek tömegközönséget vonzanak. A nigériai, nollywoodi filmek népszerűsítésére megoldást jelenthetne egy műholdas csatorna létrehozása, például „Afrika varázslata” címmel. Újra ki kell építeni a mozihálózatot, s visszaállítani a mozikultúrát, s nem szabad elfeledkezni az „új média” nyújtotta lehetőségekről sem. Nollywood kilátásai határtalanok, ígéretesek, hogy ezek megvalósulnak-e, részben a jó szervezethez és a megfelelő pénzügyi támogatáshoz múlik.

Források

Taiwo Ajibolu Balofin: Nollywood Film Production and Marketing in Nigeria: An Empirical Investigation of Challenges in the Industry and Stakeholders/Audience Perception. A paper presented at 21 Century Nollywood Workshop, Budapest, 2015. (kézirat)

Rycardo Agbor: Problem of Producers in Nollywood. A paper presented at 21 Century Nollywood Workshop, Budapest, 2015. (kézirat)

AZ AMERIKAI KORMÁNYZÁS "PUBLIC POLICY" KORSZAKA – ELMÉLETI ALAPVETÉSEK

A magyar "politika" fogalmának differenciálatlansága sok nehézséget okoz az angol, s különösen az amerikai politikatudományi szakirodalom értelmezésénél, lefordításánál. A ma ismét gyakrabban használt angol "polity" kifejezés a politikai intézmények rendszeréhez kapcsolódó fogalom, elsősorban a politika XIX. századi fejlődési szakaszához kötődött, amikor a politikai berendezkedés alapvető keretei körvonalazódtak. A "politics" ma is gyakran használatos kifejezés, amely politikai rendszerben mozgó nagy csoportok ideológiai és hatalmi orientációihoz, viselkedéséhez, a politikai folyamathoz kötődő fogalom. A XX. század közepéig általában a "politics" koráról beszélhetünk, még az amerikai politikai fejlődésben is. Témánk szempontjából ez azt jelenti, hogy ebben a korszakban a közigazgatás és a politika szféráinak elválasztása és kölcsönös viszonya volt a fő kérdés. A klasszikus közigazgatási alapelvek lényegében azt fejezték ki, hogy a közigazgatás, mint funkció és szervezet elkülönül a politika területétől - legalábbis ez a kívánatos. Ugyanakkor szervezeti és vezetési eszközökkel meg kell valósítani azt a politikai akaratot, amely a közigazgatásba felülről és kívülről érkezik ugyan, de amikor megérkezett, akkor már olyan belső szervezeti céllá válik, amelynek politikai tartalmát a köztisztviselők nem firtathatják. Az "új közigazgatás" nyíltan kimondta, hogy a közigazgatás valójában soha nem lehet mentes politikai értékektől. Ez a tudomásulvétel egyrészt lehetővé teszi, hogy a gyakorlatban ténylegesen megvizsgálják a kormányzati és pártpolitikai befolyásolás határait és lehetséges ellensúlyait, másrészt összefügg egy nagy jelentőségű korszakváltással. Ágh Attila ezt így foglalta össze: "A hatvanas-hetvenes évektől a politikai, s vele a politikatudomány is, fokozatosan fejlődése harmadik és egyben jelenlegi szakaszába lépett. Mindjobban nem pusztán az emberek viselkedése, hanem maga a politikacsinálás, a döntéshozatali folyamat került az érdeklődés középpontjába. Már azok a bizonyos régi görögök is a érdeklődtek a "kormányzástan" iránt, de a történelem évezredeiben ennek tapasztalatai és szabályai egy szűk politikai elit tevékenységét illették. A második világháború utáni tömegdemokráciákban - legelőször és mindenekelőtt az Egyesült Államokban - azonban a politikacsinálási

avagy a döntési folyamat kiszélesedett a társadalom egészére és szinte valamennyi kérdésre. Így jelentkezett mindinkább az alkalmazott politikatudomány, de már korántsem úgy, mint pusztán alkalmazott államtudomány, hanem a társadalom minden tagját, mint politikai szereplőt érintő folyamatok egésze, a politika teljes színpadán. A XX. század végén a fejlett demokráciákban a lakosság egyre növekvő része, mintegy egyharmada foglalkozik adminisztrációval, mint "közigazgatással... A politika, s vele a politikatudomány harmadik korszakát, mint a sokszereplős politikai folyamatok egész társadalomra kiterjedő alkalmazott tudományát és annak gyakorlatát nevezzük közpolitikának (public policy)." (Ágh, 1993. 3-4.old.) A politikai fejlődés ezen harmadik szakaszában a "policy" koráról beszélhetünk, amely a "polity" és a "politics" után a politikának a gyakorlathoz legközelebb eső szintje.

Az amerikai politikatudomány a hatvanas évek végétől egyértelműen policy-orientált lett, és ebből a nézőpontból vizsgálja a szervezetelméleti, igazgatási és kormányzati kérdéseket is.

A közigazgatás-tudomány számára természetesen központi kategória. Ebben fejeződik ki a kormányzat működésének teljes spektruma, tartalma és minősége. A közpolitikák tematikája megmutatja az állami beavatkozás és újraelosztó tevékenység terjedelmét. A közpolitikák megfogalmazásának, eldöntésének folyamata megmutatja a kormányzat demokratikus működésének és szakszerűségének adott állapotát. A közpolitika intézményrendszere lényegében lefedi az amerikai közigazgatás teljes szerkezetét. A közpolitika rendszere megmutatja, hogy a politika és az igazgatás közötti határvonalak mennyire átjárhatóak, a közigazgatás mennyire önálló. Az "új közigazgatás" számára teljesen természetes, hogy a közpolitikák nem mentesek a politikai értékektől, hiszen azokat a kormányok saját politikai céljaik alapján fogalmazzák meg. (Janda et al. 1989, 544.old.) Nem tekinthetők azonban egyszerűen hatalmi kinyilatkoztatásoknak. A közpolitikák egy többszörös érdekegyeztetési és érdek-integrációs folyamat eredményeként születnek meg, amelyben politikai és igazgatási, érdekképviselői és szakértői intézmények és csoportok egyaránt részt vesznek.

1. A közpolitika döntési szintjei

Ha az amerikai politikai rendszert a közpolitikák nézőpontjából vizsgáljuk, akkor azt látjuk, hogy az egyes konkrét közpolitikák

számtalan politikai szereplő tevékenységének és döntés-hozatali rendszer működésének az eredményei. Ezek a döntés-hozatali rendszerek a politikai rendszer működésének lényegét adó alkotmányos, választási, és pártstruktúrák. A kulcs pozícióban lévő kongresszusi bizottságok, kormányiszervek, ügynökségek körül összegyűlnek a döntések által kedvezően vagy hátrányosan érintett üzleti és társadalmi csoportok, személyiségek, akik a legkülönbözőbb eszközökkel gyakorolnak nyomást a döntéshozókra a számukra kedvező közpolitikai alternatíva elfogadása érdekében.

A közpolitikai döntések rendszerét ábrázolhatjuk a döntési folyamatok hierarchikus rendje szerint úgy, mint két szintből álló rendszert (Thurber 1991, 320.old.):

Makro-szintjén a legátfogóbb és legáltalánosabb közpolitikai döntéshozatali rendszere helyezkedik el (macropolicy system). Ezek a közpolitikák érintik a legszélesebb társadalmi kört, legtöbb a résztvevőjük, és váltják ki a legnagyobb érdeklődést. Ez tekinthető úgy is, mint a "high politics" szintje, ahol a döntések kihatnak a közpolitikák egész rendszerére, megváltoztatják közpolitikai döntéseket körülvevő hatalmi struktúrákat. Ezeknek a döntéseknek a résztvevői gyakran az elnök, a törvényhozás vezetői, a Legfelsőbb Bíróság, a média vagy a széles nemzeti bázisra épülő érdekcsoportok vezetői. A döntések olyan témaköröket érinthetnek, mint a szövetségi költségvetés elfogadása, az általános gazdaságpolitika, a védelmi kiadások csökkentése, vagy a vállalkozási nyereségadó kulcsának változtatása. A makro szintű közpolitikák tartalmazhatnak ellentmondásos, gyakran erős érzelmet kiváltó ügyeket, amelyekre odafigyel a közvélemény és szorosan követi azokat a tömegtájékoztatás is. Tipikusan ilyen ügyek Amerikában pl. az abortusz szabályozása, a társadalombiztosítási támogatások, a kormányzati szervek költségvetésének lefaragása. Ezeknek az ügyeknek az a közös tulajdonsága, hogy igen látványosan zajlanak, a hírműsoroknak állandó témái, vezető köztisztviselők hada érintett bennük, szélsőséges vitákat válthatnak ki, és a választási kampányokban is kiugró szerepet kaphatnak. A makro szintű közpolitikai döntések gyakran a külső vagy belső válság-jelekre, ellenőrizhetetlen társadalmi, gazdasági és politikai folyamatokra reagálnak. Szintén gyakori az is, hogy a kritikus helyzetekre az döntési hatáskörök centralizálásával válaszol a makro szint. Ilyenkor a felső szintű döntéshozók a válságkezelés akadályának érzik hatalmuk korlátait, bár számítanak az alacsonyabb szinteken működő szakemberek tudására a döntési alternatívák kidolgozásánál. A magasabb szintű döntések természetesen olyan eredményekkel járhatnak,

amelyek nem lennének elérhetőek alacsonyabb szintű döntésekkel. Nem véletlen, hogy az esetek egy részében éppen a kormányzat alacsonyabb szintű szerveinek kompetencia-hiánya vagy rivalizálása váltja ki a felsőbb szintű döntés iránti igényt. Vannak olyan témák, amelyek rendszeresen, évről-évre a közpolitikai döntések "felfelé mozgását" váltják ki. Ilyenek általában a költségvetés nagyobb tételeit érintő ügyek, mint pl. az energiaárak, vagy a munkanélküliség kezelése. A felhalmozódó problémák is egy idő után nemzeti, makropolitikai szintre emelhetnek korábban helyi, vagy korlátozott horderejű ügyeket.

Az előbbiekkal ellentétes jellemzőkkel rendelkezik a *mikro*-szintű közpolitikai döntési rendszer (micropolicy system). Ebben a rendszerben kis számú, rejtett szereplő próbál befolyást gyakorolni a kormányzati döntésekre olyan ügyekben, amelyeknek korlátozott a társadalmi hatása. Az ilyen döntések vonatkozhatnak szakmailag igen bonyolult kérdésekre, amelyek iránt hozzáértés és érintettség hiányában kicsi az érdeklődés. Ezek a kérdések ritkán szerepelnek a választási kampányokban. Általában az a jellemzőjük, hogy korlátozott a résztvevők köre, a nyilvánosságuk, a hozzáférhetőségük, a hozzáértők és a kormányzati felelősök köre. Az ilyen döntések résztvevői azt tartják eredménynek, ha ellenőrizni tudják a folyamatokat, de kívül maradnak a híradásokon. A nyilvánosság ezeket a döntéseket néhány vezető számára anyagi előnyt hozó, korrupció-gyanús ügyeknek tartja. A titkosság miatt ennek veszélye fennáll, de nem szükségszerűen következik be. Az amerikai kormányzati rendszer működésének tapasztalatai szerint a mikro szintű közpolitikai döntések hatása korlátozott, a közpolitikákra összességében sokkal kevesebb befolyást gyakorolnak, mint a makro szintű döntések, amelyek demokratizmusa és nyilvánossága sokkal nagyobb.

2. A "vas-háromszög" és a közpolitikai alrendszerek

A politikai döntéshozatali mechanizmus két végpontja között helyezkedik el a közpolitikai döntések legszélesebb sávja, amelyet a *közpolitika* alrendszerének (policy subsystem) nevezünk. A közpolitikai folyamatokat meghatározó körülmények leírására több modellt is felállítottak a kutatók. A leggyakrabban hivatkozott modell a Theodore Lowi által 1969-ben bevezetett "vas háromszög /iron triangle/" (Ripley, Franklin 1991, 77.old.), amely a végrehajtói hatalom szervei, a kongresszusi bizottságok és az érdekcsoportok együttes meghatározó szerepének metaforája. (Ezeket a közpolitikai szereplőket nevezték még "hatalmi hármásnak" /power triads/, "bensőséges háromszögnek" /cozy

triangles/ is, ami jelzi, hogy ez a hármasság a politikai aréna stabil szereplője.) (Thurber 1991, 323.old.)



1. ábra. A "vas-háromszög"

Többeket nem elégitett ki azonban ez a leegyszerűsített tartott modell, mert az egyes közpolitikai esetekben természetesen módosítani kellett a három-szereplős magyarázatot. Charles O. Jones az olajválság amerikai közpolitikai kihatását elemezve mutatott rá arra, hogy "az energiapolitika kialakítására jellemző otthonos, kis háromszög rendetlen, nagy hatszöggé változott." (Jones 1982, 362.old.) A közpolitika formálásában ebben az esetben bekapcsolódtak a környezetvédők, az olajipari vezetők és a pártvezetők is, vagyis kevésnek bizonyult a háromszög szögeinek száma.

Hugh Heclo pragmatikus megoldásként az "ügy-hálózat" (issue network) fogalmának és modelljének bevezetését javasolta, amely elméletileg elegendően nyitottnak bizonyulhat az egyes konkrét témákhoz kapcsolódó, kisebb-nagyobb bonyolultságú érdekkörnyezet leírásához. (Heclo 1978, 56.old.) Ez az elemzési szint azonban a "low politics" szintje, vagy a mikro-politikai szint, amely nem ad kellő információt a politikai folyamatok és intézmények közreműködéséről a közpolitikai döntések meghozatalában és a véglegesített közpolitikai megvalósításában.

D. Marsh és R.A.W.Rhodes brit politológusok arra mutatnak rá, hogy "az amerikai irodalom a mikro-szintre koncentrált, sokkal inkább foglalkozva a kulcs-helyzetben lévő személyek közötti kapcsolatokkal, mint az intézmények közötti strukturális viszonyokkal." (Marsh, Rhodes 1992,

7.old.) Emiatt kisebb hangsúlyt kap az a különbség, amely az *iron triangle* és az *issue network* politikai szerepében fellelhető. Nevezetesen az a mozzanat, hogy az *iron triangle*-típusú formációk nem a döntéshozó kormányzattal állnak szemben, hanem egymással harcolnak a megszerezhető eszközökért, míg az *issue network* elsősorban egy széles érdekcsoport szerveződése a kormányzattal szemben egy adott ügyre vonatkozóan, egy *másik*, számukra kedvezőbb közpolitikai döntésért. Vagyis az előbbi egyfajta funkcionális pluralizmust jelenít meg, szinte korporatív képviselő, míg az utóbbi az érdekluralizmuson alapuló, versengő és kritikai képviselő a döntéshozók felé.

Az amerikai irodalomban már az 1950-es években felbukkan a "sub-government" (nevezük a kormányzat alrendszerének, mert a szó szerinti fordításnak nincs értelme) fogalma (Marsh, Rhodes 1992, 6.old.), amely az *iron triangle*-t alkotók csoportjának kormányzati oldalról történő megközelítése. A sub-government fogalma az ügysző kapcsolódó érintettek csoportjának a döntéshozatalban való részvételét hangsúlyozza.

Az alábbi táblázatban összefoglalom az *issue network* és a sub-government főbb különbségeit:

	ISSUE NETWORK	SUB-GOVERNMENT
Résztevők köre	széles	korlátozott
Érdek jellege	általános, széles	szakmai, gazdasági
Együttműködés	laza, változó	erős, szervezett
Folyamatosság	hullámzó	stabil
Egyetértés	konfliktusos	erős, határozott
Erőforrások	egyenetlen, kevés	adottak, jó "cserealap"

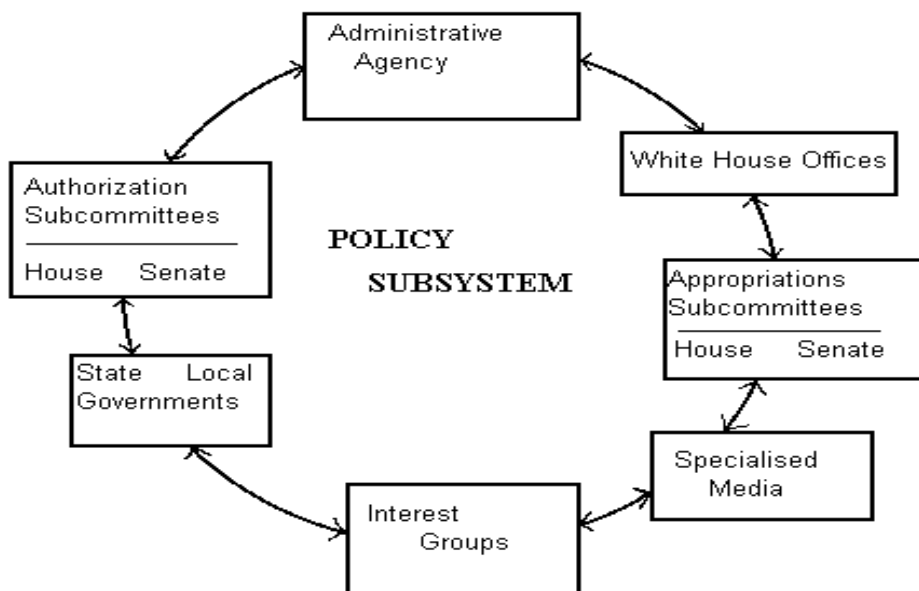
2. ábra. Az *issue network* és a sub-government főbb különbségei

J.A.Thurber a rendszerelméleti hagyományt követve, Talcott Parsons szociális rendszer fogalmát felhasználva javasolja a *policy subsystem* (közpolitikai alrendszer) modelljének bevezetését.

Ez rendszerelméleti kibővítése az *iron triangle* három-szereplős modelljének és jól összeegyeztethető a pluralista és korporatív

érdekcsoport elméletekkel is, amelyek szerint az érdekcsoportok legitim érdekeik alapján lépnek fel a kormányzat felé igényeikkel, a kormányzat szerepe pedig ezen érdekek társadalmi érvényesítése. Az új, kompetitív csoportok érdekeinek megfelelően sor kerülhet új közpolitikák megfogalmazására, új kongresszusi bizottságok és kormányzati ügynökségek felállítására vagy a régiek átalakítására. Az érdekcsoportok politikai hatalomra tesznek szert, amikor a közpolitikai alrendszer elemeként befolyást gyakorolnak a közpolitikák alakítására.

A policy subsystem a policy sub-government fogalmához igen közel álló megközelítés, sok tekintetben annak rendszerelméleti változata. Míg a kutatók többsége csak a közpolitikákat formáló politikai elitre koncentrálnak, addig a rendszerelméleti megközelítés átfogja az amerikai *public policy-making* szereplőinek teljes körét, és elméletileg igényesen írja le komplex együttműködésüket. Fontos természetesen azt is megjegyezni, hogy a public policy subsystem a public policy fogalmához hasonló elvonatkoztatás, s egy időben több ilyen konkrét, kompetitív alrendszer létezik. Az iron triangle a public policy fő szereplőinek leírására igen alkalmas kategória, a közpolitikai alrendszer (Thurber 1991, 316.old.) ennél jóval szélesebb:



3. ábra. A Policy Subsystem

A közpolitikai alrendszer egy decentralizált hatalmi struktúra a résztvevők szoros informális kommunikációjával. A résztvevők általában az érdekcsoportok képviselői, a kongresszusi bizottságok és albizottságok tagjai és stáb-szakértői, a végrehajtói hatalom hivatalainak és ügynökségeinek alkalmazottai, és más közpolitikai szakértők az egyetemekről, az állami és a helyi kormányzatoktól, valamint a média emberei. A washingtoni ügyvédek, lobbysták, az Elnöki Hivatal tanácsadói szintén kulcs-szerepet játszanak a közpolitikai alrendszerekben. Ezek a résztvevők szerepeiknek megfelelően közpolitikákat kezdeményeznek, előkészítik a szükséges törvényeket és közreműködnek az elfogadásukban, kialakítják az igazgatási szabályozásokat, előkészítik és elfogadják a költségvetéseket, végrehajtják a programokat, értékelnek és elvégzik a szükséges változtatásokat. A speciális média-műsorok és a szaksajtó gyakran játszik kulcsszerepet az egyes témák közügyé fogalmazásában és a közpolitikai folyamat bemutatásában. (A nemzeti média általában csak a nagyobb botrányok esetén érdeklődik a közpolitikai alrendszerek működése iránt.)

A közpolitikai alrendszer kifejlődése összefügg a kormányzati rendszer és a közigazgatás szakmai differenciálódásával is. Az egyes közpolitikák egyre nagyobb hozzáértést, speciális szaktudást kívánnak, ami miatt az átlagos választópolgárok kívül is rekednek a döntési folyamatokból. A közpolitikai alrendszer szereplői pedig még tovább professzionalizálják a közpolitikákat, s hozzáértésük miatt az alrendszerben jelentékeny önállóságot élveznek a közpolitikák fejlesztésében, megvalósításában és értékelésében.

A közpolitikai alrendszer az amerikai politikai rendszerben egyfajta *funkcionális érdekképviseletet* testesít meg. Az alrendszer szakértői meghatározó szerepet játszanak az alrendszereken belül, az alrendszerek pedig domináns szerepet játszanak a mindennapi politikacsinálásban. Jelentőségük és befolyásuk a kormányzati rendszerben nagyobb, mint az általánosan ismert érdekképviseleteké; a földrajzi területeket képviselő szenátusé és a népeiséget képviselő kongresszusé.

A politikai élet főszereplői is tisztában vannak a közpolitikai alrendszerek jelentőségével, hiszen nem lehet a közpolitikák megvalósítását rövid úton elrendelni. Egy törvény elfogadása a kongresszusban nem jelenti annak gyakorlati megvalósulását is. Ezért hatalmat és eszközöket kell delegálni az alrendszerhez, vagyis politikai önállóságot, annak érdekében, hogy a

társadalmi funkciók működjenek. A főbb közpolitikák köré több, félig autonóm közpolitikai alrendszer is kiépül, amelyek olykor egészen szűk témákkal foglalkoznak.

A közpolitikai alrendszerek főbb típusai a következők (4. ábra):

Alrendszerek:	DOMINÁNS	VERSENGŐ	SZÉTESŐ
Koalíció	stabil	időnként változó	instabil
Nyilvánosság	kicsi	kicsi	nagy
Hatáskör	jól definiált	átfedő, vitatott	fragmentált
Konfliktus terjedelme	szűk	mérsékelt	széles
Konfliktus szintje	alacsony	közepes	magas
Résztvevők	kevés	közepes	sok
Döntési folyamat	zárt	versenyársak számára nyitott	nyitott

4. ábra. A közpolitikai alrendszerek főbb típusai

A *domináns* alrendszer jól szervezett és uralja az adott közpolitika folyamatát. Az ilyen alrendszer elfogadott hierarchia és együttműködési szabályok alapján integrálja az ügyben döntő hatáskörrel bíró kormányzati szereplőket, érdekcsoportokat. Jól tudja kezelni a belső vitákat, az eltérő pártpolitikai elkötelezettségekből fakadó konfliktusokat. Jó a kapcsolata azokkal a társadalmi csoportokkal, amelynek az érdekeit szolgálja, s a változásokat is folyamatosan integrálni tudja.

A *versengő* alrendszer fő jellemzője, hogy esetről esetre meg kell küzdenie az adott közpolitikáért az érdekcsoportokkal és a kormányzati tényezőkkel. Nem egyedül van a terepen és saját körén belül is rendszeresen megbomlik az egység.

A *széteső* alrendszer általában akkor keletkezik, amikor a makro szintű politikai döntések "kihúzzák a talajt" egy közpolitikai alrendszer alól a politikai környezet megváltoztatásával. Ez a gyakoribb eset. Ritkábban, de a szereplők és a képviselt érdekcsoportok szembekerülése a

közpolitika formálása során szintén előidézheti az alrendszer dezintegrálódását.

3. A közpolitika folyamata

A közpolitika-centrikus szemlélet a közigazgatás működésében és szerkezetében azokat az elemeket emeli ki, amelyek a közpolitikák megfogalmazásával, végrehajtásával és korrekciójával kapcsolatosak.

Összefoglalóan a közpolitikák "életszakaszai" a következők:

- Az ügy felmerülése és megfogalmazása (Agenda-setting).
- A közpolitika kidolgozása (Decision-making).
- A végrehajtás (Implementation).
- Elemzés, értékelés (Analysis, evaluation).

Az utolsóként említett területek, a *policy analysis* és *policy evaluation* a politikatudomány és a közigazgatás-tudomány új területévé nőttek ki magukat.

A közpolitika amerikai jelentése az eltérő politikatörténet miatt az európai politikai rendszerekben nehezen értelmezhető. A közpolitika tartalmának megfelelő jelenségeket, ügyeket természetesen az európai politikai rendszerekben is találunk, de megjelenésük módjában és lebonyolódásuk folyamatában találunk komoly eltéréseket. A legfontosabb eltérés éppen az amerikai közigazgatás sajátosságaiból fakad. A *public policy* kifejezés intézményi megfelelője az *agency* (ügynökség), az szerv, amely a közpolitika megvalósításával foglalkozik. Az ügynökség lehet közvetlen közigazgatási részleg, de lehet egy feladatra létrehozott, nagy szervezeti önállósággal rendelkező, az adófizetők pénzéből működő intézmény. Státusa és belső szervezete szinte alig tér el a magánszféra intézményeitől. Működési logikája sok vonatkozásban azonos a magáncégek logikájával. "Public" jellegét a feladatkörén és finanszírozási forrásán kívül döntően tevékenységének törvényben előírt nyilvánossága és a föllette gyakorolt demokratikus kontroll adja. Ez a fajta intézmény az, ami az európai politikai rendszerekben alig létezik.

További lényeges amerikai sajátosság a kormányzati döntéshozatali folyamat és intézmények fragmentáltsága, egyrészt a föderációs szerkezet

miatt, másrészt az egyes államok eltérő intézményi hagyományai, jogrendszere és szokásai miatt, harmadrészt a nagyon erős helyi hatalmak miatt. A közpolitika számunkra szokatlan önállóságát támasztja alá ez az intézményi háttér. Ilyen körülmények között érthetővé válik az egyes közpolitikák hangsúlyozottan egyedi "élettörténete" és a hozzájuk kapcsolódó rendkívül fejlett módszertani felkészültség a közpolitikák minden fázisára nézve. Nem véletlen, hogy az utóbbi évtizedekben a figyelem középpontjába került a kormányzás (governance) közpolitikai nézőpontból történő megközelítése, a demokratikus közpolitika-alkotás politikuma, és közpolitikai eredmények politikai interpretációinak pluralizmusa. (Peters-Pierre 2009, 191.old.)

Felhasznált irodalom:

Ágh Attila (1993): Közpolitika.. Budapest Paper on Democratic Transition. Budapest: Demokrácia Kutatások Központja Alapítvány. 1993. Kézirat. 3-4.old.

B.Guy Peters, Jon Pierre eds.(2009): The Handbook of Public Administration. SAGE

Heclo, Hugh (1987): Issue Networks and the Executive Establishment. In: The New American Political System, Ed.A.King. Washington, D.C.: American Enterprise Institute, 1978.

Janda, Kenneth - Berry, Jeffrey M. - Goldman, Jerry (1989): The Challenge of Democracy. Boston: Houghton Mifflin Company, 1989. 544.old.

Jones, Charles O. (1982): The United States Congress, People, Place, and Policy. Homewood, Ill.: Dorsey Press, 1982. 362.old.

Marsh, D. - Rhodes, R.A.W. (1992): Policy Network in British Government. Oxford: Clarendon Press, 1992. 7.old.

Ripley, R.B. - Franklin, G.A. (1991): Congress, the Bureaucracy, and Public Policy Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company, 1991. 77.old.

Thurber, J.A. (1991): Dynamics of Policy Subsystems in American Politics. In: Cigler-Loomis: Interest Group Politics. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1991. 320.old.

ZSÁGER LÁSZLÓ

A NYELVOKTATÁS HELYZETÉNEK ÁTTEKINTÉSE NEMZETKÖZI KONTEXTUSBAN

„*Mondd el és elfelejtem, taníts meg és emlékszem rá, vonjál be és megtanulom.*”

Benjamin Franklin

Bevezetés

Az előbb említett örökérvényű igazságot tartalmazó idézet – bár a XVIII. századból való – teljes mértékben visszaköszön a XXI. században uralkodó vagy egyre inkább előtérbe kerülő oktatási, nyelvoktatási paradigmák, módszertani irányzatok háttérében meghúzódó elvekben, hiszen – szinte kivétel nélkül – mindegyik alaptétele a tanuló bevonása, munkára ösztönzése, ami a tanulási folyamat szerves része. Tehát a tanulóra nem csak befogadó aktorként tekintenek, hanem aktív, cselekvő, „termelő”, az önfejlesztés képességével és készségével rendelkező aktorként, aki egy, vagy akár több (*offline* vagy *online*), közösségnek aktív, kommunikáló résztvevője. Ebben a tanulmányban az előbbieken említett úgynevezett *mainstream* pedagógiai paradigmákat, nyelvoktatási koncepciókat, valamint az ezeket magukba foglaló tanulási és tanítási elképzeléseket, rendszereket, módozatokat kívánom áttekinteni és elemezni a XXI. századi vívmányok és kihívások tükrében.

Globalizálódó világ a XXI. században



1. ábra: A globalizálódó világ

Forrás: <http://sbhsgovecon.wordpress.com/category/globalization/>

A XX. század utolsó évtizedeihez – pontosabban a „vasfüggöny” lehullásához – köthető a globalizáció felgyorsulása térségünkben. Hazánk, mint egy *szupranacionális* szervezet, az Európai Unió tagja is szembesül a globalizációs folyamatok által támasztott kihívásokkal, illetve elvárásokkal.

A globalizmust többféleképpen értelmezhetjük. A fejezet szempontjából a kölcsönös függést hangsúlyozó globalizmusról esik szó. Ez az irányzat „egyéni és társadalmi aktorokat vesz alapul, melyek cselekvésének környezete a transznacionális társadalom, strukturáló elve pedig a határokon átnyúló, funkcionális hálózatok léte” [Suha (2012) 28. oldal.]. John W. Burton szerint világméretű hálózatok kiépülésének lehetünk szemtanúi (1. ábra) [Suha (2012) 28. oldal.]. E nemzetközi hálózatok szereplőinek (aktorainak) egymásra utaltsága (interdependenciája) egyre inkább nő, így egyre nagyobb hangsúly helyeződik a kölcsönös kapcsolatokban rejlő előnyök kiaknázására [Suha (2012) 28. oldal.].

Gazdasági szempontból a globalizáció többek között a munkaerő, az áruk, valamint a befektetések (tőke) szabad forgalmát és áramlását jelenti. A nemzetköziesedő reklámkampányoknak köszönhetően teljesen átalakultak/átalakulnak a fogyasztási szokások. A konzumerista felfogásnak megfelelően a gazdaság húzószektora számos államban a szolgáltatás szektor [Burbules – Torres (2000)].

A globalizáció politikai vetülete a *transznacionalizmusban* érhető tetten. A *transznacionalizmus* az országhatárok elmosódását, az országok

autonómiájának meggyengülését jelenti. Ezáltal az „állampolgár” kifejezés értelmezése is egyre rugalmasabbá válik, s inkább a „világpolgár” kifejezés irányába tendál, amihez az egyre csökkenő idő- és térbeli távolságok is hozzájárulnak.

Kulturális téren a kultúra *homogenizációja* a globalizmus „természetes” velejárója. A globalizáció nem csak az országhatárok, hanem az egyes népek közötti kulturális különbségek elhalványulását jelenti [Burbules – Torres (2000)]. Ebbe ágyazódik, egyfajta paradoxonként, a multikulturalitás koncepciója. Bizonyos esetekben a helyi kultúra és a „globális” kultúra olyannyira elüt egymástól, hogy kulturális feszültséget indukál, ami gátolhatja az adott kultúra globális hálózatba történő „tagozódását”. A kulturális feszültség leküzdése érdekében jött létre a *glocalizmus*, ami a globális „kultúrát” helyi színezettel látja el, így alkalmazva azt a helyi viszonyokra.¹

A hálózatok kiépülésének, illetve a globalizáció oktatás-nevelési vetületeként magyarázható a konnektivistai pedagógiai felfogás térnyerése, mely a diákra és a tanárra egyaránt hálózati „elemként” tekint. A hálózatok létrejöttének mozgatórugója a folyamatos innováció az infokommunikáció területén. A hálózati kapcsolatok révén megnövekedett a munkaerő mobilitása. Az innováció volumene és üteme a munkaerőpiaccal – közvetve pedig az oktatás-neveléssel – szemben is újabb és újabb követelményeket és elvárásokat fogalmaz meg.

Globalizálódó oktatás

A munkaerő likviditása és a folyamatos innováció megköveteli, hogy az oktatás hasznos tudással ruházza fel a diákokat. Emellett fontos, hogy ezt az önállóan, csoportban vagy közösségben megszerzett tudást, a XXI. századi kulcskompetenciák birtokában (anyanyelvi, idegen nyelvi, matematikai, természettudományos, digitális, önálló tanulási, szociális és állampolgári, vállalkozói, kulturális) képes legyen felhasználni, tovább bővíteni (*Lifelong Learning*).

Az oktatás-nevelés egyik fő feladata a diákok hasznos állampolgárrá (világpolgárrá) való nevelése olyan stratégiák révén, melyek birtokában képesek reflektálni a világban zajló eseményekre, folyamatokra, ugyanakkor képesek legyenek helyi/idegen kulturális közegben is megállni a helyüket, kapcsolatokat kialakítani és hivatalos ügyeket intézni.

Az oktatás-nevelés másik fő feladata a diákok munkaerőpiacon való elhelyezkedésének és tartós megmaradásának segítése, hiszen ezek is

¹ http://www.globusetlocuseng.org/About_Us/Glocalism/What_Is_Glocalism.kl

folyamatosan átalakulóban vannak: a függőlegesen szerveződő menedzsmentet fokozatosan felváltja a „networking”(hálózat)-típusú vezetés; a kezdeményezőkézség fontosabb az engedelmességnél; összetett stratégiákra van szükség a piac folyamatos expanziója miatt.² Éppen ezek miatt az oktatásnak fel kell készítenie a diákokat, hogy olyan feladatokat is el tudjanak látni, amire nincs előképzettségük, valamint arra, hogy képesek legyenek improvizálni, feladatokat önállóan, kreatívan megoldani, a megszerzett tudást ötvözni. Ennek méréséhez szükséges egy mobilitást elősegítő, a világ bármely pontján értelmezhető szabványspecifikáció kialakítása.³

A globalizáció által indukált társadalmi változások miatt a XXI. századra jelentős mértékben módosult, átalakult vagy inkább kibővült a tanár/oktató szerepe. George Pickering plenáris előadásában a tanárt/oktatót egyszerre nevezte előadónak, tervezőnek, szervezőnek, ellenőrnek, mérést végzőnek, gyerekfelvigyázónak, „rendőrnek”, aki egyben szórakoztat, lehetővé tesz, tanácsal lát el, edz, fejleszt, kompenzál, forrásokat tesz elérhetővé és segít eligazodni.⁴ Tehát a tanár, az információs társadalomban, megszűnt az információ egyedüli forrásának lenni, mivel az információ mennyiség robbanásszerűen megnövekedett és növekszik, ráadásul ez egyre szélesebb körben, ingyenesen elérhető és felhasználható. Így tehát a tanárszerep a „tudás forrása” szerepről az „irányító” szerepre változik, ugyanis a roppant információtömegben kell segítenie a diákok eligazodását.⁵ Ahhoz, hogy ezt a szerepet magukra tudják öltetni, szükségük van szabadságuk megőrzésére a módszerhasználat, a tér- és időhasználat terén, arra, hogy képesek legyenek differenciálni, egyénre szabottan (adaptívan) tanítani, értsenek a legújabb technikákhoz/technológiákhoz.

A tanulószerep is jelentősen átalakult. A tudás egyszerű befogadójából, „termelő”, és ugyanakkor „fogyasztó” lett. Elsősorban „termelő”, olyan értelemben, hogy „terméket” (produktumot) állít elő, teljesít, másodsorban „fogyasztó”, akiben a fogyasztói társadalom alakítja a „fogyasztói” attitűdöt, így az oktatást is egyfajta szolgáltatásként szemlélik. Emellett a

³ Education and globalization:

http://www.iiep.unesco.org/fileadmin/user_upload/pdf/apre98.pdf

⁴ személyes kommunikáció - 23. IATEFL-Hungary Konferencia, Budapest, 2013

⁵ Education and globalization:

http://www.iiep.unesco.org/fileadmin/user_upload/pdf/apre98.pdf

pedagógiai paradigmától függően változhat a diák szerepe: „építő”, „teremtő” (konstruktivista, konstrukcionista felfogás), „együttműködő” (projektalapú oktatás), vagy „hálózati elem” (konnektivista szemlélet).

Pedagógiai paradigmaváltás a XXI. században

A globalizálódó és hálózatisodó világban a hagyományos behaviorista oktatás-nevelés felfogás helyét más, modern felfogások kezdik átvenni.

Ezek egyike a konstruktivista pedagógia, ami Jean Piaget azon elgondolásán alapul, mely szerint a játék a gyermek kognitív fejlődésének nélkülözhetetlen része. A konstruktivista szemlélet szerint a tanulók korábbi tapasztalataik, ismereteik, élményeik alapján formálják az új ismereteket, így a tanuló a tudásépítés aktív résztvevője. Richardson szerint a tanulás közös tevékenység ezért fontos a tanulók közötti folyamatos tapasztalatcsere (fórumok, wikik, chat, stb.) fenntartása [Richardson (2003)]. A „konstruktivista” osztályterem olyan környezetet biztosít, mely lehetővé teszi a feladatok kollaboratív módon történő elvégzését, s melyben a szükséges információ könnyen elérhető. Ebben a modellben a tanár, motiváló „szereplőként” lép fel, aki a tanulókat heurisztikus módon vezeti rá a felfedezésre. Ebben a modellben az instrukciók elvárásaként fogalmazódnak meg, a hangsúly a megfelelő tanulási stratégiák kiválasztására tevődik át, a tanulók folyamatosan együttműködnek (akár külső szakértőkkel is), s folyamatos a visszajelzés és a reflexió.

A konstruktivista tanulásfelfogás mellett egyre nagyobb teret nyer az úgynevezett projekt-alapú tanulás is. Ebben a tanulási modellben a tanulók, mint együttműködő (*kollaboratív*) partnerek jelennek meg. A projektmódszer alkalmazása során a tanulónak lehetőségük nyílik a feladatok megszervezésére, illetve delegálására, kutatások elvégzése mellett a megszerzett tudás ötvözésére. A projektalapú tanulás ismérvei közé sorolhatjuk: a tanulóközpontú környezetet, a kollaborációt, az autentikus és valós élethez köthető feladatokat, a különféle prezentációs módozatokat, az időbeosztást, valamint az innovatív értékelést. A projektmódszernek számos előnye létezik. Ezek közül fontos megemlíteni a tanulók magas motiváltságát, problémamegoldó képesség, a hatékony információkeresés készségének, a kollaboratív kompetenciának, valamint a forrásrendezés és információszűrés készségének fejlesztését.

Egy hálózatokkal átszőtt világban a konnektivista szemléletnek erős létjogosultsága van. A konnektivista pedagógia a tanulóra és a tanárra egyaránt úgy tekint, mint különféle hálózatok aktív tagjaira. Downes

szerint a konnektivizmus a tudás szociális/ hálózati jellegét hangsúlyozó tudáselmélet [Bessenyei – Szirbik (2011)]. Ebben megjelenik az a posztmodern gondolat is, mely szerint a tudáscsere hálózati jellege fontosabb, mint a tartalom, a tudásgyarapításra való hangolódás lényegesebb, mint az aktuális tudásanyag [Bessenyei – Szirbik (2011)].

Ezek mellett lényeges, s egyre markánsabban jelennek meg Ivan Illich *Deschooling Society* című művében taglalt, a társadalom iskolátlánítására irányuló trendek. Az iskolátlánítási törekvések elvi kiinduló pontja az, hogy az iskola azok számára való, akik képesek az iskola preferenciáihoz alkalmazkodni.⁶ Ebben az iskolátlánított modellben a tanár a tudás forrásához biztosít hozzáférést, valamint rámutat a különböző helyen elérhető információforrásokra és tanuláselemekre [Bessenyei – Tóth (2008)]. A modell egyenrangú felek együttműködésén alapuló kommunikációs hálózat.

A tanuláselméletek közül jelentős még az úgynevezett adaptív tanulás. Bár a differenciált, az egyénre szabott (perszonalizált) és az adaptív tanulásszervezési modellek között sok az átfedés, mégis különbséget kell tennünk közöttük. A differenciált tanulás alatt azt értjük, amikor a tanulónak egy adott tanulási környezetben belül több lehetséges tanulási stratégia áll a rendelkezésére. A perszonalizált modellben minden egyes diákra, egyénre szabott tanulási stratégia jut. Az adaptív modellre pedig az a jellemző, hogy folyamatos adatvételen alapul, s ezen adatok figyelembe vételével a tanulási stratégiák változnak.⁷

Új tanulási terek

Az előzményekben ismertetett változások és pedagógiaelméletek a tanulás „hagyományos” helyszínét, az iskolát sem hagyták érintetlenül. Az infokommunikációs innovációs forradalom nemcsak az üzleti modellben okozott drasztikus változásokat, hanem az oktatási modellben is. A *bricks and mortar* (tégla és malter) üzleti modellt kezdi felváltani a *clicks and mortar* (kattintás és malter) üzleti koncepció. Ez megfigyelhető az oktatásban is, hiszen az oktatás egyre inkább kikerül az iskola épületéből az *e-learning* (2. ábra) illetve speciális válfajának a *blended learning* elterjedésével.

⁶ http://ournature.org/~novembre/illich/1970_deschooling.html

⁷ <http://mfeldstein.com/differentiated-personalized-adaptive-learning-clarity-educause/>



2. ábra: Az e-learning összetevői

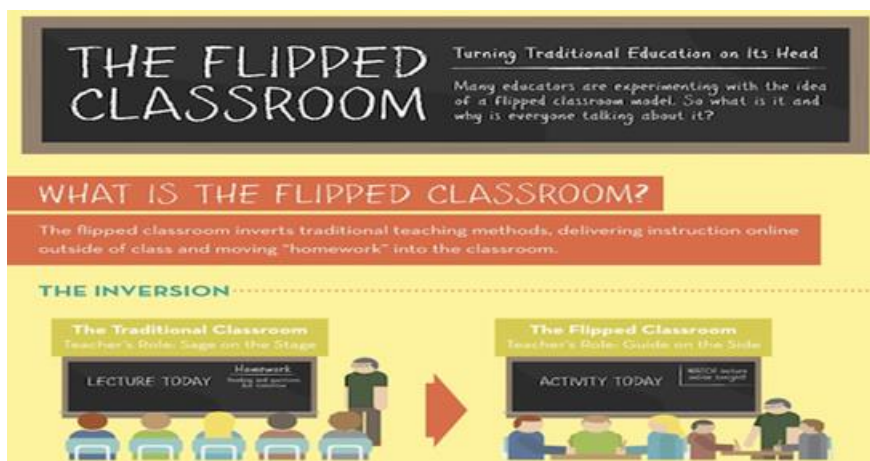
Forrás: http://www.hefop.ektf.hu/anyagok/tananyagfejlesztés_elektronikus.htm

Napjainkra az informatika drámai fejlődésének köszönhetően a tanulók a világhálón vagy akár gamifikált (*gamified*) virtuális tanulókörnyezetben (*Virtual Learning Environment*), virtuális mentorok támogatásával sajátíthatják el a tudást.

A virtuális tanulókörnyezet létrehozására számos keretrendszer áll rendelkezésre. A *Moodle* tekinthető a konstruktivista alapokon nyugvó pedagógia első számú „követének” az oktatási keretrendszerek között. Ezek a keretrendszerek lehetővé teszik tananyagelemek feltöltését, létrehozását, rendezését, a sillabusztervezést, jelszóval védett felhasználói fiókok létrehozását és konfigurálását, a tapasztalat- és tudáscserét a különböző fórumokon, chatszobákon vagy blogokon keresztül [Bessenyei – Tóth (2008)].

Egy másik jelenség, ami egyre nagyobb teret hódít magának az úgynevezett *MOOC* (*massive open online course*) mozgalom (Coursera, edX, Udacity), mely kurzusok korlátlan számú résztvevő számára elérhetők. A tanítás, a tanulás, a mérés és az értékelés is a weben keresztül zajlik, s a kurzus egy bizonyos tanmenet és tananyag köré szerveződik. Ezek alapfunkciói közé tartozik a videóelőadások/ szemináriumok/ webinárok megtekintése, a kijelölt tananyag rendelkezésre bocsátása, online vitafórumokon való részvétel, kapcsolatfelvétel a csoporttársakkal. A *MOOC* kurzusok jelentősége az, hogy ezekben keveredik a konstruktivista, tapasztalatcserén alapuló tanulás, a *peer correction* (egymás munkájának javítása, illetve értékelése), az informális tanulás, az

e-learning, valamint a *gamifikáció* (kreditpont-gyűjtés formájában), s mindez felsőoktatási köntösbe burkolva. Ezek segítségével a felsőoktatás globálisan mindenki számára elérhetővé válik.



3. ábra: A *flipped learning* modellje

Forrás: <http://www.livescribe.com/blog/education/2012/07/17/the-flipped-classroom-infographic/>

A *MOOC* mozgalom által biztosított tartalmak bármikor, bárhol elérhetők. Ezekhez hasonlóan működik az úgynevezett *flipped learning* is (3. ábra). Ezt alkalmazva a tanár az óra anyagát (instrukciókat tartalmazó videó, screencast, videóóra, stb.) videó és/ elektronikus formában teszi hozzáférhetővé a diákok számára, akik ezt a tanórán kívül dolgozzák fel, így a tanórán már a feldolgozott tananyaghoz kapcsolódó feladatok megoldására, illetve a felmerülő problémák megoldására kerül sor. A *FLIP* szintén egy betűszó. Az F a rugalmas tanulási környezetet (*flexible environment*), az L a tanulási kultúrát (*learning culture*), ami a tanulócentrikus megközelítést takarja. Az I a tervezett tartalmat (*intentional content*), ami nemcsak a konceptuális megértést segíti elő, hanem a rituálék, az eljárások begyakorlását is, s mindezt egy jól képzett oktató jelenlétében (*professional educator*).⁸

⁸ <http://flippedlearning.org/domain/46>



4. ábra: School in the Cloud

Forrás: <http://wlvdigital.wordpress.com/2013/11/19/sugata-mitra-transforming-education-through-schools-in-the-cloud/>

A következő kezdeményezés számos oktatási helyszínt próbál kiaknázni, s a tanulás örömét és a tanulás vágyát minél szélesebb tömeghez eljuttatni. Ez a Sugata Mitra által életre hívott *School in the Cloud* (4. ábra), Indiában rendkívüli sikert arató program, ami az önszerveződő tanulás (SOLE) koncepcióján alapul. Ebben a modellben a tanulók közösségként dolgoznak egy elgondolkodtató kérdésre adott válaszon az internetről szerzett információk segítségével. Egy tanulási egységnek három pillére van, úgymint egy nyílt kérdés, a kutatás/ vizsgálat, s végül a kutatás eredményeinek összehasonlítása és ismertetése.⁹ A modell előnye, hogy tanulóvezérelt, kollaboratív, nyitott, kíváncsivá tesz, átalakító, bátorító, motiváló, s nem utolsó sorban, türelmes. A modell célkitűzései között a didaktikai célok mellett társadalmi integrációs célok is megjelennek, hiszen egy számítógép, a világháló valamint egy kérdés segítségével az alsóbb társadalmi rétegek számára is elérhetővé teszi a tudást. Az ebből a rétegből származó gyerekekben „elűtetett” motiváció pozitív hatással lehet a környezetében élőkre, ily módon megteremtődhetnek a társadalmi felemelkedés feltételei.

Régi, régi-új, modern nyelvoktatási módszerek és irányzatok

Az angol nyelv hangsúlyos volta és oktatásmódszertanának kidolgozottsága miatt - önkényes módon – erre a nyelvre alkalmazott módszertani megközelítések kerülnek bemutatásra ebben az alfejezetben. Bár a nyelvek szerkezete jelentősen eltérhet egymástól, mégis léteznek olyan

⁹ http://www.ted.com/pages/sole_toolkit

univerzálisnak mondható oktatásmódszertani elgondolások, melyek bármilyen nyelv tanítása során alkalmazhatók. A különféle módszertanok érdekessége az, hogy a mai nyelvoktatás annyira összetetté vált, hogy ezeket felváltva, egymást kiegészítve vagy egymással integrált formában alkalmazzák a nyelvoktatásban. Ezen módszerek közé tartozik az évszázadokon át uralkodó nyelvtan-fordítás (*grammar-translation*) módszer, melyről sokan úgy tartják, hogy ezzel a módszerrel a diákok inkább a nyelvről tanulnak, mint magát a nyelvet tanulják. Emellett a tanulóknak nincs tényleges lehetősége arra, hogy aktiválják a nyelvtudásukat [Harmer (2011) 30. oldal.]. A módszer „egyeduralmát” kezdték megbontani a második nyelv elsajátítására (*second language acquisition*) irányuló kutatások, melyek eredményeképpen olyan elképzelések és módszerek kerültek be a nyelvoktatás repertoárjába, mint például a James Asher professzor által kifejlesztett cselekvésen keresztüli nyelvtanulás (TPR – total physical response), ami a nyelv megértésén (*comprehension approach*) alapuló módszer [Scrivener (2005) 281. oldal].

Az eredmények közé sorolható még a „mélyvíz” módszer (*immersion*), ami a későbbi két tanítási nyelvű programok és a CLIL (*Content and Language Integrated Learning*) alapját fektette le.

Ezekhez társult a tanulás behaviorista elképzelésén nyugvó audiolinguális (*audio-lingual*) módszer [Scrivener (2005) 38. oldal]. Ezt a kondicionáláson alapuló szokásformálás (például drillek alkalmazásán keresztül) jellemzi.¹⁰ A kreatív és a kontextusnak, illetve a beszédhelyzetnek megfelelő nyelvhasználat, valamint az autentikus nyelvnek való kitettség mellőzöttsége számít a módszer legnagyobb hiányosságának [Harmer (2011) 30. oldal.].

A hangsúly a perceptív készségekről inkább a produktív készségek fejlesztésére tevődött át, mely változás előfutárának a kommunikatív módszer (*communicative language teaching*) tekinthető. A módszer szerint a nyelvtanulás nem csak a különféle nyelvtani struktúrák elsajátítását jelenti, hanem a nyelvi funkciók (*language functions*), úgymint egyetértés kifejezése, tanácsadás, információkérés, stb., állnak a módszer középpontjában. Emellett kiemelt szerephez jut a beszédhelyzetnek való nyelvi – esetleg stilisztikai – megfelelés (*appropriacy*). A kommunikatív elgondolás szerint, ha a tanulók folyamatos nyelvi inputot kapnak, valamint elég lehetőségük nyílik a nyelv használatára, s elég motiváltak, a tanulási folyamat egy öngerjesztő folyamattá alakul [Harmer (2011) 32. oldal.].

¹⁰ <http://www.auburn.edu/~nunnath/engl6240/alm.html>

Ehhez a módszerhez közel áll a lexikális megközelítés (*lexical approach*), mely úgy tekint a nyelvre, mint szavakból, szókapcsolatokból és állandósult kifejezésekből (kollokációk) összetevődő rendszerre, így értelemszerűen a nyelvtan kevésbé hangsúlyos eleme a lexikális megközelítésnek.

A szótanulás két leghatékonyabb stratégiája a *kontextualizáció*, valamint a *chunking*. A *kontextualizáció* során a tanulók a megtanulandó szavakat szövegkörnyezetbe ágyazva sajátítják el. A szövegkörnyezet felidézésével a tanulók képessé válnak a tanult szókincs közvetett előhívására. A *chunking* pedig azt jelenti, hogy a tanulók a szavakat nem egyesével, hanem a szövegkörnyezettel együtt sajátítják el [Scrivener (2005) 227. oldal].

Ezek mellett számos jelentős és hatékony nyelvtanulási módszer létezik. Az egyik ilyen módszer a feladatközpontú (tevékenykedtetésen alapuló) tanulás (*task-based learning*), ami a hangsúlyt a feladaton keresztüli nyelvtanulásra helyezi. A megközelítés alapja az, hogy a tanulók „értelmes és hasznos” munkán keresztül sajátítják el és gyakorolják a nyelvet. Ily módon a tanulók érdekeltté válnak, ezáltal aktív részeseivé válnak a tanulási folyamatnak [Scrivener (2005) 281. oldal.].

Ezek a nyelvtanulási módszerek többféle nyelvtanítási megközelítéssel párosulnak. A legelterjedtebbek a *PPP*, az *EDUCARE?*, valamint az *ESA*. A *PPP* a prezentáció (*presentation*) – gyakorlat (*practice*) – használat (*production*) hármását jelenti. A prezentáció a megtanítandó szerkezetre/ szókincsre hangolja rá a tanulókat, úgy hogy a tanár rávezető stratégiákat alkalmazva vonja be a tanulókat (*eliciting*) a tanulási folyamatba. Ez a rávezetés úgy történhet meg, hogy a tanár, különböző eszközök (például audiovizuális) segítségével aktivizálja a tanulóknak meglévő előtudást (*scaffolding*).

Az *EDUCARE?* ennél összetettebb, több lépcsőből álló tanítási módszer. Az *E(xplanation)* a megtanítandó anyag magyarázatát, a *D(emonstration)* ennek példákkal való illusztrálását, az *U(se)* ennek használatát és gyakorlását, a *C(heck/ correct)* ennek megértését, az *A(aide-memoire)* ennek további gyakorlását, az *R(eview/ recycle)* ennek újbóli átismétlését, az *E(valuate)* ennek szabad, realisztikus, és autentikus használatát, míg a *? (question)* az ezzel kapcsolatban felmerülő kérdéseket jelenti.¹¹

Jeremy Harmer pedig az *ESA(A)* kombinációt javasolja. Az *E(ngage)* a tanulók aktív bevonását jelenti azáltal, hogy a tanár a perszonalizáció segítségével felkelti a tanulóknak az érdeklődést vagy érzelmileg hat

¹¹ <http://www.teachingenglish.org.uk/forum-topic/presentation-practice-production-vs-engage-study-activate-evaluations>

rájuk. Az *S(tudy)* a megtanulandó anyag vizsgálatát és gyakorlását takarja, míg az *A(ctivate)* fázisban a tanulóknak lehetősége nyílik az elsajátított anyag szabad, kommunikatív használatára. Két *A(ctivate)* fázis beiktatásával a tanár az anyag folyamatos cirkuláltatását éri el, ami az elsajátított és begyakoroltatott szerkezet végleges megszilárdulását (konszolidáció) segíti elő. Ezt nevezi a módszertan bumeráng szekvenciának (*Boomerang sequence*) [Harmer (2011) 32. oldal.].

Napjainkban a nyelvoktatásra a holisztikus megközelítés a jellemző. Ez azt jelenti, hogy a nyelvoktatási módszerek sokszínűségét, az új oktatás-nevelési paradigmákat, a modern, innovatív eszközöket és tanulási tereket kihasználva próbálja minél hatékonyabban átadni a nyelvet és a nyelven keresztül egyéb tudást. Az egyéb tudás alatt az interkulturális, a digitális, az állampolgári, a vállalkozói kompetenciákat értjük. Emellett a kereszt-tantervi vagy a CLIL megközelítést alkalmazva a nyelv képessé válhat a legkülönbözőbb tantárgyak és tudományterületek „segítőjévé” válni. A nyelv, mint a személyközi kommunikáció eszköze, ráadásul segíthet a különböző közösségi hálózatok kiépítésében.

A globalizálódó világban a nyelvtudás, főleg az angol nyelv ismerete nélkülözhetetlen a nemzetközi interakcióban. Ennek következtében az angol nyelvet nem anyanyelvként beszélők száma meghaladta anyanyelvi beszélők számát. Ez azt jelenti, hogy az angol nyelvet olyan kommunikációs közegként foghatjuk fel, melyet különböző nyelveket beszélők használnak az egymás közötti kommunikáció lefolytatásához és az üzenet átviteléhez.¹² Tehát napjainkban az angol nyelv *lingua franca*-vá válásának lehetünk szemtanúi. Ezzel tehát az *ELF* kialakulásával egy újabb, izgalmas kutatási terület nyílt a kutatók előtt. Az *ELF* felfogás szerint, az számít hibának, ami megakadályozza az üzenet átvitelét, vagy megmásítja az üzenet tartalmát. Az országspecifikus tanulói hibák kiszűrése, illetve ez által a hibaszpecifikus megoldások keresése a nyelvtanulásban rendkívüli jelentőségű lehet.

A modern kor kihívásaihoz igazodva jelentek meg a nyelvoktatásban azok az integrációs törekvések, melyek az egyes tudományterületekhez tartozó tudásanyag és készségek fragmentált, egymástól elszigetelt elsajátítása helyett, az ezek közötti transzferlehetőségeket és kohéziót helyezik előtérbe egy tematikus egység körbejárásával több tudományterület együttes figyelembevételével.¹³

¹² <http://www.englishlinguafranca.com/what-is-elf/>

¹³ <http://www.eduplace.com/rdg/res/literacy/interd0.html>

Ez a holisztikus és integratív szemlélet két irányzatban: a keresztantervi oktatásban, valamint a CLIL (*Content and Language Integrated Learning*) módszerben jut kifejezésre. Ezek a módszerek a tartalmat ötvözik a nyelvvel. Alapelvük szerint, a nyelv alkalmas arra, hogy az egyéb tartalmak (történelem, fizika, ének, stb.) tanulását támogassa. Egy szóval az egyes tudományterületek tudásanyaga nem választható el a másik tudásanyagától, hiszen ezek egymást kiegészítve és egymástól függően léteznek. A tudományterületek integrálása csak az egyes szakterületek képviselőinek (az különböző tudományterületeket oktató szaktanárok) együttműködése révén valósulhat meg hatékonyan. Ezt nevezhetjük interdiszciplináris megközelítésnek is.

A CLIL és a keresztantervi képzés jellemzői: egyszerre több területre fókuszál, biztonságos és motiváló környezetet biztosít a tanulók számára, autentikus, támogatja a tudásmegszerzést és konszolidációt, kooperatív munkaformákat részesíti előnyben [Mehisto – Marsh – Frigols (2012) 29. oldal.]. A CLIL módszer előnyei: kötődik mindennapi életünkhöz, szintetizálja a megszerzett információt, képessé teszi a tanulók tudástranszferjét (képesség az egyes tudományterülethez tartozó tudás ötvözésére), a legváltozatosabb tanulmányformákat integrálja, más tudományterületekhez tartozó tartalmakat támogat, motiválja a tanulókat, közös (interdiszciplináris) projektek létrejöttére adhat alkalmat, a tanulók elsajátíthatják az adott tantárgy célnyelvi terminológiáját, ezáltal pedig jobb kilátásokkal kerülnek a munkaerőpiacra [Mehisto – Marsh – Frigols (2012)].

A modernkori nyelvoktatásnak szerves részét kell, hogy képezze a kulturális nevelés. A kulturális kompetencia az egyik kulcskompetenciaként is felfogható, hiszen a kultúra számos területet lefed. A kulturális kompetencia a kommunikatív kompetencián belüli pragmatikai kompetencia összetevője. A kultúra nyelven keresztül történő oktatása nemcsak a célnyelvi kultúra irodalmának, földrajzának, történelmének, híres embereinek, stb. (nagy K) megismertetését jelenti, hanem annak értékeinek, gondolkodásmódjának, viselkedéskultúrájának, stb. (kis K) átadását is.¹⁴ Tehát a nyelvórán „tanított” kultúrának tartalmaznia kell az általános kulturális ismereteket, a kulturális értékeket, a kultúra viselkedésformáit, illetve a kulturális készségeket (interkulturális érzékenység). Ezáltal a tanulók értelmet tulajdonítanak az idegen nyelv megtanulásának, hiszen a nyelvet nem önmagáért tanulják, képessé válnak arra, hogy a tanult nyelv beszélőit valós személyként fogják fel, erős motivációt jelen, valamint fejleszti az empátiakészséget [Doyé (1999)].

¹⁴ <http://www.languageandculture.com/cultural-iceberg>

Összegzés

A XXI. századra oly jellemző innováció, konvergencia- és integráció-törekvések, a nyelvoktatásra is rányomták bélyegüket. Megfigyelhető, hogy az informatika és a telekommunikáció térnyerésével és fejlődésével, a közösségi oldalak, hálózatok (Facebook, Twitter, stb.), a video- és egyéb tartalommegosztó (YouTube, Vimeo, stb.) portálok elterjedésével, a nyelvoktatás terének horizontja is kitágult. Beszélhetünk itt a Kínában oly népszerű Crazy English mozgalomról, a Livemocha nyelvközösségről, vagy akár Jamie Keddie *videotelling* módszeréről, vagy a BBC World Service által üzemeltetett Learning English oldalról, vagy a *blended learning* (keretein belül elvégezhető nyelvkurzusokról, vagy Facebook-ot és egyéb IKT eszközöket felhasználó projektekről, az eTwinning partnerségekről, vagy éppen az élőben streamelt IATEFL szakmódszertani konferenciáról. Ezek mind arról árulkodnak, hogy a XXI. századi (nyelv)oktatásnak is alkalmazkodnia kell a modern kor elvárásaihoz és jelenségeihez. Ezt a régi módszertanok, illetve a módszertankutatás legújabb vívmányainak (konnektivista szemlélet, ELF, CLIL, kereszttantervi képzés, adaptív tanítás/ tanulás, interkulturális nevelés stb.) alkalmazásával, ötvöztetésével és integrálásával tudja sikeresen és hatékonyan megvalósítani annak érdekében, hogy olyan generációk kerüljenek „kinevelésre”, akik globális kontextusban tudnak gondolkodni, helyi szinten tudnak cselekedni, sikeresen tudnak alkalmazkodni a változásokhoz, a világra szinergiahálózatként tekintenek, s akik számára nem okoz gondot, hogy az egyes szakterületek közötti tudástraszfert megvalósítsák.

Felhasznált források

Bessenyei István – Szirbik Gabriella (2011): Hálózatok, társas tudás, konnektivizmus (In: Oktatás-Informatika, <http://www.oktatas-informatika.hu/2011/12/bessenyei-istvan-%E2%80%93-szirbik-gabriella-halozatok-tarsas-tudas-konnektivizmus/>, letöltve 2014. december 11.)

Bessenyei István – Tóth Zsolt (2008): *A konstruktivista oktatás környezete és a Moodle* (http://www.ittk.hu/netis/doc/textbook/bessenyei_toth_moodle_hun.pdf, letöltve 2014. december 11.)

Burbules, Nicholas C. – Torres, Carlos Alberto (2000): Globalization and Education: An Introduction (<http://faculty.education.illinois.edu/burbules/papers/global.html>, letöltve 2014. december 22.)

Doyé, Peter (1999): *The Intercultural Dimension. Foreign Language Education in the Primary School*. Berlin, 1999, Cornelsen Verlag. pp. 9-21.

Harmer, Jeremy (2001): *How to Teach English. An introduction to the practice of English language teaching*. 2001, Longman. pp. 24-34.

Mehisto, Peeter – Marsh, David – Frigols, María Jesús (2003): *Uncovering CLIL. Content and Language Integrated Learning in Bilingual and Multilingual Education*. 2012, Macmillan Education. pp. 9-29.

Richardson, V. (2003): *Constructivist Pedagogy*. Teachers College Report, Vol. 15. No. 9. pp. 1623-1640.

Scrivener, Jim (2005): *Learning Teaching*. 2005, Macmillan Publishers.

Suha, György (szerk.) (2012): *Gazdaságdiplomácia*. Budapest, 2012, SZÉ-WI Oktatási Bt.

Internetes források:

Education and globalization:
http://www.iiep.unesco.org/fileadmin/user_upload/pdf/apre98.pdf
(letöltve 2013. december 11.)

Kim, Josh (2013): Differentiated, Personalized & Adaptive Learning: some clarity for EDUCAUSE
(<http://mfeldstein.com/differentiated-personalized-adaptive-learning-clarity-educause/>)
(letöltve 2014. december 11.)

Mitra, Sugata: School in the Cloud
http://www.ted.com/pages/sole_toolkit (letöltve 2014. december 11.)

<http://www.onlinemet.com/Technologymatters.html> (letöltve 2014. december 11.)

"Presentation Practice Production" vs "Engage Study Activate" – evaluations (2011):

<http://www.teachingenglish.org.uk/forum-topic/presentation-practice-production-vs-engage-study-activate-evaluations> (letöltve 2014. december 11.)

What is English as a Lingua Franca?

<http://www.englishlinguafranca.com/what-is-elf/> (letöltve 2014. december 11.)

What is Interdisciplinary/Cross-Curricular Teaching?

<http://www.eduplace.com/rdg/res/literacy/interd0.html> (letöltve 2015. január 05.)

The Cultural Iceberg

<http://www.languageandculture.com/cultural-iceberg> (letöltve 2015. január 05.)

The Audiolingual Method

<http://www.auburn.edu/~nunnath/engl6240/alm.html> (letöltve 2015. január 05.)

What is glocalism?

http://www.globusetlocuseng.org/About_Us/Glocalism/What_Is_Glocalism.kl (letöltve 2015. január 05.)

SZERZŐK / AUTHORS

BARANYAI Zsolt.....	5
BASSA Lia.....	18
BÉRES Dániel.....	110
BÉRES Ilona	35
CHRISTOU, Dimitrios.....	88
DÉR Csaba Dezső	40
DEZSÉNYI Péter	48
ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY Szilvia.....	60
ERŐS Eszter.....	66
FENYVES Katalin	71
GÖBÖLYÖS N. László.....	78
GROTTE Judit	90
HUZDIK Katalin.....	5, 110
IZMINDI Richárd	129
KISS Ferenc	142
KOVÁCS Teofil.....	167
KRAPECZ Imre	197
LICSKÓ Ildikó.....	35
NAGY Mihály.....	35
NÉMETH Erzsébet	110
PAPP-VÁRY Árpád.....	210
RÓKA Jolán	225
SZABÓ G. Gábor.....	5
VASS László.....	229
ZSÁGER László.....	240