

**UNIVERSITAS BUDAPESTIENSIS DE
“METROPOLITAN”**

**ANNALES
TOMUS IX**

REDIGIT: JOLÁN RÓKA – FERENC KISS

**BUDAPEST
2017**

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

Technikai szerkesztő / Technical Editor: Török Marianna, Nichta Mónika

© ANTONI Alfonz, BEHRINGER Zsuzsanna, BÓDIS Krisztina, CSORDÁS Zoltán, DÉR Dezső, FENYVES Katalin, FRIEDMANN, Viktor, GROTTÉ Judit, Tatjana HORVAT, HORVÁTH Viktória, HUZDIK Katalin, KISS Róbert, LUKÁCSI Éva, LUKSANDER Alaxandra, MAGYAR Tímea, NÉMETH Erzsébet, PAPP Anett, PAPP-VÁRY Árpád, PAPP-VÁRY Árpád Ferenc, SZEGEDI Andrea, TŰTŰNKOVHRISZTOV Jordán, VÁSÁRY Miklós, VASS Vilmos, ZSÓTÉR Boglárka, 2017

Copyright: Jelen kiadvány szabad hozzáférésű a Creative Commons „CC BY” licensznek megfelelően. /

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

ISSN: 1789-879X

Első kiadás / First edition, 2017

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

Tartalomjegyzék

<i>Vass Vilmos</i> A kreatív gondolkodás fejlesztése	1
<i>Papp-Váry Árpád</i> A párizsi klímakonferencia - Globális politikai és tudományos megegyezés.....	19
<i>Friedmann Viktor</i> Politics Without Sovereignty.....	31
<i>Lukácsi Éva</i> „Make-America-Great-Again”- adminisztráció és a tudományok	37
<i>Vásáry Miklós</i> Az Európai Unió tagállamainak és az Egyesült Királyság kereskedelmi kapcsolatának jellemzése.....	51
<i>Tatjana Horvat - Antoni Alfonz</i> Internal audit of logistics costs in companies.....	67
<i>Grotte Judit</i> International technologies that are applied on the Hungarian hospitality market	91
<i>Tütüinkov-Hrisztov Jordán</i> Responsible Tour Operating.....	103
<i>Behringer Zsuzsanna - Bódis Krisztina - Kiss Róbert - Magyar Tímea</i> Az Utazás kiállítás 2015 látogatói összetételének vizsgálata.....	115
<i>Szegedi Andrea</i> A keleti nyitás politikájának hatása a posztszovjet térség és Magyarország turisztikai kapcsolataira	135

<i>Papp Anett</i>	
Határátlépések	153
<i>Németh Erzsébet - Zsótér Boglárka - Luksander Alaxandra- Huzdik Katalin</i>	
Fiatalok pénzügyi sérülékenységének háttértényezői.....	163
<i>Papp-Váry Árpád Ferenc</i>	
„A kreatív kreatívokat kreáló kreatív kreatívok” – Néhány gondolat a reklámügynökségi kreatív szakemberekről és hogy egy pályakezdőnek hogyan van esélye bekerülni a szakmába	197
<i>Dér Dezső</i>	
The Role of the Institution Of Government Commissioners in the Establishment of the 1 st Hungarian Corps in 1848-49.....	213
<i>Fenyves Katalin</i>	
Zsidó B osztályok a budapesti VI. kerületi Magyar Királyi Állami Kölcsey Ferenc Gimnáziumban, avagy.....	225
<i>Horváth Viktória</i>	
A különböző sajtóorgánumokban megjelenő, kisebbségeket érintő nyelvhasználat hatása az előítéletesség alakulására - a doktori disszertáció legfontosabb kutatási eredményei.....	253
<i>Csordás Zoltán</i>	
Sablon, Klisé, Sztereotípiá.....	263
Szerzők / Authors.....	273

A KREATÍV GONDOLKODÁS FEJLESZTÉSE

VASS VILMOS

habilitált egyetemi docens
Budapesti Metropolitan Egyetem
vvass@metropolitan.hu

“A világ, amit teremtettünk a gondolkodásunk eredménye; nem lehet megváltoztatni gondolkodásunk megváltoztatása nélkül.”
(Albert Einstein)

„A kreativitás alkotóképességet, teremtőképességet jelent, amely során a különféle képességek szerveződése lehetővé teszi az elszigetelt tapasztalatok összekapcsolását, újszerű értelmezését és új formában történő megjelenését.” (Joy Paul Guilford)

" A kreativitás tehát nem pusztán az emberek fejében jelenik meg, hanem az emberek gondolatainak és szociokulturális környezetének interakciójában. Rendszerszintű és nem egyéni jelenség. " (Csíkszentmihályi Mihály)

„Mára a világ újra felfedezte a kreativitást.” (Csépe Valéria)

Absztrakt

A tanulmány a kreatív gondolkodás fejlesztésének tudományos hátterét elemzi, különös tekintettel a téma kontextusára, a kreativitás kutatásának megközelítéseire, a kreativitás rendszerszintű modelljére és a kreatív fejlesztési folyamatra vonatkozóan. A tanulmányt egy összegzés zárja, amely összefoglalja a legfontosabb következtetéseket, a kreativitás kutatásának trendjeit, valamint néhány releváns kérdést és dilemmát is felvet.

Kulcsszavak: *kreativitás, divergens gondolkodás, pszichometriai megközelítés, kognitív megközelítés, szociál- és személyiségelméleti megközelítés, 4 C modell*

1. Bevezetés

A gondolkodás fejlesztésének szisztematikus kutatása több mint félévszázados múltra tekinthet vissza. A kutatások kezdete a „szputnyik-sokk”-ként elhíresült eseménnyel függ össze. Nevezetesen 1957. október 4-én a Szovjetunió sikeresen az űrbe juttatta a Szputnyik I. műholdat, amellyel jelentős hatást gyakorolt a XX. század második felének politikai, társadalmi és gazdasági változásaira. Túlzás nélkül állíthatjuk, hogy ez az esemény egyben egy új tudományos és kulturális fejlődés kezdete is volt. Ennek meghatározó részét képezték azok a kutatások, amelyek az emberi gondolkodás tanulmányozását helyezték az előtérbe, különös tekintettel a gondolkodás fogalmának értelmezésére, a gondolkodási képesség szerkezetének feltárására és a fejlesztési folyamat elemzésére vonatkozóan. (Csapó, 2003) Ugyanakkor ezeknek az elemzéseknek komoly, több évtizedes múltra visszavezethető történeti előzményei vannak, amelyek megteremtették azokat az alapokat, amelyekre az 1950-es évektől a gondolkodási folyamattal kapcsolatos kutatások épültek. Tekintettel arra, hogy az oktatás egésze kultúrába ágyazott, így nem meglepő, hogy a gondolkodással összefüggő kutatási eredmények is társadalmilag meghatározottak. (Bruner, 2004; Csapó, 2003) Témánk szempontjából történetileg fontos mérföldkő John Dewey (1910) *How we think* (Hogyan gondolkodunk) című munkája. A könyv valójában a gondolkodási folyamatok elemzésére tesz kísérletet. „Ez a könyv... azt a meggyőződést képviseli, hogy a gyermekkor természetes és romlatlan attitűdje, melyet az olthatatlan kíváncsiság, a termékeny fantázia és a kísérletező vizsgálódás szeretete jellemez, közel, nagyon közel van a tudományos elme attitűdjéhez.” (John Dewey, 2003). Érdemes felfigyelnünk az „olthatatlan kíváncsiság, a termékeny fantázia és a kísérletező vizsgálódás” háromszögére, amely jelentős lépés egyrészt a gondolkodási folyamatok feltárásában, másrészt meggyőződésem, hogy a „gondolkodásfejlesztés felértékelődésével” párhuzamosan, a kreatív gondolkodás megértésében is jelentős szerepet játszik.

Dewey munkásságával és a „szputnyik-sokk” fenti hatásával szoros összefüggésben, néhány évvel korábban a kreativitás kutatása is elkezdődött. A kreatív gondolkodás jelentőségére először Joy Paul Guilford hívta fel a figyelmet nevezetes elnöki beszédében. 1950-ben az Amerikai Pszichológiai Társaság (APA) éves konferenciáján tartott előadásában, elnöki székfoglalójában felhívta a figyelmet a kreativitás jelentőségére. Beszédében a kreativitást, nagyobb részt a divergens gondolkodással azonosította, amely lehetővé teszi egy probléma több

oldalról való megközelítését annak megoldása során, illetve olyan elemek összekapcsolását, amelyeket rendszerint egymástól függetlennek, vagy össze nem illőnek tartunk. Álláspontját több évtizedes kutatásaira alapozta, amelyben az emberi intelligenciát behatóan tanulmányozta. Alapvetően elutasította Charles Spearman nézetét, miszerint az intelligencia egyetlen numerikus paraméterrel meghatározható. Ennek alapján élesen elkülönítette a konvergens (összetartó) és a divergens (szerteágazó) gondolkodást. Guilford a későbbiekben egyrészt a divergens gondolkodás jellemzőit tárta fel, másrészt az intellektus szerkezetét tárta fel (Structure of Intellect) későbbiekben híressé vált SI modelljében. Kétségtelen tény, hogy Guilford munkássága, különösen az elnöki beszéd jelentős hatást gyakorolt a kreativitás kutatására. Ezt követően „gözerővel” indultak meg azok a munkálatok, amelyek egyrészt a kreatív személyiség komponenseit tárták fel és mérték meg, másrészt a kreativitás fejlesztési folyamatát elemezték. Ez utóbbi szempontjából érdemes kiemelni Mednick (1962) munkásságát, aki a divergens gondolkodási folyamatokat elemezte, különös tekintettel az asszociatív mechanizmusokra vonatkozóan. Pléh Csaba a kreativitás és tehetség összefüggéseit feltáró meghatározó tanulmányában az asszociatív mechanizmusokat Mednick kísérletei alapján az alábbiak szerint különbözteti meg: „Ha egy átlagos embernek azt a feladatot adják, hogy mondjon egy szót, ami eszébe jut az asztal szóról, akkor a gyakori asszociációk jutnak az eszébe, szék vagy bútor. Ez felel meg a meredek asszociációs hierarchiának. A kreatív embernek eszébe jut az asztalról az, hogy bridzs, szép lassan, hogy fűrészipor, posztó, eszébe jut, hogy kockás, eszébe jut, hogy Óbuda, hogy korsó, hogy Krúdy Gyula és még egy csomó dolog. Ez a lapos hierarchia lenne a széttartó, divergens gondolkodás és a tapasztalati nyitottság belső mechanizmusa.” (Pléh Csaba, 2010): A kreatív gondolkodás, ezen belül is a kreatív asszociációk, az elemző és logikai gondolkodás meghaladásának és a fogalmi keveredés, valamint a kreatív és kritikai gondolkodás összefüggéseinek a jelentőségére az újabb publikációk is rámutatnak. (Kahneman, D. 2013.; Hipkins, R., Bolstad R., Boyd, S., McDowall, S. K. 2014; Ronald A. Beghetto, James C. Kaufman eds., 2010; Kaufman, J.C.–Beghetto, R. A. 2009; Michalko, 2011; Vass, 2016)

Ennek megfelelően, az azóta eltelt évtizedekben a kreativitás kutatása számos eredményt produkált. Mi sem jelzi ezt jobban, mint az, hogy a nevezetes elnöki beszédet követően 49 évvel, 1999-ben Robert J. Sternberg szerkesztésében megjelent a Kreativitás kézikönyve (Handbook of Creativity), amelyben közel öt évtized kutatási eredményeit találhatjuk

meg. A kötet bevezetőjében a kreativitás fogalmi fejlődését és kutatásának történetét tanulmányozhatjuk. Majd ezt követően a kreativitás kutatási irányzataihoz (részletesen lásd a későbbiekben) szervesen illeszkedő esettanulmányokat és a kreativitás kutatásának néhány figyelemre méltó összefüggését (megismerés, motiváció, intelligencia, tudás) olvashatunk. (Sternberg, 1999) Richard E. Mayer a kötet összegzésében a kreativitás kutatás 50 évének legfontosabb eredményeit összegezve, jelentős fejlődésként aposztrofálja az elnöki beszéd óta eltelt időszakot. Megállapítja, hogy jelentős konszenzus mutatkozik meg a kreativitás kutatásának tartalmában és módszereiben. Álláspontja szerint, abban mindenképpen egyetértés mutatkozik a kutatók között, hogy a kreativitás megjelenése eredeti és hasznos alkotást, produktumot eredményez. Kisebb mértékben mutatkozik azonban konszenzus abban a tekintetben, hogy ez a személyiség-folyamat-produktum „háromszögében” személyes komponenseknek vagy társadalmi hatásoknak köszönhető. Hasonlóképpen eltérő nézeteket fogalmaznak meg a kutatók abban a tekintetben is, hogy a kreativitás területfüggetlen vagy területspecifikus képesség. Végül, de nem utolsó sorban a kreativitás kvantitatív és kvalitatív dimenziói tekintetében sincs konszenzus a kutatók között. Kissé rezignáltan állapítja meg, hogy miközben különösen az utóbbi két évtizedben (a kézikönyv kiadását megelőző időszak) a kreativitás témaköre növekvő érdeklődést mutat, a pszichológia tudományterületét tekintve még mindig jelentős lemaradásban van. Guilford (1950) a pszichológiai jellegű kutatások témái között 0.2%-ban talált a kreatív képességekkel kapcsolatos kutatásokat. Sternberg és Lubart (1999) 1974-1995 közötti időtartamban 0,5%-ban találták ugyanezt, míg összehasonlításként az “olvasás” címszóra 1,5%-os gyakoriságot kaptak ugyanazon az adatbázison.¹ Nota bene, a hazai pszichológusok a Magyar Tudomány ünnepe 2009. évi rendezvényeinek keretén belül A kreativitás 50 éve a pszichológiában címmel tudományos konferenciát rendeztek, amelyen a kreativitás magyarországi meghatározó kutatói (Gyarmathy Éva, Kéri Szabolcs, Oláh Attila, Pléh Csaba, Zétényi Tamás) foglalták össze egy-egy előadás keretén belül egyrészt a Guilford óta elért eredményeket, másrészt a hazai kutatások legfontosabb összefüggéseit elemezték.² Megkockáztatom, hogy napjainkban a

¹ Az adatokat Gáspár Mihály A kreativitás kutatási irányai című, 2010. évi tanulmányában magyar nyelven is olvashatjuk. www.sek.nyme.hu/tmk/pdgi/.../Dr.../A%20kreativitás%20kutatási%20irányai.doc

² Az előadások alapján készített tanulmányok a Magyar Pszichológiai Szemle 2010. 65. 2. számában Csépe Valéria bevezető gondolataival együtt jelentek meg.

kreativitás témaköre is jelentősebb mértékben szerepel a pszichológia tudományterületén belül. „...1950-ig csak tizenhat olyan folyóiratcikket találtak, amelynek címében vagy absztraktjában szerepelt a kreativitás szó. Az ötvenes évek végéig ez a szám ötvenhatra emelkedett, majd a további negyven évben (1999-ben) 328-ra nőtt. Közben két kreativitás profilú folyóiratot alapítottak (1967-ben és 1989-ben).” (Barkóczy Ilona, 2011) A Scopus adatbázisban a pszichológia tudományterületen az utóbbi 5 évben összesen 519767 publikáció található, amelyből 5302 (1.02%) foglalkozik a kreativitással. A közgazdaságtan területén, ugyanezen időszakban 510462 publikáció jelent meg, a kreativitásra vonatkozóan ez a szám: 1752 (0.34%) publikáció. A neveléstudományban az utolsó 5 évre vonatkozóan 11663 tanulmány jelent meg, ebből a kreativitásra vonatkozóan 822 (7%) publikáció.³ Összegezve az adatokat, a legnagyobb arányban még mindig a pszichológiai témájú publikációk foglalkoznak a kreativitással, a neveléstudomány – ellentétben a közgazdaságtannal - azonban növekvő érdeklődést mutat a kreativitás témája iránt. Ugyanakkor feltételezésem szerint, a kreativitás témaköre egyre több tudományterület érdeklődését felkeltette. A teljesség igénye nélkül, gondoljunk a kreatív ipar, az építészet, a marketing vagy akár a csapatsportágak témaköreire. A marketing területén a kreativitás tanulmányozása, elméleti és gyakorlati szempontú kutatása számos eredményt produkált és gazdagította a téma pedagógiai aspektusait is. (Kunsági, Papp-Váry, Rekettye, 2012; Kunsági, Papp-Váry, Rekettye, 2012; Rekettye, Papp-Váry, Kunsági, 2012-2013) Alapvető kérdés, és nem utolsó sorban tanulmányom szempontjából is meghatározó, hogy hol tart a neveléstudomány a kreativitás felfedezésében és kutatásában. Célkitűzésem az, hogy a kreativitás kutatásának pszichológiai eredményei alapján, a kreatív gondolkodás fogalmát, fejlesztésének folyamatát és lehetőségeit pedagógiai szempontból vizsgáljam. Ennek alapját a kreativitáskutatás megközelítései, a kreatív személyiség komponensei, a kreatív rendszer, a kreatív folyamat és az utóbbi évtized 4 C modelljei képezik.

2. A kreativitás kutatásának megközelítései

Sternberg és Lubart (1999) a korábban említett, a kreativitás kutatásának közel öt évtizedét átfogó kézikönyvben az alábbi megközelítéseket elemezték:

³ Ezúton szeretnék köszönetet mondani a Budapesti Metropolitan Egyetem könyvtárosainak, akik az adatok felkutatásában segítségemre voltak.

1. Misztikus megközelítések.
2. Pragmatikus megközelítések.
3. Pszichodinamikus megközelítés.
4. Pszichometriai megközelítés.
5. Kognitív megközelítés.
6. Szociál- és személyiségelméleti megközelítés.

A kreatív gondolkodás szempontjából elsősorban a pszichometriai, a kognitív, valamint a szociál- és személyiségelméleti megközelítés érdemel különös figyelmet. A pszichometrikus megközelítés alapvetően Guilford, majd Torrance munkásságán alapszik. Guilford az intellektus szerkezetét egy háromdimenziós modellben rendezte el: tartalom, művelet és termék. A dimenziók összes kombinációja egy 120 lehetséges faktort eredményezett, amit megbízható módon sosem sikerült azonosítani. (Csapó, 2003) Az intellektus szerkezetének ún. kocka-modellje valójában a kreatív produktum szempontjából 8 kiemelt faktort tekintett a divergens gondolkodás alapjának: originalitás, átalakító képesség, problémaérzékenység, adaptív és spontán flexibilitás, fluencia, a kidolgozás képessége, értékelő gondolkodás. (Oláh, 2010) Ennek ellenére Guilford modellje lehetővé tette a divergens gondolkodás mérését, a tesztek kidolgozását. Egyik legismertebb ezek közül a “szokatlan használat próba”, amit számos kutató használt a későbbiekben. Guilford munkája nyomán Torrance (1962, 1974) kifejlesztette a “Kreatív Gondolkodás Torrance féle Tesztjét”. (Torrance Tests of Creative Thinking – TTCT). A mérési eljárás lényege, hogy a sok ötletet megengedő, sőt igénylő feladatokban a személy megoldásait három, esetleg négy fő mutatóban fejezi ki. A mutatók, a fluencia, a flexibilitás az originalitás és esetenként az elaboráció voltak. A fluencia vagy a folyékonyság az ötletek bőségét fejezik ki az ötletek darabszámával. Az ötletek tartalmi csoportosítása után lehet kiszámolni a flexibilitást, vagyis a hajlékonyságot, ami azt mutatja meg, hogy a személy ötletei hányféle csoportba sorolhatók. A harmadik alapvető mutatót, az originalitást (az eredetiséget), egy statisztikai mérőszámmal a “ritkasággal” azonosítják. Ez azt jelenti, hogy az az originálisabb ötlet, ami egy populációban ritkább. Esetenként, ahol ez értelmesen megtehető, az elaboráció mértékét is kifejezik. Az elaboráció az ötlet részletezését, kontextusba helyezését, azaz a kidolgozottságát jelenti. Általánosan csak a három alapmutatót, a fluenciát, a flexibilitást és az originalitást használják. Kétségtelen tény,

hogy Guilford és Torrance munkássága a kreatív személyiségjegyek feltárásában, az alkotóképesség struktúrájának meghatározásában, mérésében jelentős, ám a divergens gondolkodás mérésének validitása tekintetében komoly kritika tárgya a pszichometrikus megközelítés. Ugyanakkor a személyiségtényezők szerepe a kreatív produktumban lényegesen jelentősebb, mint a kreativitás mérésének prediktív értéke. Guilford ugyan már 1950-ben kijelentette, hogy az IQ-teszt önmagában nem elegendő az alkotó gondolkodás és egyáltalán az intellektus tanulmányozására. Valójában a divergens gondolkodásra fókuszálás pozitívuma mellett érdemes leszögezni, hogy a pszichometriai megközelítés önmagában nem tárta fel az alkotó gondolkodás, különösen a nagy alkotó gondolatok folyamatát. (Csíkszentmihályi, 1988; Amabile, 1983; Sternberg és Lubart, 1999)

A kognitív megközelítés a kreatív gondolkodás mögött lévő mentális reprezentációkat és folyamatokat keresi. Finke, Ward és Smith (1992) kidolgozták a "Genoplore" modellt, melynek a lényege, hogy a kreatív gondolkodásnak két fázisa van, a generatív (alkotó) és az exploratív (felderítő) fázis. Mindkét fázis kognitív folyamatként írható le. Az alkotó fázisban a személy egy előzetes struktúrát konstruál a mentális reprezentációban, ami egy kelléke a felfedezés folytatásának. A második, felderítő fázisban ennek a kelléknek a használatával születik meg a kreatív ötlet. A kognitív megközelítés, témánk szempontjából egyik legérdekesebb kutatási eredménye Barkóczi Ilona munkásságához kapcsolódik. Barkóczi a Gestalt hagyományokból kiindulva, a belátásos problémamegoldás kísérleti modelljét alkalmazva az analógiás gondolkodás intuitív mozzanatát vizsgálta. Ilyen helyzetekben a kreatív és nem kreatív személyek információ felhasználási jellegzetességeit hasonlította össze. Megállapította, hogy a kreatív személyek a rendelkezésre álló információk szélesebb körét hasznosítják, és hogy ez a hasznosítás nem feltétlenül tudatos (Barkóczi, 2011). Jelenleg a kognitív megközelítés a komputer szimulációs vizsgálatok irányába mozdult el, a mesterséges intelligencia kutatása és az informatikai háttér „fénysebességgé” fejlődése számos eredménnyel kecsegtet a kreatív gondolkodás jellemzőinek feltárása szempontjából. A szociál- és személyiségelméleti megközelítés középpontjában a személyiség fő jellegzetességeinek, valamint szociokulturális környezet jellegzetességeinek az eltéréseinek a vizsgálatát helyezte. Nota bene a meghatározó kreatív személyiségvonásokat már a pszichometriai megközelítés is vizsgálta (lásd Guilford modelljét). Összegezve a kreativitáskutatás szociál- és személyiségelméleti megközelítésének

eredményeit, Amabile (1983), az alábbi személyiségjegyeket állapították meg: tudatában van a kreativitásának, eredetiség, függetlenség, kockázatvállalás, személyes energia, kíváncsiság, humor, az újdonság és a komplexitás kedvelése, művészi érzék, nyitottság, az egyedüllétre (magán időre) való igény, jó megfigyelő képesség. A személyiségjegyek komplex feltárása mellett, ennek a megközelítésnek a legnagyobb eredménye a kreativitás és a motiváció, valamint a kreativitás és a társadalmi környezet összefüggéseinek az elemzése. A környezet, a személy és a teljesítmény interakciójának komplex vizsgálata jelentős eredménnyel kecsegtet a kreatív gondolkodás megismerése szempontjából is (Plucker és Renzulli, 1999). nem elhanyagolható tényező, hogy Sternberg és Lubart (1999) a különböző megközelítések kritikai elemzése után javaslatot tesznek a multidimenzionális és longitudinális megközelítés lehetőségére. Hat megkülönböztethető, de egymásra ható tényezőt javasolnak vizsgálni, amelyek a következők: intellektuális képességek, tudás, gondolkodási stílus, személyiség, motiváció, környezet. Ennek a megközelítésnek a kezdeti lépései egyrészt a kreativitás rendszerszintű modellezésében, másrészt a kreatív folyamat tudományos igényű feltárásában mutatkoztak meg.

3. A kreativitás rendszerszintű modellje

A kreativitás rendszerszintű modelljének a megalkotása Csíkszentmihályi Mihály nevéhez köthető, modelljét a kreativitás „túlágosan átfogó” mindennapi értelmezésének a kritikája alapozta meg. Csíkszentmihályi három, egymástól eltérő jelenséget különböztetett meg. Az elsőben, az általános kreativitás jellemzőit írta le, nevezetesen a szokatlan gondolatok kifejeződését, az érdekességet, az inspirációt, a „szokatlan, fürge észjárást, a széles látókört, valamint a gyors felfogást”. Mielőtt azonban abban az illúzióban ringatnánk magunkat, hogy megtaláltuk a kreatív gondolkodás eredetét, Csíkszentmihályi az alábbiakat írja: „Amennyiben nem járulnak hozzá valami maradandó jelentőségű dologhoz, az ilyen embereket a kreatív helyett inkább a briliáns jelzővel illetném – és a továbbiakban nem is ejtenék róluk több szót.” (Csíkszentmihályi, 2008). A kreativitás lehetséges értelmezésének második típusát azokra az emberekre vonatkoztatja, akik „újszerű és eredeti módon fogják fel a világot”, ám a kreativitás egyéni, szubjektív jellege erős. Csíkszentmihályi harmadik értelmezésében („kreativitás nagy K-va”1), a kreativitás megváltoztatja a kultúrát, így nem szubjektív, hanem társadalmi kategória, „mindenki számára elérhető”. Álláspontját így

összegzi: „A három értelmezés között nemcsak fokozatbeli különbség van, a kreativitás utolsó típusa nem egyszerűen az első kettő fejlettebb formája. A kreativitás eltérő, egymástól jórészt független módozatairól van szó.” (Csíkszentmihályi, 2008). Csíkszentmihályi a „kreativitás nagy K-val” rendszermodelljében három, egymással szorosan összefüggő részt (komponenst) különített el. Az első rész a tartomány, amely a szimbolikus szabályok és folyamatok rendszere. Ezek azok a tudományterületek (zene, üzleti és műszaki tudományok, matematika stb.), illetve részterületei, amelyek egyrészt erőteljesen kultúrába és a társadalom tudáshalmazába ágyazódnak, másrészt erősítik azt az álláspontot, amely szerint a kreativitás területspecifikus. Ezt az álláspontot erősítik azok a kognitív pszichológiai kutatások, amelyek egyik eredménye az, hogy „általában nem szerkezetük alapján oldjuk meg, gondolkodási sémáink nagymértékben tartalomspecifikusak”. (Csapó Benő, 2003). A második komponens a szakértői kör, amelyet Csíkszentmihályi szellemesen a tartományok „kapuőreiként” nevez, azok az érintettek és értékelők, akik eldöntik, hogy adott alkotás vagy ötlet bekerül-e a tartományba. A rendszer harmadik része az egyén, akinek adott tartományban újszerű meglátásai, ötletei vannak. Nota bene, a kreativitás új tartományok létrejöttét is eredményezheti, így a kreatív gondolkodás komoly értéket hordoz magában. Csíkszentmihályi a kreativitás a fenti rendszermodell alapján a „kreativitás minden olyan tett, ötlet vagy termék, amely egy létező tartományt vagy megváltoztat, vagy új tartománnyá alakít át.” (Csíkszentmihályi, 2008). Nem elhanyagolható tényező, hogy a kreativitás – a fenti értelmezésben – a tartomány, a szakértői kör és az egyén interakciója eredményeként jön létre, így ez a rendszermodell meghaladja a pszichometriai megközelítést és közelebb áll a szociál- és személyiségelméleti nézetekhez. „A rendszermodell talán legfontosabb következtetése, hogy adott helyen és időben a kreativitás szintje nem egyedül az egyén kreativitásától függ, hanem attól is, hogy a megfelelő tartományok és szakértői körök mennyire alkalmasak az új gondolatok felismerésére és terjesztésére.” (Csíkszentmihályi, 2008): A kreatív gondolkodás megismerése szempontjából is alapvető Csíkszentmihályi megállapítása, amelyből egyértelműen következik, hogy a korábban bemutatott személyiségjegyek mellett, a kreativitás folyamata és a kreatív környezet egyaránt meghatározó. Ahhoz, hogy a kreatív gondolkodást tudományos igényességgel feltárhassuk, érdemes felhívni a figyelmet néhány alapvető tényező komplexitására: tudás, kreatív gondolkodási képességek, motiváció, metakogníció, környezet. (Stewart, 2012) Ennek megfelelően a kreatív személyiségjegyek bemutatását követően, a kreatív folyamat elemzése következik.

4.A kreatív folyamat

A kreativitáskutatás megközelítéseinek bemutatásában, mint korábban láthattuk, kétségkívül meghatározó Sternberg és Lubart munkája. Ugyanakkor témánk szempontjából jelentősebb csoportosítást publikált Taylor, amelyet hazánkban Barkóczy Ilona közöl Alkotó gondolkodás, alkotó ember című kötetében (Taylor, 1988; Barkóczy, 2011). Taylor megközelítéseiben a környezet, a produkció és a személy mellett megjelenik a kreatív folyamat. Ugyanakkor a kreativitás fejlesztési folyamatának történelmi gyökerei Wallas munkásságában keresendők, aki korát messze megelőzően, 1926-ban (!) megjelent A gondolkodás alapjai című munkájában az alkotás folyamatát négy szakaszra bontotta. Az egyes szakaszok egymásra épülnek, ám szakaszok megkülönböztetése a kreatív gondolkodás megismerésének egyik alapja. Az eredeti munkából kiderül, hogy a „gondolkodás egyéni teljesítményének” egyes szintjeiről van szó. (Wallas szakaszait Fodor László A kreatív személyiség című tanulmányában mutatta be.) Wallas szakaszai az alábbiak (Fodor László munkája alapján):

- „Preparáció (előkészítés) – ekkor az egyén több alszakasz révén megpróbál releváns információkat gyűjteni a feladatról, elemzéseket végez, és meghatározza a megoldandó problémát.
- Inkubáció (lappangás) – ez egyfajta várakozásban, tudattalan szintű feldolgozásban, az úgynevezett kreatív feszültség fenntartásában nyilvánul meg.
- Illumináció (megvilágosodás) – ez az alkotó folyamat magstádiuma, amikor spontán módon, hirtelen belátásként (egyfajta aha-élményként), az előző szakaszok alapján megjelenítődik a megoldás.
- Verifikáció (igazolás) – itt a végleges megoldáskidolgozás, az ötletkivitelezés és a megoldás ellenőrzése zajlik le. Végző soron az állapítódik meg, hogy az illumináció szakaszában kidolgozott eszme megfelel-e a produktum kiértékelési szempontjainak” (Fodor, é.n.)

A preparáció (előkészítés) szakasza valójában a kreatív gondolkodás kezdete, amelynek meghatározó eleme az információszerzés minősége. Tekintettel arra, hogy Wallas meghatározó munkája óta eltelt évtizedekben az információszerzés módja is átalakult. A „felületes szörfölgetés” az interneten az információszerzésben nem sokat segít. A „releváns információ gyűjtése” valójában az információ szelektivitásával

és minőségi keresésével jár együtt. Első megközelítésben ennek alapja a belső motiváció és a céltudatosság, ami kétségkívül egyre markánsabb részét képezi a kreatív személyiségkomponenseknek. Második megközelítésben azonban érdemes felhívni a figyelmet arra is, hogy a megoldandó probléma meghatározásának az információszerzés és az elemzések elvégzése mellett, ezeket a lépéseket megelőzően, a problémaérzékenység az alapja. Ráadásul a problémaérzékenység és az ötletgazdagság azt is eredményezheti, hogy a problémák megoldása valóban szerteágazó lesz, ami a divergens gondolkodás minőségét is jelzi. Nota bene a problémaérzékenység és a kérdésfeltevés a kritikus és divergens gondolkodás része, amely a kreativitás fejlesztésének későbbi szakaszaiban is meghatározó. (Vass, 2016) Az inkubáció (lappangás) szakaszában Wallas szerint a „kreatív feszültség” fenntartása meghatározó. Ez már nem egyszerűen a belső motiváción és a céltudatosságon múlik, hanem azokon az attitűdökön, amelyek az egyéni kíváncsisággal, fantáziával és nem utolsó sorban akaraterővel, kitartással függnék össze. Az illumináció (megvilágosodás) szakasza a kreatív gondolkodási folyamat esetében egyrészt a lehetséges megoldások többféle változatának a végiggondolásával, másrészt a megértés minőségével függ össze. Az ún. aha-élmény azonban nem algoritmizált, hanem rugalmas, differenciált szakasz. Wallas utolsó szakasza, a verifikáció (igazolás), a kivitelezés, az alkotás „igazi terepe”. A „produktum kiértékelési szempontjainak” való megfeleltetés kritériuma azonban éppen a kreatív gondolkodás rugalmasságát csökkenti és algoritmizálttá teheti az egész folyamatot. Wallas munkásságára alapozva, több évtized elteltével, Taylor (1959) az alábbiak szerint differenciálta a kreativitás különböző szintjeit. Az expresszív (kifejező) kreativitás az óvodás- és kisiskoláskor fő jellemzője, kiemelt módszere a játék, amely a spontán és szabad kifejezésre épül. A produktív (termelő) kreativitás alapvetően a kivitelezésről, a produktumról szól. Az inventív (feltaláló) kreativitás eredményezi a találmányokat, a gazdaság és a társadalom szempontjából egyaránt értékes alkotásokat. Az innovatív (újító) kreativitás valami jelentős, új alkotást eredményez. Az emergens (újat teremtő) kreativitás a legmagasabb szintje az alkotó folyamatnak. Érdemes felfigyelni arra, hogy miközben az expresszív (kifejező) kreativitás a gyermekek jelentős részénél megfigyelhető, addig az innovatív (újító) és az emergens (újat teremtő) kreativitás pusztán néhány ember sajátja. Wallas és Taylor szintjeinek számos közös jellemzője mellett a kreatív gondolkodás szempontjából az egyes szakaszok komplexitása és flexibilitása érdemel figyelmet. Csíkszentmihályi Mihály korábban már hivatkozott *Kreativitás* című könyvében elemezte

az alkotóképesség fejlesztési szakaszait. Öt szakaszt különböztetett meg, amelyben az első négy megegyezik a korábban bemutatottakkal. Néhány elemében azonban Csíkszentmihályi szakaszolása különös figyelmet érdemel. Mindenekelőtt érdemes megemlíteni, hogy a Wallas-szinteket érdekes példákkal teszi szemléletesebbé. Az előkészítés fázisában megkülönbözteti a tudatos vagy tudattalan problémadefiniálást, amelyben jelentős tényezőnek tulajdonítja az érdeklődést és a kíváncsiságot. Az inkubáció szakaszában a szokatlan kapcsolatok és váratlan kombinációk szerepét hangsúlyozza. „Ha azonban az ötletek maguk közeledhetnek egymáshoz, anélkül, hogy egy szűk és egyenes vonalon vezethetnénk őket, váratlan kombinációk szülehetnek.” (Csíkszentmihályi, 2008). A felismerés szakaszában Csíkszentmihályi hangsúlyozza, hogy a kreativitás fejlesztésének folyamatában több aha-élmény is bekövetkezhet. Az értékelési szakasz esetében érzékelhető jelentősebb eltérés Wallas értelmezéséhez képest. A szempontok alapján történő ellenőrzésen túllépve egyrészt érzékelteti ennek a szakasznak a pszichológiai nehézségeit. Kiemeli az egyéni elbizonytalanodás és kétségbeesés veszélyeit. Ezt kiküszöbölendő, javasolja külső értékelők, a „tartomány” mondjanak véleményt. Csíkszentmihályi rámutat arra, hogy „a kreatív folyamat nem annyira lineáris, mint inkább rekurzív”. Ez azt jelenti, hogy az egyes szakaszok mélysége és szélessége a problémától és a témától függően változó lehet. Ráadásul az egyes szakaszok egymásra építtségének a variációit és erősségét szemléletesen a hurkok számával hasonlítja össze. Csíkszentmihályi értelmezésében a kreatív fejlesztési folyamat dinamikája izgalmas. (Vass, 2016)

A kreatív gondolkodás szempontjából jelentős Kaufman és Beghetto 2010-ben megjelent tanulmánya, amelyben a szerzők a kreativitás 4 C modelljét elemezték (Beghetto - Kaufman, 2010). Modelljükben valójában négyféle kreativitást különítettek el, ahogy Pléh Csaba szemléletesen írja: „a házi barkácsolástól a hivatásos zenészen át jutunk el Beethovenig”. (Pléh, 2010) A mini-c, mindenekelőtt a tudás szociokulturális felfogásából ered, amelynek alapját Vigotszkij elmélete képezi. Ennek az elméletnek a középpontjában a gyermeki kreativitás és képzelőerő egymásra hatását találjuk, amelynek alapját a személyes, eredeti interpretációk képezik. (Vigotsky, 2004 (1967)) A mini-c témánk szempontjából a kreatív ötletek és kifejezések, a tanulói kérdések támogatását jelenti a gyermeki kreativitás potenciál erősítése érdekében. A tanulói kreativitás és magabiztosság alapját a gyakori pozitív tanári visszajelzések képezik. A személyes interpretáció ebben az esetben a kreatív ötletek megbeszélésével, interaktív közös gondolkodással egészül

ki. Ebben a folyamatban a kreatív és a kritikus gondolkodás egyaránt meghatározó, amely tágabb értelemben az eredményes gondolkodási és tanulási folyamatnak is a feltétele. Valójában a pedagógus lehetőségeket biztosít arra, hogy a mini-c esetében a diákok saját útjukat járják. Jó példa erre a matematikai problémamegoldás eredetiségének, az új megoldások vagy egy igazán kreatív verselemezés támogatása. A tanulási környezetnek a mini-c szempontjából alapvető szerepe van a gondolkodási folyamatban. A kreativitás kis-c (little-c) szakaszára jó példa a tanári innováció, például a megszokottól eltérő tanítási módszerek és tanulásszervezési stratégiák alkalmazása. A kreativitás megjelenése ezen a szinten minden tanuló számára az összes tanórán (kisebb-nagyobb mértékben) megmutatkozik. Valójában a kreativitás integrált megközelítéséről van szó, amelyben az alkotóképesség fejlesztése és ezzel párhuzamosan a kreatív gondolkodás támogatása minden tantárgy keretén belül megjelenik. Ennek megfelelően ez a folyamat szoros összhangban van a kreatív feladatok elvégzésével és a tanulást támogató értékeléssel. A Pro-c, „szakértői” kreativitás már professzionálisan meghaladja az előző két szintet. A felsőoktatásban jó példa erre egy-egy új kutatási problémát eredeti módon elemző, új eredményeket produkáló szakdolgozat vagy doktori disszertáció, amely akár rangos folyóiratokban publikálásra is kerül. Végül, a Nagy-C (Big-C) a kreativitás szintjének a legmagasabb foka, olyan alkotás, amely tágabb értelemben az egész emberiség szempontjából meghatározó, szűkebb értelmezésben egy-egy tudományterület számára jelent eredeti értéket. Valójában megfeleltethető Csíkszentmihályi rendszermodelljének (lásd „kreativitás nagy K-val”): tartomány, szakértői kör és egyén egymással összefüggő komponensrendszere. (Beghetto - Kaufman, 2010). A kreativitáskutatás legújabb eredményei alapján a kutatók között egyetértés mutatkozik abban, hogy „a kreativitás az eredetiség és a feladatalkalmasság kombinációja”. (Beghetto - Kaufman, 2010) Kétségtelen tény, hogy a Nagy- C kutatásának előtérbe kerülése egyben azt is jelzi, hogy a korábbi pszichológia alapúság megváltozott, a kreativitás valójában társadalmi kérdéssé vált. (Vass, 2015)

Összegzés

A kreatív gondolkodás fenti jellemzői azt bizonyítják, hogy az emberi gondolkodás algoritmusa korántsem olyan meghatározó az alkotó folyamatban, mint azt korábban hitték. Ugyanakkor nem pusztán a konvergens és divergens gondolkodás differenciáltságáról van szó, hanem

– megkockáztatom - a mechanikus, algoritmizált, merev gondolkodási műveletvégzés felszámolásáról. Kétségtelen tény, hogy „a kognitív pszichológia számos új szemponttal gazdagította a gondolkodásról való gondolkodásunkat és sok régi megfigyelést is értelmezhetővé tett, illetve új megvilágításba helyezett. „...a hatékony gondolkodás lényegét a jól szervezett tudásban kell keresnünk. Ennek egyik oldala a konkrét tartalmi tudás, amelyet az egyedi sémák mennyiségével jellemezhetünk. A másik oldal a szervezethez, amely egyrészt a sémák minőségében, másrészt a közöttük fennálló kapcsolatok gazdagságában nyilvánul meg. A szervezethez egyben azt is jelenti, mit tudunk a tudásunkkal kezdeni. Hogyan tudjuk az adott helyzetben szükséges tudást előkeresni, szükség esetén módosítani, transzformálni, az adott helyzethez adaptálni, az egyes tudáselemeket kombinálni, új rendszerbe szervezni.” (Csapó, 2003). A kreativitás kutatás eredményei kétségkívül igazolják kreatív gondolkodási folyamatban a transzformáció, az adaptivitás, az egyes tudáselemek kombinációjának és új rendszerbe szervezését. Pléh Csaba megállapításával egyetértve: „A hajlékony értelmezés a kreatív gondolkodás névjegye...” (Pléh, 2010). Az új rendszerbe szervezés másik alapja a kreatív tudástranszfer, amelyben a tudáselemek kapcsolódási pontjai egyrészt rugalmasak, másrészt eredetiek. Ebben kétségtelen tény, hogy a Guilford által feltárt divergens gondolkodási folyamatok jelentős szerepet játszanak, ám a kreatív tudástranszfer ennél összetettebb fejlesztés. Ugyanakkor a környezet, a kultúra, a „tartomány”, nem utolsó sorban a belső motiváció és az attitűdök (kíváncsiság, képzelet, nyitottság, érzelmi-akarati tényezők) is meghatározóak. A neveléstudomány kétségkívül előre lépett az utóbbi évtizedben a kreativitás kutatása terén, a kreatív gondolkodás feltárása azonban még számos eredménnyel kecsegtet a közeljövőben.

Irodalomjegyzék

Amabile, T. M. (1983): The social psychology of creativity. Springer-Verlag, New York

Barkóczy Ilona (2011): Alkotó gondolkodás, alkotó ember. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest

Beghetto, R.A. and Kaufman, J.C.: Broadening Conceptions of Creativity in the Classroom. In. Ronald A. Beghetto, James C. Kaufman eds. (2010): Nurturing Creativity in the Classroom. Cambridge University Press. Cambridge 191-206.

Beghetto, R.A. – Kaufman, J. C. (2013): Fundamentals of Creativity. In. Creativity Now! Educational Leadership. Volume 70. Number 5. 10–16.

Bruner, J. (2004): Az oktatás kultúrája. Gondolat Kiadó, Budapest.

Csapó Benő (2003): A képességek fejlődése és iskolai fejlesztése. Akadémiai Kiadó, Budapest

Csépe Valéria: (2010) Bevezető gondolatok a kreativitásról. Magyar Pszichológiai Szemle, 2010, 65, 2. 187.

Csikszentmihályi Mihály (2008): Kreativitás. A flow és a felfedezés, avagy a találmányosság pszichológiája. Akadémiai Kiadó, Budapest

Dewey, J. (1910): How we think. D.C. Heath and CO. Publishers, Boston, New York, Chicago.

Finke, R.A., Ward T. B., Smith, S.M. (1992): Creative cognition. Theory, research and applications. Cambridge, MA. MIT Press

Dr. Fodor László (é.n.): A kreatív személyiség. <http://www.oracler.ro/fodlink/a%20kreativ%20szemely.html>

Gáspár Mihály (2003): A kreativitás kutatási irányai. [http://www.jgytf.uszeged.hu/tanszek/pszichol/Gasparmihaly/harmadikeloadasra-2005-11-22/gm-bev-\(ea\)-a-kreativitaskutatasi-iranyai--2005-06.pdf](http://www.jgytf.uszeged.hu/tanszek/pszichol/Gasparmihaly/harmadikeloadasra-2005-11-22/gm-bev-(ea)-a-kreativitaskutatasi-iranyai--2005-06.pdf)

Guilford, J. P.: (1950): Creativity. American Psychologist, 5. 444–454.

Hipkins, R., Bolstad, R., Boyd, S., McDowall, S., K. (2014): Competencies for the Future. Wellington: New Zealand Council for Educational Research

Kaufman, J.C.–Beghetto, R. A. (2009): Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology.*, 13, 1–12.

Kahneman, D. (2013): Gyors és lassú gondolkodás. HVG Könyvek, Budapest.

Kunsági Andrea-Papp-Váry Árpád Ferenc-Rekettye Gábor (2012): Creativity Through The Eyes of First Year Marketing Students – Results of a Primary Research. A SJE Nemzetközi Tudományos Konferenciája – 2012 – Medzinárodná vedecká konferencia UJS – 2012 665-673. „Művelődés – Identitás – Egészség“ – „Vzdelávanie – identita – zdravie“. Komárom, 2012. szeptember 13–14. – Komárno, 13.-14. September 2012

Kunsági Andrea, Papp-Váry Árpád Ferenc, Rekettye Gábor: Elsőéves kereskedelem és marketing szakos hallgatók véleménye a kreativitásról In: Piskóti István (szerk.)"Coopetition": verseny és együttműködés a marketingben : a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 18. Országos Konferencia : Miskolci Egyetem, Miskolc, 2012. augusztus 30-31. : konferenciakiadvány : program és absztraktok. 73 p. Konferencia helye, ideje: Miskolc, Magyarország, 2012.08.30-2012.08.31. Miskolc: Miskolci Egyetem Marketing Intézet, 2012. Paper 38. (ISBN:978-963-661-995-4)

Mayer R., E.: Fifty Years of Creativity Research. In. Sternberg R. J. (ed.) (1999): *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press, Cambridge, UK. 449-461.

Mednick, S.A. (1962): The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 69. 220-232.

Michalko, M. (2011): *Creative thinking*. New World Library, Novato, California.

Oláh Attila (2010): Az empirikus kreativitáskutatás hazai hagyományai. *Magyar Pszichológiai Szemle* 65. 2. 189–198.

Pléh Csaba (2010): Kreativitás, tehetség és gyakorlás: Hangúlyváltások a kutatásban. *Magyar Pszichológiai Szemle*. 65. 2. 199–220.

Plucker, J.A. and Renzulli, J.S.: Psychometric Approaches to the Study of Human Creativity. In. Sternberg R. J. (ed.) (1999): *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press, Cambridge, UK 35-62.

Rekettye Gábor-Papp-Váry Árpád-Kunsági Andrea: A kreatív oktatás szerepe a marketingoktatásban. ANNALES TOMUS IV-V. szerk. Róka

Jolán. Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola. 2012-2013. 303-308.

Sternberg R. J. (ed.) (1999): Handbook of Creativity. Cambridge University Press, Cambridge, UK

Sternberg, R. J. and Lubart, T. I (1999): The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In. Robert J. Sternberg (ed.): Handbook of Creativity. Cambridge University Press, Cambridge, UK, 3– 16.

Stewart, V. (2012): A World-Class Education. ASCD. Alexandria, Virginia, USA

Taylor, I. A. (1959): The nature of the creative process. In: Smith, P. (ed.): Creativity: An Examination of the Creative Process. New York, Hastings House. In: Fodor László, Kreatív személyiség című tanulmány. <http://www.oracler.ro/fodlink/a%20kreativ%20szemely.html> (az utolsó letöltés dátuma: 2016. július 25.)

Taylor C. W. (1988): Various approaches to and definitions of creativity. In The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives, RJ Sternberg (ed), Cambridge, UK: Cambridge University Press, 99–124.

Vass Vilmos (2016): A kreatív iskola. Anyanyelv-Pedagógia 5 1-5. <http://www.anyanyelvpedagogia.hu/cikkek.php?id=374>

Vass Vilmos (2015): A kreativitás kora: A kreativitás tudományelméleti alapjai In: György Juhász, Ádám Nagy, Terézia Strédl, Anita Tóth-Bakos (szerk.): A Selye jános Egyetem 2015-ös Innováció és kreativitás az oktatásban és a tudományban Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete = Zborník medzinárodnej vedeckej konferencie Univerzity J. Selyeho – 2015.

Vigotsky, L.S. (2004): Imagination and creativity in childhood. (M.E. Sharpe, Inc., Trans.) Journal of Russian and East European Psychology, 42. 7-97.) (az eredeti munka megjelenési éve: 1967)

A PÁRIZSI KLÍMAKONFERENCIA GLOBÁLIS POLITIKAI ÁS TUDOMÁNYOS MEGEGYEZÉS

DR. PAPP-VÁRY ÁRPÁD

professzor emeritus
Budapesti Metropolitan Egyetem
apapp@metropolitan.hu

Abstract

Since the beginning of the Industrial Revolution, the burning of fossil fuels has contributed to the increase in carbon dioxide in the atmosphere from 280ppm to 390ppm. The United Nations Climate Change Conference was held in Paris from 30 November to 12 December 2015. The conference negotiated a global agreement on the reduction of climate change. The agreement will enter into force when joined by at least 55 countries which together represent at least 55 percent of global greenhouse emissions. The participating countries agreed to reduce their carbon output "as soon as possible" and to do their best to keep global warming "to well below 2 degrees C".

Kulcsszavak: *Klímatörténet, üvegházhatású gáz, átlaghőmérséklet, klímaváltozás, klímakonferenciák*

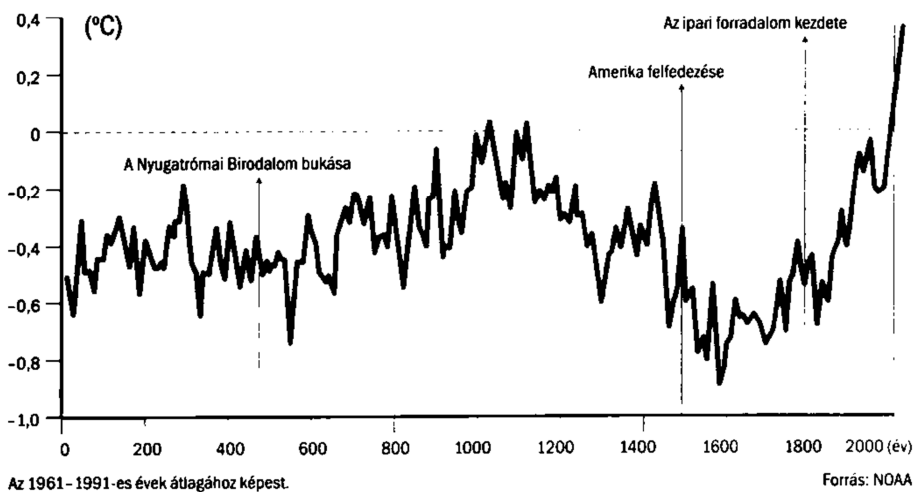
1. Előzmények

Az elmúlt 110 ezer év hőmérséklet-változásait a grönlandi jégben, 1988-1991 között végzett, két 3000 méter mély, egymástól 28 km-re lévő magfúrás adatai alapján próbálták rekonstruálni. A jégbe zárt légbuborékokban található oxigénizotópok aránya alapján lehetett következtetni a légkör hőmérsékletére. Ez a 110 ezer éves klímatörténet két különösen érdekes dologra hívta fel a figyelmet. Az egyik az, hogy százezer éven át a klíma drasztikusan (kb. 10 fokos amplitúdóval) ingadozott, majd az utolsó tízezer évben szinte eseménytelené vált, pontosabban az ingadozás egy nagyságrenddel csökkent. Ez a változás

azért érdekes, mert a relatíve stabil klíma kezdetének időpontja nagyjából egybeesik a földművelés, vagyis az emberi kultúra kialakulásának kezdetével. Az emberi kultúra, az utóbbi tízezer év éghajlati változásait a pollenvizsgálatokból, a fák évgyűrűinek elemzéséből, részben a történelmi írott forrásokból ismerjük.

Az utóbbi 2000 év átlaghőmérsékletét az 1961–1991 közötti évek átlaghőmérsékletéhez viszonyítva azt kapjuk, hogy a XI–XIII. századot kivéve az átlaghőmérséklet 0,2-0,8 Celsius fokkal kisebb volt. Először 2000-ben haladta meg a hőmérséklet az 1961 – 1991 közötti 30 év átlagát.

A Naptól érkező energia, különböző rövidhullámú elektromos sugárzások formájában halad át a légkörön és melegíti a felszínt. A meleg felszín hosszuhullámú hősugárzást bocsát ki. Ennek jelentős része visszaverődik az úgynevezett üvegházhatású gázok, földköri burkot képező molekuláiról ezzel melegedést okozva. Azaz az üvegházhatású gázok „lefelé” átengedik a napsugárzást, de nem engedik át a földfelszínről „felfelé” haladó hősugárzást. Az üvegházhatás a légkör hő visszatartó képessége. A legismertebb üvegházhatású gáz a szén-dioxid, de ilyen a vízgőz, a metán, a di nitrogén-oxidok, a halogénezett szénhidrogének (különböző fluortartalmú vegyületek) és az ózon. A felsorolt gázok némelyikének az üvegházhatása (globális melegítő potenciálja) többszöröse a szén-dioxidnak. Például a levegőbe jutó metán melegítő hatása, 27-szerese a szén-dioxidnak.



1. ábra: Átlaghőmérséklet-változások az elmúlt 2 ezer évben, forrás: NOAA

Az üvegházhatást már a XVIII. században felismerték és a tudósok kiszámították, hogy ha nem volna üvegházhatás, akkor a Föld felszín közeli, jelenlegi 15 °C átlaghőmérséklete 33 fokkal alacsonyabb lenne, és a Föld lakhatatlan volna. Ugyanakkor már a XIX. század végén tudott volt, hogy az ipari forradalom kezdete óta egyre több szén-dioxid került a légkörbe. Akkoriban feltételezték, hogy a világoceán maradéktalanul képes elnyelni az emberi tevékenység révén a légkörbe juttatott a szén-dioxid-többletet.

1955-ben a Scripps Oceanográfiai Intézet (San Diego) kutatásai azt jelezték, hogy a légkörbe kerülő szén-dioxid jelentős részét nem nyelik el a világoceánok, az benne marad a légkörben. A kérdés tisztázására 1957-ben, a Nemzetközi Geofizikai Év programjának keretében pontos, hosszú távú, légköri szén-dioxid-mérési programot indítottak, a Hawaii fősziget Mauna Loa vulkánjának tetején felépített obszervatóriumban. Tíz év méréssorozata igazolta, hogy a légköri szén-dioxid-koncentráció folyamatosan emelkedik. Ha nő a légköri szén-dioxid-koncentráció (és egyéb tényezők nem változnak), akkor a sugárzásfizikai törvények értelmében nő az üvegházhatás, vagyis elvileg a légkör alsó pár kilométeres vastagságú rétegében hőtöbblet keletkezik.

A meteorológiai mérések azt mutatták, hogy a XIX. század közepe óta a földfelszín közelében a levegő átlaghőmérséklete emelkedik. A levegő szén-dioxid szintje is nő, különösen az 1950-es évek vége óta. A hőmérséklet és az üvegházhatást okozó gázok koncentrációja közötti összefüggés, a tudományos bizonytalanságok ellenére, széleskörűen elfogadottá vált.

2. A klímaváltozás észlelhető hatásai

Növekszik a rendkívüli időjárási jelenségek száma. Az éghajlatváltozás káros hatásai közül az átlagember, a világ lekülönbözőbb tájain találkozhat a gyakoribbá váló viharokkal, hőhullámokkal, árvizekkel, aszályos időszakokkal. Az éghajlatváltozás már jelentkező negatív hatásai a biztosítási rendszer teljes újra gondolását igénylik, a pénzügyi katasztrófa elkerülése érdekében. A biztosítók ugyanis a múltban gyűjtött biztosítási kárigények alapján kötnek szerződéseket a jövőben előforduló károokra, és ennek megfelelő összeget tartalékolnak azok rendezésére. A klímaváltozás nyomán a korábbi károkat jelentősen meghaladó káresemények történnek, szokatlan gyakorisággal. A természeti katasztrófák okozta veszteségek négy évtizede, korrigált dollár

árfolyamon számolva, körülbelül 10 százalékkal nőnek évente. A biztosítási iparág összes bevétele 2 billió dollár (a világgazdasági termelés 10 %-a), ebből a korábbi kárigények alapján 3000 milliárd dollárt tartalékol a természetes katasztrófák okozta veszteségek fedezésére. A klímaváltozás felboríthatja a rendszert, válságba taszítva a biztosítási iparágat.

Csökken a tavak vízfelülete. Ezt jól mutatja az Aral-tó és a Csád-tó vízfelületének változása. A Jeges-tengert borító állandó jégtakaró felülete 1980. óta folyamatosan csökken (30 év alatt területe a felére zsugorodott). Az Északi-sarkvidék jege nyaranta egyre korábban és gyorsabban indul olvadásnak és később áll be a víz. A jég vastagsága 15-40 %-kal csökkent.

Visszahúzódnak a gleccserek. Európa leghosszabb gleccsere, a Gross Glockner oldalában lévő Pasterze-gleccser végéhez az 1960-as években siklóvasutat építettek. A gleccserhez most csak hosszú sétával lehet eljutni. Az út mentén táblák jelzik meddig tartott a jég a korábbi években.

1. táblázat: A Pasterze-gleccser adatainak változása

Év	Hosszúság km	Felület négyzetkilométer	Tömeg köbkilométer
1881	11,0	26,5	3,5
1924	10,3	22,6	2,9
1969	9,5	19,8	2,2
1985	9,0	18,9	2,0
2006	8,3	17,3	1,7

Forrás: a helyszínen lévő tájékoztató ábra, 2012. Saját szerkesztés.

A tengerek vízszintje emelkedik az olvadó gleccserjég és a tengervíz felmelegedése (térfogat-növekedés) miatt. Az elmúlt száz évben, 1880-2013 között a mért adatok szerint, az átlagos vízszint 18 centimétert emelkedett. 2006 végén a Gangesz torkolatánál a Bengáli-öbölben a kicsi, de lakott Lohachara sziget eltűnt a megemelkedett tengerszint miatt. (Becslések szerint százmilliónál több ember lakik egy méterrel az átlagos tengerszint felett, őket különösen veszélyezteti a tengerszint várható emelkedése.) A tengervíz emelkedése a szelek, a tengeráramlások és az olvadó jég hatása miatt nem lesz egyenletes, így némelyik nagyvárosra, például Miami, New York, Kalkutta, Guangzhou (Kanton) különösen veszélyes lehet.

Eltolódnak az évszakok. Korábban köszönt be a tavasz, később érkezik az ősz. Emiatt változik a virágzás ideje, az állati vándorlások időpontja, korábban fészkelnek a madarak. A korábban érkező tavasz miatt az erdők hamarabb kiszáradnak és maradnak szárazok megnövelve az erdőtüzek esélyét. A hőmérsékletváltozás (melegedés) a leghidegebb területeken a legnagyobb. Nő a meleg napok (hőmérsékleti maximumok) száma, csökken a hideg napoké. Nő a páratartalom és az éjszakai hőmérséklet.

A melegedés hatására hűvösebb éghajlatra (azaz északabbra és magasabbra) tolódik több növény és állat elterjedési területe. Ma még csak a csak trópusokon ismert rovarok, baktériumok, vírusok elterjedhetnek a mérsékelt övben magukkal hurcolva a trópusi betegségeket.

3. A várható hazai éghajlatváltozás

A klímaváltozás hazai hatásainak a felmérésére az MTA és a Kormány közös kutatási programot indított. A 2003–2007 évek közötti kutatás a VAHAVA (= változás, hatás, válaszadás) projekt nevet kapta. A program eredményei alapján a kormány 2008-ban elfogadta a Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégiát. Eszerint hazánkban a jövőben erősödni fognak a mediterrán táji jellegzetességek, a félsivatagi-aszályos jelenségek, a helyi időjárási anomáliák. Ez azt jelenti, fokozódik a felmelegedés és szárazodás, az időjárás szélsőségesebbé válik, a természeti csapások gyakorisága és súlyossága nő. A XXI. század utolsó három évtizedében Magyarországon a felmelegedés a globális átlag 1,4-szerese lesz. Emelkedik a kánikulák (hőhullámok) száma is. (A kánikula az, amikor a napi átlaghőmérséklet három egymást követő napon meghaladja a 27 ° Celsiust.)

2. táblázat: A hazai változás egy fokos globális felmelegedés esetén

	Éves	Tél	Tavasz	Nyár	Ősz
Hőmérséklet (fok)	1,4	1,3	1,1	1,7	1,5
Csapadék (%)	-0,3	9,0	0,9	-8,2	-1,9

Forrás: Országos Meteorológiai Szolgálat, 2007. Saját szerkesztés.

Feltételezett egy fokos globális felmelegedés esetén hazánk hőmérséklete éves szinten 1,4 Celsius fokkal lesz melegebb. Tavasszal alig változna a hőmérséklet átlaga, de nyáron és ősszel nagyobb lesz. A kismértékben

csökkenő csapadék mennyisége télen nőne, tavasszal alig változna, de nyáron és ősszel, sokkal kevesebb hó és eső várható.

A melegedés hatására a Föld nagy részén több csapadék várható a nagyobb párolgás miatt, de a Kárpát-medencében kevesebb, ezért törekedni kell arra, hogy jobban hasznosuljon a lehulló csapadék. Az érkező és távozó víz mennyiségének a különbsége nő, mert a melegedéssel a párolgás is fokozódik és a csapadék intenzívebb záporok formájában éri el a felszínt, így kevesebb szivárog belőle a talajba.

Az éghajlatváltozás hatására, a lucfenyő eltűnően van középhegységeinkben és csökken a bükkösök területe. Az éghajlatváltozások nyomán az ENSZ sivatagosodás elleni küzdelemről szóló egyezménye a világ félsivatagos területei közé sorolta a Duna-Tisza-közi homokhátságot. Ezen a területen a XX. század elején még hatszáz kisebb-nagyobb természetes tó volt. A legtöbbször ma már csak a földrajzi nevek utalnak. A klímaváltozás és a talajvizetből való öntözés miatt a talajvíz ma jó 3 méterrel mélyebben van, mint az 1960-as években.

Az időjárás változásra utal, hogy a korábban csak Pécs környékén termő füge ma már az ország egész területén megél. A fagyos napok számának esése miatt könnyebben telelnek át a kullancsok, nő az általuk terjesztett fertőzésekben, például a Lyme-korban megbetegedettek száma.

A 2015. évi második Nemzeti éghajlat-változási stratégia a korábban feltételezett változásnál (romlásnál) nagyobb értékekkel számol. Magyarország átlaghőmérséklete 2050-ig több mint két fokkal nőhet. 2021-2050 között évente 30-al több hőségriadós nap lesz. Az évszázad második felében a nyár szünetmentes hóhullámmá alakul át. Hatvan körül lesz az olyan napok száma, amikor a középhőmérséklet meghaladja a 25 fokot, és évente 100 olyan nap várható, amikor a napi maximum 30 fok fölé emelkedik (hőségnap), az időjárás még szélsőségesebbé válik. Az egyenetlen csapadékeloszlás és a gyors tavaszi felmelegedés következtében minden korábbinál pusztítóbb árvizek várhatók. A stratégia fő prioritásként az alkalmazkodást, a várható károk kezelését-mérséklését jelöli meg. Nincs szó a megelőzésről, a megújuló erőforrások növekvő szerepéről, kevesebb metán kibocsátásával járó földművelési és állattartási technikák elterjesztéséről stb.

4. Klímakonferenciák

Az ipari forradalom előtt a légkörben a széndioxid aránya 280 milliomod részt tett ki. 280 ppm volt a koncentrációja, azaz minden millió levegőmolekula között 280 szén-dioxid molekula volt. (ppm = part per million = milliómodnyi térfogat rész, kis mennyiségű összetevők mértékegysége.) A széndioxid e koncentrációja mellett a Föld átlaghőmérséklete 14 C fok volt. A szén-dioxid, molekulájának szerkezete miatt elnyeli az űrbe visszasugárzott hőt. A kis értékek felhalmozódnak. 1950-ben a széndioxid koncentrációja 315 ppm volt, 2007-re 380, 2013 májusában pedig elérte a „vízválasztónak” tekintett 400 ppm értéket. (Ez azt jelenti, hogy a levegőben lévő szén-dioxid mennyisége az ipari forradalom kezdete óta 42 %-kal nőtt.) Napjainkban a széndioxid koncentrációja évente 2-3 ppm-el emelkedik. Elméleti számítások szerint 450 ppm esetén elolvad a grönlandi és a nyugat-antarktikai jégtakaró. Évi 2 ppm-es növekedéssel számolva három és fél évtized, 3 ppm-es növekedéssel 23 év választ el bennünket a 450 ppm értéktől.

A klímaváltozással kapcsolatos információk átfogó, objektív, nyitott és transzparens elemzésére a Meteorológiai Világszervezet (WMO) és az ENSZ Környezeti Programja (UNEP) 1988-ban létrehozta az Éghajlat-változási Kormányközi Testületet (angolul: Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC). A testület átlag ötévente hozta nyilvánosságra jelentéseit.

A veszély nemzetközi elismertetése és nemzetközi összefogással megvalósuló csökkentése érdekében az ENSZ életre hívta a nemzetközi klímakonferenciákat. Az első klímakonferencia 1997-ben Kiotóban (Japán) volt. A konferencia javaslatára, 35 fejlett ország vállalta, hogy 2005–2012 között 5,2 %-al csökkenti az 1990. évi szén-dioxid kibocsátását. (Kiotói egyezmény). (Magyarország 6%-os csökkentést vállalt, de a rendszerváltozás előtti, 1985–1987. évi, nagyipari 37,45 millió tonna szén-dioxid kibocsátásból. Ezt a vállalását már a szerződés aláírásakor teljesítette hazánk. 2012-ben a 6 helyett már 48 százalékkal volt kisebb a kibocsátási mutató.) Ausztrália, USA nem írta alá a megállapodást, mert az csak a fejlett országokra vonatkozott, pl. Kínára, Indiára, Brazíliára nem. India ellenérve: nehéz elvárni az energiatakarékosságot, amikor a lakosság fele nem jut vezetékes áramhoz. Mivel a szén-dioxid molekulák száz évig is a légkörben maradnak ezért egy klímaszerződésnél a múltbeli kibocsátásokat is számításba kellene venni. A szén-dioxid csökkentését azoknak a fejlett országoknak kell elkezdeniük, amelyek az ipari forradalom kezdete óta szennyezik a

légkört, mert tőlük származik az érintett gázok légköri többletének legnagyobb része. A fejlődő országok növekedési esélyeit csökkentené a szerződés elfogadása. (Ugyanezen érvek ismételt felvetésétől tartottak a párizsi klímakonferencia szervezői is, de ezt sikerült végül elkerülniük.)

A következő konferenciák (Dánia, Koppenhága, 2009; Mexikó, Cancún, 2010; Dél-Afrika, Durban, 2011) nem hoztak előrelépést a kérdésben. Világossá vált 2012 végéig a kiotói egyezmény érvényességi idejének a végéig nem lehet mindenkire kötelező új szerződést létrehozni. A 2012. évi klímaváltozási konferencia (Katar, Doha,) egyetlen kézzelfogható eredménye az lett, hogy a kiotói egyezmény kizárólag a fejlett országok egy részére érvényes kötelező előírásait, a csökkentési százalékot módosítva meghosszabbították 2020-ig. A változtatás értelmében az egyezményt aláíró országok vállalták, hogy az 1990. évi szén-dioxid kibocsátási szintet 2020-ig 18%-al fogják csökkenteni. USA, Kanada, Oroszország, Japán, Új-Zéland nem volt hajlandó semmilyen önkorlátozásra. Végül a konferencia úgy foglalt állást, hogy egy új tárgyalási folyamat keretében 2015-ig kidolgoznak egy globális, minden országra érvényes klímaegyezményt, amely 2020-tól lépne életbe. Közben 2014-ben megjelent Éghajlat-változási Kormányközi Testület ötödik jelentése. Ez a jelentés szakított a széndioxid-koncentráció növekedése és a hőmérséklet emelkedése közötti lineáris összefüggéssel. Hangsúlyozta komolyan számolni kell azzal a lehetőséggel, hogy egy adott ponton a felmelegedés elszakad a szén-dioxid koncentrációtól és ellenőrizhetetlenné válik, azaz a lassú folyamatok látványos minőségi változásba csapnak át. A dokumentum másik újdonsága az volt, hogy nem a jövőről, hanem gyakorlatilag a jelenről szólt, azokat a veszélyeket hangsúlyozza, amelyeket már most is érzékelhetünk. A bizonyítható kockázatok kezelésével, azokkal a következményekkel kellene foglalkozni, amelyeket az időjárási egyensúly módosulása kivált ajánlotta a jelentés. A két legfontosabb hatás, ami konfliktusforrás lehet a világ egyes részein az élelmiszer- és a vízhiány. A gyorsan növekvő népesség élelmiszerrel való ellátását korábban a termésátlagok növekedése (zöldforradalom) biztosította. Ez a folyamat megszakadt. Két fontos gabonafélénél, a búzánál és a kukoricánál a száraz és meleg éghajlatú területeken a klímaváltozás hatására csökken a termelés. A kenyérgabonánál ez 0,2 tized százalék évente. Ez önmagában nem tűnik soknak, de ha figyelembe vesszük az emberiség létszámának növekedését és a termőterület klímaváltozás miatti csökkenését ez veszélyes helyzetet teremthet.

Ilyen előzmények után kezdődött el a 2015 végére tervezett Párizsi Klímakonferencia szervezése.

A csúcsmegkezdése előtt rögzítettek négy alapelvet:

1. Állandóság, azaz hosszú távú elképzeléseket kell meghatározni.
2. Rugalmasság, hogy a változások miatt ne kelljen folyton újra tárgyalni a megállapodást.
3. Szolidaritás a fejlődő országokkal, anyagi és technikai segítség a klímaváltozáshoz való alkalmazkodásban és a kibocsátás csökkentésben.
4. Hitelesség a gyorsan kibontakozó változásokra adandó válaszok esetében. Ötévenkénti ciklusokban értékelni kell a nemzeti klímaterveket a tudományos előrehaladást követve.

5. A Párizsi Klímakonferencia, 2015. nov. 30 - dec.12.

A konferencián először született globális érvényű szabályozás a témában és arra is első ízben került sor, hogy a világ országai közös álláspontra jutottak, egy világméretű probléma megoldásáról. A megállapodás kijelölte az utat, amelyen végig kell menni, érvényt szerezve a mindennél, így a profittól is nagyobb érdeknek a Föld megmentésének.

A konferencia fő megállapításai:

Másfél fok alatt kell tartani a XIX. század végéhez képest számított talajszinti hőmérséklet-emelkedést. (Merész terv, mert az egy fokos felmelegedést már elértük.)

Az üvegházhatású gázok korszaka lezárul, a globális szén-dioxid-kibocsátást csökkenő pályára kell állítani. Az évszázad második felére egyensúlyba kell hozni a szén-dioxid-kibocsátást és annak megkötését. A fosszilis energiahordozók megszüntetésénél figyelembe kell venni a szegénység leküzdésének fontosságát.

Az államok elismerik a károkat és veszteségeket, amelyeket a klímaváltozás okoz. Perelni ezért nem lehet a történelem legnagyobb károsanyag-kibocsátóit, de a kompenzációról 2016-ban egyeztetések kezdődnek.

Évi 100 milliárd dollárt fizetnek 2020-tól a fejlett országok a klímaváltozástól sújtott államok biztosítására és energiaellátásuk reformjára. A költségek egy részét cégeknek kell állniuk.

A felmelegedéssel járó kockázatokat az államok megpróbálják ellensúlyozni.

A felelősség továbbra is a fejlett világot terheli. A többi országnak lehetőségei és fejlettsége függvényében ki kell vennie a részét a klímavédelemből.

Egységes beszámolási kötelezettség terhel minden államot az üvegházhatású gázok kibocsátásáról.

Ötévente mindenki szigorít az üvegházhatású gázok visszaszorítására hozott céljain.

A megállapodás 2020-ban lép életbe, amikor a fejlett országok egy része által elfogadott, csalódást keltő kiotói egyezmény hatálya lejár.

A párizsi megállapodást 195 ország írta alá és 187 vállalta a káros gázok kibocsátásának önkéntes és jelentős csökkentését. Az EU tagországai, így hazánk is, az EU vállalásán belül kötelezte el magát. Az egyes államok önkéntes kibocsátás-csökkentési, illetve pénzügyi felajánlásai nem váltak az egyezmény részévé, így azokat nehezebb lesz kikényszeríteni, különösen úgy, hogy az egyes célokhoz nem rendeltek egyértelmű ellenőrzési és szankcionálási mechanizmusokat. (A zöldek szerint, garanciák nélkül a szöveg csak egy jó irányba mutató szándéknyilatkozatnak tekinthető.) A kibocsátás-csökkentés, 2018-tól számítva, ötévente, átlátható mérési rendszer alapján végrehajtott felülvizsgálata viszont kötelező érvényű. Így a megállapodás egyetlen kényszerítő eleme a nem teljesítők megnevezése. Nem került bele az egyezménybe a fosszilis források kivezetésének szükségessége. (Ez volt az ára India és a nagy olajexportőrök beleegyezésének.)

2017. július 1.-én az USA új elnöke, Donald Trump gazdasági érvek alapján kilépett az egyezményből. (Barack Obama A korábbi elnök által aláírt szerződésben az USA az 2005-ös szén-dioxid kibocsátási szint 26-28 százalékos csökkentését vállalta 2025-re és 3 milliárd dollárt ígért a fejlődő országokat segítő Zöld Klímaalap számára.) A világ egyelőre reméli, Trump elfogadhatatlan döntése még megváltozhat.

6. Az Európai Unió emissziót csökkentő vállalásai

Az EU államainak 2030-ig az 1990. évi szinthez képest 40 %-al kell csökkenteniük szén-dioxid kibocsátásukat, 27 %-ra növelni a megújuló forrásokból származó energia arányát és az előre vetített számításokhoz

képest 27 %-al kell javítani az energiafelhasználás hatékonyságát (40-27-27%). A zöld szervezetek kritikája, hogy a 40 %-os csökkentés kevés, mert így 2030-2050 között megvalósíthatatlan mértékű csökkentést kellene majd elérni. Magyarország 2015-ben 36 százalékos szén-dioxid-csökkentésnél tartott. Ezt látszólag nem kívánjuk tovább növelni. Magyarország jelezte, hogy a megújuló erőforrások fejlesztésénél az előírt szintet nem tudja vállalni. A számunkra módosított érték az, hogy a 2007. évi 4,5%-os szintet 14,65%-ra kell növelni. (2012-ben ez az arány 9,6% volt.) Az energiahatékonyság növelésére 10 százalékra tettünk ígéretet.

Az üvegházhatás csökkentésénél az EU elfogadja a szén-dioxid kereskedelem keretében való csökkentést (kvótavásárlás). A szén-dioxid kereskedelem ötlete az 1997. évi kiotói megállapodás nyomán született. A jegyzőkönyvhöz csatlakozva több ország vállalta az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentését. Annak érdekében, hogy legyen mihez viszonyítani a csökkentést, minden ország kapott bizonyos számú, később fokozatosan csökkenő kibocsátási egységet. Magyarország 26,9-t kapott. Egy egység, egymillió tonna széndioxid légkörbe engedésére jogosít fel. Ha kevesebbet bocsát az adott ország a légkörbe, vagy ország környezetvédelmi beruházással leír kvótájából, azt eladhatja annak az országnak, cégnek, amelyik túllépi azt. Az így kapott összeget viszont klímavédelmi beruházásra kell költeni, átlátható (mérhető) és ellenőrizhető módon. A kvótát vásárló országok csak így tudnak elszámolni adófizetőiknek azzal, hogy pénzüik igazolhatóan hasznosul egy másik ország zöldberuházásai által. Ennek nyomán megszületett a szén-dioxid kereskedelem. 2013-tól csak árverésen (aukción) lehet kvótát értékesíteni. A piac hatására korábbi magas 30 Euró tonnánkénti széndioxid ár 6-8 Euró közötti értékre esett. Ezért hatalmas feleslegek halmozódtak fel. Ezt átmenetileg egy virtuális bankban, piacstabilitási bankként helyezték el. 2020-ban a kvótarendszert meg kívánják szüntetni. Hazánkban 2014-ben a klímaügyek a fejlesztési minisztériumba kerültek feltehetően azért, hogy a szén-dioxid-kvóták eladásáról és a bevételek felhasználásáról itt döntsenek. 2020-ig fokozatosan, a villamosenergia-termelésben erősebben, a többi ágazatban, kisebb mértékben, megszűnik az ingyenes kvótajuttatás. Ezt követően a kibocsátás után tonnánként 10 euró szénadót kell majd fizetnie a cégeknek.

Irodalomjegyzék

Behringer, W. (2010) A klíma kultúrtörténete a jégkorszaktól a globális felmelegedésig. Corvina, Budapest.

Fry, C. (2008) A klímaváltozás. A XXI. század kihívása. Totem Plusz Könyvkiadó Kft, Budapest.

Láng I. – Csete L. – Jolánkai M. (szerk.) (2007) A globális klímaváltozás: hazai hatások és válaszok. A VAHAVA jelentés. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.

Malm, A. (2012) Hamarosan túl késő lesz...avagy a klímaváltozás árnyékában. L'Harmattan, Budapest.

https://en.wikipedia.org/wiki/2015_United_Nations_Climate_Change_Conference, letöltve 2015. 01. 27.

<http://www.technocracy.news/index.php/2015/12/16/full-text-paris-cop21-climate-change-agreement/>, letöltve 2015. 01. 27.

Full Text Of Paris COP21 Climate Change Agreement

POLITICS WITHOUT SOVEREIGNTY

Peter H. Wilson. (2016) *The Holy Roman Empire. A Thousand Years of European History*, Penguin Books, 942 p.

VIKTOR FRIEDMANN

College Associate Professor
Budapest Metropolitan University
vfriedmann@metropolitan.hu

Abstract

The Holy Roman Empire often serves as a backdrop against which the discipline of International Relations defines the nature of modern, anarchical, international politics. By presenting the Empire on its own terms, Peter H. Wilson's comprehensive book demonstrates that, although the contrast is valid, it has much less to do with anarchy, and more with the emergence of modern individualism and abstract universalism.

Keywords: *authority, international relations, political systems, sovereignty*

Unless restricted to the period since the 1960s, the historiography of international politics quickly runs into a fundamental contradiction. History is a realm of change, whereas the notion of the “international” fixes the mind on relations between states. Inter-state politics, however, is a remarkably recent development. Even in the 19th century, most of the world was ruled through diverse forms of empire, rather than by states exercising sovereign rights over a well-defined territory. In the early 20th century the racial ideology of Nazism and the class-based world system of Communism contested the legitimacy of the (nation-)state, and the empires themselves only disappeared with decolonization during the Cold War. The primacy of state sovereignty, finally enshrined in the Charter of the United Nations in 1945, by the 1990s already seemed to be under attack from, among other developments, the deterritorializing forces of technology, the interdependence brought about by economic globalization, the rise of cosmopolitan solidarities, the growing role of diverse non-state actors, and the emergence of the European Union as a major supranational organization. The history of international relations looks as if it was hardly ever international at all.

One way this problem has been circumvented in standard accounts is by positing a clear break, at the end of Thirty Years War, between a medieval, hierarchically organized Christendom and a modern, anarchical, system of sovereign states. The peace of Westphalia that closed that conflict in 1648 consequently lent its name to the modern inter-state system – the “Westphalian system” – even though historians have long argued that the peace itself did not present a clear break with the prior organization of Europe (Carvalho, Leira and Hobson 2011; Osiander 2001). Nevertheless, identified as the moment at which the hierarchical structure of the Holy Roman Empire (in the following HRE or Empire) was replaced by a plurality of territorially sovereign states (Watson, 1992), Westphalia provides a convenient foundation myth for modern international relations by permitting to narrate history in terms of inter-state politics from the mid-17th century.

The HRE has hence served as the big “Other” against which the modern international system is understood. As is typical of such cases, textbook accounts of international history most often reduce the Empire to a secondary role, evaluated from the perspective of the system of nation-states that eventually replaced it. Yet, it was a polity that existed for over a thousand years, much longer than most empires in history, including the Roman Empire. One should find it inappropriate to tell the history of European international relations without paying due attention to a political unit that spanned its core areas. Only recently has more effort been dedicated to recovering the nature of premodern political systems from the constraints of transhistorical categories imposed by the present, allowing us to gain new and properly historical perspectives on the nature and transformation of world politics in our time.¹ The work of Peter H. Wilson on the Holy Roman Empire provides an indispensable resource to those pursuing this line of inquiry.

Building on an immense range of secondary sources and a lifetime of research, the book is a definitive account of its subject matter. It can both serve as a handbook to be consulted by those looking for almost any type of information on the HRE, and as an enjoyable analytical narrative to be read from beginning to end. Its breadth and depth are truly impressive, sometimes making the reader wonder how anyone can accumulate and organize so much information spanning a thousand years of history. The apparatus of detailed maps, family trees, images, glossary and (55 pages

¹ Most prominently, see Osiander (2007).

of) chronology, are both useful and often necessary for the reader to be able to keep up with Wilson's agility in navigating his subject.

The book is organised into thematic parts and chapters, each exploring in great depth the developments of a single aspect of the HRE over time: ideals of authority, sense of belonging, nature of governance, and relationship between politics and society, with a penultimate chapter on the Empire's afterlife following its dissolution in 1806. Readers unfamiliar with it are well advised to get a grip on the broad chronological outlines of the Empire's history before plunging into the book. The twelve chapters grouped into the four main parts of the book produce parallel histories with remarkably little overlap and repetition, and can also be read as free-standing works on their own.

Wilson's primary concern is to recover the HRE's history from nation-centred historiography, and especially from those narratives that consider it as either a proto-German entity, or an obstacle to the formation of a German nation-state. He also, and for our purposes even more importantly, seeks to leave behind the emphasis on the alleged weaknesses of the Empire's political system from the perspective of modern sensitivities, and instead to understand how the Empire's political system worked successfully for so many centuries. Rather than presenting the HRE as an entity destined to be superseded by nation-states – an always-already backward entity – Wilson underlines how well it managed to compete with, and often triumph over, alternative ways of organizing human societies.

Standard histories of international relations tend to employ precisely those presentist perspectives on the Empire that Wilson seeks to overcome. The governing arrangements of the HRE are typically described with the aim of providing a clear contrast to the present system of states, ultimately establishing and supporting the latter's identity (and superiority). International politics, according to this version, is characterized most fundamentally by anarchy, i.e. the lack of authority above states (Waltz 1979). This is the effect of states recognizing each other as sovereigns, i.e. equals in their capacity as supreme authorities over their clearly delineated territory. The opposite of this arrangement – the hierarchical ordering of relations of authority – is restricted to the domestic realm and culminates in the supremacy of the sovereign. The HRE, then, is presented as the backdrop to the present anarchical structure, a pre-sovereign hierarchical system with the Emperor and the Pope sitting on top of a pyramid of feudal relations of overlapping domains of authority.

As a consequence, the Empire is portrayed as being both hierarchical (compared to the present anarchical structure of international politics) and falling short of constituting a proper hierarchy (compared to the sovereign capacity of states to set the law and have it enforced domestically), its own nature effaced between these two modern expectations, both fundamentally informed by the anachronistic standard of sovereignty. Wilson's work, in contrast, enables us to view the Empire by its own standards, and hence to see the specific nature of our present condition in a different light. Instead of describing an imperfect sovereign without sufficient physical capacity to control its territory and a clear chain of command and responsibility leading up to Emperor, the book lays out with clarity how political power functioned in a non-sovereign form.

The fundamental difference between the modern state system and the HRE that emerges from its pages is not a question of hierarchy as such. Instead, it concerns the deep roots of the Empire's system in concrete relations rather than in abstract principles. In modernity, both individuals and sovereigns are thought to be radically independent in their status, possessing fundamental and equal rights based on which they interact with each other, manage their relations, and set up social, legal and political structures. In contrast, the status of the units composing the HRE could only be grasped as highly unequal and differentiated bundles of rights and obligations, which were specific to concrete persons as parts of vertical hierarchies (e.g. of lords and vassals) or as members of horizontal associations (of burghers, traders, guilds, etc.), and therefore gained their content and validity from the legal and political framework of the Empire.

Similarly, individual identities in the Empire were linked to legal positions within the imperial system (as member of a guild, vassal of a lord, holder of a title), rather than by emotional attachment to an abstract community characteristic of modern nationalism. Whereas today legal disputes would be solved by the judgments of a final authority based on abstract legal principles, in the HRE they were managed through arbitration aimed at finding workable compromises between the parties involved. Political power was likewise exercised through lengthy negotiations and brokerage seeking to forge a sufficient level of consensus, rather than by the hegemonic imposition of centrally decided decisions or absolutes characterising modern politics.

As opposed to the combination of radical individualism (of sovereign states and sovereign individuals) and abstract, universal laws characteristic to the modern era, the HRE functioned as an ensemble of

relations that all depended for their efficacy on the existence of the whole. Although the Empire never acquired the power to implement its decisions in its territory, they were mostly executed by its component units for a simple reason: the status and privileges of the latter derived from, and therefore depended on the continued functioning of, the Holy Roman Empire. It is, hence, a move not so much from hierarchy to anarchy, as from concrete and highly differentiated relations to abstract equality before a universal law, that makes all the difference between the order represented by the HRE and the modern international system.² If this is indeed the case, we need to revisit the fundamental characteristic of our present system, which is not anarchy but individualism and abstract universalism, which means that only changes in these characteristics would constitute its transformation.

To offer one example of why this matters, consider the case of the European Union (EU), often presented as a postmodern international organization that moves beyond sovereignty-based inter-state relations. For this reason, as Wilson discusses in the closing chapter of the book, it has often been compared to the HRE. These analogies usually draw on notions of fragmented sovereignty, overlapping jurisdictions, or supranational legal authority, none of which in fact touches upon our fundamental attachment to individualism and abstract universalism. Competences and sovereign rights might be transferred to the EU level, but the arrangement remains rooted in the ultimate sovereignty of the member states, who possess an identity and status independent of the supranational structure. Moreover, the laws and regulations adopted at the supranational level continue, by default, to establish equal rights and obligations for the member states. Despite the increasing differentiation of forms of membership (Schengen, Eurozone, a potential two-speed Europe), the EU remains an essentially homogenizing project in line with the fundamental logic of modernity.

As Wilson (2016, 685) writes, “[t]he Empire appears to have done better than the EU in fostering attachment amongst its inhabitants, who valued it as a framework, sustaining local and particular liberties, and in respecting diversity, autonomy and difference.” It lacked the principle of universal freedoms and rights so dear to us, but was much more capable of

² Rosenberg (1994) provides a Marxist argument with a similar conclusion. A similar differentiation between ancient Chinese and modern world orders is found in Zhao (2012).

conducting politics through compromise rather than absolutes of right and wrong. It is only once the status and rights of member states were to become dependent on the overall supranational structure and / or the equal rights of states were to give way to rights and obligations defined in the framework of highly differentiated hierarchical and horizontal relations, that the European Union would truly leave behind modern politics as the realm of sovereignty, and the contradictions that come with it. As Wilson's magisterial book demonstrates, it is often through allowing the Other to speak for itself that we can truly understand our own predicament.

Bibliography

Carvalho, B – Leira, H – Hobson, J. M. (2011) The Big Bangs of IR: The Myths That Your Teachers Still Tell You about 1648 and 1919. *Millennium - Journal of International Studies* 39 (3): 735–58.

Osiander, A. (2001) Sovereignty, International Relations, and the Westphalian Myth. *International Organization* 55 (2): 251-87.

Osiander, A. (2007) *Before the State: Systemic Political Change in the West from the Greeks to the French Revolution*. Oxford: Oxford University Press.

Rosenberg, J. (1994) *The Empire of Civil Society: A Critique of the Realist Theory of International Relations*. London: Verso.

Waltz, K. (1979) *Theory of International Politics*. New York: McGraw-Hill.

Watson, A. (1992) *The Evolution of International Society: A Comparative Historical Analysis*. London and New York: Routledge.

Zhao, T. (2012). All-Under-Heaven and Methodological Relationism. In: *Contemporary Chinese Political Thought: Debates and Perspectives*, edited by Fred Dallmayr and Tingyang Zhao, 46–66. University Press of Kentucky.

A „MAKE-AMERICA-GREAT-AGAIN”- ADMINISZTRÁCIÓ ÉS A TUDOMÁNYOK

LUKÁCSI ÉVA

Oktató
Budapesti Metropolitan Egyetem
elukacsi@metropolitan.hu

Absztrakt

2017 tavaszán a tudományos közösség világszerte elemi erejű tiltakozással jelezte, hogy elfogadhatatlannak, kimondottan veszélyesnek tartja Trump tudományokkal kapcsolatos nézeteit, ill. tudománypolitikáját, továbbá az adminisztrációnak a kutatások szabadságát megnyirbáló intézkedését. Tudósok ezrei, köztük Nobel-díjasok írták alá azt a nyilatkozatot, amelyben aggodalmukat fejezték ki a tudomány függetlenségének, tekintélyének csorbitása miatt, s felszólították az elnököt, hogy a közegészségügyi és környezeti veszélyek elhárításában a tudomány eredményeire támaszkodjon. Azokban az amerikai kutatóintézetekben, amelyekben hatalmi szóval megtiltották a kutatási eredmények publikálását, a munkatársak a polgári engedetlenségig elmenően alternatív publikálási csatornákat hoztak létre, s azonnali adatmentésbe kezdtek. A legnagyobb felháborodást világszerte a Párizsi Klímaegyezménnyel, valamint az egészségüggyel kapcsolatos elnöki nézetek és intézkedések váltották ki. Nyilvánvaló, hogy az elnök „tudományos” nézeteit részben szavazatszerzési szempontok is alakították. Az amerikai társadalom nem elhanyagolható részénél pedig ezek a nézetek visszhangra is találtak.

Kulcsszavak: tudományellenesség, kutatói szabadság, tudománykommunikáció, veszélyek, tiltakozások, adatmentés

Háborúban a tudománnyal

„Amit a kormányzat első öt napjában láttunk, az teljességgel példa nélküli. Soha életemben nem tapasztaltam ehhez fogható, pedig a pályán

vagyok egy ideje.”¹ Ennél velősebben, érzékletesebben nem is lehetne összefoglalni a Trump-adminisztráció tudománypolitikájának, ill. tudománypolitikai kommunikációjának sokkoló hatását. Peter Gleick hidrológus, a Csendes-óceán Intézet (Pacific Institute) egyik alapítója nem az egyetlen tekintélyes tudós, aki a megdöbbenésének hangot is adott. A tudományt, a kutatásokat érintő provokatív intézkedések viharos gyorsaságú végrehajtásával, s az azokhoz kapcsolódó arrogáns kommunikációs offenzívával, tudományellenes retorikával a Trump-adminisztráció kétségtelenül szintet lépett. Nem véletlenül adhatott olyan címet az egyik tudósításának a CNN, hogy „Nincs hely a tudomány számára a Trump-adminisztrációban”,² a New York Times pedig egyenesen Trump tudomány elleni háborújáról értekezett.³

Azt tulajdonképpen a második világháború befejezése, de főleg Kennedy óta megszokták az amerikaiak, hogy az elnökök kitüntetett módon állást foglalnak a tudomány dolgaiban is, persze, elsősorban az olyan látványos, a nagy tömegek érdeklődését is felkeltő területekkel kapcsolatban, mint az egészségügy, vagy pl. az űrkutatás. Ez utóbbi különösen alkalmas a nemzet erejét, tekintélyét, a világban játszott vezető szerepét bemutatni. Az Egyesült Államok egyébként is nagyhatalom a tudományban, technológiában, van mire hivatkozni, nagyok az elvárások, és nagyokat lehet ígérni is. Ezúttal azonban a NASA csak a második vonalba szorult vissza, mástól volt hangos az amerikai tudományos közélet.

Trump elnöksége előtt nem nagyon volt példa az adminisztráció következetesen tudományellenes beállítottságára, és arra sem, hogy a tudósok szinte egy emberként fellázadjanak az intézkedések ellen. 2017. április 22-én, a Föld Napján USA-szerte több tízezer tüntettek a tényeken alapuló tudás védelmében. Washingtontól San Franciscóig, Bostontól Los Angelesig mérnökök, tanárok, kutatók hagyták ott a munkahelyüket, hogy részt vegyenek a tüntetéseken. Sátrakat állítottak fel, amelyekben kiselőadásokat, bemutató órákat tartottak a környezetvédelem fontosságáról, tiltakoztak a klímaszkeptikusság, a Szövetségi Kutatási Alap (National Science Foundation), a Nemzeti Egészségügyi Intézet (National Institute of Health) és más szövetségi

¹ <http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

² CNN – 2017.05.16 No room for science in Trump administration

³ <https://www.nytimes.com/2017/09/09/opinion/sunday/trump-epa-pruitt-science.html>

kutatóintézetek költségvetésének tervezett megnyirbálása, ill. a Környezetvédelmi Hivatal (Environmental Protection Agency) szétverése ellen. Egyúttal az is hangsúlyozták, hogy a tudománynak létfontosságú szerepe van a demokráciában. A feliratokon – utalva Trump kijelentésére: „let’s make America great again” – pedig olyasmiket lehetett olvasni, hogy „let’s make Amerika smart again”, ill. let’s make science great again”.

A tudós világ elkeseredését, ill. felháborodását jól érzékelteti a menet egyik szervezőjének, Adrew Rosenbergnek, a Centre for Science and Democracy at the Union of Concerned Scientists igazgatójának a kijelentése: „Soha nem láttuk ilyen rossznak a helyzetet”.⁴ A tudós közösség úgy látja, hogy ez az első olyan kormányzat, amelyik beleavatkozik a pártelveknek ellentmondó kutatásokba –írta Laura Parker, a neves környezetvédelemmel foglalkozó újságíró a National Geographic-ban.⁵

A tiltakozás nem állt meg az Egyesült Államok határainál, a világ több száz városában csatlakoztak a Felvonulás a Tudományért nevű akcióhoz.

De ezt megelőzően is jelezte már a tudományos közösség, hogy nem fogja szótlanul tűrni a kormányzat nyomulását. Az Aggódo Tudósok Uniójának 2300 tudósa, 22 Nobel-díjassal az élen, nyílt levelet írt az elnöknek és a Kongresszusnak.⁶ Felhívták a figyelmet a tudomány fontosságára és tiszteletére, s kérték, hogy a kormányzat támogassa a tudományos kutatást, és fontosságának megfelelően építsen a tudományra a közegészségügyi és környezeti veszélyek elhárításában, csakúgy, mint a közpolitikában. Továbbá biztosítsa a tudomány függetlenségét és magas színvonalú integritását. Egyúttal aggodalmuknak adtak hangot Trump klímapolitikájának várható súlyos következményei miatt. A tudósok azonban nem csak kértek, ill. aggódtak, hanem megígérték azt is, hogy elszámoltatják azokat, akik semmibe veszik a döntéseiknél a tudomány eredményeit.

⁴<http://www.independent.co.uk/news/science/march-for-science-earth-day-march-protest-donald-trump-science-rejection-a7696816.html>

⁵<http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

⁶<http://www.ucsusa.org/center-science-and-democracy/promoting-scientific-integrity/open-letter-president-elect-trump#.WeCkcDBx1Pb>

Az amerikai tudós társadalom tiltakozása nagy visszhangot keltett világszerte. Olyan hírességek is megszólaltak, mint pl. Steven Hawking kozmológus, napjaink talán legnagyobb tudósa, aki figyelmeztette Trumpot, hogy ne söpörje a szőnyeg alá a klímaváltozás problémáját pusztán szavazatszerzési okokból.⁷

A Magyar Tudományos Akadémia portáljának (mta.hu) adott nyilatkozatában Ed Noort, az Európai Tudományos Akadémiák Szövetségének (European Federation of Academies of Sciences and Humanities) alelnöke is kitért a Trump-hatásra: „Amerikában jelenleg a legégetőbb problémát a klímaváltozáshoz való hozzáállás és az álhírek terjedése jelenti. Trump tevékenységének egyik legrosszabb következménye a tudomány hitelességébe vetett bizalom megrendítése. Jelenleg épp egy olyan munkacsoport megalapításán dolgozunk, amely a közvélemény tudományba vetett bizalmát vizsgálja az úgynevezett post-truth (valóság utáni) korszakban.”⁸

Az eddigiekből már lehet következtetni arra, hogy az elemi erejű felháborodást elsősorban Trump környezetpolitikai nézetei, illetve döntései váltották ki. Mindenekelőtt az az elhatározása, hogy az USA-t kilépteti a nagy nehezen tető alá hozott Párizsi Klímaegyezményből. Ez igazi katasztrófa lenne, hiszen az Egyesült Államok a második legnagyobb széndioxid-kibocsátó a világon.

Trump már a kampány során sem titkolta, hogy mire készül. North Dakotában egy rendezvényen ezt mondta: „Obama elnök beléptette az USA-t a Párizsi Klímaegyezménybe, egyoldalúan és a Kongresszus engedélye nélkül. Ez a megállapodás külföldi bürokraták kezébe adja az irányítást azzal kapcsolatban, hogy mit csinálunk mi a saját országunkban.”

Azt, hogy az elnök mit is gondol ezekről a problémákról, már jóval a megválasztását megelőzően is tudni lehetett. 2014 legelső napján írt tweetjében nem sokat bajlódott a politikailag korrekt fogalmazással, kijelentette, hogy a klímaváltozás egy „lószar”,⁹ de állította azt is, hogy az

⁷ <http://www.independent.co.uk/news/science/stephen-hawking-donald-trump-paris-climate-change-agreement-earth-brink-global-warming-us-fossil-a7820336.html>

⁸ http://mta.hu/mta_hirei/mikor-serul-a-tudomany-szabadsaga-interju-az-europai-akademiak-szovetsegenek-alelnokevel-107984

⁹ <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/418542137899491328>

egész a kínaiak által kitalált kacsa, hogy kárt okozzanak az USA iparának. Megint máskor szinte kikérte magának, hogy a globális felmelegedést az ember okozná, és becsmélte a tudósokat, akik azt állítják, hogy a hajlakkjából gázok távoznak a légkörbe, holott ő azt zárt ablakoknál fújja magára.

Meglehet, ezt tényleg így is gondolja, de e mögött a retorika mögött nem nehéz észre venni a nagyon jól kiszámított, szavazathozó kommunikációs stratégiát is. Egy tweetben, kampányrendezvényen célszerű egyszerűen, a megfelelő hívószavakkal fogalmazni, bonyolultabb összefüggések elemzésére nem érdemes az időt vesztegetni. A lényeg a klíma-kérdés előtérbe helyezése. Jó okkal.

A Pew Research Center 2016 októberében hozta nyilvánosságra a klímapolitikáról készült felmérésének eredményeit.¹⁰ Ebből kiderül, hogy a klímaváltozással kapcsolatos vélemények nagyon erősen a politikai beállítottságtól függenek, sokkal inkább, mint az iskolázottság szintjétől. A liberális demokraták 70 %-a gondolja úgy, hogy a klímaváltozás okáról a klímakutatók megbízható adatokat szolgáltatnak, míg a konzervatív republikánusoknak csak a 15 %-a. A konzervatív republikánusok 57%-a úgy látja, hogy a klímakutatók csak a karrierjüket építik, a liberális demokratáknak ezzel szemben csak a 16 %-a. A liberális demokraták 60 %-a szerint a globális felmelegedés nagy szárazságokat és pusztítóbb viharokat okoz, pusztulni fog az állat- és növényvilág, a tengerszint emelkedése miatt a partvidékek víz alá kerülnek majd. A konzervatív republikánusoknak viszont csak a 20 %-a tart ettől. A széndioxid-kibocsátás csökkentéséről szóló nemzetközi szerződések eredményességében hisz a liberális demokraták 71 %-a, míg a konzervatív republikánusoknak csak 27 %-a.

Ehhez kapcsolódik egy másik érdekes kutatás is.¹¹ A kaliforniai Chapman Egyetem ugyancsak tavaly októberi (tehát még Obama elnöksége alatt készült) felmérése szerint van bizonyos fogékonyság az amerikaiakban az összeesküvés-elméletekre. A kérdőíven szereplő témákról kellett a megkérdezetteknek megmondaniuk, hogy a kormány eltitkol-e valamit abból, amiről egyébként pontos tudomása van. Például a globális felmelegedés esetében 42, 1 % gondolta ezt. Egy titkos világkormány

¹⁰ <http://www.pewinternet.org/2016/10/04/the-politics-of-climate/>

¹¹ <https://www.livescience.com/56479-americans-believe-conspiracy-theories.html>

létezésében 32,9 % hitt, míg azt, hogy a holdraszállás körül valamit eltitkolnak, vagyis, hogy tulajdonképpen nem történt meg, arra 24 % szavazott. A felmérés alapján a kutatók azt is megállapították, hogy a konspirációra hajlamosabbak a fehér, kisebb keresetű, dolgozó republikánusok, akik nem járnak túl sokat templomba, de valamelyik keresztény felekezettel kapcsolatban állnak.

Témánk szempontjából nagyon tanulságos még további két felmérést idézni. A Public Religion Research Institute kutatása alapján az amerikaiak 28 %-a gondolja, hogy a tavalyi elnökválasztás eredménye Isten műve. A fehér protestánsoknál ez az arány 50 %.¹²

Anélkül, persze, hogy az amerikai népesség vallásos hitéről, általános műveltségi, tájékozottsági szintjéről elhamarkodott és megalapozatlan állításokat tennék (más országokban készült felmérések is adnak okot a borúlátásra), valamit azért az alábbi statisztika elmond arról, hogy milyen közegben hatnak a szólások. A National Science Foundation 2014-ben készült felmérése alapján négy amerikaiból csak három tudja, hogy a Föld kering a Nap körül, 40 %-uk pedig hisz abban, hogy Isten 10 ezer évvel ezelőtt teremtette a világot - az emberrel együtt.¹³

A tiltakozások kiváltó okai közé tartozik még Trump védőoltásellenessége, ill. általában az egészségüggyel kapcsolatos elképzelései. S nem csupán a bejegyzésekről, szónoklatokról, nyilatkozatokról van szó, hanem ezeknek az elképzeléseknek a kormányzati döntésekben való megjelenéséről is. A legfontosabb ezek közül a tavasszal ismertté vált költségvetési tervezet. Általánosságban elmondható, hogy a jócskán megnövelt hadi kiadások ellensúlyozása miatt környezetvédelemre, orvosi kutatásokra, klímakutatásokra sokkal kevesebb pénz jutna.

De milyen konkrét intézkedések robbantották ki a tiltakozóhullámot?

Trumpék nem nagyon vesztegették az idejüket, nem sokat morfondíroztak, a National Geographic beszámolója szerint percekkel a hivatalba lépés után a Fehér Ház Weboldaláról eltűntek a klímaváltozásra

¹² <https://www.prrri.org/research/poll-super-bowl-women-sports-god-athletes-marijuana/>

¹³ https://www.livescience.com/46123-many-americans-creationists.html?cmpid=514627_20140605_25396386

vonatkozó utalások, adatok.¹⁴ Sőt, néhány nappal később már az összes olyan kormányhivatal részére hírzárlatot rendeltek el, amely klímakutatókat foglalkoztat. A legnagyobb felzúdulást pedig az okozta, hogy az Amerikai Környezetvédelmi Hivatal ((Environmental Protection Agency, EPA) klímaváltozással foglalkozó honlapját is el akarták távolítani. Ezt végül is a népharag megakadályozta, de az elnök emberei megjelentek a Hivatalban, hogy belenézzenek a publikációkba, s ha szükségesnek látják, változtatási javaslatokat tegyenek. A Mezőgazdasági Minisztérium (US Department of Agriculture) tudományos részlegének megtiltották minden tudománnyal kapcsolatos adat megosztását, legyen az hír, fotó, valamilyen táblázat, közösségi média-tartalom, bármi. És az Egészségügyi Minisztériumhoz (US Department of Health and Human Service) is „kérés” érkezett a környezetvédelemmel kapcsolatos tájékoztatás visszafogására. Magyarán szólva cenzúrát vezettek be.

Februárban az EPA alkalmazottak kaptak egy memorandumot, amelyben a média-politikai alapelveket foglalták össze. Ebből világosan látszott, hogy az adminisztráció jobban figyel a tudomány embereire, mint az ipar szennyező cégeire.

Az Energiaügyi Minisztérium (US Department of Energy) dolgozói is kaptak egy kérdőívet, amelyből az derült ki, hogy az elnöki hivatal átadás-átvételét lebonyolító csapat vizsgálni fogja azokat a tudósokat, akik klímakutatással foglalkoznak.¹⁵

Végül is ezeket az intézkedéseket visszavonták, de azt ki lehet jelteni, hogy tulajdonképpen a politikai kommunikáció egyik nem túl finom változatával nyomást igyekeztek gyakorolni.

Kíméletlen következetességgel estek neki mindennek és mindenkinek, aminek és akinek köze van a környezetvédelemhez, klímakutatáshoz. A kutatók egyik válasza erre, a bevezetőben említett tiltakozásokon túlmenően, az éghajlatváltozással kapcsolatos adatok kigyűjtése és elmentése volt. A NASA-tól kezdve a Környezetvédelmi Hivatalig mindenhol megindult az ellenállás, a kutatók attól való félelmükben, hogy az adatok örökre elveszhetnek, ill. nem engedik majd publikálni őket,

¹⁴<http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

¹⁵<http://www.reuters.com/article/us-usa-trump-epa-climatechange/trump-administration-tells-epa-to-cut-climate-page-from-website-sources-idUSKBN15906G>

vagy esetleg meghamisítják az adatokat, alternatív Twitter-fiókokat hoztak létre, és elhatározták, hogy a kutatásaikat egyéb nem hivatalos csatornákon fogják közzéadni.¹⁶

A Trump-adminisztráció nem maradt meg a pusztán nyomásgyakorlás szintjén. Az elnök, mondhatni provokatív módon, Scott Pruitt személyében egy hírhedt klímaszkeptikus politikust és olajlobbistát tett a Környezetvédelmi Hivatal élére.¹⁷ A Tudományos Tanácsadó testület tudósainak felét rövid idő alatt el is bocsátotta, hogy helyükre az iparból kerülhessenek be új emberek.

Trump figyelemreméltó stílusérzékkel, a Föld Napján, az új vezetésű Hivatalban írta alá az Energiafüggetlenség nevű rendeletet, amely az előző, Obama Tiszta Energia-rendeletét helyezte hatályon kívül.¹⁸ Ami azt jelenti, hogy megszűnik a üvegházhatást okozó anyagok kibocsátási korlátozása, újra működhetnek a szövetségi szénbányák, és indulhat a hidraulikus technikával történő olajtermelés is.

És ugyanezen a napon jelentette ki: „Remélem, hogy nemzetünk összetart, hogy köszönetet mondhasson azért a földért, amelyet szeretünk és az otthonunknak nevezünk”. Majd Twitteren is üzent: „Elkötelezett vagyok a környezetvédelem iránt, de ne feledjük, hogy a munkahelyek is számítanak.” Azt is hozzátette, hogy a zöldebb környezetpolitika nem mehet a munkahelyek kárára, ő pedig felesküdt rá, hogy a csökkenteni a munkahely-gyilkos jogszabályok számát, s a bányászokat visszavezeti a munkába. „Meg kell védeni a környezetet, de anélkül, hogy sértenénk az amerikai dolgozó családokat.”¹⁹

A Trump-adminisztrációban egyébként több olyan magas beosztású személy is van, aki közismert klímaszkeptikus, mint pl. Mike Mc Kenna az Energetikai Minisztérium élén, de a NASA új főnöke Jim Brindenstin is annak számít.

¹⁶ <https://twitter.com/RogueNASA>

<https://twitter.com/gmt903/status/824425443952656384/photo/1>

¹⁷ <http://www.nature.com/news/trump-s-pick-for-environment-agency-chief-sued-government-over-climate-rules-1.21127>

¹⁸ <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-39415631>

¹⁹ CNN 2017.04.22.

Lamar Smith, a Képviselőház Tudományos és Technológiai Bizottságának elnöke se titkolta hovatartozását. A Daily Signal nevű oldalon ezt írta: „Ne higgyenek a széndioxiddal kapcsolatos hisztériának!”. Szerinte „a sarki jég olvadása előnyös változásokat is hoz a Föld geológiájában.” Olyan törvényjavaslathoz is a nevét adta, amely kizárná, hogy tanácsadó testületek tagja lehessen az, aki korábban EPA-ösztöndíjat kapott. „Mert az ilyen ösztöndíjak korrumpálnak.” Az ő kampányát amúgy olaj- és gázipari vállalkozók támogatták.

Egy másik kiemelt téma, amellyel rengeteget foglalkozott a sajtó, ill. a tiltakozások egyik kiváltó oka is volt, az az egészségügy általában, de egy konkrét téma is: az oltásellenesség.

Hogy maga az elnök mit gondol erről, azt nem könnyű kihámozni a megszólalásaiból. A Sciencedebate c. portál²⁰, amely az elnökjelöltek tudománnyal kapcsolatos nézeteit, megnyilvánulásait gyűjtötte össze, azt írta, hogy „Trumpnak meglehetősen ködös az álláspontja, mind a pro-, mint az anti-táborba be lehet helyezni.” Évekig egyetértett azzal az elképzeléssel, hogy a vakcina autizmust okoz. Egy 2014-es tweetben szó szerint ezt írta: „Az egészséges gyerek elmegy az orvoshoz, belenyomnak egy nagy adag védőoltást, utána nem érzi jól magát és megváltozik – AUTIZMUS. Sok ilyen eset van!!!!” 2014-ben ismét tweetelt: „Az összes gyűlölködőnek és lúzernek: NEM vagyok vakcinaellenes, de azt ellenzem, hogy picit gyerekekbe nagy adag dózisokat adjunk be.” Ugyanakkor kampányának weboldalán nem említette se az oltást, se az autizmust. De azt beismerte, hogy legkiseb fiánál lelassították a védőoltások ütemezését. Elnökként már azt mondta, oktatni kell és közismertté tenni az átfogó védőoltásprogramnak az értékeit, ez elég fontosnak tűnik ahhoz, hogy erre erőforrásokat teremtsünk.

Mindezzel együtt kiszivárgott, hogy az elnök létre akar hozni egy olyan bizottságot, amelyik felülvizsgálja az oltóanyagok kutatását, ill. az oltások biztonságát. Ennek a vezetője ifj. Robert F. Kennedy lenne, aki szintén úgy gondolja, hogy egyes gyermekkorú vakcinák autizmust okozhatnak.

A legtekintélyesebbnek tartott tudományos folyóirat, a Nature szerkesztői üzenetben hívta fel a figyelmet arra, hogy Trumpnak az oltásbiztonságot felülvizsgáló bizottság létrehozására tett javaslata „elfogult és

²⁰ <https://www.sciencedebate.org/2016-answers-release>

veszélyes”.²¹ A lap megemlíti, hogy Trump több oltásellenes aktivistával is találkozott, köztük az „»anti-vaxxer« keresztes hadjárat vezéréként ismert, az Egyesült Királyságban súlyos szakmai köteleességszegés miatt a praktizálástól eltiltott Andrew Wakefielddel”.

Ami az orvosi-biológiai kutatásokat illeti, arról Trump kevésszer beszélt. 2015-ben egy rádióműsorban megjegyezte, hogy „olyan sokat hallok a National Institute of Health-ről, s ez borzalmas.” A Sciencedebate.org-nak pedig ezt nyilatkozta: „Egyszerűen nem dobhatjuk a pénzt oda ezeknek az intézményeknek, feltételezve, hogy majd jól szolgálják a nemzetet. A kutatás, közegészségügy érdekében tett erőfeszítéseinket ki kell egyensúlyozni olyan más igényekkel, ahol szűkösek a források.”

Trump elnök nyilatkozatai, kinevezései, az adminisztráció vezető munkatársainak megnyilvánulásai önmagukban is megalapozták a tudomány embereinek aggodalmát és tiltakozó akcióit. A legsúlyosabb tényező azonban ebben a folyamatban a tavasszal ismertté vált költségvetési tervezet volt.

Az Környezetvédelmi Hatóság, az EPA költségvetéséből 2,6 milliárd dollárt vennének el, ami brutális 31 %-os csökkentést jelentene. Ez azt jelenti, hogy több mint 50 szakmai programot kéne törölni. Valószínűleg nem tudják folytatni a „Tiszta erőmű” projektet sem, amelyet még Barack Obama idején kezdtek el, s amellyel a széndioxid-kibocsátás jelentős csökkenését szerették volna elősegíteni a felmelegedés elleni harc részeként. Áldozatul eshet a pénzelvonásnak a hatékonyabb energiafelhasználás kutatása is. Arról nem is beszélve, hogy a munkatársak 20 %-ától, több mint 3000 embertől kellene megválni.

Az Egészségügyi Hivatal költségvetését 5,8 milliárd dollárral vágnák meg, ez 20 %-os csökkentést jelentene. Ennek következményeként 27 alintézményt át kéne szervezni, némelyiket pedig meg is szüntetnék. Lehet olyan rákkutató központ is, amelyikben nem tudnák folytatni a munkát.

Ugyancsak 20 % -kal csökkenne az Energiaügyi Hivatal költségvetése, az Egészségügyi Minisztérium-é 18 %-kal, a Légköri és Óceáni Kutatások

²¹ <http://www.nature.com/news/trump-s-vaccine-commission-idea-is-biased-and-dangerous-1.21310>

Hivatalaé is 18 %-kal. És ennek természetesen meglesznek a környezetvédelmi következményei.²²

Ami a NASA-t illeti, Trump kommunikációjában erőteljesen jelen volt. Az elnök Peggy Withson űrhajóssal csevegve – félig-meddig tréfálkozva – megjegyezte, hogy 3-7 éven belül, még elnöki ideje alatt szeretne amerikai embereket látni a Marson sétálni. Ez valószínűleg nem fog megtörténni. Az amerikai alkotmány szerint két ciklus után már nem választható újra senki, a Mars-utazást pedig a NASA a 2030-as évek elejére tervezi. (Almár Iván csillagász bon mot-ja szerint a Mars-utazás a kérdésfeltevéshez képest mindig 30 évre van.)

Ha nincs Mars, jó lesz a Hold is. Trump be is jelentette „igényét” arra, hogy még elnöksége első ciklusában indítson a NASA emberes Hold-programot.²³ A kínai konkurencia miatt lenne fontos a program előbbre hozása. Bár a NASA 2018-ra tervezte egy új hordozórakéta, ill. egy kapszula Hold körüli pályára állítását, de ezt is elhalasztották, emberek Holdra küldését pedig 2021 előtt nem tudják vállalni.

Amúgy a NASA nem járna nagyon rosszul – elvileg. Csak 0,8 %-kal csökkenne a költségvetése, de a következetesség jegyében természetesen éppen a klímakutatási, Föld-kutatási programjaiktól csípnének le 200 millió dollárt, továbbá oktatási programját is felszámolnák.

A pénzelvonás miatt valószínűleg nem fogják felbocsátani a PACE nevű műholdat, amelyik az óceánokról gyűjtene adatokat. Mindez a klímaváltozás nyomon követéséhez, jobb megértéséhez lenne nélkülözhetetlenül fontos. Egy másik műhold, az OCO-3 a szén-dioxid-szint változását vizsgálná, 2018-ban csatlakozott volna a Nemzetközi Űrállomáshoz.

Hogy az elfogadott költségvetés mit hoz a tudomány számára, az még nem tudható, de az előjelek nem túl biztatók.

Valószínűleg semmit se fog veszíteni az aktualitásából az a néhány mondat, amellyel Jeffrey Kluger, író, újságíró a cikkét zárta a Time 2017.

²² https://www.nytimes.com/2017/03/27/opinion/the-trump-administrations-war-on-science.html?_r=0#story-continues-1

²³ <http://www.iflscience.com/space/nasa-wont-launch-humans-to-space-in-trumps-first-term/>

jan. 26-i számában: „A tudomány, s ezt érdemes megjegyezni, Mr. Trump, nem olvassa az Ön Twitter-üzeneteit. Még az elektori szavazatainak nagysága sem érdekli, amikor az óceánok megemelkedő vize előnti a part menti városokat, vagy amikor a beoltatlan gyerekek áldozatul esnek a kanyarónak, a szamárköhögésnek vagy a mumpsznak. Ezeket nem foghatja az elfogult médiára vagy a manipulált választásokra. Így működik a tényeken alapuló világ. Ezt a leckét meg kell tanulnia a Trump-adminisztrációnak. Mielőtt nekünk kell megfizetni az árát.”²⁴

Irodalomjegyzék

<http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

CNN – 2017.05.16 No room for science in Trump administration

<https://www.nytimes.com/2017/09/09/opinion/sunday/trump-epa-pruitt-science.html>

<http://www.independent.co.uk/news/science/march-for-science-earth-day-march-protest-donald-trump-science-rejection-a7696816.html>

<http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

<http://www.ucsusa.org/center-science-and-democracy/promoting-scientific-integrity/open-letter-president-elect-trump#.WeCkcDBx1Pb>

http://mta.hu/mta_hirei/mikor-serul-a-tudomany-szabadsaga-interju-az-europai-akademiak-szovetsegenek-alelnokevel-107984

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/418542137899491328>

<http://www.pewinternet.org/2016/10/04/the-politics-of-climate/>

<https://www.livescience.com/56479-americans-believe-conspiracy-theories.html>

²⁴ <http://time.com/4650144/trump-science-war/>

<https://www.ppri.org/research/poll-super-bowl-women-sports-god-athletes-marijuana/>

https://www.livescience.com/46123-many-americans-creationists.html?cmpid=514627_20140605_25396386

<http://news.nationalgeographic.com/2017/01/scientists-march-on-washington-national-parks-twitter-war-climate-science-donald-trump/>

<http://www.reuters.com/article/us-usa-trump-epa-climatechange/trump-administration-tells-epa-to-cut-climate-page-from-website-sources-idUSKBN15906G>

<https://twitter.com/RogueNASA>

<https://twitter.com/gmt903/status/824425443952656384/photo/1>

<http://www.nature.com/news/trump-s-pick-for-environment-agency-chief-sued-government-over-climate-rules-1.21127>

<http://www.bbc.com/news/world-us-canada-39415631>

CNN 2017.04.22.

<https://www.sciencedebate.org/2016-answers-release>

<http://www.nature.com/news/trump-s-vaccine-commission-idea-is-biased-and-dangerous-1.21310>

https://www.nytimes.com/2017/03/27/opinion/the-trump-administrations-war-on-science.html?_r=0#story-continues-1

<http://www.iflscience.com/space/nasa-wont-launch-humans-to-space-in-trumps-first-term/>

<http://time.com/4650144/trump-science-war/>

<http://www.independent.co.uk/news/science/stephen-hawking-donald-trump-paris-climate-change-agreement-earth-brink-global-warming-us-fossil-a7820336.html>

AZ EURÓPAI UNIÓ TAGÁLLAMAINAK ÉS AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁG KERESKEDELEMI KAPCSOLATÁNAK JELLEMZÉSE¹

VÁSÁRY MIKLÓS

egyetemi docens
Budapesti Metropolitan Egyetem
mvasary@metropolitan.hu

Absztrakt

Már szinte közhelyesnek hat az a tény, hogy az Egyesült Királyság újkori történelmének egyik legnagyobb jelentőségű eseményére kerül sor az Európai Unióból történő kiválás (Brexit) keretében. Számos vélemény és szempont szól ezen intézkedés előnyei és hátrányai mellett, de a szakértők egyöntetű álláspontja alapján csak utólagosan lehet majd megállapítani, hogy a tényleges hatások milyen következménnyel járnak. Jelen tanulmány keretében célként jelenik meg a kétoldalú kereskedelmi kapcsolatok mértékének és jelentőségének megállapítása, mely alapján a Brexit kereskedelem politikai mértékének feltárására nyílik mód.

Kulcsszavak: Európai Unió, Brexit, kereskedelem, áruk, szolgáltatások

1. Bevezetés

David Cameron brit miniszterelnök még 2013. január 23-án jelentette be, hogy amennyiben a Konzervatív Párt marad kormányon az Egyesült Királyságban 2015-ben megtartandó parlamenti választás után, akkor legkésőbb 2017-ben népszavazást tartanak az ország EU-tagságáról. (Kitekintő, 2013) Ez előtt még Cameron számos pontot érintő kérdésben képes volt újra a britek EU-hoz fűződő viszonyrendszerét. Noha a 2016 februári megállapodás ellenére, amikor is sikerült az Egyesült Királyság helyzetét érintő kérdésekben – inkább a szigetország érdekeit szolgáló – egyezsége jutni², a 2016. június 23-án vélemény-nyilvánító népszavazás

¹ A Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

² A megállapodás során megerősítették Nagy-Britanniának az EU-n belüli különleges státuszát és az egyezség a David Cameron miniszterelnök által felvetett valamennyi kérdést rendezti, anélkül, hogy csorbítaná az Unió alapvető értékeit.

keretében szavazók 51,9 százaléka az Unióból való kilépésre szavazott. (BBC, 2016) Miután 2017.március 27-én Tim Barrow, az Egyesült Királyság EU nagykövete átadta a hivatalos kilépési szándékot tartalmazó levelet Donald Tusknak az Európai Tanács elnökének, kezdetét vette a számos bizonytalan és beláthatatlan elemet tartalmazó kilépési folyamat, a Brexit. 2017. április 29-én az Európai Tanács – amely a 28 EU-tagállam állam- és kormányfőiből áll – politikai iránymutatásokat fogadott el, amelyek meghatározzák a tárgyalások kereteit és deklarálják az EU általános álláspontjait és elveit. (EB, 2017)

E folyamat keretében több ezer jogszabály és elv áttekintésére és átalakítására van szükség, melyek jelenleg szabályozzák a Britek EU viszonyait. Az egyik – legalábbis gazdasági tekintetben – legjelentősebb terület, az áruk szabad áramlását, valamint a vámuniót érintő jogszabályok köre, melyek száma meghaladja az 1100-at, ezzel együtt munkahelyek tízezreit érintheti a La Manche csatorna mindkét partján.

Mivel 2017 őszén nem sikerült a kilépési tárgyalások első meghatározó részében rögzített sarkalatos témakörökről³ megállapodni, várhatóan a kereskedelem politikai területeket érintő kérdések is csak 2018-ban kerülnek érdemi áttekintésre. Addig viszont lehetőség van feltárni és értékelni, hogy milyen jelentőséggel bírnak az angolok és az Európai Unió többi tagországa (EU27) között eddig kialakult „kétoldalú” kereskedelmi kapcsolatok.

2. Anyag és módszer

A vizsgálatok során az Európai Unió statisztikai hivatalának, az EUROSTAT adatbázisa alapján lehet megállapításokat tenni annak érdekében, hogy a kétoldalú árú- és szolgáltatás-kereskedelem mértékét és jelentőségét számszerűsíteni lehessen. A vizsgálatok során az alábbi alapvetéseket szükséges rögzíteni:

- Az adatok vizsgálata során a szavazás negatív hatásainak kivédése érdekében a szavazást megelőző év, azaz 2015, mint referencia év folyamatának áttekintéséből kell kiindulni.
- A vizsgálatok országonkénti csoportosításán túl, az egyes szektorok jelentőségének áttekintése során a SITC- (Standard International Trade Classification) rendszerben elérhető – az

³ Az ír-északi határ átjárhatóságáról, a britek unió felé fennálló pénzügyi kötelezettségeiről és az uniós állampolgárok jogairól. (Csuday, 2017)

adatok kezelhetősége végett – csak egy számjegyű bontás keretében elérhető ágazati adatokra lehet támaszkodni.

- A nemzeti statisztikai összevetések helyett a harmonizált elvek mentén közreadott uniós statisztikai forrás tekinthető releváns kiindulási pontnak.
- Az Egyesült Királyság és az EU27 közötti kereskedelmi folyamat vizsgálata során figyelmen kívül kell hagyni a az unión belül megjelenő ÁFA családok torzító hatását, egyes ágazatok esetében megjelenő a fekete, illegális vagy megkerülő kereskedelem következtében kialakuló eseményeket.
- Egyes áruféleségek esetében az EU irányába megvalósuló beszállítás esetében a korábban az EU-n kívüli országokból érkező termékek az EU-ba lépés, illetve egy EU országbeli importőr székhelye alapján már EU-n belüli származású terméként jelentek meg, így egyes jelentősebb áru kereskedelmi tevékenységet folytató országok szerepe és jelentősége felülértékeltté válhat.

3. Eredmények

Áruk kereskedelme

Az Egyesült Királyság és az EU27 közötti kereskedelem volumen nagyon jelentős. És ebben a helyzetben az EU27 képes nagyobb többletet felmutatni. Az EU27-ek az Egyesült Királyságba irányuló exportja 306 milliárd eurót tett ki, míg a behozatal csak ennek valamivel több, mint a fele volt 184 milliárd euró. Lásd 1. táblázat.

1. táblázat: Az Egyesült Királyság és az EU27 közötti áruforgalom alakulása, 2015

Megnevezés	Import	Export	A kétoldalú kereskedelem volumene	Import részesedése	Export részesedése	A kétoldalú kereskedelem részesedése
EU27	184	306	491	1,5	2,5	4
UK	306	184	491	11,9	7,1	19,1

Forrás: EUROSTAT, 2017

Egyértelműen megjelenik, hogy az Egyesült Királyság esetében a kétoldalú kereskedelem jelentősége jóval nagyobb. Az EU GDP-jének a

4%-át, míg a brit hasonló értéknek a 19%-át teszi ki a kétoldalú kereskedelem.⁴

A tagországok közül messze a legnagyobb exportőr Németország (68 milliárd euró), Hollandia (34 milliárd euró), Franciaország (28 milliárd euró), Belgium (23 milliárd euró) és Olaszország (18 milliárd euró), Spanyolország (16 milliárd euró) és Írország (14 milliárd euró). Lásd 2. táblázat. Az összes többi tagállam 10 milliárd euró alatti volumenben exportál. A vázolt értékek és tagállami szerepek nagyjából összhangban vannak az EU27 gazdaságok méretével, kivéve az Egyesült Királyság közvetlen szomszédit, Hollandiát, Belgiumot és Írországot, amelyek arányosabban képviseltetik magukat. Ennek okát egyértelműen a földrajzi közelségre lehet visszavezetni.

2. táblázat: Az EU27 tagországok az Egyesült Királysággal folytatott árukereskedelmi tevékenységének értékei 2015-ben

Megnevezés	Import	Export	A két- oldalú keres- kedelem volumene	Import része- sedése	Export része- sedése	A kétoldalú kereske- delem része- sedése
	milliárd €			a GDP %-a		
Ausztria	2	4	6	0,7	1,2	1,9
Belgium	16	28	44	3,9	6,9	10,8
Bulgária	0	1	1	1,1	1,1	2,2
Ciprus	1	0	1	2,9	1,2	4,1
Cseh Köztársaság	3	7	9	1,6	4	5,6
Dánia	3	5	8	1,2	1,8	3
Észtország	0	0	1	1,5	1,3	2,8
Finnország	2	3	5	0,9	1,4	2,2
Franciaország	25	35	59	1,1	1,6	2,7
Görögország	1	1	2	0,7	0,6	1,3

⁴ Összehasonlításként megjegyezhető, hogy a teljes EU és az USA közötti kereskedelem mértéke hasonló nagyságrendű. 2015-ben az EU 371 milliárd euró értékű terméket szállított az Egyesült Államokba, és mintegy 250 milliárd euró értékűt importált, mindkét érték csak mintegy 20%-kal nagyobb, mint a brit relációban megjelenő összesített kereskedelem mértéke.

Hollandia	24	43	67	3,5	6,3	9,9
Horvátország	0	0	0	0,4	0,3	0,7
Írország	23	17	40	9	6,8	15,7
Lengyelország	5	11	16	1,2	2,6	3,8
Lettország	0	1	1	1,2	2,7	3,9
Litvánia	0	1	1	1	2,9	3,9
Luxemburg	0	1	1	0,6	1,3	1,9
Magyarország	2	3	5	1,6	3,2	4,8
Málta	1	0	1	5,9	2,9	8,7
Németország	42	85	127	1,4	2,8	4,2
Olaszország	12	23	34	0,7	1,4	2,1
Portugália	2	3	5	1	1,8	2,8
Románia	1	2	3	0,8	1,3	2,2
Spanyolország	12	19	32	1,1	1,8	2,9
Svédország	6	9	15	1,4	2,1	3,5
Szlovákia	1	3	3	0,8	3,5	4,3
Szlovénia	0	0	1	0,7	1,2	1,9
EU27	184	306	491	1,5	2,5	4

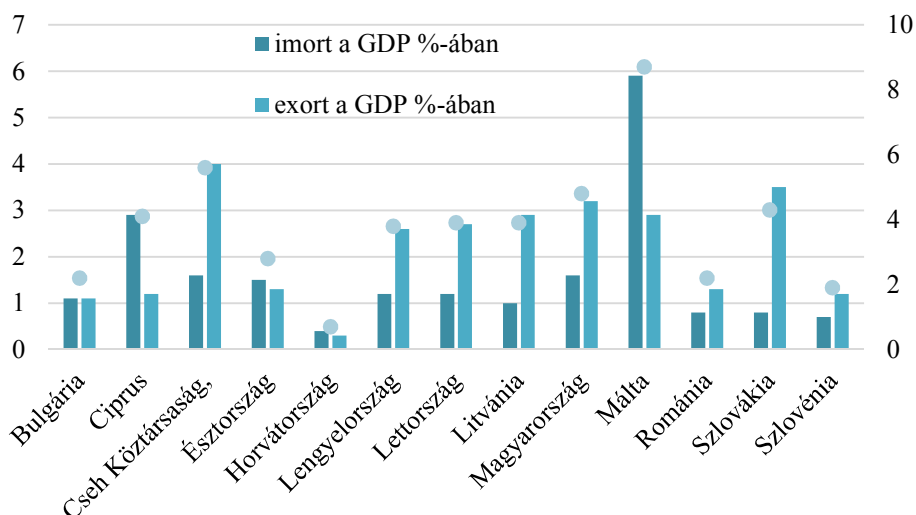
Forrás: EUROSTAT, 2017

A GDP százalékos arányában az EU27-ek az Egyesült Királyságba irányuló exportja a GDP 2,5%-át teszi ki, míg az Egyesült Királyságba irányuló export az EU27-ek GDP-jének 7,5%-át. Az import oldalról nézve az arányok még nagyobbak, ami tükrözi az Egyesült Királyságnak az EU-val fennálló nagy kereskedelmi hiányát: az EU-ból származó behozatal a GDP 11,9%-át adja, míg az EU27 Egyesült Királyságból származó importja GDP-jének csupán 1,5%-át teszi ki. Az EU27 oldalán sok kisebb tagállam sokkal nagyobb mértékben függ az Egyesült Királyság piacától, mint az átlag (1. táblázat). Miközben Németország GDP-jének 2,8%-át exportálja az Egyesült Királyságba, Belgiumot (6,8% GDP), Írországot (6,9% GDP) és Hollandiát (6,3%-át) meghaladják.⁵ A többi tagállam

⁵ Belgium és Hollandia esetében a statisztikai értékek pontatlanok lehetnek. A belgiumi valamint hollandiai kikötők meghatározó tranzitcsomópontok és ezen keresztül is áramlik az Egyesült Királyság szárazföldi, Európa irányában induló valamint a globális kereskedelme. Néhány ilyen "belga" és "holland" kivitel eredetileg a kontinensről vagy a világ többi részéről származik, és az Egyesült Királyságból származó behozatal egy része is nem belga vagy holland, további piacokra irányul. Megjegyzést igényel, hogy

többsége a GDP 1,5-3,0% -os tartományában van vagy közel. A behozatali oldalon a legtöbb tagállam a GDP körülbelül 1%-át teszi ki, Németország pedig 1,1% GDP-t, míg Írország, Málta, Ciprus, Hollandia és Belgium jóval magasabb szinten van. Ennek okait ismét a földrajzi közelségre, vagy történelmi kapcsolatokra lehet visszavezetni. Írország esetben egyértelműen mindkettő jelentős mértékben hatással bír (az Egyesült Királyságból érkező behozatal a GDP 9%-át teszi ki).

Magyarország és a többi közép és kelet európai új tagállam esetében is jelentős – noha nem kiemelkedő nagyságú – a brit üzletfelekkel megvalósuló kereskedelem.⁶ Összegben Lengyelország (11 milliárd euró) Csehország 7 és Magyarország együtt Szlovákiával 3 milliárd eurós exportot képesek felmutatni. Az import is hasonló sorrendben alakul (Lengyelország:5, Csehország 3, Magyarország 2 milliárd euró).



1. ábra: A 2004 után csatlakozott országok és az Egyesült Királyság kétoldalú árukereskedelmének értékei 2015-ben (a GDP arányában)

Forrás: EUROSTAT, 2017

Amennyiben az arányokat nézzük látható, hogy a teljes GDP-hez viszonyítva a legjelentősebb kapcsolat Csehország vonatkozásában

Hollandiában a Holland Statisztikai Hivatal által összeállított adatok szerint a tranzit export az összes "európai" kivitel 48% -át teszi ki, így az Európa többi részéhez Hollandiából érkező áruexport közel fele valójában reexportálásra kerül. Az import vonatkozásában ez az érték 38%. (Holland Statisztikai Hivatal, 2016)

⁶ A 2004 után csatlakozott államok közül Málta külön kezelendő a jelentős történelmi kapcsolatok miatt. Esetükben a teljes kétoldalú kereskedelem eléri a 1 milliárd eurót, ami a máltai GDP közel 9%-a.

mutatható ki, ott a GDP 4%-át teszi ki az export és 1,6% az import esetében brit forgalom. Lásd 1. ábra. A teljes kereskedelem jelentőségét illetően régiós vonatkozásban tehát a csehekot követően hazánk jelenik meg második helyen. Előbbi országnál a teljes GDP 5,6%-át, míg hazánk esetében 4,8%-át teszi ki a kétoldalú kereskedelem.

A kereskedelmi forgalom ágazati bontását illetően elmondható, hogy, az EU27 és az Egyesült Királyság közötti kereskedelem kifejezetten diverzifikált. Az EU27 országokból az Egyesült Királyságba irányuló kivitel tekintetében meghatározó szektorként jelennek meg a gépek és közlekedési eszközök (127 milliárd euró) (ebből a közúti járművek részesedése 59 milliárd euró), más iparcikkek (70 milliárd euró), vegyi anyagok (51 milliárd euró), élelmiszerek (32 milliárd euró) és ásványi tüzelőanyagok (11 milliárd euró). Lásd 3. táblázat.

3. táblázat: Az Egyesült Királyság és az EU27 közötti áruforgalom termékenkénti megoszlása 2015

Megnevezés	Import az Egyesült Királyságból	Export az Egyesült Királyságba	Részese- dés a teljes importból	Részese- dés a teljes exportból
	milliárd €		%	
Allati és növényi olajok, zsírok és viaszok	0,5	1	0	0
Italok és dohány	3,5	5,7	2	2
Vegyi anyagok és kapcsolódó termékek	33,4	50,9	18	17
Másutt nem besorolt árucikkek és ügyletek	4,1	2,6	2	1
Nyersanyagok, nem adagolható, kivéve a tüzelőanyagokat	2,9	6,5	2	2
Élelmiszer és élő állatok	11,5	32,2	6	11
Gépek és szállítóeszközök	62,4	126,7	34	41
ebből közúti járművek	19,3	58,8	10	19
ebből repülőgép, kapcsolódó berendezések	8,8	4,7	5	2
ebből hajó és úszó szerkezetek	0,4	0,3	0	0

Anyaguk szerint osztályozott termékek	19	33,4	10	11
Ásványi üzemanyagok, kenőanyagok és kapcsolódó anyagok	21,7	10,6	12	3
ebből földgáz	3	0,8	1	0
ebből ásványolaj és kőolajtermékek	17,7	8,3	6	3
Különféle iparcikkek	25,2	36,9	14	12
Minden termék	184,2	306,4	100	100

Forrás: EUROSTAT, 2017

Az egyes ágazatok és országok vonatkozásában megjelenő kereskedelmi áruforgalom mátrix jellegű áttekintése alapján megállapítható, Németország, Belgium, Hollandia, Írország és Málta szerepe ismételten kiemelkedő.

Az Egyesült Királyságba irányuló német kivitel a közúti járművek, és egyéb termékek, valamint a vegyi anyagok köré összpontosul. Németország importja hasonlóan a közlekedési eszközök és vegyi anyagok területén jelentős. A belga és a holland kereskedők gépeket és szállítóeszközöket, valamint a vegyi anyagokat szállítanak az angol partnereiknek, míg onnan irányukba jelentős mennyiségű olaj és gáz áramlik.

Írország és Málta esetében már árnyaltabb kép rajzolódik ki. A földrajzilag szomszédos Írország esetében legjelentősebb az élelmiszer-export, míg import esetében a szállítási adottságok, a szárazföldi határ miatt minden kategória jelentős arányban képviselteti magát. Málta is jelentős és változatos termékkört importál az Egyesült Királyságból és így diverzifikált behozatali struktúrával rendelkezik, ugyanakkor az áruk exportja – az ország adottságai és termelési szerkezete következtében – lényegében elhanyagolhatónak tekinthető.

4. Szolgáltatások kereskedelme

A szolgáltatások kereskedelme is nagyon jelentős mennyiségű. Az EU tagországok 94 exportvolument érnek el az Egyesült Királyság irányában, míg 122 euró milliárd eurós import mutatható ki. A szolgáltatások behozatalának és kivitelének együttes értéke összesen 306 milliárd euró, ami némileg alacsonyabb az áruk 394 milliárd eurós összegénél. Azonban

ezen a területen az Egyesült Királyságnak jelentős többlete (28 milliárd euró) van a többi uniós országgal szemben, míg az árukkal kapcsolatos jelentős hiány (128 milliárd euró) mutatható ki.^{7,8} Lásd 4. táblázat.

4. táblázat: Az Egyesült Királyság és az EU27 közötti szolgáltatás kereskedelem alakulása, 2015

Megnevezés	Import	Export	A kétoldalú kereskedelem volumene	Import részesedése	Export részesedése	A kétoldalú kereskedelem részesedése
	milliárd €			a GDP %-a		
UK	94	122	216	3,6	4,7	8,4
EU27	122	94	216	1	0,8	1,8

Forrás: EUROSTAT, 2017

Az EU27 tagállamai közül az Egyesült Királyság legnagyobb szolgáltatásokra vonatkozó importja Franciaországból (18 milliárd euró), Spanyolországból (15 milliárd euró) és Németországból (12 milliárd euró) érkezik. Lásd 5. táblázat. A behozatali oldalon is hasonló tendencia figyelhető meg, Németország és Franciaország esetében megjelenő kapcsolat a meghatározó, de jelentős Hollandia és Olaszország is mint importőr.

A GDP arányában az EU27 szolgáltatásai az Egyesült Királyság GDP-jének 0,8%-át exportálják, míg az Egyesült Királyság teljes GDP-jének 4,7%-át „szállítja” az EU27 országaiba. A kisebb tagállamok esetében a GDP-ből való részesedés az átlaghoz képest jóval jelentősebb lehet: itt Ciprus (7,5%), Málta (5,4%), Luxemburg (5,4%) és Írország (2,6%)

⁷ Megjegyzést igényel, hogy szolgáltatások egy olyan terület, ahol a transzatlanti kereskedelem sokkal fontosabb, mint az EU-27 és az Egyesült Királyság közötti kereskedelem. 2015-ben az EU szolgáltatásainak exportja körülbelül 190 milliárd eurót tett ki az USA-val, míg az import csaknem elérte a 200 milliárd eurót. Így a szolgáltatás kereskedelemben a transzatlanti forgalom közel kétszer nagyobb volt mint a brit reláció.

⁸ A szolgáltatási adatokkal kapcsolatban ugyanakkor statisztikai bizonytalanságra is ki kell térni. A szolgáltatás kereskedelem statisztikai rögzítésének nehézségei miatt jelentős eltérések jelenhetnek meg az egyes nemzeti adatbázisok között. Az eltérések meghatározására, a kétoldalú kereskedelmi kapcsolat mindkét oldalát bemutató "tükörstatisztikát" lehetne használni, de ezek esetében igen jelentő eltérések jelennek meg, amit az EUROSTAT rendszer sem képes teljes kezelni.

helyzetére lehet figyelni. Másik oldalról az import megközelítéséből is ezek az országok részesedése meghatározó Málta (10,3%), Luxemburg (5,9%), Írország (5,0%), így ezen országok kitétsége a brit piaci folyamatoknak kifejezetten sérülékennyé teheti a gazdaságukat.

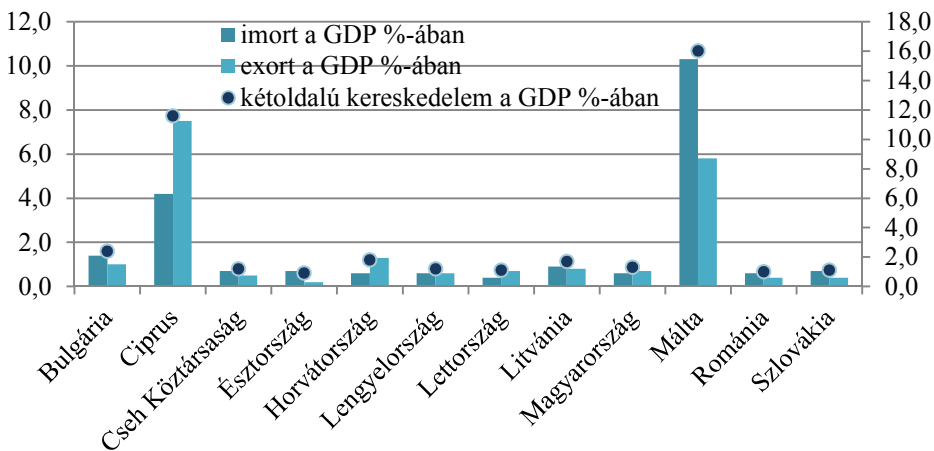
5. táblázat: Az EU27 tagországok az Egyesült Királysággal folytatott szolgáltatás kereskedelmi tevékenységének értékei 2015-ben

Megnevezés	Import	Export	A kétoldalú kereskedelem volumene	Import részesedése	Export részesedése	A kétoldalú kereskedelem részesedése
	milliárd €			a GDP %-a		
Ausztria	1,5	1,3	2,8	0,4	0,4	0,8
Belgium	4,9	3,2	8,1	1,2	0,8	2
Bulgária	0,6	0,5	1,1	1,4	1	2,4
Ciprus	0,7	1,3	2,1	4,2	7,5	11,6
Cseh Köztársaság	1,2	0,8	2	0,7	0,5	1,2
Dánia	4,3	1,5	5,9	1,6	0,6	2,2
Észtország	0,1	0	0,2	0,7	0,2	0,9
Finnország	1,9	0,7	2,6	0,9	0,4	1,2
Franciaország	19,5	17,8	37,3	0,9	0,8	1,7
Görögország	1,7	3,2	4,9	1	1,8	2,8
Hollandia	17,2	7,2	24,4	2,5	1,1	3,6
Horvátország	0,3	0,6	0,8	0,6	1,3	1,8
Írország	12,8	6,7	19,5	5	2,6	7,6
Lengyelország	2,7	2,5	5,2	0,6	0,6	1,2
Lettország	0,1	0,2	0,3	0,4	0,7	1,1
Litvánia	0,4	0,3	0,6	0,9	0,8	1,7
Luxemburg	3	2,8	5,8	5,9	5,4	11,3
Magyarország	0,7	0,8	1,4	0,6	0,7	1,3
Málta	0,9	0,5	1,5	10,3	5,8	16

Németország	19,7	11,6	31,3	0,6	0,4	1
Olaszország	11,3	6,4	17,8	0,7	0,4	1,1
Portugália	1,6	3,5	5,1	0,9	1,9	2,9
Románia	1	0,6	1,6	0,6	0,4	1
Spanyolország	7,9	14,7	22,5	0,7	1,4	2,1
Svédország	5,7	4,5	10,2	1,3	1	2,3
Szlovákia	0,6	0,3	0,9	0,7	0,4	1,1
Szlovénia	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,6
EU27	122,5	93,6	216,1	1	0,8	1,8

Forrás: EUROSTAT, 2017

Megállapítható, hogy a Magyarországot is magába foglaló új tagállamok irányában megjelenő, a szolgáltatásokra vonatkozó kereskedelmi aktivitása igen alacsony. A már korábban is speciális helyzetben lévő Ciprus és Málta mellett az országcsoport tagországai igen csekély mértékben képesek a szolgáltatások angliai kereskedelmébe bekapcsolódni.⁹



2. ábra: A 2004 után csatlakozott országok és az Egyesült Királyság kétoldalú szolgáltatás-kereskedelmének értékei 2015-ben (a GDP arányában)

Forrás: EUROSTAT, 2017

⁹ Vélhetően az új tagállamok közül a közép és kelet európai országok relatív alacsony szolgáltatás külkereskedelmi részesedése az angol nyelv szűk körű használatára is visszavezethető. Mivel a szolgáltatások esetében jelentős mértékben jelenik meg a személyes közreműködésen alapuló, illetve „online” azonnali szolgáltatási tényező. Ciprus, de még inkább Málta esetében megjelenő közös brit múlt révén ezen országok nyelvi előnyökre tettek szert, melyet jelentős mértékben képesek speciális ágazatok pl. SSC-k révén hasznosítani.

Ágazati adatok is elérhetőek, amelyek alapján az Egyesült Királyság és az EU27 szolgáltatásainak kereskedelme jellemezhető.¹⁰ Az EU-ba irányuló export legnagyobb mértékben a közlekedés és az utazás területén jelenik meg. Együtt 41 milliárd eurót tesz ki, amelynek jelentős része a turizmus. Ezt követik az üzleti szolgáltatások, köztük az infokommunikációs technológiák összesen 26 milliárd euró értékben. Az Egyesült Királyság legnagyobb, a többi uniós ország irányában megjelenő „szállítása” a pénzügyi szolgáltatások szektorában jelenik meg, melynek értéke 25 milliárd euró volt. Ezt az üzleti szolgáltatások, beleértve az infokommunikációs technológiák összesen 32 milliárd euró érték el. A harmadik legjelentősebb brit uniós import a közlekedés és az utazás ágazatából jelenik meg. Ez együttes értéke évente 30 milliárd eurót tesz ki. Lásd 6. táblázat.

A szolgáltatások kereskedelmének egyenlegét tekintve a főbb elemeket illetően az Egyesült Királyság pénzügyi szolgáltatási többlete (20 milliárd euró). Ennek döntő része az utazás és a közlekedés szektorában jelenik meg, melynek nagyrészt turizmusban megjelenő 11 milliárd eurós értére vezethető vissza. Ezzel együtt megállapítható, hogy az üzleti tevékenység keretében megjelenő szolgáltatások szinte kiegyenlítették az uniós és brit kereskedelmi kapcsolatok keretében.

6. táblázat: Az EU27 tagországok az Egyesült Királyság közötti, a szolgáltatásokat érintő külkereskedelmi tevékenységének értékei 2015-ben

Megnevezés	Import	Export	A kétoldalú kereskedelem volumene	Import részese	Export részese	A kétoldalú kereskedelem részese
	milliárd €			a GDP %-a		
Szállítás	14,8	12,9	27,6	0,1	0,1	0,2
Utazás	15	27,7	42,7	0,1	0,2	0,4
Építés	0,9	2,2	3,1	0,0	0,0	0,0
Biztosítási szolgáltatások és nyugdíj	3	0,7	3,7	0,0	0,0	0,0

¹⁰ A statisztikai adatgyűjtés során sajátossággként jelent meg, hogy az országonkénti részletes, az összevetés lehetővé tevő ágazati bontást nem lehetett elérni.

Pénzügyi szolgáltatások	25,1	4,5	29,6	0,2	0,0	0,2
A szellemi tulajdon használatáért felszámított díjak	5,2	2,5	7,7	0,0	0,0	0,1
Távközlési, számítógépes és információs szolgáltatások	9,3	6,7	16	0,1	0,1	0,1
Egyéb üzleti szolgáltatások	22,7	18,9	41,7	0,2	0,2	0,3
Személyes kulturális és rekreációs szolgáltatások	0,9	0,4	1,2	0,0	0,0	0,0
Kormányzati áruk és szolgáltatások	0,7	2,2	2,8	0,0	0,0	0,0
Más	3,3	1	4,3	0,0	0,0	0,0
Szolgáltatások	100,8	79,6	180,4	0,8	0,7	1,5

Forrás: EUROSTAT, 2017

5. Lehetséges alternatívák a kilépést követően

A kétoldalú adatok áttekintése után szükséges a kereskedelem politikai tekintetben is meghatározó kilépési forgatókönyvek rövid áttekintése. Az IMF 2016. évi elemzése alapján több változat megkülönböztetésére nyílik lehetőség:

- EGT (norvég példa) - Az Egyesült Királyság fenntarthatná az EGT tagságát, mint Norvégia. Ebben az esetben az Egyesült Királyság hozzáfér az egységes piachoz és megfelel az egységes piac teljes szabályozási keretének. Elveszti ugyanakkor a szavazati jogát a rendeletek és más uniós döntések meghozatalában és továbbra is pénzügyileg hozzájárul az EU költségeihez. Mivel Norvégia az uniós vámunióon kívül található nem részesül az EU által megtárgyalt kereskedelmi megállapodásokból.
- Kétoldalú szerződések (svájci példa) – Svájc szerződések révén hozzáfér az egységes piacához. Ez vám- és kvótamentes kereskedelmet biztosít az EU-val a legtöbb áru tekintetében, bár

éppúgy, mint Norvégia, a vámunió kívül van. Svájc elfogadta az EU szabályait, és pénzügyi hozzájárulást nyújt az EU-nak. Ezzel együtt Norvégiához hasonlóan nincs érdemi hatása az uniós jogszabályok alakítására.

- Szabadkereskedelmi megállapodás (pl. CETA) – A kanadai szabadkereskedelmi megállapodáshoz hasonlóan a felek kölcsönösen, bármi kényszer nélkül kedvezményeket nyújthatnak egymásnak a piacra lépés tekintetében, de semmilyen kötelezettség vagy kényszer ennek során nem jelenik meg. A piacra lépés során a jövőbeli megállapodás alapján kell betartani az uniós szabályokat, ugyanakkor nem jelenik meg fizetési kötelezettség az uniós költségek vonatkozásában.
- WTO szabályok, a legnagyobb kedvezmények elve alapján - A WTO szabályok alapján lehetőség van maximális vámtarifák használatára és büntető díjak kiszabásának tiltására van mód, amelyet várhatóan mind az Egyesült Királyság, mind az EU alkalmazni fog. Ebben a változatban az Egyesült Királyság teljes mértékben elveszítené az egységes piachoz való hozzáférést, és ugyanolyan státusszal rendelkezne, mint bármely olyan ország, amely nem írt alá preferenciális kereskedelmi megállapodást az EU-val. Másfelől az Egyesült Királyság teljesen szabadon állapíthatja meg saját szabályait és nem járulna hozzá az uniós költségvetéshez. Az Egyesült Királyság és az EU közötti kapcsolat ezen változata valamilyen más alternatív megállapodás hiányában alakulna ki.

Az egyes változatok esetében megjelenő főbb, a kereskedelmi ügyletekre ható következményeket a következő táblázat szemléleti.

7. táblázat: A Brexit utáni kereskedelempolitikai megállapodás lehetséges változatai

Konstrukció	Jelenlegi tagság	EGT tagság (norvég példa)	Két-oldalú szerződések (svájci példa)	Szabadkereskedelmi megállapodás	Kereskedelem a WTO szabályok alapján
EU szabályok mellőzése	Nagyon korlátozott (opt-out)	Korlátozott	Részleges	Ismeretlen	Teljes
Döntés EU	Teljes	Korlátozott	Nincs	Nincs	Nincs

szabályokról	körű részvétel	(formális)			
Hozzáférés az egységes piachoz	Teljes hozzá- férés	Magas	Közepes	Ismeretlen	Alacsony
Pass- porting ¹¹	Teljes	Magas	Nincs	Ismeretlen	Alacsony

Forrás. IMF, 2016

Összefoglalás

A 2015. évi kereskedelmi forgalom esetében megjelenő adatok alapján egyértelműen megjelenik, hogy a közös piac adat lehetőségeket mind az EU mind az Egyesült Királyság igen jelentős mértékben kihasználta. Tény, hogy a teljes GDP arányában, az áruk és a szolgáltatások esetében egyaránt az Egyesült Királyság gazdasága jelentősebb mértékben van úgymond kiszolgáltatva az EU27 gazdaságának, mint az fordítva megjelenik. Noha az is tény, hogy a maradó uniós tagállamok több esetben igen jelentős volumenű kereskedelmi aktivitást fejtettek ki. Vélelmezhető, és az adatok is alátámasztják, hogy a földrajzilag közelebb elhelyezkedő, történelmileg szorosabb kapcsolatban álló, valamint működését illetően is „nagyobbnak” tekinthető gazdaságok esetében egy esetlegesen bevezetésre kerülő kereskedelempolitikai korlátozás akár igen jelentős hatással járna.

A jelenleg számszerűsíthető, a kétoldalú kereskedelmi tevékenységet meghatározó főbb változatok ismerete alapján egyértelműen megállapítható, hogy a külkereskedelem vonatkozásában a jelenlegi állapothoz minél inkább közelítő kereskedelempolitikai megállapodás tudná biztosítani a legnagyobb mértékben a külkereskedelmi aktivitás minél szélesebb körű kihasználását.

¹¹ Az uniós és brit szabályok adat keretek között pénzügyi és egyéb speciális szolgáltatási engedélyek alapján van mód arra, hogy más országokban szolgáltatásokat végezzenek. 5 476 brit illetékességű cég, a népszavazást követően összesen 336 421 különféle pénzügyi jogosultsággal ("útlevelel") rendelkezett a többi EU-tagállamban, azaz ott is szolgáltathattak a brit engedély birtokában. Ezzel együtt 23 532 darab pénzügyi jogosultsággal rendelkeztek az EU27, illetve az Európai Gazdasági Térség országai, hogy a brit piacon tevékenykedjenek. (Maïa de La Baume, 2017)

Irodalomjegyzék

BBC (2016): EU referendum Results http://www.bbc.com/news/politics/eu_referendum/results letöltés dátuma 2016. 07.08

Csuday Gábor (2017): Kínos helyzetbe hozta magát Brüsszelben a brit kormányfő,
http://index.hu/kulfold/eurologus/2017/10/20/brexit_eu_brusszel_csucstalalkozo/ letöltés dátuma 2017. 10. 27.

Európai Bizottság (2017): Brexit negotiations - The Article 50 negotiation process and principles for the United Kingdom's departure from the European Union, https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations_en, letöltés dátuma 2017. 10. 21

EUROSTAT (2017): Traditional international trade database access (ComExt) , <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/>, letöltés dátuma 2017. 10. 21.

International Monetary Fund (2016): United Kingdom, Selected Issues, IMF Country Report No. 16/169

Kitekintő (2013): David Cameron uniós népszavazást ígért és hidegzuhanyt kapott
http://kitekinto.hu/europa/2013/01/24/david_cameron_unios_nepszavazast_igert_es_hidegzuhanyt_kapott, letöltés dátuma 2017. 10.11.

Maïa de La Baume, Ryan Heath, Quentin Ariès (2016): 13 things you didn't know about Brexit <https://www.politico.eu/article/brexit-negotiation-issues-worrying-the-european-parliament/> letöltés dátuma 2017.02. 21

Statistics Netherlands (2016), “Im-, export, transit trade; value weight”, <http://cbs.overheidsdata.nl/82007ENG>

INTERNAL AUDIT OF LOGISTICS COSTS IN COMPANIES

TATJANA HORVAT, PHD

assistant professor
University of Primorska, Slovenia
tatjana.horvat@fm-kp.si

ALFONZ ANTONI, PHD

associate professor
Budapest Metropolitan University
aantoni@metropolitan.hu

Abstract

The purpose of the paper is to implement the framework for the internal audit assignment in providing assurance on the adequacy of the logistic costs of the company. The logistic costs could be in average almost 10% of the sales of the company. The biggest direct logistic costs are transportation costs, warehousing costs and the cost of inventories. The internal auditor should follow the detailed procedure of the audits. The auditing of logistic costs ensures that the company avoids hidden costs and frauds and uses proper internal controls. The internal rules, financial plans and internal controls in monitoring logistic costs assure that these costs are used in that extent and for such purposes as it planned.

Keywords: *internal audit, logistic costs, internal control, COSO II*

Introduction

The role of the internal auditor is to give a management an assurance that financial reports are reliable, operations are effective and efficient and the performance is applicable with laws and regulations. Regarding this the company will achieve its objectives and create value.

Internal auditor's obligation is to respect Internal Audit Standards, issued by the Institute of Internal Auditors (IIA). As stated by the International

Audit Standard No. 2120, the internal audit is to provide an assessment of risk exposure, related to managing, operation and information systems, in connection with reliability of financial reports, efficiency of operations, efficiency of operations, protection of property and compliance with laws and regulations, and also the company's policies, procedures and standards.

After the adoption of the International Standards on Auditing, the concept of internal auditing is no longer limited to checking accounting records and tax returns of the audited entity (Mitrovic, 2015). Audit has become a multi-profiled activity, and nowadays includes analysing costs, financial activities, studying the internal control systems, assessing risks related to the application of information technologies, analysis of risks and their influence of financial reporting, etc (Mitrovic, 2015).

The purpose of the paper is to implement the framework for the internal audit assignment in providing assurance on the adequacy of the logistic costs. This adequacy is assured with internal controls in monitoring logistic costs. On the basis of theoretical aspects, regulations, trainings and counselling interviews with internal auditors we will prepare guidelines for the preparation on internal audit assignment on logistic costs.

We will present the steps of the internal audit assignment, to review whether the company have internal controls in monitoring the logistic costs.

1 Logistic costs

We believe that the internal auditors give lack of attention in the review of logistics costs and risks which arise as effect of these costs. Various studies indicate that the logistical costs in the company are very high. Average logistics costs represent 12 to 15 per cent of global gross domestic product, on a global scale it is 3000 billions of euro (Kramar, 2006). In the US, for example, companies spent 554 billion dollars on transportation, 332 billion dollars for the storage and inventory costs and more than \$ 40 billion for administration and communication, which is for managing logistics process-a total of 921 billion dollars (Stock, Lambert 2001, p. 5). For comparison, the total expenditure of transport in the European Union amounts to approximately EUR 1,000 billion (Kramar, 2006). The Research conducted by Herbert W. Davis (2014)

showed that logistics-related costs for the average company make in 2014 almost 10 % of sale and they increased by 11 % from 2013 to 2014.

Logistic costs can be classified as funds, which are designed or are intended to achieve the objectives (Horngren 1991, 25). Profession defines the term of cost as a money or monetary value of compensation, which is intended for goods or services, by which a legal entity should be provide their current benefits or benefits in the future (Hansen 1992, 25). With knowledge of the costs , legal entity formed information, which are fundamental for inventory valuation and measurement of income statement , further decision-making and planning process and to exercise control over individual point of responsibilities (Durry, 1994).

According to the prescription costs are divided into direct and indirect costs. Various authors claim that the direct costs are ones who are directly attributable to the individual product / service or organizational unit. It can be attributed directly to carrier of costs. Indirect costs are those who, are involved in the creation of a single unit of products / services, but also support other products or units and can not be directly attributed to a particular product / service or organizational unit (Kavčič, 2010) . They are affiliated with several cost centers and have to be distributed with the relevant keys. The problem of indirect costs in the company's operations reflected in the calculation of the price of the product, when we want to find out how much the production of a certain product costs (Kavčič, 2010, 26)

Direct logistic costs could be grouped into the following categories:

- Transportation costs
- Warehousing costs
- The cost of inventories
- Staff costs
- Administrative costs and
- Other costs.

According to research of Herbert W. Davis from 2014, largest share of total logistics costs represent transportation costs (up 47%), warehousing costs (up 24%), inventory costs (21%), and the rest are administrative and other costs.

Indirect logistics costs can be seen in the following business functions:

- • purchase,
- • sales,

- • production,
- • research and development,
- • finance and accounting,
- • human resources and
- • information function.

Any management is responsible for the legality of operations and regard to this with the prevention and detection of business, which is non-compliant with legal norms. Management in doing so can help with the following policies and procedures (Koletnik in Kolar 2008, pp. 110–111):

- monitor regulatory requirements and provides methods that enable compliance with legal regulations;
- caring for proper arrangement and operation of internal control;
- develops, publishes, and respect a code of business behavior of all employees in the company;
- providing staff development and an understanding and respect the code of behavior;
- monitor compliance with the code of business behavior and disciplinary action against employees who do not abide;
- employ appropriate expert to assist in setting up and monitoring of the prescribed solution;
- caring for an updated list of important rules and interpretations that must to be respected in the business.

Laws and rules are these, for example:

- Legal rules and regulations: Laws and related regulations such as principles of foreign trade, ...)
- The internal rules and policies: internal policies, financial plan of logistic costs, strategic plan of logistic costs, contracts, ...

The monitoring of logistic costs by the company ensures that the company avoids hidden costs. The internal rules and financial plans for monitoring logistic costs assure that these costs are used in that extent and for such purposes as it planned.

In the following we will develop the audit procedure for logistic costs.

2 Scope and objectives of internal audit

Before we start internal audit assignment the internal auditor should determine the scope of internal audit. As the scope of internal auditing

can be defined (Rules on the Internal Audit in direct spending units of budget RS, 2011):

- investigation and evaluation of adequacy, effectiveness and quality of the internal control system,
- providing reliable and creditable information,
- ensuring compliance with policies, plans, laws and regulations,
- protection of property,
- providing efficient and effective use of resources,
- achieve the aims and objectives relating to operations and programs and the continuous improvement of the implementation of basic business functions of the organization.

As the purpose of the internal audit of logistic costs we use definitions and subjects in the preceding paragraph. Especially we can expose: providing reliable and creditable information in monitoring logistic costs and effectiveness and quality of the internal control system of logistic costs.

We can say that objectives are deriving from the purpose. In our assignment the objectives of the internal audit engagement are:

- - to verify whether there are the existing internal control in a company in the process of monitoring logistic costs we should determine whether internal controls:
 - to ensure that all logistics events are recorded in business books of cost,
 - to ensure that all recorded logistics operation events also happened,
 - to ensure that all logistics transactions are properly authorized and carried out in the context of the business,
 - to ensure that all transactions are correctly recorded in the accounting records;
 - to lower risks of frauds in connection with logistic costs,
 - to ensure that logistics costs are result from an economical and legitimate businesses;
- - whether internal controls are effective and efficient so that key risks are controlled; and
- - to provide an independent opinion on the monitoring activities of the logistic costs of the company.

3 Planning of internal audit

Planning of internal audit is carried out at three levels. At the first top-level internal auditor is engaged in the strategic planning of development of internal audit in the company, at mid-level determines what it will be audited and how it will be deployed its capabilities in the areas of auditing, and at the lowest level, planning the layout of their work within the audit task (Chambers, 2004, p. 56).

Accuracy of defined areas of auditing and audit objectives is increasing, as far as possible when we move from strategic planning to the annual planning. However, it is the most precise in the planning of individual audit engagement. Besides the plans for the interim period, the responsible internal audit manager, for the revised scope or revised task, made even Implementation Plan for a particular audit's task (Koletnik, 2007, p. 153). It is a detailed plan of works that the members of the internal audit group carried out in a particular audit assignment (Koletnik, 2007, p. 153). As follows from Standard 2200 - Engagement Planning, internal auditors must develop and produce a plan for each engagement inside the assignment, including its objectives, scope and time and resource allocations.

When planning the internal audit assignment, internal auditors should take into account the International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing (Standard 2201). It means, the internal auditor should consider:

- objectives of the activity to be reviewed and the means by which to control execution;
- significant risks to the activity, its objectives, resources, and operations and ways of which retains the potential impact of the risk to an acceptable level;
- adequacy and effectiveness of the organization's risk management and their compared with the control framework or model;
- opportunities for significant improvements to the organization's risk management and its control.

Planning of internal audit tasks comprising the following steps:

- obtain basic information about the audited company or the auditee;
- recognize business policies, objectives and organization of the company and to carry out an initial assessment of business risks at the company level;

- recognize and done an initial assessment of significant risks at revised field (= a unit of Audit) and existing ways of their control;
- set targets for internal audit task;
- develop a roadmap to the audited task (Koletnik, 2007, p. 186).

No matter, whether the company has an internal audit department or the internal audit was outsourced, it is necessary to have an internal audit Strategic plan, that means what will be audited in the coming years. After that, we check our capacity, how many auditors is available and what are the costs of auditing. Then we focus on a specific internal audit task in this case to an internal audit of the legality of financing.

In order to conduct the internal audit assignment, the company has to be done the following:

- Describe how the financing process is carried out, while keep in the forefront the fact that we are interested in the legality of the various stages of the process of financing of the company, but not all matters.
- What are the risks in the process of financing and
- Develop a plan to provide the internal audit engagement.

Well prepared work program of the internal audit assignment (Vezjak, 2011, p. 11):

- gives a general overview of the work that will be carried out and facilitate understanding of the audited entity;
- provides evidence that the work was properly planned;
- offers a document for review by management;
- gives an assurance that all risks are adequately treated;
- assists in monitoring of the work;
- governs and connects the audit.

3.1 Planning of internal audit assignment: Work programme

Engagement work program is a document that lists the procedures to be carried out in the business to realize his plan (the International Internal Audit Standards, 2013, p. 19).

The work program can be divided into introductory, main and final part. The introductory section contains basic information about the internal audit assignment, namely the type of internal audit (regular, irregular), labeling, name and surname of performers, subject of internal audit, the aim and audit procedures.

The central part contains:

- management objectives (questionnaire)
- audit procedures,
- assessment of the adequacy of existing internal controls (key controls are operating effectively: yes, no, partially)
- types of materials
- notes of the internal auditor.

The final part of the work program contains a summary of the findings.

3.2 Planning of internal audit assignment: Risk assessment

The internal auditor should plan and describe the key risks within the scope of the audit.

Initial assessment of risks for the legality of financing activities of company is carried out by using:

- risk model,
- risk matrix and
- using COSO II methodology.

Risks in the risk matrix are assessed in terms of likelihood and impact, whereby the assessment of likelihood (the probability) of a particular event is low, medium or high. While the assessment of impact (consequences) of individual risk / event is expressed as low, moderate or significant impact.

When assessing the risks and impacts (consequences) of risk in logistic costs the internal auditor could use the following options:

- a) the probability of the risk:
 - high probability means probability / event occurs more than once a year;
 - a medium probability means probability / event occurs once in a period of 1 to 5 years;
 - low probability means probability / event occurs once in a period of over 5 years;
- b) value assessment of the impact (consequences) of individual risk measured as the amount of damage:

- significant consequence on the legality of the financing activities of the company is damage worth over 200,000 euros;
- moderate consequence on legality of the financing activities of the company is damage to the value of € 10,000 to € 200,000;
- low impact on legality of the financing activities of the company is damage worth up to € 1,000.

When determining the amount of the damage we started from the amount of total revenue of the company, which amounted for the year 201X 4,000,000 EUR, which means that 200,000 euros of damage is 5% of revenue, while 10,000 EUR represents 0.25% of the revenue.

4 Implementation of internal audit assignment

The internal auditor shall perform internal audit on the basis of orders which resulting from internal audit work order, as shown in the figure 1.

Figure 1: Example of a work order for the internal audit assignment

<i>Name and address of the internal audit department:</i>	<i>Common internal audit of the company</i>
• Work order No.	• ...
• 1. Name of auditee:	• The name of Company
• 2. Name of audited task:	• Internal audit of logistic costs
• 3. Type of task:	• According to the work programme
• 4. Contractor of tasks (name and surname):	• The manager of the company
• 5. The scope and the aim the auditor's work	• Scope of work is auditing the logistic costs of the company in 2016. The aim of the internal audit engagement is to verify whether the existing internal controls in the process of monitoring of logistic costs of the company in 2016 are

carried out in accordance with the legal and professional rules and internal legal business and organizational rules, whether internal controls are effective and efficient so that key risks are controlled, and to provide an independent opinion of logistic costs activities.

- 6. Time of commencement the tasks: • 1.7.2016
- 7. Completion date of tasks: • 1.10.2016
- 8. The estimated value of the internal audit: • ...EUR
- 9. Description of the internal audit methodologies:
 - acquiring, reviewing and studying documentation,
 - inquiring,
 - verification,
 - testing on samples using non-statistical methods,
 - interviewing,
 - observation and
 - use of computerized tools.
- 10. Date of orders: • 30.5.2016
- 11. Head internal audit department: • Name and signature

Source: Adapted from Koletnik, 2007, p. 156

Planning followed by implementation of the internal audit engagement. Internal auditors should identify, examine, evaluate, and document enough information to achieve the scope and objectives of business (Standard 2300 - Engagement).

The internal auditor carry out internal audit tasks by following steps (Koletnik, 2007, pp. 196-197):

- introductory meeting with manager of the audited area;

- obtain reliable and sufficient information or evidence needed to achieve the scope and objectives of internal audit on whole revised area with statistical or not statistical samples; where we can not obtain sufficient evidence, we restrict decisions;
- testing and evaluating the information obtained in accordance with the objectives of the audit (for example, testing and evaluation of internal controls within the audited entity) and in accordance with the initial identification of key risks and possible re-evaluation of risks; individual and overall results of the auditor shall be disclosed in the working material;
- fact-finding - conclusions: findings, opinions and recommendations of the internal auditor.

In specialist literature, the most commonly mentioned methods of obtaining information and evidence are:

- interview,
- talk,
- analyzing,
- calculation,
- observation,
- summarize,
- statistical sampling,
- analytical procedures,
- reviewing business documents and records,
- re-calculating the quantities and values
- confirmation of positions, and more.

Following audit activities will be used:

- acquiring,
- reviewing and studying of documentation,
- inquiring,
- verification,
- testing on samples using non-statistical methods,
- interviewing,
- talk
- observation and
- use of computerized tools.

In our case the identifying information and obtaining sufficient evidence means:

- - obtaining information about the logistic costs and
- - recording process of monitoring activities of logistic costs.

In our case the evaluation of the information obtained and audit evidence means:

- - assessment of the adequacy of controls
- - new risk assessment (first risk assessment was in planning the internal audit).

Findings and proposals for the internal audit are prepared as the working material using the components of COSO II1 and scoring of internal controls after the stages of the finance process. In further we present the components of COSO II.

For example, in our case the internal auditor find out, that the company has the high risk of inadequate control activities and there is the risk that the company does not prepare interim analysis of logistic costs the company.

5 Operating control framework of the auditor

COSO is an operational framework or a tool for setting up and evaluation of the internal control system in the organisation. It is developed by Committee of Sponsoring Organizations of the TradeWay Commissions.

As Cohen says (2007), the best practice of internal financial controls within cost spending, use COSO II as a framework of checking internal controls. Other EU member states also have in place an internal and external control of costs (Cohen, 2007, p. 34).

Koletnik and Kolar state (2008, p. 112) that the company with a high-quality internal control and better auditing has greater opportunities for development and existence.

¹ »The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) is a joint initiative of five private sector organizations, established in the United States, dedicated to providing thought leadership to executive management and governance entities on critical aspects of organizational governance, business ethics, internal control, enterprise risk management, fraud, and financial reporting. COSO has established a common internal control model against which companies and organizations may assess their control systems,« rom Wikipedia.

COSO II identifies the eight key components of internal controls, they are:

- the control environment,
- setting business objectives in accordance with the strategy and acceptable risk,
- identification of events,
- risk assessment,
- responding to risks,
- control activities,
- information and communication,
- monitoring.

On the revised field internal auditor trials and evaluates these eight basic components of COSO II.

The theoretical aspect of limited ingredients that we usually need for a practical demonstration of the implementation of internal audit will be presented below.

5.1 Assessment of control and internal environment

The control environment is the main platform on which is placed the rest of the control frame (Spencer Pickett, 2005, p. 194). »The internal environment encompasses the tone of an organization, and sets the basis for how risk is viewed and addressed by an entity's people, including risk management philosophy and risk appetite, integrity and ethical values, and the environment in which they operate,« (Enterprise Risk Management – Integrated Framework, 2004, p. 3). It contains primarily informal (soft) controls such as management style, business ethics, moral values and other; some of these controls is formal, such as organizational policy, training of employees and other (Koletnik, 2007, p. 181). Control environment include integrity, ethical values, philosophy and management style, way of defining the powers and responsibilities, organizing and developing the skills of employees (Cukon Plaster, 2006, pp. 5-6). Assessment of the control environment is the starting point for evaluating other components of the system of internal controls.

5.2 Assessment of determination business objectives

Risk management ensures that management has implemented the process of setting objectives and that are chosen objectives support the company's

mission and are consistent with the degree of acceptance of risk (Vežjak, 2011, p. 9).

5.3 Identifying of internal and external events

On the company's ability to achieve the objectives affects internal and external events, which must be identified by management through the risk management process.

Events which have negative impact, represent risks to which management must respond with appropriate evaluation and introduction of activities for its control. Events that have primarily a positive impact represent opportunities, which management have to re-considered in the process of goal setting (Enterprise Risk Management - Integrated Framework, 2004, p. 49). Events vary from almost an incredible to the regular, their impact from the significant to the insignificant. On the events affect the external and internal factors, such as (Enterprise Risk Management: Integrated Framework, 2004, p. 43): economy (price growth), natural environment (natural disasters), policy (changes in laws), social (demographic changes), technology (increasing influence of e-commerce), infrastructure (lack of equipment, compared with the resultant demand), employees (accidents at work), processes (delay in delivery) and technology (inadequate technology for increased production volumes).

5.4 Risk assessment

»Risks are analyzed, considering likelihood and impact, as a basis for determining how they should be managed,« (Enterprise Risk Management – Integrated Framework, 2004, p. 4). As the legal and business conditions constantly change, a permanent risk assessment must become an iterative process (Sawyer, Dittenhofer, Scheiner, 2003, p. 66).

Risks are assessed on an inherent and a residual basis. (Enterprise Risk Management – Integrated Framework, 2004, p. 47). The risk on an inherent basis is the risk in an organization or the risk of unit, of the event and so on, without management initiation of any action that would reduce either the likelihood of its occurrence or its impact. When the management as a response to the risk, adopt risk minimization activities, we can talk about the remaining (residual) risks (Enterprise Risk Management - Integrated Framework, 2004, p. 49).

In addition we present four main steps of risk assessment in the organisation (INTOSAI Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2006, pp. 19-23):

- First, we have to identify the risks of the organisation. Identification of risk, based on the core purpose of the organization, which should be considered and evaluated, is resulting in a smaller number of key risks. The organization is exposed to risks due to internal and external factors which are reflected at the organizational level as well as at the level of activities. It is important that the detection of the risk is extensive, since it is necessary to take into account all of the risks. It must be a continuous and iterative process, which is also often associated with the planning process. The most common tools for risk identification are commission review and self-assessment of risks, which do not exclude each other;
- Second, we have to evaluate the risks. Evaluation of the risk, whereby the methodology for analyzing risks can vary. Risks can be identified by numbers (eg. Financial risks), rather of them which are difficult to measure (eg. reputational risk), because a subjective view of the risk is the only possible. One of the things that can mitigate the subjectivity in the process of providing a framework for the assessment is using systematic application of the criteria for classifying risks. One of the main purposes of risk assessment is certainly to inform a management of risk areas where actions should be taken. This is one of the reasons for developing a framework for identifying any risks that usually denotes as high, medium or low. Thus, we can determine the benefits of management and decisions about the risks that they should be given;
- Third, we have to define which level of the risks are acceptable for us. Assessing the level of risk acceptable to the organization, meant it is "amount" of risk that the organization is still ready to accept and varies according to perceived significance of the risk. We can talk about style of risk for the organization. Thus mean that is necessary to establish the level of risk, for both operational (inherent) as well as the residual risk, which is acceptable for the organization. Operational risk is the risk of the organization, if the management is doing nothing, that could change either the possibility or impact of risk (INTOSAI Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2006). Residual risk is the

risk that remains after management responds to the risk (INTOSAI Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2006);

- Finally, we have to decide, how we should response to risks. Developing of responses, wherein response can be divided into four categories: transfer, admission, restriction and control. Among them, the most important is risk management, while internal control is the main mechanism that helps to manage risk and maintain it at an acceptable level. Internal control procedures are procedures that are regulated by the organization to manage risk (INTOSAI Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2006). Each control brings costs, therefore each control activity must offer benefits for those costs in relation to the risks they addressed. Risks and associated controls should be continuously reviewed in order to ensure the effective operation of the mechanisms.

Risk can not be eliminated almost never, because some events can not be predicted or anticipated. Moreover, in the operation of controls is necessary to take into account the human factor (It is such a good control but we are not hedged, if the responsible person is not implemented) (Toman Pfajfar, 2011, p. 30). We emphasize that internal auditors must have sufficient knowledge to assess the risk of fraud and the manner of its treatment in the organization, but they are not expected to have the expertise of a person whose primary responsibility is detecting and investigating a fraud (Standards for the Professional Practice of Internal Auditing - Standard 1210.A2).

5.5 Recognizing management responses to commercial risks

When the company evaluated the risks of fraud, according to its risk appetite it has to decide for a strategy of risk management. The strategies can be divided into four groups (Enterprise Risk Management: Integrated Framework, 2004, p. 53):

- Avoidance – The company decided to avoid the risk to withdraw from risky situations or does not enter into it. An example of this represent sales of department or suspension of the production line.
- Reduction – The company reduced the likelihood of the occurrence of risk or its effects or both to introduce appropriate control action.

- Transfer – The company decides to transferred a part of risk to the other participants.
- Common forms of such response to the risk are transfers to the insurance funds and provision of services to others.
- Acceptance – The company in relation to the risk does not accept any action.

When determining adoption of an appropriate strategy for responding to risk, the management must:

- Evaluate potential responses to risks - often companies find that they can use a number of different responses or a combination thereof in respect of a single risk. It is also possible that a single response may be used in a several different risks. Therefore, there is no need for additional activities or existing one is only need to be improved
- Evaluate impact of the risk response - The company must be aware that the response to risk may be differ in its effect on the probability of an event and on result of the event himself.
- Assess the costs and benefits of the risk responding - the assets used in the company responds to risks are limited, so it is necessary to examine the costs and benefits associated with each response.
- Consider that the risk can represent an opportunity in the enterprise's operations.

The internal auditor would not take on the following responsibilities:

- determine the acceptable level of risk,
- instead of the management takes responsibility for the risk management processes for effective and efficient functioning of risk management system,
- instead of the management take a decisions on risks responses and their implementation (The Role of Internal Auditing and enterprise-wide Risk Managment, 2009, p. 5).

5.6 Assessment of control procedures

Control activities are policies and procedures that help management to achieve its goals. In other words, we could say to help management to ensure implementation of the right things at the right time and in the correct manner (Enterprise Risk Management - Integrated Framework, 2004, p. 32).

Control activities include the following policies and procedures (INTOSAI Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2006, pp. 25-27):

- procedures for approval and confirmation: carried out by only authorized persons. Approval procedures must include the specific conditions and terms under which approval is carried out. Having regard to the certification of approval means that employees comply with the regulations and within the restrictions introduced;
- separation of task areas (approving, implementation, recording, reviewing): to reduce the risk of errors, any individual or group should not control all key stages of the event or transaction;
- control over access to records and facts: access is limited to authorized persons who is responsible for the custody and / or use of facts (minimizing the risk of unauthorized use or loss);
- verification: transactions and significant events should be monitored before and after the project;
- harmonization: the test results should be periodically reconciled with the appropriate documents;
- reviews of business success: they must be regularly reviewed according to a set of standards by assessing the effectiveness and efficiency. Based on this we see whether if they were actually all done as it should be;
- reviews of operations, processes and activities: they must be periodically reviewed to ensure that they comply with applicable regulations, policies, procedures or requirements;
- surveillance (assessment, review, validation, guidance and training): helps to ensure proper achievement of the purposes of internal control.

Control activities theory combines into three groups, namely: the preventive, detective and corrective control activities. Preventive controls are controls designed to prevent or limit errors, omissions and unauthorized use (Turk, 2002, p. 548). Detecting control are checks designed to detect errors, omissions, and unauthorized use of and reporting on that (Turk, 2002, p. 396). Corrective controls are controls that are designed to help eliminate errors, omissions and unauthorized use and to immediate action (Turk, 2002, p. 474).

Among mentioned control activities the first three are preventive, the following three are detective, and the last two have both preventative and detective role. It is very important that the cost of control activities do not

exceed the benefits that they bring (Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, 2004, p. 8).

5.7 Assessment of information and communication

Since information coming from many different sources (internal and external) and in a variety of formats (qualitative and quantitative), the biggest challenge for the management at such large amounts of data, is to obtain those who are important or useful (Enterprise Risk Management - Integrated Framework, 2004, p. 68).

Successful communication is carried out in all directions, upwards, crosswise and down in organization and throughout all components of the entire structure. It is very important that communication is implemented bidirectional between management and employees. It is also important that management successfully communicates with external stakeholders, this kind of cooperation can have an important influence on degree to which an organization accomplish its objectives (Chambers, 2004).

We identify and assess how the systems of reporting and communication flow between employees in the company, so that they can realize labor assignments among themselves, and with business partners (customers, suppliers, and others) in the environment (Koletnik 2010, p. 5).

5.8 Assessment of, monitoring or controlling the efficient and effective operation of internal controls

The risk management process is in constantly changing. Responding to risks which were sometimes appropriate, may become irrelevant; control activities become less effective, or are no longer running, the company's objectives are changed. Therefore, management must determine whether the operation of each of components of the risk management process are effective (Enterprise Risk Management: Integrated Framework, 2004, p. 79). This assessment can be carried out with the current activities defined by internal rules or with separate evaluations.

6 Auditor reporting and monitoring of measures

Internal Auditing Standards (2400 - Reporting on the findings) said that internal auditors should communicate the results of the internal audit assignment.

Steps for reporting are as follows:

- final discussion with the management of the audited entity,
- preparation of a draft report,
- review of comments and opinions received from management of the audited entity,
- preparation of the final report,
- sending the audit report.

The objectives of final meeting are: discussion on conclusions and recommendations, resolving misunderstandings or misrepresentations of facts and allowing the subscriber to specify the interpretation of specific areas of audit, delivering views and observations, conclusions and recommendations, agreeing on possible solutions of given problems in the report, giving estimates for cooperation and providing information (Jagrič, 2011, p. 64).

Internal auditor shall establish and maintain a monitoring system of response to the findings, which are delivered to management (Standard 2500 - Monitoring Progress).

The chief audit executive must establish procedures for subsequent monitoring and ensuring that management actions have been effectively implemented or that senior management has accepted the risk if not (Standard 2500.A1).

The aim of internal audit is realized when all irregularities and measures are removed. If one them is not eliminated, for example because of the unacceptable costs of their realization or other reasons, this means that the auditee adopts a certain risk that it is not controlled. If the level of risk is not acceptable to the auditor, the supervisory authority must be informed. (Koletnik, 2007, p. 201)

The following table shows excerpt from the example of the internal audit report.

Figure 2: The example of part of the internal audit report

Recommendation x: Internal audit recognized opportunities for improvement

Result of the audit The company does not have a regular analysis of the direct and indirect logistic costs and does

assignment:	not have the internal logistic rules with the responsibilities of employees (ther is risk of frauds).
Recommendation of the internal auditor:	Preparation at least quarterly analysis of direct and indirect logistic costs and cash flows (realized/planned); yearly reports on compliance with the responsibilities of internal logistic rules, which allow immediate action in case of failure to achieve the objectives and clearing up problems.
Action of the company:	Installation of system solutions in a computer program to output at least quarterly analyzes and reports direct and indirect logistic cost and regular quaterly meeting of financial and logistic manager.
Due date:	60 days from the issuance of the final report of the internal auditor
Responsible persons for improvement:	Financial manager and logistic manager

Conclusion

The internal auditor should be independent and objective according to internal audit's professional standards. Operations in the company have financial consequences, one of theme are logistic costs. Proper monitoring of logistic costs by the company could determine where are unnecessary logistic costs and looking way how to reduce them. The internal auditor could give the assurance that logistic costs are monitored in proper way and are adequate. We roughly defined transportation, storage, supplies, employees and other costs.

For better monitoring logistic costs after the problems we have discussed we recommend these actions:

- Preparing advanced logistical financial plan, namely it is a competitive advantage for the company.
- Setting up following organizational internal controls for preventing the frauds in logistic costs:

- to introduce the responsibilities of employees in logistics, accounting or finance, which must be recorded in the internal acts, clearly written and granted;
 - to set up signing and approvals of logistic documents;
 - to introduce IT control in logistic costs;
 - to initiate independent monitoring of accounting statements;
 - to introduce the reporting of deviations of planned and realized data of logistic costs;
 - to initiate cross-checks in IT system, etc.
- To improve the management of financial working capital with the aim to reduce the cost of inventories and warehouse to a minimum.

References

Chambers, A. (2004) Enterprise Risk Management (ERM) – Catching up With the New COSO ERM Guidance. Seminarsko gradivo. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

Cohen A. G. (2007) Public Internal Financial Control. A New Framework for Public.

COSO (2004) Enterprise Risk Management – Integrated Framework. September 2004, www.coso.org.

COSO (2004) Internal Control - Integrated Framework. September 2004, www.coso.org.

Cukon-Mavec, N. (2006) Priprava samoocentive pri neposrednih in posrednih proračunskih uporabnikih. Zbornik referatov 8. izobraževalni seminar o javnih financah in državnem revidiranju (pp. 147-160): Zveza ekonomistov Slovenije, Portorož.

Durry, C. (1994). Costing. Hong Kong: Chapman & Hall.

Filipič & Markovič-Hribernik (2000): Osnove financ: zapiski predavanj. Ekonomsko-poslovna fakulteta.

Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector. Brussels (2004) INTOSAI Internal Control Standards Committee. 81 str. [URL: <http://intosai.connexcc-hosting.net/blueline/upload/1guicspubsece.pdf>].

Hansen, D. R., Mowen, M. M. (1992) Management Accounting. Cincinnati: College division South-Western Pub.

Horngrén, C T., Foster, G. (1991) Cost Accounting: A Managerial Emphasis. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

IIA Position Paper (2009) The Role of Internal Auditing in Enterprise-wide Risk Management. The Institute of Internal Auditors, januar 2009, www.theiia.com.

International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing (Mednarodni standardi strokovnega ravnanja pri notranjem revidiranju), 2010. www.si-revizija.si.

Jagrič, M. (2011) Izvajanje notranjerevizijskega posla. Gradivo za izobraževanje za pridobitev strokovnega naziva preizkušeni notranji revizor. Predmet: Notranja revizija. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

Kavčič, S. (2010) Računovodstvo za odločanje. 1st. ed. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.

Koletnik, F., Kolar, I (2008) Forenzično računovodstvo. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.

Koletnik, F. (2010) Forenzični vidik notranjega gospodarskega revidiranja. Gradivo za izobraževanje za pridobitev strokovnega naziva preizkušeni notranji revizor. Predmet: Notranja revizija. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

Koletnik, F. (2007) Notranje revidiranje. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

Lambert, D. M., Quinn, R. H. (1981) Profit Oriented Inventory Policies Require a Document Inventory Carrying Cost. Business Quarterly 46 (3), 64-65.

Mitrović, S. (2015) The Methodological Aspects of Information Technology Risk Identification in Internal Audits. Management Information Systems, 13 (4), 15-23.

Rebernik, M. & Repovž, L. (2000) Od ideje do denarja. Ljubljana: Gospodarski vestnik,.

Rules on the Internal Audit in direct spending units of budget RS (Pravilnik o delovanju notranjerevizijske službe v neposrednem uporabniku proračuna RS), 2011.

Sawyer B. L., Dittenhofer A. M., Scheiner H. J. (2003) *Sawyers Internal Auditing: The Practice of Modern Internal Auditing*. Altamonte Spring: Institute of Internal Auditing.

Spencer Pickett, K. H. (2005) *The Internal Auditing Handbook*. New York: John Wiley & Sons.

Toman Pfajfar, M. (2011) *Izpolnjevanje standardov značilnosti delovanja IIA. Gradivo za izobraževanje za pridobitev strokovnega naziva preizkušeni notranji revizor. Predmet: Notranja revizija*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

The Establish Davis Database (2014) *Logistics Cost and Service 2014*. Establish, www.establishinc.com

Turk, I. (2002) *Pojmovnik računovodstva, financ in revizije*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo. 1083 str.

Vežjak, B. (2011) *Vloga notranje revizije pri upravljanju, ravnanju s tveganji in njihovem obvladovanju. Gradivo za izobraževanje za pridobitev strokovnega naziva preizkušeni notranji revizor. Predmet: Notranja revizija*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

International technologies that are applied on the Hungarian Hospitality market

JUDIT GROTTÉ PHD

Associate Professor

Head of International Hotel & Hospitality Management specialization,
Head of Hotel ecommerce and online marketing postgraduate course.

School Tourism, Leisure and Hospitality

Budapest Metropolitan University

jgrotte@metropolitan.hu

Abstract

A new segment, new technology, new expectations of quality appeared on the international hospitality market. Millennials have become the fastest growing customer segment. High quality service is the only way to ensure loyal customers for hotels. Innovative technology is a must have: electronic /mobile check-in time is here. Reputation Management is the focus of guest reviews and comments. Know your guests, satisfy their needs and create your services around them is the best recipe of a successful hotel operation. Due to new technologies, and changes in guest behaviour, consumers' satisfaction is everything, but not easy.

One of the most important priorities in education is, to be able to provide the most up-to-date information to our students about their future professions. Recent changes in the hospitality industry should be followed as well as the appearance of new legislative provisions, or latest technologies, for instance. This paper presents a pilot study which included six in-depth interviews with hospitality professionals from which an overall picture of 50 Hungarian hotels was gained.

Keywords *Innovative technology, Millennials, OTA's, Reputation Management, Real Time Marketing*

Introduction

In recent years, consumer behaviour in the international hospitality sector has changed dramatically. The 'new' consumer the **Millennials** has become the fastest growing customer segment within the hospitality

industry. Millennials, as the member of the newly formed consumer society, always has the problem with shortage of time. Therefore, all the solutions that are effective and fast mean the way to success. As a result, the importance of up-to-date information has increased. According to Rauch (2014) this consumer segment is interested in utilizing technology to do things that many others have become accustomed to doing manually: checking in to hotels, making up their restaurant and bar bills and looking up places to eat, shop and play, to name a few. In addition to wanting technology, Millennials have no problems speaking up. If what they are looking for is not handled to their liking, they will turn to Twitter, Facebook, Yelp or TripAdvisor to voice their complaints (Rauch, 2014).

If the hospitality industry wants to react immediately to the arising demand, they should be aware of the new emerging trends.

1 Innovative technology

This new segment of Millennials is very demanding and expects high quality services from commercial accommodations. Therefore, customer service is strongly highlighted among the new trends in the hospitality industry in 2015. In the past years, the adaptation of the tools of electronic and information technology in the tourism industry forced the customers as well as the suppliers to keep learning. Due to the rapid changes in technology, the role of new online tools like social media and mobile applications formed a very strong influencing power on the customers' decision making procedure on travelling. "High tech, high touch" (Naisbitt, 1982) is the service, the e-tourist wants from hotels. Buhalis and Jun (2011) say, E-tourism represents the paradigm-shift experienced in the tourism industry as a result of the adoption of ICTs and the Internet

Innovative technology became one of the most important issues in the operation of hotels. Electronic check-in can be done either by mobile phone or by an Apple watch. But what is electronic check-in exactly? Most hotels are offering it as a part of their "Loyal Guest" programme. Customers registered as Preferred/Privileged guests are sent key cards equipped with the latest identification technology that uses radio frequencies. On the day of a guest's confirmed arrival, a text message is relayed to his mobile device, carrying basic figures like room number, timing, etc. Upon his actual arrival, client does not need to confirm his

stay at the Front Desk. He simply moves to his room and applies the key-card. (Sanghi, 2014)

1.1 Guests can use their mobile phones as the key to the hotel room

Hilton Worldwide launched digital check-in with room selection technology, now available at more than 3,700 hotels, and worldwide by the end of this year. This technology empowers Hilton HHonors members to check in via their HHonors profile on desktop, mobile or tablet and choose the exact location of their room - right down to the room number. (Hilton Worldwide,2014). Starwood is already offering mobile room key in a number of Aloft, Element and W hotels. Mobile room keys bring the following benefits to both the guests and to the hotel (according to the brands and the door lock companies): Seamless Check-in, Reduced load on Front Desk, Convenience & Choice of Service for the Connected Guest,, and Increased TripAdvisor Scores (Kinsella, 2015)

1.2 Apple Watch is the new hotel room key

The upcoming new Apple Watch (apple.com./2015) is a possible game changer for travelers everywhere: the era of losing a hotel cardkey may soon be gone. “Starwood hotels is developing an app for the Apple Watch that will allow hotel guests to use it to unlock their rooms. In honor of the recently revealed Apple Watch™ Accor is launching an Accorhotels iOS app available starting at the end of April”. The Accorhotels app for Apple Watch™ will be available in ten languages and works in connection with the smartphone app. In addition to promoting hotels and destinations, the app will allow users to manage current bookings. (Accorhotels app for Apple Watch (2015) If the hoteliers want to satisfy the guests’ demand they have to be aware of the latest technologies. The most online specific products are the services of the tourism industry. Since the emergence of the Internet, travel planning (e.g., travel information search and booking) has always been one of the main reasons that people use the Internet. (Buhalis, 2003). The cost of tours can be high, consequently, good prices always play an important role in the planning and selection of a holiday destination. Nowadays on-line travel agencies (OTA’s) with their good prices and special travel packages come before hotels’ websites in popularity. (Veres and Grotte, 2009)

2 Online travel agencies (OTA'S) versus direct booking

How to increase revenue and at the same time decrease the costs of OTAs is the question here. Distribution channels play a very important role in the hospitality sector. However, the commissions the hotels pay to the Online Travel Agencies can range from 15-30% and that causes problems by reaching the targeted REVPAR. So, the solution is to increase direct hotel bookings. The reach of OTAs has risen by 45% since 2008 in spite of the fact that travelers booking directly on the website is cheaper for hoteliers. The answer is simple; it has nothing to do with the travelers or the OTAs, but it is to do with the hotel website. (Patak, 2014). OTAs like TripAdvisor, Expedia and Booking.com will clearly be listed on the first 4 results, when you look up accommodation. Patak (2014) says, that having an easy-to-navigate, effective and attractive website wherein everything from rates to rooms to services and packages are clearly highlighted. An excellent website with all important details and strong booking engine are the key to reclaiming victory over OTAs. But, according to Matur (2014) as OTA commission checks continue to rise, small and mid-sized hoteliers are increasingly considering TripConnect as a viable platform to generate direct bookings.

3 Reputation Management

According to Yu and Singh (2002) one of the major challenges for electronic commerce is how to found a relationship of trust between different parties. Creating trust is non-trivial, because the traditional physical or social means of trust cannot apply directly in virtual settings. In many cases, the parties involved may not ever have communicated before. Reputation systems seek to address the development of trust by recording the reputations of different parties. For reputation management, Tripadvisor is one of the most important platforms in the hospitality industry. But online comments and reviews can come e.g. from Facebook, Yahoo, Yelp and Expedia (OTA) as well. Rauch (2014) suggests that hotels use only one tool instead of different ones for managing a property's reputation process. Based on his opinion, one of the means is Revinat as a complete, one-stop solution for reputation management instead of the cumbersome process of logging onto each platform and spending an exorbitant amount of time on a crucial yet time consuming aspect of the hotel industry. Engaging with guests and responding to their needs publicly through these forums can go a long way in driving future bookings to the property.

3.1 But what is revinate all about?

Revinate, a San Francisco-based technology company that is reinventing the hotel guest experience, has launched inGuest in Europe. inGuest brings together reservation (PMS) data and stay histories, with preferences, social media activity and guest feedback to surface comprehensive rich guests profile on a single platform. For the first time hoteliers can truly understand their guests and engage with them more effectively before, during and after their stays, increasing guest satisfaction and revenue. (Revinate.com, 2015)

As we can see above, apart from good quality service and interactive communication with potential guests, flexibility is a key issue for hoteliers these days. A good marketing plan for a given period of time is a must for each hotel. However, the fast changes in the macro environment requires flexibility from hotels. Real time marketing is the answer for this challenge.

4 Real Time Marketing

According to Trackmaven (2015) “Real Time Marketing is marketing that is based on up- to- date events. Instead of creating a marketing plan in advance and executing it according to a fixed schedule, real time marketing is creating a strategy focused on current, relevant trends and immediate feedback from customers. The goal of real time marketing is to connect consumers with the product or service that they need now, in the moment.” Through social media (e.g. Twitter, Facebook, etc.) sites, companies can gain information about their segments. With this knowledge, in a few minutes, hotels can easily define their up-to-date marketing messages. But, the content must be valuable for the potential guests. If, hoteliers strategically structure their advertisements to reflect a current event (e.g. Formula1 after party, fashion show, etc.), their service may become more appealing to guests. The application of this type of marketing must take place on a regular basis and include guest-generated content. Whether it is Facebook or another social media tool, guests should be able to contact the hotel with an expectation that they will receive a response in a timely manner. Video campaigns (e.g. Flip to) on social media, when done properly, are proving to be successful for hoteliers looking to generate guest engagement. Flip.to allows hotels to connect with guests from the moment they make a reservation and to create a unique experience upon arrival. (Rauch, 2014). Gary

Vaynerchuk, a well-known Internet entrepreneur and author, famously said, “Content is king, but marketing is queen, and runs the household.” Creating great content for your website and/or blog is helpful, but good content alone will not drive the results a hotel desires. A quality content marketing strategy sets a purpose behind the content. Despite the importance of content for SEO, it will only drive results and increase brand awareness when deploying content with a custom marketing strategy. (DeVoren and Herweg, 2015).

5. Pilot Study: Research Methods and Findings

As part of a pilot study to explore the opinions of Hungarian hospitality professionals about their knowledge and use of technology in hotels, six in-depth interviews were undertaken in summer 2016. This enabled the researcher to gain insights into the practices of 50 hotels on the Hungarian market.

“Selling the Right Room to the Right Client at the Right Moment and the Right Price. On the Right Distribution Channel with the best commission efficiency.” (Landman, 2011)

This is the task either of the General Manager, depends on the size or policy of the hotel, and/or the Revenue Manager. They are the ones who should be well informed about the latest and the most efficient technological solutions in the sector. Therefore, I chose 6 professionals, from different types of hotels (independent hotel, thermal&wellness hotel, city hotel, small and big size hotel, hotel chains) who altogether represent 50 Hungarian Hotels. These hotels have very strong positions on the Hungarian Hospitality market. My In-depth interviews were conducted face-to-face, and over the telephone to get a deeper insight to these specific new technologies.

5.1 The interviewees

1. Director of Central Reservation and Revenue Management of Danubius Hotels Group: I gained overall information about the 10 hotels in Budapest (2 have separate revenue and sales due to the brand Hilton and Radisson), 10 hotels in the Countryside, and 24 hotels abroad, concerning my topic of new technologies. The company is on the market since 1972, and has a very strong position. (Later Danubius)

2. Cluster Revenue Manager of Mamaison Hotel Andrásy Budapest, Residence Izabella Budapest, Starlight Suites Hotel Budapest. (3 hotels in Budapest) Mamaison Hotels & Residences brand is the part of the CPI, Czech hotel group, that operates total of 28 hotels in 5 countries. (Later Mamaison)
3. General Manager of Opera Garden Hotel & Apartments (Budapest) – independent small hotel with 35 rooms, high score on TripAdvisor (9.2), with its own mobile application system. (Later Opera Garden)
4. Revenue & E-commerce Manager at Buddha-Bar Hotel Budapest Klotild Palace. – 5 star special hotel – Buddha Bar concept. Here in Budapest it belongs to the Mellowmood Hotels Group. (Later BuddhaBar)
5. General Manager of **Aquaticum Debrecen Thermal & Wellness Hotel**** - Countryside-** It provides a very special tropical environment and a Mediterranean Aqua Park inside the hotel. (Later Aquaticum Debrecen)
6. Head of online hotel and tourism division at BDO Ltd. (The company gives advices and assistance on the fields of hospitality investments, revenue management and online marketing) (Later BDO)

5.2 Apple Watch and/or Mobile Phones are the new hotel room key

All the interviewees in the pilot study had heard about this technology, but none of them use it. According to Mamaison this can be a special tailor-made service for a guest, but for the hotels from a financial point of view it is a great challenge. Return on Investment (ROI) is the key issue for the management. All the professionals agree with the issue of ROI, and BuddhaBar says that the number of mobilephones' reservation are still not so high here in Hungary. On the other hand for a newly opened hotel it would be a good chance to apply this technology. Danubius says that the application of the technology depends on the segments of the hotels. This technology is good for big city hotels, but not for the countryside ones. Most of their Millennials who come to Budapest, are not demanding for high tech, but parties and cheap prices. Aquaticum Debrecen agrees with Danubius about the different needs of the segments. It is not worthwhile investing in such a technology in the countryside. OperaGarden says that for small independent hotels apart from the financial issue, the present technical condition of the hotel and staff

training are also playing a very important role. According to BDO this technology is good for well-known hotel chains and newly opened hotels, but ROI is not measurable.

5.3 OTAs versus Direct Booking : TripConnect

Mamaison and Aquaticum Debrecen do not use this technology, it costs a lot (costs: business listing on TripAdvisor & CPC (ClickPerClick)). All the participants agreed that this solution at the moment is good for the OTAs only, due to the amount of their rooms and strong financial background. They pay very low price for CPC, but hotels pay a lot. Buddha Bar uses TripConnect, because the hotel operates on very high average rates, and therefore the ROI is also high. Danubius uses this service only for 3 hotels in Budapest, later on they wish to have it for all the hotels in Budapest, but not for the countryside. Opera Garden has just stopped TripConnect, because of the costs and the bad ROI. For small independent hotels this is not a good. solution, they would need support from TripAdvisor. According to BDO this technology is good for well-known hotel chains, but not for individual hotels.

5.4 Reputation Management: Revinate: InGuest

The representatives of the hotels neither heard nor use this technology. Mamaison says In Guest is not good for small and middle size hotels, due to the lack of human- and financial resources, and technical background. Buddha Bar and Opera Garden agrees with Mamaison, they do not want to use this technology in the future. Apart from the lack of resources, Buddha Bar says there is an ethical issue here: who can tell where the line is between privacy and taylor-made service? Aquaticum Debrecen has exactly the same oppinion about this question. According to Danubius, InGuest could increase reputation. BDO says, hotels in Hungary has serious challenges at the moment (eg.: lack of human resources), they are not ready for such a technology.

5.5 Real Time Marketing

Real Time Marketing: All the participants say that real time marketing needs a lot of time, a good professional team, and strong financial background. Hotels do not have capacity for this. Buddha Bar and Danubius outsource these tasks. BDO adds that the management of the

hotels need measurable facts for ROI, and the activity of real time marketing can not be measured.

Summary

In recent years, consumer behaviour in the international hospitality sector has changed dramatically. The 'new' consumer the **Millennials** has become the fastest growing customer segment within the hospitality industry. This new segment is very demanding and expects high quality services from commercial accommodation. Therefore, customer service is strongly highlighted among the new trends in the hospitality industry in 2015. Innovative technology has become one of the most important issues in the operation of hotels. Electronic check-in can be done either by mobile phone or by an Apple watch. Distribution channels play a very serious role in the hospitality sector. How to increase revenue and at the same time decrease the costs of OTAs is the question here. A good marketing plan for a given period of time is a must for each hotel. However, the fast changes in the macro environment requires flexibility from the hotels. Real time marketing is the answer for this challenge. The application of this type of marketing, must take place on a regular basis and include guest-generated content. Simply creating original content will not keep the SEO strategy current in 2015. As part of a pilot study to explore the opinions of Hungarian hospitality professionals about their knowledge and use of technology in hotels, six in-depth interviews were undertaken in summer 2016. This enabled the researcher to gain insights into the practices of 50 hotels on the Hungarian market. All the interviewees in the pilot study had heard about the "AppleWatch and MobilePhone as roomkey" technology, but none of them use it. The participants agreed that TripConnect at the moment is good for the OTAs only, due to the amount of their rooms and strong financial background. The representatives of the hotels neither heard nor use InGuest. The management of the hotels need measurable facts for ROI, and the activity of real time marketing can not be measured.

References

Accor Launches Accorhotels app for Apple Watch (2015, March 13.), Hospitalityupgrade News, Available from http://www.hospitalityupgrade.com/_news/NewsArticles/Accor-Launches-Accorhotels-app-for-Apple-Watch.asp

Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. London, UK: Pearson (Financial Times/Prentice Hall)

Buhalis, D., Jun S.H (2011) *E tourism*, In: *Contemporary Tourism Reviews*, Goodfellow Publishers Ltd.

DeVoren, D., Herweg, A. (2015) *The TravelClick Perspective – March 2015: Digital Marketing Trends for the Hospitality Industry*, TravelClick Innovative Solutions, Retrieved from <http://www.travelclick.com/en/news-events/press-releases/travelclick-perspective-march-2015-digital-marketing-trends-hospitality-industry>

Hilton Worldwide Truly Opens Doors: Company to Roll Out Mobile Room Keys in 2015 at Hundreds of U.S. Hotels Across Four Brands, (2014, November 03) Available from <http://www.hiltonworldwideglobalmediacenter.com/index.cfm/newsroom/detail/27701>

Kinsella, T. (2015, March 24) *The Hotel Room Key Goes Mobile...What's the Big Deal? The Answer is "Choice of Service*, Message posted to LinkedIn, <https://www.linkedin.com/pulse/hotel-room-key-goes-mobilewhats-big-deal-tim-kinsella>

Landman,P. (2011) *Revenue Management Manual*, Retrieved from <http://www.xotels.com/images/Revenue-Management-Manual-Xotels.pdf>

Lee, L.W. (2014) 'Advice from creative consumers: a study of online hotel reviews', *Int. J. Technology Marketing*, Vol.9., No.1,pp.53-71.

Matur, S. (2014, July23) *TripConnect: A Hotelier's Tool to Outsmart OTAs*, Web blog, available from <http://www.hotelogix.com/blog/2014/07/23/tripconnect-a-hoteliers-tool-to-outsmart-otas/>

Naisbitt, John (1982). *Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives*. Warner Books / Warner Communications Company

Patak, M. (2014, December 22): *Simple ways to overcome OTA blues and increase direct hotel bookings*, Web blog, available from <http://www.hotelogix.com/blog/2014/12/22/simple-ways-to-overcome-ota-blues-and-increase-direct-hotel-bookings/>

Rauch, R. (2014, December 8): Top 10 Hospitality Industry Trends in 2015., Hotel, Travel and Hospitality News, Available from <http://www.4hoteliers.com/features/article/8736>

Revinat Software (2016), Available from <https://www.revinat.com/solutions/>

Real Time Marketing (n.d.) In Trackmaven Marketing Dictionary online, retrieved from <http://trackmaven.com/marketing-dictionary/real-time-marketing/>

Sanghi, M. (2014, February 6): 6 Hotel Hospitality Industry New and Current Trends You Should Know About, Web blog, available from <http://www.hotelogix.com/blog/2014/02/06/6-hotel-industry-trends-you-should-know-about/>

Veres Z., Grotte J. (2009): Turizmusmarketing In: Dr. Veres Zoltán: A Szolgáltatásmarketing Alapkönyve; (pp.459-479). Akadémia Kiadó, Második bővített átdolgozott kiadás; Budapest, Magyarország

Yu, B., Singh, M.P. (2002) Distributed Reputation Management for Electronic Commerce, In: Computational Intelligence Volume 18, Issue 4..pp.535-549.

RESPONSIBLE TOUR OPERATING

JORDÁN TŰTŰNKOV-HRISZTOV

academic assistant professor
Budapest Metropolitan University
htutunkov@metropolitan.hu

Abstract

The performance of international tourism has already continuously been increasing as from seven years and it seems that the prospects remain encouraging for the coming decades, as well. However, the quick increase can hit back. During the past times on single receiving areas the tourism phobia of local population became stronger and stronger, in certain destinations the anti-tourism manifestations have been proliferating. The greatest international tour operators recognising their own responsibility have the principles of sustainable tourism built into their own business policy, due to this they became vanguards of green tourism.

Keywords: *EOS CODE, Travelife programmes, "better travels, better world", carbon dioxide management, collaboration with local organisations, organization of sustainable journeys*

1 Introduction

The Research Office of the Hungarian Touristic Agency commented the 2017 annual report of World Tourism Barometer that the performance of tourism is continuously growing also despite of challenges. The number of international tourist arrivals reached during the past year 1 235 million, which is 3,9% more (46 million international tourist arrivals) than during the year 2015. The number of tourist arrivals has since the financial global crisis of 2009 already as from the seventh year continuously been increasing, there was not any precedent for such uninterrupted growth sequence like this since the years 1960. In comparison with the results of the year 2008 300 million more international tourists set out on a journey in 2016 in the world (Hungarian Touristic Agency, 2017).

However, the rapid increase of tourism can backfire, as well. There may be such negative effects, like for instance the environment pollution, the deleterious social and cultural effects and in such cases, when the interests of tourists and of the local inhabitants are not coincident with each other, or the advantages originating from the tourism will decrease in comparison with the disadvantages, new conflict situations may occur. In the 2017 year more and more news appeared on rambunctious persons on airplanes, or on tourists acting iniquitously in the destinations. In Europe, in cities and holiday resorts the demonstrations against tourists proliferated. The “tourism-phobia” intensified so much, that also the World Touristic Organisation of UN (UNWTO) took a stand in the matter. The secretary general of the organization drew the attention that the tourism functioning well has to provide experience both to the visitor and also to the host, which will be more and more difficult to be maintained, therefore the matter is serious and calls for sustainable touristic politics (Turizmusonline, 2017).

For the sake of decrease of negative effects of mass tourism, of prevention of problems in 2010 the EOS CODE and Travelife programs have borne. The previous one had the main purpose to harmonize the strategic and operative development plans of travel operators, in order to decrease the risk “too much tourism will kill the tourism” (EOS CODE, 2010). Travelife is such an international certificate system of EU support, which popularizes within the touristic industrial branch the theory of sustainability, supporting the travel agencies and hotels in order to pay attention and take an interest in the social and ecological responsibility undertaken by them and to inform on these results their guests and partners, as well (EOS CODE, 2010).

2 Theoretical overview

UN, the World Touristic Organisation of UN (UNWTO), the European Committee and the European Parliament pay special attention to the sustainable development of tourism. UNWTO in 1999 accepted the Code of Global Ethics and UN in 2015 the program of transformation of our World: the program of sustainable development until 2030. UN declared the year 2017 the international year of sustainable tourism of development purpose (Csorba, 2017).

According to the official definition of UNWTO the sustainable tourism „Tourism that takes full account of its current and future economic, social

and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities”.

Dr. Márton Lengyel (2002) expresses in his work under the title **Some actual questions of the planning of tourism that without the active participation of public sector the sustainable development cannot be created**, the sustainability in the tourism can be achieved only with conscious development.

- **The role of the state** is to perform tasks in connection with the planning, regulation, infrastructure development, education and other state responsibilities of cardinal importance.
- **The role of private undertaking** is to establish touristic establishments gaining profits and to operate them professionally, correctly.

An important condition of simultaneously achieving the sustainable development and the competitiveness is the partnership between the public and individual sector and also their good cooperation (Lengyel, 2002). The planning of tourism has to meet the requirements of **double integration**, i. e. the tourism has to be integrated into its environment and within the tourism all components (products) creating the touristic supply (product) have to be planned together. The **hierarchy principle** means the requirement of building the levels on each other. The objectives relating to greater territorial unit and longer period have to take precedence before targets relating to smaller regions and shorter time period (Lengyel, 2002).

For the sake of the realization of sustainable goals the participation and support of local inhabitants are essential in case of all touristic decision, since the tourism uses the same infrastructure, as the local communities. The involvement of local inhabitants is important also because through this the sustentation of traditions and also the acquisition of touristic and environmentally friendly approach of inhabitants can be assured. The self-governments and touristic contractors are involved into this community, as well (Turizmus Trend, 2007).

3 Introduction of EU projects EOS CODE and TRAVELIFE

These two EU projects were established with the aim to give practical instructions to those travel operators and agencies, mainly to small and micro undertakings, who have undertaken to translate the principles of

sustainable tourism into the offer of their travel package, or services mediated by them.

The initiative was justified by the fact that more and more travellers turned into the direction of sustainable tourism and they looked for such responsible travel agencies, or they themselves organized such travel, where the environment was taken into consideration on the destination area. Besides, more and more travel agencies are becoming more and more sensitive in respect of questions in connection with the sustainable development and they have seen greater and greater possibility for employing their own politics in connection with the sustainability in selecting their partners.

Those travel operators and travel agencies, who transposed the principles of EOS CODE into their own practice, are indicated on the website of EOS CODE, so they became eligible for using the logo; through this they gained distinctive advantage against other tourist service providers. Five founding member states took part in the program: Greece, Bulgaria, Croatia, Italy and Poland, however, later the travel agencies of other ECTAA member states could submit their tender for the participation, as well. The project was prepared first of all for small and micro enterprises, however anyone could take part in it, who have undertaken as an objective the principles of sustainable development.

3.1 Principles of EOS CODE

The main purpose of the project was to strengthen in the long run the competitiveness of touristic enterprises in Europe.

The participating enterprises have undertaken to connect themselves in the long-term to the concept, which is responsible for the environment, for the cultural inheritance, for the biological diversity, for the social diversity, for the social necessities, for the quality of life and for the economic prosperity of local communities.

The essence of the project can be read from the declaration which included the following points in favour of the sustainable development (EOS CODE Project):

- They will develop and manage their own activity, protect the natural and cultural resources and social structures, employing at least one principle from the practical collection of examples;

- They will monitor, what kind of natural, social, cultural, and economic effect has their activity, they will process the data and prepare annual business plan for the development of sustainable tourism;
- Continuous education will be held for the employees and they will be prepared for the possibilities of the natural, cultural and alternative tourism, and give information on those suppliers, who use the environment protection programs;
- They will inform the clients of touristic services on the sustainable and responsible behaviour according to the manual;
- They will stimulate and participate in such activities, which support the local employment;
- They will use the tourism marketing in order to increase the knowledge in favour of the natural, social and cultural variegation and welfare;
- The quality of their touristic products and services will continuously be increased in accordance with the enclosed collection;
- Responsible person will be designated at the firm, who will supervise the project in order of the sustainable development of tourism;
- The positive experiences will be shared with other participants of the project.

3.2 Travelife program

Travelife program can be interpreted as continuation of EOS CODE, as well. It is an initiative dealing with trainings, management and authentication helping to the firms dealing with tourism in the realization of sustainability.

The initiative helps in different ways to the touristic undertakings and it includes the education packages, competence certificates, international norms, online tools of action plans, reports, B2B partner search system, Hotel Sustainability online system (Travelife).

4 Responsible tour operating on the basis of the example of TUI Group of companies - case study (TUI Group, 2015)

TUI is leading touristic undertaking of the world. It is present in the tourism industry with about 3500 offices on five continents, with a fleet

consisting of more than 140 airplanes, with 12 hotel brands and 300 hotels. Their voyages will be assured on 10 lines by more river and cruise ships and 210 thousand beds can be reserved all over the world through TUI travel agencies. The number of its clients exceeds 30 million persons.

TUI Group (2015) should like to convince the visitor already on its homepage that all their product offers contribute to the creation of a better world and they can realize this only if they use every effort to increase the positive and to decrease the negative effects in the course of the journey. The tools for that will be indicated in the following points:

- To decrease the carbon dioxide emissions of the businesses of the company group;
- To promote the greener and fair journeys;
- The most careful carbon dioxide emission of the European air traffic;
- Protection of the biological diversity and of the welfare of animals;
- More efficient operation of cruise ships;
- Involvement of customers into the sustainable tourism;
- Supporting the hotels of the company group in order that they should meet the requirements of sustainability;
- To invest into the attainment and education of touristic knowledge;
- To make possible that the colleagues should become ambassadors of sustainable tourism;
- Co-operation with the target areas for the sake of sustainable tourism;
- Creating sustainable journeys;
- To make possible for local people to gain profit from the tourism.

4.1 The strategy

The ambitious sustainability strategy “Better journeys, better world” lasting from 2015 till 2020 places the sustainable tourism onto three main pillars:

First pillar – easy step

The carbon dioxide-management program involves the reduction of carbon dioxide emission of air transport, hotels, round tours, offices, retail stores and of the ground transportation. According to their argumentation

the air transport is responsible for more than 80% of the carbon dioxide footprint, which is of crucial importance in respect of the climate change that is why the matter of carbon dioxide emission of TUI aircraft fleet is so important. That is why they have undertaken to decrease its carbon dioxide emission till 2020 by 10%. They will perform environment protection developments in the air transport, navigational and earth surface activities.

Second pillar – to change

The biological diversity and the uniqueness of destination are the spirit of journeys, therefore tourism may be that power, which generates the welfare, cultural understanding and tolerance. Since tourism may have also unexpected negative consequences, probably the water balance will be on the decrease in the following decades and also the waste management will mean new challenge for numerous destinations. Also therefore it will be an important task for them that along their value chain the advantages originating from tourism should get to the local communities in the form of the protection of workplaces, educational opportunities and human rights. Hotel is one of the key factors of holiday experience, also therefore this is standing in the centre of interest of the company group. In the interest of this they will expect that the hotels working together with them should undertake the practice well established in the practice of society and environment. The TUI estimations confirmed that most hotels functioning sustainably provide services of higher level and greater customer's satisfaction.

The company group has undertaken to offer until 2020 yearly 10 million greener and more reliable journeys and that as many local people as possible will benefit from the advantages originating from the tourism.

They have set in the sub points the following targets for themselves:

- They will collaborate with the hotels in order to increase the positive effects for the local communities and environment protection;
- They will introduce the sustainability norms of world standard in all own TUI and conceptual partner hotels;
- They will help to their colleagues and customers in order to demonstrate the positive changes.

Third pillar – show the way

Since TUI Group is the leading touristic undertaking of the world, therefore it believes that also its responsibility is unique in the branch of industry. Also therefore they spend material resources, in order to build with credibility the positive effects exercised onto the tourism. They have marked their role in the sustainable tourism in order to support their suppliers and consumers that the whole industrial branch could function in a more sustainable way. For the sake of achieving this they search – in order to better understand the positive and negative effects of tourism – what kind of effective decisions should be made by them in interest of increasing the advantages originating from the tourism, of operation of technical innovations, of air transport and of cruise and land trips. They should like to incite the sector for utilizing their research results.

For performing these tasks the TUI Care Foundation was created granting supports until 2020 with EUR 10,000.000 in order to increase the positive effects in respect of tourism.

Sub-capitals of the strategy:

- Innovations serve the more sustainable tourism of the future and their results will be shared with the branch of industry.
- They invest into youngsters, into the tourism training and the education in order to provide employment opportunity on the source market and in the destinations.
- They collaborate with the target areas in the interest of sustainable tourism.

TUI Group is the main supporter of Travelife

They provide support to the introduced Travelife sustainability qualification system, they play active role in its management board and they render help for the development of new, more severe criteria, which were initiated still in 2014. The new criteria adjust to the international norms (including also the GSTC and Ecolabel norms) and cover the following territories: decrease of the wasting and use of water, energy and harmful chemicals, support and protection of local community, workers, human rights and nature (TUI Group, 2015).

4.2 GSTC (2017)

The interest of customers, their demand towards more sustainable journeys is on the increase. The results of customer's researches show

that the holiday-makers should like to identify the more sustainable products. One of this is a qualification system prepared by a third party, which makes the identification possibilities of holiday-makers easier in recognition of hotels or accommodations managed in a sustainable way.

In the tourism there exist many kind of qualification systems making the differentiation of different certified certificates for the consumers hard. The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) founded in 2007 was established with the purpose to contribute to the harmonization of tourism certification program. The common global criteria elaborated by GSTC demonstrate for the applicants the management tasks relating to the efficiency of sustainable tourism, the following are the most important ones among them:

- It maximizes the social and economic advantages affecting the local community and minimizes the negative effects.
- It maximizes the advantages of cultural inheritance and minimizes the negative effects.
- It maximizes the environment protection advantages and minimizes the negative effects.

The aim is that tourism should compare all existing fees and labels on the basis of GSTX criteria and should “recognize” them, when the basic criteria will be fulfilled. In total the purpose is to strengthen the confidence in the circle of consumers and not to support the “washing into green”. TUI Group has been member of GSTC system as from 2011 (TUI Group, 2015).

Summary

In the year 2017 anti-tourist manifestations resuscitated against tourists in certain overloaded European touristic destinations. This occurrence draws again the attention to the fact, that – in case the tourism will develop spontaneously, the basic principles relating to the sustainable development of tourism will not be taken into consideration – this will lead sooner or later to conflicts, as it is duly shown by cases described in the this year’s press releases. Travel agencies and travel operators connecting to the certificate schemes EOS CODE and Travelife can fill in a more and more important role in the distribution of the sustainable development of tourism. The “greening” travel agencies help with responsible travel packages and with the mediation of responsible

touristic services in the transplanted of the principles of sustainable tourism into the practice of everyday tourism.

Literature on the subject

Csorba Gy. (2017) Fenntartható turizmus. Országgyűlés Hivatala, Közgyűjteményi és Közművelődési Igazgatóság, Képviselői Információs Szolgálat, 2017/41.

http://www.parlament.hu/documents/10181/1202209/Infojegyzet_2017_41_fenntarthato_turizmus.pdf/47b870e8-9c07-4268-b7e6-db0466b02da3

Last download: 25. 08. 2017.

EOS CODE (2010) Knowledge Network for the Competitiveness and Sustainability of European Tourism. EOS CODE, A Code of Practice on Environment Oriented Sustainability, p 6.

<http://www.eoscode.eu/LinkClick.aspx?fileticket=scvGTIshPWI%3d&tabid=60> Last download: 25. 08. 2017.

EOS CODE Project: “A Code of Practice on Environment Oriented Sustainability”. Adoption of the EOS CODE Principles

<http://www.eoscode.eu/Home/AdoptionoftheEOSCODEPrinciple/tabid/158/Default.aspx> Last download: 25. 08. 2017.

GSTC (2017) GSTC Criteria Overview. GSTC: Global Sustainable Tourism Council. <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/> Last download: 25. 08. 2017.

Hungarian Tourism Agency (2017) Turizmus Magyarországon - Helyzetelemzés.

https://mtu.gov.hu/documents/prod/Helyzetelemzes_2016_1708.pdf Last download: 25. 08. 2017.

Lengyel M. (2002) Some actual questions of the planning of tourism. Actual questions of tourism in Hungary. University of Sciences, Pécs, Department of Tourism, 2002: 6-23.

Travelife

https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en Last download: 25. 08. 2017.

TUI Group (2015) Better Holydays, Better world, Sustainability Strategy 2015-2020. <https://www.tuigroup.com/damfiles/default/tuigroup-15/en/sustainability/Reporting/TUI-Group-Better-Holidays-Better-World->

strategy_EN-6fe1204e90342f321580a4eb81c7dc72.pdf Last download: 25. 08. 2017.

Turizmus Trend (2007) Sustainable tourism. Turizmusonline, 12. 05. 2007. http://turizmusonline.hu/tt_hatter/cikk/fenntarthato_turizmus Last download: 25. 08. 2017.

Turizmusonline (2017) Terjed a „turizmus-fóbia” Európában. http://turizmusonline.hu/kulfold/cikk/terjed_a_turizmus_fobia_europaban Last download: 25. 08. 2017.

AZ UTAZÁS KIÁLLÍTÁS 2015 LÁTOGATÓI ÖSSZETÉTELÉNEK VIZSGÁLATA

BEHRINGER ZSUZSANNA

főiskolai docens
Budapesti Metropolitan Egyetem
zbehringer@metropolitan.hu

BÓDIS KRISZTINA

intézetvezető, Nyelvi Intézet
Budapesti Metropolitan Egyetem
kbodis@metropolitan.hu

KISS RÓBERT

egyetemi adjunktus
I-Shou University
robertkiss@isu.edu.tw

MAGYAR TÍMEA

adjunktus
Budapesti Metropolitan Egyetem
tmagyar@metropolitan.hu

Absztrakt

Cikkünkben a budapesti Utazás Kiállítás, mint a turisztikai szakma egyetlen országos rendezésű és jelentőségű szakmai és közönségvására látogatói összetételének vizsgálatát tűztük ki célul, amelyben a fogyasztók demográfiai összetételét vettük nagyító alá, és ezen változók köré csoportosítva tártunk fel jellemző tendenciákat, és a köztük lévő összefüggésekre mutattunk rá. Kutatásunk kérdőíves felmérés keretében zajlott, amelyet egyetemünk hallgatóival együtt bonyolítottunk le, és

témánk vizsgálatánál a következő feltételezésekből indultunk ki, illetve kutatói kérdésekre kerestünk válaszokat. 1. A XXI. sz.-ban, amikor a virtuális marketing eszközök uralják a piacokat, beleértve az utazási piacot is, van-e még létjogosultsága a hagyományos kommunikációs eszközök közül a turizmusban oly népszerű és bevált kiállításoknak, és ha igen, akkor mely rétegeket vonz továbbra is ez forma, kik a fogyasztói, látogatói, és vásárlói e kiállításoknak, és konkrétan a budapesti Utazás Kiállításnak? 2. Milyen karakterisztikus vonásokkal rendelkeznek a látogatók, és jellemző demográfiai jegyeik hogyan segítik a kiállító turisztikai cégek és szervezetek, szolgáltatók és intézmények kínálatának kialakítását? 3. Milyen szerepet játszanak a lakóhely, életkor, iskolai végzettség, foglalkozás és nemek szerinti összetételek a kiállítás meglátogatásának hajlandóságában, s mindezek hogyan függenek össze az utazási szokásokkal, költési hajlandósággal, és utazási szolgáltatások igénybevételeének módozataival?

Kulcsszavak: *utazás, kiállítás, utazási szokások, utazási költés*

1. Bevezetés

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Turizmus és Marketing Intézete (TMI, korábbi nevén Turizmus, Szabadidő és Szálloda Intézete) megalakulásától kezdve kiemelten fontosnak tartotta hallgatóinak gyakorlat-orientált képzését, és ezt konkrét iparági kapcsolatok aktív kiépítésével, és állandó karbantartásával folyamatosan biztosítani is tudja diákjai számára nemcsak nappali, hanem levelező tagozaton is.

A METU számára ezen szakmai kapcsolatok és gyakorlati helyszínek egyik legfontosabb résztvevője a Hungexpo Zrt., illetve az általa megrendezett Utazás Kiállítás, amelyen az egyetem turizmus-vendéglátás szakos hallgatói személyesen is megjelennek. A turisztikai szakma legjelentősebb, országos szintű szakmai és közönség kiállítását és vásárát főként azok a célcsoportok látogatják, akik számára a turizmus és utazás kiemelt jelentőséggel bír, és jórészt lehetőségük és konkrét szándékuk is van a rendszeres utazásra, azaz fizetőképes keresletet jelentenek az ott kiállító cégek számára.

2. Irodalmi áttekintés

A turizmus nemzetközi trendjei között egyre jelentősebb hangsúllyal szerepel az egyéni szervezések, foglalások terjedése, ami jelentős

változásokat eredményezett a turizmusipar területén (Mester, 2013: 61-63; UNWTO, 2017). A turisztikai kiállítások és vásárok megrendezése hosszú idő óta a turisztikai marketing eszköztárának hagyományos elemei közé tartoznak, és ugyan mára jócskán veszítettek népszerűségükből illetve hatékonyságukból / eredményességükből, mégis megkerülhetetlen elemei maradtak a marketingkommunikációnak. A XXI. század marketingjét többnyire már az e-marketing eszközök igénybevétele uralja (Papp-Váry, 2009; Kotler – Keller, 2016), azaz a kereslet és kínálat résztvevői a különböző internetes felületeken jelennek meg és kommunikálnak egymással. Bár a megújulás kényszerével továbbra is megrendezésre kerülnek a vásárok, a kiállítók és látogatók száma jelentősen csökkent mind a nemzetközi, mind a hazai vásárokon (Gyórfy, 2017). Magyarországon az Utazás Kiállítás az egyetlen országos turisztikai szakvásár és kiállítás, ahol a szakma jó része máig képviselteti magát. A 2008-2009-es válság előtti években, amikor a fénykorát érte, közel 100 ezer látogatóval büszkélkedhetett a kiállítás, és ez jelentette a Hungexpo legnagyobb közönségszámot produkáló rendezvényét. Azóta jóval lecsökkent mind a kiállítók száma, mind pedig a kilátogató potenciális fogyasztók száma is, ami jelenleg mindössze kb. 30-40 ezer főre rúg (Hungexpo, 2015; Turizmus Online, 2015).

3. Módszertan

Fentiekből következik, hogy jelen felmérés egyik nem titkolt célja annak megismerése volt, mennyiben változtak a fogyasztói, vásárlói szokások és milyen fogadtatásnak örvend az ország legjelentősebb szakmai rendezvénye? Különösen aktuális ez a kérdés napjainkban, amikor az internet terjedésével a turisztikai kínálat elérhetősége közvetlenné vált (Sziva – Nemeslaki, 2016), a szakmai vásárok jelentősége folyamatosan csökken és ez alól a turizmus sem kivétel (Faragó, 2000). Jelen munka terjedelme azonban csak a vásáron megjelenő közönség demográfiai bemutatását teszi lehetővé, így a konkrét adatok, összefüggések ismertetését további publikációkban kívánják a szerzők bemutatni.

A kutatáshoz készített kérdőív mellett a kiállító cégek és kilátogató fogyasztók jellemzőiről, összetételéről, szokásainak változásáról a Hungexpo Zrt. rendszeresen készít lekérdezéses felmérést, illetve az eladott belépőjegyek számából és összetételéből is lehet következtetni néhány alapvető tendenciára. A METU hallgatói a kérdőív összeállítását szakmai feladatként kapták, és azt egyetemi oktatóik segítségével véglegesítették, majd kitöltették a kiállításra érkezett vendégekkel, hogy

megtudják utazási szokásaikat, illetve azok változásairól is pontosabb képet kapjanak.

A kérdőíves felmérés 2015 tavaszán zajlott, február utolsó, és március első napjaiban, és hallgatóink papíralapú kérdőíveiket személyesen kérdezték le a kiállítás területén, illetve az onnan kijövő vendégek körében. Alapvetően nagyon pozitív benyomások érték hallgatóinkat, a látogatók többnyire készségesen válaszoltak feltett kérdéseikre, de előfordultak negatív tapasztalatok és elutasítások is. A kitöltés hatékonyságát segítette, hogy e kérdőívek kizárólag zárt kérdéseket tartalmaztak, mivel ilyen tömegben, és rövid idő alatt nem volt értelme a nyitott kérdések feltevésének, hiszen az csak elriasztotta volna a rövid kérdőívre szívesen válaszolókat is.

Összesen 839-en válaszadónk volt, amely viszonylag jelentősnek mondható, és az egyes kérdésekre adott nem válaszok aránya elhanyagolható (0,95-3,0 % között változik). A megkérdezés véletlenszerű volt, igaz, a mintavételi instrukciók alapján nem és kor szerinti megoszlásban igyekeztünk a magyar népességre jellemző adatokat rögzíteni. E kísérlet ellenére egyes csoportok túlreprezentáltak lettek, ami a kutatás legjelentősebb korlátjaként, negatívumaként értékelhető, ezért a lekérdezés nem reprezentatív sem a teljes magyar lakosságra, sem pedig az Utazás Kiállítás résztvevőire vonatkozóan.

A kutatásból kinyerhető összefüggéseket, és az eredményekből levonható következtetéseket is ezen korlátok figyelembevételével lehet csak levonni és kezelni. A Hungexpo éves felmérései és a kiállítás helyszínén tapasztaltak alapján is kijelenthető, hogy erre a kiállításra jóval többen érkeznek a konkrét utazási szándékkal érkezők, akiknek utazási intenzitása jóval magasabb a magyar lakossági átlagnál.

A demográfiai összefüggésekkel kapcsolatos hipotéziseink az alábbiak:

1. Kutatásunk során feltételeztük, hogy az Utazás Kiállításra, országos jelentőségéből adódóan, hazánk minden területéről érkeznek, habár a főváros és vonzáskörzetének aránya magasabb a többi megyénél.
2. Az Utazás Kiállítás vonzereje az iskolai végzettséget tekintve a magasabb iskolai végzettségűek körében nagyobb, és ők is jönnek ki a többiekénél jóval nagyobb arányban a kiállításra.
3. Az Utazás Kiállításra résztvevők közül az aktív korosztály jóval többet költ turisztikai utazásaira, mint az inaktív korosztály.

4. Földrajzi/területi bontásban vizsgálva a fővárosi és dunántúli lakosok jóval többet költenek utazásra, mint a keleti országrészben lakók.

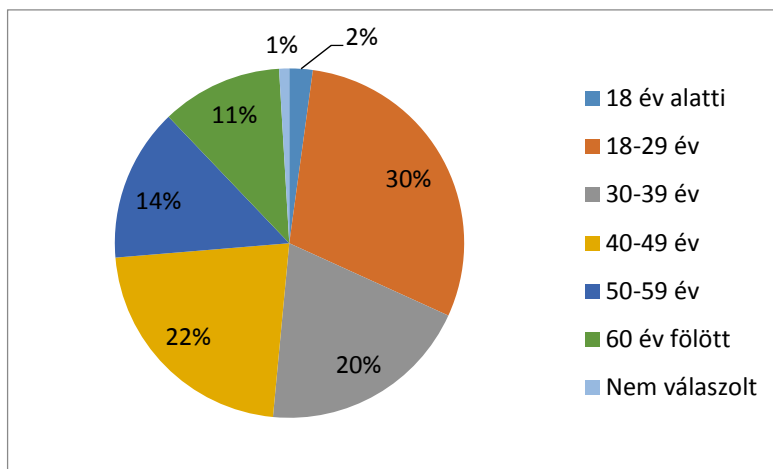
4. Eredmények

4.1. Demográfiai összetétel

A kutatás demográfiai jellemzői a következőképpen alakultak. A kérdőív kitöltői közül kicsit nagyobb arányban voltak a nők, mintegy 472-en töltötték ki a teljes kérdőívet, azaz a teljes minta 56%-a. Ez egyrészt azzal magyarázható, hogy a hölgyek mindig szívesebben hajlandók bevonódni ilyen jellegű felmérésekbe, illetve ehhez kapcsolódó kommunikációba, másrészt viszont az utazással kapcsolatos döntéseket is legtöbbször a nők, az anyák, feleségek vagy éppen barátnők hozzák meg.

A kérdőívet kitöltők kor szerinti összetétele viszonylag kiegyenlítettnek mondható, hiszen szép számmal találunk minden korcsoportból kitöltőket. Mégis, a fiatalabb korosztály kissé túlerepresentált a mintában, a 18-29 év közöttiek összesen 249-en voltak, amely így közel egyharmados arányt jelent (*1.ábra*). A 18 év alattiakkal együtt esetükben már egyharmados arányról beszélhetünk. A következő két kategória a marketingesek által megcélzott 19-49 közötti korosztály felső részét fedi le. A még viszonylag fiatal felnőtteknek tekinthető harmincas korosztály és a 40-es éveikben járó kiállítás látogatók együttesen 42%-ot tesznek ki. Hozzájuk csatlakoznak a fizetőképesség tekintetében ugyancsak jelentős fogyasztók, az 50-esek is (14%).

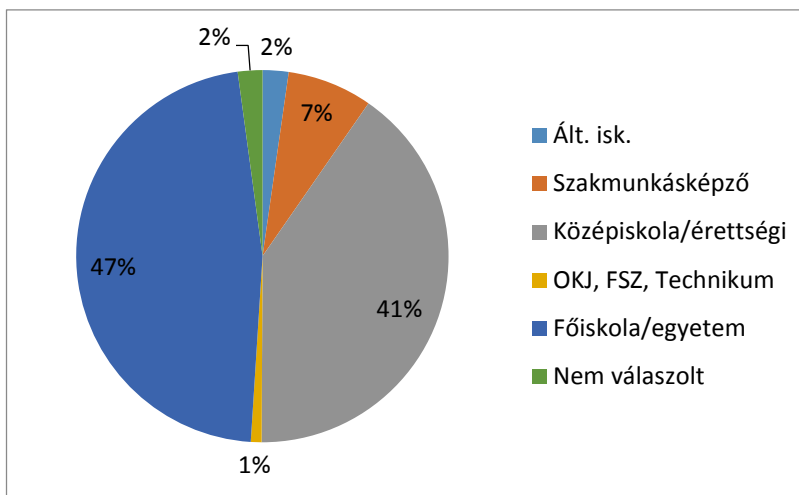
Az aktív korosztály együttes létszámát tekintve megállapítható, hogy 86%-os arányról beszélhetünk, amely fizetőképes keresletként jelenik meg az utazási piacon. Az ide tartozó személyek eltérő motivációjukból kifolyólag sokféle turisztikai termék, illetve úti cél iránt érdeklődnek, sokféle terméket vesznek igénybe. Szerencsésnek mondható, hogy még az idősebb korosztály képviselőit is sikerült megszólítanunk, minden tízedik válaszadó közülük került ki (11%), azaz a szeniorturizmus résztvevőinek a véleménye is kirajzolódik az eredményekben.



1. ábra: Életkor szerinti megoszlás

A mintánkban az iskolai végzettséget tekintve abszolút többségben találunk két szegmenst, mégpedig a diplomásokat és az érettségivel rendelkezőket, akik együttes aránya közel 90%. Valamivel többen vannak a felsőfokú (47%) és kicsit kevesebben (41%) a középfokú végzettségűek, akik jelentős része még éppen egyetemre, főiskolába járt (2. ábra). Ez a magas arány is azt mutatja, hogy az Utazás Kiállítás célközönsége az átlagnál magasabb iskolai végzettségű, még abban az esetben is, ha megkérdezés során a kérdőívet felvevő hallgatók számára saját korosztályuk megszólítása, illetve lekérdezése értelemszerűen gyakoribbnak mondható a kiállítás területén. Sokan életükben először vettek részt ilyen vásáron, és nagyon sok élményt, tapasztalatot szereztek e néhány nap alatt.

Érdekes megjegyezni, hogy míg az életkor esetében mindössze 8 fő (0,9%) nem válaszolt csak a kérdésekre, addig az iskolai végzettségénél, és a további kérdések esetében valamivel több esetben fordult ez elő (17-24 fő, ami 2,0-2,8%). Mindez az apró eltérés magyarázható azzal, hogy a szokványos kérdések is egyre kellemetlenebbek lesznek a kitöltőknek, és nehezen adnak ki bármilyen információt magukról az emberek még teljes anonimitás esetében is.



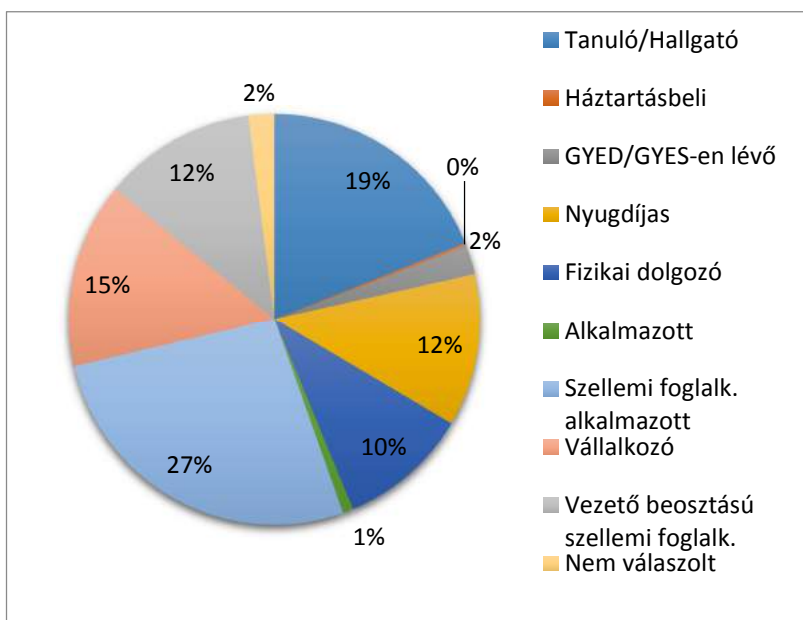
2. ábra: Iskolai végzettség szerinti megoszlás

A mintánk foglalkozás szerinti megoszlását tekintve meglehetősen színes képet kapunk, ami szerencsésnek mondható, mivel szinte minden társadalmi rétegbe, illetve foglalkozási kategóriába tartozó ember képviselteti magát a felmérésben. Ezen belül is kiemelkedő a szellemi foglalkozású alkalmazottak és diákok aránya (27 és 19%-kal, 3. ábra), de emellett a nyugdíjasok, a vállalkozók, a vezető beosztásúak, és a fizikai dolgozók is kicsivel 10% fölötti arányban vannak jelen a mintában, amely jórészt tükrözi a magyar lakosság, illetve társadalom foglalkozás szerinti megoszlását.

A kiállítók szempontjából sokkal beszédesebb adat, hogy az aktív és inaktív látogatók aránya 65-32%, ami nem feltétlenül a legszerencsésebb, még azon kitétel mellett sem, hogy egyrészt a hallgatók között bizonyosan van saját keresettel bíró, bár nem feltétlenül utazásra, sokkal inkább megélhetésre gyűjtő válaszadó, másrészt a nyugdíjasok között is vannak rendszeres utazók.

Az együttesen 27%-ot kitevő vezető beosztású szellemi foglalkoztatott és vállalkozó kategóriák tűnnek a legfizetőképesebb kategóriáknak, vélhetően az ajánlatok célközönségének egy jelentős részét is ők adják, bár náluk a szabadidő hiánya ezt az impozáns arányt kicsit visszavetheti. Mellettük jelentős szegmensnek kell tekinteni a szellemi foglalkozású alkalmazottakat is, akik egyedül szintén 27%-ot képviselnek, és nemcsak utazási motivációjuk, igényük van, hanem számottevő fizetőképés keresletet jelentenek - méghozzá számukból adódóan - nagy tömegben és folyamatosan. Ez pedig a turisztikai szolgáltatók számára

kiszámíthatóságot, tervezhetőséget, és folyamatos igénybevételt jelent, ami a cégek jövedelmezőségét pozitívan befolyásolja. A kiállítás látogatóinak legnagyobb arányát adják, és sokféle termék iránt támasztanak kiegyensúlyozott keresletet. Előbbiek mellett a további tanulmányokban érdemes majd a háztartásbeliek utazási döntések kiválasztásában elfoglalt szerepét is vizsgálni.



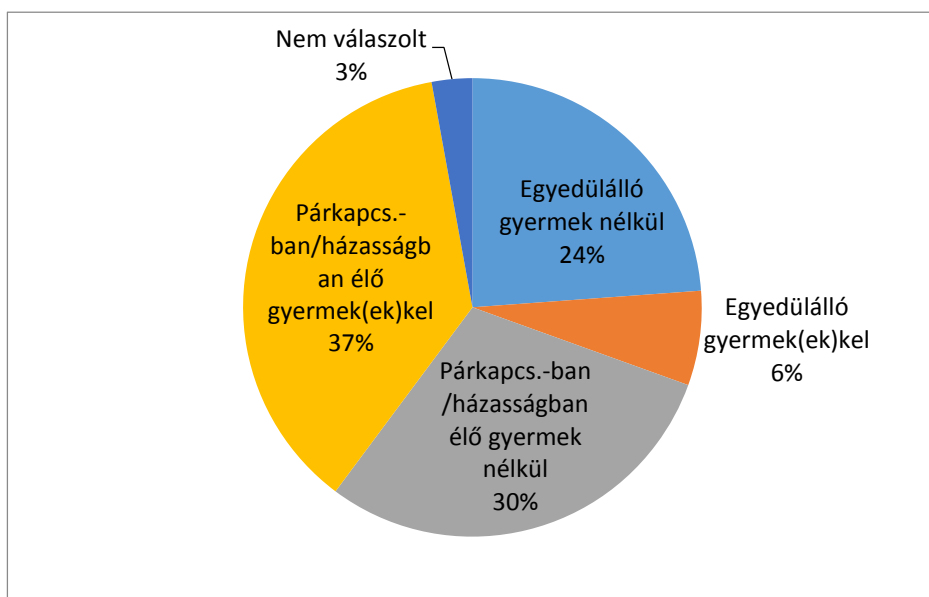
3. ábra: Foglalkozás szerinti megoszlás

A családi állapot szerinti eloszlás nagyon jól tükrözi azt az általános tendenciát, hogy az Utazás Kiállításra egyaránt kilátogatnak gyermekes és gyermek nélküli párok is (4. ábra). Mindkét szegmens érdemben képviselteti magát, míg az egyedülállók szintén megjelennek a vásáron, és ők is közvetítik igényeiket a szolgáltatók felé, mind a gyerekesek (24%), mind a gyerek nélküliek (6%), bár ez utóbbiak már kisebb arányban. Míg a gyermek nélküli házasságban/párkapcsolatban élők 30%-ot tesznek ki, addig a gyermekes, kétkeresős háztartások aránya már 37%, így a két piaci szegmens együttes aránya domináns, kétharmados arányt jelent a mintánkban. A családosok esetében említettük a női döntéshozók kiemelkedő szerepét.

A gyermeküket/gyermeküket egyedül nevelők aránya is viszonylag magas, ami azt jelenti, hogy akiknek gyermeke(i) van(nak) – akár ketten, akár egyedül neveli(k) ő(ke)t–, azok a fogyasztók sokkal inkább szeretik

felkeresni az Utazás Kiállítást, és élőben is tájékozódni, begyűjteni információkat, sőt akár konkrét utakra, programokra is befizetni, mint a gyermektelen egyedülállók és párok. Róluk azt feltételezzük, hogy inkább egyéb formában tájékozódnak a kínálatról, utazási ajánlatokról, és náluk nagyobb az internetes keresések és foglalások száma és aránya egyaránt.

Ez az eredményünk alátámasztja azt az elméleti megállapítást is, hogy a potenciális turisták jobban szeretnek utazni párban, családdal, barátokkal, egyedüli utazásra viszont sokkal kevesebben szánják rá magukat. A nem válaszolók száma 3%, és feltételezhetjük, hogy a megkérdezettek közül jó néhányan már ezt a kérdést is kissé kényelmetlennek érezték, amelyre nem óhajtottak válaszolni.

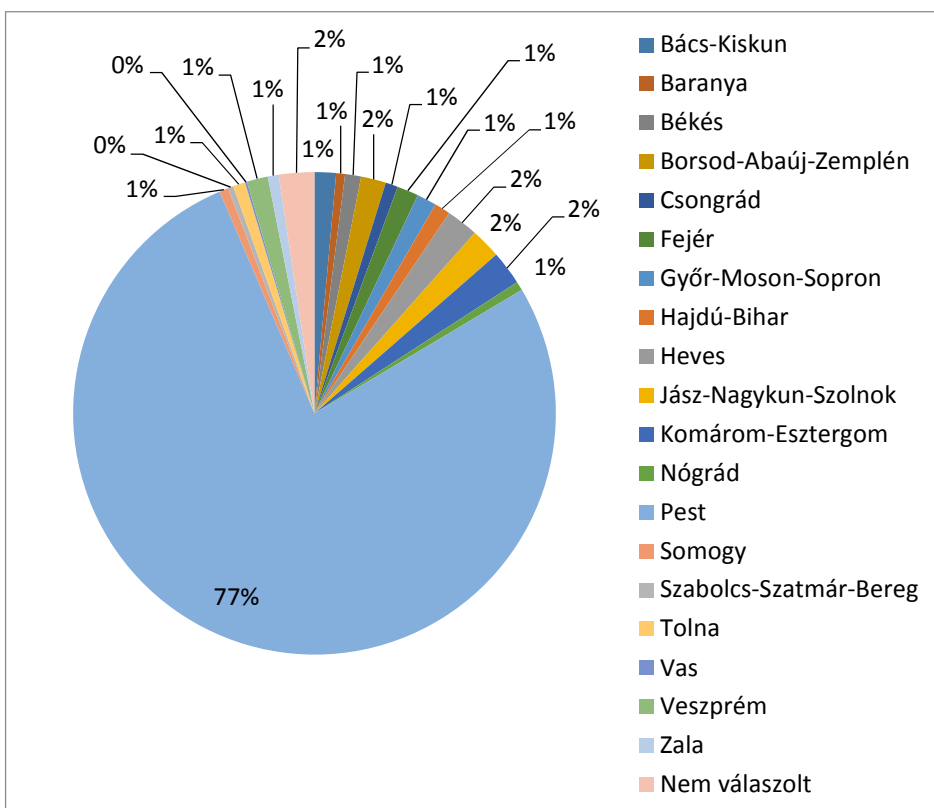


4. ábra: A minta családi állapot szerinti összetétele

A mintában szereplő látogatók lakóhely szerinti eloszlását tekintve döntő többségben vannak a fővárosban és Pest megyében élők, akik együttesen mintegy háromnegyed részt, azaz 75%-ot tesznek ki az összes kitöltőből (5. ábra).

Ez nem meglepő, mivel az utóbbi évtizedek óta köztudottan főként a fővárosból és a környékbeli agglomerációból érkeznek a kiállítás látogatói (a rendszerváltás előtt szervezett keretek között buszokkal hozták fel a látogatókat minden megyéből, de ez a rendszerváltással megszűnt). Ezek a fogyasztók megint nem egyeznek meg az országos

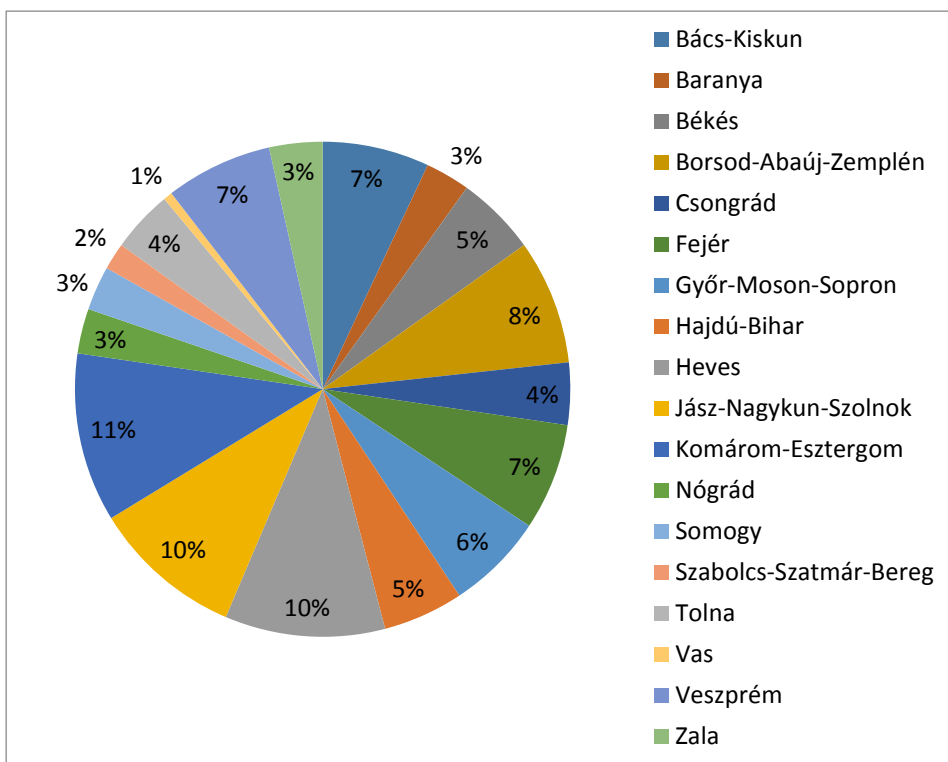
átlagfogyasztó jellemzőivel, hiszen ebben a körzetben/régióban a legnagyobb az utazási intenzitás, így valójában a kínálat bemutatása is többnyire nekik szól. Másrészt jó néhány éve már, hogy legnagyobb vidéki városaink, megyeszékhelyeink is rendeznek helyi, regionális szintű Utazás Kiállításokat, amelyekre főként az adott város vonzáskörzetéből érkeznek a látogatók.



5. ábra: Lakóhely szerinti megoszlás

Ha a megyékből érkezők eloszlását a főváros és környéke (Pest megye) nélkül nézzük (6. ábra), akkor sokkal kiegyenlítettebb arányokat tapasztalunk. Ez a megközelítés azért érdekes, mert így van egyedül esély a vidéki látogatók lakóhelyének látható összehasonlítására. Ebben a térbeli kitekintésben is érzékelhető, hogy az országos vonzerővel bíró rendezvény esetében a távolság meghatározó tényező. Az összes Pest megyével határos területekről érkező válaszadók legalább 7%-ban képviselték magukat, ez alól a legszegényebb, Nógrád (3%) a kivétel, míg a legmagasabb látogatószámmal Komárom-Esztergom (11%), Heves és Jász-Nagykun-Szolnok megyék (10-10%) rendelkeztek. A távolabbi

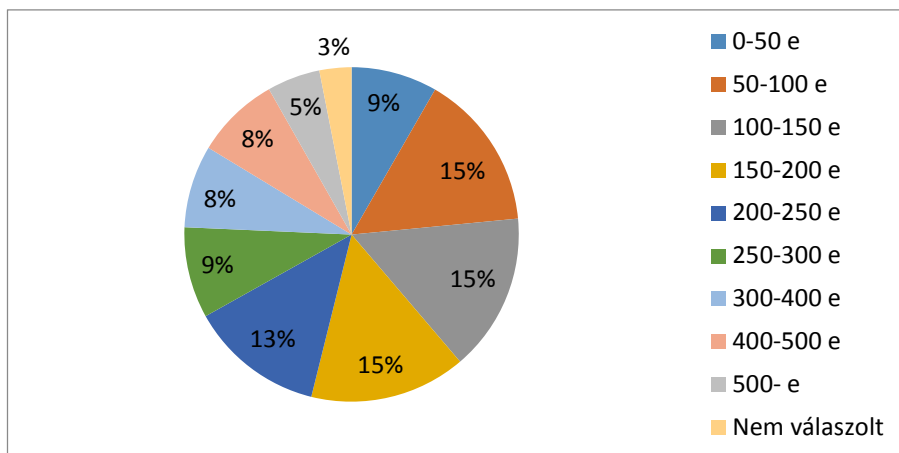
megyék válaszadói 1-8% között szerepeltek, ahol Borsod-Abaúj-Zemplén (8%) és Veszprém (7%) érte el vagy haladta meg a Pest környéki átlagot. Érdekes következtetés, hogy a válaszadó lakóhelyének az utazási vásártól való távolság növekedésével egyre kevesebben érkeztek és vettek részt.



6. ábra: Megyék eloszlása Budapest és Pest megye nélkül

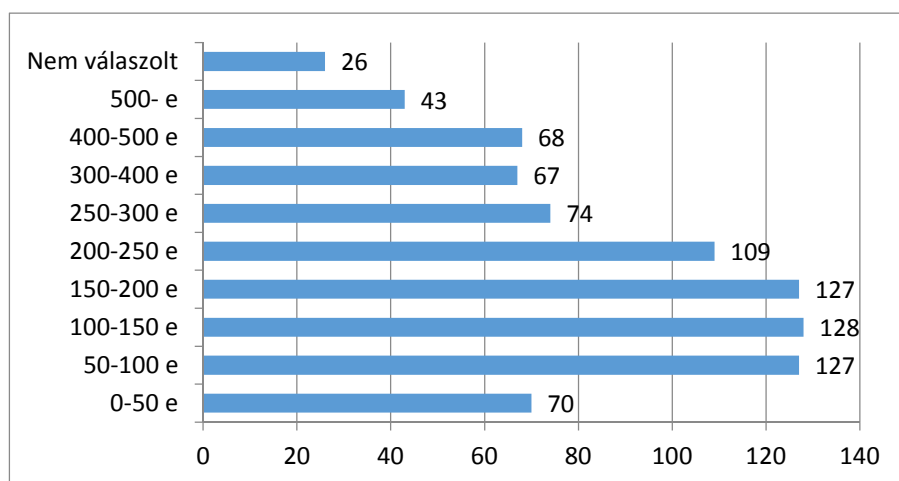
4.2. Turisztikai utazási szokások

A továbbiakban az utazásra fordított éves kiadások nagyságát vizsgáltuk (7. ábra), ahol megállapítható, hogy mintánk résztvevői nem igazán magas költségkészségű fogyasztók, mivel a három legnagyobb arányú költséscsoport egyaránt 15-15 -15%-ban fordul elő, és ők 50 és 200 ezer forint között költenek utazásukra egy év alatt. Ez nem mondható magasnak, ha a közlekedési költségektől kezdve a szállás, ellátás, és egyéb programok, сувениrek vásárlására fordított összegeket együtt nézzük.



7. ábra: Utazásra fordított éves költség összegének megoszlása

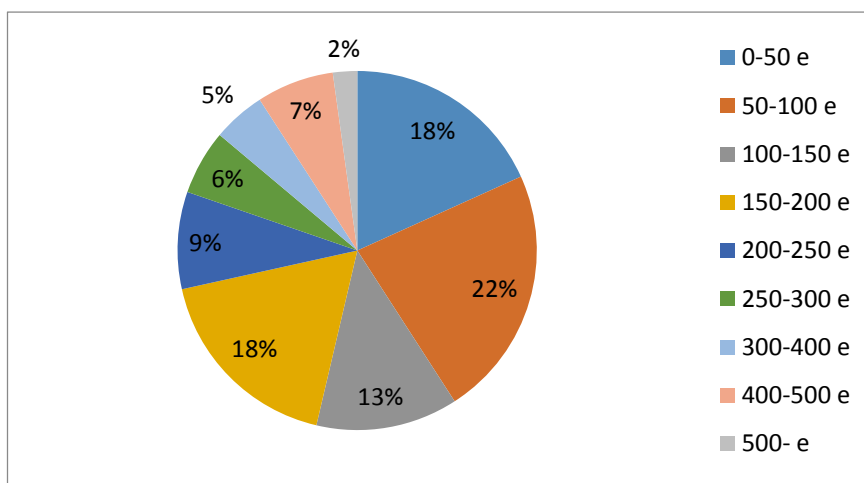
Ezen kívül néhány további figyelemreméltó tényezőt emelnénk ki (8. ábra). Ennél a kérdésnél a legnagyobb a nem válaszolók aránya, szám szerint 26 fő (3%), akik úgy gondolták, hogy erről a kérdésről már a névtelenség biztosítása esetén sem nyilatkoznak. Meglehetősen magas a minimum összeget költők aránya és száma is, 70 fő (9%) nyilatkozott úgy, hogy évente maximum 50 ezer forintot tud utazásra szánni, és ez bizony nem sokra elég, pláne, ha nem egyedül utazik az illető. Figyelemreméltó ellenpont, hogy sokkal magasabb azok száma és aránya (26%), akik több mint évi 300 ezer forintot költenek utazásaikra, és ezen belül is, 43-an nyilatkozták azt, hogy több mint fél millió forintot tudnak turisztikai utazásaikra szánni, ami a teljes minta 5%-át jelenti.



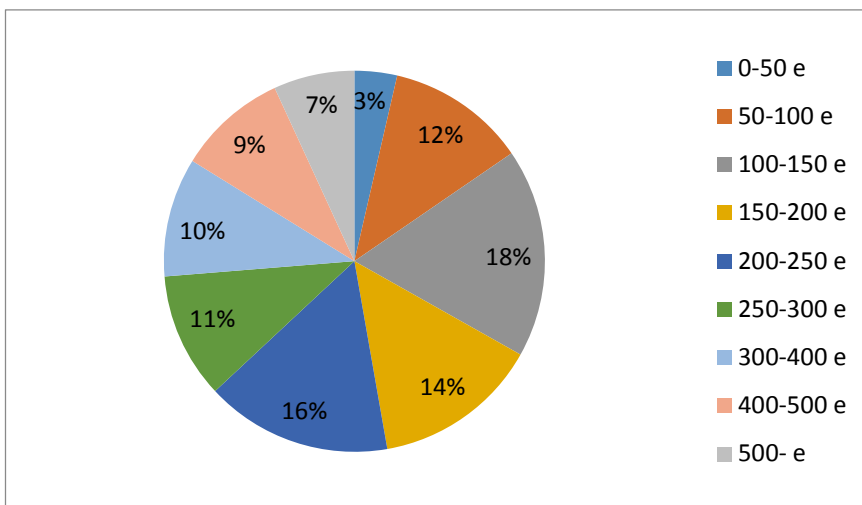
8. ábra: Éves utazási költség megoszlása abszolút értékben

Tovább elemezve a kérdőívünket kitöltők utazásra fordított kiadásaiak összegét úgy, hogy két, markánsan másként viselkedő szegmenst elkülönítünk, és őket hasonlítjuk egymáshoz, még érdekesebb összefüggéseket fedezhetünk fel (9. ábra). Aktivitás szempontjából nézve a következőket állapítottuk meg, miután az inaktív csoportba a tanulókat és nyugdíjasokat számítottuk bele, az aktív rétegbe pedig a többi korcsoportot, illetve konkrét foglalkozást megjelölőket értettük. Az inaktív rétegek költési hajlandósága, azaz tervezett utazási kiadásai, még az átlagosnál is jóval alacsonyabbak, mivel 50 ezer forint alatt, illetve 50-100 ezer forint között költő két csoport együttesen 40%-ot képvisel, amely igen magas aránynak tekinthető. A tanulók, diákok esetében még érthető, hogy nem rendelkeznek saját jövedelemmel, de a nyugdíjasok esetében elvileg rendelkezésre kellene állnia a magas diszkrecionális jövedelem aránynak, a gyakorlatban viszont ez nem mindig teljesül.

Sajnos az aktív csoport esetében sem sokkal nagyobbak a költségek (10. ábra), mivel a három legnagyobb arányú csoportban a költés 100 és 250 ezer forint közé esik, ezek együttes aránya közelíti az 50%-ot. A többi kategóriában is egyenletesebben költenek az aktív korosztály tagjai, így szinte mindegyik csoportban közelítik az arányok a 10%-ot, ellentétben az inaktív korcsoporttal, ahol a többi kategóriában már csak 5% körüli arányok fordulnak elő, és itt már magas költségnek számít az évi 250 ezer forint feletti kiadás is.

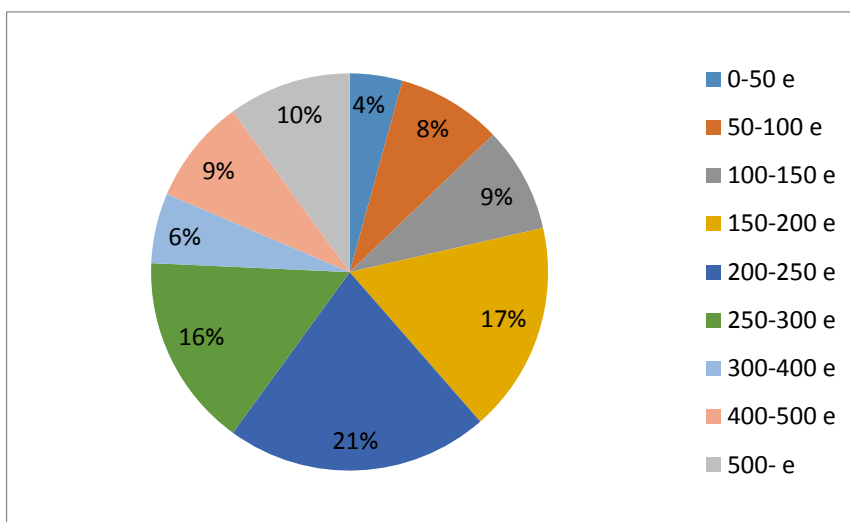


9. ábra: Inaktív kitöltők utazási kiadásainak megoszlása



10. ábra: Aktív kitöltők utazási kiadásainak megoszlása

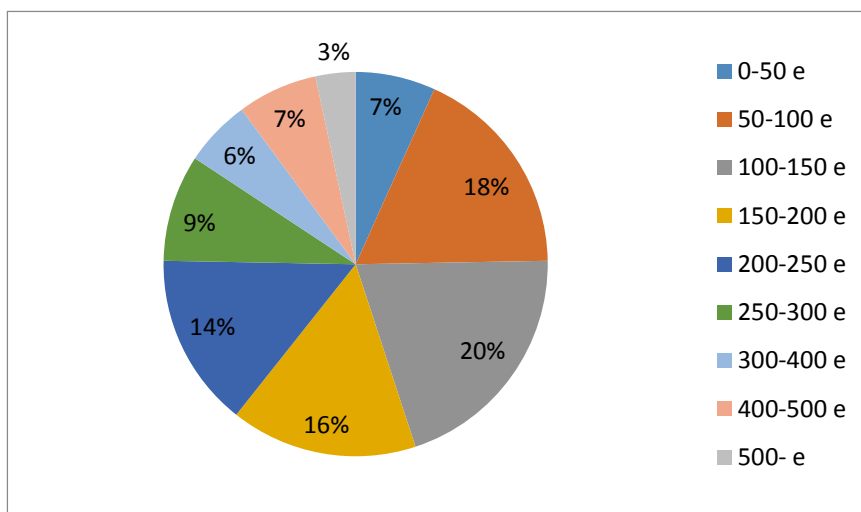
Amennyiben az utazásra szánt éves kiadásokat a kitöltőink esetében földrajzi megoszlás alapján bontjuk, akkor a következő különbségeket fedezhetjük fel az eredményekben (11. ábra). A dunántúliak leginkább 150 és 300 ezer forint között költenek évente utazásaikra, és ezek együttes aránya meghaladja az 50%-ot, amelyből a legnagyobb arányt a 200 és 250 ezer forintot költők teszik ki, mintegy 21%-kal, de a többi csoportban is közel 10% körüli arányok fordulnak elő, és az 500 ezer forint feletti éves költés is eléri a 10%-ot.



11. ábra: Dunántúlon élők utazási kiadásainak megoszlása

Ezzel szemben az ország keleti részében, illetve a Dunán innen élők költési nagysága jóval szerényebb, és a három legnagyobb arányú csoport 50 és 200 ezer forint között mozog, amelyek együttes aránya ugyanúgy néhány százalékkal meghaladja az 50%-ot (pontosan 54%) (12. ábra). Viszont itt a legnagyobb arányt (20%-ot), a 100 és 150 ezer forint között költő csoport teszi ki, a maradék költési arányok jóval 10% alatt maradnak, és a legmagasabb költési szintet – évi 500 ezer forint feletti kiadást - mindössze 3% tudja produkálni, ami kevesebb, mint a fele a dunántúli lakossági arálynak.

Ezek az eredmények is rámutatnak arra az életszínvonalbeli különbségekre, amelyek mind a mai napig léteznek az ország keleti és nyugati része között, hiszen sok egyéb dolog mellett turisztikai kiadásokra is jóval kevesebbet tudnak költeni a Dunától keletre élő lakosok, és a több költést is kevesebb lakos tudja megengedni magának, mint a Dunántúlon.

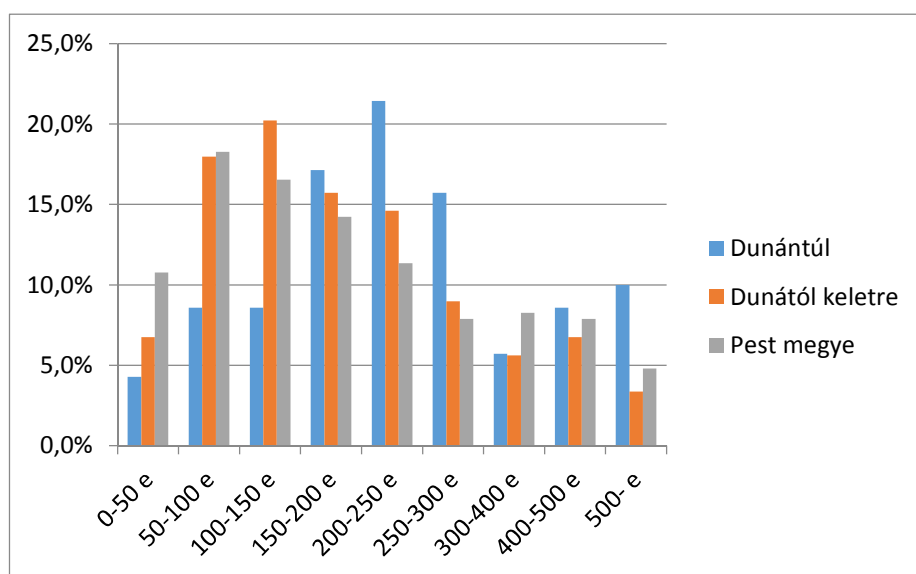


12. ábra: Dunától keletre élő lakosság utazási költségének megoszlása

Amennyiben még részletesebben elkülönítjük a földrajzi területeket költés szempontjából, akkor kimutatható, hogy Budapestet és Pest megyét kivéve a két csoportból, és elkülönítetten harmadik csoportként kezelve, megállapítható, hogy a kisebb éves költsékek esetében (150 ezer forintig) a főváros és Pest megye együtt mozog a keleti országrész arányaival magasabb arányokat produkálva, és a Dunántúlon élők közül viszont jóval kevesebben költenek kisebb összegeket utazásra évente (13. ábra). A magasabb éves költséknél (évi 200 ezer forint felett) meglepő módon

szintén együtt mozog – és marad le - a főváros és Pest megye Kelet-Magyarországgal együtt, és a Dunántúl messze felülmúlja a többet költő résztvevőket abszolút értékben és arányokban egyaránt.

Azaz a fővárosi és Pest megyei lakosság utazási intenzitása ugyan magas, de a lakosság összetétele igen vegyes, jövedelmi viszonyait tekintve bőven találunk magas és alacsony jövedelmű fogyasztókat, de összességében és karakterében mégis inkább a keleti országrész alacsonyabb életszínvonalú, és költéskészségű lakosaihoz hasonlítható, és fogyasztói magatartásában vele mutat hasonló vonásokat, és nem a dunántúli országrésszel, illetve annak lakosainak turisztikai fogyasztási szokásaival.



13. ábra: Földrajzi bontás szerinti utazási kiadások megoszlása

5. Összefoglalás

Kutatásunkban az Utazás Kiállítás, mint a turisztikai szakma legnagyobb és legjelentősebb, és egyben egyedüli országos szintű szakmai és közönség rendezvényének látogatói összetételét vizsgáltuk, amelynek során felállított hipotéziseinket mind sikerült igazolnunk, de néhány feltételezésünk bizonyításánál meglepő, és árnyaltabb eredményeket kaptunk az elvárnál.

Elsőként feltételeztük, hogy a szakma egyetlen országos szintű rendezvényére az ország minden területéről érkeznek, de a fővárosból, és

vonzáskörzetéből értelemszerűen magasabb arányban. Ez a feltételezésünk egyértelműen bizonyítást nyert, hiszen a kiállításra érkezők igen jelentős része fővárosi, illetve a közeli agglomerációs települések lakosaiból került ki, de az, hogy ennyire domináns Budapest és Pest megye aránya az összes látogató között, számunkra is részben meglepő eredmény, részben viszont logikusan következik a napjainkban már a vidéki nagyvárosokban is megrendezendő hasonló Utazás Kiállítások elszippantó erejének következtében.

Ezt a kiugróan magas fővárosi és Pest megyei látogatói arányt sajnos nem tudjuk teljesen összevetni a Hungexpo saját felméréseivel (Hungexpo, 2014, 2015, 2016, 2017), mivel ezekben a jelentésekben a lakóhelyre más kategóriabontásban kérdeztek rá. Budapestet kiemelték ugyan, de a következő kategória a környező települések, majd azt követően más vidéki városok és községek néven futnak, amelynél nem tudható pontosan, hogy hol húzták meg környező települési határt, illetve ki, mit értett más – de pl. Pest megyei vagy távolabbi – településen.

Második hipotézisünk egyértelműen beigazolódott, hiszen felmérésünkben messze nagyobb arányban szerepeltek nemcsak a középiskolai végzettségűek, hanem a felsőfokú végzettségűek is. Ha ehhez hozzászámítjuk, hogy a középfokú végzettségű látogatók jelentős része még jelenleg is tanulói, illetve hallgatói státuszban van, akkor megállapítható, hogy az utazási intenzitás, és ezzel együtt az Utazás Kiállítás meglátogatása iránti igény/vágy sokkal erősebben létezik a magasabb iskolai végzettségűek körében. Az utazások gyakorisága, illetve a turizmusban való részvétel és az iskolai végzettség között szoros korreláció létezik, amit más empirikus kutatások is alátámasztanak, hazai és nemzetközi vonatkozásban egyaránt (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2015; Magyar Turisztikai Ügynökség, 2016), és ezt mi is igazoltuk felmérésünkben. Ez biztos támpontot jelent a kiállítók számára, és az ott megjelenő szolgáltatók ajánlati csomagjainak összeállításában is, hiszen megismerve e rétegek keresleti igényeit sokkal célzottabban tudnak megjeleníteni kínálatukkal ezeken a kiállításokon is.

Harmadik állításunk szerint a munkaerő piaci szempontból aktív látogatók sokkal többet költenek, mint az inaktív látogatók. Ez a hipotézisünk alapján igaznak bizonyult, mivel felmérésünk szerint közel kétszeresét költik az aktív korosztályok az inaktív kiadásaihoz képest, azaz az 50-100 ezer Ft helyett közel 200 ezer Ft-ot, de összességében mindkét csoport költési hajlandósága még mindig meglehetősen alacsony szinten mozog, ha egy utazásra, illetve egy főre

tovább bontjuk az összeget. Felmérések szerint, akik utaznak, ők többször utaznak egy évben, de közlekedésben, elszállásolás, ellátás, és egyéb igényelendő programokban, vásárlásokban meglehetősen eltérő képet mutatnak, és nagyon heterogén csoportnak bizonyulnak mindkét kategóriában (24.hu, 2016).

Végül negyedik, utolsó hipotézisünk okozta a legnagyobb meglepetést, mely szerint hamisnak bizonyult az az állításunk, hogy a fővárosiak és a dunántúliak hasonló fogyasztói magatartást követve jóval többet költenek a keleti országrészben lakóknál. Kutatásunk szerint ugyanis a dunántúliak valóban többet költenek, mint a Dunától keletre élők, de a főváros és Pest megye - meglehetősen heterogén összetételéből következően – inkább a keleti országrész lakosaihoz hasonlít, és kevesebbet költ a dunántúli fogyasztóknál. Számszakilag a keleti országrészben élők legnagyobb aránya 100 ezer forint körül költ egy évben utazásaira, és mindössze 3% költ fél millió forintnál is többet, míg a dunántúli lakosok legjelentősebb aránya a dupláját, azaz kb. 200 ezer forintot költ leginkább évente utazásra, és közel 10%-a 500 ezer forint felett tud költeni utazásra évente.

Összességében felmérésünk jól körülhatárolható demográfiai tendenciákat, és az utazási szokásokhoz kapcsolódó összefüggéseket tárt fel, amelynek további eredményeit és következtetéseit, tanulságait más cikkek elemzéseiben is tárgyalni fogjuk.

Jelen kutatás célja az Utazás Kiállítás látogatói összetételének vizsgálata volt, és ehhez kapcsolódóan a változó utazási szokások és utazás kiállítások látogatási hajlandóságának elemzését végeztük el, amelyből e cikkben kizárólag a demográfiai összefüggéseket tártuk fel. Az világosan kirajzolódik, hogy e témával továbbra is érdemes foglalkozni, mivel annak ellenére, hogy a XXI. század már az online világot jelenti a turizmusban és szabadidő eltöltésében egyaránt, a fogyasztók demográfiailag egy jól körülhatárolható része továbbra is igényli a személyes kapcsolatok kiépítését, és a verbális kommunikációt, amelynek egyik leghatékonyabb színtere az utazási kiállításokon történő részvétel, és a szolgáltatókkal történő közvetlen kommunikáció.

Irodalomjegyzék

Mester Tünde (2013) Az európaiak turizmussal kapcsolatos attitűdjei. Turizmus Bulletin Vol. XV. (2013) No. 2. pp 61-63. http://itthon.hu/documents/28123/7225205/TB2013%282%29_mester_61_63.pdf/01290c4e-6fc3-4cda-b87f-9611e8b686f7 (Utolsó letöltés: 2017. 10. 10.)

UNWTO (2017) International tourism - strongest half-year results since 2010. UNWTO World Tourism Barometer. <http://media.unwto.org/press-release/2017-09-07/international-tourism-strongest-half-year-results-2010> (Utolsó letöltés: 2017. 10. 10.)

Papp-Váry Árpád (2009) JPÉ marketing Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel. BKF-Századvég Kiadó, majd Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest.

Kotler, P. – Keller, K. L.: Marketing management. Pearson, New York, 2016.

Gyórfy Árpád (2017) Budapesti Utazás Kiállítás – Úgy tűnik lassan teljesen elutazóban. http://www.balatontipp.hu/balaton_i_hirek/budapesti-utazas-kiallitas-ugy-tunik-lassan-teljesen-elutazoban/ (Utolsó letöltés: 2017. 10. 10.)

Turizmus Online (2015) Ezt gondolják a kiállítók az Utazás Kiállításról. http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/ezt_gondoljak_a_kiallitok_az_utazas_kiallitasrol (Utolsó letöltés: 2017. 10. 12.)

Hungexpo (2015) Nagy siker volt az Utazás kiállítás. <http://hungexpo.hu/hu/news/nagy-siker-volt-az-utazas-kiallitas> (Utolsó letöltés: 2017. 10. 01.)

Sziva Ivett – Nemeslaki András: Utazás E-világban Internet és versenyképesség a turizmusban. Információs Társadalomért Alapítvány, INFOTA Kutatóintézet, Budapest, 2016.

Faragó Hilda (2000) Idegenforgalmi rendezvények és kongresszusok szervezése. Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft., Budapest.

Hungexpo belső vállalati anyagai az Utazás Kiállítás látogatói összetételéről és elégedettségéről 2014., 2015., 2016., 2017.

Magyar Turisztikai Ügynökség (2015) A magyar lakosság belföldi és külföldi utazásai 2015-ben – A KSH keresletfelmérésének adatai alapján.

http://itthon.hu/documents/28123/4083489/Magyarok_utazasai_2015.pdf/1f21f4ef-59ff-4e93-9de7-0a5f67579ca8 (Utolsó letöltés: 2017. 10. 14.)

Magyar Turisztikai Ügynökség (2016) A magyar háztartások utazási jellemzői, 2016 – KIVONAT.

http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/4097354/A_magyar_haztartasok_utazasai_2016_kivonat.pdf/efdacd62-1477-4bc9-81fa-def342f605f3
(Utolsó letöltés: 2017. 10. 14.)

24.hu (2016) Átalakulnak az utazási szokások.

<http://24.hu/fn/penzugy/2016/03/25/atalakulnak-az-utazasi-szokasok/>
(Utolsó letöltés: 2017. 10. 10.)

A KELETI NYITÁS POLITIKÁJÁNAK HATÁSA A POSZTSZOVJET TÉRSÉG ÉS MAGYARORSZÁG TURISZTIKAI KAPCSOLATAIRA

DR. SZEGEDI ANDREA

külgazdasági koordinátor
Külgazdasági és Külügyminisztérium
szegedi0713@gmail.com

Absztrakt

A Keleti Nyitás politikáját a külkereskedelmi forgalmon és befektetéseken túl a célországokból érkező magyarországi beutazó turizmus (szolgáltatásexport), illetve a magyar turisztikai befektetési és tudástranszfer lehetőségek (technológiaexport) szempontjából is érdemes vizsgálni. A Keleti Nyitás politikájában – közvetlenül, vagy közvetve – a turisztikai kapcsolatok fejlesztése is helyet kap. Bár az e vonatkozásban elérhető adatok nem teljes körűek, kirajzolódik, hogy a reláció minden államára ható oroszországi és ukrainai gazdasági válság, valamint nyersanyagár-csökkenés az áruforgalomhoz képest a turizmusban kevésbé érezteti negatív hatását. Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy 2011-2016 között hogyan alakultak a kiválasztott térség (Kelet-Európa, Dél-Kaukázus, Közép-Ázsia, Mongólia) és Magyarország közötti vendégforgalom mutatói, milyen tendenciák érvényesültek, melyek hatással voltak a kétoldalú turisztikai forgalomra.

Kulcsszavak: Keleti Nyitás, Kelet-Európa, Dél-Kaukázus, Közép-Ázsia, Mongólia, turizmus, szolgáltatások külkereskedelmi forgalma

Bevezetés

A Keleti Nyitás politikáját a magyar kormány 2011-ben hirdette meg. A külgazdasági stratégia célja a magyar vállalatok keleti irányú, azaz Kína, Oroszország és egyes FÁK országok felé történő piaci térnyerésének elősegítése. Ebben a folyamatban prioritást élvez a hazai KKV-szektor piacszerzésének elősegítése.

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai alapján a legutoljára 2016-ban összeállított Turizmus Szatellit Számla szerint a 2013-ban a turizmusra jellemző ágazatok hozzáadott értéke a GDP-hez 5,6% volt, ez a multiplikátorhatással együtt 6,1%-ot jelent. A foglalkoztatottak száma 346 ezer fő, a turizmusban közvetlenül betöltött állások aránya a nemzetgazdaságban foglalkoztatottak 9,1%-át tette ki.¹

Magyarországon a turizmusban kiemelkedő szereppel bírnak a KKV-k, jelentős mértékben hozzájárulva a nemzetgazdasághoz és a foglalkoztatottsághoz. Ezen adatok alapján indokolt megvizsgálni, hogy a turizmus mint a magyar gazdaság egyik jelentős ágazata, milyen eredményeket ért el a Keleti Nyitás kontextusában. Jelen háttéranyag a következő országokra leszűkítve vizsgálja a Keleti Nyitás piacait: Kelet-Európa (Ukrajna, Belorusz, Moldova); Dél-Kaukázus (Azerbajdzsán, Georgia, Örményország), Közép-Ázsia (Kazahsztán, Kirgizisztán, Tádzsikisztán, Üzbegisztán, Türkmenisztán) és Mongólia. A választás azért esett ezekre az országokra, mert Ukrajnát leszámítva nincsenek a magyar turisztikai adatgyűjtések és kutatások fókuszában, ugyanakkor a Keleti Nyitás politikájában komoly szerepet játszanak.

1. Az egyes országok és Magyarország turisztikai kapcsolatrendszere

A vizsgált országok kapcsán a földrajzi távolságok miatt – különösen Dél-Kaukázus és Közép-Ázsia esetében – meghatározó a légi összeköttetés. 2016-ban a WizzAir Budapest-Kijev útvonalon heti 4-5, Budapest-Baku között heti 1, Budapest-Kutaiszi között heti 2 járatot üzemeltetett; a Belavia Belarusz Légitársaság pedig Budapest-Minszk útvonalon heti 3 járatot². A kazahsztáni Atyrauba a Travel Service üzemeltet havi egy charter járatot. Ez elsősorban az ott dolgozó magyarokat szállítja, így turisztikai szempontból nem releváns. Kazahsztánnal (Budapest-Asztana) kapcsolatban vannak kormányzati tárgyalások közvetlen légi összeköttetésre. Összefoglalva elmondható, hogy 2011 óta 5 járat nyílt a térségbe, ebből 4 releváns a turizmus

¹ KSH, Turizmus Szatellit számlák, 2013
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/turizmszatt/turizmszat13.pdf> letöltve 2017. 10. 03.

² Budapest Airport 2016. novemberi tájékoztatása alapján. Mivel dolgozatomban a 2011-2016 közötti időszakot vizsgálom, a felsorolásban nem szerepelnek a 2017. évi járatbővítések (pl.: A Budapest – Kijev útvonalon és a Budapestet Aszتانával összekötő közvetlen WizzAir járat; az Ukrán légitársaság által indított heti 7 járat a Kijev-Budapest útvonalon).

szempontjából, amiből 3 járat új desztinációt nyitott meg. A havi chartert nem számítva ez heti 10-11 járatot jelent.

Magyar nemzeti turisztikai képviselő³ a vizsgált időszakban csak Ukrajnában működött, Belarusz, Azerbajdzsán és Kazahsztán esetében a moszkvai székhelyű magyar nemzeti turisztikai képviselő látta el a turisztikai marketing és promóciós tevékenységet, a többi ország esetében csak eseti megjelenésről beszélhetünk. A kedvező Magyarország kép kialakításához azonban jelentős mértékben hozzájárultak az adott térségbe akkreditált magyar nagykövetségek, melyek száma 2011-et követően szintén növekedett. Ulánbátorban (Mongólia) 2015-ben, Taskentben (Üzbegisztán) 2016-ban nyílt magyar nagykövetség. Ukrajnában, Belaruszban, Moldovában, Georgiában, Kazahsztánban és Azerbajdzsánban már korábban is működött magyar nagykövetség. Kirgizisztánban, Tádzsikisztánban és Türkmenisztánban nincs magyar nagykövetség, utóbbiba a taskenti magyar nagykövetség került akkreditálásra, míg az említett első két országban a kazahsztáni magyar nagykövetség látja el a diplomáciai feladatokat. Örményországgal jelenleg nincs diplomáciai kapcsolatunk.

2. A vendégforgalom alakulása Magyarország és a vizsgált országok viszonylatában

2.1. Ukrajna

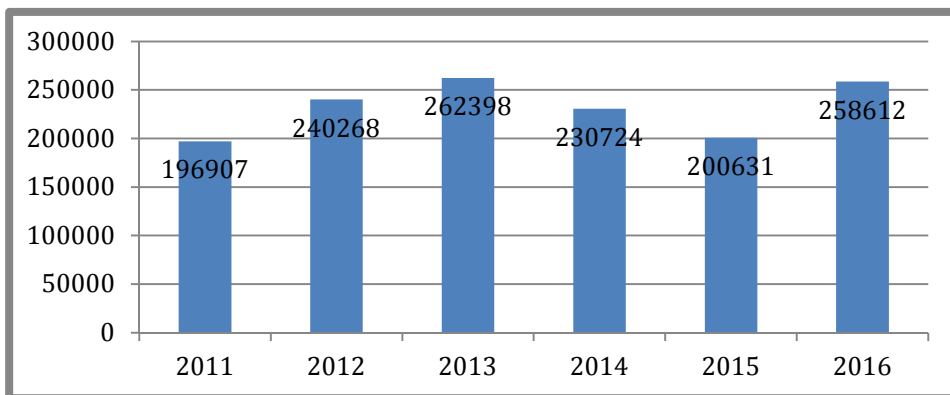
A Malév napi, míg az Aerosvit heti 10 járatot üzemelt Kijevbe 2011-ben, majd mindkét légitársaság csődbe ment. A WizzAir 2012. decemberében kezdte meg üzemelését napi járatral, ami fokozatosan heti 4-5 járatra csökkent. Odessza – Budapest járatot üzemelte a Malév, amit a csőd után senki nem indított újra.

Az ukrán vendégforgalom vegyes képet mutat a 2011-2016 közötti időszakban. Míg 2011-2013 között növekvő tendencia jellemezte, ezt követően az egyre mélyülő gazdasági válság hatása érezhető a turizmusban is, az ukrán vendégéjszakák száma visszaesett a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, de a csökkenés mértéke nincs arányban a válsággal, illetve 2016-ban újra növekedési pályára állt. Ez annak is köszönhető, hogy Ukrajnában évtizedeken át működött

³ 2016. május 31-ig a Magyar Turizmus Zrt, ezt követően jogutódja, a Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt.

turisztikai kirendeltség, melyet 2016. december 31-én zárt be a Magyar Turisztikai Ügynökség. A magyarországi turisztikai kínálat, annak ár-érték aránya is megfelelő, illetve számos olyan folyamat zajlik Ukrajnában, amit Magyarország ki tud aknázni. Az eddig is komoly problémákkal küzdő egészségügyi ellátás színvonala aligha fog javulni belátható időn belül, sőt feltételezhető, hogy a gazdaság romló helyzete miatt az állami finanszírozás tovább fog csökkeni. Ukrajnában nincs szociális betegbiztosítás, így az egészségügyi ellátásért fizetni kell. A fejletlen technológia vagy az adott egészségügyi szolgáltatás hiánya miatt eddig is sok ukrán lakos utazott külföldre gyógykezelésért. Várhatóan ez a továbbiakban is így marad, illetve növekszik az ukrán egészségügyi turisták száma. Magyarország jó piaci pozíciókkal rendelkezik ezen a területen, érdemes ezt tovább erősíteni. Különösen nagy szerephez jutnak a keleti országrészben található gyógyfürdők, gyógyszállók, illetve külföldi betegek ellátást is végző egészségügyi intézmények, hiszen földrajzi közelségük miatt a közlekedési költségek is alacsonyabbak. Ezt alátámasztja az is, hogy 2016-ban újra nőttek az ukrán vendégéjszakák a magyar kereskedelmi szálláshelyeken, mégpedig a külföldi vendégéjszakák számának átlagos 6,5%-os növekedését jelentősen meghaladó mértékben, 29%-kal. Ukrajna kapcsán a KSH közöl turisztikai keresletre vonatkozó adatokat, ezekből nyomon követhető az ukrán beutazó forgalom alakulása, ez 200-260 ezer fő/év között alakult az utóbbi öt évben. Ukrajna a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszaka számok alapján 2016-ban Magyarország 16. legfontosabb küldőpiaca volt ⁴. Nemzetközi összehasonlításban nem tudjuk megítélni Magyarországnak az ukrán kiutazó turizmusban elfoglalt helyét, mivel az ukrán statisztikai hivatal alig néhány ország esetében közöl kiutazó forgalomra vonatkozó adatot, azt sem rendszeresen.

⁴ KSH www.ksh.hu letöltve 2016. 11. 24.



1.ábra: Ukrán vendégéjszakák száma a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken 2011-2016

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (KSH)

2.2. Belarusz

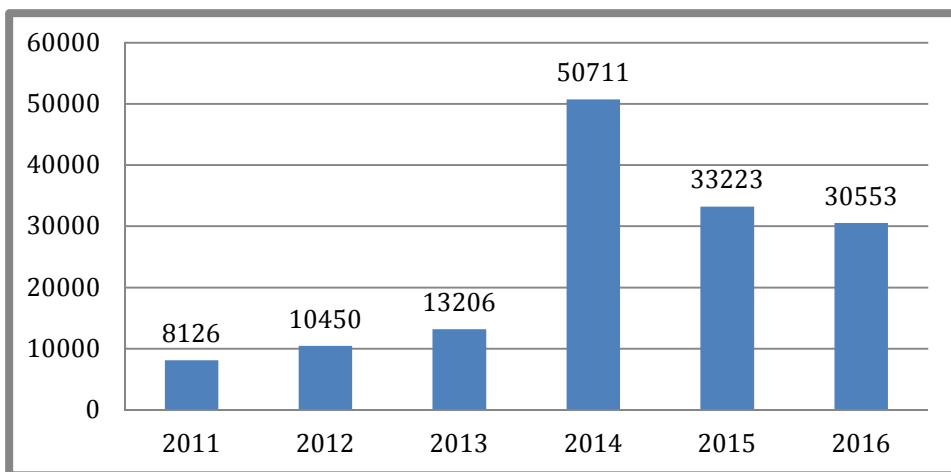
A KSH nem gyűjt és nem közöl adatokat a vendégek és a vendégéjszakák számáról, de szerepel a KSH OSAP 1035 „Jelentés az utazásszervezői tevékenységről” adatgyűjtésben⁵. Ennek alapján 2015-ben magyarországi iroda szervezésében 4 050 belorusz turista 6 169 vendégéjszakát töltött a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken. A belorusz Statisztikai Hivatal adataiból látszik, hogy a Magyarországra szervezeten utazó belorusz turisták száma 2011 óta dinamikusan nő, a növekedés csak az elmúlt évben, 2016-ban torpant meg, melynek hátterében a belorusz gazdaság komoly problémái állnak (2011-ben 692 fő; 2012-ben 3587 fő; 2013-ban 5498 fő; 2014-ben 8489 fő, 2015-ben 8489 fő, 2016-ban 5624 fő utazott szervezett módon Magyarországra). A 2016-ban tapasztalt csökkenés is messze elmarad az összes, szervezett keretek között utazó belorusz turisták számának csökkenésétől, mely 2016-ban az előző évhez képest 33% volt⁶. Belarusz esetében az adatok vizsgálata során azt is számításba kell venni, hogy sokan saját maguk szervezik az utazásukat, sem belorusz, sem magyar utazási iroda szolgáltatásait nem veszik igénybe vagy csak esetlegesen belorusz utazási irodáét, mely közvetlenül foglal a magyar kereskedelmi szálláshelyen. Így a belorusz statisztikai

⁵ Az adatgyűjtés eredményeit összefoglaló anyagot a szerző a KSH-tól kérte meg.

⁶ Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь . статистический сборник

<http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/7c2/7c2d23796b490702882976660ca7c763.pdf>
letöltve 2017. 10. 02.

összefoglalókban szereplő, kizárólag utazási irodával utazó, illetve a KSH adatgyűjtésében szereplő belorusz turisták száma a valóságban lényegesen magasabb lehet. A nem szervezett keretek között, de turisztikai céllal Magyarországra érkező belorusz állampolgárokról nincs jelenleg elérhető adat. A Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő belorusz személyek számára vonatkozóan rendelkezünk adatokkal, viszont az utazás céljára vonatkozó megbontást nem tartalmazza ebben az esetben a KSH adatbázis, így ezen személyek nem feltétlenül turisztikai céllal érkeztek.



2.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő belorusz személyek száma 2011-2016

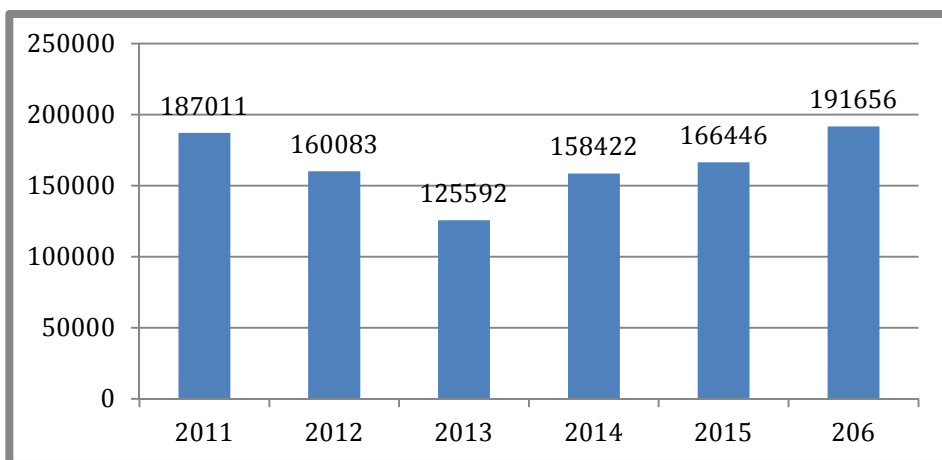
Forrás: KSH

2.3. Moldova

A KSH OSAP 1035 adatgyűjtés alapján 2015-ben magyarországi iroda szervezésében 687 moldovai turista 1 718 vendégéjszakát töltött a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken. Moldovába utazó magyar turistát kettőt regisztrált a kérdőív, akik 3 vendégéjszakát töltöttek Moldovában. A moldovai Statisztikai Hivatal az utazási irodán keresztül kiutazó moldovai turisták számát publikálja, e szerint 2011-2015 között 700 és 1100 fő között ingadozott a létszámuk, 2016-ban 998 fő volt⁷. Hasonlóan Belaruszhoz, a földrajzi közelség miatt Moldova esetében is nagy számban érkezhetnek nem szervezett úton moldovai

⁷ Национальное Бюро Статистики Республики Молдова
<http://www.statistica.md/category.php?l=ru&idc=293> letöltve 2017. 10. 03.

állampolgárok turisztikai céllal Magyarországra. Ez vélhetően a moldovai állampolgárokra vonatkozó vízumkényszer megszűnésével (2014. áprilistól) tovább növelte az egyéni turisták száma, akik az említett statisztikai adatokban nem jelennek meg. Számításba kell azt is venni, hogy Moldovában a 3,5 milliós lakosságból közel 500 ezren román állampolgársággal és útlevelemmel is rendelkeznek, ezt használják is utazásaik során, így valószínűsíthető, hogy a KSH statisztikájában román turistaként jelennek meg. A Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő moldovai személyek számára vonatkozóan rendelkezünk adatokkal.



3.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő moldovai személyek száma 2011-2016,
Forrás: KSH

2.4. Azerbajdzsán

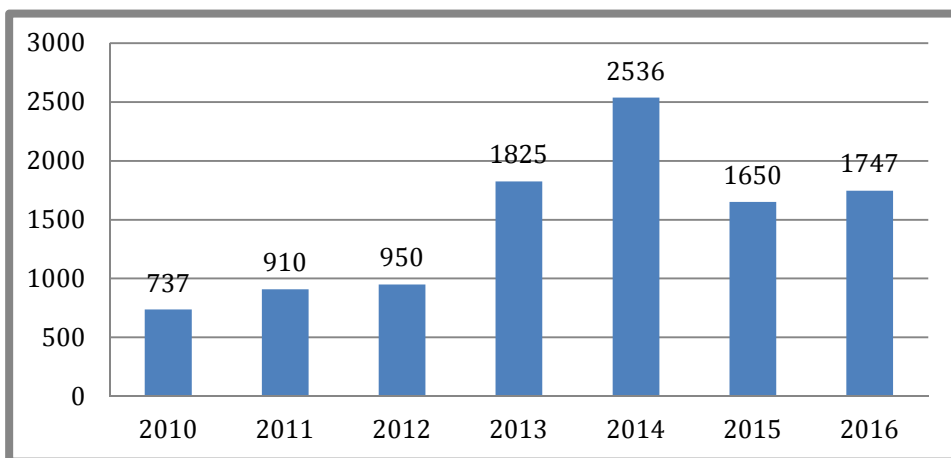
A turizmus a gazdaság dinamikusan növekvő ágazata Azerbajdzsánban. 2010 és 2015 között a turizmusban közvetlenül foglalkoztatottak száma 36 899-ről 49 449-re nőtt, a gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása 2015-ben a GDP 4,5%-a (2013-ban 4,1%; 2014-ben 3,6%) volt. 2003 és 2013 között a külföldi turisták száma megduplázódott, 2013-ban elérte a 2,5 millió főt, ez 2014-ben 2,3, 2015-ben 2 millió före csökkent. 2016-ban újra növekedésnek indult (2,24 millió fő)

A külföldre utazó azeriek száma 2011-ben elérte az 1,24 milliót, mely ezt követően csökkenő tendenciát mutat; 2016-ban mindösszesen 689 ezer azeri utazott turisztikai céllal külföldre, ami 44%-os csökkenés 2011-hez

képest. Ez javarészt a 2014 óta tartó, a térséget sújtó gazdasági válsággal magyarázható.⁸

A KSH OSAP 1035 adatgyűjtés alapján 2015-ben magyarországi utazásszervező szervezésében 165 azeri turista 868 vendégéjszakát töltött a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken. A kérdőív adatai szerint 23 magyar turista utazott Azerbajdzsánba, akik 143 vendégéjszakát töltöttek ott.

Az Azerbajdzsánba turisztikai céllal érkező magyarok számában a 2013 év közepétől 2014 év végéig üzemelő WizzAir járat komoly növekedést generált, ami a járat megszüntetésével visszaesett. A WizzAir 2013 júniusában indította közvetlen Budapest-Baku járatát, amelyet 2014 októberében technikai és üzleti okokra hivatkozva felfüggesztett. A politikai szintű interveniálásoknak is köszönhetően az új járatüzemeltetési szerződés 2015. október 28-án aláírásra került és a WizzAir Budapest-Baku közvetlen légi járata 2016. március 27. óta ismét üzemel.



4.ábra: Azerbajdzsánba utazó magyar turisták száma az azeri Statisztikai Hivatal adatai alapján (fő) 2010-2016

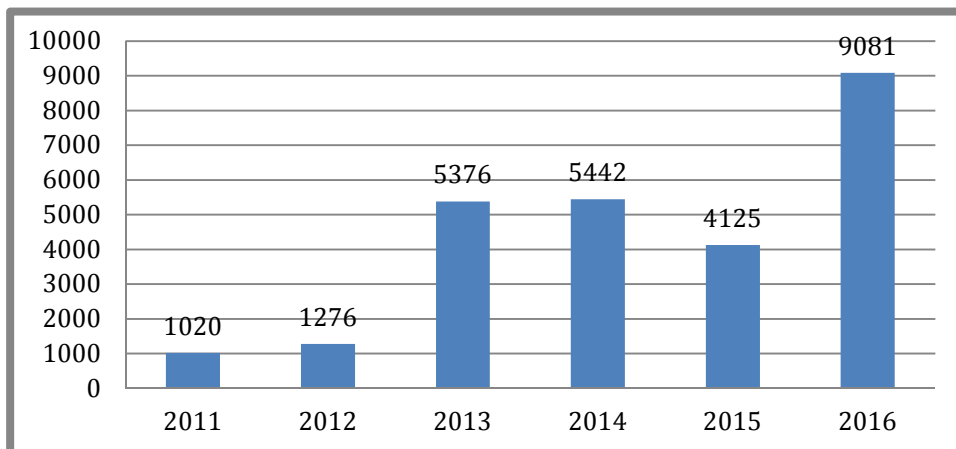
Forrás: The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan⁹

A 2016-ban újraindított járat folyamatos üzemeltetéséhez mind a kiutazó, mind a beutazó forgalom stabilizálódása és növekedése elengedhetetlenül szükséges. Ez jelentős mértékben hozzájárulhat az azeri turisták

⁸ The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan <http://www.stat.gov.az> letöltve 2017. 10. 03.

⁹ Tourism in Azerbaijan –Statistical yearbook 2017 <http://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en> letöltve 2017. 10. 03.

számának a növekedéséhez. A KSH Azerbajdzsán esetében sem publikál turisztikai forgalomra vonatkozó adatokat, de a rendelkezésre álló számokból látszik, hogy határátlépések száma növekszik. A földrajzi távolság miatt valószínűsíthető, hogy ebben az esetben a határátlépők jelentős része több mint 24 órára érkezett, illetve igénybe vesz kereskedelmi szálláshelyet. A számok pedig egyértelműen igazolják a közvetlen járat fontosságát.



5.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő azeri személyek száma 2011-2016

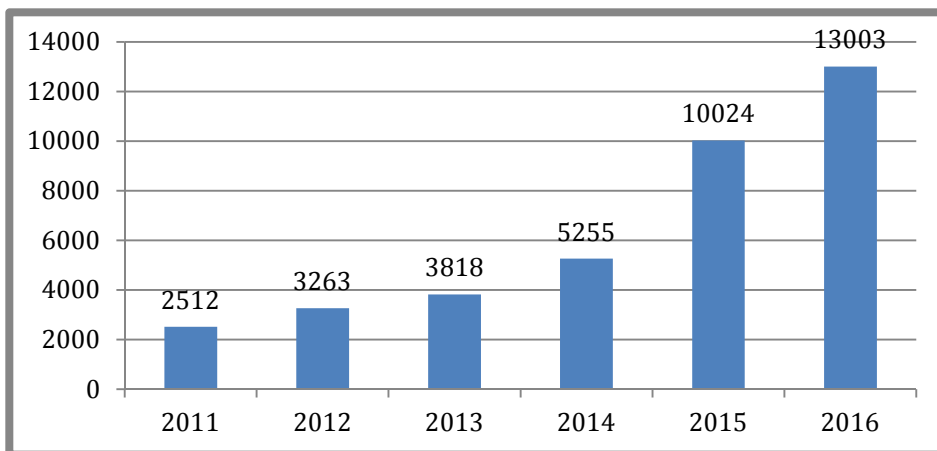
Forrás: KSH

2.5. Georgia

Georgia a vizsgált országokból szintén azok közé tartozik, ahol a turizmus mint gazdasági ágazat prioritást élvez. 2016-ban Georgiába 2 714 773 turista látogatott, ami a 2015-ös adathoz képest 19%-os emelkedést jelent. A turizusból származó bevételek elérték az 1,7 milliárd USD összeget. A kormány kiemelt hangsúlyt fektet a turizmus fejlesztésére. Ennek érdekében sok ország állampolgárai számára egyoldalú vízummentességet biztosítanak, fejlesztik a magashegyi infrastruktúrát (kis repülőterek építése, sí-központok létrehozása, felújítása) és országszerte nagy volumenű szállodaépítési projekteket valósítanak meg.

A WizzAir 2014. októberétől indította közvetlen Budapest-Kutaiszi járatát. Georgia szerepel a KSH OSAP 1035 „Jelentés az utazásszervezői tevékenységről” adatgyűjtésben. Ennek alapján 2015-ben magyarországi tour operator szervezésében 54 Georgiából érkezett turista 134

vendégéjszakát töltött a kereskedelmi szálláshelyeken. Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő georgiai személyek száma ennél lényegesen magasabb.

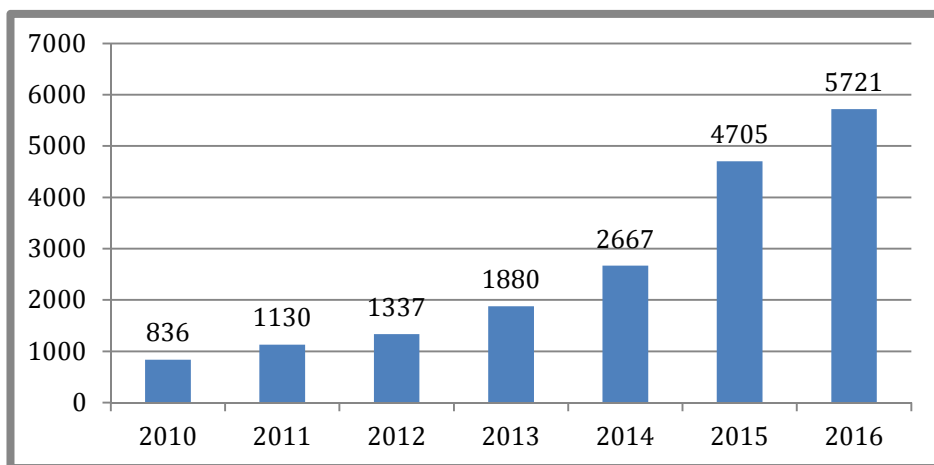


6.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő georgiai személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

A KSH adatgyűjtése szerint magyar tour operatorok szervezésében 2015-ben 361 magyar turista 3 965 vendégéjszakát töltött Georgiában.

A georgiai Turisztikai hivatal adatai alapján 2015-ben 4 705, 2016-ban 5 721 (+22%) magyar utazott Georgiába. A magyarországi turisztikai kínálatban – áttekintve a tour operatorok ajánlatait - a vizsgált relációk közül Georgia a legnépszerűbb.



7.ábra: Georgiába utazó magyar turisták száma az georgiai Turisztikai Hivatal adatai alapján (fő) 2010-2016

Forrás: Georgian National Tourism Association¹⁰

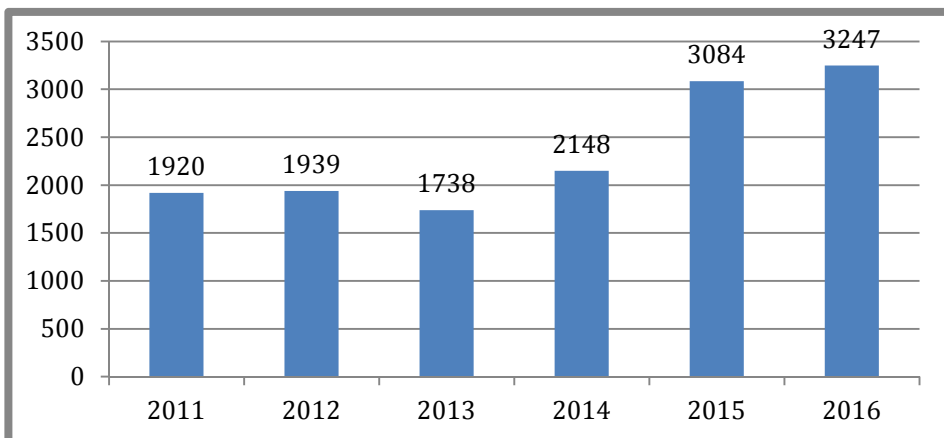
2.6. Kazahsztán

Kazahsztánban a turizmus nem kiemelt gazdasági ágazat, ezt mutatja az is, hogy a kereskedelmi szálláshelyek kapacitáskihasználtsága rendkívül alacsony, az országos átlag 2015-ben 23,5% volt, bár 2010 és 2015 között a szálláshelyek száma 56,4%-kal nőtt (2015-ben 2338 szálláshelyet tartottak nyilván). Valószínűsíthetően jelentős áttörést okoz majd az asztanai EXPO, melynek kapcsán nő a nemzetközi turistaforgalom és hozzájárul Kazahsztán mint turisztikai desztináció pozitív megítéléshez.

A KSH OSAP 1035 adatgyűjtés alapján 2015-ben magyarországi tour operator szervezésében 15 magyar turista 145 vendégéjszakát töltött a kazah kereskedelmi szálláshelyeken. Magyar tour operator szervezésében 6 fő utazott Magyarországra, akik 18 vendégéjszakát töltöttek el. A Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő kazah személyek száma ennél magasabb, de a fejlődés dinamikája elmarad az eddig vizsgált országokétól. Ennek oka a jelentős földrajzi távolság és a vizsgált időszakban a közvetlen járat hiánya¹¹.

¹⁰ Georgian National Tourism Association <https://gnta.ge> letöltve 2017. 10. 03.

¹¹ 2017 júniusában megnyílt az Asztana-Budapest járat, mely nyilván ösztönzően hat a kazah állampolgárok magyarországi utazására is.



8.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő kazah személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

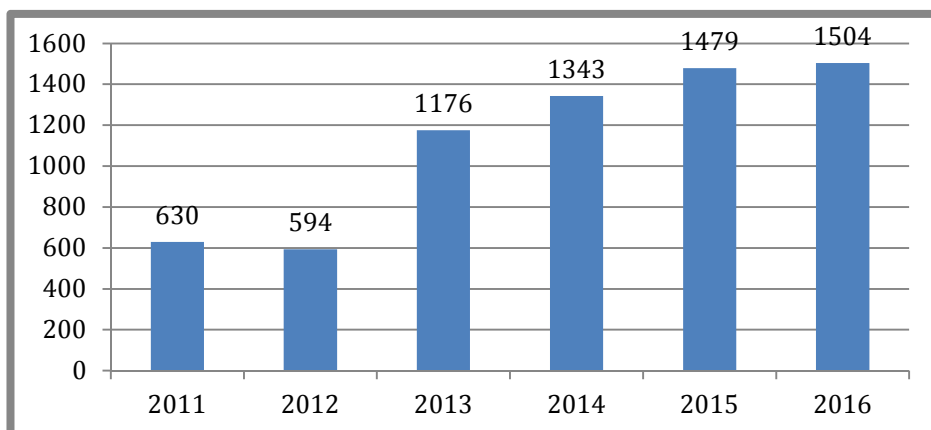
2.7. Örményország

Örményország azért is érdekes desztináció, mert ez az egyetlen ország, mellyel a vizsgáltak közül jelenleg nincs Magyarországnak diplomáciai kapcsolata, ugyanakkor szerepel a magyar utazási irodák kínálatában¹². Örményország Nemzeti Statisztikai Szolgálat 2011-től publikál a weboldalán a beutazó és a kiutazó turizmusra vonatkozó adatokat, melyek a határátkelők statisztikai adatszolgáltatásán alapulnak, de módszertanuk megfelel a UNWTO ajánlásának. 2016-ban Örményországba 1 259 657 turista látogatott, ami a 2015-ös adatokhoz képest 5,6%-os növekedést jelent¹³.

A Magyarországra turisztikai céllal érkező örmény állampolgárokra vonatkozóan a KSH nem végez adatgyűjtést, így az egyetlen rendelkezésünkre álló adat hazánk schengeni külső határszakaszain belépő örmény személyek száma.

¹² A diplomáciai kapcsolatok megléte nem feltétele a beutazásnak, de az országimázs építést mindenképpen megkönnyíti.

¹³ National Statistical Service of the Republic of Armenia armstat.am letöltve 2017. 10. 03.



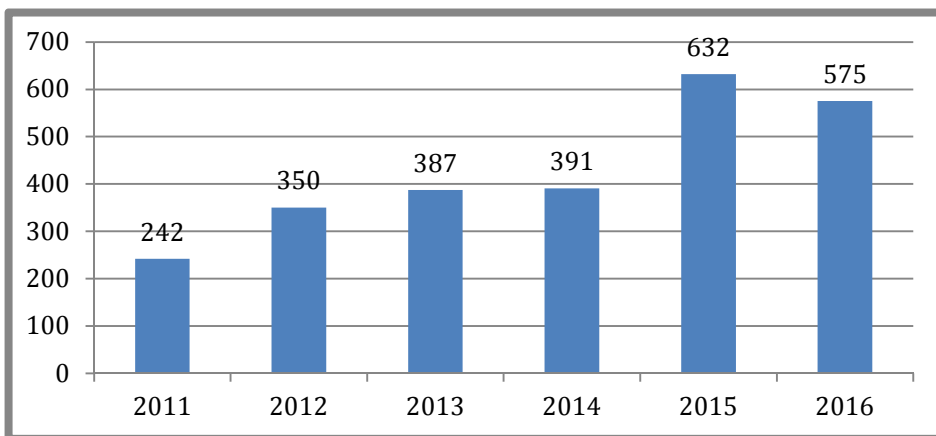
9.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő örmény személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

A többi vizsgált ország esetében egyelőre mind a beutazó, mind a kiutazó turizmus elhanyagolható mértékű, azonban a közelmúlt nagykövetségi nyitászai elősegíthetik a turisztikai kapcsolatok fejlesztését, különösen a magyar-üzbég és a magyar-mongol reláció esetében. A turisztikai kapcsolatok erősödéséhez a külképviseleti jelenlét mellett jelentős mértékben hozzájárul, ha az adott ország kormánya prioritásként kezeli a turizmust. A helyzetértékelést ugyanakkor megnehezíti, hogy az esetek többségében nem állnak a rendelkezésünkre olyan statisztikai adatok, melyek alapján a piac nagyságát, a fejlődés tendenciáját és irányát fel tudjuk térképezni. A vizsgált országok sem a beutazó, sem a kiutazó forgalomról nem publikálnak adatokat. A KSH szintén semmilyen formában nem közöl adatokat ezen országok esetében a kiutazó vagy beutazó forgalomra vonatkozóan. Ezért csak áttételes adatokra támaszkodva tudjuk ezt megbecsülni.

Üzbegisztán komoly erőfeszítéseket tesz a turizmus fejlesztése érdekében, de turizmussal kapcsolatos statisztikai adatok, sem a Statisztikai Hivatal, sem UzbekTurizm (Nemzeti Turisztikai Szervezet) oldalán nem érhetőek el. Az egyetlen elérhető adata az UzbekTurizm elnökhelyettesének egy sajtónyilatkozata, mely szerint 2015-ban 2 millió külföldi turistát fogadott Üzbegisztán (ez a szám 2005-höz képest nyolcszor magasabb). A Magyarországra utazó üzbég személyek száma csekély, ugyanakkor egyre több magyar utazási iroda kínálatában szerepel Üzbegisztán. Ha nem is jelentős mértékben, de várhatóan a diplomáciai külképviselet közvetlen

jelenlétnek köszönhetően erősödni fognak a két ország közötti turisztikai kapcsolatok.

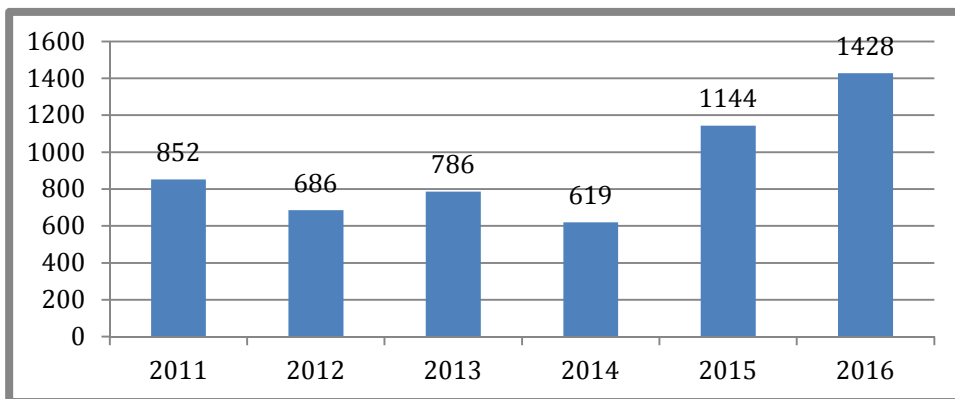


10.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő üzbég személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

Mongólia szintén jelentős figyelmet kíván szentelni turisztikai iparágának fejlesztésére is. 2016-ban Mongóliába 404 000 turista látogatott el, ebből Mongólia 312 M USD-t profitált. Jelenleg a turisztikai szektor 54 000 foglalkoztatottal rendelkezik, amely a teljes munkaerőpiac 4.8%-át teszi ki¹⁴. Az ágazat fejlesztése ugyanakkor jelentős kihívásokkal néz szembe: Mongóliában a szélsőségesen kontinentális éghajlati viszonyok (hosszú tél, hideg tavasz és ősz) miatt a turisztikai szezon mindössze 2 hónap (július, augusztus). A turisztikai infrastruktúra csak a főváros, Ulánbátor közelében fejlett, vidéken - kevés kivételtől eltekintve – alacsony színvonalú szolgáltatás érhető csak el. Mongólia fővárosában, Ulánbátorban 2015-ben nyílt újra a magyar nagykövetség. Bár a bázisszámok alacsonyak, a Magyarországra érkező mongol állampolgárok száma az elmúlt két évben több mint a duplájára emelkedett. Vélhetően ez az erősödő gazdasági és kulturális kapcsolatoknak köszönhető.

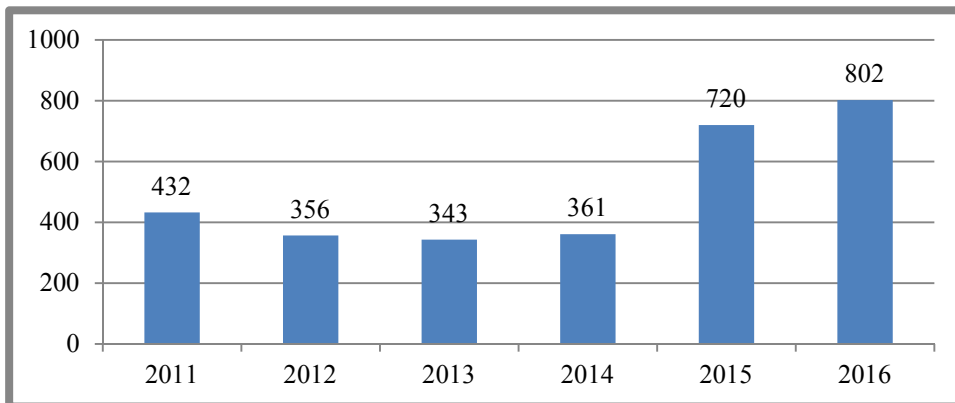
¹⁴ National Statistical Office of Mongolia nso.mn letöltve 2017. 10. 07.



11.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő mongol személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

Kirgizisztánban 2006 és 2014 között a turisztikai tőkebefektetések értéke közel megötszöröződött. A turizmus hozzáadott értéke a GDP-hez az említett időszakban 3,5%-ról 4,8%-ra nőtt.¹⁵ Figyelemre méltó a kiutazó turizmus lassú, de egyenletes növekedése. A Magyarországra érkező kirgiz személyek száma szintén elenyésző, de növekvő tendenciát mutat.



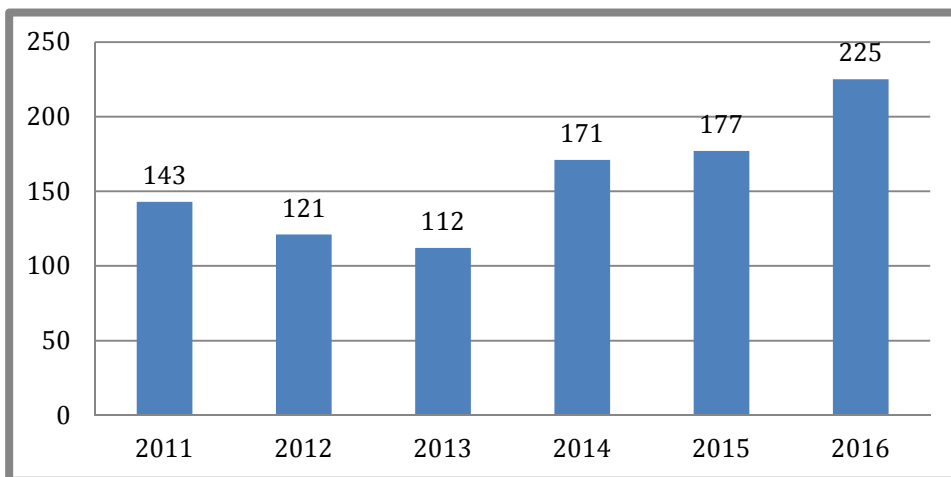
12.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő kirgiz személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

Türkmenisztán Állami Statisztikai Ügynöksége nem publikál adatokat a turizmusra vonatkozóan. A Magyarországra belépő türkmén személyek

¹⁵ National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic stat.kg letöltve 2017. 10. 07.

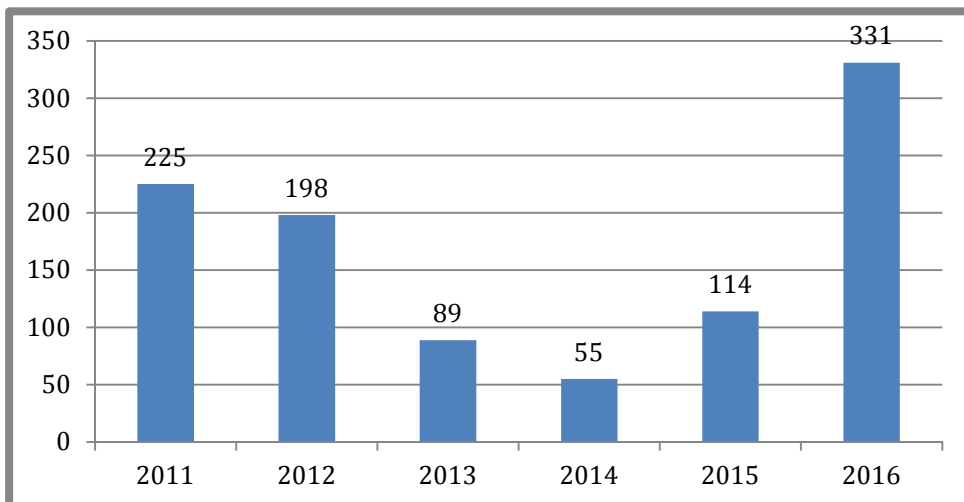
száma a legalacsonyabb a vizsgált országokból érkező személyek számával összehasonlítva.



13.ábra: Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő türkmén személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

Tádzsikisztán Állami Statisztikai Ügynöksége szintén nem publikál adatokat a turizmusra vonatkozóan. A Magyarországra belépő tádzsik személyek száma is elenyésző.



14.ábra Magyarország ún. schengeni külső határszakaszain belépő tádzsik személyek száma 2011-2016

Forrás: KSH

Összefoglalás

A Keleti Nyitás stratégiájának a térség gazdasági nehézségei ellenére már most látható eredményei vannak a turizmus területén:

- 2011-2016 között 5 járat nyílt a térségbe, ebből 4 releváns a turizmus szempontjából, amiből 3 járat új desztinációt nyitott meg; ez heti 10-11 járatot jelent. Minden vizsgált reláció esetében nőtt Magyarország ún. schengeni határszakaszain belépő, a vizsgált országokból érkező személyek száma 2011-2016 között: Ukrajna +9%¹⁶, Belarusz +254%, Moldova +2%, Azerbajdzsán +790%, Georgia +417%, Örményország, +139%, Kazahsztán +69%, Mongólia +68%, Kirgizisztán +86%, Türkmenisztán +57%, Üzbegisztán +137%, Tádzsikisztán +47%¹⁷. Ez a turisztikai, a kulturális és a kereskedelmi kapcsolatok erősödését mutatja.
- Ukrajnában az aktív gazdasági és turisztikai jelenlét mérsékelni tudta az ukrán válság hatásait a beutazó turizmusra. Ez azért is különösen fontos, mert Ukrajna Magyarország hagyományos küldő piacai közé tartozik, az ukrán vendégek száma és költsége meghatározó a magyarországi gyógyszállókban, különösen az ország keleti részében.
- A bakui WizzAir járat megnyitásával és a vízumkiadás kapacitásának a növelésével szignifikánsan nőtt az onnan érkező azeri személyek száma.
- Georgia a közvetlen járatnak köszönhetően a vizsgált térség legnépszerűbb úti célja lett a magyar turisták körében.
- Az erősödő turizmus hozzájárul Magyarország pozitív imázsához, multiplikátor hatása erősíti a gazdaság egyéb ágazatait. Megfontolásra érdemes, hogy a vizsgált jelentős részében prioritást élvez a turizmus fejlesztése. A turizmus állami szintű tervezésébe és fejlesztésébe bekapcsolódhatnak a magyar szakemberek, hiszen Magyarország a társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmus fejlesztésében jelentős tapasztalatokkal rendelkezik.
- Érdemes átgondolni a tudástranszfer és a turisztikai oktatás mint együttműködési lehetőség fejlesztését, kapcsolódva a magyar

¹⁶ Az összehasonlíthatóság érdekében ebben a felsorolásban Ukrajna esetében is az ún. schengeni határszakaszokon átlépő ukrán személyek számának növekedését tüntettem fel. A magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken az ukrán vendégéjszakák száma a vizsgált időszakban 31%-kal bővült.

¹⁷ KSH www.ksh.hu letöltve 2017. 10. 03.

kormány által felajánlott Stipendium Hungaricum ösztöndíj-rendszerhez is.

- Célszerű tovább erősíteni turisztikai jelenlétünket a vizsgált relációkban, kiemelten kezelni a kulturális turizmust, Budapestet mint vonzó turisztikai desztinációt, az egészségturizmust, a fesztiválturizmust és a sportturizmust. Külön figyelmet érdemes szentelni a Magyarországon megrendezésre kerülő kiemelt kulturális és sporteseményeknek, illetve az amatőr sportolóknak megrendezett sporteseményeknek (futóversenyek, Balaton átúszás).
- Feltétlenül szükséges lenne legalább azon országok esetében, melyekkel van közvetlen légiösszeköttetésünk, elérni, hogy a Központi Statisztikai Hivatal szálláshelyekre vonatkozó kérdőívébe bekerüljenek. Csak ebben az esetben tudjuk objektív módon mérni és értékelni a turisztikai forgalom fejlődését.

Irodalomjegyzék

Központi Statisztikai Hivatal, www.ksh.hu

Turizmus Szatellitszámlák, (2013)
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/turizmszatt/turizmszat13.pdf>

Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь . статистический сборник
<http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/7c2/7c2d23796b490702882976660ca7c763.pdf>

Национальное Бюро Статистики Республики Молдова
<http://www.statistica.md/category.php?l=ru&idc=293&>

The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan:
<http://www.stat.gov.az>

Tourism in Azerbaijan –Statistical yearbook 2017
<http://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en>

Georgian National Tourism Association: <https://gnta.ge>

National Statistical Service of the Republic of Armenia, armstat.am

National Statistical Office of Mongolia, nso.mn

National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic, stat.kg

HATÁRÁTLÉPÉSEK

PAPP ANETT

textilművész
Budapesti Metropolitan Egyetem
anett.papp@metropolitan.hu

*„Fára feszül a fonál, sok szálát nád különhi, közben a
bélfonalat vetik egyre a fürge vetélok,
rendezik ujjaik ezt, vezetik be suru fonadékba, közben a
fésufogak verik egyre,
tömítik a szottest. . .*

. . . s szottesüket beszövik hajdan megesett dolgokkal.”

(Ovidius: Átváltozások, Devecseri Gábor fordítása)

Absztrakt

Munkám során a textil technikai meghatározottságai felől közelítek, mert úgy vélem, az egzakt rendszerek magyarázata megfelelő alapot teremthet az esetleges adaptációk esetében. A textil műfaji meghatározottságával, illetve értelmezésének kiszélesítésével tüzetesebben foglalkozva megállapítható, hogy az esetleges műfaji határok fellazulása új anyagi minőségeket eredményezhetnek. A textilművészet és annak anyaga tradicionálisan az iparművészet területén értelmeződött műnem. A szövés, mint műfaj a textilművészet egyik jelentős, hagyományokra visszatekintő ága, a szövés, mint technika az iparban alkalmazott eljárás. A fenti műfaji behatárolás szélsőségesen és kizáró jelleggel kategorizáló, mert ez a kontextus azt a jelentést feltételezi, „hogyan egy műfaj egy speciális anyagban, a textil anyagában reprezentálódik vagy fordítva, a textil reprezentálódik az iparművészet műfajában”. (Pápai, 2005) Ezek a fogalmak jelentősen átalakulóban vannak, meginogni látszanak alaptéziseik, besorolásuk újabb kérdéseket vethetnek fel. Meglátásom szerint a múltban gyökerező, tradíciókon alapuló műfaji jellegek kulturális identitásunk alapját is képezik, ugyanakkor a műfaji határok fellazulása új minőségek létrejöttét is eredményezik.

Kulcsszavak: textilművészet, szövés, reticulárea, valóság megragadása

1. Definíciók

A szövés pontos definícióját keresve számos fogalom tisztázásra szorul. Úgy látom ugyanis, hogy nem egyértelműen csak a textil anyaga a meghatározó – bár annak tulajdonságai alapfeltétel – hanem a textil a szerkezetbe épülő, látható és érzékelhető térben jut el céljának megfogalmazásához. Az anyag eszközt teremt az ideák pontosításához. Arthur C. Danto szerint „Egy mű és annak anyagi szubsztrátuma közötti viszony legalább annyira bonyolult, mint a test és a lélek közötti viszony.” (Danto, 2003) Vegyük alapul a szövés szerkezeti meghatározottságát. A szövet raszterrendszere, a „működésbe épülés” erősen fizikai természetű jelenség. Csak egy rövid kitérőt tennék technológiai megoldásokra, mely igazolni is kívánja műfaji elkötelezettségem. A szövés alapegységei: a függőleges és a rá merőleges fonalrendszer. Ezek szabályos rend szerinti kereszteződése adják a szövés struktúráját, a kereszteződési pontokon fellépő fonalsúrlódás pedig összetartja a szövetet. A legerősebb szerkezet az egyrétegű vászonkötés. Bizonyítja ezt, hogy ennek a kötésnek a kereszteződési hányadosa $K=1$. (A mintaelem lánc- és vetülékfonalai számának és a lánc- és vetülékfonalak keresztezési számának hányadosa.) Minden egyéb kötés esetében $K>1$, tehát lazább szerkezetű, mint a vászonkötés. Aszerint, hogy a csomópontok milyen elrendezésben helyezkednek el a szövetben, jellegzetes mintázatú szövés szerkezetek keletkeznek. A minta tehát a szövet szerkezetéből, a fonalak egymáshoz képest elhelyezkedéséből adódik. A szerkezet karakteresen mélységgel rendelkező, térbeli rendszer, míg a minta többnyire a felületen jelentkezik. Minden egyrétegű szövet esetén az egyik vagy másik fonalrendszer eltávolításával a szövet alkotóelemeire bomlik. Ugyanakkor a bonyolultabb másfélszeres, kettős vagy még több rétegű, megerősített szöveteknél egy teljes fonalrendszer eltávolításával sem esik szét a szerkezet. (Ilyenek a kord, strukkkötés, a lánc- és vetülékdublé. Valamint a tömlőszövés, mely varrás nélküli csőrendszeres szövetet eredményez. (Gebora, 1983)) Ebből adódik, hogy létezik olyan textil, amely a szövés struktúrája eredményeképp eleve nagyobb téri kiterjedéssel rendelkezik. Ez a tulajdonság kapcsolódási pont a lépték fogalmával, ami egyértelmű téri értelmezésekhez vezet.

2. Téri értelmezés

A szövés folyamatában a tér behálózása megy végbe. A szövet sokszorta teherbíróbb és rugalmasabb, mint az az anyag önmagában, amelyet felhasznál, legyen az laza szerkezetű, vagy zárt felületű. A szövet még akkor is térben értelmezhető, ha olyan csekély is a harmadik dimenziójú kiterjedése, hogy a két fonalrendszer bedolgozódása során konstruálódó hullámvonalat alig érzékeljük és tudatunkban síkbeli konstanciaként értelmezzük. Ez a szerkezetiség adhat alapot a textil téri értelmezésének. Izgalmas kísérlet átgondolni a szövet létrehozásának fázisaiban végbemenő térbeli rendeződéseket. A szövőszék térben lekövethető mozgása eredményezi a szövet struktúráját: a láncfonalak megfeszítve egymás mellett helyezkednek el, azok bizonyos csoportjait kiemelik a térbe, az így képződött szádnnyíláson átvezetik a vetületet, majd az eddig síkban lévő láncscsoportot mozgatják el. Bár már ismerjük a szövet téri kiterjedését, definiálva: lapszerű test, minimális téri helyzetben. Ebből a pozícióból kerül újra téri feldolgozásra, alkalmazkodva az emberi vagy építészeti léptékekhez. Képes szinte bármilyen formát felvenni, sík és tér között pulzálva változik. Stephen Hawking ma is élő fizikus is ezt a nézetet vallja, mely szerint a lét kérdése csak három dimenzióban tehető fel, bármely objektum, amit létrehoztunk, csak térben válik értelmezhetővé. „A szövetben a szó szoros értelmében egy bonyolult felépítésű »test« konstruálódik.” (Pápai, 2005) Ezen szervezettség lehet alapja a tértextilek értelmezéseinek is. Beuys szerint a szövetszerű felépítés jellegzetes átjárhatósága és réteges felépítése a hálózatosság elvéből következik, ezért nem nevezné ezt az elvet sem szobrászatnak, sem pedig plasztikainak. (Harlan: 2001). Az is igaz, hogy a térbe lógatott textil, önmagában még nem képes tértextilként működni. A gondolat továbbgondolásra érdemes, hogy megfejthető legyen.

A feltevés az, hogy a textil nem érthető meg egyik vagy másik elemének lényegi hangsúlyosságát feltételezve. Fejlődésében, és bonyolult létezésének aktuális értelmezésében fogható meg jelentősége. Ha a művészet egészét tekintjük, belátható, hogy az a textil anyagát és rendszerét már nagyon sokféleképpen alkalmazta. Mindezt úgy tette és teszi, hogy közben nem oldja fel saját kereteit. A textiltörténetben fellelhetünk izgalmas és változatos kapcsolatokat a szimbolikus reprezentáció különféle formáira, annak bizonyítékaként, hogy funkciója nem egyszerűen és kizáróan „dekoratív funkció”, illetve, hogy e kettő nem is választható el egymástól. (Pápai, 2005)

Danto A közhely színeváltozása című munkájában (2003) a kifejezésről és a stílusról azt írja „Úgy vélem, az átlátszatlanság viszonylatában kellene kijelölnünk, hogy mi tartozik a szöveg formájához, az átlátszóság viszonylatában pedig, hogy mi tartozik a tartalmához. Mivel minden szöveg rendelkezik mindkettővel, nem nehéz megmagyarázni, hogy a forma és a tartalom miért nem választható el egymástól, és hogy a kettő miben különbözik egymástól.” (Danto, 2003) Szakmai jellegű válaszokat keresek a különböző médiumokban jelentkező érintkezési felületek, elhatárolt műfaji kapcsolódási pontok körvonalazására.

3. Gondolat és vonal konstellációi

A textil alapegysége a szál, legyen az bármelyik nemű alkotóeleme. A fonal tulajdonságait tekintve számtalan lehet. Ezen tartalmak előre meghatározzák a késztermék megjelenését, a felhasználás lehetőségeit, tartalmi mondanivalóit. Ilyen tulajdonság a szálak szerkezete, formája, finomsága, szakítószilárdsága, rugalmassága mindezek függnek az alapanyagtól, az előkészítéstől, a feldolgozástól és így tovább. Ezek a szakma szikár technológiai vonatkozásai, azonban a szál, mint alapelem kifejezésformáit tekintve analóg fogalomnak tekinthető a rajzi vonallal. Mi több, tervezői tevékenységünk alapja gyakran rajzi eszközökből építkezik. Giorgio Vasari felfogása szerint a designo fogalom egyúttal rajz és gondolat is, amolyan mozgóelv, mely az ideával szoros kapcsolatban áll. Vasari a művészi alkotás intellektuális megközelítéseként tekint a rajzra. Ha történelmi távlatokban próbáljuk értelmezni: a reneszánsz tudományos szintű megismerésének eszköze és így alapegysége a vonallal történő ábrázolás, analizálás, de- és rekonstruálás, az emberi képzelet leírásának lehetősége. A „primacy of drawing” (Petherbridge, 2010) angol kifejezést nem csupán az időbeli elsőbbség értelmezésben fordíthatjuk magyarra. A rajz a legelső, legegyszerűbb, azonnal rendelkezésre álló művészeti eszköz. Az elsőbbség az ideához, a gondolathoz közvetlen közelségét is jelöli, a művész keze nyomát rögzítve hiteles képet adhat annak személyiségéről. Panofsky azt írja Idea című könyvében: „Teljesen a kor szellemében és jó arisztotelészi-skolasztikus módra a szerző abból indul ki, hogy annak, aminek meg kell nyilvánulnia a műben, először a művész elméjében kell megszületnie.” (Panofsky, 1998) A konceptuális művészet döntő jelentőséget biztosít a gondolat szerepének. Érdemes Sol LeWitt vonatkozó munkáit említeni, ahol az idea és a látvány kölcsönös függésben van. (Garrels, 2000) A gondolati és a vizuális folyamatok

ugyanolyan lényegesek lehetnek. Joseph Kosuth megkérdőjelezi az esztétikai formalizmust, szerinte a gondolat önmagában lehet művészet. A hangsúlyt pedig a materiális és vizuális tartalomról a konceptuálisra helyezte – a látásról az olvasásra. (Drawing Now, 2008) Avis Newman megközelítése szerint a rajz azonos a gondolattal. Nem létezik a priori, az csupán a készítés közben alakul ki. (Newman, 2003)

4. Analóg vonatkozások

Miközben a vonal kilépett a térbe és a hordozótól független, önálló alkotóelemmé vált, a kétdimenziós képi felszínen is olyan változások mentek végbe, melyek hatással voltak a képi tér későbbi alakulására. A fizikai tér állandósága, megléte megkérdőjelezhetetlen tulajdonság, tapasztalata és koncepciói azonban változékonyak. A kulturális, történelmi, tudományos hatások mind annak alakíthatóságát, tágíthatóságát erősítik. (Michel Serres) Ugyanakkor paradox helyzetbe kényszerít a fogalom meghatározása is, hiszen az határainak megvonásával jár együtt. Tulajdonképp interdiszciplináris tárgykör, melynek esetében egyik lényeges vonulata a kultúra térbeliségét aláhúzó lehetőségek kódolása.

Vonal és szál alkotóelemek egymásnak némiképp megfeleltethető fogalmakként kapcsolódnak össze, átjárást biztosítanak műfajok kifejezésformái között. Ugyanakkor, míg a rajz csupán hordozó felülete vonatkozásában életképes, a szál eleve téri helyzetben önállóan fogalmazódik meg. Így a kétdimenziós rajzi képsík mögötti valós tér válik érdekessé. A mű eleve „belelóg” a „néző terébe”, kapcsolatban áll vele, megváltoztatja, átminősíti azt. Mi több, a szál maga a tárgy alkotóeleme, hordozótól független művészeti entitás. A textilről való gondolkodás alaposan át- és újrafogalmazódott az idők során. Fogalmi interpretációja kibővült, összefüggéseiben is szellemi és formai szintézisben érdemes figyelni. A textilművészet nem pusztán az anyaggal dolgozik, értelmezése bonyolultabb, létezésének mindenkor aktuális definiálása során manifesztálódik. Lucio Fontana 1946-ban fogalmazza meg a Manifesto Blanco-t, amely a spazialismo, téri művészet alapidokumentuma. (Erdősi, 2007/2). A Concetto spaziale-val a síkfelületből való kitörés a cél, a mozgás, az idő, a tér felfedezése és azok eszközkészletként való használata. A vászonfelület felmetszése a sík mögötti valós térbe való átnyúlás eszköze. 1942-ben állította ki Duchamp a Mile of String

(Mér földnyi fonal) című munkáját¹. Duchamp a képeket fonallal kötötte össze és a kiállítótér egészét körbetekerte. A fonal-installáció lehetetlenné tette a néző számára a mozgást. Tulajdonképp akadályként funkcionált, elválasztotta a közönséget a művektől.

Gabriel Dawe poliészter cérnából készíti műveit. Több ezer szálát feszít és sorol, állít optikailag megtévesztő helyzetbe. A matéria ilyen sűrűségű egymásmellettsége és az installálás sajátos megközelítése magával vonja a véletlen hibák lehetőségét. Ezek az eltérések interferenciát szülnek, amolyan analóg „glitch”-ként hatnak az elcsúszott száltávolságok, melyek bár direkt nem kívánatosak, mégis működésbe állítja az élettelen anyagot, moire hatást eredményeznek. A textil karakteréből adódóan alkalmas térbeli formázásra és síkra feszülésre. A végletekig feszített szálak, az anyag szabadságfokának növelése kifárasztja azt. Az installáció szétszedése során elernyedő szálak plexi dobozban pihelve örökítődnek tovább. A megfeszítve felvetett fonal a szövőszékről belazulva ereszkedik le, válik új anyagi minőséggé. Gabriel Dawe-nél az installációba állított szálrendszerek ebben a téri szituációban alkalmasak textilként való definiálásra és utóéletükben válnak újra primer anyaggá.

5. Diszciplínák határán

Képzőművészeti megnyilvánulásokban a térbeli vonal a század közepén installációkban, kinetikus szobrokban hangsúlyozódik. Gego (Gertrude Goldschmidt), venezuelai művész, ha úgy tetszik, rajz és tér kapcsolatával foglalkozik. Reticulárea (A reticula spanyol szó, angol: reticule, amely hálóra utal, de jelent hajszálkeresztet is, az área szó területet jelent, így ez az összetett szó, reticulárea, „hálóteret” jelent.) című munkái a hálószerkezet és a vonalháló képzőművészeti jelként való átértelmezését, kritikáját fogalmazzák meg. A tér fogalmának definiálása egyszersmind jelenti határainak megvonását. Talán helyesebb lenne ez esetben a tér tapasztalatát, koncepcióit feszegetni. Fém és drótdarabokból összefont térbeli rajzok kiindulópontja korábban készült saját rajzai. Moduláris bázisú háromszög és hatszögű egységekből készít szabálytalan szerkezetű hálókat, „installációs-listákon” rögzíti az elemeket és jegyzi fel a különböző darabok elhelyezését. A modulokat többféleképpen, szabálytalanul csatlakoztatja egymáshoz, mellyel a homogenitást, a szabályszerűséget, a vonalhálókkal kapcsolatos megszokott asszociációinkat ássa alá. Az összeszerelés során az egymást keresztező

¹ Breton, The First Papers of Surrealism című kiállításon

vonalak folyamatosan megszabadítják magukat a párhuzamos, függőleges és vízszintes vonalak szerkezeti rendszerétől. Ahogyan a Reticulárea szétszórt teste a térbe szóttnek látszik, úgy maga a néző is a Reticulárea-ba szóttnek tűnik. A gondolat könnyen kapcsolható a buddhista Indra hálójához,² amely az általános, univerzális összekapcsolódásról és kölcsönös függésről szól. Ha távolabbról nézzük, a Reticulárea elutasít mindenfajta műfaji besorolást (szobrászat, építészet, rajz, tértextil). Heterogén, rendezetlen teret jelenít meg, amely ellentétes a megszokott téglatesztzerű, koherens építészeti terekkel, és a hozzájuk kapcsolódó hagyományos szobrászati felfogással. A kiállítás terében a néző felnagyított rajzba lép be, megbontva a konvencionális téri hierarchiákat. Nincs kívül és belül, fent és lent, jobbra és balra. A háló-terekben a néző szabadon sétálhat, de nem tudja magát eltávolítani a műalkotástól, nem tud úgy elhelyezkedni, hogy kívülállóként nézze a művet: része lesz a műnek.

Összegzés

Értelmezésem szerint tehát, ahogy nem elég a szövést csak technikai illetve anyagi tekintetben hangsúlyozni, úgy a működőképes szerkezet megléte sem volna elegendő a jelenkori újraértelmezésekhez, újrafelhasználásokhoz. A megfelelő szerkezethez szükséges a textil megfelelő filozófiája, mely alkalmassá teszi újra és újra aktuális felvetésekre. Ezek a kortárs változatok, módszerek ugyanarra az alapproblémára, a szövés, a kereszteződés, a kapcsolatba kerülés elvének megoldásaira épülnek. Ezen tapasztalatok, példák és párhuzamok azonban a textilre is visszahatnak. Egyfajta hatás-kölcsönhatás folyamat figyelhető meg. Mindeközben a szövetesség elve vonatkoztathatónak tűnik sok más médium esetére is. Ez megerősíti Pápai Livia azon megállapítását, hogy a „technika pusztán nem indukál semmit” (Pápai, 2005) A technika működésbe épüléséhez, mozgásba hozásához ideák kellene.

A legtöbb jelenség nem írható le adekvát módon az ízről ízre történő elemzésük révén. Talán nem új a felismerés, hogy az egészhez aligha

² Indra hálója – Az univerzumot olyan hálóként ábrázolja, melynek minden egyes csomópontjához egy tükröző, sokoldalú drágakövet helyeztek, amely nemcsak az egész hálót, hanem minden egyes drágakövet a maga individualitásában is visszatükröz. Így a totalitás tükröződik az egyszerűségben, és minden egyszeri fenntartja önálló, de nem különálló jellegét.

juthatunk el az elszigetelt részletek egymáshoz illesztésével. Az értékes megállapítások, melyek mechanikus kapcsolatokból álló jelenségrendszereket írnak le, a valóságról születhetnek. Ez azonban felületi szinten zajlik, a műalkotás létrehozásához vagy megértéséhez az egész integrált struktúrájának felfogása szükséges. A látás nem csupán érzékszervi érzetek gépies felvétele, sokkal inkább a valóság igazán alkotó megragadása. Maga a művészi észlelés folyamata kifinomult eljárás arra, megértsük: kik és mik vagyunk.

Irodalomjegyzék

Hans Belting (2006) A művészettörténet vége. Atlantisz Kiadó, Budapest.

Max Bense (1965) Graphik. Computer. Baldkrumme Linien, Spiegel, 1965. április 28.

Danto, A C (2003) A közhely színeváltozása, Enciklopédia Kiadó, Budapest.

Erdősi Anikó (2007) Felsebzett vörösretek – Fontana fémei. Lucio Fontana: Venice, In: Balkon, 2007/2.

Garrels, Gary (Szerk.) (2000) Sol LeWitt: A Retrospective. New Haven and London, Yale University Press.

Jessica Hemmings (2012) The Textile Reader, Berg, London.

Jessica Hemmings (2012) Warp & Weft, Woven Textiles in Fashion, Art and Interiors, Bloomsbury, London.

MacFarlane, Kate – Stout, Catharine: Investigating the Status of Drawing. In: Kovats, Tania (Szerk.) (2010) The Drawing Book, London, Black Dog Publishing Ltd, 2006. Linie, Line, Linea. Köln, DuMont Buchverlag GmbH & Co.

Newman, Avis– Zegher, Catherine de (Szerk.) (2003) The Stage of Drawing: Gesture and Act, New York.

Pápai Livia (2005) Az élő szövet. „XXI. századi textúra tanulmány, avagy a végtelen individuális érintése” c. DLA értekezésének átdolgozott kiadása, amely megjelent 2005. decemberében az Iparművészeti Múzeumban nyílt kiállítás katalógusaként, Budapest.

Panofsky, Erwin (1998) *Idea. Adalékok a régebbi művészettörténet fogalomtörténetéhez.* Budapest, Corvina Kiadó.

Petherbridge, Deanna (2010) *The primacy of drawing. Histories and Theories of Practice.* In: Yale University Press New Haven, Connecticut, p. 8.

Tracey (2008) *Drawing Now: Between the Lines of Contemporary Art.* London, I. B. Tauris, 2008.

Vitamin 3-D (2009) *New Perspectives in Sculpture and Installation.* London, Phaidon Press.

Harlan, Volker. (2001) *Mi a művészet, Műhelybeszélgetés Beuysszal.* 2001. Metronom 2000 Kft. Budapest.

FIATALOK PÉNZÜGYI SÉRÜLÉKENYSÉGÉNEK HÁTTÉRTÉNYEZŐI¹

NÉMETH ERZSÉBET

szociálpszichológus, egyetemi tanár
Budapest Metropolitan Egyetem
enemeth@metropolitan.hu

ZSÓTÉR BOGLÁRKA

közgazdász, egyetemi tanársegéd,
Budapesti Corvinus Egyetem
boglarka.zsoter@uni-corvinus.hu

LUKSANDER ALAXANDRA

szociológus, survey statisztikus, számvevő főtanácsos
Állami Számvevőszék
szandron@gmail.com

HUZDIK KATALIN

közgazdász, oktatási igazgató,
Budapest Metropolitan Egyetem
khuzdik@metropolitan.hu

¹ A tanulmány a KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 azonosítószámú, „A jó kormányzást megalapozó közszolgálat-fejlesztés” elnevezésű kiemelt projekt keretében, a Nemzeti Közszolgálati Egyetem és a Metropolitan Egyetem és a Pénziránytű Alapítvány együttműködésével készült.

Absztrakt

A pénzügyi kultúra, különösen annak személyiség-, attitűd- és viselkedésbeli komponenseinek vizsgálata a 2008-as gazdasági világválság óta növekvő figyelmet kap. Tanulmányunk egy 2015-ben, az OECD módszertana alapján, 1000 fős reprezentatív mintán készült felmérés adatainak felhasználásával vizsgálja a magyar fiatal felnőttek pénzügyi kultúrájának különböző aspektusait, összehasonlítva a 18-35 éves korosztály pénzügyi tudását, attitűdjeit, magatartását és szokásait az idősebb korosztályokéval. Megvizsgáltuk, milyen jellemzőkkel írható le a kiválasztott csoport, valamint azt, hogy képezhetünk-e klasztereket pénzügyi attitűdjeik és magatartásuk mentén. Eredményeink szerint a 18-35 éves korosztályra a pénzügyi megfontoltság kevésbé, míg a hosszú távú pénzügyi célok kitűzése és a hedonizmus inkább jellemző. Pénzügyi céljaikat kevésbé a kiadások csökkentésével, megtakarítással vagy befektetéssel kívánják elérni, inkább készítenek cselekvési tervet, illetve vállalnak plusz munkát. Kutatásunk során három klasztert azonosítottunk ezek: az aggodalmaskodó költekezők, az elégedett kockáztatók és az óvatos megfontoltak. A pénzügyi sérülékenységet az aggódo költekezőkre jellemző, akik a fiatal felnőttek mintegy egynegyedét alkotják. Ők inkább a mának élnek, pénzügyi problémák nehezítik a megélhetésüket, emiatt sokat szoronganak, megtakarítással nem rendelkeznek. Emellett a másik két klaszterhez viszonyítva pénzügyi tudásuk és készségeik alacsonyabb szintűek, kevesebben készítenek költségvetést, a jövedelmük alacsonyabb és nem jellemző rájuk a pénzügyi célok kitűzése sem.

Kulcsszavak: *pénzügyi kultúra, tudás, attitűd, viselkedés, sérülékeny társadalmi csoportok*

Bevezető

Milyen szerepe van a pénznek az életünkben? Angus Deaton a szegénység mérésének módszertanáért kapta a közgazdasági Nobel-díjat, 2015-ben. A nobel-díjas kutatás megállapítja, hogy a pénz igenis boldoggá tesz akkor, ha az ember a nélkülözésből a megélhetésbe, majd a biztonságba kerül áltata (Steptoe, Deaton and Stone, 2015). Egy szint fölött azonban a több pénz már nem okoz jelentős életminőség-javulást. Tanulmányunkban arra keressük a választ, hogy milyen a magyar fiatalok pénzügyi kultúrája, milyen az attitűdjük a pénzhez, milyen pénzügyi tudással és kalkulációs készséggel rendelkeznek, milyen pénzügyi viselkedés, megküzdési stratégia jellemző rájuk, vannak-e pénzügyi céljaik, készítenek-e költségvetést stb. A tanulmány legfontosabb kérdése, hogy pénzügyi attitűdjeik és szokásaik alapján meg lehet-e különböztetni

a fiatalok csoportjait, és vannak-e kifejezetten pénzügyileg sérülékeny csoportok körükben. Tudni akartuk, hogy a pénzügyileg sérülékeny csoportok milyen demográfiai jellemzőkkel bírnak, milyen információk alapján tájékozódnak, hogyan kezelik a pénzügyeiket, miképpen látják saját kompetenciájukat. Meggyőződésünk, hogy minden jó szándékú beavatkozás előtt fontos megvizsgálni a támogatásra szoruló társadalmi csoport sajátosságait, különösen az attitűdök és a viselkedés-minták területén.

1. Szakirodalmi összefoglalás

A pénz, valamint a pénz kezelése és használata része a fogyasztók mindennapi életének, ugyanakkor nem mindenki viszonyul azonosan hozzá. A pénzhez és a pénzügyekhez való viszony vizsgálata a közgazdászokat, a pszichológusokat, a szociológusokat, és az antropológusokat is foglalkoztatja. Számos kutatási és közéleti forrás időről-időre arra hívja fel a figyelmet, hogy Magyarországon mind a lakosság pénzügyi ismereteit, mind pedig azok gyakorlati alkalmazását tekintve elmaradás tapasztalható a fejlett országokhoz képest. Az említett kutatások közül azonban csupán a Pénziránytű Alapítvány által támogatott, az OECD módszertanon alapuló kutatások képesek valós képet adni a pénzügyi kultúra magyarországi helyzetéről. Számos kutatási és közéleti forrás időről-időre arra hívja fel a figyelmet, hogy Magyarországon mind a lakosság pénzügyi ismereteit, mind pedig azok gyakorlati alkalmazását tekintve elmaradás tapasztalható a fejlett országokhoz képest. Jelen tanulmányban ezt az általános megállapítást szeretnénk árnyalni. A Pénziránytű Alapítvány által támogatott, az OECD módszertanon alapuló kutatások reprezentatív jellegük és módszertani megalapozottságuk miatt a pénzügyi kultúra magyarországi helyzetéről valós képet adnak, így segítve a pénzügyi kultúrával foglalkozó szakembereket a helyes döntéshozatalban.

A pénzügyi termékek egyre komplexebbé válnak, ezzel párhuzamosan az egyéni igények is folyamatosan formálódnak, bővülnek (Habschick et al., 2007; Botos et al., 2012). A pénzügyi tudás hiánya, a nem megfelelő attitűd, magatartás nem csak egyéneket, de egész társadalmi csoportokat tehet sérülékennyé, kiszolgáltatottá. Annak felderítésére, hogy melyek azok a demográfiai, szocializációs vagy éppen személyiségbeli tényezők, amelyek összefüggenek védettséggel vagy sérülékenységgel tudományos kutatások alapján lehetséges. Luksander és munkatársai (2017) hamarosan megjelenő tanulmányukban a pénzügyi személyiség típusok és

az eladósodást befolyásoló pénzügyi attitűdök összefüggéseit vizsgálva megállapították, hogy a különböző pénzügyi attitűd-dimenziók kombinációi komplex módon befolyásolják a pénzügyi magatartást, gyakran elsőre ellentmondásosnak tűnő pénzügyi személyiségjegyek – például költekezés és spórolás – is jól megférnek egymással. Eredményeik szerint az eladósodottság elkerülése szempontjából kulcsfontosságú a megtakarítás, veszélyeztető tényező viszont a szerencsére való hagyatkozás, illetve az, ha valaki nem tudja kézben tartani a pénzügyeit.

A fiatalok pénzügyi kultúrájának vizsgálatakor a pénzügyi tudásnak, a pénzügyi magatartásnak és a pénzügyi attitűdöknek is érdemes figyelmet szentelni (Atkinson – Messy, 2012). Jelen tanulmány szakirodalmi összefoglalója a felsorolt három fogalom mentén halad, kiemelve azokat a tanulmányokat, amelyek eredményeikben figyelemreméltóak, így bázisként szolgálhatnak a későbbi empirikus kutatásban, vagy inspirációt nyújthatnak. Elsőként a pénzügyi tudás fogalmát vesszük górcső alá. A pénzügyi tudás mérése történhet objektív és szubjektív módon is, tehát tudást mérő tesztekkel, valamint a válaszadó önbevallása alapján, ami arra utal, ő vajon hogyan értékeli saját tudását (Huzdik et al., 2014; Luksander et al., 2014; Béres et al., 2013; Atkinson – Messy, 2012). A két mutató viszonya pedig annak jelzésére szolgál, hogy a válaszadó vajon mennyire értékeli reálisan pénzügyi tudását (Béres et al., 2012). Pénzügyi kultúra alatt általánosságban a pénzügyekkel kapcsolatos informáltságot, az információ feldolgozásának, a jó pénzügyi döntések meghozatalának képességét értjük. Vitatható, hogy hol van a határa azoknak a pénzügyi ismereteknek, készségeknek, amelyeket a pénzügyi kultúra körébe sorolunk. Ezt a határt a különböző kutatások máshol húzzák meg, és ezért gyakran egymástól lényegesen eltérő kérdéseket, lényegesen eltérő módszerrel vizsgálnak. A pénzügyi kultúra fogalomköre éppen ezért képlékenynek tekinthető (Czakó et al., 2011). 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 és az afroamerikai csoportok esetében különösen alacsony a pénzügyi műveltség. A pénzügyi műveltség 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. Sok más szerző (Chen - Volpe, 1998;

Danes - Hira, 1987; Xiao et al., 2010) is alátámasztja Lusardi (2008) megállapítását. Magyarországon is jellemző, hogy a médiában hallható gazdasági beszámolókat, híreket például a legtöbben alig értik (Balázsné, 2007). Hazai kutatási eredmények alapján úgy tűnik, azok a felsőoktatásban tanuló fiatalok, akik középiskolában már tanultak pénzügyi-gazdasági ismereteket, nem mutatnak tudásbeli eltérést a többi hallgatótól. Más a helyzet a felsőoktatásban megszerzett ismeretek esetében – a pénzügyi-gazdasági képzésben eltöltött félévek száma kirajzol egy fejlődési ívet (Béres et al., 2012). Szintén Béres és munkatársainak eredménye (2012) alapján mondható el, hogy a felsőoktatásban tanuló hallgatók 58,92%-a ítéli meg reálisan saját pénzügyi-gazdasági ismereteit, míg 10,96% alulértékeli és 30,12%-uk túlértékeli azt. Luksander és szerzőtársai (2014) arra hívják fel a figyelmet, hogy a férfiak, az idősebbek, akik gazdasági képzésre járnak, illetve ilyen jellegű tárgyakat tanulnak az egyetemen, magasabb szintű pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek. Kutatásukban a jövedelem nagysága, valamint az, hogy a jövedelem mekkora része származik a családtól, szignifikáns összefüggést mutat a pénzügyi tudás gyakorlati részével.

Tanulmányunk sorvezetőjeként használt második fogalom a pénzügyi magatartás. A pénzügyi magatartás egy többdimenziós fogalom, számos aldimenzióra bontható. A pénzügyi magatartás fontos befolyásoló tényezője a pénzügyi jólétnek (Garman – Fogue, 2006). A fogyasztói magatartás területén végzett, pénzügyi magatartást vizsgáló kutatások egy része a háztartási vagy családi pénzügyek felől közelíti meg azt. A családi pénzügyek oldaláról történő megközelítésre példa Deacon és Firebaugh (1988) kutatása, akik a családi erőforrások használatának tervezését és megvalósítását vizsgálták. Definíciójukban megjelenik a pénzügyek tervezése és menedzselése. Szintén a család felől közelíti meg a pénzügyi magatartást Danes és Morris (1989), akik azt vizsgálták, hogy az egyének tervezik-e pénzügyi helyzetük megváltoztatását ötéves időtávon belül. Kutatásukban a jelenlegi pénzügyi helyzettel való elégedettségből indulnak ki. A tervezés ebben a megközelítésben is megjelenik, valamint McKenna és Nickols (1988) szerzőpárosok vizsgálatában is, ahol a pénzügyi magatartást egyfajta hosszú távú időorientációval is összekapcsolják, nevezetesen a nyugdíjas évekre való tervezéssel. Egy 2012-ben készült hazai tanulmány (Botos et al., 2012) szintén foglalkozik a háztartások pénzügyi magatartásával, azon belül a megtakarításokkal, az idegen források igénybevételeivel és a pénzforgalommal. Amikor a fogyasztók pénzügyi magatartásáról beszélünk, akkor egyéni szinten a

személyes pénzügyek irányítását és megvalósítását helyezük górcső alá (Mathur, 1989), részleteiben a pénzügyi előrelátást, a költségek tervezését, a hitelek és készpénz nyilvántartását, nagyobb beruházásokat, biztosítás vásárlását, a befektetéseket és a nyugdíj tervezését. Xiao (2010) tanulmányában pénzügyi magatartásnak nevez minden olyan emberi magatartást, amely releváns lehet a személyes pénzügyekhez kapcsolódóan. Definíciója magában foglalja a készpénz kezelést, a megtakarításokat és hiteleket is. Számos további pénzügyimogatartás-modellt és definíciót megvizsgálva (Shockey – Seiling, 2004; Peng et al., 2007; Chen – Volpe, 1998; Perry – Morris; 2005; Danes et al., 1999) a pénzügyi magatartás elemeiként a következők jelennek meg: célok megfogalmazása, tervezés, megtakarítás, kiadások és bevételek nyilvántartása, költségek ellenőrzése, jövőorientáció, információ-megosztás és kommunikáció a pénzügyekről. Az egyes fogalmak tartalma arra utal, hogy egyre inkább előtérbe kerül a tudatosság hangsúlyozása és vizsgálata a pénzügyi magatartásban. A magatartási elemeken túl azonban érdemes megvizsgálni azt is, hogy a fogyasztók miként viszonyulhatnak a pénzügyekhez, így rátérünk tanulmányunk harmadik alappillére, a pénzügyi attitűd fogalmára.

A pénzhez és pénzügyekhez fűződő viszony már az 1970-es évektől kutatott terület. Goldberg és Lewis (1978) tanulmányukban az egyének három típusát azonosították: gyűjtögetők, önállóságra törekvők és hatalmi játékosok. Az önállóságra törekvők azért halmoznak fel a pénzt, hogy csökkentsék diszkomfort érzetüket, míg a gyűjtögetők a pénz felhalmozása által a gazdasági és környezeti változásból fakadó kárt szeretnék elkerülni. A hatalmi játékosoknál az előző két csoporttal szemben nem a biztonságra való törekvés a fő cél, hanem elsősorban más emberek figyelmét és csodálatát akarják elérni a pénz birtoklása által. Ezt a három kategóriát Forman (1987) kiegészíti egy negyedikkel is, ez pedig a játékosok csoportja. Ők a pénz megszerzését intenzív izgalmi és érzelmi állapotokhoz kapcsolják.

Yamauchi és Templer (1982) a pénzügyi attitűdök mérésére fejlesztették ki a Money Attitude Scale-t, amely összesen négy dimenziót fed le. Az első dimenzió a hatalom-presztízs, amelyben a pénz az egyének hozzáállásában a siker és a hatalom szimbóluma. Ebben az értelemben a pénz hozzásegíti az egyént ahhoz, hogy hatalomra, biztonságra és szabadságra tegyen szert és kiemelkedhessen a többiek közül. Bell (1998), illetve Durvasula és Lysonski (2010) kutatásai ezt még kiegészítik annyival, hogy a hatalom-presztízs dimenzióba tartozó egyének

folyamatos fogyasztás növekedése egyben növeli az egyének anyagiasság-központúságát, amely végül kényszeres vásárlásban csúcsosodhat ki. Bauer és Mitev (2011) kutatásukban szintén összekapcsolták Yamauchi és Templer (1982) skáláját a kényszeres vásárlással. A második dimenzió a megtakarítás és az idő. Az ebbe a csoportba tartozó egyéneknél a jövőre való felkészülés és a pénzügyi helyzet folyamatos kontroll alatt tartása játssza a főszerepet. Számukra a megtakarítás és felhalmozás elsődleges jelentőséggel bír, rendszeresen nyilván tartják a pénzügyeik alakulását. Ők képesek lemondani a jelenbeli fogyasztásról a későbbi, várhatóan nagyobb fogyasztás reményében. A harmadik dimenzió a bizalmatlanság. A kategóriába tartozó egyének közös jellemzője, hogy gyanakodva, szinte félve tekintenek a pénzre. Számukra a pénz gyakorlatilag a bizalmatlanság forrása. Azok az egyének, akik bizalmatlanok a pénzt, illetve a pénzügyeiket illetően, általában saját magukban sem bíznak meg eléggé. A szerzőpáros negyedik és egyben utolsó dimenziójában található a szorongók, akik ebből kifolyólag hajlamosak az idegeskedésre. A pénz ennek a személyiség típusnak ellentmondásos jelenség. A paradox személyiség sajátos jellemzője, hogy szorongásukat általában vásárlással enyhítik, amely esetenként akár kényszeres tevékenységgé is válhat (Valence et al. 1988).

Furnham (1984) nevéhez fűződik a Money Beliefs and Behavior Scale (MBBS), amely a pénzügyi hitek/hiedelmek és magatartás mérésére irányul. A skála 60 állítást tartalmaz, amelyeket összesen hat faktorba tömörít, ezek pedig a következők: kényszeresség, hatalom, megtakarítás, biztonság, elégedetlenség, erőfeszítés. A kényszeresség Furnham (1984) kutatásában azt jelenti, hogy az egyének a pénzt a másokkal való összehasonlítás alapjául használják. Az ilyen személyek a pénz tulajdonlását összekötik a fölényvel, amelytől a második kategória, vagyis a hatalom csak kis mértékben különül el. A hatalom kategóriába sorolt egyéneknél – a korábbi kutatások eredményeihez hasonlóan – a pénz birtoklása a hatalom elsődleges alapja. A harmadik dimenzió a megtakarítás, amely Furnham szerint a pénzügyi konzervativitásra, illetve a biztonság előtérbe helyezésére irányul. Az elégedetlenkedők dimenziójába tartozó egyének közös jellemzője, hogy sohasem érzik azt, hogy elég pénzüik van. Végül, de nem utolsó sorban az erőfeszítés dimenzióba tartoznak mindazok, akiknél a pénz, illetve a pénzhez való hozzáállás kapcsán megjelenik a munka motívuma, ami egyfajta értékszempléletet is tükröz.

Tang (1992) a pénzzel kapcsolatos attitűdök alapján hat faktort azonosított kutatásában, amelyek kognitív, affektív, valamint konatív tényezőket is tartalmaznak az attitűd három komponensének megfelelően. A kognitív komponensen belül a teljesítmény, tisztelet és hatalom jelentkezik, vagyis bizonyos a pénzhez kapcsolódó értékelő gondolatok. Az affektív komponensen belül a pénz jó és gonosz volta jelenik meg, vagyis az, hogy milyen érzelmeket vált ki a pénz az egyénekben. A konatív komponensen belül jelenik meg a költségvetés, vagyis a tényleges magatartást foglalja magába. Az eredetileg 30 állításból álló kérdőív folyamatosan rövidítésre kerül, először 12 állítással (Tang 1995), végül 6 állítással (Tang – Kim 1999) használják. A hat állítás összesen három faktort határoz meg. Az első a költségvetés („Körültekintően vezetem a költségvetésemet”, „Körültekintően használom a pénzemet”), a második a pénzhez kapcsolódó negatív érzések („A pénz rossz”, „A pénz minden rossznak a forrása”), míg a harmadik azt az elképzelést ragadja meg, mely szerint a pénz a siker záloga („A pénz a siker szimbóluma”, „A pénz a teljesítményt tükrözi”).

Korábbi, a témában végzett kutatásainkban kísérletet tettünk a felméréseinkben résztvevők pénzügyi attitűd és magatartás mentén való csoportosítására. Jelen tanulmányunkban az előzőekből előzetesen nyert tapasztalatainkra is támaszkodunk. Egy 2012-ben készült felmérés eredményei alapján a magyar felsőoktatásban tanuló fiatalok szegmenseit határoztuk meg pénzügyi attitűdjeik és hitelekkel kapcsolatos véleményük alapján (Zsótér et al., 2015), amely a következő eredményeket hozta számunkra: 1. konzervatívak, 2. lazák, 3. tapasztaltak. A konzervatívak csoportja nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal, magát tudatosnak tartó vélekedéssel jellemezhető, valamint kimagaslóan erős náluk a pénzügyekhez kapcsolódó morális értékek figyelembevétele. A lazák csoportja kevésbé tudatos és magas kockázatvállalási hajlandósággal írható le, inkább rövidtávon gondolkodó egyénekből áll. A tapasztaltak csoportja pénzügyileg tudatos, nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal és magas morális értékekkel jellemezhető. A tanulmány rávilágított arra, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalokat pénzügyi kultúra szempontjából nem tekinthetjük homogénnek.

Németh és munkatársai (2016) egy 36 tételes skála segítségével a következő 9 személyiség-típust azonosították:

1. Kispénzű, beosztók
2. Pénznyelő (a mértéktartó ellentéte)
3. Rend értéket teremt

4. Árérzékeny
5. Gyűjtögető
6. Tervező
7. Egyszer hopp, másszor kopp
8. Dolgos
9. Nem tudja kézben tartani a pénzügeit

Luksander és mtsi. (2016) egyének eladósodását befolyásoló személyiségjegyek és viselkedésminták azonosításhoz döntési fát használtak. Eredményeink szerint az eladósodottság elkerülése szempontjából kulcsfontosságú a megtakarítás, veszélyeztető tényező viszont a szerencsére való hagyatkozás, illetve az, ha valaki nem tudja kézben tartani a pénzügeit.

Felmérésükben Mellan (1997) tipológiájából indultak ki, ugyanakkor egyértelműen kirajzolódott, hogy Magyarországon attól eltérő pénzügyi személyiség-típusok is léteznek. Zsótér et al. (2016) az OECD felmérése alapján a teljes magyarországi lakosságra vonatkozóan a következő klasztereket azonosította: 1. aggódó elégedetlenek, 2. elégedett tudatosak, 3. megfontolatlanok. Az első klaszterre jellemző, hogy az aggódás meghatározza mindennapjaikat, korlátozónak érzik anyagi helyzetüket, amellyel elégedetlenek, de éppen ezért megfontoltan költenek. A második klaszterre jellemző, hogy elégedettek pénzügyi helyzetükkel, sokkal kevésbé aggódnak, és ezzel párhuzamosan pénzügeiket tekintve tudatos magatartás jellemzi őket (tervezés, ellenőrzés). A harmadik klaszter az, amelyre leginkább jellemző a Carpe diem életfelfogás. Fontosabb számukra a pénzköltés, mint a megtakarítás, ugyanakkor adósságaikat nyomasztónak érzik (bár nem annyira, mint az első csoport). Eredményeik összhangban állnak előzetes kutatásaikban már kialakult megállapításaikkal, nevezetesen, hogy a lakosságot és a fogyasztókat nem szabad egyetlen homogén csoportnak tekinteni, hiszen mind attitűdjeik, mind személyiségük szempontjából számos jellemző mentén különbözhetnek. Mindez pedig más és más megközelítést igényel a pénzügyi edukáció területén is.

Jelen tanulmány a fiatal felnőttek (18-35 év) pénzügyi kultúrájának sajátosságait vizsgálja, arra keresve a választ, hogy milyen tényezők játszanak szerepet a pénzügyi sérülékenység vagy védettség kialakulásában. Kutatási kérdéseink, amelyekre az OECD adatbázisának elemzésével a válaszokat kerestük, a következők:

- K1. Milyen jellemzőkkel írható le a 18-35 éves korosztály pénzügyi ismerete, mind szubjektív, mind objektív szempontból?
- K2. Hogyan jellemezhetjük a 18-35 éves korosztályt pénzügyi attitűdjei mentén?
- K3. Hogyan jellemezhetjük a 18-35 éves korosztályt pénzügyi magatartása mentén?
- K4. Hogyan szegmentálhatók a 18-35 évesek a pénzügyi attitűdjeik alapján?
- K5. Melyek a fiatal felnőttek pénzügyi sérülékenységének vagy védettségének háttértényezői?

2. Módszertan

A Pénziránytű Alapítvány megbízásából az OECD által kidolgozott módszertan és kérdőív alapján a GfK 2010-ben és 2015-ben 1000 fős reprezentatív mintán kutatást végzett, melyben a felnőtt lakosság pénzügyi tájékozottságát és pénzügyi kultúráját mérték fel.

Magyarország először 2010-ben vett részt az akkor 14 országot lefedő alapkutatásban, mely egységes nemzetközi módszertan alapján mérte fel az adott országban a felnőtt lakosság pénzügyi kultúra-fejlettségének szintjét. A 2010-es felmérést követően Magyarország 2015-ben ismét a kutatásban, amely mintegy 30 országban közel egy időben került lebonyolításra. Az OECD kezdeményezése egyedülálló abban, hogy az egységes módszertan és a közel egyidejű adatfelvétel lehetőséget biztosít az egyes országok adatainak megalapozott, nemzetközi összehasonlítására, illetve egy-egy ország esetében a saját ország-adatok idősoros összevetésére.

Jelen tanulmány célja a fiatal felnőttek, azaz a 18-35 évesek válaszadói csoportjának jellemzése. A kérdőívben a pénzügyi termékek ismeretére és használatára, a pénzügyi tudás szubjektív és objektív megítélésére, a megtakarításokra, a pénzügyi nehézségekre, megküzdési stratégiákra, valamint a pénzügyi attitűdökre is vonatkoztak kérdések (Atkinson – Messy, 2012), amelyeket jelen tanulmányba is bevontunk.

A kérdőív adatainak elemzésével a 18-35 évesek pénzügyi kultúrájának különböző aspektusait, a pénzügyi ismereteket, a pénzügyi viselkedést és a pénzügyi attitűdöket – és az azokat befolyásoló szociodemográfiai ismérveket vizsgáltuk. A kérdőív feldolgozása során a leíró statisztika

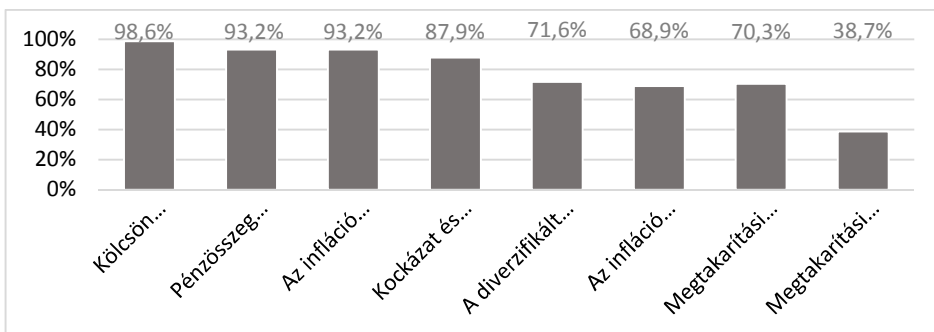
módszerein túl regressziós modelleket (lineáris és logisztikus) használtunk. Az adatok feldolgozásához az SPSS-programot alkalmaztuk.

Célunk volt a fiatalok jellemzése pénzügyi magatartásuk és attitűdjeik szempontjából, amelyet klaszterelemzés segítségével valósítottunk meg, hiszen feltételeztük, hogy célcsoportunk nem homogén a vizsgált változók mentén. A kérdőívben szereplő állításokkal kapcsolatos egyetértést egy ötfokozatú Likert-skála segítségével fejezték ki a válaszadók, ahol az OECD egységes módszertana szerint az 1-es a „Teljes mértékben egyetértek”, az 5-ös pedig az „Egyáltalán nem értek egyet”, ugyanakkor ezt a kódolást az értelmezés megkönnyítése érdekében megfordítottuk. A kutatásba bevont pénzügyi attitűd és magatartás állítások faktorelemzése után K-közép klaszterelemzéssel képeztünk csoportokat. Választásunk azért esett a K-közép klaszterelemzésre, mert ez az elemzési módszer jól kezeli a nagy elemszámot is (Sajtos – Mitev, 2007). A főkomponens-elemzés alapján a pénzügyi attitűdök négy faktorba tömörülnek. A kapott faktorstruktúra jó alapot képez egy olyan szegmentációhoz, amely a válaszadókat pénzügyi attitűdjük és magatartásuk alapján csoportosítja. A kapott faktorok átlagértékeit figyelembe véve először hierarchikus klaszterelemzés segítségével megállapítottuk a klaszterek számát – ez alapján a minta három csoportra osztható. Ezt követően K-közép klaszterelemzés segítségével végeztük el a csoportosítást.

3. Eredmények

Pénzügyi ismeretek

Az első kérdéskör a pénzügyi ismeretek és kompetenciák feltárására irányul. A kérdőívben 8, a pénzügyi intelligencia szintjét mérő feladat szerepelt. A fiatal felnőttek közül a legtöbben a kölcsön kamatának értelmezésére vonatkozó kérdésre tudták a helyes választ, amit a pénzösszeg egyenlő arányban történő elosztására és az infláció értelmezésére vonatkozó kérdés követett. Szintén sokan tudták a helyes választ a kockázat és a hozam viszonyára, illetve a diverzifikált pénzügyi portfólió és a kockázat viszonyára vonatkozó kérdésre. A legkevesebben a kamatos kamatszámítási feladatra adtak helyes választ: a megkérdezett fiatal felnőttek kevesebb, mint 40%-a válaszolt helyesen (1. ábra).



1. ábra: A Pénzügyi ismeretet mérő kérdésekre adott helyes válaszok aránya

Összességében a válaszadó fiatal felnőttek csupán 12,8%-a tudta mind a 8 kérdésre a helyes választ, majdnem ötödük (19,4%) pedig legfeljebb a kérdések felére tudott helyesen válaszolni. A fiatal felnőttek átlagosan 5,73 pontot szereztek a pénzügyi ismereteket mérő kérdés soron, míg az idősebb korosztály tagjai 5,69 pontot, az eltérés azonban nem szignifikáns.

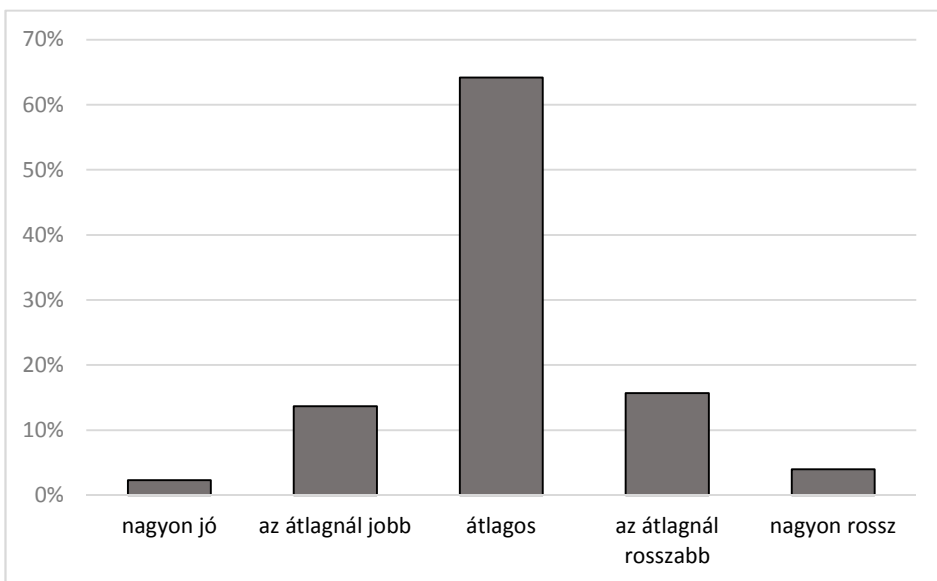
A pénzügyi ismereteket befolyásoló szociodemográfiai ismérvek vizsgálatához lineáris regresszió elemzést végeztünk. A regressziós elemzésbe függő változóként a 8 kérdésből álló, pénzügyi ismereteket mérő kérdéssoron elért pontszámot szerepeltettük.

Az eredmények szerint a nem és a kor tekintetében nincs szignifikáns különbség a fiatalok pénzügyi ismereteit illetően. A település-típus esetében azt tapasztaltuk, hogy a községben élőkhez képest a nagyobb településen élők szignifikánsan jobban teljesítettek a pénzügyi ismereteket vizsgáló kérdéssoron, míg a főváros esetében nem mértünk szignifikáns különbséget. Az iskolai végzettség tekintetében elmondható, hogy a felsőfokú végzettségűek és az érettségizettek pénzügyi ismeretei szignifikánsan magasabbak a legfeljebb alapfokú végzettséggel rendelkezőkhöz képest. Az alapfokú végzettséggel rendelkező fiatal felnőttekhez képest az érettségivel rendelkezők átlagosan 0,75, míg a felsőfokú végzettséggel rendelkezők átlagosan 1,06 ponttal teljesítettek jobban a pénzügyi ismereteket vizsgáló kérdések esetében. A háztartás jövedelme az eredmények szerint szintén befolyásolja a fiatal felnőttek pénzügyi ismereteinek szintjét: a magasabb jövedelemszint esetében, magasabb a pénzügyi tudást mérő kérdéssoron elért pontszám. A munkaviszony típusa szerint ugyanakkor nem mérhető szignifikáns különbség a 18-35 éves korcsoport pénzügyi tudása tekintetében.

A pénzügyi tudás szubjektív megítélése

A következőkben azt vizsgáltuk, hogy milyen a válaszadó saját pénzügyi tudásáról alkotott képe és az mennyire reális. Az irreális magas önkép ugyanis túlzott kockázatvállaló magatartáshoz vezet, a túl alacsony pedig még a kezelhető és nyereséggel kecsegtető pénzügyi döntésektől is visszatart. Pénzügyi döntéseknél is igaz, hogy addig nyújtózkodj, amíg a takaród ér, vagyis olyan döntéseket kell hozni, aminek képesek vagyunk felmérni az előnyeit és a várható kockázatait.

A kérdőívet kitöltőket arra kérték, hogy értékeljék a pénzügyekkel kapcsolatos általános tudásukat egy 5 fokozatú skálán (1-nagyon jó, 5-nagyon rossz). Pénzügyi tudásukat csupán a fiatal felnőttek 2,3%-a értékelte nagyon jónak. A legtöbben, a válaszolók 64,2%-a átlagosnak ítélte meg azt. Összességében többen voltak azok, akik az átlagnál rosszabbnak, mint azok, akik átlagnál jobbnak ítélték meg a pénzügyi tudásukat.



2. ábra A pénzügyi tudás megítélése

A pénzügyi tudás szubjektív megítélését befolyásoló tényezők vizsgálatához lineáris regresszió elemzést alkalmaztunk.

A regresszió elemzésbe a szociodemográfiai tényezők mellett magyarázó változóként szerepeltettük a pénzügyi tudást mérő kérdések kapcsán elért pontszámot is, így eredményeink a tudásszinttől független különbségeket jelzik. A regresszió elemzés eredményei szerint a 18-35 éves

korcsoporton belül a nők és a férfiak, illetve a különböző típusú településen élők között nincs szignifikáns különbség pénzügyi tudásuk megítélését tekintve, ugyanakkor a kor emelkedésével, ha kismértékben is (évente átlagosan 0,02 ponttal), de nő a fiatal felnőttek pénzügyi tudásra vonatkozó önbizalma. Az iskolai végzettség esetében az eredmények alapján a végzettség növekedésével párhuzamosan nő a pénzügyi ismeretekkel kapcsolatos önbizalom. A jövedelem és a munkaviszony esetében nem mértünk szignifikáns különbségeket. Az eredmények alapján a pénzügyi tudás emelkedésével nő a magabiztosság, de a kapcsolat igen gyenge, ami arra utal, hogy a fiatal felnőttek sokszor nem reálisan, valós pénzügyi tudásuknak megfelelően ítélik meg pénzügyi ismereteik szintjét.

Megvizsgáltuk, hogy a fiatal felnőttek esetében a pénzügyi kérdéssoron az átlagosnál magasabb, illetve alacsonyabb pontszámot elérők, miként vélekedtek pénzügyi tudásukról.

1. táblázat: A pénzügyi tudás és annak szubjektív megítélése közötti kapcsolat

	Pénzügyi tudását az átlagnál jobbnak vagy nagyon jónak ítéli meg	Pénzügyi tudását átlagosnak ítéli	Pénzügyi tudását az átlagnál rosszabbnak vagy nagyon rossznak ítéli meg
Átlagnál magasabb pontszámot ért el	10,3%	38,8%	10,1%
Átlagnál alacsonyabb pontszámot ért el	5,7%	25,4%	9,7%

Ahogy a fenti táblázatból is látható, a megkérdezett 18-35 évesek csupán 20%-a (10,3% + 9,7%) ítéli meg reálisan pénzügyi tudását. Ezek azok a válaszolók, akik a pénzügyi kérdéseken az átlagnál magasabb pontszámot értek el és véleményük szerint az átlagnál magasabb pénzügyi tudással rendelkeznek, illetve azok, akik az átlagnál alacsonyabb pontszámot értek el és pénzügyi tudásukat az átlagosnál gyengébbnek ítélik meg.

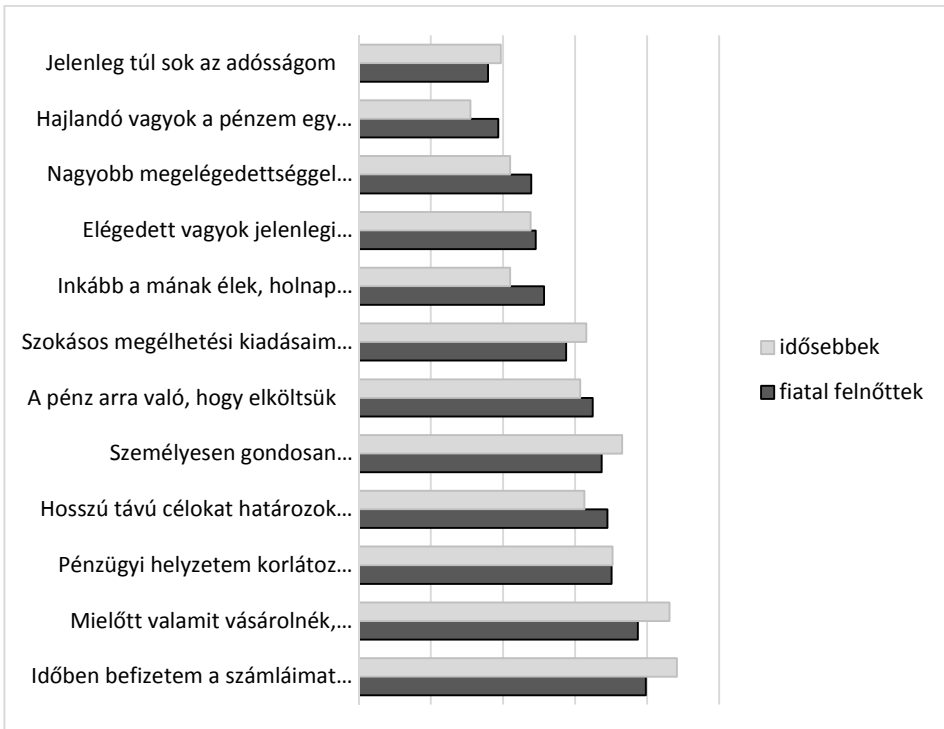
Pénzügyi attitűdök

A pénzügyi viselkedést nem is annyira a pénzügyi tudás, hanem inkább a pénzhez fűződő érzelmi viszonyulások, az attitűdök befolyásolják.

A kérdőívben 12, a pénzügyi vélekedések, szokások, attitűdök vizsgálatára szolgáló állítás szerepelt. Az egyes állításokkal való egyetértést a válaszadóknak egy 5 fokozatú skálán kellett megítélniük, ahol az átkódolást követően az 1-es érték a teljes egyet nem értést, az 5-ös a teljes egyetértést jelölte. A kérdésekre adott válaszokból számított átlag pontszámokat szemlélteti a 3. ábra.

A fiatal felnőttek válaszait összevetve az idősebbekével azt találtuk, hogy a fiatalokra inkább jellemző, a hosszú távú pénzügyi célok meghatározása és a Carpe diem életfelfogás (nagyobb megelégedettséggel tölt el, ha elköltöm a pénzt, mintha hosszabb távra félreteszem). Ők inkább mának élek, holnap majd csak lesz valahogy, illetve a pénz arra való, hogy elköltsük. Az idősebbekhez képest a fiatal felnőttek szívesebben vállalnak kockázatot (hajlandó vagyok a pénzem egy részét kockáztatni, amikor megtakarításról vagy befektetéséről van szó). Emellett a fiatal felnőttekre kevésbé jellemző a pénzügyi megfontoltság (mielőtt valamit vásárolnék, alaposan megfontolom, hogy telik-e rá; személyesen gondosan ellenőrzöm pénzügyeimet).

A fiatal felnőttek és az idősebb korosztályok pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjei tehát az eredmények szerint jelentősen különbözőek. Csupán két attitűd állítás esetében nem volt szignifikáns a különbség (a pénzügyi helyzetem korlátoz abban, hogy a számomra fontos dolgokat tegyem, elégedett vagyok jelenlegi pénzügyi helyzetemmel), ezek nem is annyira a pénzügyekkel kapcsolatos általános attitűdökre vonatkoznak, hanem az egyén saját pénzügyi helyzetének megítélésére.



3. ábra Pénzügyi attitűd kérdésekre adott átlagos pontszámok

Pénzügyi magatartás

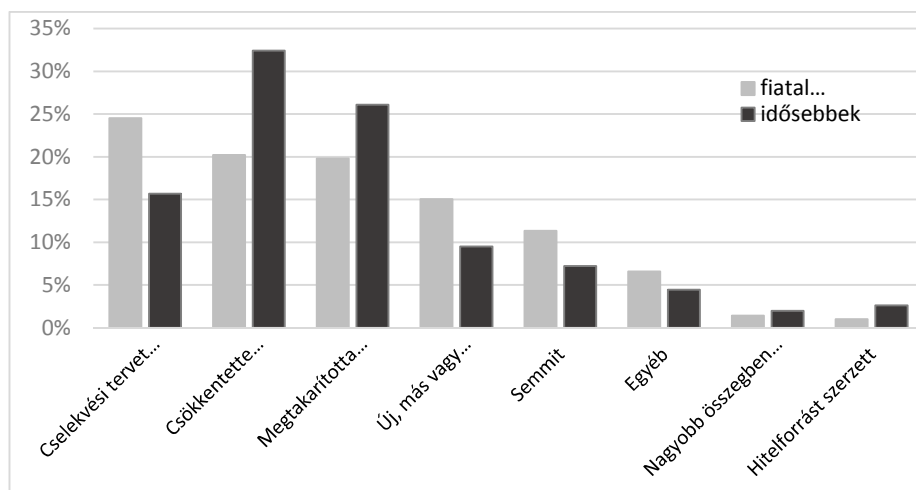
A vizsgálatban szerepeltek olyan kérdések is, amelyek a pénzügyi magatartás feltárására irányultak. Például rendelkezik-e a megkérdezett pénzügyi célokkal, és hogyan kívánja ezeket megvalósítani: takarékoskodik, többletmunkát vállal, kölcsönkér, készít-e egyáltalán költségvetést. Ezeket a kérdéseket logisztikus regresszió elemzéssel vizsgáltuk, kivéve a pénzügyi termékek ismeretére és használatára vonatkozó kérdéseket, melyek esetében lineáris regresszió elemzést alkalmaztunk.

Költségvetést a fiatal felnőttek 22,1%-a háztartásában készítenek, ami valamivel kisebb, mint az idősebbekre jellemző arány (26,2%), de a különbség nem szignifikáns. A fiatal felnőttek között a nőkre jellemzőbb a költségvetés készítése, mint a férfiakra: a nők átlagosan 65%-kal magasabb eséllyel készítenek költségvetést, mint a férfiak. A községben élőkhez képest, a fővárosban élő fiatal felnőttek több mint négyszer

akkora eséllyel készítenek költségvetést. A pénzügyi tudás és annak szubjektív megítélése nem mutat összefüggést a költségvetés készítéssel.

Valamilyen megtakarítással a fiatalok felnőttek kevesebb, mint fele, 40,5%-a rendelkezett az elmúlt 12 hónapban, szemben a társadalom többi részével, ahol ez az arány 45,4% volt, a különbség ugyanakkor nem szignifikáns. A községben élő fiatal felnőttekhez képest a nagyobb településen élők esetében jellemzőbb a megtakarítással való rendelkezés, ugyanakkor a fővárosiak kevesebb, mint fele akkora eséllyel rendelkeznek megtakarítással, mint a községben élők. Eredményeink szerint a fiatal felnőttek esetében a megtakarítással való rendelkezést a többi vizsgált változó, így az iskolai végzettség, a jövedelemszint, a pénzügyi tudás és annak szubjektív megítélése nem befolyásolja. Az 5. ábrán látható a különböző megtakarítási formák elterjedtsége a 18-35 éves korcsoport körében. Eredményeink azt mutatják, hogy a fiatal felnőttek túlnyomó többsége a megtakarított pénzét lakossági folyószámlán gyűjtötte, illetve otthon tartotta. A fiatal felnőttek válaszait összevetve az idősebb korosztályokéval csupán egy esetben tapasztaltunk szignifikáns különbséget: a megtakarítási számla használata jellemzőbb az idősebb korosztályra (12,8%).

Pénzügyi célokkal a megkérdezett fiatal felnőttek 53,2%-a rendelkezik szemben az idősebbekkel, ahol ez az arány csak 45,2%. A különbség szignifikáns. A logisztikus regresszió eredményei szerint a kisvárosban élő fiatalok közel háromszor akkora eséllyel rendelkeznek pénzügyi célokkal, mint a községben élő társaik. A többi település típus esetében a különbség nem szignifikáns. Azok a fiatal felnőttek, akik olyan háztartásban élnek, melynek jövedelme meghaladja a háztartások jövedelmi mediánjának 75%-át, több mint kétszer akkora eséllyel tűznek ki maguk elé pénzügyi célokat, mint azok, akik ennél kevesebb jövedelemmel rendelkeznek. A foglalkoztatásban álló fiatal felnőttekhez képest a munkanélküliek ugyanakkor jelentősen kisebb eséllyel rendelkeznek pénzügyi törekvésekkel. A pénzügyi tudás és annak szubjektív megítélése nem mutat szignifikáns hatást.



4. ábra Pénzügyi célok elérésére irányuló intézkedések

Pénzügyi céljaik elérése érdekében a megkérdezett fiatal felnőttek elsősorban cselekvési tervet készítettek, sokan csökkentették kiadásaikat, illetve megtakarítottak vagy befektettek. A fiatal felnőttek válaszait összevetve az idősebb megkérdezettekével látható, hogy a fiatalabbakra jellemzőbb, hogy cselekvési terv készítésével vagy új, plusz munka vállalásával töreksenek elérni pénzügyi céljaikat, míg a kiadások csökkentését és a megtakarítást vagy befektetést kevesebben választották. Az eredmények jól mutatják, hogy a fiatalabb és az idősebb generáció különböző megküzdési stratégiát alkalmaz.

A pénzügyi termékek ismeretének és használatának vizsgálata során először azok ismertségét vizsgáltuk meg. A kérdőívben 14 pénzügyi termékkel kapcsolatban kérdezték meg a válaszadókat, hogy hallottak-e már azokról. A vizsgált termékek közül a legmagasabb ismertséggel a folyószámla rendelkezik, amit szinte az összes megkérdezett ismer. Ezt követi a biztosítás, a hitelkártya, a jelzáloghitel és a nyugdíjpénztár.

A megkérdezett fiatalok közül 31,6% ismeri mind a 14 pénzügyi terméket, míg mintegy ötödük (21,1%) legfeljebb a feléről hallott már. Lineáris regresszió elemzés segítségével megvizsgáltuk az ismert pénzügyi termékek számát befolyásoló tényezőket. Az elemzésbe bevont demográfiai változók közül egyik esetében sem mértünk szignifikáns hatást, ugyanakkor az eredmények szerint a magasabb pénzügyi tudással rendelkezők, illetve azok, akik pénzügyi tudásukat kedvezőbben ítélik meg, több pénzügyi terméket ismernek.

Következő lépésben az egyes pénzügyi termékek használatát vizsgáltuk meg. A leggyakrabban használt pénzügyi termék a vizsgált termékek közül mind a fiatalok, mind a társadalom többi része esetében a folyószámla: a fiatal felnőttek több, mint 80%-a rendelkezik folyószámlával. Összességében elmondható, hogy a fiatal felnőttek kevesebb pénzügyi terméket használnak, mint az idősebb korosztályokba tartozók (fiatalok esetében az átlag 1,69, a többi korcsoport esetében 2,02). Négy pénzügyi termék esetében mértünk szignifikáns különbséget a fiatal felnőttek és az idősebb korosztályok között, ezek a jelzáloghitel, az ingatlanfedezetű hitel, a fedezetlen bankhitel és a biztosítás. Mind a négy termék használata elterjedtebb az idősebbek körében.

A megkérdezett fiatal felnőttek a felsorolt pénzügyi termékek közül legfeljebb 7-et, az idősebb megkérdezettet legfeljebb 8-at használnak, míg 16,6%, illetve 16,2%-uk semelyik említett pénzügyi terméket nem használja. Négy vagy több terméket a fiatal felnőttek csupán 10,9%-a használ, míg az idősebbek esetében ez az arány 16,2%. Látható, hogy a pénzügyi termékek ismertsége és használata között jelentős diszkrépancia van: mind a fiatal felnőttek, mind az idősebbek számos pénzügyi terméket ismernek, mégis csupán néhányat használnak.

A regresszió elemzés eredményei alapján az iskolai végzettség emelkedésével párhuzamosan nő a fiatal felnőttek által használt pénzügyi termékek száma: az alapfokú iskolai végzettséggel rendelkezőkhöz képest az érettségivel rendelkezők átlagosan 0,52, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők átlagosan 1,45-tel több pénzügyi terméket használnak. A magasabb jövedelem szint szintén magasabb termékhasználattal jár. A foglalkoztatott fiatalokhoz képest a munkanélküliek esetében alacsonyabb a használt pénzügyi termékek száma (átlagosan 0,55-tel). Sem a pénzügyi tudás, sem a pénzügyi tudás szubjektív megítélése esetében nem mértünk szignifikáns hatást.

Klaszterelemzés a pénzügyi attitűdök alapján

A következőkben úgynevezett klaszteranalízissel vizsgáltuk, hogy milyen csoportok képezhetők az alapján, hogy bizonyos (jelen esetben a pénzügyi szokásokra, magatartásra és attitűdökre vonatkozóan) kimutathatóan hasonló válaszokat adnak az egyes csoportba tartozók. Vagyis a pénzhez való viszonyulás alapján kialakíthatóak-e jól körülírt társadalmi csoportok.

A 12 állítás mentén, amely a pénzügyi szokások, magatartás és attitűdök témakörben vizsgálta a válaszadók véleményét, első lépésben faktorelemzést végeztünk. A 12 állítás összesen négy faktorba tömörült. A rotált faktormátrix az 2. táblázatban látható.

2. táblázat: A faktorelemzés során kapott rotált faktormátrix (főkomponens-elemzés, varimax rotálás)

Állítások	Faktorok			
	1 Aggódás és sérülékenység	2 Carpe diem	3 Tudatosság	4 Kockázat- vállalás
Szokásos megélhetési kiadásaim miatt gyakran aggódom	0,817	0,001	-0,036	0,099
Elégedett vagyok jelenlegi pénzügyi helyzetemmel	-0,788	0,111	-0,005	0,164
Pénzügyi helyzetem korlátoz abban, hogy a számomra fontos dolgokat tegyem	0,778	0,181	-0,002	-0,069
Jelenleg túl sok az adósságom	0,544	0,124	-0,132	0,541
A pénz arra való, hogy elköltsük	0,074	0,836	-0,065	0,049
Inkább a mának élek, holnap majdcsak lesz valahogy	0,012	0,823	-0,162	0
Nagyobb megelégedettséggel tölt el, ha elköltöm a pénzt, mint ha hosszabb távra félreteszem	-0,005	0,759	-0,344	0,125
Hosszú távú célokat határozok meg és töreksem elérni őket	-0,065	-0,211	0,822	0,081

Személyesen gondosan ellenőrzöm pénzügyeimet	0,011	-0,164	0,715	0,214
Időben befizetem a számláimat stb.	-0,348	-0,274	0,541	-0,366
Mielőtt valamit vásárolnék, alaposan megfontolom, hogy telik-e rá	0,395	-0,066	0,506	-0,376
Hajlandó vagyok a pénzem egy részét kockáztatni, amikor megtakarításról vagy befektetésről van szó	-0,162	0,043	0,217	0,780

A változók négy jól elhatárolható faktorba tömörülnek, amelyek a következők: 1. aggodás és pénzügyi sérülékenység, 2. Carpe Diem szemlélet, 3. tudatosság, 4. kockázatvállalás. Bár az utolsó változó ebben a faktorstruktúrában nem kapcsolódik össze másikkal, úgy véljük, tartalmi érvényesség szempontjából érdemes is külön kezelni azt.

A kapott faktorok átlagértékeit figyelembe véve először hierarchikus klaszterelemzés segítségével megállapítottuk a klaszterek számát – ez alapján a minta három csoportra osztható. Ezt követően K-közép klaszterelemzés segítségével végeztük el a csoportosítást.

3. táblázat: A K-közép klaszterelemzés során kapott klaszterközepek (faktorokba tartozó állítások átlagai alapján, 1 – egyáltalán nem ért egyet, 5 – teljes mértékben egyetért)

Átlagok	Végső klaszterközepek		
	Klaszterek		
	1 (N=68)	2 (N=86)	3 (N=127)
Aggódás és sérülékenység	3,07	2,87	2,91
Carpe diem	3,81	2,67	2,10
Tudatosság	2,89	3,81	4,05
Kockázatvállalás	1,38	3,44	1,26

A klaszterközepek értékei már jól jelzik, hogy az egyes csoportokba jellemzően milyen típusú válaszadókat sorolhatunk (szürkével jelzett cellák), ugyanakkor a pontosabb jellemzés érdekében mind a 12 attitűdállítás átlagértékét megvizsgáltuk az egyes klaszterekben. A kapott értékeket a 4. táblázat tartalmazza kiemelve, hogy egyes állításokkal való egyetértés, mely klaszterben a legerősebb.

4. táblázat: A 12 attitűd-állítás átlagértékei az egyes klaszterekben (1 – egyáltalán nem ért egyet, 5 – teljes mértékben egyetért)

	1.klaszter	2.klaszter	3.klaszter
Mielőtt valamit vásárolnék, alaposan megfontolom, hogy telik-e rá	3,4559	3,6860	4,2126
Inkább a mának élek, holnap majdcsak lesz valahogy	3,6324	2,4419	1,9528
Nagyobb megelégedettséggel tölt el, ha elköltöm a pénzt, mint ha hosszabb távra félreteszem	3,7059	2,3372	1,6772
Időben befizetem a számláimat stb.	3,2500	3,9535	4,4724
Hajlandó vagyok a pénzem egy részét kockáztatni, amikor megtakarításról vagy befektetésről van szó	1,3824	3,4419	1,2598
Személyesen gondosan ellenőrzöm pénzügyeimet	2,4559	3,6512	3,7953
Hosszú távú célokat határozok meg és törekszem elérni őket	2,3971	3,9302	3,7244

A pénz arra való, hogy elköltsük	4,0882	3,2209	2,685
Pénzügyi helyzetem korlátoz abban, hogy a számomra fontos dolgokat tegyem	3,6912	3,3605	3,4252
Szokásos megélhetési kiadásaim miatt gyakran aggódom	3,0294	2,8372	2,874
Jelenleg túl sok az adósságom	2,0294	1,9767	1,6378
Elégedett vagyok jelenlegi pénzügyi helyzetemmel	2,4559	2,686	2,3071

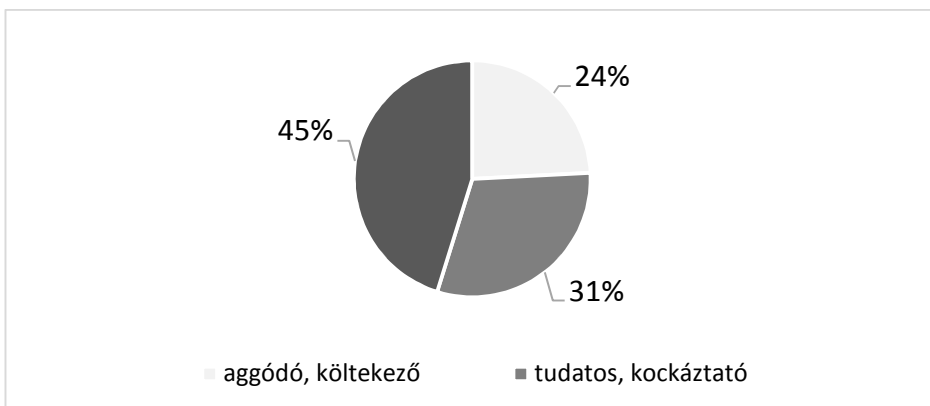
A 4. táblázat alapján elmondhatjuk, hogy:

- **az első klaszterbe** azok a válaszadók kerültek, akikre leginkább jellemző a Carpe Diem szemlélet, ugyanakkor a leginkább aggódóak is, hiszen pénzügyi helyzetük nem kielégítő számukra. Számításaink szerint társadalmi reprezentáltságuk a fiatal felnőttek körében 24%;
- **a második klaszterbe** kerültek azok a válaszadók, akik a három csoport közül a leginkább elégedettek, hosszú távú céljaik vannak, és kockáztatni is hajlandóak. Ők nagyon magabiztosak. A 18-35 évesek mintegy 31%-a tartozik ebbe a csoportba. A pénzköltési attitűdök tekintetében a két klaszter között helyezkednek el;
- **a harmadik klaszter** megfontolt, igyekszik ellenőrizni pénzügyeit, és rájuk jellemző legkevésbé a költekező szemlélet. Az elemszámot tekintve ez a legnagyobb csoport (45%). Fontos kiemelni, hogy bár az ellenőrzés náluk a legerősebb, még itt is inkább közelít a semleges állásponthoz.

A klasztereknek az előzőek alapján a következő elnevezéseket adtuk:

- 1. klaszter – aggódó, költekező,
- 2. klaszter – tudatos, kockáztató,
- 3. klaszter – óvatos és megfontolt.

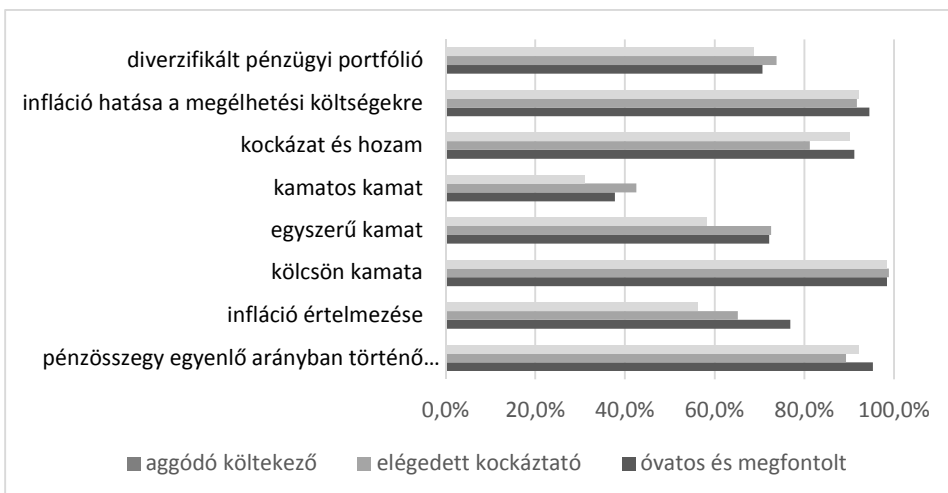
Az egyes klaszterekbe tartozók százalékos megoszlását a 5. ábra szemlélteti:



5. ábra: A klaszterek százalékos eloszlása

A kialakult csoportokat szintén elemeztük a pénzügyi tudás, a megtakarításokkal kapcsolatos információk, a pénzügyi célok és termékismeret, valamint termékhasználat mentén.

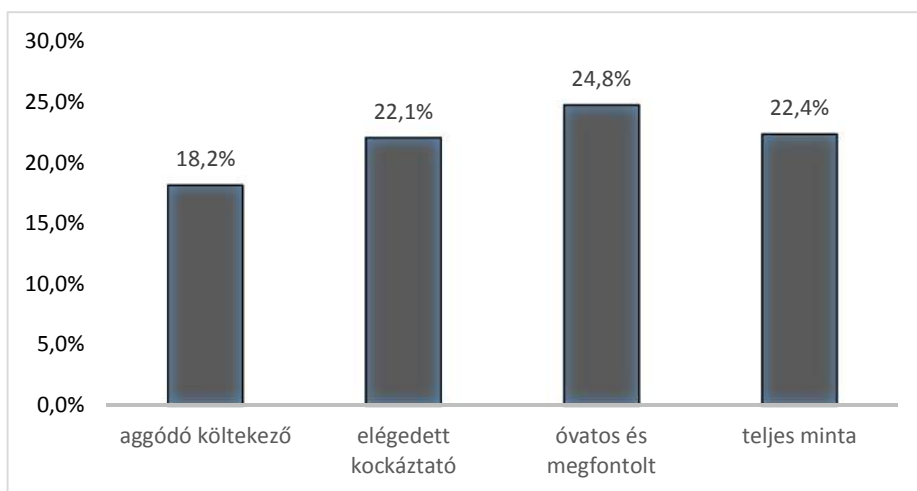
A **pénzügyi tudás** tekintetében elmondható, hogy a legtöbb jó válasz a tudatos-kockázató (átlagosan 6,0), valamint az óvatos és megfontolt (átlagosan 5,9) csoportokban született. Az aggódó-költekezők esetében a legalacsonyabb a jó válaszok aránya (átlagosan 5,1). Ők legrosszabbul az egyszerű kamat, a kamatos kamat és az infláció tekintetében teljesítettek (lásd 6. ábra).



6. ábra Pénzügyi tudást mérő kérdésekre adott jó válaszok aránya az egyes klaszterekben

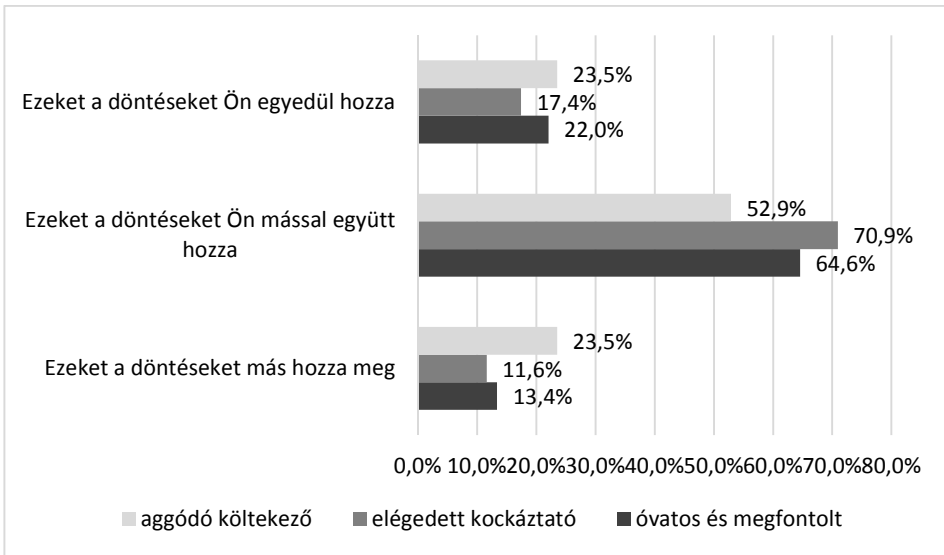
Saját pénzügyi tudását a legmagasabbra az elégedett kockázttató csoport értékelte, így elmondhatjuk, hogy ők tekinthetők a legmagabiztosabb klaszternek. Ezt a magabiztosságot egy másik kérdés mentén is megfigyelhetjük, ugyanis arra a kérdésre, hogy mennyire biztosak saját pénzügyi terveikben a nyugdíjas éveikre vonatkozóan, szintén ez a csoport mutatta a legmagasabb önbizalmat. Az aggódó költekező klaszter pedig a legbizonytalanabb csoport.

A klaszterek pénzügyi magatartását vizsgálva elmondható, hogy a költségvetés készítése a legkevésbé az aggódó költekezők csoportjában van jelen, és legjellemzőbb az óvatos és megfontolt klaszterben (lásd 7. ábra).



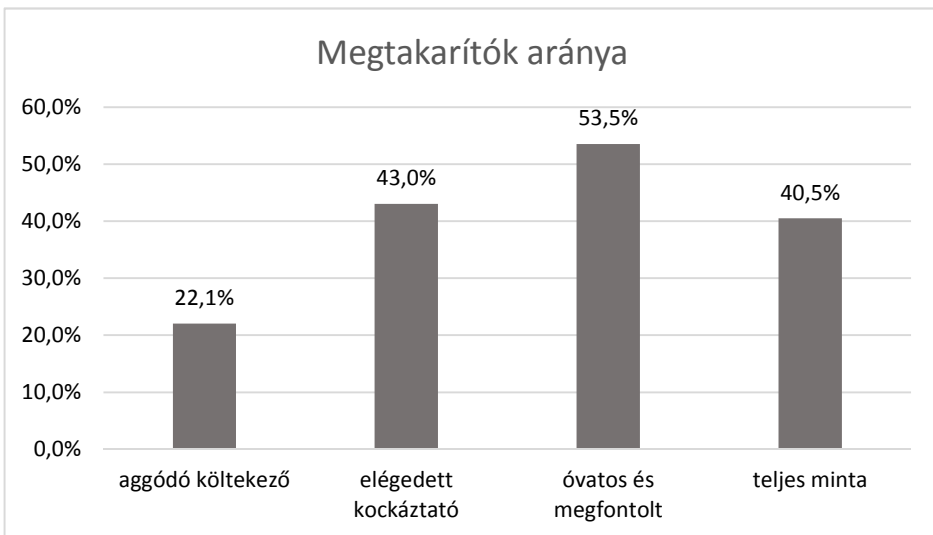
7. ábra Költségvetést készítők aránya az egyes klaszterekben

A pénzügyi döntésekkel kapcsolatban vonatkozóan az találtuk, hogy a döntés csoportos jellege legerősebben a tudatos kockázatvállaló klaszterben van jelen, legkisebb arányban pedig az aggódó pénzköltő csoportban. A másik két klaszterhez képest az aggódó költekező csoportban arányaiban magasabb az egyedül döntők vagy a döntést más kezébe helyezők aránya (lásd 8. ábra). Pénzügyi célok tekintetében is jelentősen elkülönül ez a csoport, hiszen csupán 28,4% mondja azt, hogy van pénzügyi célja, míg a másik két csoportban ez az arány 60% fölötti.



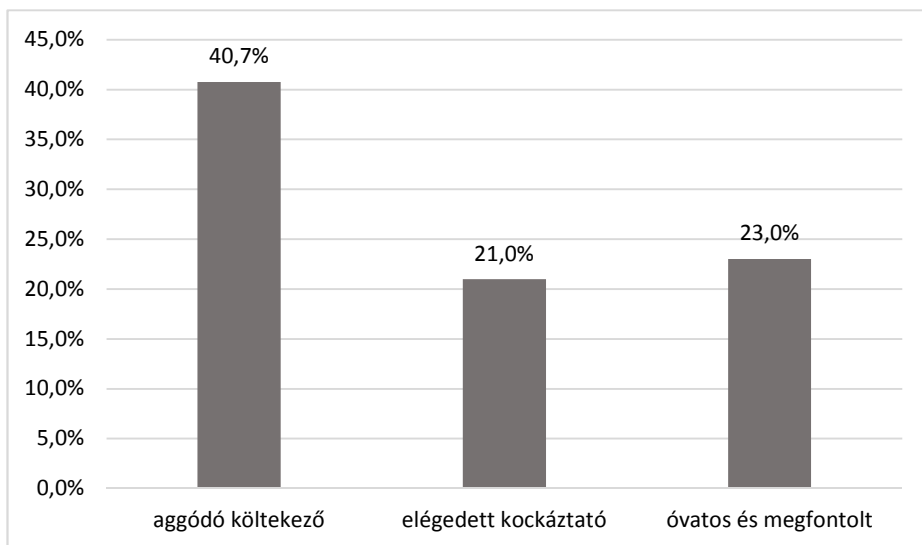
8. ábra Pénzügyi döntések típusai az egyes klaszterekben

Megtakarításukat tekintve, a vizsgált 18-35 éves korosztály 40,5%-a rendelkezett megtakarítással az elmúlt 12 évben, ugyanakkor ez klaszterenként már igen eltérő. Az óvatos és megfontolt csoport az, amelyben a válaszadók 53,5%-ának volt megtakarítása, míg az aggódó költekezők csupán 22,1%-ának (lásd 9. ábra).



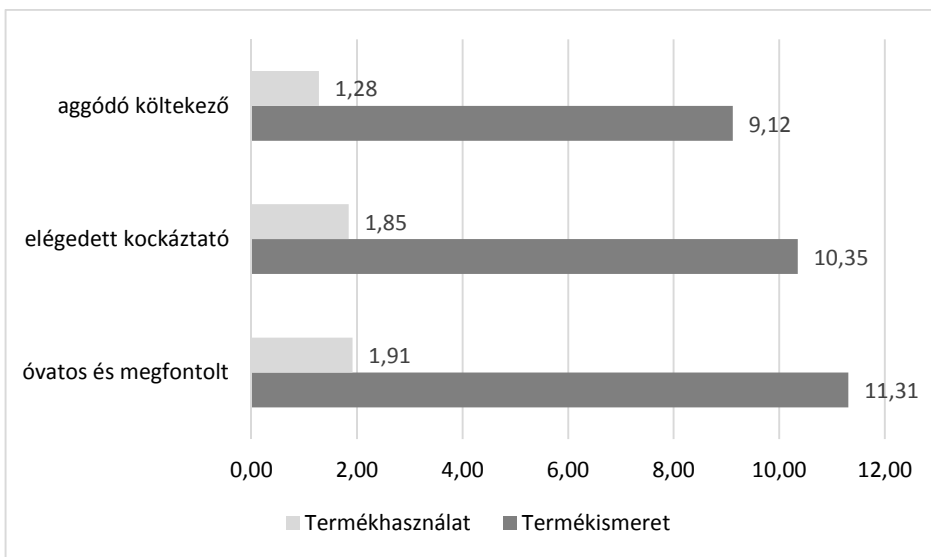
9. ábra A megtakarítással rendelkezők aránya az egyes klaszterekben

A pénzügyi problémák jelenléte az aggódó költekező klaszterben volt a legjellemzőbb, és az elégedett kockázttató klaszterben a legkevésbé jellemző (lásd 10. ábra).



10. ábra A pénzügyi problémák előfordulásának aránya az egyes klaszterekben

A termékismeret és a termékhasználat szintje az aggódó és költekező klaszter esetében a legalacsonyabb. Átlagosan 9,12 db terméket ismernek, és 1,28 db pénzügyi terméket használnak. Ez az arány az óvatos és megfontolt klaszterben a legmagasabb, ugyanis ők átlagosan 11,31 db terméket ismernek, és 1,91 db terméket használnak (lásd 11. ábra).



11. ábra A termékismeret és termékhasználat szintje az egyes klaszterekben

Pénzügyi sérülékenység

A pénzügyi sérülékenység tekintetében fontos eredmény az úgynevezett aggódó költekezők csoportjának beazonosítása. Mi jellemző erre a csoportra? Egyfelől jellemző rájuk, hogy az elmúlt 12 hónapban pénzügyi problémákkal küzdöttek. Pénzügyeikkel kapcsolatban az aggodás és szorongás folyamatosan jelen van az életükben. Különösen sérülékennyé teszi ezt a csoportot, hogy bár pénzügyi gondokkal küzdenek és jellemzően nincs megtakarításuk, amennyiben pénzhez jutnak, úgy azt hajlamosak azonnal elkölteni. A klasztereket alapvetően a 12 tételes OECD által kidolgozott pénzügyi attitűd skála mentén különítettük el, de az eredmények azt mutatják, hogy egyéb tényezők mentén is jellemezhető a csoport.

A pénzügyileg sérülékeny fiatal felnőttek csoportjának jellemzői összefoglalóan:

- alacsonyabb szintű pénzügyi tudással és készséggel rendelkeznek,
- kevesebb terméket ismernek és használnak,
- pénzügyi döntéseiket egyedül hozzák, vagy más hozza meg helyettük, közös döntéshozatal nem jellemző rájuk,
- szignifikánsan kevesebben készítik fel költségvetést,
- inkább a mának élnek,

- ha lehetőségük van, költsenek, nem tesznek félre pénzt,
- pénzügyi problémákkal nehezítik a megélhetésüket, s emiatt sokat szoronganak,
- kisebb településeken élnek,
- alacsony a jövedelmük és
- nem jellemző rájuk a pénzügyi célok kitűzése.

Összefoglalás és következtetések

Eredményeink alapján a fiatal felnőttek pénzügyi tudás szintje nem különbözik szignifikánsan az idősebbektől. A 18-35 éves korcsoport pénzügyi tudásszintjét az iskolai végzettség, a jövedelmi helyzet és a település típus egyaránt befolyásolja. Ez azt jelenti, hogy az idősebbek, magasabban képzetek, jobb jövedelmi helyzetben lévők és városiak pénzügyi tudása magasabb.

Eredményeink rámutatnak arra, hogy a fiatal felnőttek sokszor nem reálisan, valós pénzügyi tudásuknak megfelelően ítélik meg pénzügyi ismereteik szintjét. Pénzügyi tudását csupán a fiatal felnőttek 2,3%-a értékelte nagyon jónak, a legtöbben átlagosnak ítélték meg azt. Összességében pedig többen voltak azok, akik az átlagnál rosszabbnak, mint azok, akik átlagnál jobbnak ítélték meg a pénzügyi tudásukat. A kor, az iskolai végzettség és a tényleges pénzügyi tudás emelkedésével nő a fiatal felnőttek pénzügyi tudásra vonatkozó önbizalma.

Pénzügyi attitűdjük tekintetében az idősebbekhez képest a fiatal felnőttekre inkább jellemző, hogy hosszú távú pénzügyi célokat határoznak meg, illetve a Carpe diem életfelfogás és a kockázatvállalás, ellenben a pénzügyi megfontoltság kevésbé jellemző a fiatalokra.

Pénzügyi célokkal való rendelkezés jellemzőbb a fiatalok esetében. A pénzügyi célok eléréséhez alkalmazott megküzdési stratégia szempontjából szintén eltérések tapasztalhatók: a fiatalabbakra jellemzőbb, hogy cselekvési terv készítésével vagy új, plusz munka vállalásával törekszenek elérni pénzügyi céljaikat, míg a kiadások csökkentését és a megtakarítást vagy befektetést kevesebben választják.

A 12 tételes pénzügyi attitűd skálára adott válaszok alapján a fiatal felnőttek 3 csoportját különítettük el.

Az aggódó költselők csoportja, a következőket mondhatjuk el: leginkább náluk volt jellemző, hogy pénzügyi problémákkal küzdenek,

ezzel párhuzamosan legkevésbé jellemző, hogy lenne megtakarításuk. Érzelmek szintjén az aggodás és szorongás van jelen életükben, de egyúttal hajlamosak költekezni is. Általában alacsonyabb a pénzügyi tudásuk, a termékismeretük és termékhasználatuk a másik két csoporthoz képest. Jellemző rájuk, hogy nem tartják kézben pénzügyeiket, ugyanis nem készítenek költségvetést, és a többiekhez képest jellemzőbb rájuk az, hogy vagy teljesen egyedül hoznak meg pénzügyi döntéseket, vagy teljes mértékben kihelyezik azt saját kontrolljuk alól. Ez a csoport nem magabiztos, sem pénzügyi tudását, sem jövőjét tekintve. Előző kutatások eredményei alapján az mondható el, hogy ez a klaszter az „Egyszer hopp, másszor kopp” szemlélethez áll közel (Németh et al., 2016). Fenti jellemzők összességében pénzügyi sérülékenységet, kiszolgáltatottságot okoznak a mindennapi életvitelben.

Az elégedett kockázatvállalók mind pénzügyi attitűdjeik, mind pénzügyi magatartásuk tekintetében a két másik klaszter között helyezkednek el. Magabiztosságuk azonban kimagasló, mind tudásuk, mind jövőbeli terveik vonatkozásában náluk mértük a legmagasabb magabiztossági szintet. Erre a csoportra jellemző legkevésbé a pénzügyi problémák jelenléte, ami összefüggésben lehet magabiztosságukkal is. Elmondható továbbá, hogy pénzügyi helyzetükkel elégedettek és ezzel összefüggésben ők a legkevésbé aggodóak.

Az óvatos és megfontolt csoport tagjai jól teljesítenek a pénzügyi tudás, a termékismeret és a termékhasználat tekintetében is. Rájuk jellemző leginkább a tervezés, a pénzügyek ellenőrzése és a költségvetés készítése, továbbá erre a csoportra a leginkább jellemző a megtakarítással való rendelkezés.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a fiatal felnőttek pénzügyi attitűdjük és magatartásuk tekintetében bár sok tekintetben különböznek az idősebbektől, ők maguk is igen heterogén csoportot alkotnak. A róluk kialakult általános képet és tudást tovább mélyíthetjük, ha kisebb csoportokra bontjuk őket, tehát szegmenseket alakítunk ki. Jelen kutatásban kialakított három klaszter (aggódó költekező, elégedett kockázatos, óvatos és megfontolt) jellemzői vélhetően más és más megközelítést kívánnak, akár pénzügyi termékek kommunikációjáról, akár pénzügyi edukációról beszélünk.

Kutatásunk ráirányította a figyelmet a magyar fiatalok egy igen sérülékeny csoportjára. Új eredmény, hogy bár a pénzügyi sérülékenység mögött több tényező is meghúzódik, kiemelt jelentősége van a pénzügyi

magatartást befolyásoló attitűdöknek. A pénzügyi edukációban tehát szintén kiemelt figyelmet kell fordítani a magatartási és attitűdbeli tényezők korrekciójára. Olyan kompetenciák fejlesztésre van szükség, mint például a pénzügyi célok kitűzésének, az ehhez kapcsolódó stratégia kialakításának, a vágyak prolongálásának képessége. Előbbiek megvalósításához olyan skill-ek kialakítására van szükség, mint a költségvetés-készítés, kalkulációs képességek vagy termékismeret és termékhasználat.

Irodalomjegyzék

Atkinson, Adele – Messy, Flore-Anne (2012) *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD Publishing, Paris.

Bauer András – Mitev Ariel Zoltán (2011) A kényszeres vásárlás pénzügyi attitűd és magatartási modellje. *Addiktológia: Addictologia Hungarica*, 10. 4:318-352.

Béres Dániel – Huzdik Katalin – Németh Erzsébet – Zsótér Boglárka (2015) *Pénzügyi személyiség. A magyar lakosság pénzügyi magatartása, szokásai és attitűdjei. Kutatási jelentés. Pénziránytű Alapítvány, Budapest.*

Durvasula, Sirnivas – Lysonski, Steven (2010) Money, money, money – how do attitudes toward money impact vanity and materialism? – the case of young Chinese consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 27. (2):169-179.

Forman, Norman(1987) *Mind over money*. Doubleday, Toronto.

Furnham, Adrian F. (1984) Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5. (5):501-509.

Goldberg, Herb – Lewis, Robert T. (1978) *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money*. William Morrow and Co., New York.
Huzdik Katalin – Béres Dániel – Németh Erzsébet (2014) Pénzügyi kultúra versus kockázatvállalás empirikus vizsgálata a felsőoktatásban tanulóknál. *Pénzügyi Szemle*, 59. (4):476-488.

Luksander Alexandra, Németh Erzsébet, Béres Dániel, Zsótér Boglárka (2016) Pénzügyi személyiségtípusok és az eladósodást befolyásoló pénzügyi attitűdök empirikus vizsgálata. KÖZGAZDÁSZ FÓRUM / ECONOMISTS FORUM 19:(128) pp. 32-55.

Luksander Alexandra, Béres Dániel, Huzdik Katalin, Németh Erzsébet (2014) Analysis of the factors that influence the financial literacy of young people studying in higher education=A felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezők vizsgálata. PÉNZÜGYI SZEMLE/PUBLIC FINANCE QUARTERLY 59:(2) pp. 220-241

Lusardi, Annamaria (2008) Household saving behavior: The role of financial literacy, information, and financial education programs. Publisher National Bureau of Economic Research

Mellan, Olivia (1997) Barátságban a pénzzel. Helikon Kiadó, Budapest.

Magyar Nemzeti Bank (2014) Tudás és érték, a Magyar Nemzeti Bank társadalmi felelősségvállalási stratégiája. Magyar Nemzeti Bank, 2014. június, <http://www.mnb.hu/letoltes/mnb-tarsadalmi-spread-low-1.pdf>

Németh Erzsébet – Béres Dániel – Huzdik Katalin – Zsótér Boglárka (2016) Pénzügyi személyiségtípusok Magyarországon kutatási módszerek és primer eredmények. Hitelintézeti Szemle, 15. (2):153-172.

Sajtos László – Mitev Ariel (2007) SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest.

Stephoe, Andrew, Angus Deaton, and Arthur A. Stone (2015) Subjective wellbeing, health, and ageing. The Lancet, 385 (9968) pp. 640-648.

Tang, Thomas Li-Ping – Kim, Jwa K. (1999) The Meaning of Money among Mental Health Workers: The Endorsement of Money Ethic as Related to Organizational Citizenship Behavior, Job Satisfaction, and Commitment. Public Personnel Management, 28. (1):15-26.

Tang, Sophie – Hall, Vernon C. (1995) Even with problems, meta-analysis contributes, Applied Cognitive Psychology, 9. (5):405-409.

Tang, Thomas Li-Ping (1992) The Meaning of Money Revisited. Journal of Organizational Behavior, 13. (2):197-202.

Tang, Thomas Li-Ping (1993) The Meaning of Money: Extension and Explanation of the Money Ethic Scale in a Sample of University Students in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 14. (1):93-99.

Valence, Gilles – d'Astous, Alain – Fortier, Louis (1988) Compulsive Buying: Concept and Measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11. 4:419-433

Xiao, J.J., Ahn, S.Y., Sheridan, J. Shim, S. (2014): Earlier financial literacy and later financial behaviour of college students, *International Journal of Consumer Studies*, 38 (6), pp. 593-601.

Yamauchi, Kent T. – Templer, Donald J. (1982) The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*, 46. (5):522-528.

Zimbardo, Philip G. – Boyd, John N. (2012) Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable Individual-Differences Metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77. (6):1271-88.

Zsótér Boglárka – Béres Dániel – Németh Erzsébet (2015) Magyar fiatalok jellemzése pénzügyi attitűdjeik és magatartásuk mentén. *Vezetéstudomány*, 46(6): 70-80.

Zsótér Boglárka – Németh Erzsébet – Béres Dániel (2016) A pénzügyi kultúra személyiség-, attitűd- és viselkedésbeli komponensei – összehasonlító elemzés. *Kultúra és Közösség*, 7(3): 89-102.

**„A KREATÍV KREATÍVOKAT KREÁLÓ KREATÍV
KREATÍVOK”
NÉHÁNY GONDOLAT A REKLÁMÜGYNÖKSÉGI
KREATÍV SZAKEMBEREKRŐL ÉS HOGY EGY
PÁLYAKEZDŐNEK HOGYAN VAN ESÉLYE
BEKERÜLNI A SZAKMÁBA**

PAPP-VÁRY ÁRPÁD FERENC

az Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar dékánja,
a kereskedelem és marketing szak vezetője
Budapest Metropolitan Egyetem
apappvary@metropolitan.hu

Absztrakt

Sok pályakezdő szeretne kreatívként, azaz reklámszövegíróként, art directorként, reklámfilmrendezőként, online kampányok kiötlőjeként vagy bármi hasonlóként elhelyezkedni, ám igazából fogalma sincs, mivel jár ez, egyáltalán mit csinál egy kreatív, és mitől lesz valaki névjegykártyája alapján és a névjegykártyáján túl is az.

Jelen cikk a nemzetközi és hazai reklámszakemberek gondolataira építve járja körül a témát, mellyel célja hasznos tanácsokkal szolgálni a szakmában elhelyezkedni kívánó pályakezdőknek, így a Metropolitan Egyetem végzős diákjainak is, járjanak akár a Művészeti és Kreatívipari Kar, akár az Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar valamelyik képzésére.

Kulcsszavak: *kreatív, kreativitás, reklámszakma, reklámügynökség, pályakezdő*

Bevezetés

„Jelölt: Kedvenc reklámfilmem? Én nem nézem meg a reklámfilmeket. Megy valami jó film, benyomnak egy reklámot, akkor állok föl és megyek ki hugyozni. Aztán jövök vissza a vécéről, és azt látom, hogy valami autó változik át halakká. Na ne idegesítsenek már. Ráadásul pont a betonon?”

Interjúztató: És miért akar a reklámban dolgozni?

Jelölt: Hogyhogy miért? Hát ugyanazért, amiért Te. Azért a rengeteg pénzért, nem? Volt egy haverom, az elment a múltkor egy mobilforgatásra, azt 4 kilót kapott egy napra. Most gondold el, van egy hónapban 30, jobb esetben 31 nap, abból mondjuk 20 napot ledolgozol, az 20-szor 4 kiló, tehát vennék egy hónap alatt 2 autót. Meg meztelen csajok. Te is voltál olyan meztelen csajoson, nem?”

Bármennyire is furcsának tűnik a fenti jelenet (mely egyébként a Budapest AdSchool reklámfilmje¹), a reklámügynökségek vezetői gyakran mesél-nek hasonló esetekről.

Sok pályakezdő szeretne kreatívként, azaz reklámszövegíróként, grafikusként (art directorként), reklámfilmrendezőként, online kampányok kiötlőjeként vagy bármi hasonlóként elhelyezkedni, ám igazából fogalma sincs, mivel jár ez, egyáltalán mit csinál egy kreatív, és mitől lesz valaki névjegykártyája alapján és a névjegykártyáján túl is az.

Jelen cikkben nemzetközi és hazai szakemberek írásaira építve járjuk körül a témát, mely hasznos tanácsokkal szolgál a reklámban elhelyezkedni kívánó pályakezdőknek.

Ezzel elsősorban a Budapesti Metropolitan Egyetem végzős diákjainak kívánunk segíteni, járjanak akár a Művészeti és Kreatívipari Kar, akár az Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar valamelyik képzésére. (A cikk szerzője utóbbi Kar dékánja, a kereskedelem és marketing szak vezetője, egyben az Egyetem oktatási területért felelős vezérigazgató-helyettese.)

1. Egyáltalán mit csinál egy kreatív?

Bár a reklámügynökségek átalakulóban vannak, és egyre kevésbé klasszikus módon épülnek fel, ma is elmondható, hogy a munkatársakat két nagy csoportra szokták osztani: ügyfélkapcsolatosok (accountok) és kreatívok.

Előbbiek egyfajta hidat jelentenek a megbízó azaz hirdető, és a reklám kiötlői, vagyis a kreatívok között. Az accountok, azaz ügyfélkapcsolatosok sok mindent csinálnak: piacot elemeznek, versenytársakat vizsgálnak,

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=CjA3UydHf9o>

kutatást értelmeznek, stratégiát készítenek, csapatot terveznek, időtervet raknak össze, figyelnek a büdzsére, prezentálnak, memot, azaz emlékeztetőt írnak, stb. Mindenekelőtt azonban tartják a kapcsolatot a megbízóval és érthetően tárlják a kreatívok felé, hogy az mit szeretne. De ez nem lehet szolgai: ha az account semmi mást nem csinál, csak a megbízó kéréseit „forwardolja”, akkor postás, nem ügyfélkapcsolatos. Az angolban a „suit” kifejezést használják erre, ami az üres öltönyre utal, azaz hogy az illető nem csinál semmit.

A jó account ezzel szemben mindig felteszi az alapkérdést az ügyfélnek: Mit szeretne ezzel a reklámmal elérni? Mi az üzleti cél, értékesítési cél, valamint a kommunikációs cél? Milyen „választ” akar a vásárlóktól? És tágabban: milyen választ a munkatársaktól, vezetéstől, részvényesektől, sajtótól, versenytársaktól? De hasonló az account dolga a „másik oldalon” is: a cél, hogy a lehető legjobb munkát „facsarja ki” a kreatívokból.

Az account munkája tehát nem könnyű és sokszor nem is hálás. Ha az ügynökség marhaságot csinál, az ügyfél őt hibáztatja. Ha az ügyfél fafejű, az ügynökség őt hibáztatja. Éppen ezért az empátiának nagy a szerepe. Nem csoda, hogy az accountok, ügyfélkapcsolatosok többsége hölgy. A Szonda Ipsos 2009-es kutatása szerint arányuk Magyarországon 70 százalék. (http://www.kreativ.hu/cikk/egyedulallok_uj_kocsival)

A kreatív osztályokon, kreatív teamekben ezzel szemben több a férfi, az említett, 2009-es kutatás szerint itthon 76%. „A kreatív húszas évei végén járó srác, bölcsész, nincs családja, de nagyon markáns elképzelései vannak a világról, laza, menő és nagyképű, jókedvű, főleg, ha nem kell dolgozni. Mindennél fontosabb, hogy díjat nyerjen.” – írják.

Persze az elhatárolás, a „kreatív” megnevezés félrevezető. „Aki a reklámmal kapcsolatba kerül, legyen stratégiai tervező, médiatervező, kivitelező, ügyfélkapcsolati munkatárs, vagy maga a megrendelő; azzal szemben kötelező munkaköri elvárás a kreatív hozzáállás: vagyis a bátorság az új, a más, a szokatlan, az eredeti keresésére, Hogy ki írja elő ezt a szabályt? A fogyasztó.” – mondja Sas István (2007, 37.o.). Ekkor hozható ki ugyanis a divatos menedzsment szakszóval élve szinergia, vagyis amikor a részek összegénél nagyobb a teljes eredmény: stílszerűen $2 + 2 = 5$. Ezért Kaszás György, a McCann-Ericson ex-kreatívigazgatója is felhívja rá a figyelmet (2000, 29.o.): „Normális ügynökségen nemcsak a kreatív kreatív”.

Különösen akkor igaz ez, ha ezt a definíciót elfogadjuk: „Kreativitás az, amellyel a marketingkommunikációs problémát megoldjuk, a célesoportot

a megbízó által kívánt cselekvésre készítjük, amellyel a megbízót megtartjuk, a büdzsét növeljük, az ügynökség kreatív reputációját növeljük, s amely egyedi, eredeti kommunikációban ölt testet.” (Kaszás 2000, 80.o.)

Bárhogy is, tény ugyanakkor, hogy míg az ügyfélkapcsolatisoknak a névjegykártyájukon „ügyfélkapcsolati munkatárs” vagy „account” szerepel, addig a szövegíróknak, grafikusoknak, art directoroknak gyakran szó szerint is az: „kreatív”.

De honnan is származik a kreatív szó? Eredete a latin creare, amelynek jelentése nemzeni, szülni, alkotni, létrehozni, megteremteni.

Akkor tehát miért is tartják a kreatívot egy ügynökségnél? „Ő ad fazont a termékednek, ő teremt márkát s aköré pedig egy-egy új világot.” (Kaszás, 2000, 41.o.) Ez azonban nem csak a formába öntés, a szavak, mondatok, képek, színek, kompozíciók, tipográfia kitalálását jelenti. Az csak azután jön, amikor már biztosan tudják, mit kell szolgáltatniuk ezen elemeknek. Azaz a kreatívok (is) a marketingkommunikációs problémát elemzik, és arra marketingkommunikációs megoldást adnak.

A helyzetet bonyolítja, hogy nemcsak az ezzel foglalkozó személyeket hívják kreatívoknak, hanem az általuk készített terveket, anyagokat is kreatívoknak nevezik. Sőt, ha ezeket jónak, ötletesnek találják, akkor a kreatív szónak, mint jelzőnek is helye van.

Azaz a tanulmány címében szereplő mondatnak van értelme: „a kreatív kreatívokat kreáló kreatív kreatívok” kb. annyit tesz: „az ötletes reklámokat készítő szellemes reklámszakemberek”. Persze utóbbi közel nem hangzik olyan szellemesen. (Az eredeti mondat egyébként Joshua Ferris „Aztán eljött a vég – Egy reklámügynökség tündöklése és bukása” című könyvében szerepel.)

2. A tipikus kreatív

Már a fejezetcím is ellentmondás. Hiszen egy kreatív többek között pont attól kreatív, hogy nem tipikus. Ennek ellenére a kreatívoknak vannak közös vonásai, ahogy a következőkben látni fogjuk.

Egy reklámügynökségen a kreatív osztályt több szempontból is könnyű felismerni. Egyrészt vagy nagyon csendes vagy mindenki ordibál.

Másrészt a ruhák sokat elárulnak: míg az ügyfélkapcsolatisok esetében, a fiúktól, ha nem is a suit (öltöny), de a bőrcipő-farmer-ing-zakó kombináció az elvárás, addig a kreatívoknál általában a különlegesebb póló és a sportcipő az ismertetőjegy. Utóbbi gyakran az asztalra is kerül, természetesen a kreatív lábával együtt, aki így kényelmesebben tud gondolkodni. Az illetőhöz általában még különös frizurák társulhatnak, gyakran a legrosszabbak.

De feltétlenül ettől lesznek valakinek jó ötletei? Thomas Edison, a híres feltaláló még füvet nyírni is csak öltönyben ment. A MadMen („Reklámőrültek”) sorozat jelképe, állandó vizuális eleme nem véletlenül egy öltönyös fickó. Vagy ahogy egy reklámügynökség pályakezdőt kereső hirdetése szólt az ötvenes években: „Kezdőt keresünk. Sikeres New York-i ügynökség óriási lehetőséget nyújt egy fiatal fickónak, aki épp hogy befejezte az egyetemét – aki szereti a könyveket, és meg akarja tanulni, hogyan írjon róluk. Képzelőerővel kell rendelkeznie, és valamiféle isteni tüzzel. Előnyös tünetek: ha már belekontárkodott a vers- vagy próza-írásba. De nincs szükségünk gyenge idegzetű bájolókra, hosszú hajjal. Ez férfimunka! Némi irodalmi ihletettséggel meg szigorú józan ész – körülbelül ez a recept. Ha úgy gondolja, meg tudna felelni, írjon le mindent az első levelében.” (idézi Schwab 2002, 175.o.)

Valójában tehát nem annyira a különleges öltözködés vagy a hajviselet a lényeg, hanem sokkal inkább maga a személy. Nézzük először, néhány ismert pszichológus mit gondol erről:

Csíkszentmihályi Mihály harmincéves kutatása arra mutatott rá, hogy a kreatívok ellentmondásos személyiségek. Mi több, épp az ellentmondásos személyiségjegyek táplálják bennük a kreatív energiát (ld. erről Sas 2007, 187.o.):

- tele vannak fizikai energiával, de nagy a belső békéjük
- egyszerre intelligensek és naivak
- játékosak és fegyelmezettek
- extrovertáltak és introvertáltak
- büszkék és alázatosak
- lázadók és hagyománytisztelők
- szenvedélyesek és objektívek.

Erich Fromm pszichoanalitikus szerint „A kreativitáshoz szükséges feltételek: koncentrálóképesség, konfliktus- és stressztűrő képesség, a napi újjászületésre és az önkontrollra való készség” (idézi Sas 2007, 179.o.)

És mit mondanak a reklámosok? David Ogilvy szerint az alábbi néhány ismertetőjel, hogy az illető jó kreatív lesz-e egy reklámügynökségnél (2001, 32.o.):

- Csillapíthatatlan kíváncsiság az áruk, az emberek, a reklám iránt.
- Humorérzék.
- Nagy munkabírási.
- Jó íráskészség, illetve a természetes, beszélt nyelvre hangolt jó fül.
- Vizuális gondolkodásmód.
- Az a törekvés, hogy jobb kampányokat írjon, mint eddig bárki más.

Graham Warsop (ld. erről Newman 2008, 222.o.) szerint „az alkotás folyamata személyes meglepedettséget hoz a kreatívoknak, hiszen valami olyat teremtettek, amely azelőtt nem létezett, ráadásul olyan módon, amely megérinti, elbűvöli, meggyőzi, elcsábítja a közönséget, örömet szerez neki.” Kaszás György ehhez hasonlóan azt írja (2000, 120.o.): „A kreatív rendszeres örömszerző tevékenységet folytat a reklámmal. Ha sikerül a dolog, akkor kielégül ő is, a célcsoport és az ügyfél is.”

Sas István, a magyar reklámszakma másik doyenje szerint (2007, 175.o.) pedig: „Abból lesz jó reklámos, aki azon túl, hogy eredeti módon gondolkodik, képes közvetítő szerepre is. Képes egyszerre szolgálni a megbízó igényét és a fogyasztó elvárását, és mindkét elvárásnak megfelelő ötlettel tud előállni. Vagyis tud 'fordítani' és tud 'csomagolni'.”

Mindez persze egyáltalán nem könnyű. „A kreatív dolga olyan, mint a humoristáé. Mindennap új és új ötleteket, kommunikációs megoldásokat kell találnia, olyanokat, amelyek ülnek, amelyeknek a tartalma lényegbe vág, koncepcióra épül, formája spontán tetszést arat. Aztán a taps elül, a humorista pedig dolgozik az új poénon. És ez így megy évtizedeken át, nap mint nap... Ezért aztán ha kreatívként keresed a kenyered, légy olyan, mint a jó zongora! Maradj mindig felhangolva. Vagy mint a jó tévékészülék, maradj mindig stand by-on. Hogy gombnyomásra működhess.” (Kaszás, 2000, 42.o.)

Steve Lance és Jeff Woll elmélete szerint (2006, 2.o.) egyébként már az iskolapadban meg lehet mondani, kiből mi lehet egy reklámügynökségnél:

- az első sorokban ülnek a leendő márkamenedzserek, accountok

- az ablaknál ülnek és kifelé bámulnak a leendő grafikusok, art directorok
- végül közel az ajtóhoz a szövegírók, copywriterek

Vannak azért persze félreértések is a kreatívokkal kapcsolatban, mutat rá Michelberger Miklós (2000, 329.o.): „A kreatívokról elterjedt: már-már gátlástalanságig fesztelen, szellemes, örökké vidám emberek, akik csak úgy öntik magukból a jobbnál jobb ötleteket. Hát ez óriási tévedés, úgy is fogalmazhatnánk, kapitális baromság. Tapasztalataim szerint a reklámalkotók jelentős hányada kimondottan frusztrált, depresszióra hajlamos, visszahúzódozó, savanyú fazon. (...) Ami pedig az „ötletzuhatagot” illeti, sajnos nem így működik a dolog. Az új ötletek, szlogenek stb. kitalálása sokszor valóságos kinszenvedés, gyakran előfordul, hogy az embernek napokig nem jut eszébe épkezláb elképzelés.”

3. Hogyan és mikor jönnek az ötletek?

Ez már át is visz minket a következő részbe, hogy egyáltalán hogyan és mikor jönnek az ötletek. Mert azok egyáltalán nem jönnek könnyen. „A kreatív munka a világ legegyszerűbb dolga. Csak két kérdést kell eldöntened, mielőtt belefogsz: mit mondasz és hogyan” – szokták jellemezni ironikusan.

Maga David Ogilvy is bevallotta egy interjújában (Higgins 2003, 73.o.), hogy amikor reklámot kell csinálnia, egyáltalán nem bízik magában, biztos benne, hogy el fog bukni, hogy nem lesz egyetlen épkezláb ötlete.

Ugyanezt írja Kaszás György: „A kreatív munkájának a legelső fázisa a rettegés attól, hogy mi lesz, ha nem jut az eszébe semmi. Mi történik akkor, ha nem lesz jó, amit végül kitalál.”

De akkor mit tehetünk?

Egyrészt szinte éjjel-nappal foglalkoznunk kell a témával, a kreatív problémával:

Charlie Chaplin így látta: „Az ötletek akkor jönnek, ha borzasztóan akarjuk; ha folyamatosan áhítjuk őket, akkor elménk afféle őrtonnyá válik, amely szüntelenül figyel azokat az eseteket, amelyek ösztönözhetik a képzelőerőt... a folyamat során ki kell szórni a feleslegeseket... közben meg kell maradnunk ebben az áldott, kegyelmi állapotban, egészen az örület határáig. Hosszú időn át kell különféle gyötrelmeket kiállnunk, nem elveszítve lelkesedésünket. Lehet, hogy

másoknak ez könnyebben megy, mint nekem, de kétlem.” (idézi Newman 2008, 218.o.)

Mások is osztják Chaplin véleményét. Douglas Adams, a „Galaxis útikalauz stopposoknak” szerzője szerint: „a kreatív írás annak egyenes folyománya, ha orrvérzésig meredünk egy darab papírra.” (Newman 2008, 218.o.) Red Smith pedig azt mondja: „Az írásban semmi nehéz nincs. Csak le kell ülnöd és megnyitnod az egyik vénádat.” (ld. Sullivan 2003, 18.o.)

Kaszás György (2000, 46.o.) ezért leszögezi: „Lehetetlen csupán 9-től 6-ig kreatívnak lenni. A vérbeli kreatív az egész napi munka után is szívesen bibelődik ötletekkel. Ami nappal munka, az este szórakozás. (Mint a nőgyógyásznak.)” Beigbeder pedig azt írja 1999 Ft című regényében (2001, 53.o.): „A kreatívnak nincs munkaideje, csak határideje.” Hozzátehetjük a határidő sokszor a legnagyobb inspiráció. Ha negatív is, de inspirál.

Horváth Gergely úgy fogalmaz „A szív útjai” című regényében: „Nem azért állnak majd masszába a napok, mert bent lebzsel az irodában, hanem azért, mert magában hordozza az ötleteket a nap huszonnégy órájában, forgatja őket a közértben, mozi alatt, miközben beszélget, egyszóval lázas lesz tőle, ébren álmodik, és ez így marad, amíg rá nem döbben a megoldásra, amelytől aztán megint nem alszik napokig, mert a felismerés ereje a végelgyengülésig hajtja majd előre a részletek kidolgozásánál.”

De hol jönnek legjobban az ötletek, hol lehetünk leginkább kreatívok? Vannak, akik szerint a folyamat egyes szakaszait el kell különíteni.

Walt Disney például három szakaszban festette meg híres képregényeit, filmkockáit (ld. erről Besser-Sigmund 1997, 96-99.o.):

- Először begyűjtött minden lehetséges ötletet és gondolatot, ami eszébe jutott. Lerajzolt minden lehetséges és lehetetlen történetet és képet. Az volt a fontos számára, hogy ne cenzúrázzon egyetlen ötletet sem. Úgy fogalmazott magáról, hogy ilyenkor „álmodozó”.
- Csak a második fázisban vizsgálta meg a kitalált történeteket. Az olvasó szerepébe helyezkedett és innen figyelte meg a történetet. Ebben a szakaszban tehát „kritikus” volt.
- Végül csak ezután kezdett bele a megvalósításba. Papírra vetette az álmodozó és a kritikus gondolatait. Ebben a harmadik fázisban lett megvalósító.

Disney később három termet rendezett be magának és munkatársainak. Az „álmodozó szobában” csak fantáziálni volt szabad. A közbevetések és kritikák szabályosan meg voltak tiltva. Ezután mindnyájan átmentek egy másik szobába, és kiértékeltek az együtt szerzett ötleteket. És ismét egy harmadik szobában rajzolták meg a képregényt.

Ha a három külön szoba reklámügynökségeknél nem is valósítható meg, az látszik, hogy szerencsés, ha valami elkülönítést lehet tenni. Többen is úgy tartják ugyanis, hogy az iroda a legrosszabb hely reklámok készítésére.

A Hewlett-Packardnak volt ezzel kapcsolatban egy érdekes kutatása. (Ld. erről Schenck 2007, 80.o.) Három csoportot alakítottak ki: az első (kontroll) csoportban lévő emberek nyugodtan tudtak dolgozni egy problémán, a második csoportban lévők ugyanezen a feladaton dolgoztak, de közben e-mailekkel, telefonokkal, sms-ekkel bombázták őket. Végül a harmadik csoportban a kontroll csoporthoz képest az volt a különbség, hogy ezek az emberek marijuanát szívtak. A kísérlet elején és végén megmérték a résztvevők IQ-ját. Nos, a kontroll csoporthoz képest a marijuanát szívóknak 5 ponttal csökkent. De ennél is megdöbbentőbb volt, hogy az e-mailekkel, sms-ekkel bombáztaknak (akik pedig nem szívtak marijuanát) 10 ponttal csökkent az IQ-ja!

E kísérlettől is teljesen függetlenül, és még abban a korban, amikor nem volt e-mail, sms és hasonló, Ogilvy is leginkább csak otthon tudott dolgozni. Ott is csak éjszaka, hétvégén, vagy kora reggel. Emiatt reggel 5-6-kor felkelt. (Higgins 2003, 76.o.) Kaszás György pedig azt írja: „Én csak fekve tudok gondolkodni, az ágyat beborítva papírok, könyvek tömkelegével, s közöttük behunyt szemmel elterpeszkedve jönnek az ötleteim.” (Kaszás 2000, 52.o.)

Elmondható az is, hogy a jó ötlethez többnyire sok ötlet kell:

- Ogilvy a híres Rolls-Royce reklámjához 26 headline-t (címsor) írt és aztán a munkatársakkal közösen ment végig a listán.
- George Gribbin híres szövegíró minden egyes reklámnál 10, 15, olykor 40 headline-t írt, melyekből a legjobbat kiválasztotta.
- Leo Burnett úgy fogalmazott: „Merülj el a témában, dolgozz megszállottan; szeresd, tiszteld megérzéseidet – s engedj nekik” (Ogilvy 2001, 201.o.)

Voltak, akik megpróbálták mindezt képletbe foglalni:

- Walt Disney szerint a kreativitás a művészet és a fegyelem egyensúlya. (idézi Sas 2007, 105.o.)
- Newman (2008, 13.o.) szerint: Szenvedély + Fegyelem = Zsenialitás
- Kaszás György (2000, 14.o.) szerint „ $e=mc^2$ ” vagyis eredményesség = munka * célzott kreativitás a négyzeten.
- Végül, ha nem is képlet, de érdemes odafigyelni Leo Burnett mondására, mely mindmáig az ő nevét viselő ügynökség mottója (Ogilvy 2001, 21.o.): „Ha a csillagok felé nyújtod ki a kezed, talán nem érsz el egyet sem, de az biztos, hogy nem egy maroknyi sárral térsz meg.”

4. „Normális kreatív nem lehet épeszű”

Az előzőekből már látszik, hogy sokat kell dolgozni, de ez még a reklámszakmában önmagában nem elég. Az egyik nehézséget az adja, hogy napról-napra vagy akár óráról-órára alkalmazkodni kell, hogy épp melyik ügyfél, melyik feladatán kell dolgozni. Vagy ha úgy jobban tetszik, az amerikai sorozathóshöz, MacGyver-hez hasonlóan újabb és újabb csapdákából kell kiszabadulni. „Folyamatosan kell alkalmazkodnom a legkülönbébb problémákhoz. Mint egy betépett kaméleon.” – írja szellemesen Beigbender „1999 Ft” című regényében (2001, 46.o.). Ez persze minden kreatív szakmában így van. Pat Fallon, a Fallon reklámügynökség vezetője azzal szokta bemutatni munkatársainak, hogy a jó kreatív egyszerre több dolgon is tud „pörögni”, hogy megnézeti velük a „Schindler listáját” és az „Indiana Jonest” – melyeken Steven Spielberg egyszerre dolgozott. (Fallon 2006, 198.o.)

A másik nehézség, hogy minden egyes esetben valami kreatívat kellene alkotni. De mi is a kreatív ötlet? „Az ötlet nem több és nem kevesebb, mint a valóságban régóta létező momentumok, tárgyak, elemek újszerű összerendelése, új kombinációja.” – írja Kaszás (2000, 150.o.) Leo Burnett nagy amerikai reklámalkotó pedig azt mondja: a kreativitás az előzőleg össze nem illesztett fogalmak új és kifejező összekapcsolásának művészete, amely a terméket valamilyen új beállításba, megvilágításba helyezi. (ld. Móricz – Téglássy, 1997, 15.o.)

Ehhez viszont mire van szükség? Arra, hogy minél több dolgot ismerjünk a világból. Ahogy Tarsem Singh világhírű reklámfilmrendező mondja minderről: „Engem nem azért a filmért fizetnek, amit leforgatok, vagy azért a díjért, amit kapok. Hanem a könyvekért, amit elolvastam. A

gyerekkoromért. A sétákért, amit tettem. A filmekért, amit láttam”. (idézi Newman 2008, 101.o.) Nos, nem semmi filmeket készített: érdemes megnézni reklámjait a tarsem.org oldalon.

„A kreatívhajlamú emberek környezetük hullámhosszán mozognak, mindent észrevesznek, mindent észlelnek és jól megfigyelnek, ami körülöttük történik. Igen sok hatást, benyomást érzékelnek, magukba szívnak, feldolgoznak, ezért aztán hihetetlenül gazdag és szerteágazó gyűjteményük van felhalmozódott élettapasztalatokból, gondolatokból, észrevételekből és érzésekből.” – támasztja alá Móricz és Téglássy (1997, 16.o.)

De honnan lehet mindezt begyűjteni? Először is sokat kell olvasnunk. De mit? „Szinte mindent.” – mondta Leo Burnett. Egy (leendő) kreatívnak regényeket, verseket, önfejlesztő könyveket, de még tudományos szakkönyveket sem árt forgatnia. Nem is beszélve a reklámmal foglalkozó könyvekről. Az igazán céltudatos kreatívok (bár a következő a legkevésbé sem tűnik céltudatosnak) időről időre megvesznek egy-egy olyan magazint az újságosnál, ami egyébként eszükbe sem jutna – például a motorok ápolásáról, a mezőgazdaságról, a babákról, bármiről. Sose lehet tudni ugyanis, hogy melyikben van olyan inspiráció, ami az aktuális vagy a következő reklám készítésekor használható.

Persze nem csak a könyvekből meríthető ötlet, sőt. Ott vannak a filmek (fontos, hogy nem csak magyar és nem csak angol nyelven, hanem annál tágabban). Aztán ott van a színház. A múzeumok. Az internet. Az utazás Magyarországon és külföldön. És a beszélgetések ismerősökkel és ismeretlenekkel – az éjszakai taxisokkal például különösen érdemes, mert jól ismerik a város pulzálását.

Egyszóval nyitott szemmel kell járni a világban. Aki reklámosnak áll, annak az egész élete során inspirációkat kell gyűjtenie, melyek segítségével jobb és jobb reklámokat készíthet.

David Ogilvy 39 éves volt, amikor megírta az első reklámját. Előtte dolgozott házaló ügynökként, szakácsként, gáztűzhely értékesítőként és piackutatóként is. Ez a rengeteg tapasztalat segített neki.

A reklámosnak tehát alapfeltétel a tapasztalat. Nem feltétlenül az iskolai vagy munkahelyi, hanem általában az élettapasztalat. Kash Sree kreatívigazgató, író a következő meglehetősen provokatív kérdéseket teszi fel (ld. Newman 2008, 98.o.):

„Tartóztattak már le?
Társalogtál már egy vadidegennel ezen a héten?
Vertek valaha eszméletlenülre utcai csetepatéban?
Dolgoztál már máshol is a reklámparancs kívül?
Rúgtak már ki az állásodból?
Volt már halálközeli élményed?
Előfordult már, hogy a borszíned miatt nem akartak kiszolgálni
egy étteremben?
Harcoltál már háborúban?
Jött már rád olyan heves sírógörcs, hogy úgy érezted, hánynod
kell?
Utaztak rád a suliban?
Utaztál valakire a suliban?
Csináltad már hármassal?
Vesztél már el pénzt nélkül egy idegen országban?
Ittál valaha egy egész pohár ecetet?”

Ahogy leszögezi, minél sokfélebb valaki, annál jobb reklámokat készíthet. Persze ehhez kicsit örülnie is kell lenni. Ennek kapcsán mondja Réz András (idézi Sas 2007, 221.o.): „Normális kreatív nem lehet épeszű.”

5. Felkészülni, vigyázz, kész

Dióhéjban tehát a fentiekre van szükség, ha valaki reklámügynökségi kreatívként szeretne elhelyezkedni. Persze még fontosabb, amit David Ogilvy mond (2001, 44.o.): „Ha rám hallgatsz, csak akkor vállalsz állást a reklámszakmában, ha ez a szakma érdekel a világon a legjobban.”

Ezt pedig pályakezdőként igazolni kell, megmutatni, hogy tényleg a szenvedélye az illetőnek, hogy egy ügynökségnél akar dolgozni.

Alex Ferguson, a Manchester United edzője egykoron azt mondta a világ akkori legismertebb játékosáról: „David Beckham nem azért lett Nagy-Britannia legjobb szabadrúgáslövője, mert istenáldotta tehetsége van,

hanem azért, mert hihetetlenül kitartóan gyakorol. [...] A gyakorlástól ugyan nem leszel tökéletes, de az biztos, hogy sokkal jobb leszel.”

Gyakorolj hát Te is, kedves pályakezdő! Ha például szövegíró akarsz lenni, kezdj el írni. Lehet vers, novella, bármi. Csinálhatsz weboldalt, vezethetsz blogot vagy éppen menedzselhetsz valamilyen szakmai témában közösségi oldalt – ha utóbbin látogatóid is vannak, az már jelent valamit. (Ráadásul álláskereséskor a CV-dbe is be tudod tenni.)

De legfőképp: próbálkozz meg a reklámkészítéssel! Amíg nem kezded el komolyan csinálni, addig könnyűnek tűnhet minden. Amikor viszont ott ülsz a papír felett, a monitor előtt, vagy éppen a kamera mögött, rájössz, hogy semmi nem jön könnyen.

Gyakorolhatsz például azon, hogy megveszel egy újságot, magazint, kivágod a reklámokat, és elkezded átalakítani úgy, ahogy azok szerinted tényleg hatnának a márka lehetséges vásárlóira. Vagy ugyanígy: lefotózhatsz óriásplakátokat és aztán újratervezheted őket. Teheted ugyanezt bannerekkel is. Fontos: ne a jó reklámokkal akarj kezdeni – egy Nike reklámból aligha fogsz tudni többet kihozni. De ne is a „gagyí” hirdetésekkel, mert azokat meg könnyen lehet javítani. Válaszd a kettő közé eső reklámokat!

A fenti „házi feladatot” megteheted tévéreklámokkal is, de azt mondom, ezzel inkább várj. Az egyik legnagyobb hiba, amit a kezdők elkövetnek, hogy rögtön tévéreklámokat akarnak csinálni. Ez egyrészt az egyik, ha nem a legnehezebb műfaj, így több évet kell egy normális ügynökségnél dolgoznod, hogy ilyennel foglalkozhass. Először a kisebb feladatokat bízzák Rád úgyis: dm-levél, szórólap, sajtóhirdetés, online megoldások. Tanúja voltam, amikor kreatívigazgatók a pályázó ifjú jelöltek anyagát egyenesen a kukába dobták, mert az csak tévéreklám ötletekkel volt tele.

Mi mást tehetsz még? Kiválaszthatsz egy termék/szolgáltatás kategóriát és elkezdhetsz ötleteket gyűjteni arra a kategóriára, offline és online. Bármilyen csábító is, ne az óvszerrel kezd! Ez egy meglehetősen speciális termék, viszonylag könnyen kommunikálható, ugyanakkor már szinte minden reklámot kitaláltak a kategóriában.

A másik, amit ne vigyél túlzásba, a társadalmi célú reklám. Ez sokszor az „easy” kategória: könnyebb egy ilyen feladatra jót alkotni, mint egy mosóporra. Ugyanakkor a való életben ezekre a kampányokra sokszor kevés a pénz, ráadásul minden munkatárs ott tülekedik, hogy valami

izgalmasat alkosson. Te (legalább még az első időszakban) válassz egy klasszikus üzleti terméket/piacot.

A legjobb azonban, ha társaidat összeszedve valamilyen magyar vagy hazai (diák)reklámversenyen tudsz elindulni. Így megismered a csapatmunkát, és azt is, hogy milyen színvonalra van szükség ahhoz, hogy az országos döntőbe juss. Ha pedig ezt elérted, az már egy igen jó referencia egy ügynökségnél.

Ne feledd azt sem, amit David Ogilvy a nyolcvanas évek elején megfogalmazott (2001, 31.o.): „Pályád elején legyen fontosabb az, amit tanulsz, annál, amennyit keresel.”

Irodalomjegyzék

Beigbender, Frédéric (2001) 1999 Ft. Geomédia Kiadó, Budapest.

Besser-Sigmund, Cora (1997) Fedezze fel kreativitását! NLP – A Lélek-Erő-Program. Bioenergetic, Piliscsaba.

Budapest AdSchool - Reklámfilm (<http://www.youtube.com/watch?v=CjA3UydHf9o>, közzététel: 2007. szeptember 13.)

Fallon, Pat – Senn, Fred (2006) Juicing the Orange – How to Turn Creativity into a Powerful Business Advantage. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, USA.

Ferris, Joshua (2009) Aztán eljött a vég – Egy reklámügynökség tündöklése és bukása. Konkrét Könyvek, Budapest.

Higgins, Denis (2003) The Art of Writing Advertising – Conversations with William Bernbach, George Gribbin, Rosser Reaves, David Ogilvy, Leo Burnett. McGraw-Hill Advertising Classic, New York, USA.

Horváth Gergely (2007) A szív útjai. Európa könyvkiadó, Budapest.

Kaszás György (2000) A nagy adrenalin játék – Reklámcsinálás. Amitől gyorsabban ver a szívem. Geomédia Szakkönyvek, Budapest.

Kreativ.hu (2009) Egyedülállók új kocsival. (http://www.kreativ.hu/cikk/egyedulallok_uj_kocsival, közzététel: 2009. május 19.)

Lance, Steve – Woll, Jeff (2006) *The Little Blue Book of Advertising – Fifty-two small ideas that can make a big difference.* Portfolio, Penguin Group, New York, USA.

Michelberger Miklós (2000) *A lyukacsos tehén – Reklámkritikák és egyéb válogatott írások.* Aula Kiadó, Budapest.

Móricz Éva – Téglássy Tamás (1997) *Kreatív tervezés a reklámban.* Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Marketing Tanszék – Modern Üzleti Tudományok Főiskolája, Budapest.

Newman, Michael (2008) *A reklámkészítés 22 megkérdőjelezhetetlen törvénye – És mikor ne tartsuk be őket. Hat Integrált Márkakommunikációs Ügynökség Kft., Budapest.*

Ogilvy, David (2001) *Ogilvy a reklámról.* Park Kiadó, Budapest.

Sas István (2007) *Az ötletes reklám – Útikalauz a kreativitás birodalmába.* Kommunikációs Akadémia Könyvtár, Budapest.

Schwab, Victor O. (2002) *Hogyan írjunk jó reklámszöveget? – Rövid tanfolyam.* Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest.

Schenck, Ernie (2007) *The Houdini Solution – Put Creativity and Innovation to Work by Thinking Inside The Box.* McGraw-Hill, New York, USA.

Sullivan, Luke (2003): *A Guide to Creating Great Ads. An Adweek Book, 2nd Edition – New and Improved!,* John Wiley & Sons.

THE ROLE OF THE INSTITUTION OF GOVERNMENT COMMISSIONERS IN THE ESTABLISHMENT OF THE 1ST HUNGARIAN CORPS IN 1848-49

DEZSŐ DÉR PHD

főiskolai docens
Budapest Metropolitan University
cder@metropolitan.hu

Abstract

There are quite few works in the specialised literature treating the military history of the 1848- 1849 Hungarian revolution and war of independence that deal with the function of military higher units. It is not accidental, as in most cases it would be difficult to give an accurate historical reconstruction on the basis of the existing documents. As for the 1st Hungarian Corps, historiography may be considered fortunate, since the greater part of the unit's documentary has survived, though most of it lies unprocessed in various national and local archives. The study presents a certain stage of the unit's early history. Subsequent to its defeat at Kassa on 4 January 1849, the so-called 'Northern Mobile Corps', led by Minister of Defence Lázár Mészáros, disintegrated completely. Owing to the defeat, the execution of a decision made by the war council on 2 January, fixing the Hungarian forces' defence line in a reach of River Tisza to the North of Szeged, was dragged into serious danger and so the reorganisation of the forces in the area became vital. This task had waited for the new commander-in-chief, Colonel György Klapka, who tried to solve the units' problems of organisation, subordination, provisioning, armament and equipment by passing a series of decrees. These, however, were not always carried out with due determination, and it proved to be a disadvantage in several areas of organising. The most crucial point was soldiers' provisioning. By the time the battles of Tarcal-Bodrogkeresztúr took place on 22-23 January, the soldiers of many units had not eaten anything for days. The victories gained during the second half of January, no matter how great they were, proved to be of remarkable importance and with the victorious battle at Tokaj on 31 January, the unit accomplished its mission; baptised 'Upper Tisza Corps' after their range of ac-

tivity, they covered the defence of the Northern reach of River Tisza and the road to Debrecen, 'the new capital of the war of independence'.

Keywords: *1848-1849 War of Independence, military history, government commissioner, 1st Hungarian Corps, military organization*

"If we have an army, winning is easy with that. Creating an army, that is the hard work. "(Bertalan Szemere)

1 Introduction

It's no coincidence that the sentences written at the beginning of January 1849, by Bertalan Szemere, the government commissioner-in-chief, are standing as the introductory idea of the study. Since the early history of the 1st Hungarian Corps of the 1848-49 War of Independence was largely related not to military events, but to organizational tasks, most of which were carried out by government commissioners working in the 7th war-county which includes the counties of North-eastern Hungary. This study tries to present what exactly was the job of the commissioners, how they could cooperate for the cause with the military leadership, the local population and the National Defence Committee (OHB).

Due to analysis, there are two terms of the work of government commissioners around the north-east Hungary corps: first one is the time of Pulszky in charge and the second is under Szemere's rule.

2 From the beginning to the Budamér fight

The fact that the first term is associated with the actions of the corps commander can be explained by the lack of any government commissioner who has had the authority of setting-up and operate the armed force in the region. Before Schlick's offense the actions of government commissioners meant the organisation of the corps. After Schlick's offense, those commissioners' nomination documents which were sent to the region were not primarily about the local jurisdiction but about their duty in the organization of the corpses. That's why there were nominations of government commissioners of the popular uprising in the region. Szemere's nomination as plenipotentiary government commissioner of upper-

Hungary and Farkassányi Sámuel's (who is also government commissioner of Abaúj county) consolidation as nutritionist, created the government commissioner positions to organise and supply the Home Defense Force (HDF).

Irányi Dániel was the first who called for Kossuth's attention on the need of the nomination of a government commissioner who has enough power to organise the HDF in the region. After Simunich's offense Irányi asked Kossuth to nominate him or someone else on the task for a more successful defense. Kossuth ordered popular uprising against Simunich's corpses in the region on the 14th of October. For the task of organization of the HDF was nominated Pulszky Sándor. The corps of Simunich crossed the border at 13th of October near Dukla pass, but Simunich ordered them back later that day.

North-east Hungary counties had to face a new danger after Simunich left them. Government commissioners of the counties near the border got information by reports of spies about an invasion from Galicia which was planned by the Lemberg headquarter of the emperor's troops. That was explained to OHB during November. Kossuth decided to set up new armed forces to fight back the new danger. By the organisation of this new army was nominated Pulszky Sándor who was already the commander of the 7th military county. The leader of the OHB explained this nomination to the spectators of north-east Hungary counties and free royal cities, and to the plenipotentiary government commissioners of the region's counties.

The work of organization and fight back the enemy offense and coordinate the plenipotentiary government commissioners of the region was the task of Pulszky. Kossuth called for cooperation among them. At 11th of November Pulszky was nominated for the Nyitra and Trencsén headquarter of the armed troops which were planning an attack against Simunich. He returned to the military county just at the end of November. While Pulszky was away the actions which were necessary were controlled by Irányi as the plenipotentiary government commissioner of the county which was in the most dangerous situation. Irányi did not just made the moves which had to be done to defend Sáros county but asked the local municipalities to cooperate with him. He even had the right to give orders to the government commissioner of Abaúj county, which right he kept not just after Pulszky's return but even when the battles were moved to Abaúj county. After the lost battle of Budamér Irányi altered Pulszky about strategic questions which was the sign of his ambition to act as the govern-

ment commissioner of the Hungarian corps. This situation hold up till 13th of December, when Irányi was nominated as nutritionist commissioner and Szemere was nominated as the head of government commissioners. There is no document which can prove Irányi's nomination as plenipotentiary government commissioner with power on more than one county. Irányi's nomination (if it happened) wasn't clear, mostly it was on the task of defense against Simunich.

In October of 1848 there were plenty of nominations for government commissioner positions in the counties which were threatened by invasion. OHB nominated Szintay János at 17th of October for Bereg and Boronkay Albert at 26th of October for Zemplén's plenipotentiary government commissioner. They also commissioned at 14th of October Farkassányi Sámuel to organise the popular uprising. Irányi had the right to directly instruct Farkassányi.

The OHB expected from the plenipotentiary government commissioners to ensure the security of the borders, and for that everything they need „to defend the borders, to secure the constitution and freedom, to hold up law and order, to oppress and punish immediately any attempt of incitement, so to protect the interests of the common Home and to move forward it's benefit” they have been able to do it in their county.

Beside Irányi also Boronkay reported to the OHB during November that the emperor's troops were planning an invasion to Zemplén. Mihályi Gábor the government commissioner of Máramaros county was telling Kossuth that Bereg and Máramaros counties were mostly in danger. Kossuth, as we mentioned before, in the end of November nominated Pulszky Sándor to accord the work of government commissioners and to set up a moving large unit. He also –by the conclusions of Mihályi's report- ordered to send the 22nd battalion and Borsod, Abaúj, Zemplén, and Ung counties' militias to the borders. Kossuth did not take Irányi's reports too seriously. He thought, the reports of Irányi and the government commissioners of the neighbouring counties were full of overstates and were making unnecessary panic in the region. He explained it to Pulszky when the colonel was travelling through Pest, who because of Kossuth's effect, initially didn't expect close invasion.

After Schlick had crossed the border near Dukla pass, became clear that their intension was to march from Galicia through Sáros till Kassa. Colonel Pulszky was planning to stop the enemy at Kassa. That's why he gave

orders to the corpses of the local counties to march to Budamér military camp. He also nominated Farkassányi as the camp's nutritionist.

3 Bertalan Szemere's government commission

As an effect of Schlick's offense, OHB decided to send militia corpses of the counties in the region and HDF corpses to Pulszky's camp. They gave instructions about it to the government commissioners of the counties and municipalities. They also nominated new government commissioners, Almásy Pál and Recsky András to Heves county by the task to organise popular uprising and set up militia troops, primarily cavalry and lead them to Pulszky's military camp. They gave the same task to Vadnay Miksa in Borsod county. But Almásy's nomination wasn't just about to organise popular uprising but Kossuth nominated him also for the civilian government commissioner position along with baron Vay Lajos. During December, they nominated Papp Pál as vice-commissioner who was also the Member of Parliament representing Heves county's Kápolna district. The OHB gave the task of transporting the 17. HDF corps from Pest to Miskolc to Németh Albert Heves county delegate at 13th of December. The nomination gave assign in Heves, Nógrád, Borsod counties and the Hajdú district. Delegates who were nominated started their work forcefully but their results could be seen just at the end of December.

On December 13th – after the battle of Budamér – the OHB nominated the fairly local Bertalan Szemere to the omnipotent leader position of Upper-Hungary. Szemere's jurisdiction area were Gömör, Abaúj, Szepes, Torna, Sáros, Zemplén, Szabolcs, Borsod, Heves, Pest county, which also expanded to Hajdú and Jászkun districts. The nomination of his – we can say literally – invested him with civilian omnipotence on his jurisdiction area: which meant that the governor-general could do whatever he judged he needs to do in order to defeat the hostile forces – and for that – he practiced direct control over the mentioned areas, counties and over the government commissioners. In that extent, Szemere's nomination of governor-general wouldn't make his authority limited, we shall see it's real borders later, in other instructions. On February 13th 1849, the Heves county government commissioner, Ferenc Repetzky was informed about the provisions with the state funds for government generals by Kossuth: "The government haven't and could not have given any right for provision for any Government Commissioners, neither to Csányi, nor Szemere or others." The nomination was strictly concerned about the organization and the appropriately coordinated and organized supplement of the army

corps, well-coordinated operation of the local civilian leadership. Until Szemere's nomination, the omnipotent government commissioners of the adjacent counties were directly in correspondence with the OHB about the supposed, or real threats. Pulszky's nomination meant an appropriately coordinated role from a militaria perspective, but he was away from his military county throughout a whole month in November, and because of that he couldn't fulfil his task, although Irányi tried to, but for the lack of nomination he was simply not allowed.

Practically, what limit of power was conceived by Szemere in the document that he wanted to exploit wholly. Szemere departed from Pest to Miskolc on the 13th of December, and on the next day he already formed a report to Kossuth in Hatvan: "The whole plan is ready in my head. Perhaps, I will declare myself as a convent-commissioner. I have a feeling like I'm going to order executions." On the 16th, after of his arrival he plunged himself into work. He issued appeals to the population of the counties and published decrees to municipalities and ordered a gathering for the people amongst the aristocracy of the counties. Taking advantage of his tether as a government commissioner, he removed the heads of the counties of their positions and also ordered nominations at the front of the municipality, took care about the closure of the borders possessed by hostile forces and ordered the formation of a martial court in every county. Related to the army Szemere devised the system of the sustenance in the camps, with Farkassányi's collaboration, handled the military funds and the formation of armed groups in counties – and ordered them to join the forces as soon as possible-, besides that, he sent secret agents through the counties to the areas conquered by the enemy, also built a telecommunication chain. Szemere also took care about the satisfaction of the healthcare, armory: He ordered the construction of a healthcare facility in camps and – again with the collaboration of Farkassányi – they operated an armory and a commission of military clothing. In his position of militaria organization, after his arrival in the camp – with the absence of Mészáros – he ordered a decree that commanded colonel Pulszky to let Szemerei know about the manpower, and the armory situation of the army.

Szemere was mistrustful with the officer corps in general, which had a basis considering the circumstances mentioned before. We have to talk about two exceptions though: gunner captain Ferenc Friwisz was exceptionally disliked by the general governor from the point that he was late from the Battle of Szikszó, moreover Friwisz was one of the firsts who

fled from the battlefield of Kassa. On 28th of January – when the Hungarians needlessly burnt the bridge of Tokaj – Szemere immediately turned against the captain in command of burning the bridge. Friwisz – while attempting to pick up the flooring of the bridge – got wounded and reported sick, so the bridge was burnt after his departure. The case sustained until May: the ministry of defense absolved Friwisz due to the lack of evidence, who afterwards became the captain of the Gyulafehérvár siege army in majority.

Major militiaman in Zemplén, Ignác Bellosicz was treated with the same mistrust by Szemere, - who was secluded by Pulszky before the Battle of Budamér, because the major questioned the battalion's ability to fight. After the battle, Bellosicz stayed at Kassa; he returned on the 22th of January to the army corps camp in Sárospatak, where he was immediately pinned down by Szemere. The ministry of defense had absolved him again, and reason for that was the mentioned battalion had fled in the Battle of Budamér, and because of that the major had judged the battalion's ability correctly, and because he returned to the camp of the legion he proved his patriotism.

The relationship between the governor-general and commanders of legion could be called rhapsodic, for which, on the one hand Szemere's temperament, on the other hand (a view in which Szemere also believed) the idea that the political leadership always outrun the military leadership in every respect was responsible. He and Mészáros got well as first, but when the first attempt of attack at Szikszó failed, Szemere's trust wavered in the General. "...not vigorous, not commander, not restless, not venturing..."- wrote Szemere in one of his report to the OHB on the 1st of January. Although Mészáros wasn't typical of the things mentioned above, in contrast to Szemere who indeed was. The Governor-General continuously urged the attack of the enemy, validated and confirmed the visualization of Mészáros's; properly speaking he wanted to control – with tremendous success – the legion commander. Seeing the lack of skills in strategist and being afraid of the rank he had, after the defeat of the Battle of Kassa, he required a new nomination of a legion commander. György Klapka – the talented strategist- was the choice of the OHB, who as a freshly nominated colonel travelled through Miskolc on the 12th of January. Although, he did not visit the residential Szemere, he let him know in a letter that he took over the commandment of the legion; after he arrived into the camp – instead of Szemere – he started to consult with Kossuth in military cases. Because of that, Szemere – rightfully – asked Kossuth to let Klapka

know that he requires full collaboration from the commander, what Klapka had already did at this point because of the exchanged letters with the OHB. The Government-General got used to the fact that he can horn into military questions; because of that he slowly started to believe in his own strategist skills, which he shared with the OHB on the 1st of January: “There is no need for great wisdom to military leadership... I’m ashamed of the lot admonition which the chiefs are always ok with.” He already wrote a letter to Kossuth, which was the following: “I abandon the profession of politicism. I indulge myself to the army... Our mother country revolves around the spears of the army, the grandstand is an empty professorship.” In fact, in the respect of the army there was Klapka, who took umbrage at Szemere who wanted to horn into the important military questions. Szemere wrote several letters – after the arrival of Klapka – to the new commander of legion, in which he drew attention to the laxity, the lack of skills of the soldiers, the problems with the officers, and expected a resolution as soon as possible for all this trouble from the supreme commander. The main reason for the initial disagreement was the determination of the new spot for the headquarters. Klapka – in agreement with Mészáros – feared the securement of the crossing in Tokaj, he ordered the abdication of Miskolc, in spite of that Szemere claimed: he wouldn’t agree to the abdication of Miskolc because that would mean the surrenderance of 5 counties. Klapka’s reasoning was more straightforward – which Szeme needed to admit to: the securement of Debrecen was the most important of all. Although Szemere’s secession from Miskolc happened due to the news of the advancement of Schlik. We couldn’t find any more significant disagreement in their relationship, but the spike stayed in them regardless. Klapka wrote the following - regarding Szemere – in his memoir: “He knew the boondocks really well, but for my unfortunate he meddled into the military cases too much.”

Szemere – beyond his government-general role – was concerned with the possibility of harmonization in the national operations. Just like Klapka, Szemere also contacted Görgei via letter to make them to start marching towards Kassa and with collaboration of the Upper-Tisa legion, enclose and neutralize Schlik’s legion. As it was mentioned before, the premised suggestions were already commanded by chief Antal Vetter on 12th of January. Görgei received the command on the 18th of January and - after the centralisation of their corps at Besztercebánya – he immediately started to march towards Szepesség, in order to fulfil the commandment as soon as possible.

Under the era of governor-general Szemere, commander in sustenance, Sámuel Farkassányi was responsible for the operative tasks. Although, the OHB intended to nominate Dániel Irányi for this rank, Irányi recommended Farkassányi instead, who was supported by Szemere in this manner. The commander in sustenance was operating the sustenance system determined by the government-general. He supervised the acquisition of the nutrition in need, made contracts with the suppliers and the entrepreneurs, and he also assigned the adequate money required for the purchase, and his task was also to organize the brigades appropriately so they do their work properly. The help of the sustenance system was auditor officer József Vilkovszky, who mostly supervised different applications and acquaintances. However, Farkassányi's operation wasn't going to turn out well. On one hand, he hadn't got the tune between him and his commanders of legion, on the other hand Farkassányi – at the time of military operations – handled his job too statically, finally he was way too insistent for the prescribed administrations.

Farkassányi, joining with Szemere, protested about some of the provisions of the command of legions. One of the case was the change of the headquarter's position after the Battle of Kassa; on 11th of January Farkassányi wrote the following to Szemere: "leaving the territory of Miskolc, and because of that the mills of hot water, due to the lack of fluoride it is impossible to bake bread. "... "The Nyír's dry-mills won't be able to maintain the need of a whole army." Not only the sustenance cases fell under Farkassányi's authority, but also – as Szemere ordered – different tasks concerning the equipment of the army, and also the emoluments of the enlisted men. Regarding these, the armory that was built in December in Miskolc, the military clothing institution, and the supervision of the fund of the army was Farkassányi's responsibility. After the change in command, Klapka made an attempt to move these tasks apart from the government commissioners, and it was one of his first move in charge to order Leo Hollander into Miskolc with the role of supervising the funds of the army. This command immediately led to a tension between him and Farkassányi, who reproachfully wrote to Klapka the following: "the treasury falls directly under my authority." In spite of that, the government generals wished that Farkassányi would replace his headquarters to Tokaj, and asked commander of legion, Szemere to command that to Farkassányi.

In January, Farkassányi developed further Szemere's system of sustenance from December. This action punctuated Szemere's system in sev-

eral points, and took the evolved exercise as a basis. At the end of January, - the displeased Szemere – informed the Klapka about the developed system of sustenance on the 30th, however he claimed that other exercises should be done in order to stabilize the system. At the end of January, the sustenance system was helped by Szabolcs-county sustenance government commissioner Ágoston Molnár, who sent bread, hay, and oat shipments.

Summary

As a matter of fact, the National Defence Committee was already informed about the incursion of the Schlik-troops in November, but Kossuth did not pay much attention to the report of the local commissioners about the incursions. He thought that the commissioners exaggerated the level of the danger – just like at the appearance of the Simunich-column. On the other hand, the commander-in-chief of the affected region, Sándor Pulszky, could not complete his role, he was out of his region because of previous assignments, and he was only back right before the incursion. While he was away, the chiefs of the north-eastern counties, like Dániel Irányi, the commissioner of Sáros County, had to supervise his army too, however nobody was officially appointed as full power-commissioner. Mészáros had the ability of organising and could have been able to develop the organization of the corps, if he had the support of the enthusiastic national commissioner, Szemere and a well-functioning general staff. Nevertheless, the corps did not have the strength to operate as a military higher unit. Szemere took advantage of this numbers of times, and firmly encroached into clearly military issues. Mészáros, as a secretary of war got used to this kind of behaviour from Kossuth, so did not confront the national commissioner-in-chief, so Szemere started to discover his talent as a general. In the second reorganization of the corps they still could not solve the provisioning issues, which caused the decline of discipline, and sometimes even led to contravention. The primary problem was that there was no co-ordination between the provisioning commissioner, the provisioning officers and the soldiers. It was a problem, that provisioning commissioner Sámuel Farkassányi wanted to hold on to the theories, he did not take into consideration the continuous moving of the corps. Also caused problems that he wanted to supply the troops from Miskolc, even when they were located around Szerencs and Tokaj. He only moved his base to the headquarters of the corps after Szemere and Klapka warned him on 16th of January. Farkassányi cannot be condemned for wishing to

make a more organized base for the provisioning than earlier. He already asked Klapka in the middle of January, that the corps could only take provision at a charge of a signed receipt. He assigned seven provision operating officers, who had to provide smooth provisioning, they all orientated to the post of the corps. As a response to the request, Klapka took action, still the provisioning did not show any improvement, it turned especially critical during the battles on the 22-23rd of January, and after. The brigade commanders were continuously complaining about the lack of needed food. The headquarter came up with a resolution, based on Farkassányi's plans, which covers every areas of the provisioning, from the consolidation of the voucher system, to the assignment of provisioning commissioners supervisors and the executive provisioning officers. But it did not solve the problems. First of all Farkassányi did not get the checklist of the provisioning commissioners, on the second hand they ignored the enactment of the national commissioner and acted arbitrarily. There were specific cases when Farkassányi denied paying off, when it was reasonable for the military service to distribute nutrition.

References

Dér Dezső (2001/a) Miklós Puky, the national commissioner of the War of Independence 1848-49. Published: Mátra studies. Edited by László Horváth, Gyöngyös, 2001., 197-218.

Dér Dezső (2001/b) The organization of the Northern Moblie Corps. (Problems of organization and military failures at the turn of 1848-1849.) Published: Ateas 2001/2., 104-133.

Dér Dezső (2002) The Upper Tisza Corps. The difficulties of reorganisation and the first victories in January 1849. Published: Articles of the Military History 2002/3., 703-739.

Dér D. - Hajagos J. (2002) Files of the I. Hungarian Corps in 1848-49 (1st volume: from the formation to the defeat at Kassa on 4th of January 1848-49). The introduction studies were written and the files were selected and redacted by Dezső Dér and József Hajagos. Edited by József Hajagos. References 9., of the Heves County Archive, Eger, 2002, 293.

Dér D. – Hajagos J. - Hermann R. (2004) Files of the I. Hungarian Corps in 1848-49 (2nd volume: from the reorganization in January and the first victories). The introduction studies were written and the files were selected and redacted by Dezső Dér, József Hajagos and Róbert

Hermann. Edited by József Hajagos. References 10., of the Heves County Archive, Eger, 2004, 362.

Dér Dezső (2007) The 20th honvéd battalion, the story of an unsuccessful organization of corps in 1848-49. Published: A források bővületében Ünnepi tanulmányok for the 75th birthday of Tamás Katona. Edited by Róbert Hermann and Péter Zakar, Szeged, 2007, 61-86.

ZSIDÓ B OSZTÁLYOK A BUDAPESTI VI. KERÜLETI MAGYAR KIRÁLYI ÁLLAMI KÖLCSEY FERENC GIMNÁZIUMBAN, AVAGY...

FENYVES KATALIN

főiskolai tanár

Budapesti Metropolitan Egyetem, Kommunikációtudományi Intézet
kfenyves@metropolitan.hu

Absztrakt

Jelen írás a budapesti Kölcsey Ferenc Gimnázium iratanyaga és kortárs visszaemlékezések alapján azt vizsgálja, hogyan valósult meg a második zsidótörvény egyik következményeként 1939-ben a magyarországi középiskolákba bevezetett numerus clausus, illetve hogyan kezelték az iskola részben zsidó származású igazgatói 1945 tavaszától a közvetlen közelmúlt eseményeit. A forrásanyag véletlennel nehezen tekinthető hiányai ugyanakkor a kollektív emlékezet és a történeti rekonstrukció problémáira is ráirányítják a figyelmet.

Kulcsszavak: *antiszemitizmus, zsidótörvények, numerus clausus, kollektív emlékezet*

Bevezetés

Mikor iratkozott be ide, kérdi az igazgatónő. 1941-ben. Akkor maga... Igen, a zsidó osztályba. Rögtön háritott: nekünk erről nincsenek dokumentumaink, elvesztek az iratok. (...) Sajnos nem nagyon látom dokumentálva, hogy voltak ezek a zsidó osztályok, pedig fontos lenne tudni róluk. (Kertész Imre, 2015)

Valójában ez az írás csak eredeti szándékát tekintve szól a Kölcsey Gimnázium 1939-ben létrehozott zsidó B osztályairól. Amit ugyanis ezekről végül sikerült megtudni, az jórészt a két másik hasonló osztályokat létrehozó középiskola, a Madách és a Berzsenyi volt diákjainak visszaemlékezéseiből, illetve e visszaemlékezések feldolgozásából származik. A látszólag egyszerű feladat – iskolai és minisztériumi, illetve tankerületi levéltári források segítségével rekonstruálni, hogyan

vezették be és működtették a középiskolai numerus clausust az e szempontból eddig nem vizsgált Kölcsey Gimnáziumban –, megoldhatatlannak bizonyult, ehelyett a hiány – a dokumentumok, a korabeli és a későbbi reflexió, a történetek feldolgozásának hiánya – vált az igazán izgalmas kutatási kérdéssé. Mert a Kölcsey ügyviteli iratai között hiába keressük a B osztályok rendkívüli voltára utaló nyomokat, ahogyan a II. világháború megtörténtéről is csak sporadikus, összefüggéstelen és esetleges dokumentumok bukkannak fel az 1937 és 1946 közötti időszak iratanyagát rejtő dobozokban. Mintha a mi szóhasználatunkban holokausztnak vagy sorának nevezett világtörténelmi esemény meg sem történt volna (vagy szinte, de a kivételekről később). A következőkben tehát két különböző jellegű szöveget talál itt az olvasó: egy szenvtelenebb kísérletet annak összefoglalására, „hogyan is történt”, ami történt (narráció: A jelzésű alfejezetek), és egy szenvedélyeket sem nélkülöző töprengést arról, hogy miről szólnak a források, illetve azok hiánya (diszkusszió: B jelzésű alfejezetek).

A

Néhány napilap¹ is beszámolt 1939 júniusának utolsó napjaiban a hírről, hogy a második zsidótörvény bevezetésének következményeként a numerus clausus a középiskolákban is érezteti már hatását. A június 26-án, hétfőn kezdődő beiratkozásokra érkező szülők és gyerekek azzal szembesültek, hogy az első gimnáziumi osztályokba csak 6%-nyi zsidó kisdíákot vesznek fel (ami 40 fős osztályokat alapul véve osztályonként 2-3 tanulót jelentett). Ez alól csak Miskolc városának középiskolái jelentettek kivételt, ahol 12%-nyi izraelita tanuló beiratkozását tették lehetővé, illetve „[t]ekintettel Budapest különleges helyzetére, három fiú- és egy leányiskolában — a Berzsenyi-, a Madách- és a Kölcsey-fiúiskolában és a Mária Terézia-leánygimnáziumban — külön osztályokat állítanak fel az elsőosztályos zsidó vallású tanulók számára”.² A hírlapi tudósítások szerint az új rendszer „egy „szigorúan bizalmas” jelzésű közoktatásügyi minisztériumi utasítás eredménye”,³ ehhez képest a lapértesülések mégis Hóman Bálint illetékes miniszter a Magyar Távirati

¹ *Zsidótörvény a középiskolában?* 1939; *Numerus clausus a középiskolákban* 1939; *A zsidó gimnazisták szomorú hete* 1939.

² *Numerus clausus a középiskolákban* 1939. A három fiúgimnáziumban valóban bevezették a rendszert, a Mária Terézia leánygimnáziummal [a későbbi Varga Katalin gimnázium, VI. Andrassy út 65.] kapcsolatban eddig nem sikerült erre utaló információt találni.

³ *Numerus clausus a középiskolákban* 1939.

Irodának adott nyilatkozatát idézik, és erre való hivatkozással sorolják fel tételesen a már bevezetett, illetve folyamatban lévő intézkedéseket.⁴

A három kijelölt fiúgimnázium azokban a belvárosi kerületekben működött, ahol kifejezetten nagy volt a zsidó lakosság aránya, és már eddig is jelentős számú izraelita vagy izraelita származású diák járt oda.⁵ A Kölcseyről szóló visszaemlékezésében Levendel László (1920–1994) orvos, író (és a budapesti értelmiségi élet egyik jelentős alakja, akinek a temetésén mind a volt demokratikus, mind a volt népi ellenzék megjelent) a későbbi igazgatótól, Regös Józseftől megörökölt iskolai értesítők alapján megírta, hogy „1934-ben Magyar Kir. Állami Kölcsey Ferenc Reál-gimnázium 705 diákja közül 317 r. katolikus, 306 zsidó [43,40%], 60 református, 22 egyéb keresztény felekezetű és 1 mohamedán volt. Természetesen ez nem tipikus megoszlás, sok tényező következménye a kerületi-körzeti helyzeten túl. Érdeemes volna elemezni a tanulók összetételét, a szülők foglalkozása szerint. Csak néhány adatot ragadok ki. Nagybirtokos nem volt, nagyiparos 5, nagykereskedő 18, kisiparos 57, kiskereskedő 67, közhivatalnok 126, magántisztviselő 141, értelmiségi 100, hivatásos katona 18, ipari s. személy (vagyis munkás, napszámos) 40, kisbirtokos (paraszt) 9! Ez az iskola lényegében az alsó középosztály gyerekeinek iskolája volt.”⁶

Öt évvel később, már a „bizalmas utasítás” életbe lépése után, az intézményben 1939. november folyamán történt hétnapos ellenőrző látogatás

⁴ Már csak ezért is csúsztatás, amit a Hómant mentető Újváry Gábor állít: „A második zsidótörvény után a középiskolák első évfolyamára felvehető zsidó diákok számát valóban 6 százalékra csökkentették, azonban amit ennek kapcsán idéz Kovács, az nem Hóman utasítása, hanem egy egyedi ügyről szóló aktában olvasható előadói fogalmazvány.” (Újváry 2015.) Bár az idézet valóban egy minisztériumi aktára vonatkozik, az előadói fogalmazvány alapja azonban az a szóban forgó bizalmas utasítás, amelyet Bolgár Dániel azonosított pontosan doktori disszertációjában: „A Vallás- és Közoktatásügyi Minisztérium ugyanis a második zsidótörvényre hivatkozva 134.541/1939. IX. számú rendeletével és ennek 167.815/1940. IX. szám alatt megjelent pontosításával szolgálati utasításba adta a közületi iskoláknak a zárt számok alkalmazását, amit a tankerületi főigazgatók bizalmasan közöltek az iskolaigazgatókkal. Elképzelhető, hogy némi szégyenérzetet jelez a rendelet bizalmas közlése, de bizonyos, hogy ez az érzés nem volt tartós, mivel a szöveget később belefoglalták a gimnáziumi rendtartásba (5. § (1) f.) és nyilvánosságra hozták [Jámbor Görgy: A gimnáziumok ügyigazgatására vonatkozó rendeletek gyűjteménye. I. kötet. Budapest, Királyi Magyar Egyetemi Nyomda, 1942. 16–18.]” Lásd Bolgár 2014. 458.

⁵ „Hogy a Berzsényi ezeknek egyike volt, nem meglepő, mert az iskola diákjainak jó része – 60–70 százaléka – már korábban is nagyrészt (lipótvárosi) zsidó családból származott.” Lásd Bak 2012: 39.

⁶ Levendel 1990: 593–594.

eredményeit rögzítő jegyzőkönyv szerint: „A beiratkozott nyilvános tanulók száma 532. A múlthoz képest lényeges változás nem történt, mert csupán 25 tanulóval kevesebb a létszám a tavalyinál (4,7%-os apadás), tekintve hogy ez az apadás 18 osztály között oszlik meg, a létszám változatlanak mondható. A tanulók vallási megoszlása a következő: róm. kat. 294 (55,25%), ref. 40 (7,51%), gör. kat. 23 (4,32%), unit. 1 (0,18%), izr. 174 (32,70%).”⁷

Újabb három év múlva, egy hasonló látogatás alkalmával ismét részletes kimutatás készült, amelynek ugyancsak fennmaradt a jegyzőkönyve. Ez esetben sem esik szó a B osztályok különleges státusáról, ám kiderül, hogy már a szegregáció bevezetése előtt is több osztályban igen magas volt az izraelita diákok száma. Míg az első három gimnáziumi osztályban csak néhány (áttért, de a faji törvények értelmében zsidónak számító) tanuló színesíti a szegregált gyerekcsapatok felekezeti összetételét, az 1942–43-as tanévben az V. B osztály 34 diákjából 13 katolikus és 19 zsidó (ez az osztály érettségizik majd 1945-ben), pedig rájuk még nem vonatkozott az elkülönítési utasítás. Az iskola beiratkozott összlétszáma ismét 35 fővel emelkedett, azaz 567, róm. kat. 281 (49,55%), gör. kat. 4 (0,70%), görögkeleti 2 (0,35 %), ref. 53 (9,29%), ev. 16 (2,82%), unit. 3 (0,52%) és izr. 197 (34,74%).⁸ Ám a Levendel László által bemutatott „békeidőkhöz” képest az összlétszám számottevően, 138 fővel csökkent, s ehhez a csökkenéshez igen jelentős mértékben járult hozzá az izraelita diákok 109 fővel alacsonyabb száma. Igaz, az összes többi felekezet képviselői is csekélyebb lélekszámmal képviseltették magukat, de a legnagyobb visszaesés a zsidó diákok számában és százalékarányában mutatkozik.

Minden bizonnyal ez a visszaesés a magyarázata annak, miért számol a Madách Gimnázium igazgatójának a zsidó osztályok megszüntetését kérő beadványához csatolt választervének ceruzás kimutatásában a minisztérium a magyarországi középiskolások az 1940–41-es tanévben 61 744 fős összlétszámának jelentős csökkenésével: 1946–47-re annak függvényében, hogy a zsidó diákoknak a bázisévben országosan 10,3%-os arányát öt évvel később 4,7%-ra, 5,96%-ra vagy 6,8% szorítják majd vissza, a minisztériumi tisztviselő 56 600 és 57 980 közöttre teszi a tanuló ifjúság várható összlétszámát. Más szóval a VKM-ben fel sem merül, hogy a kieső zsidó középiskolai utánpótlást esetleg a nem zsidó társadalom egyéb rétegeiből pótolják, vagy kifejezetten emeljék a

⁷ BFL VIII. 42a 36. kötet, 1939.

⁸ BFL VIII. 42a 38. kötet, 1941-42.

középiskolás diákok számát – ezzel is cáfolva a numerus claususnak és valamennyi zsidótörvénynek azt az állítólagos célját, hogy ezzel a nem zsidó fiatalok esélyeit kívánják javítani.⁹

B

Bár a Kölcsey gimnázium tantestületi értekezletének jegyzőkönyve feltünteti az A és B osztály beiratásáért felelős két tanár nevét,¹⁰ arra nem tér ki, hogy ez a beiratkozás bármiben is különbözne a korábbiaktól, illetve hogy hogyan zajlik majd a 40 erre érdemes izraelita tanuló kiválasztása. De nem maradt fenn semmiféle irat az előzetes szülői bejelentésekről, sem az igazgatósági mérlegelésekről és döntésekről. Pedig ilyeneknek nyilvánvalóan kellett lenniük, ahogyan ezt egy napilap is megírta:

„Az első osztályba beiratkozó gyermekeket a szülők már be kellett, hogy jelentsék azokban az iskolában, ahova be akarták íratni őket. A felvételek fölött az iskolákban a tanári karból alakult bizottság dönt s e döntések alapján szombaton délután a legtöbb helyen már megtörténtek a kijelölések is. Azok a kisdíákok, akik nem kerülhetnek be az új tiltó rendelkezés folytán az illető gimnázium első osztályába, a négy kijelölt gimnáziumban kell, hogy felvételüket kérjék s akkor csak itt, az új „zsidóosztály”-ban folytathatják tanulmányaikat. De ennél a lehetőségnél is még egy nehéz akadályt kell legyőzniük, ugyanis ezekben az osztályokban is csak negyven-negyven tanuló lehet, tehát az iskolák igazgatósága fogja kiválasztani, kit lehet felvenni az úgynevezett zsidó-osztályokba.

Értesülésünk szerint a zsidó diákok felvételénél elsősorban az eddigi jeles előmenetel, az utolsó bizonyítvány eredményét nézik s ennek alapján választják ki a legjobb negyven-negyven tanulót, akik aztán Budapesten folytathatják középiskolai tanulmányaikat. Így is számosan fognak kimaradni és sok szülő lesz kénytelen más utat-módot keresni arra, hogy gyermekei tanulását biztosítsa.

Az új felvételi renddel kapcsolatban felvetődött a gimnáziumokban még egy kérdés, amiről a miniszteri rendelet nem

⁹ MOL, VKM K 592-1940-3-54654.

¹⁰ BFL VIII. 42a 36. kötet, 1939.

intézkedik s ezért most egyik-másik gimnázium igazgatója Pintér Jenő tankerületi főigazgatóhoz fordul újabb intézkedés kiadásért. A probléma ugyanis az, hogy mi történjék az olyan tanulókkal, akik valamelyik keresztény egyház kötelékébe tartoznak, keresztény vallásban nevelkedtek, de a II. zsidótörvény szerint zsidóknak számítanak?”¹¹

A

Az utolsó kérdést átmenetileg mindhárom középiskolában egyformán oldották meg: „Úgy tűnik azonban, az intézmények eleinte nem értették kristálytisztán az államhatalom szándékait. Az elkülönítés első évében ugyanis mindhárom zsidó osztályt kivétel nélkül izraelita vallásúakból állította össze a három iskolavezetés. Csak a következő évfolyamot sikerült a második zsidótörvény szellemében kialakítani, vagyis ekkor már zsidó osztályba sorolták a keresztény vallású, de a törvény értelmében zsidónak minősülő növendékeket is.”¹²

A Kölcseyben ekkor még csak egyetlen római katolikus tanuló járt az évkönyv tanúbizonyosága szerint B osztályba, de az 1942–43-as tanévre már a IV. B diákjai közül 1 római katolikus, 2 református, a III. B-ben 2 római katolikus, 2 református, a II. B esetében már 9 római katolikus és 2 református, a I. B-ben pedig 12 a római katolikusok és 4 a reformátusok száma (mindegyik említett osztálynak 39 volt a létszáma).¹³

¹¹ <http://www.huszadikszazad.hu/print.php?id=23830&mode=article> (letöltés: 2017. 08. 21.)

¹² Bolgár 2014: 460. Lásd még: Kocsisné Farkas 2010: 126.: „Az 1940/1941-es iskolaévben a Madách gimnázium B osztályába felvett 40 diák közül négyen voltak katolikusok és ketten protestánsok. A többiek »részben enyhén vallásos, részben alig vallásos zsidók. Valláshű egy se lehetett, mert szombaton is volt tanítás, de a pesti, akkor neológnak nevezett hitközség akceptálta a sabbath megszegését, csak a péntek esti bejövetelét ünnepelte« (T. P., 1999).” A Berzsényi egy volt B osztályosa pedig így ír: „Noha születési bizonyítványuk szerint az I/B diákjai »izr.« vallásúak voltak, alig volt közöttük hagyománytartó zsidó. Emlékezetem szerint kevés osztálytársunk (legalábbis azok közül, akiknél annak idején jártam) élt szigorúan kóser háztartásban; sokunknál volt karácsonyfa, és tudtommal néhányan nem is voltak körülmetélve. A diákok kétharmadának magyarosított neve volt, nem egynek már az apja is ezzel a névvel született. (Néhányan közülünk később magyarosítottak.)” Lásd Bak 2012.

¹³ A Budapesti VI. Kerületi Magyar Királyi Állami Kölcsey Ferenc Gimnázium évkönyvei, saját kimutatás. (Itt szeretném megköszönni Lengyel Máriának, a gimnázium könyvtárosának, hogy az évkönyveket hozzáférhetővé tette számomra.) Budapesten 1941-ben 184 ezer volt a zsidó felekezetű lakos, a zsidótörvény következtében azonban

Elmondható tehát, hogy a zsidó B osztályokba a magyar társadalomba a leginkább betagozódott, a legnagyobb kapcsolati tőkével rendelkező, jelentős arányban magyar nevű és vallásváltó családok gyerekei kerültek. Mivel a Kölcsey B osztályosai közül ismereteim szerint senki sem írta meg részletesen e történelmi tapasztalatára vonatkozó emlékeit,¹⁴ itt is a volt madáchosok és berzsényisták visszaemlékezésére kell támaszkodnunk, ha arra vagyunk kíváncsiak, hogyan.

„W. A. úgy emlékezett, hogy »apám, akinek jó kontaktusai voltak, protekcióval hozott be a Madách gimnázium B osztályába« (W.A.,1998). A »szeparált« osztályba ugyanis nem volt könnyű bekerülni. A szülőknek sok esetben némi segítséget kellett igénybe venniük, ám mindenképpen ki akarták harcolni, hogy gyermekük gimnáziumba kerülhessen. Ezt annak ellenére tették, hogy az érvényben lévő zsidótörvény számos korlátozó előírása előrevetítette annak az árnyékát, hogy a továbbtanulás nehéz, ha nem éppen lehetetlen lesz. (...) M. G. I.-t például apja polgári iskolába akarta adni, de – mint írja – »anyám kiharcolta a gimnáziumot, mert tanult embert akart nevelni a fiából. [...] Gondolom, 'segítséget vettek igénybe', hogy bejuthassak a Madách Gimnázium [...] zsidó osztályába. »Összeköttetés« a szó, amire gondoltam« (M.G.I., 1999).”¹⁵

Minden bizonnyal igen hasonló módon kerültek a „boldog kevesek” közé a Kölcsey izraelitának minősülő, ám mint láttuk, egyre növekvő arányban keresztény felekezetű diákjai is.

B

A többieknek ugyanis, akik nem rendelkeztek hasonló „segítséggel”, be kellett érniük a zsidó gimnáziumokkal, vagy a műveltségi eszménytől még távolabb eső polgári iskolákkal. Bár az Izraelita Tanügyi Értesítő szinte a bizalmas utasítás bevezetésétől kezdve hangoztatja, hogy több

több mint 62 ezer keresztény felkezetekhez tartozó embert minősítettek zsidónak. Vö. Lackó 1998.

¹⁴ Korányi Tamás blogjában (<https://koranyi.blogspot.hu/2015/06/?m=0> Monday, June 01, 2015 – letöltés: 2017. 08. 21.) egy volt osztálytárs „visszaemlékező könyvecskéjé”-nek kapcsán ír néhány mondatot: „1942-ben kerültem a Kölcsey gimnáziumba, ahol akkor ún. zsidó osztályok is voltak. Ez ma visszatetszőnek hat, de az akkori igazgató – vitéz dr. Esztergomy Ferenc – lehetővé tette, hogy a szokásos »kvótán« felül zsidó fiúk gimnáziumba kerülhessenek.”

¹⁵ Kocsisné Farkas 2010: 125.

középfokú izraelita oktatási intézményre lenne szükség,¹⁶ ugyanakkor azt is rendszeresen felrója az 1939 és 1944 között ismét növekvő számú zsidó hitsorsosainak,¹⁷ hogy lenézik, ignorálják a művelődés akkor még könnyebben hozzáférhető zsidó intézményeit, pályalehetőségeit.¹⁸

„Az utóbbi években nagyon megnövekedett a zsidó középfokú iskolák száma. A mai Magyarország területén 12 gimnázium, 8 polgári iskola, 2 ipari középiskola, 2 tanítóképző, 2 gyógy-pedagógiai intézet és 1 kereskedelmi szaktanfolyam működik”

állapítja meg minden említett kétségbeesése mellett 1941 februárjában a felekezeti folyóirat.¹⁹ Alighanem ezt véli Hóman antiszemitizmusa cáfolatának Ujváry Gábor, amikor azzal igyekszik érvelni:

„A rendelkezés amúgy sem érintette a magán- és a felekezeti gimnáziumokat, ahogyan a polgári iskolákat sem, az izraelita iskolákban pedig lehetővé tették, hogy az addiginál több osztályt létesítsenek. Arról sem szól Kovács [M. Mária], hogy 1939-ben Hóman a pesti izraelita fiú- és leánygimnáziumokban engedélyezte az értelmiségi pályákról kiszoruló zsidó fiatalok ipari szakmákra történő átképzését, ennek érdekében új fiú ipari középiskolai tagozat, illetve női ipari középiskola alapítását.”²⁰

És nyilván ezt tartja – a zsidó lapok cikkeinek fényében vérforralóan kifordított logikával – rendkívüli teljesítménynek a Teleki Pál apológétájaként fellépő művelődéskutató Bakos István a politikus balatonboglári szobrának felállításakor tartott beszédében.²¹ Mészáros István pedagógia- és egyháztörténészt idézve ugyanis hangsúlyozza:

„Amikor 1938 májusában Teleki elfoglalta kultuszminiszteri székét, a következő zsidó iskolák működtek hazánkban: 145 hatosztályos népiskola, 6 polgári iskola, egy tanítóképző, egy tanítónőképző, 2 fiúgimnázium és egy leánygimnázium. Ugyan-

¹⁶ *Több zsidó középiskolát!* 1941.

¹⁷ Az évtized végére a zsidótörvények és a két bécsi döntés alapvetően megváltoztatta a zsidók helyzetét Magyarországon. A Felvidék, Kárpátalja és Észak-Erdély visszacsatolása révén a zsidóság lélekszáma mintegy 350 ezerrel lett nagyobb (és ezzel ismét nőtt a társadalmi súlyuk), ezzel egy időben azonban jogfosztásuk és módszeres kirekesztésük is kezdetét vette.

¹⁸ Is 1941.

¹⁹ Balassa 1941.

²⁰ Ujváry 2015.

²¹ Bakos 2005.

csak Teleki miniszterelnöksége alatt történt a hazai zsidó tanügy újabb kiemelkedő eseménye, hiszen az 1939. július 6-i rendelet jóváhagyta két új zsidó középiskola alapítását Budapesten: 1939 szeptemberében megnyílt a fiúk számára a gépészeti szakközépiskola, míg a lányoknak az ipari szakközépiskola. Egy év múlva a meglévő fővárosi zsidó leánygimnázium a Személynök utcában (a Parlament közelében, a mai Balassi Bálint utcában) egy új, önálló tagozattal bővült – ezt a miniszter 1940. augusztus 24-én hagyta jóvá.

Teleki Pál volt a kultuszminiszter, illetve miniszterelnök, amikor az anyaországhoz visszatért területeken új zsidó gimnáziumok nyíltak: kettő Nagyváradon, egy-egy Kolozsváron, Munkácson, Ungváron (természetesen az 5 budapesti és egy debreceni zsidó középiskola, a budapesti zsidó tanítóképző és a miskolci zsidó tanítónőképző mellett).

Tagadhatatlan: Teleki kultuszminiszterségének és miniszterelnökségének ideje 1938–1941. között a hazai zsidó iskolaügy soha nem látott kiterjeszkedésének, intézményrendszere jelentős bővülésének időszaka volt.”²²

Nyilván az ő értelmezésükben Teleki és Hóman arról nem tehet, hogy e soha nem látott módon kibővült intézményrendszertől 1942 júliusában a magyar állam megvont minden támogatást.²³

A

„Ugyanazt a diáksapkát, ugyanazzal az éremmel, ugyanazt a (kötelező) tornatrikót viseltük, mint az a-osztályosok, ugyanazok a tanárok ugyanúgy bántak velünk, mint az a-osztályosokkal. »Jobbra át, balra át, hátra arc stb.« vezényszavakra ugyanúgy részesültünk az udvaron mi is »katonai kiképzésben«, mint az á-

²² Bakos 2005.

²³ „2. § Az izraelita vallásfelekezetet, továbbá az izraelita vallásfelekezet, annak szerve vagy tagjai által fenntartott iskolát vagy más intézetet az állami vagy községi háztartás terhére támogatásban vagy segélyezésben részesíteni és az ilyen célra e törvény hatálybalépése előtt már előírányzott kiadásokat teljesíteni nem lehet.” Lásd 1942. évi VIII. törvénycikk az izr. vallásfelekezet jogállásának szabályozásáról. (<https://1000ev.hu/index.php?a=3¶m=8181> – letöltés: 2017. 08. 21.)

sok. Az egyik tornatanár és talán a rajztanár²⁴ kivételével európai műveltségű, tartózkodó modorú tanáraink voltak”

emlékezik vissza a zsidóként elkülönített diákok mindennapjaira egy egykori kölcsöns B-osztályos, aki réges-rég külföldön él.²⁵ Emlékei meg-
egyeznek a Madách egyik volt B-osztályos tanulójának tapasztalataival:

„A párhuzamos osztályokat azonos tantestület oktatta, azonos tanterv alapján. A zsidó tanulók a többiekével azonos (Bocskay-) egyenruhát és sapkát viseltek.”²⁶

Az idézett sorok szerzője, Harsányi Iván történész lévén korabeli forrásokat is segítségül hívott memóriájának ellenőrzésére:

„Az évnyitáskor kézhez kapott tájékoztatóból kiderült, hogy az iskolai élet egyes területein bizonyos fokú megkülönböztetés érvényesül. Zsidó tanuló nem lehetett a Pantol Márton katolikus hitoktató vezette Madách Cserkészcsapat, illetve az óráközi szünetekben a folyosók rendjét biztosítani hivatott karszalagos rendezőgárda tagja. Az órán kívüli foglalkozások közül nem vehettek részt a repülőmodellezéssel foglalkozó (úgymond: stratégiai jelentőségű) szakkörben. A honvédelemről szóló 1939. évi (a zsidó állampolgárokat a fegyveres katonai szolgálatból kirekesztő, és a honvédségi munkaszolgálatot bevezető) II. tc. iskolai alkalmazásaként a zsidó tanulók 12 éves kortól a kötelező levante foglalkozások helyett »kisegítő előképzős« kiképzést kaptak, amellyel a későbbi munkaszolgálatra készítették fel őket. Foglalkozásaikat erre kiképzett tanárok, főleg testnevelők, illetve felsőbb osztályos keresztény tanulók („ifjúvezetők”) irányították. Ezen kívül minden kisegítő előképzősnek is elő kellett fizetnie a Szebb jövőt! című levanteújságra, amelynek jelentős részét szélsőséges, gúnyrajzokkal bőven illusztrált zsidóellenes uszítás

²⁴ Az igazoló bizottság vitéz Esztergomy Ferenc igazgatóval együtt őt is nyugdíjazta.

²⁵ Egy volt diák szíves személyes közlése. Amint azt a Madách és a Berzsenyi B osztályokról megjelent írások is mutatják, ezek tanulói nemcsak igen nagy számban végeztek felsőfokú tanulmányokat, de ugyancsak nagy számban hagyták el az országot is.

²⁶ Harsányi Ivánnak, a Pécsi Tudományegyetem BTK Modernkori Történeti Tanszéke emeritus professzorának előadása a Wesley János Lelkészképző Főiskola 2014. október 13-i tudományos ülésén (szerkesztett szöveg), amelyet a szerző bocsátott rendelkezésemre.

töltötte ki. (A lap akkori évfolyamait Gadó György dolgozta föl.)
Erre a pénzt a leventeoktatók szedték be.”²⁷

Elhurcolását megelőzően, ugyancsak a Madách kisdiákjaként, Kertész Imre is a leventeintézménnyel kapcsolatban élte meg elsősorban az üldözöttség élményét:

„A Barcsay utcai gimnázium is átváltozott közben, bevezették a levente órákat. Volt egy nyilas tornatanár, úgy hívták, Csorba. Eleinte nem foglalkozott a zsidó osztállyal, rendszerint közénk hajított egy labdát, és ha zaj volt, bejött, ordított. De később, ha jól emlékszem, a Don-kanyar után, átalakultak a tornaórák, hozzá jött még egy úgynevezett levente óra, amikor is fölvetett egy piros-fehér-zöld karszalagot és ő lett a leventeparancsok. Az igazi aljasság az volt, hogy a másik osztályból átjöttek fiúk, ők voltak a mi úgynevezett rajparancsnokaink, akiket arra neveltek, hogy bármilyen parancsot adhatnak nekünk... Ez ugye mégiscsak döbbenetes, hogy a szomszéd osztály tanulói parancsolhattak, guggolásokat, békaügetést meg hasonlókat csináltathattak velünk.”²⁸

A leventeoktatás mellett minden bizonnyal a cserkészcsapatokból való kizárás érinthette a fiúkat a legérzékenyebben – mint Bak János saját berzsenyis B-osztályáról szóló visszaemlékezésében írja, a cserkészek között később is szorosabb volt a kapcsolat, mint az osztály többi tagjai között:

„Osztálytársaim jó része vagy a 191. Toldi Miklós cserkészcsapat, vagy a 311. Vörösmarty Mihály csapat tagja volt. A Toldi 1922-ben, több korábbi csapat összevonásából alakult, és szinte kizárólag asszimilált zsidó fiúkból állt, a Vörösmarty pedig 1924-ben mint a Budai Izraelita Hitközség csapata (1945-ig a hitközség csapata maradt). 1939-ben mindkettőt (és még számos másikat), mint „zsidó csapatot” kizárták a Magyar Cserkészszövetségből. Egyenruhát nem hordhattunk, táborozási engedélyt nem volt könnyű szerezni. A toldistákat egy darabig a Magyar Vöröskereszt vállalta el ifjúsági szakosztályaként, végül az Eszperantó Szövetség volt elég bátor ahhoz, hogy fenntartó testületként

²⁷ A leventeújság előfizetése a nem zsidó diákok esetében is erősen „ajánlott”-nak számított, ennek megtagadása pedig komoly kellemetlenségekkel járt, lásd ehhez a volt berzsenyis Rába György forrásértékű visszaemlékezését: Rába 1999.

²⁸ Kertész 2015: 11.

legalizálja őket. A Vörösmarty a hitközség ifjúsági csoportjaként működött. (...) Mindnyájan nagyon lelkünkre vettük, hogy a Cserkészszövetségből való kizárásunk után nem viselhettük a HUNGARIA háromszöget, a búrkalapot árvalányhajjal és a lilimos jelvényeket. Pedig ugyanolyan lelkesen gyűjtöttünk és énekeltünk magyar népdalokat és tisztelegtünk a piros-fehér-zöld lobogónak, mint bármelyik másik cserkész. Ahogy a 311. Vörösmarty korai publikációiban is látom, mindig jól megfért egymás mellett a hanuka-ünnepség és a »karácsonyi túra«. A csapat alapításának 80. évfordulóján az egyik öregcserkész így foglalta össze akkori »identitásainkat«: »Egyidejűleg voltunk magyarok, zsidók és cserkészek – de mindenkifelett Vörösmarty-fiúk és -lányok.«²⁹

Ha a tanulmányi eredményeket vesszük azonban szemügyre, nem látszik hátrányos megkülönböztetés a zsidó B osztályok rovására. A Kölcsey gimnáziumban 1942 novemberében készült „kimutatás az erkölcs-fegyelmi és tanulmányi állapotról” egyenesen teljes döntelent mutat az akkor már három szegregált párhuzamos osztály eredményeinek átlaga tekintetében:

I. A osztálylétszám: 46 eredmény: jó; I. B osztálylétszám: 40 eredmény: elégséges

II. A osztálylétszám: 44 eredmény: elégséges; II. B osztálylétszám: 40 eredmény: jó

III. A osztálylétszám: 50 eredmény: jó; III. B osztálylétszám: 40 eredmény: jó³⁰

A 40 főben megszabott osztálylétszám még előnyösebbnek is látszik a nem zsidó osztályok olykor lényegesebb népesebb diákcsoporthoz képest. Ez pedig a tanárok számára is kedvező lehetett, ahogyan az is, hogy a zsidó diákok jelentős része motiváltabb volt a tanulás terén, hiszen tudták, a zsidótörvények korlátozásai miatt csak az igazán kiváló tanulóknak lehetnek (jó esetben) továbbtanulási esélyei.

„Valójában rossz politikának bizonyult, hogy csak a legjobb zsidó fiúkat vették föl, mert nagyon elit osztályok jöttek így létre, a tanárok vetekedtek, hogy itt taníthassanak, hisz ezek a fiúk sokkal

²⁹ Bak 2012: 53, 79. Lásd még <http://holocaust.archivportal.hu/temak/zsidok-cserkeszmozgalomban> (letöltés: 2017. 08. 21.)

³⁰ BFL VIII. 42a 37. kötet, 1940–41.

fogékonyabb és jobb tanulók voltak. Ha csak a legrosszabbakat veszik föl, akkor be lehetett volna bizonyítani, hogy a zsidó tényleg olyan faj... Ám mindenki jeles volt, kivéve engem, aki szinte mindig megbuktam.”³¹

Ezért aztán nem meglepő, hogy amint kézírásos fogalmazványában a Madách gimnázium igazgatójának kérésére adandó válasz előkészítéseként a minisztérium egyik munkatársa írja,³² a tanárok számára „elkedvetlenítő és demoralizáló” a zsidó osztályokban való tanítás. Az igazgató ugyanis többek közt azzal az érveléssel kéri a zsidó osztályok megszüntetését intézményében, hogy

„a zsidó tanulók részére fenntartott osztályok rendszere a gimnáziumot mint gyakorló jellegű iskolát visszaesés helyzetbe hozta. A pályájuk előtt álló gyakorló tanárjelöltek ugyanis a keresztény és zsidó osztályok összehasonlítása alapján olyan megfigyeléseket tesznek, amelyek őket könnyen helytelen ítéletekre vezetnek. Ilyenek mindenekelőtt a két-két, a keresztény és zsidó osztály között mutatkozó magaviseleti és előmeneteli különbségek, továbbá bizonyos versengések és súrlódások is. Ezek kiküszöbölése végett viszont nem egyszer olyan intézkedésekre van szükség, amelyek további eltéréseket mutatnak a természetes mederben folyó nevelő-oktató munkától.”³³

B

Elkedvetlenítő és demoralizáló lehetett tehát a rendkívül motivált és zömmel valóban jól teljesítő diákokat tanítani, a gyakorló tanárjelölteket könnyen arra a helytelen ítéletre vezethette, hogy a zsidó iskolások magaviselet és előmenetel terén felülmúlják nem zsidó társaikat... E megfogalmazások, amelyek az ellentétét állítják annak, amit a rasszista elfogultságok híján lévő józan ész diktál, részét képezik annak a nyelvjátéknak, amely az egész tanulmányozott időszak (1939–1946) beszédmódját jellemzi. Mind a háborús évek, mind a háború utáni kezdeti

³¹ Kertész 2015: 9.

³² Maga is a Kölcsey egyik emberségéről ismert volt tanára.

³³ MOL, VKM K 592-1940-3-54654. Az idézetben említett „versengések és súrlódások” egy esetéről számol be például egy volt madáchos: „G. Gy. emlékezett egy 1942 vagy 1943 telén »vérré menő« hógolyócsatára, melyet az Almássy-téren három zsidó osztály vívott három keresztény osztállyal, vagyis »az ácsok és a bécsok küzdöttek egymás ellen nagy indulattal.«” Lásd Kocsisné Farkas 2014: 10.

időszak írásos dokumentumaiban megfigyelhető a valóság igen erőteljes nyelvi átértelmezésére és/vagy banalizálására irányuló szándék.

„Persze a legsötétebb időben nem jártunk iskolába, mert 1944 áprilisában részleges kijárási tilalmat rendeltek el a sárga csillagot viselőknél, és a '44/45-ös tanévben csak a felszabaddulás után (talán február végén?) kezdődött nekünk a tanítás”

írja visszaemlékezésében Bak János.³⁴

„A zsidó osztályok számára a sárga csillag kötelező viselése kihirdetésének a napja egyben az utolsó tanítási nap volt. A diákok végbizonyítványt kaptak, így iskolaévkük nem veszett el. Nem ismert, vajon felsőbb utasításra cselekedett-e így az iskola, vagy saját döntést hozott”

állapítja meg a Madách gimnázium volt B osztályosainak visszaemlékezéseit összefoglaló egyik tanulmányában Kocsisné Farkas Claudia,³⁵ de a Kölcsey iratanyagában is hiába keresünk utalást arra nézvést, mi történt az izraelitának minősített diákokkal 1944 második félévében. Arról azonban maradtak fenn iratok, hogy 1944 október 28. után beszüntették a tanítást, és arra is, hogy az 1945. március 5-én kezdődött újra.

„1945-ben a tanítás beindulásakor kis B-s küldöttség lementünk az igazgatóhoz (akkor még vitéz Esztergomy Ferenc volt az igazgató), hogy ne keverjenek minket össze az Á-sokkal, szeretnénk magunkkal maradni. Igyekezett megmagyarázni, hogy nem jó, amit kérünk, és hogy miért lesz jó, ha összelegyítene. Valóban, mi, akkori 12-13 évesek idővel összelegedtünk és azóta is páratlan, mennyire összetartunk és jól érezzük magunkat minden érettségi találkozón. Ugyanaz nem mondható a nálunk 2-3 évvel idősebb hajdani B-sekről. Egy ilyen felettünk járóval beszélgettem, aki ecsetelte, mennyire nem tudtak összeszokni, mennyire véglegesen elkülönültek egymástól. Bizonyára belejátszott, hogy az ő korosztályukban már volt kötelező levante-oktatás az Á-soknak – és ennek munkaszolgálatos-jellegű megalázó változata a B-sek számára”

írja levelében a már idézett, külföldön élő egykori B-s kisdíák. Hasonló tapasztalatokról számoltak be a Madách volt tanulói is:

³⁴ Bak 2012: 41.

³⁵ Kocsisné Farkas Claudia 2014: 10.

„A tanítás 1945-ben indult újra, nagy létszámú, összevont osztályokkal, a tanárok nagyrészt a régiek voltak. (...) M. G. így emlékezett: »Az eredetileg 40-es létszámunk megcsappant, egyesek meghaltak, mások szülei külföldre költöztek, mások 'aliáztak' Izraelbe.« Nem lehet csodálkozni azon, hogy a háborút követően »barátkozás nem igen történt meg az eredetileg két külön osztály között«. A régi osztálytársakkal azonban a barátságok megerősödtek, és a »kialakult barátságok egy életre megmaradtak«. ³⁶

Egy március 31-én készült kimutatás szerint a zsidó B osztályok tanulóinak ekkor közel fele volt beiratkozva (mint látni fogjuk, ez önmagában is magyarázatot érdemel), valamilyen módon jelentkezett közel egyharmaduk, a tényleges, igen alacsony osztálylétszámok azonban három B osztályban is meghaladták az A osztályokét (tehát ezekből az osztályokból több túlélő jelentkezett az iskolában, mint a nem zsidó osztályokból). Összesen 495 volt a beiratkozottak száma, 337 fő adott magáról életjelet, 229 volt valóban jelen.³⁷ Többen jelezték, hogy vidéken tartózkodnak, jó néhány diákot a szülei nem mertek elengedni az iskolába. Április 12-én a beíratottak száma már 530, a ténylegesen iskolába járók létszáma 328, a diákok kétnaponta járnak iskolába, de az egyes évfolyamok összlétszáma olyan alacsony, hogy a korábbi 16 helyett csak 8 osztály indul, a párhuzamos osztályokat megszüntetik – így értelemszerűen megszűnnek a zsidó osztályok.³⁸ Az említett iratokban a felekezeti szegregációra vonatkozó utalás nem szerepel.

Ebből az időszakból származik az az 1945. június 11-i dátumot viselő dokumentum, amelyből kiderül, hogy az iskolát súlyos károk érték, egy 1944. július 2-i bombatalálat következtében a portásépület teljesen elpusztult, már le is bontották, két kisebb belövés miatt pedig 35 ajtó és 100 ablak pótlandó, javítandó a fedélszék, a vízvezeték és a csatornahálózat.³⁹ A korábbi iratanyagban ennek ugyanúgy nem volt nyoma, mint annak, hogyan tudta az iskolavezetés a visszacsatolt területekre áthelyezett és a katonai szolgálatukat töltő, illetve kényszernyugdíjazott (izraelitának minősülő) tanárokat pótolni.

³⁶ Kocsisné Farkas Claudia 2014: 11.

³⁷ BFL VIII. 42. a. 12.

³⁸ BFL VIII. 42. a. 12.

³⁹ BFL VIII. 42. a. 12.

Egy dátum nélküli cetlin olvasható ceruzás vázlat szerint egy 1945 tavaszán tartott értekezlet 3 napirendi pontja közül az utolsó a deportáltak ügye. (A korábbi iratanyagban ilyesmiről nem esett szó.)

„A tanulót a szüleivel az elmúlt esztendő júniusában összeköltöztették, azóta igen kellemetlen és szűkös körülmények között, 3 szobás lakásban negyvenen lagnak. Ősszel nem iratkozhatott be az ismert körülmények miatt, márciustól kezdve vidéken volt” – írja az egyik osztályvizsgára jelentkezett diák kérvényével kapcsolatban a jegyzőkönyv.

De ugyanez az „ismert körülmények”-re való hivatkozás, az átélt borzalmak verbális tompítása jellemzi mind az osztályvizsga letételének engedélyezését kérelmező szülők, mind az iskolai munka nehézségeit taglaló tanárok megfogalmazásait.

„... jómagam a napokban érkeztem haza Németországból, ahol hónapokig mint deportált tartózkodtam. Férjem valóságosság szerint mint deportált még mindig külföldön van.”⁴⁰

„A növendékek szempontjából a nehézségek fő oka az volt, hogy részben családi körülményeik miatt, részben a gazdasági viszonyok következtében (több olyan tanulónk akadt, aki kénytelen volt kenyérkereset után nézni) nem jártak rendszeresen iskolába, s így a közös munka nem volt kivihető a kívánatos mértékben.”⁴¹

Ennél valamivel világosabban fogalmaz az 1945. június 1-jén megtartott ellenőrző értekezleten az új igazgató, dr. Mező Ferenc (a Berzsényi gimnázium volt tanára, az 1928-as szellemi olimpia győztese, aki egyébként az első szülői értekezleten, bemutatkozásakor maga sem tett említést kényszernyugdíjaztatásáról – egy ügyvéd szülő hozta szóba hozzászólásában a Mező által „méltatlanul elszenvedett bántalmakat” és a „kéretlen-kelletlen távozást”, hozzátéve hogy iskolatársak voltak a piaristáknál):

„A tanulók elbírálásánál fokozottabban vegyük tekintetbe a lelki szempontokat, azokat, amelyek a közelmúlt válságos idők nyomorúságaiból, szerencsétlenségeiből fakadtak. Ennek az édesapja nincs meg, amaz talán semelyik szülőjéről sem tud;

⁴⁰ BFL VIII. 42. a. 12. Magánvizsgálat és tandíjmentességi, illetve tandíjkezdvezményi kérelem, elintézve 1945. május 7.

⁴¹ BFL VIII. 42. a. 12. Jelentés az iskolai munka tárgyában, 1945. május 30.

vannak tanulók, akik tudják, hogy egyik szülőjüket vagy talán mindkettőt elhurcolták, vagy agyonlőtték, másokat sötét sejtelmek gyötörnek szüleik eltűnése vagy távolléte miatt. Ezek a tények sok esetben tisztázzák csalódásunkat egyes tanulóknál. Vegyük számításba ezeket, bár ilyesmi eddig még nem szerepelt ilyen tömegesen az enyhítő körülmények között.”⁴²

Szélsőséges kivételnek tekinthető tehát az a kérvény, amely 1945. augusztus 6-i keltezéssel és a Tankerületi Királyi Főigazgatóságnak címezve ma is használatos nevükön nevezi azokat az eseményeket, amelyeket az apa kérelme indoklásaként minden eufemizálás nélkül előad:

„Fiam 1930-ban született és 1944. évben végezte el a IV. gimnáziumot. Az V. gimnáziumba nem irattam be, mert 1944. június 5-én immár negyedízben vonultam be munkaszolgálatra, ezt megelőzőleg apósomat, aki 75%-os hadirokkant százados volt, anyósommal együtt az auschwitzi haláltáborba elhurcolták és megölték. Feleségem betegen feküdt, kizárólag fiam támogatására és ápolására bízva, amikor lakásából kitették és mindkettőjüket az Andrassy út 84. alatti csillagos házba zsúfolták be, egy szobába 11-ed magukkal, ahonnan csak a nap bizonyos óráiban volt szabad távozniuk. Ilyen körülmények között gondolniok sem lehetett beíratásra, vagy egyáltalán tanulmányok folytatására. Később engem is, feleségemet is a nyilasok elhurcoltak. Fiamat keresztény barátom vette magához, innen szervezte meg fiam katonák és munkás barátaink csoportját, mely külön-külön kiszabadította a nyilasok kezéből feleségemet, majd magamat és vezetett el bennünket az előkészített zuglói bűvőhelyre.”⁴³

Pedig a tiszta beszédnek, a múlttal való könyörtelen szembenézésnek mintha akkor még lett volna valami esélye, hiszen folytak még Magyarországon a harcok, amikor a Debrecenben megalakult ideiglenes kormány vallás- és oktatásügyi minisztere, a földrajztudós Teleki Géza (Teleki Pál fia) március elsejei dátummal a következőképpen fogalmazta meg az ifjúság nevelésének követendő eszményét:

„Az új nevelésnek az új társadalmi és politikai világrend követelményeihez kell igazodnia. Minden nevelőnek tisztában kell lennie azzal, hogy nemzetünk életének egyik legjelentősebb

⁴² BFL VIII. 42. a. 12.

⁴³ BFL VIII. 42. a. 12.

átalakulásán megyünk keresztül, amely hasonlíthatatlanul maradandóbb változásokat fog hozni, mint az 1918. évi. Arra az új korszakra, amely most elkezdődik, komoly önvizsgálattal kell felkészülnünk. Végleg szakítanunk kell azzal a veszedelmes kül- és belpolitikai, valamint társadalmi rendszerrel, amely sok hazugságával, imperialisztikus ábrándjaival és kiáltó szociális igazságtalanságaival, vétkes németbűvöletével, a faji kérdés egyoldalú felfogásával, a keresztyén jelző értékének lejáratásával romlásba döntötte nemzetünket.”⁴⁴

Ám ahogyan Teleki alig fél év múltán a baloldali politikai támadások hatására lemondani kényszerült,⁴⁵ az általa követelt komoly önvizsgálat és a hazugságokkal való szakítás is elmaradt.

*

Itt akár vége is szakadhatna a Kölcsey gimnázium zsidó B osztályainak töredékesen rekonstruált története. Csakhogy a levéltározás kifürkészhetetlen útjainak köszönhetően az ügyviteli iratok VIII. 42. A 39. kötete nemcsak az 1945-ös, de az 1946-os év fennmaradt tanárértekezleti jegyzőkönyveit is tartalmazza. És ha már a háborús évek iratanyagának hiátusait és sajátos nyelvjátékait is csak nehezen tudtam értelmezni, még értetlenebbül álltam a minisztérium sportosztályára áthelyezett Mező Ferencet 1946 áprilisában felváltó igazgató, az 1940-ben kényszernyugdíjazott, első világháborús hadirokkant Regős József jegyzőkönyvben rögzített megszólalásai előtt. Elsősorban egy felsőbb utasításra „a tanulók mulasztásai és politikai eltévelyedései” tárgyában tartott szülői értekezlet jegyzőkönyvét nem tudtam sehogyan sem értelmezni (lásd Melléklet). Mind Regős iskolai politikai botrányokról, mind Fuhrmann Ernő hittanár – az 1946 nyarán, a kunmadarasi pogrom idején ismét égetően aktuális – antiszemizmusról tartott beszédét az utószülöttek gőgjével és tudatlanságával megalkuvónak tartottam, a gyávaság, a mellébeszélés példáiként olvastam. Mivel azonban szerencsére a magánérzelmeimen felülkerekedett a szakmai protokoll, egyrészt igyekeztem többet megtudni Regősről és Fuhrmannról, másrészt végignéztem az Új Ember című katolikus hetilap 1945–1946-os

⁴⁴ Különnyomat a Hivatalos Közlöny 1945. április hó 1. számából. A magyar vallás- és közoktatásügyi miniszter 56.002/1945.VKM sz. rendelete. Általános utasítás az 1944/45. iskolai évre. (Egy példánya benne volt az 1944–1946. évek iratanyagát tartalmazó dobozban.)

⁴⁵ Haas 2012.

évfolyamait, hogy lássam, mennyiben illeszkednek az értekezleten elhangzottak a korszak beszédmódjába. Az utóbbi kérdésre a válasz egy szóban összefoglalható: maradéktalanul.⁴⁶

Fuhrmannról Borbándi Gyula emlékezett meg a legmelegebb szeretet és nagyrabecsülés hangján,⁴⁷ Regősről már hivatkozott írásában Levendel László. Közös barátaink tanácsát követve végül megkértem Ungváry Rudolfot, aki már írt kölcsseysként szerzett élményeiről,⁴⁸ legyen segítségemre a mellékelt szöveg értelmezésében. Valóságos esszével felérő válaszában – amelyet remélem, egyszer még teljes terjedelmében megjelentet – nemcsak a két volt tanárával kapcsolatos pozitív élményeit idézi fel, de igen árnyaltan igyekszik bemutatni, milyen volt az a világ, amelyben a gyorsírással lejegyzett beszédek elhangzottak.

„(...) 1947-ben kezdtem meg a tanulmányaimat a Kölcseyben. Két év se telt még el 1944–45 fordulója óta. De a zsidó osztályokról soha nem volt szó. Nem mintha a tanárok nem emlékeztek volna halálos pontosan. Minden apró részlet élt még, és került olykor – igaz, ezek se gyakran szóba. A Rábakecölön született egykori parasztgyerek, Boros Ferenc költő és magyar tanár, a maga jóindulatú, az órákat inkább beszélgetésekkel, mint feleltetéssel kezelő, kövérkés, mindig valami dalocskákat maga elé dűnyögő magányos férfi például elmesélte, hogy amikor az egyik 1944-es légitámadás után bejött az iskolába, ott sírdogált a telitalálatot kapott pedellusház mellett az életben maradt Sukán bácsi. Ha kérdezte volna az ember, az az érzésem, hogy beszéltek volna a zsidó osztályokról is. De ártatlanként is tudták, hogy van valami közös felelősségük, és a normális ember ösztönháztartása a megoldhatatlant megoldhatatlannak kezeli.

A jegyzőkönyv szövegéből, akár hiszi ezt valaki, akár nem, egy archaikus, mára teljesen elsüllyedt világ hordozóinak a képe rajzolódik ki. Akár valami kőkorszak az európai utazónak Új Guinea rejtett zugaiban. Még nekem is megrendítő volt újra találkozni gyermekkorom légkörével, amelyben nevelkedtem. A Jót illető, már elképesztő naivitás, gyermetegség, a nevelési

⁴⁶ Jelen kereteken belül nincs mód ennek bővebb kifejtésére, de Regős beszédét érdemes összevetni az Új Ember következő cikkeivel: Péntes 1946; Halász 1946; Fuhrmannét pedig ezekkel: Sándor 1945; Egyed 1946; Sík 1946; Kis 1946; „*Mi katolikusok...* 1946; Hamvas 1946; Péntes 1946b.

⁴⁷ Borbándi 2003.

⁴⁸ Dalos György–Pohl Pálma 2009.

elveket átható régies, de Comenius óta a pedagógiában felismert megértési igyekezet. A tanári étosz működése, mennyire érzékelttem ezt annak idején. Miközben magától értetődő volt a körmös, a verés. A Kölcsseiben. Hatodikban. (...) A kutya se rendült meg. És szinte észrevétlenül vedlette ezt le mindenki néhány év alatt. (...) Az a tisztelet, amely alapján Fuhrmant kérték fel erkölcsi illetékesnek, és műveltségük ellenére nem ütköztek meg szövegének ájtatos, a prédikációkból hozott, közhelyszerű katolikus semmitmondásán, egy beidegzett, régtől öröklött magatartás. (...) Ez a sajátos tisztelet a pap iránt nyugaton sokkal tovább fennmaradt, és halvány nyomai még mai is megvannak. Hogy nem az evangélikus vagy a református hitoktatót? Mert azok „világibbak”, ezzel az erkölctől távolabb voltak. És hát a túlnyomó többség katolikus hittanra járt a Kölcsseiben. (...) Hogy nem a rabbi (mert rabbi is oktatót)? Egyrészt itt nem az áldozatok nevében kellett nyilatkozni. Másrészt – ez nekik túl nehéz ügy volt ahhoz, hogy a jövőbe látóan tudták volna megoldani. (...) ebből a jegyzőkönyvből nekem olyan emberek bontakoztak ki, akik magával a rettenettel nem tudtak mit kezdeni. Akkor felkészületlenül érte az emberiséget a szingularitásnak festő perfekt technikai és kommunikációs megsemmisítés. Ma meg az, hogy mindez álarcban bontakozik ki.”

*

Hogy mit is gondolok mindezek után a zsidó B osztályokról általában és a Kölcsseiy zsidó B osztályainak történetéről különösen? Miközben e három gimnáziumban ezeknek az osztályoknak a létrehozása egyértelműen egy rasszista „apartheidpolitika”⁴⁹ megnyilvánulása volt,⁵⁰ egyfajta egéruat biztosított annak az intézményenként mintegy 200 diáknak, akit ide felvettek. Nyílt antiszemitizmust mindhárom gimnáziumban csak egy-egy

⁴⁹ Bolgár Dániel kifejezése.

⁵⁰ Egyébként korántsem előzmények nélkül. E tanulmány írása során igyekeztem az Arcanum sajtóarchívumában korábbi példákat keresni az elkülönítésre, és a Bolgár Dániel által kikutatott 1929-es győri eset mellett (*Be a ghettóba!* 1929: 7), találtam egy másikat 1907-ben (*Keresztény és zsidó osztályok az iskolában* 1907: 10), egy továbbit 1901-ben (*Antiszemitizmus a fővárosi iskolákban* 1901: 5), és végül még egyet 1877-ben (*Iskolai értesítők* 1877: 1851–1854). Az indoklásban minden esetben a praktikumra hivatkoznak: ne kelljen a hitoktatás és az ünnepek megtartásának szervezési kérdéseivel bajlódni...

tornatanár és leventeoktató, illetve diák ifivezető részéről tapasztaltak azok, akik emlékeiket közreadták, és valószínűleg iskolán belül is védettebbek voltak közel 40 fős osztályaikban, mint a többi gimnáziumban az osztályonként felvett 2-3 izraelitának minősülő növendék. Önmagában is megérne egy tanulmányt, hogy az eredeti sajtóhírben szereplő zsidó lány B osztályt végül is a jelek szerint nem hozták létre, és komoly kutatásokat érdemelnének mind az egymást követő rendszerek nyelvjátékai, mind az 1945–46-os időszak, az „elsüllyedt világ”. Nem tudom, hogy voltak-e olyan dokumentumok a három iskola iratanyagában, amelyek expliciten foglalkoztak a B osztályokkal. Felteszem, kellett legyenek, és felteszem azt is, hogy ezeket valamikor 1945 után „iratrendezték”. De az is lehet, hogy nem. És azt sem tudom elképzelni, hogy nyilvánosan ne emlékeztek volna meg az iskola zsidó és nem zsidó halottairól. De talán csak szóban. Nem hiszem.

Abban azonban biztos vagyok, hogy a Kölcseyben a különböző módszeres (módszertani) konferenciák, a bemutató órák és a más intézmények igazgatói által végzett sok napos ellenőrző látogatások, illetve az érettségik jegyzőkönyvei olyan szakmai munkáról tanúskodnak, amely a pedagógiai eszmények minden változása ellenére ma is tiszteletet parancsoló. Ezekben a gimnáziumokban a tanárok professzionális ethosza valamiképpen felfüggesztette a kívül uralkodó embertelenséget. Engem pedig megerősített abban a meggyőződésemben, hogy nagy a baj, ha felmentést adunk önmagunknak azzal, hogy elhisszük: „Hol zsarnokság van, ott zsarnokság van”.

Levéltári források

BFL VIII. 42. Budapesti VI. Kerületi Kölcsey Gimnázium iratai

MOL, VKM K 592 Vallás- és Közoktatásügyi Minisztérium.
Középiskolai iratok

Irodalomjegyzék

Antiszemitizmus a fővárosi iskolákban (1901) Antiszemitizmus a fővárosi iskolákban. Pesti Hírlap 1901. október 10. 5.

A zsidó gimnazisták szomorú hete (1939) A zsidó gimnazisták szomorú hete. A magyar zsidók lapja 1939. június 30. 5.

Bak M. János (2012) Tizenkét lipótvárosi berzsenyista életútja és családja. Emlékek, emlékezések. Múlt és Jövő (23.) 1. 39–81.

Bakos István (2005) Emlékbeszéd Teleki Pálról és szobrának balatonboglári felállításáról. Hitel (18.) 1. (<http://epa.oszk.hu/01300/01343/00037/essze.html> – letöltés: 2017. 08. 21.)

Dr. Balassa József (1941) A Középiskolai Bizottság feladatai. Izraelita Tanügyi Értesítő (66.) február.

Be a ghettóba! (1929) Be a ghettóba! Ujság 1929. szeptember 7. 6.

Bolgár Dániel (2014) Asszimiláció és integráció a modern Magyarországon. (PhD disszertáció), Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest.

Borbándi Gyula (2003) Tíz év a Regnumban. Vigilia (68.) 8. 608–617.

Dalos György–Pohl Pálma (2009) Levelek egy orosz tanárhoz. Mozgó Világ (35) 10. (http://www.epa.hu/01300/01326/00108/MV_EPA01326_2009_10_04.htm – letöltés: 2017. 08. 21.)

Egyed István (1946) A magyar háborús bűnösség. Új Ember 1946. január 20. 2.

Zsidó B osztályok a Budapesti VI. Kerületi Magyar Királyi Állami Kölcsey Ferenc Gimnáziumban, avagy... (1946) A Magyar Kommunista Párt folyóirata két magyar problémáról. Új Ember 1946. március 10. 7.

Haas György (2012) Egy nagy erdélyi emlékére. Teleki Géza gróf. Magyar Szemle (19.) 9–10. szám. (http://www.magyzsemle.hu/szerzo/haas_gyorgy – letöltés: 2017. 08. 21.)

Hamvas Endre (1946) Vissza a Tízparancsolathoz! Új Ember 1946. szeptember 1. 1.

Is Jehudi (1941) Zsidó közszellem, zsidó iskola. Izraelita Tanügyi Értesítő (66.) július, 55–56.

Iskolai értesítők (1877) Iskolai értesítők. Protestáns Iskolai és Egyházi Lap (20.) 43. 1851–1854.

Keresztény és zsidó osztályok az iskolában (1907) Keresztény és zsidó osztályok az iskolában. Pesti Hírlap 1907. szeptember 22. 10.

Kertész Imre (2015) Iskolaévek. Hafner Zoltán beszélgetése Kertész Imrével. Új Pedagógiai Szemle (65.)1–2. 5–15.

Kis György (1946) A társadalmi megbékélés útja. (A zsidókérdés lényege és feloldása) Új Ember 1946. május 26. 2.

Kocsisné Farkas Claudia (2010) A kirekesztés alakváltozatai. Képzés és Gyakorlat (8.) 3–4. 119–129.

Kocsisné Farkas Claudia Párhuzamos történet a zsidók iskolai kirekesztéséről Olaszországban és Magyarországon az 1930-as évek végén. Yerusha, (1.) 2. (<http://yerushaonline.com/content/?v=65lq03zgetöltés: 2017. 08. 21.>)

Lackó Miklós 1998: A két világháború között. Budapesti Negyed (6.) 2–3. 173–240.

Levendel László (1990) Azok a harmincas évek... (A politika beszüremlése az iskolába) Vigilia, (55.) 8. 592–596.

„Mi katolikusok... (1946) „Mi katolikusok szembenállunk azzal, ami Kunmadarason történt”. Új Ember 1946. június 16. 2.

Numerus clausus a középiskolákban (1939) Numerus clausus a középiskolákban. Népszava 1939. június 27. 3.

Pénzes Balduin (1946) Amit a zsidóknak el kell mondanunk. Új Ember 1946. október 13. 1–2.

Pénzes Balduin (1946) Új vádak és tények a katolikus iskolák tanárai és diákjai körül. Új ember 1946. május 26. 5–6.

Rába György (1999) A puska részei. Jelenkor (42.) 7–8. 579–588.

Sándor Dénes (1945) Az egyház és az üldözöttek. Új Ember 1945. szeptember 2. 8.

Sík Sándor (1946) Embernek lenni. Új Ember 1946. február 24. 1–2.

Több zsidó középiskolát! (1941) Több zsidó középiskolát! Izraelita Tanügyi Értesítő (66.) június.

Ujváry Gábor (2015) Hóman és az antiszemitizmus. Válasz Kovács Máriának. Magyar Nemzet 2015. szeptember 22.

(<https://mno.hu/hetvegimagazin/homan-es-antiszemizmus-1305438> –
letöltés: 2017. 08. 21.)

Zsidótörvény a középiskolában? (1939) Zsidótörvény a
középiskolákban? Magyarország 1939. június 27. 7.

Melléklet

Az 1946. június 13-án, a „tanulók mulasztásai és politikai eltévelyedései”
tárgyában megtartott szülői értekezlet jegyzőkönyvének részlete (BFL 42. A
39. kötet)

gel. Ennek a gazdasági lehiggadásnak jótékony hatása lesz a tanítás és nevelés munkájára.

Az iskolai mlaszások harmadik alakja az i s k o l a k e r ü l l é s. Ez természetesen a szülők tudta nélkül történik, és a züllés különböző fokozatait foglalja magában. A legenyhébb esetben csak az iskola munkától való menekülésről van szó, minden más szándék kizárásával; ilyenkor a gyermek céltalanul barangol az utcákon, vagy alkalmi társakkal játszik. Sokszor azonban az iskolakerülés ideje alatt a tanuló veszélyes lejtőre lép, pl. utcai árusítás, lopás, politikai eltévelyedés.

Ime néhány megfigyelt eset. A VI. A. osztályban feltűnő nagy volt a mlaszások száma. Ezért, még más okokból is ennek az osztálynak szülőit külön értekezletre hívtam össze; a legkomolyabb intézkedések dacára is a szülőknek csaknem a fele nem jelent meg az értekezleten. A megjelent szülőkkel beható és bizalmas megbeszélést tartottam, ennek jótékony hatása nem fog elmaradni. A távolmaradt szülők gyermekeit a jövő iskolai évben csak szüleik kíséretében fogom felvenni vagy -esetleg fel nem venni.

Egy második osztályos tanuló két hétiig járt az iskola mellé, a szülő tudta nélkül. A gyermeket feddéssel és jó szóval igyekeztem jobb belátásra bírni. A fogadkozás megtörtént, de sajnos a csavargás megismétlődött. A szülő és megbánást mitató gyermekkel anyja jelenlétében közöltem, hogy bár szabály szerint ki kellene őt zárni az intézetből - tanév végéig meg-tűröm az iskolában, de a jövő tanévre már nem fogom felvenni. Lehetséges, hogy az iskolaváltoztatás megrázza a gyermeket és jobb belátásra fog térni.

Egy ötödik osztályos tanulót egyik délelőtt detektív hozta be az iskolába, a köruton cigarettát árult.

Az iskolakerülés csakis a tanárok és a szülők fokozott együttműködésével szüntethető meg. Komoly ellenőrzésre, nevelőhatásra és szigorra van szükség. Ebben a tekintetben a szülő a nagyobb feladat, és a szülő a nagyobb mlaszítás is. Ellenőrzés céljából feltétlenül szükség van az ismert szokásos ellenőrzőkönyvecskére, vagy ma - ennek hiányában - egy külön füzetre. Ebben a lepecsételt füzetben közölje az iskola az szülőkkel a mondanivalót, ebbe a füzetbe tekintsen bele a szülő mindennap. Kijátszás elkerülése végett esetlegesen második-ugyancsak lepecsételt-ellenőrző füzetet / az első ugyanis megtelt vagy elveszett / csak a szülő tudtával fogunk kiadni. A szigorú ellenőrzés mellett arra is fogunk vigyázni, hogy a gyermek ne csak rendőrt, hanem melegszióv nevelőt is lásson bennünk. Helyes nevelő ráhatással a gyermeki lelket a megfelelő tartalommal tudjuk betölteni és a célszerű irányba tudjuk hajlítani. Mert bár a veleszületett hajlamoknak hatalmas determináló erejük van, az sem tagadható, hogy a helyesen alkalmazott szavak "hegyeket tudnak megmozgatni".

Most vegyük figyelembe második kérdésünket: a p o l i t i k a i e l t é v e l y e d é s t. Politikai eltévelyedés alatt értjük a tanulók aktív bekapcsolódását valamilyen fasiszta mozgalomba. Szögezzük le azonban, hogy aktív bekapcsolódás nélkül is fennállhat az alappaj: a lappangó fasiszta érzelem. Ezt a fasiszta érzelmet vagy a szülői házból vagy baráti körben szívja magába a tanuló. Ebben a tekintetben a felnőttek lelke is zavaros, és tanításra szorul. Az emberek fejében a kommunizmus, szocializmus, nacionalizmus, sovinizmus, és antiszemitaizmus fogalmi kavarognak. Ezek az emberek szüklátőkörül gondolkodásmódjukkal és félrenehelt érzésvilágukkal nem látják a nemzet különböző faj, vallásu, osztályu rétegeinek elválaszthatatlan összefüggését, és nem látják a világ különböző nemzeteinek szerves egymásraultaltságát. Elég sokan azt hiszik, hogy az ország feloldulásának, kirablásának és a háboru elvesztésének igen súlyos bel-és külpolitikai következményei hozzátartoznak a demokrácia természetrajzához. Ezek beleesnek a "post hoc ergo propter hoc" hamis következtetés logikai hibájába. Jelenleg egy anyagilag és erkölcsileg lezüllött ország vergődik a demokrácia formái között, de ugyanígy vergődne bármily más rendszerben is. A távolnyugati boldog demokráciához az anyagi fellendülésen keresztül vezet az út. Ennek a demokráciának leglényegesebb jellemvonása a szabadság: szabad gondolat, szabad vélemény és szabad lehetőség az érvényesülésre fajra, felekezetre és származásra való tekintet nélkül. A demokrácia áldásait csak évek múlva fogjuk mindannyian élvezni a maguk teljességében, addig alapos átnevelésre van szükség. Azoknak a tanároknak szülőknek és diákoknak az átnevelésére, akik két-nemetoldalon vivot és elvesztett- háboru rettenetes tanulságait sem képesek levonni.

Néhány -hálistennekveszélytelenek bizonyult- eset mellett az eltéve-

lyedésnek egy klasszikus példáját ismertetem: az egyik hetedikes gimnazista meséli társainak, hogy "amikor Szalásit hazahozták, megbilincseltek, és az akkor védtelen embert egy zsidó megpofozta. Ilyen lovagiatlan és gyáva magyar ember nem lehet". Csöppet sem háborodtam fel a történeten, sőt örültem, hogy az eset napvilágra került és így nyíltan szembenézhetek vele. Külön tárgyaltam a szülővel és külön a tanulóval. "Igaz-e-kérdeztem a tanuló-t-hogy Szalásiék védtelen, sőt teljesen ártatlan embereknek nemcsak megpofozták, de meg is öltek?". "Igaz"-felelte a fiu. "Hát aki téged követ dob-kérdeztem tovább- azt te kenyérrel dobod vissza?". "Nem. Ammira szelid és lovagias nem volnék"-felelte a tanuló. A további-célszerűen vezetett- beszélgetés folyamán az a vélemény alakult ki bennem, hogy a fenti megbotránkoztató eset komolyabb aggodalomra nem ad okot, és a nevelőhatás eredményes lesz szülőnél és diáknál egyaránt.

Most még csak egy zavaros eltévelyedést említek meg: az egyik negyedik osztályos tanuló "megalakította" az osztályban a Nyilas Kommunista Pártot. Ezt a "rémet"-nevetségességére rámatatva- nem volt nehéz elűzni az osztályból és kiűzni a gyermek fejéből.

Mindenkor igyekezzünk a politikaieltévelyedéseket a felszínrehozni. Ezeket nyílt szembeállásban a felvilágosítás és a meggyőzés eszközeivel szereljük le, a tévedés belátását és a hiba megbánását fogadjuk el elégtételnek, de a makacs harcos reakcióval szemben az erősebb eszközöknek is helyük van.

Es mindenkor arra gondoljunk, hogy a végcél-Magyarország jóléte-csakis a kölcsönös megértésre, türelemre, szeretetre alapított alkotó munkával érhetjük el.

A politikai eltévelyedéssel olykor összefügg egy másik eltévelyedés: az a n t i s z e m i t i z m u s. Ennek a kérdésnek ismertetésére az igazgató felkérte a testület erre leghivatottabb tagját, Fuhrmann Ernő főtisztelendő urat, aki a kérdést a következő előadásában ismertette:

Előre kell bocsátanom, hogy elvi kérdéseket tárgyalva előszeretettel használok példákat és hasonlatokat. Köztudomásu, hogy minden hasonlat séntit. Ne méltóztassanak tehát azt firtatni, hogy miben séntit a felhozott hasonlat, hanem miben találó, mert ennek kedvéért használom.

Látogassunk el gondolatban valamelyik filmstúdióba! Beállítják először a világítást, hogy az a legplasztikusabban rajzolja az alakokat. Ugyanolyan gonddal állítják be a felvételgépet is, hogy a legélesebb képet adja. A hangfelvételgép pedig addig vándorol egyik helyről a másikra, míg a legtökéletesebben adja vissza a hangot. Csak ilyen előzmények után kezdődik meg a felvétel. A ha valamelyik rész nem sikerül jól, újból felveszik az egészet. S ugyanaz a helyzet, ha a már előhívott film mutat egy eddig rejtve maradt hibát. Ilyen gondos munka mellett talán hónapok telnek el, míg a film elkészül, de akkor a maga nemében tökéletes: azt mutatja és mondja a közönségnek, amit a szerző, a rendező, az egész művészgárda a közönség elé vinni akar.

Az emberi élet nem egyszerűsíthető le ennyire. Nemcsak az hat embertársunkra, amit mi magunk tovább szeretnénk adni /szóval vagy cselekedettel/, hanem az is, amit titokban skarunk tartani vagy nem közölhetőnek minősítünk. Sokszor pedig nem is tudjuk, hogy embertársunkra mi hat. Pl. előadást tartok valami komoly s érdekes témáról a hallgatóság pedig közben azt figyeli, mi a kedvenc szavam, milyen taglejtéseket használok stb. Sok évvel ezelőtt a szemináriumban három hajviselet volt megengedve: kopsztranyirni a haját, felfelé vagy oldalt fésülni. Két fiu kezdte hátrafelé fésülni. Mindazok, akik gyakrabban érintkeztek velük, mint többi társaik, akik gondolatban és érzesvilágban is közelebb álltak hozzájuk, átvették ezt a külsőséget is öntudatlanul vagy öntudatosan. Evvel fejezték ki rokonszenvüket, gondolatuk, felfogásuk azonosságát. Feinőtt ember hat felnött emberre meg akkor is, ha ez nincs szándékában. Fokozottabb mértékben áll ez felnött és fiatalok között viszonyában. Minél nagyobb a korkülönbség, annál nagyobb ez a hatás. Négyéves leány káromkodása. Semmiképen sem tehető fel, hogy szülei erre külön tanították. Sokat veszekedtek és verekedtek, közben egymást illették ilyen gyönyörű szavakkal, amelyek szokatlanáguknál megmaradtak emlékezetükben s mert értelmüket sem fogta meg, mindennél bemutatva tudományát. Amig a gyermek édesanyjában a legszébb nőt látja s édesapjában a legerősebb férfiut, addig könnyen vezetetik, formálhatják széleik, idegen befolyásra kevésbé rugál. Későbbben

azonban mindenki hat rá s kialakíthat olyan felfogást is magában, amely szűkebb körökben, a szűkebb ellátott magától leivel szembeállítja. Így adódhat helytelen és veszélyes politikai magatartás és adódhat antiszemitizmus is. Ilyenkor különösen fontos, hogy a szülő világos és örökérvényű elvek szerint járjon el, mert ez megmentheti gyermekét az eltévelyedéstől, vagy visszahozhatja újból a helyes útra.

Itt az antiszemitizmusról beszélünk most, mégpedig kizárólag erkölcsi vonatkozásban.

Általános elbizonyosítást adni a felebaráti szeretet törvénye.

Tudjuk, hogy minden ember keresi a maga javát. Ezért a felebaráti szeretet mértéke a helyes önszeretet. Az ember társas lény s így saját javát csak embertársai segítségével érheti el. Méltánytalan volna azt kívánni, hogy mindenki engem szolgáljon, nekem járjon kedvemben s nekem ne legyenek kötelességeim embertársaim irányában. Könnyen érthető az általános közvélemény: Amit nem akarsz, hogy neked tegyenek az emberek, te se tegyéd másnak s amiről kívánsz, hogy neked tegyenek, azt te is tedd meg embertársadnak.

Az emberi értelmünk segítségével megtalált igazságot világosan és határozottan előírja Isten törvénye is. Az ószövetségben ezt találjuk: "Ne gyűlöld testvéredet szívedben, hanem fedd meg nyíltan, hogy ne legyen bűnöd miatta. Ne állj bosszút s ne emlékezzél meg polgártársaid igaztalanságáról szerezd felebarátodat, mint tenne magad-én vagyok az Ur" /Levíták könyve 19:17 l8./ Az újszövetségből is közből két részt. "Es ime fölkele egy törvénytudó kísértvén őt és mondván: Mester! mit cselekedjem, hogy az örökéletet elnyerjem? Ő pedig mondá neki: Mi vagyon írva a törvényben? kiké olvasod? Amaz felelvén mondá: Szeresd a te Uradat Istenedet teljes szívedből és teljes lelkeiddel és minden erődből és egész elmédből; felebarátodat pedig min tennem magadat. Es mondá neki: Helyesen feleltél; ezt cselekedjed és élni fogsz. Amaz pedig igazolni akarván magát, mondá Jézusnak: De hát ki az én felebarátom? Felelvén pedig Jézus a szót, mondá: Egy ember Jeruzsálemből Jerikóba menvén rablók közé került, akik kifoszták őt és sebesre vették, félholtan hagyták őt és eltávoztának. Véletlenül azon az úton jött lefele egy pap, és látván őt, tovább mene. Hasonlóképen egy levita is, midőn azon helyhez ért és látta őt, elmene mellette. Arra utazván pedig egy szamaritanus, odaméne és látván őt könyörületre indula. Es hozzája járulván, bekötöze sebeit, olajat és bort öntvén azokba; fültevé őt barmára s a szállásra vivé és gondját viselé. Másnap elővén két dénárt, a gazdának adá, mondván: viseld gondját neki, és amit ezenfelül ráköltesz, mikor visszatérek, megadom neked. E három közül mit gondolsz, melyik volt felebarátja annak, ki a rablók közé jutott? Amaz pedig mondá: Aki irgalmasságot cselekedett vele. Es mondá neki Jézus: Menj és te is hasonlóképen cselekedjél. /Lukács 10; 25-37./

"Hallottátok, hogy mondatott: Szeresd felebarátodat és gyűlöld ellenségedet. En pedig mondom nektek Szeressétek ellenségeiteket; jót tegyetek azokkal, kik titeket gyűlölnék, és imádkozzátok üldözőitekért és rágalmazóitokért, hogy fiaik legyetek Atyátoknak, k mennyekben vagyon, ki napját fölkelti jókra és gonoszokra s esőt ad az igazaknak és hamisaknak." /Máté 5: 43-48./

Ezek világos szavak, amelyek nem kívánnak magyarázatot, csak éppen meg kell tartani. Nem lehet számunkra mélység, hogy kevesen élnek az előírás szerint, mert az legfőbb az, milyen kevés igazi keresztény milyen kevés komolyan istenhívő ember van. Nem adhat felmentést alóla az Egyház vagy a pápa, mert Isten rendelkezéseit ők sem változtathatják meg, hisz hivatásuk éppen az, hogy Isten tanításait meghamisítás nélkül, változtatlanul őrizzék s hirdessék s rájuk bízott híveknek. Saját tetszésünkre sincs bizva, hogy elfogadjuk-e vagy sem, kikeresve s elfogadva azt, ami könnyű, vagy könnyelműnek megfelel, elvetve pedig azt, ami nehéz és erőfeszítést jelent. Vagy elfogadjuk Istent s mindenrendelkezését, parancsát, vagy elvetünk egyet parancsai közül, de akkor magát Istent is el kell vetnünk.

Befejezésül két példa mutassa meg teendőinket negatív és pozitív formában.

Elemista koromban hallottam, hogy a kutya nem haraphat, hanem nyelvét leszorítja. Ipróáltam saját kutyámon, amely különben igen jóban volt velem s szelíd állat volt. Játék közben szájába dugtam kezemet és leszorítottam nyelvét. Tényleg nem tudott hatagni. Ami engem büszkévé és boldoggá tett, neki semmiképpen sem volt inyére. Igyekezett nyelvét kiszabadítani s hába való erőlködése közben egyre dühösebb lett. Magam meg egyre kétségbeesettebben szorítottam nyelvét, mert éreztem, hogy kezem épsége forog kockán. Végül találtam egyéb menekülési lehetőséget, mint hogy...

Benyéljél Iure Bercselli István

san az ajtó felé közeledtem munkadós közben, a kutyát ellöktem magamtól és kiugrottam az ajtón. A vad lendület, amellyel a kutya nekiugrott az ajtónek, mutatta a veszély nagyságát, amelyből kimenekültem. -Fehát: Ne bántuk egymást!

Duxler kartársunk minden hozzátartozóját elveszítette. Ennek ellenére sincs bosszúvágy a szívében Országgyűlés-megszervezi a szegényeket s lerongyoltakat nem kutatva ki keresztény s ki nem az; kutatja a gazdagokat s nem tesz különbséget közöttük vallásuk szerint, hanem keresztényt és nem keresztényt egyaránt felhasznál, hogy segítsen a szegényeken, rászorultakon.- Segítsük egymást!

Ha a felebaráti szeretet törvényének negatív és pozitív követelménye szerint egyaránt eleget teszünk, megoldódik az antiszemitizmus kérdése s nem kell többé róla beszélni.

Az igazgató megköszöni Fuhrmann Ernő főtisztelendő urnak gyönyörű gondolatokkal és nemes érzelmeivel átszótt nagyhatású beszédét.

Az igazgató felhasználja az alkalmat, hogy a szülők ily számban együtt vannak, és emlékezteti a megjelenteket arra, hogy a szülők a múlt hónap folyamán komoly összeget adományoztak az iskola fenntartására. Ennek az adakozásnak köszönhető, hogy az iskola vízvezeték hálózata ma már teljes egészében rendben van. Az egybegyűlt pénz felhasználását két megbízott szülő ellenőrizte. Ezenleg a legnagyobb gondunk a hiányzó ablaküvegek pótlása. A megjelent szülők azonnal lelkesen csatlakoztak az iskolaépítő-végeredményben országépítő- akcióhoz és adakoztak. Percek alatt összegyűlt 7364 milliárd pengő, amit az igazgató már másnap üvegszerzésre fordított.

A tanulóifjúság köréből többször fordultak már az igazgatóhoz azzal a kívánsággal, hogy külföldi ebédeltetési akcióban szeretnének résztvenni. Az igazgató már megtette az erre vonatkozó lépéseket, de addig is átmenetileg felkérte a tehetősebb szülőket, hogy fogadjanak szegény, rosszul táplált gyermekeket hetenként egyszer vagy kétszer ebédre. Több szülő azonnal szívesen felajánlott ebédet.

A szülők köréből K o p t a K á r o l y jelentkezett szólásra: A szülők nevében megköszöni az igazgató urnak jelen szülői értekezlet összehívásával és megrendezésével kapcsolatos fáradozásait. Örül annak, hogy nancsak a gyermekek demokratikus nevelése terén észlelhet komoly eredményeket, hanem ami legalább ilyen fontos, a szülői házban felmerülő politikai elterjedések megakadályozására is súlyt fektet az igazgató.

Az igazgató ezek után emlékezteti a megjelenteket a hivatalbalépésekor tartott szülői értekezleten kilátásba helyezett, az intézet helyrehozatalát célzó adományokra, kéri, hogy e nemes adakozásokról a jövőben se feledkezzenek meg.

Több felszólaló nem volt. Az igazgató megköszönte a megjelent szülőknek, hogy olyan szép lelkesedéssel részt vesznek az iskola szellemi és anyagi életében és az értekezletet bezárta.

- 708. V.M. 5437/ K.m.f.
- 709. V.M. 5439/46. III. Csakó Ferenc VIII. o.t. 1000 milperő
- 711. *Regis József* iskola
- 712. gimnáziumi igazgató *Fuhrmann Ernő* értekezleteti jegyző.
- 713. Fuhrman Ernő
- 716. dr. Borbély Andor
- 720. Citronyi Jenő
- 724. Duxler József
- Galyó János
- Kiss Aladár
- dr. Kéháry Béla
- Lengyel Imre
- dr. Munkácsy Kálmán
- Nagy Aladár
- Németh Emil
- Németh Tibor
- Orbán Ferenc
- Sebestyén Sándor
- Berczeli István

tanárok.

A KÜLÖNBÖZŐ SAJTÓORGÁNUMOKBAN MEGJELENŐ, KISEBBSÉGEKET ÉRINTŐ NYELVHASZNÁLAT HATÁSA AZ ELŐÍTÉLETESSÉG ALAKULÁSÁRA - A DOKTORI DISSZERTÁCIÓ LEGFONTOSABB KUTATÁSI EREDMÉNYEI

HORVÁTH VIKTÓRIA

tanársegéd

Akkreditációs és Minőségirányítási Iroda vezetője
Budapesti Metropolitan Egyetem
vhorvath@metropolitan.hu

Absztrakt

Jelen tanulmány célja a 2015-ben benyújtott és 2016-ban megvédett doktori disszertáció legfontosabb kutatási eredményeinek ismertetése. A doktori értekezés a HVG, Magyar Narancs, Magyar Demokrata (hetilapok), valamint a Magyar Hírlap, Magyar Nemzet és Népszava (napilapok) 2008. január 1-je és 2008. március 31-e között megjelenő, a cigány, zsidó és homoszexuális kisebbségről szóló cikkeit elemezi abból a szempontból, hogy azok nyelvhasználata milyen hatással van az előítéletesség alakulására.¹

Kulcsszavak: média, előítéletesség, kisebbség, cigányág, zsidóság, homoszexuálisok

1. Bevezetés

A kisebbségi csoportok kiválasztásának fő szempontja a társadalomban tapasztalható előítélet intenzitása és mértéke volt. Noha a három kisebbség kiválasztásakor ez nem volt szempont, elmondható: ily módon egyidejűleg vált elemezhetővé a politikai, gazdasági és vallási indíttatású előítéletesség. Mint ahogyan Tóth László hangsúlyozza: a közvélekedési sztereotípiák szerint a zsidóság a hatalom birtokosaként és piaci szereplőként jelent társadalmi veszélyt, a romáknál – a kultúra és életmód

¹ A tanulmány a doktori disszertáció mellett több ponton épít az ahhoz kapcsolódó tézisgyűjtemény összegző bekezdéseire.

mellett – kiemelhető a „társadalmi üzemmenet megzavarása”, míg a homoszexuálisoknál a család hagyományos formájának felborítása jelenik meg (Tóth 2008: 58).

Úgy gondolom, az elemzés körét jelentő három-három sajtótermék megfelelő a vizsgálatra, s megalapozott következtetések levonására alkalmas a sajtónyelv és az előítéletességre gyakorolt hatás kérdéskörében, mert nagy példányszámú, országosan terjesztett lapokról van szó, ráadásul olyanokról, amelyek reprezentálnak bizonyos világnézetet.

2. Kutatási kérdések

A kutatás elvégzésére és a disszertáció megírására az alábbi megfigyeléseim sarkalltak. Egyfelől meggyőződéssel vallom, hogy a sajtónak felelőssége van abban, hogy miről milyen módon ad tájékoztatást, hiszen ez befolyásolja a véleményalkotást. Nem ritkán tapasztalható, hogy ugyanarról az eseményről tény- és tárgybeli eltéréseket olvashatunk az egyes lapokban, ami megnöveli ezt az amúgy sem csekély felelősséget, tekintettel arra, hogy a rohanó világban az emberek általában egyetlen információs csatornából szerzik ismereteiket. Ebből az következik, hogy a sajtótermék-olvasó bizonyos esetekben mást fog gondolni akkor, ha az egyik, s akkor, ha egy másik lap „igazságát” és „valóságát” olvassa.

Úgy vélem, a baloldali és a jobboldali sajtónak sok tekintetben egymástól eltérő, ám sajátos a kisebbségi retorikája, s ez esetenként tetten érhető mind a tudósításra kiválasztott témákban, mind a nyelvhasználati jellemzőkben.

Amellett, hogy a baloldali sajtótermékeket liberálisabbnak, egyúttal a kisebbségekkel szemben toleránsabbnak, érzékenyebbnek, ugyanakkor politikailag korrektebbnek is vélem, azt is gondolom, hogy – többek között éppen a sajátos nyelvhasználat, ábrázolásmód, valamint retorika okán – a baloldali sajtótermékek kevésbé ártalmasak kisebbségi szempontból, kevésbé katalizálják a társadalomban amúgy is meglévő indulatokat, ezáltal kisebb mértékben erősítik olvasóik minoritásokkal kapcsolatos esetleges előítéleteit.

Feltételezem, hogy az általam vizsgált lapok közül a Népszava, a HVG, valamint a Magyar Narancs toleránsabb kisebbségi diskurzust jelenít meg, mint a Magyar Nemzet, a Magyar Hírlap és a Magyar Demokrata.

Elemzésem során a cigánysággal kapcsolatban 606, a zsidósággal kapcsolatban 473, a homoszexuálisokkal kapcsolatban 105 cikket vizsgálok meg, ami összesen 1184 sajtócikk elemzését jelenti.

3. A kutatás és annak módszerei

A hírek elemzésekor minden egyes kisebbséggel kapcsolatban a következő szempontokat figyeltem: címek; az írás terjedelme (szavak száma); a kisebbség megnevezése (roma vagy cigány, zsidó vagy izraelita, homoszexuális vagy meleg); a kisebbség megnevezésére szolgáló szavakkal alkotott szóalakok és szóösszetételek (szám és variabilitás) és azok környezete; a cikk témája; a kisebbség főtémaként vagy marginálisan jelenik-e meg a cikkben; a kisebbség aktív vagy passzív szereplő-e.

Az egyes kisebbségek tartalmi szempontú aktív vagy passzív megjelenését ugyanúgy vizsgálom, mint Messing Vera (Messing 2003). Aktívnek minősítem a megjelenést, ha a kisebbség tagjait vagy képviselőjüket megszólaltatják (vagy utalnak nyilatkozataikra), passzívnek minősítem a cikket, ha a kisebbségről csak beszélnek, a megszólaltatásuk nélkül.

A cikk témája szerint mind a három kisebbségnél más kategóriákat vettem fel, annak érdekében, hogy azok a leginkább idomuljanak az adott kisebbséggel kapcsolatos, 2008 első negyedévében megjelent cikkek témaeloszlásához.

A cigánysággal kapcsolatban a következő kategóriákat (6) vettem fel: cigányok által elkövetett bűncselekmények; cigányok sérelmére elkövetett bűncselekmények; kultúra; politika, kisebbségi önkormányzat; Magyar Gárda; egyéb.

A zsidósággal kapcsolatban a következő kategóriákat (6) vettem fel: izraeli–palesztin viszony; holokauszt, megemlékezés, Auschwitz; kultúra; vallás; Izrael; egyéb.

A homoszexuálisokkal kapcsolatban a következő kategóriákat (6) vettem fel: azonos neműek házassága, regisztrált élettársi kapcsolat; melegfelvonulás; egészségügy (betegségek); Szetey Gábor; jogalkotás (egyenjogúság); egyéb.

A cigánysággal kapcsolatban a következő kulcsemények (5) sajtóvisszhangját néztem meg tüzetesebben: jászladányi ügy, kerepesi

ügy, kanadai ügy, Magyar Gárda szereplése, Veres János szavazatvásárlási ügye.

A zsidósággal kapcsolatban a kulcstémákat hazai vonatkozásban választottam ki (5): zsidónegyed ügye, a KDNP izraelita műhelye, holokauszt megjelenése, kárpótlási ügy, temetőrongálás.

A cigányság és a zsidóság esetében 5-5 kiemelt témát választottam ki az elemzésre, amelyhez 606 és 473 cikk tartozik. Ezzel szemben az alacsonyabb cikkszám (105) és a döntően periférikus kisebbségi cikkbeli szerep okán a homoszexuálisok esetében kevesebb (3) kulcstémát határoztam meg: azonos neműek házasságáról, regisztrált élettársi kapcsolatról szóló írások; egészségügyi vonatkozású írások; Szetey Gábor ügye.

4. A kutatás főbb eredményei

A vizsgálataim azt mutatják, hogy a cigánysággal kapcsolatban a baloldali lapokban megjelent hírek – a teljes korpuszt tekintve – hajlamosabbak a cigányok sérelmére elkövetett bűncselekményekről tájékoztatni (18,43%). Ezzel szemben a jobboldali sajtótermékekben inkább a cigányok által elkövetett bűncselekményekről szóló tudósítások dominálnak (a teljes korpuszban 32,41%). Ebből nyilvánvaló, hogy azok a lapok, amelyek a cigányság tagjait mint bűnelkövetőket ábrázolják hangsúlyosan, vélhetően abba az irányba befolyásolják az olvasóikat, hogy ne legyen kedvező benyomásuk a cigányság tagjairól.

A baloldali sajtótermékek a cigányság vonatkozásában sokkal többször szóltak kulturális témákról (a teljes korpuszban 54,1%), ami nagy részben a HVG-nek köszönhető. A kulturális témákat kedvezőnek tekinthetjük a cigányság szempontjából, mert a kultúra értékteremtő volta miatt szimpátiát válthat ki az olvasóban.

A jobboldali sajtótermékek a cigánysággal kapcsolatban többször szóltak kisebbségi önkormányzati és politikai ügyekről (a teljes korpuszban 97,36%), mint a baloldaliak. Ennek részben magyarázata lehet az is, hogy a kisebbségi önkormányzati viták, nézeteltérések, aláírásgyűjtési akciók iránt talán jobban érdeklődnek a jobboldali lapok újságírói és olvasói. Mivel ezt nem állíthatjuk biztosan, ebben a témában további vizsgálatok szükségesek.

Ezzel szemben a baloldali lapok többet foglalkoznak a Magyar Gárdával (az összes korpuszban 62,38%). Erre talán magyarázattal szolgálhat az,

hogy a baloldali sajtótermékeknél dolgozó sajtómunkások aggodalommal figyelik a Magyar Gárda tevékenységét. Ebben az esetben sem tudjuk, hogy ez a magyarázat helytálló-e, így ezt igazolandó vagy cáfolandó, további elemzések szükségeltetnének.

Az elemzéseim alapján bebizonyosodott, hogy a jobboldali sajtó nagyobb arányban számol be az izraeli–palesztin helyzetről, egyéb izraeli ügyekről, s többet ír a holokausztról, Auschwitzról és megemlékezésekről. A vallási témák is erőteljesebben voltak jelen a jobboldali sajtótermékekben.

A szóhasználat és a kontextus vizsgálatára irányuló kutatásom azt mutatja, hogy az általam vizsgált baloldali sajtótermékek nyelvhasználata túlnyomórészt tapintatos, hangneme higgadt, hiszen a Népszava esetében egyáltalán nem találtam kifogásolható tartalmat, a HVG-nél egyetlen szóalkotást emeltem ki negatívként, s a Magyar Narancsnál egy téma esetében hívtam fel a figyelmet az objektív tájékoztatás csorbulására.

Ezzel szemben az elemzett jobboldali lapok mindegyikénél találtam a kisebbséget negatív színben feltüntető írást: a Magyar Nemzet és a Magyar Demokrata esetében mind a három kisebbség érintett volt, a Magyar Hírlap esetében pedig a cigányság és a homoszexuálisok.

A cigányság megnevezésével kapcsolatban megerősítést nyert, hogy a jobboldali sajtótermékekben döntően a cigány alakkal, a baloldali lapokban pedig döntően a roma alakkal találkozunk. Ez arra enged következtetni, hogy a baloldali lapok törekednek a politikailag korrektebbnek minősített megnevezés használatára.

A homoszexuális kisebbség megnevezését illetően azt tapasztaltam, hogy a Magyar Demokrata kivételével minden lap a meleg szót alkalmazza többször, ami vélhetően nem csak a szóösszetételek előtagjainak előfordulási – szinte – monopolhelyzete miatt van, hanem a cigánysággal kapcsolatban már fejtegetett politikai korrektség és nyelvi tapintat miatt.

A Népszava (baloldali napilapként) viszonylag magas, több mint 60%-os arányban foglalkozik főtémaként az általam vizsgált kisebbségekkel. Ebből az a következtetés mindenképpen levonható, hogy a Népszava olvasói viszonylag sokszor találkoznak ezekkel a minoritásokkal.

Noha a zsidósággal és a homoszexuálisokkal kapcsolatban magas, 90% feletti passzív ábrázolással találkozhatunk, s a cigányságról szóló aktív írások aránya is relatíve kevés, nagyjából egyharmad, ezek az arányok a többi vizsgált laphoz képest igen kedvezőnek mondhatók. Ha elfogadjuk,

hogy a széles körű tájékoztatáshoz hozzájárul a kisebbségek minél gyakoribb aktív szerepeltetése, akkor a Népszava – a többi vizsgált laphoz viszonyítva – ezt a szempontot nézve is jól teljesít.

Az a tény, hogy az elemzésbe bevont hat sajtótermék közül ez a lap számolt be a legtöbbször a cigányok sérelmére elkövetett bűncselekményekről, véleményem szerint a kisebbséggel szemben pozitív, óvó attitűdöt tanúsít.

Mivel a Népszava volt az a lap, amelyik az azonos neműek házasságával, illetőleg a regisztrált élettársi kapcsolattal összefüggésben a legtöbb írást jelentette meg, azt mondhatjuk, hogy az újság kiemelten kezeli a témát, feltehetően a jelenlegi helyzet nyugvópontra jutásának céljából. Minderre az is vall, hogy a cikkek szóhasználata, hangneme és kontextusa – megítélésem szerint – a vizsgálati anyagban nem volt aggályos.

A fentiek alapján azt mondhatjuk, hogy a Népszava a kisebbségi témák megjelenítési módját nézve jól „vizsgázott”, s a lap vélhetően nem járul hozzá az előítéletek elmélyítéséhez.

A Magyar Nemzet (jobboldali napilap) foglalkozott a legnagyobb cikkszámban mind a három kisebbséggel, ami azt eredményezi, hogy a Magyar Nemzet-olvasók rengeteg írásban találkozhattak a minoritásokkal. A kvantitatív adat pozitivitása azonban még nem elegendő ahhoz, hogy az újságot korrektnek minősíthessük, hiszen vannak szép számban kvalitatív jellemzők is, amelyekben azonban a Magyar Nemzet nem könyvelhetett el jó eredményeket.

A cigánysággal kapcsolatban kifejezetten károsnak gondolom az általuk elkövetett bűncselekmények témadominanciáját. Ez a Magyar Nemzetben a 2. leggyakoribb téma, és a többi lappal összevetve a legmagasabb arányban megjelent cikkszámot is jelenti. A kisebbség kriminalizálását nem csupán ez mutatja, hanem a „Mortimer”-ügyről és „Maugliról” szóló írások nagy száma is, amelyekben ráadásul – tiltó iránymutatás ellenére – kiemelt hangsúlyt kap a cigány származás.

A fentiek mellett a Magyar Nemzet írásaiban találkozni lehet kifogásolható szóhasználattal, hangnemmél, káros érveléssel és megtévesztő logikával is, amelyek nem arra vallanak, hogy a lap igyekezne a kisebbségeket nem ártó, nem negatív színben feltüntetni.

Megfigyelhető, hogy viszonylag nagy volt a vallási témával foglalkozó írások aránya, ami, azt gondolom, a képviselt konzervatív értékrenddel függ össze.

Az, hogy a többi laphoz képest a Magyar Nemzet nagyobb arányban jelentetett meg írásokat a meglegfelvonulásokról és Szetey Gáborról, azt jelzi, hogy kiemelten kezeli ezeket az eseményeket.

A fentiek alapján összességében úgy gondolom, hogy a Magyar Nemzet témadominanciája, írásmódja és hangneme több esetben ártó a kisebbségekre nézve, ami azt eredményezi, hogy a lap olvasói a cikkekben nem, illetve nem feltétlenül jó színben feltüntetve találkoznak velük. Ez az ábrázolásmód pedig összességében hozzájárulhat az esetlegesen meglévő előítéletek erősítéséhez.

A Magyar Hírlap (jobboldali napilap) a másik két napilaphoz képest jóval kevesebb cikket jelentetett meg, ami természetesen azt jelenti, hogy – a Népszavát és/vagy a Magyar Nemzetet olvasókhöz képest – ennek a lapnak az olvasói kevesebb fórumon találkoznak a kisebbségek ügyeivel.

Ennek ellenére a kutatás eredményei több paramétert tekintve az első helyre sorolták a Magyar Hírlapot: ebben fordulnak elő a legnagyobb arányban a cigánysággal és a zsidósággal kapcsolatos, főtémájú írások a hat lap közül; ez a lap foglalkozik leginkább a kisebbségi önkormányzati és a politikai ügyekkel a vizsgált sajtótermékek közül; ebben olvashatunk a legtöbbet az izraeli–palesztin helyzetről és a zsidóságról mint vallás témáról; s végül a hat lap közül itt szerepel a legtöbbet a holokauszt vagy Auschwitz témája, valamint ebben vannak jelen legnagyobb számban a különböző megemlékezések. Ugyancsak pozitívként értékelhetjük, hogy a cigánysággal kapcsolatban a második legtöbb hír kulturális kötődésű volt a lapban.

A fenti témadominancia önmagában impozáns, de a kvalitatív jellemzők ezt a kezdeti pozitív benyomást némileg csökkentik. Egyfelől a Magyar Hírlap cikkeiben vannak nem kifogástalan szóalაკok, másfelől nem mondható, hogy tökéletes objektivitás valósul meg a lapban. Ugyanis a Magyar Hírlap egyáltalán nem tudósított cigányok sérelmére elkövetett bűncselekményekről, ellenben cigányok által elkövetett bűncselekményekről beszámolt. Ez kisebbségi szempontból kedvezőtlen ábrázolásmód. Ezt némileg tompítja az a tény, hogy a bűnözési tematika nem tartozik a leginkább domináns Magyar Hírlap-témák közé.

A Magyar Hírlappal kapcsolatban összességében az mondható el, hogy korrektebb és kisebbségi szempontból kevésbé ártalmas nyelvhasználatú, mint a Magyar Nemzet, de nem éri el a Népszava kisebbségekkel kapcsolatos tájékoztatási morálját.

A HVG-ben (baloldali hetilap) megjelent cikkszámok – mind összesen, mind az egyes kisebbségek vonatkozásában – messze nagyobbak, mint a többi hetilapban.

A főtémájú cikkek a cigányság és a zsidóság esetében is 40% körül vagy a felett vannak, s noha homoszexuálisokkal csak körülbelül a fele arányban foglalkoznak, ezek mindegyike a legjobb arány a hetilapok között. Mindez azt jelenti, hogy a hetilapok közül a HVG-t olvasva jutunk a legtöbb információhoz az egyes kisebbségekről.

A HVG kiemelkedik a többi 5 lap közül a homoszexuálisokról szóló írások aktív ábrázolásában, s a hetilapok közül egyedül ez az újság ábrázolja a zsidókat is bizonyos százalékban aktívan. S noha a napilapok a cigányságról írt főtémájú cikkek arányában fej-fej melletti eredményt könyvelhetnek el, a HVG e tekintetben egy hajszállal jobb a Magyar Narancsnál és a Magyar Demokratánál.

A HVG erényei közé tartozik, hogy ez az egyetlen lap, amelyben a kerepesi ügyet a kisebbség szemszögéből is látjuk (megszóllaltatnak érintett szülőket), valamint ez az egyetlen a hetilapok közül, amely foglalkozik a cigányok sérelmére elkövetett bűncselekményekkel. Emellett a HVG közölte a legtöbb aktív tartalmat a hat lap közül a homoszexuálisokról, valamint a jogalkotás egyes aspektusai is leginkább ebben a sajtótermékben kaptak helyet. Szintén a HVG az – azon lapokat leszámítva, amelyek összesen 2-4 cikket jelentettek meg a kisebbségről –, amelyik a legaktívabb volt a betegségek kontextusának említésében.

Szintén a HVG pozitív megítélésének kedvez, hogy többféle kontextusban is törekszik idézőjeles szóhasználatra, amely több esetben távolságtartást, a leírt tartalomtól való elhatárolódást jelöl.

S noha volt egy szó a lap esetében (romafóbia), amely érzékelhetően a politikai korrektségre törekvés jegyében született, s amelyet én mégis kritikával illettem, mindezzel együtt a HVG kisebbségekkel kapcsolatos retorikáját és ábrázolásmódját messzemenően korrektnek vélem.

A Magyar Narancs (baloldali hetilap) a HVG cikkszámának nagyjából negyedét jelentette meg kisebbségi tartalmat tekintve. Az egyes kisebbségek ábrázolása vegyes: a cigányságot 41,2%-ban látjuk főtémaként, a zsidóságot 18,2%-ban, míg a homoszexuálisokról egyetlen főtémás cikk sem szól. S noha a zsidósággal foglalkozó cikkek mindegyikében passzív ábrázolású a kisebbség, a cigánysággal

kapcsolatos írások esetében az aktív ábrázolás a legmagasabb arányú az összes lap közül.

A Magyar Narancsral kapcsolatban kiemelendő, hogy a cigányság és a zsidóság esetében is a kulturális témák túlsúlya volt jellemző, illetőleg a Magyar Narancs-cikkek 41,18%-a kulturális érintettségű. Ez a jelenség a toleranciát növelő tényezők közé tartozik.

Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a Magyar Narancs esetében kissé sérült az objektív tájékoztatás kívánalma, ugyanis a baloldali lapok közül egyedül ez nem jelentetett meg írást a cigányok sérelmére elkövetett bűncselekményekről (azonban tudósított a cigányok által elkövetett bűncselekményekről).

A fentiek alapján a Magyar Narancs kisebbségekkel kapcsolatos írásait alapvetően rendben lévőnek gondolom, s a lap a nyelvhasználatával nem növeli az olvasóiban esetlegesen meglévő előítéleteket.

A Magyar Demokrata (jobboldali hetilap) közel azonos számú cikket jelentetett meg, mint a Magyar Narancs, ám ez a legalacsonyabb szám a hetilapok között. A cikkek főtémájú eloszlását és az aktív ábrázolást tekintve szinte ugyanaz mondható el a Magyar Demokratáról is, mint amit a Magyar Narancsnál megállapítottam, azonban egy lényeges paraméterben eltérnek: a cigányság aktív ábrázolása csupán 10%-os, ami az összes lap vonatkozásában a legalacsonyabb.

A Magyar Demokrata írásaiban több ízben lehet olyannal találkozni, hogy a lap a többi sajtótermékben megjelent tartalomhoz képest eltérő tényeket, más kontextust, korábban elő nem került adatokat rögzít. Ezek több esetben félrevihetik a gondolatmenetet, s alkalmasak téves vagy torz asszociációk keltésére.

A lappal kapcsolatban kiemelendő, hogy az összes vizsgált sajtótermék közül ez foglalkozott a legnagyobb arányban – a nem az izraeli–palesztin helyzettel összefüggő – izraeli eseményekkel, megemlítendő továbbá, hogy vallási téma és kontextus is viszonylag nagy arányban jellemzi.

A Magyar Demokrata írásainak hangneme vagy szóhasználata egyik vizsgált kisebbség esetében sem mindig kifogástalan, illetve egyes kontextusok, konnotációk, szógyakoróságok kifejezetten negatív színben tüntetik fel a kisebbségeket, aminek jelentőségét érzetszinten növeli a viszonylagosan alacsony cikkszám.

A fentiek miatt a Magyar Demokratát nem tartom kisebbségi szempontból ártalmatlannak, mint ahogyan azt is gondolom, hogy a lap alkalmas lehet arra, hogy az olvasókban előítéleteket szítson.

A különböző lapokban az ugyanabban a témában született írások eltérései fokozzák az olvasó tájékozatlanságát vagy félretájékozottságát. Az elemzésem igazolt több eltérést is bizonyos témacsoportoknál. A cigányság esetében nem egyezett minden részlet például a kanadai kiutazással, a kerepesi ügyvel és Veres János szavazatvásárlási esetével kapcsolatban. A zsidóság esetében ellentmondás volt a KDNP izraelita műhelyének célját illetően, illetve igen szerteágazó információk láttak napvilágot a kárpótlási ügyet illetően. A harmadik kisebbség, a homoszexuálisok esetében is találtam erre a jelenségre példát: apró pontatlanságok jellemezték a Szetey Gáborral kapcsolatos írásokat is.

Összefoglalás

A tanulmány a doktori értekezés leglényegesebb eredményeinek ismertetésére koncentrált, de természetesen nem volt célja azt teljes körűen bemutatni. Az elemzésre kiválasztott sajtótermékek és cikkek nyelvhasználata bizonyos sajtóosságokat mutat a jobb- és baloldali sajtót illetően, mint ahogy bizonyos jellegzetességek figyelhetők meg az egyes lapoknál mind szóhasználatban, mind témaválasztásban, mind érvelésben.

Irodalomjegyzék

Horváth, V. (2015) A különböző sajtóorgánumban megjelenő, kisebbségeket érintő nyelvhasználat hatása az előítéletesség alakulására, doktori disszertáció, ELTE-BTK, <http://doktori.btk.elte.hu/lingv/horvathviktor/diss.pdf> Letöltve: 2017.11.23.

Messing, V. (2003) Változás és állandóság, Médiakutató, 2003. nyár, elektronikus változat

http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_02_nyar/04_valtozas_es_allandosa_g/ Letöltve: 2017. 11. 23.

Tóth, L. (2008) Vélemények a homoszexualitásról, Esély, 2008/2, 55–81, http://www.esely.org/kiadvanyok/2008_3/TOTH.pdf Letöltve: 2017. 11. 23.

I KÖZHELY SABLON, KLISÉ, SZTEREOTÍPIA

CSORDÁS ZOLTÁN

tervezőgrafikus
Budapesti Metropolitan Egyetem
hello@csordi.hu

Absztrakt

E tanulmányban a közhelyek szerepét vizsgálom a tervezőgrafikán belül. Főleg azok, az alkotók által tudatosan elkövetett szabályszegések érdekelnek, amelyek a tervezőgrafika írott és íratlan szabályaira, vagy az alkotás közönségének kulturális és vizuális berögződéseit kérdőjelezzik meg, adnak rájuk szokatlan választ, ez által kiszélesítve a tervezőgrafika horizontját.

A berögződések megfigyelésére és továbbgondolására az egyik legkiválóbb terep a közhelyek világa. Körülöttünk egyre kevesebb a szöveg és több a kép, amely figyelmünkre tart igényt. A képek látni tanítanak, rajtuk keresztül sajátítjuk el a vizuális abc-t és nyelvtant, de ahogy a beszélt és írott nyelvben, úgy a vizualitásban is megtalálhatók felszínes, készen kapott és készen alkalmazott képi gondolatok, a közhelyek.

Kulcsszavak:

sablon, klisé, sztereotípiá, vizuális abc, tömegkommunikáció, embléma, logó, piktogram, ideogramma

Kaptafa

Ironikus, hogy a közhely meghatározása maga is egy közhely: általánosan ismert, minden eredetiség nélküli kifejezés, mondás; gyakori, közönséges, elcsépelet kifejezés, frázis. Ezzel a meghatározással egészen addig nem sokat tudunk kezdeni, amíg nem értjük meg, hogy milyen helyzetek, körülmények készítetik a közhelyek használóit a kész panelek alkalmazására, a sablonosság és az egy kaptafára készült dolgok elfogadására.

Susan Sontag a fényképezésről írt tanulmány kötetének első mondata – úgy gondolom – megállja a helyét a tervezőgrafikára alkalmazva is:

„Az emberiség javíthatatlanul ott lődörög Platón barlangjában, s ősi szokásához híven ma is az igazság puszta képeiben leli legnagyobb örömét.” (Sontag, 1977)

Ha fentiek ismeretében megértjük a tömegkommunikáció jelenségeit, akkor eljutunk saját gondolkodásunk determináltságának megértéséhez is. Más oldalról nézve viszont, ez remek lehetőséget nyújt nekünk a változtatásra.

Miért?

Belső

Ha megfigyeljük mindennapi cselekedeteinket, látjuk, hogy nagyjából ugyanazokat ismételjük, mert ezzel időt és energiát spórolunk magunknak. Nem kell mindent újra és újra megértenünk, elemeznünk és döntenünk, hanem rutinosan haladunk előre a megszokásainktól segítve. Fontosabb dolgunk is van, mint.

Sokunkkal előfordult már (legalábbis remélni merem csak, hogy nem vagyok ezzel egyedül), hogy ha átrendezték megszokott boltjának polcait, semmit nem talált meg az átrendezés utáni néhány alkalommal, amikor vásárolni ment, hiába írták ki a boltosok nagy táblákra az áruk új lelőhelyét. Vagy éppen a napi közlekedés során, amikor ugyanazon az úton halad, amin már annyiszor, és métereket tesz meg anélkül, hogy a vezetésre, pláne az újonnan kihelyezett közlekedési információkra figyelne. Ilyen esetekben nem arról van szó, hogy figyelmetlenek lennénk, hanem éppen másra figyelünk. Olyan dologra, ami számunkra éppen fontosabb, de ez alatt egyéb cselekvéseinket rutinosan tudjuk végezni, amíg valami meg nem zavarja a pragmatikus hétköznapi gyakorlatunkat.

Hasonló dolog történik akkor is, amikor olvasunk és a megszokottól eltérő nehézségű szöveggel találkozunk egy olyan helyen, ahol nem várnánk. Például egy használati utasításában. Ilyenkor a megrázkódtatás hatására keresetlen dolgok jutnak eszünkbe az iromány megfogalmazójával kapcsolatban. Gyakorta a rokonságáról sem feledkezünk meg.

Külső

A hétköznapi életben valaki mindig a tudunkra akar adni valamit, különböző médiumokon keresztül árad felénk az információ. Ezen információknak nagy részét emberek csoportjainak készítik, akik – a készítőik szándékai szerint – ezek hatására csinálnak majd olyan valamit, ami a készítőik céljainak megfelel.

Az információkat nagyon sokáig nem lehet egyénre szabva elkészíteni (mára ez erőteljes változásban van az online marketing egyre kifinomultabb módszereinek hatására), hanem bizonyos kutatások alapján uniformizálták őket, amitől a kiválasztott emberi csoport várhatóan megértette az üzenetet. Viszont minél nagyobb volt a csoportnak kellett az üzenetet megértenie, annál általánosabban kellett fogalmazni, hogy a lehető legtöbb emberben ugyanazt a hatást keltse: Cipőt a cipőboltból. A kommunikációban használt képek esetében sincs ez másként. Egyik tévéreklámban a szemünk láttára két különböző pólóból pontosan ugyanazt a formájú és erősségű foltot mossák ki párhuzamosan egy hagyományos és egy ajánlott mosóporral, ami utóbbinak köszönhetően természetesen teljesen eltűnik és a póló hófehér lesz, előbbitől nem, sőt a póló is szürke marad. Nincs kérdés. Tudjuk, hogy amit látunk nem igazi de jelöl valamit, amit mi elfogadunk valóságnak: a mosópor jobban mos.

A rajzolt közhelyek egyszerűen jelölnek valamit, amit mindenki könnyen megért. Érthető is, hiszen nem lehet minden jel mellé magyarázatot állítani. A közhely jelöl. Ami ennél mélyebbre megy, az már kép és nem pusztán jelöl, hanem ábrázol. Ha a közhely működését nagyon egyszerűen szeretném megjeleníteni, akkor két, szűk feleikkel egymás felé fordított tölcserajz rajzolnék (1. kép). Egyik tág részén az információt adó, a másikon az információt vevő állna. Ahol pedig a legszűkebb, ott lenne a közhely. Természetesen ezt a jelet senki meg nem értené, ha nem állna mellette egy legalább néhány soros magyarázat, mert nincs meg benne az, amit a legegyszerűbb közhelytől is elvárunk, a közérthetőség.

A grafikai közhelyeknek mindegyike közmegegyezésen alapul, de ezen belül léteznek olyanok, amelyek vizuális hasonlóságon alapulnak és vannak, amelyek nem. Nevezhetnénk őket természetes és mesterséges közhelyeknek is.

Sok esetben a későbbi konvencionális kapcsolat kezdetben természetes, hasonlóságon alapuló kapcsolat lehetett (2. kép). Nagyjából úgy alakulhattak ki, ahogyan a hangutánzó szavak a nyelvben. Mások,

amelyek fogalmakat ábrázoltak, gondolkodás útján jöttek létre (3. kép). Elmondhatjuk, hogy minél inkább előtérbe kerül a jelben az érzékelt valóság a jel annál képszerűbb lesz. Viszont ha a megjelenítés tárgya a gondolat szülötte, a közhely annál jelszerűbb lesz.



1. kép



2. kép



3. kép

Forrás: A szerző illusztrációi



Azon grafikusok közé tartozom, akik a vizuális közhelyeket nagyon hasznos, a tervezés során igen jól használható eszköznek tekintik. Ennek oka, hogy közhelyeink már meglévő tudásra hivatkoznak. Mindenki által ismert jelentésük és történetük van, amire a grafikus is támaszkodhat egy-egy érzés, élethelyzet vagy cselekvés vizuális felidézésekor. Minden felszínesség ellenére ez sokkal inkább jó tulajdonságnak tartom, mint rossznak. A közhely nem más, mint „hívó szó”, ami megidéz az ábrázolás színvonalához képest sokkal bonyolultabb tudást és összetettebb érzésvilágot.

„A padovai Capella dell’Arena északi falán a középső sáv hat képén Giotto hat történetben beszéli el Krisztus életének igehirdető időszakát. Mindegyik kép felemelt karral mutatja a domináns Krisztus-alakot. Ám annak ellenére, hogy kartartása változatlan, jelenetről jelenetre más-más cselekedetet hajt végre, és a cselekvést a végrehajtásnak kontextusa szerint kell azonosítanunk. A vénekkel vitatkozva a felemelt kar feddő, ha ugyan nem dogmatikus; a kánai menyegzőn a bűvésze, aki a vizet borrá változtatta; a keresztelésnél az elfogadás jeleként emelkedik fel; Lázárnak parancsol; a népet Jeruzsálem kapujánál megáldja; a kufárokat a templomból kiűzi. Mivel a felemelt kar változatlanul minden képen ott van, ezeket a performatív

különbségeket a kontextus változásával kell magyaráznunk, és bár igaz lehet, hogy a kontextus önmagában nem teremti meg a különbségeket, és Krisztus szándékát és céljait is fel kell idéznünk, mégsem lehet túlbecsülni azt, mennyire áthatja a kontextus a célt.” (Arthur C. Danto, 1996)

Noha az előbbi idézet írója eltekint olyan „apró” különbségektől, hogy Krisztus keze mennyire emelkedik fel, tenyere nyitott vagy ökölbe szorul-e, mégis a szimbólumok dekódolásának nagyon fontos szempontjára hívja fel a figyelmet: közhelyeink nem lennének életképesek, ha nem állna mögöttük közösségi tudás, közmegegyezés.

Gyakorta felemlített probléma a vizuális közhelyekkel pontosan ugyanaz, ami a nyelvi közhelyekkel is, hogy rendszeres használatuk miatt könnyen kiüresednek. Olyan tág vagy szerteágazó jelentést kapnak, amelyek már nem járulnak hozzá a mondandó mélyebb megértéséhez, sokszor a valós jelentés elfelejtődik, így a gondolatsor felszínessé válik. Beszédeselek azok a szinonimák, amelyekkel a közhely szót helyettesítjük: klisé, sztereotípiák, sablon – ezek mind gépi sokszorosításra utaló nyomdai kifejezések. E tulajdonságuk miatt sokan nem kedvelik őket és a közhely szó (nem is mindig jogtalanul) negatív jelentést kap, pedig nem vitatható, hogy adott kommunikációs helyzetben, jól alkalmazva, nagy segítségére lehetnek felhasználóinknak. A felhasználás módja és megfelelő kontextusba helyezése az, ami áthidalhatja ezt a problémát.

A Scrovegni kápolna példáján keresztül is megfigyelhető, hogy a keresztény művészet évszázadai alatt ilyen klisék sokaságát alkalmazták művészek és művesek egyaránt. A korai időszakban a késő-antik művészetből átvett jellemző rövidítéseket, szimbólumokat használtak, melyek egy-egy mitológiai alak teljes mítoszát jelképezték. A keresztényeknél ilyen szimbólum volt többek közt a kereszt, a hajó¹ és a hal² is, amelyek közül a későbbi századokban is tovább élt jó néhány. Ezek nem voltak széles körben érthető jelzések, hiszen az üldöztetés miatt, a publikusság kerülése életbevágó volt.

A 13. századtól kezdve a Biblia Pauperum, a „Szegények Bibliája” volt a Szöveges Bibliát helyettesítő, nagyon népszerű, általában nem magas művészi igényvel készült, fametszetekkel illusztrált könyv, amely Krisztus életét előképek sorozatával mutatta be rövid, magyarázó

¹ Az egyház szimbóluma

² Görög mozaikszó ΙΧΘΥΣ: Iészousz Xrisztosz Θεου Υιος Σότηρ azaz Jézus Krisztus, Isten Fia, Megváltó

szövegek kíséretében. Ezek az illusztrációk az Újtestamentum legfontosabb eseményeit tipologikus párhuzamba állították az Ótestamentum cselekményeivel. A könyvek célja az volt, hogy a Szentírást képek segítségével az egyházi rend alsóbb tagjaival és az egyszerű laikus hívőkkel is megismertessék. Olcsó volt és könnyen beszerezhető. Ebből az időszakból közel nyolcvan példánya máig fennmaradt. Ezeket a könyveket amolyan arculati kézikönyveknek is felfoghatjuk, amelyek amellett, hogy történeteket tanítottak, egyúttal bemutatták az ábrázolások típusait is, az azokon előforduló szimbólumokat, ezáltal ikonográfiai segédletet nyújtottak más művön való dekódolásukhoz. Ebben az értelemben a kliséhasználat nem jelent magától értetődően értéktelenséget és egyben jelentésvesztést sem. A kor nagyra értékelt művei is használtak kliséket, azonban ezek mellett újakat is teremtettek.

Sűrités

A vizuális közhelyek legnépesebb csoportja egyszerű jelekből áll, amelyek java ideogramma, azaz nem szavakat vagy betűket jelenítenek meg, hanem fogalmakat. Giotto Scrovegni kápolnabeli műve ebből a szempontból is különleges. A Jótékonyság allegóriájában (5. kép) a nőalak egy szívet tart a kezében és nyújtja Jézus felé. Itt már egyértelműen a szív szimbólumként és nem emberi szervként értelmezhető, noha formája még az emberi szervet idézi és nem a későbbiekben elterjedt geometrikus formát. A szív felajánló figura az ismert ábrázolások közül nem elsőként jelenik meg Giottónál, de egyik leghíresebb példája a szív ideogrammaként való felhasználásának.



5. kép
(Giotto: Jótékonyság allegória,
forrás: Wikimedia)

Innentől viszonylag már csak kis ugrás volt, hogy az 1600-as években a szív a Valentin nap jelképévé váljon és kivívja azóta is tartó népszerűségét.

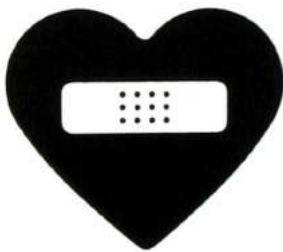


6. kép
(Milton Glaser
logotípiája)

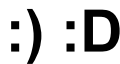
A legújabb kori szív klisé felhasználásának egyik leghíresebb példája Milton Glaser, a város turizmusának népszerűsítésére tervezett I love New York logotípiája (6. kép) 1977-ből. Itt a szív tágabb jelentésétől megfosztva már csak a szeretni ige helyettesítésére szolgált és ez által szülője lett egy újabb közhelynek, az azóta is töretlenül hódító, I♥□ klisével kezdődő megannyi feliratnak. New York városa már több ezer pert indított, hogy az I♥□ jogtalan használatát megtiltsa, de a harc egyre kilátástalanabbnak tűnik. Az I♥□ már mindenkié.



7. kép



8. kép

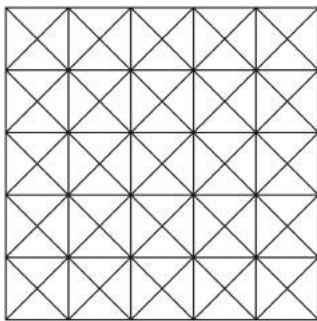


9. kép

(A szerző illusztrációi)

Látható, hogy eltelt néhány száz év mire az egész világra szóló közös tudás része lett a szeretet ideogrammája a szív. Minden magyarázat nélkül értjük jelentését, sőt már tovább is gondolhatjuk, és újabb jelentéstartalmakkal bővíthetjük az által, hogy más grafikai elemeket is csatolunk hozzá. Például úgy, hogy nyíl helyett közlekedési táblával lőjük át (7. kép) vagy éppen ragtapaszt teszünk rá (8. kép), hogy gyógyítsuk fájdalmát. Amióta a tömegkommunikáció felgyorsult, azt látjuk, hogy az ilyen típusú grafikai közhelyek villámgyorsan terjednek az arra fogékonyak körében, elég csak a különböző emotikonokra gondolnunk, azok közül is a leghíresebbekre, a billentyű karaktereiből összerakott mosolyra és nevetésre (9. kép). Noha ez utóbbiak egyre ismertebbek, mégsem mindenki érti őket.

Érthetőség



10. kép

(Otto Aicher rácsrendszere és piktogramjai)

Van egy csoportja a grafikai közhelyeknek, amelynek tagjai nem engedhetik meg maguknak, hogy az emberek csak egy szűkebb csoportja értse őket. Ezek a piktogramok, a nyelvi és kulturális különbségektől független, legközhelyesebb grafikai jelek. Alapvető követelmény, hogy ezeknek a lehető legkönnyebben érthetőnek kell lenniük, nem húzhatják a néző idejét. Pusztán annyi a feladatuk, hogy pontosan és röviden közöljenek valamit, ami nem érthető másként.

Az olimpiai grafikák történetének leghíresebb piktogramjait Otto Aicher tervezte az 1972-es müncheni olimpiára.

Korábban, az 1964-es tokiói és a 68-as mexikói olimpiáknak is már voltak egyedileg tervezett piktogramjai, de azokkal szemben Aicher rendszere egyszerű és átgondolt volt. Egy 90 és 45 fokos vonalrács adta az alapját (10. kép). Ehhez hasonló rendező elve a korábbiaknak nem volt, azok inkább jellemző grafikai motívumokra épültek és valószínűleg e különbség miatt tudott kiemelkedni közülük.

Az olimpia után Aicher még dolgozott a rendszeren és a Lufthansa arculatában teljes irányítórendszerre fejlesztette. A piktogramok olimpiai verziói hatalmas népszerűséget értek el a világban.



11. kép
(A szerző illusztrációja)

A mai napig használjuk mutációikat, például a mosdóhelységek jelölésénél. Ez a típus olyannyira elterjedt és közhelyessé vált (11. kép), hogy magára valamit is adó étterem már egyedi piktogramokkal próbálja feldobni a mellékhelységek ajtóit, amelyekből évente jelennek meg vicces és kevésbé vicces gyűjtések a közösségi médiumokban. Külön tanulmány lehetne írni ezekről a jelekről, most viszont csak egyet szeretnék bemutatni, ami azért érdekes, mert ennél az egyik közhelyet másik kettőre cserélte a grafikus. (12.kép)



12. kép
(Forrás: Telegraph.co.uk)

Közismerten, ha egy szövegnek nincs értelme vagy jelentése érdektelen a számunkra, akkor blablának nevezzük és írjuk is valahogy így: BLA-BLA. Másik közhely, hogy míg a férfiak keveset, addig a nők sokat beszélnek.

E két állítás igazságtartalmát e helyt nem vizsgálom, ám ezeket vegyítve és szokatlan kontextusban, vécéajtóra helyezve, egészen humoros jelölést alkotott a tervező. Azonban, mint látni, a tulajdonos nem bízott a közhelyek erejében és odarakatta az általánosan elfogadott jelölést is. Erről az attitűdről is lehetne néhány témámtól messzire vezető gondolatot megfogalmazni, de ez szintén nem teszem.

Szeretet

Valószínűleg az emberek szeretik a közhelyeket, de legalábbis megszokták őket. Egy biztos, hogy vizuális konvenciók segítségével sokkal könnyebb közlekednünk a világban, mintha állandóan képrejtvényeket kellene megfejtenünk és szellemi Indiana Jones-ként ugrálnánk egyik vizuális kihívástól a másikig. Grafikusként mégis azt gondolom, hogy a közhelyek világát fel lehet pezsdíteni, hogy a lelkünkben lakó felfedezőnek is legyen némi öröme. Mert az sem vitás, hogy olykor-olykor sokunk szereti azokat a kihívásokat, amelyek kibillentenek bennünket a hétköznapi rutinjából. Ezeket a konvenciók közötti zárványokat vannak, akik művészetnek nevezik. Azonban ilyen magas elvárásokat mégsem állítanék saját szakmám elé. De azt viszont gondolom, a közhelyek kiváló lehetőséget adnak arra, hogy elgondolkodjunk a megszokásokon, és ha változtatni nem is tudunk rajtuk, időről-időre meghackeljük a rendszert egy-két, a mátrixba nem illő grafikával.

Irodalomjegyzék

- Beryl McAlhone & David Stuart** (1996) *A smile in the mind*, Phaidon.
- Danto, Arthur C.** (1996) *A közhely színeváltozása* Enciklopédiai Kiadó, Budapest.
- Erdély Miklós** (1995) *A filmről*, Balassi Kiadó.
- Hernádi Miklós** (1973) *A közhely természetrajza*, Gondolat, Budapest.
- Horányi Özséb** (2006) *Jel, jelentés, információ 1975/2006* Magvető/General Press, Budapest
- Kemp, Martin** (2012) *Christ to Coke, How image becomes icon*, Oxford University Press.
- Maczó Péter** (2010) *Ön itt áll*. Scolar, Budapest.
- Susan Sontag** (1977) *A fényképezésről*, Európa Kiadó, Budapest

SZERZŐK / AUTHORS

ANTONI Alfonz	67
BEHRINGER Zsuzsanna	115
BÓDIS Krisztina	115
CSORDÁS Zoltán	263
DÉR Dezső	213
FENYVES Katalin	225
FRIEDMANN Viktor	31
GROTTE Judit	91
Tatjana HORVAT	67
HORVÁTH Viktória	253
HUZDIK Katalin	163
KISS Róbert	115
LUKÁCSI Éva	37
LUKSANDER Alexandra	163
MAGYAR Tímea	115
NÉMETH Erzsébet	163
PAPP Anett	153
PAPP-VÁRY Árpád	19
PAPP-VÁRY Árpád Ferenc	197
SZEGEDI Andrea	135
TÜTÜNKOV-HRISZTOV Jordán	103
VÁSÁRY Miklós	51
VASS Vilmos	1
ZSÓTÉR Boglárka	163