

TUDÁS

MENEDZSMENT

A Pécsi Tudományegyetem

Bölcsészettudományi Kar Humán Fejlesztési és Művelődéstudományi Intézet periodikája

XX. évfolyam 1. szám

2019. április

KUTATÁS

MAKKOS ANIKÓ	
Az emberierőforrás-képzés előtt álló kihívások a kommunikáció terén	3
KOLTAI ZSUZSA	
Múzeumpedagógiai tapasztalatok és igények a pécsi óvodás gyermekek szülei körében	14
REISZ TERÉZIA	
A pedagógusjelöltek múzeumpedagógiai tapasztalatai	31
HAFFNER ORSOLYA –BÁRDOS GYÖRGY	
A stressz megjelenési formái állásinterjún és a munkahelyen	42
A pályázók stressz-percepciója és reagálási formái állásinterjún	47
GYŐRI ANNA-VEHRER ADÉL	
A testmódosítottak diszkriminációja a munkaerőpiacon	59

PEDAGÓGIA

K. FARKAS CLAUDIA	
Természetre nevelés az Agazzi-óvodában	68

SAJTÓ

KRISZTIÁN BÉLA	
Uránbányász-sajtó a Mecsekben	72

KÖNYV–KÖNYVTÁR

MÉNES ANDRÁS	
Egy alkotó értelmiség a pécsi kultúrtörténetben	78
A munka világa napjainkban	79
BALOGH ZITA	
Neurokommunikation	83
ABSTRACT	88
SZERZŐINK	90

TUDÁS **I MENEZSMENT**

Szerkesztő bizottság: elnök: Krisztián Béla, címzetes egyetemi tanár; felelős szerkesztő: Bodó László. Tagok: Agárdi Péter professzor emeritus, Kleisz Teréz egyetemi docens, Koller Inez egyetemi adjunktus, Koltai Zsuzsa egyetemi adjunktus, Mészárosné Szentirányi Zita okl. könyvtáros, könyvtárvezető, Oroszi Sándor professzor emeritus, Vámosi Tamás egyetemi docens, Zádori Iván egyetemi docens

Kiadja a PTE BTK
Felelős kiadó: a kar dékánja

Szerkesztőség: 7633 Pécs, Szántó Kovács János u. 1/b.

Korábbi számaink megtalálhatók: <http://btk.pte.hu/hfmi/tudasmenedzsment>
illetve: <http://kpvk.pte.hu/content/tudasmenedzsment>

Elérhetőségünk: tudmenszerk@gmail.com

ISSN 1586-0698

MAKKOS ANIKÓ

Az emberierőforrás-képzés előtt álló kihívások a kommunikáció terén

Napjainkban az oktatással foglalkozó fórumok visszatérő gondolata, hogy azt kell ma az iskolákban tanítani, amit a gépek nem tudnak, ezért elsősorban képességeket kell átadni, készségeket kell fejleszteni. Emellett azt is láthatjuk, hogy sok munkakörben egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítunk az emberekkel való bánásmód köré szerveződő képességeknek. Az oktatásban dolgozók ugyanakkor gyakran szembesülnek azzal, hogy a diákok sokféle kommunikációs problémával küzdenek, akár élőszóbeli, akár írásos megnyilatkozásra kerül sor. A jelen tanulmány arra világít rá, hogy a Széchenyi István Egyetemen tanuló emberi erőforrás tanácsadó mesterszakos hallgatók milyen kommunikációs szükségleteiket ismerték fel egy célirányos, szervezeti és tanácsadási kommunikációval foglalkozó kurzus teljesítése után. Az egyéni fejlődési tervekből egyértelmű kép bontakozik ki arra vonatkozóan, hogy az egyetemi diplomával rendelkező, többségében már munkavállaló hallgatók elsősorban az élőszóbeli kommunikáció terén érznek hiányosságokat. Sokuk számára komoly stresszel jár, ha nyilvánosan fel kell szólalniuk vagy előadást kell tartaniuk, így saját magukra sokkal több figyelmet és energiát fordítanak, mint a hallgatóságra. Ezek az eredmények egyértelmű feladatokat jelentenek a felsőoktatás számára. Azt mutatják, hogy már az alapképzésen is sokkal nagyobb hangsúlyt szükséges fektetni az élőszóbeliségre és a képességfejlesztésre, mivel a fejlett kommunikációs képességek hiánya komoly akadályt jelenthet a kibocsátott hallgatók szakmai pályája során.

Bevezetés

A jelen írás mottójaként is szolgálhatna Boxall és Burch (2007, 30) gondolata: *„Az iskolázottság, a gyakorlati tapasztalat és a személyes fejlődés a szakmai karrier építőkövei.”* Az alább bemutatandó kutatás felsőoktatási közegben a hallgatók személyes fejlődését állítja középpontjába, miközben a résztvevők tapasztalataira is épít. A tanulmány azzal a szándékkal született, hogy hozzájáruljon ahhoz a szakirodalomhoz, amely a jövő humánerőforrás-szakembereinek kommunikációs kompetenciáját tárja fel. A kompetenciaalapú tudás fontosságát hangsúlyozza Cohen (2015, 2014), amikor azt írja, *„jelenlegi tudásunkat és tapasztalatainkat ki kell bővíteni, és ennek az új tudásnak kompetenciaalapúnak kell lennie”*. A komplex kompetenciamodellek azonban nehezen ültethetők át a gyakorlatba, így kétséges, hogy mennyire tudják a személyes fejlődést elősegíteni. A jelen tanulmány ezért is választott ki egy kompetencia területet, ami a kommunikáció, mert *„az emberierőforrás-gazdálkodás jó kommunikációs készségeket igényel, (...) valójában minden funkciója kommunikáción keresztül valósul meg”* (Borgulya Istvánné Vető 2010, 62).

Tanácsadói kompetenciák

Először is szükséges meghatározni, hogy a létező kommunikációs modelleken belül, amelyek a humánerőforrás szakembereinek szükséges kompetenciáit foglalják össze, milyen szereppel és fontossággal bír a kommunikáció. De Caluwé és Reitsma (2010) 56 konzultációs kompetenciát határozott meg egy empirikus kutatás alapján. A tanulmány szerint

negyven, nagy tapasztalattal rendelkező, idősebb dán tanácsadót kérdeztek meg, akik összesen 900 évnyi gyakorlattal rendelkeztek. Az eredmények alapján a következő területekbe sorolták be a kompetenciákat: „*Vállalkozás, Ellenálló-képesség, Szervezés, Végrehajtás, Elemzés, Mérlegelés, Ösztönzés, Befolyásolás, Irányítás, Bizalomkeltés*” (de Caluwé and Reitsma 2010, 9-11). *A megszólaltatott tanácsadók egyetértettek abban, hogy 6 területről 17 olyan kompetencia van, amellyel minden vezetési tanácsadónak rendelkeznie kell. Ezek között található a Befolyásolás, és az alá sorolt Kommunikáció, Prezentáció és Meggyőzés. A szakértők szerint „minden képzési program részévé kell tenni őket”* (de Caluwé and Reitsma 2010:11).

A Humánerőforrás Menedzsment Társaság (SHRM) is létrehozta a maga kompetencia-modelljét, amit a szakmai fejlődés négy szintjére bontottak le. A kilenc kompetenciát a következőképpen határozták meg: Humánerőforrás-szakértelem/tudás, Etikus működés, Vezetés és irányítás, Üzleti érzék, Konzultáció, Kritikai értékelés, Kommunikáció, Globális és kulturális hatékonyság, Kapcsolatmenedzsment” (SHRM 2016:11). A Kommunikáció a Személyközi Kompetenciacsoportba tartozik, és a következő alkompetenciákat öleli fel:

- szóbeli kommunikáció,
- írásbeli kommunikáció,
- prezentáció,
- meggyőzés,
- diplomatikusság,
- objektív érzékelés,
- aktív, figyelmes hallgatás,
- hatékony, megfelelő időben történő visszajelzés,
- ösztönzés,
- hatékony tárgyalás,
- közösségi technológiák és média ismerete,
- közönségkapcsolatok (PR) (SHRM 2016:46).

Egy kissé szokatlanabb megközelítést ad Ulrich és társai (2013), amikor hat szerepként írja le azokat a képességeket, amelyekre a humán erőforrás területén dolgozó szakembereknek szükségük van. Ezek a következők: „Stratégiai Helyzet-meghatározó, Hiteles Aktivist, Változásbajnok, HR Újító és Integráló és Technológia Híve” (Ulrich és társai 2013, 463). A jelen vizsgálat szempontjából a Hiteles Aktivist szerepe érdemel figyelmet, mivel annak középpontjában a kommunikációs képességek állnak. Ez a szerep a szerzők szerint az összes többi magját is képezi, mivel a humán erőforrás-specialisták minden alkalmazottal személyes kapcsolatban állnak egy szervezeten belül, hogy munkahelyi céljaik elérésében segítsék őket. Ebben a szerepkörben lehet a legnagyobb hatást kifejteni az alkalmazottak teljesítményre, illetve ennek alapján ítélik meg a hozzáértést is a közvetlen és távolabbi munkatársak. Az itt meghatározott négy alképesség közül három bekerült a hat szerep legfontosabb képességeit összegző 20-as listába. Ezek 1) a kapcsolatépítés és befolyásolás, 2) a bizalom kiérdemlése és 3) az önismeretre alapozott fejlődés képességei.

Az üzleti, technikai és tanácsadási képességeket emelte egy kompetenciakörbe Nickols and Bergholz (2012), mivel véleményük szerint ezekre van szüksége egy sikeres független tanácsadónak. A szerzők szerint a tanácsadói munka lényege szorosan kapcsolódik a kommunikációhoz, és többek között olyan alkompetenciákat igényel, mint a nyilvános beszéd, az üzleti levelezés, a személyközi kommunikáció, az aktív, figyelmes hallgatás vagy a felvételi elbeszélgetés képességei.

Magyarországon Tokár-Szadai (2013) végzett egy három szakaszból álló kutatást 2001 és 2012 között tanácsadók és ügyfelek körében. Az összehasonlíthatóság kedvéért a

Höselbrath (2000) által is használt 21 jegyet vizsgálta. Megállapította, hogy a legfontosabb tulajdonságok és képességek a következők: kommunikációs képességek, csapatszellem, vállalkozói készségek, informatikai tudás és etikus viselkedés. A szerző az adott évtizedben a kompetenciák lassú változását figyelte meg, de jelentős különbségekről nem tudott beszámolni az első és az utolsó vizsgálat adatai alapján.

Ahogy az idézett tanulmányok mutatják, a kommunikációs képességek minden modellben megjelennek, és gyakran állapítják meg róluk, hogy a humánerőforrás területén dolgozó szakemberek alapkészségei közé tartoznak. Magas szintű alkalmazásuk elengedhetetlen a sikeres tanácsadói tevékenység végzéséhez.

Rokon szakmák és kommunikáció

Az emberi erőforrás mesterképzésre gyakran jelentkeznek olyan hallgatók, akik már tanulmányaik alatt olyan területen dolgoznak, ahol az emberekkel történő bánásmód elsődleges feladataik közé tartozik. Az is előfordul, hogy a későbbiekben fognak olyan, nem HR foglalkozást választani, amelyben ezeket a képességeiket kiemelten kell kamatoztatniuk. Ezért érdemes pár gondolat erejéig kitérni arra, hogy milyen vizsgálatok születtek a kommunikációs képességekre vonatkozóan más egyetemi képzések kapcsán.

Lang és Van der Molen (2012) hét alapvető és öt magasabb szintű kommunikációs képességet különböztet meg pszichológia szakos egyetemi hallgatóknak írt könyvében. A kiadvány célja, hogy bemutassa a diákoknak a tanácsadást, és elősegítse annak egymás közötti gyakorlását. Egan (1994) alapján az alapvető képességek közé az alábbiak kerültek be: elemi szintű biztatás, kérdésfeltevés, átfogalmazás, érzelmek tükrözése, konkrétság, összegzés és a helyzet tisztázása. Ezek akkor használatosak, amikor a probléma azonosítása zajlik. A probléma új szempontú megközelítéséhez már a magasabb szintű képességek szükségesek, mint a fejlett empátia, a konfrontálódás, a pozitív újraértelmezés, a saját példák hozása és az egyenesség. Mivel a tanácsadás egy alapvető tevékenysége a humánerőforrás-gazdálkodásnak, a fentebb felsorolt kommunikációs események gyakorlását szintén érdemes beépíteni egy képességfejlesztő kurzusba a humánerőforrás szakterületén is.

Jugo (2017) a Commission on Public Relations Education (PR Oktatási Bizottság) 1999 és 2012 közötti beszámolóit összegzi tanulmányában. A legutolsó, 2012-es beszámoló, mely az Felkészítés az összetettségre (Educating for Complexity) címet viseli az egyetemi, mester szintű PR-oktatással foglalkozik. A jelentés szerint a gyakorló szakemberek és az oktatók egyetértettek abban, hogy „a legmagasabbra értékelt tudáselem az etikai, míg a legfontosabb képesség a szóbeli és írásbeli nyelvhasználat kiválósága.”

A fenti két példa is elegendő ahhoz, hogy lássuk, bármely konkrét területről beszélünk, az emberekkel közvetlenül dolgozó szakemberek képzése során különös hangsúlyt kell fektetni a kommunikációs képességek fejlesztésére, mivel azok a mindennapi munkavégzés sikerének alapkövei.

Kommunikációs képességek és személyiségjegyek

Véleményünk szerint egy bizonyos fokú önérvényesítésre szükség van egy olyan foglalkozáshoz, amelyben gyakori helyzet, hogy a felek egyenlőtlenek. A tanácsadás során az ügyfél segítséget kér, vagyis pszichológiai szempontból aszimmetrikus a viszony közte és a tanácsadó között. Ugyanakkor az is előfordulhat, hogy a tanácsadót elvakítja az ügyfél presztízse vagy hatalmi helyzete, ezért önmagát látja alárendelt vagy előnytelen helyzetben. Mészáros és társai (2016) szerint ilyenkor előfordul, hogy a tanácsadó „az ügyfél íródeákja” (Mészáros és társai 2016: 129) lesz, és annak ki nem mondott igényeit akarja kielégíteni, így tükrözve kívánságait. Az ügyfél elfogadása azonban nem azt jelenti, hogy egyet kell érteni vele, hanem azt, hogy szakértőként, önmagát, a saját érdekeit is érvényesítve és képviselve kell a tanácsadónak fellépni.

Felmerül a kérdés, hogy a kommunikációs képességek és az önérvényesítés mennyire vannak szoros kapcsolatban egymással. Egy török kutatócsoport ápolónőnek készülő egyetemi hallgatók körében vizsgálta az önérvényesítés viszonyát a társadalmi támogatáshoz, a kontroll helyéhez (az egyén irányít, vagy külső tényezők irányítják őt) és a kommunikációs képességekhez. Eredményeik azt mutatják, hogy „a kommunikációs képességek közvetlenül hatnak az önérvényesítésre, és annak egyben a legerősebb előrejelzői is. Ez egybevág más irodalmi adatokkal is, melyek szerint a jó kommunikációs képesség az egyik legfontosabb feltétele az önérvényesítésnek. Fejleszti a magabiztosságot, ha megtanuljuk, hogyan kommunikáljunk különböző helyzetekben” (Kukulu 2006, 36).

A kommunikációt oktatók és tanulók számára biztatóak azok a vizsgálatok is, amelyek a kommunikációs képességek viszonyát vizsgálják az önérvényesítéshez és a személyiségjegyek nagy ötöséhez (extrovertáltság, kedvesség, lelkiismeretesség, érzelmi stabilitás és autonómia). Kuntze és munkatársai (2016) megállapították, hogy számukra is meglepő módon a fentebb megnevezett változók egyike sem tudja szignifikánsan előre jelezni a magas szintű kommunikációs képességet a pszichológiát tanuló hallgatók körében. Ennek alapján kijelentették, hogy „a kommunikációs képességek elsajátítását nem befolyásolja a személyiség” (Kuntze és társai 2016, 39), vagyis a kommunikációs képzés egyformán hasznos mindenkinek, és eredménye független a személyiségjegyeiktől. A kutatók próbáltak magyarázatot találni erre, és azt feltételezték, hogy a megfelelő társas viselkedés, amelyet gyakorta hoznak kapcsolatba az önérvényesítéssel, nem azonosítható azzal a képességgel, hogy valaki helyesen kommunikáljon szakmai szituációkban.

A Lubinszki (2004) által meghatározott általános intelligencia, amely három különálló képesség (szóbeli, számolási és térbeli) együttese, is megvizsgálható abból a szempontból, hogy az milyen módon jelzi előre a kommunikációs képességek fejlesztésének sikerét. Kuntze és társai újabb kutatásukban arra számítottak, hogy „a szóbeli intelligencia előre jelzi a jó kommunikációs képességeket” (Kuntze és társai 2018, 11), de eredményeik azt mutatták, hogy „egy alapszintű vagy haladó kommunikációs kurzus elvégzése után a szóbeli intelligencia már nem volt hatással az alapvető kommunikációs képességek szintjére” (i. m. 13–14).

Összegezve elmondhatjuk, hogy a kommunikációs képességek és az önérvényesítés összefüggenek egymással, és mivel a kommunikációs képességek tudnak szilárd alapot adni az erősebb önérvényesítésnek, ezért azokat kell fejleszteni. A kutatások tanúsága szerint sem a szóbeli intelligencia, sem a főbb személyiségjegyek nincsenek hatással a kommunikációs képességek fejleszthetőségére, vagyis bárkiből lehet jobb kommunikátor, ami által pedig jobb lehet az önérvényesítő képessége is.

Alkalmazottak elégedettsége

A munkavállalók szempontjából megközelítve a hatékony HR-kommunikációt Love és Singh (2011) munkahelyi márkázásról (branding) szóló tanulmányára hivatkozhatunk. Ők a legjobb humán erőforrás gyakorlatok után kutatva alkalmazták a márkázás ötletét. Azzal a céllal gyűjtötték össze és elemezték a kanadai és egyesült államokbeli öt „legjobb munkaadó” felmérést, hogy megállapítsák, milyen területek a legfontosabbak a munkavállalók számára, amikor a szervezetük humán erőforrás-politikájáról és -gyakorlatáról kérdezik őket. A kutatók nyolc gyakran felmerülő témát azonosítottak, melyek egyike volt az „Alkalmazotti kommunikáció” (Love és Singh 2011, 178). A munkaadó jó értékelést kapott, ha kétirányú, folyamatos, nyitott és következetes kommunikációt folytat az alkalmazottal, amibe beletartozik a visszajelzés adása, az alkalmazottnak az üzleti célokra és eredményekre vonatkozó információkkal történő ellátása, valamint a lehetőség biztosítása, hogy a

humánerőforrás-folyamatokról véleményt nyilváníthatassanak. Ennek alapján a jó kommunikáció a humánerőforrás-gazdálkodás központi eleme, amely nagymértékben hozzájárul a vállalat versenyelőnyéhez. Cleveland és társai (2015) egyenesen azt javasolják, hogy a HR jövője a munkahelyi RH kell, hogy legyen, amely alatt az ember tiszteletét (Respect for Humanity) értik. Ezt azzal magyarázzák, hogy az alkalmazottak jóléte egyre inkább az egyik legfontosabb kérdés a munkaerő-toborzás és az alkalmazottak megtartása során, mert a jó kommunikáció az emberek alapszükséglete.

Kommunikációs stílusok és társadalmi szerepek

Fontos összefüggésre hívja fel a figyelmet Rosengren (2000), amikor azt mondja, hogy az egyén társadalmi helyzete nagyban meghatározza, hogy hogyan kommunikál. Bizonyos szerepek szorosan hozzátartoznak az emberhez, míg másokat megszerez. Az életkor, a nem, a bőrszín és a nemzetiség az első csoportba sorolhatóak, míg az iskolázottsághoz, végzettséghez, foglalkozáshoz kapcsolódó társadalmi szerepek a második csoportba tartoznak. A társadalmi diskurzusban az embereket nem érheti negatív megkülönböztetés azok miatt a szerepek miatt, amelyeket betöltnek. Ugyanakkor az egyetemi diploma megszerzése, egy új foglalkozás vagy pozíció betöltése nem hozza magával a kommunikációs stílus változását. Ezt figyelembe véve fontos szempont, hogy különböző kommunikációs szituációkban hogyan ütköznek össze a nemi szerepek és a szakmai szerepek a humánerőforrás-szakemberek esetében.

Kiterjedt tudományos kutatások igazolják, hogy alapvető különbségek vannak a női és férfi kommunikációs stílus között. A férfiak jellemzően direkttebbek, agresszívebbek és jobban érvényesítik az érdekeiket. Ők a nyelvet és a társalgást arra használják, hogy konkrét eredményeket érjenek el, például hogy hatalmat szerezzenek vagy megerősítsék társadalmi fölényüket (Maltz és Borker 1982; Leaper 1991; Mason 1994; Wood 1996; Mulac, Bradac, és Gibbons 2001). A nők általában szemléletesebb, óvatosabb és udvariasabb nyelvet használnak, különösen konfliktusok során (Basow és Rubenfield 2003), beszédük kevesebb erőt sugároz (Lakoff 1975), ritkábban vágnak közbe, mint a férfiak (Thorne & Henley 1975), és gyakran enyhítik a kijelentéseiket (Pearson 1985). A népszerű irodalomnak is kedvelt témája a női és férfi kommunikáció, de annak fókuszában inkább a társalgások alapvető céljai állnak. Tannen (1990) éles különbséget ír le, mivel szerinte a férfiak az ellentétes céljaik miatt ellenségesek, míg a nők a közös céljaik miatt együttműködők. Gray (1992) is hasonló következtetésre jut, amikor azt írja, hogy a férfiak inkább célorientáltak, míg a nők elsősorban kapcsolatközpontúak. A nemekkel kapcsolatos sztereotípiákról ír Welbourne (2005), melyek szintén egybevágóan a nemek között meglévő kommunikációs különbségekkel és célokkal. Míg a férfiakat inkább domináns, erélyes, agresszív, magabiztos és érzelemmentes jelzőkkel illeti, addig a nőkre jellemző tulajdonságok az érzelmes, együttérző, lágy, érzékeny és szívélyes.

A társadalmi és nemi szerepek kommunikációban megnyilvánuló különbségei egyre fontosabbá válnak, mivel a humánerőforrás területén dolgozók nemi összetétele is változóban van. Ulrich különféle kutatókkal 1987 óta ötévente végez vizsgálatot, amely állítása szerint így „a legátfogóbb globális, longitudinális humánerőforrás-kutatás” (Ulrich és társai 2013, 459). Sok más tény mellett azt is feltárták, hogy 1997 és 2012 között a férfiak aránya 70%-ról 38%-ra csökkent, míg ezzel párhuzamosan a nők aránya 30%-ról 62%-ra növekedett, vagyis a szakma rohamos mértékben nőiesedik el. Ez a tendencia még látványosabb volt 2007 és 2012 között. „Emellett fontos megjegyezni, hogy ugyanakkor a partnereknek 69%-a volt férfi, tehát a női humánerőforrás-tanácsadók gyakran dolgoztak férfiakkal” (Ulrich és társai 2013, 459). Ebben a helyzetben a női hallgatókat fel kell készíteni arra, hogy

a férfi ügyfeleknek és partnereknek, akikkel szakmai kapcsolatuk lesz, más a kommunikációs stílusuk.

A kutatás bemutatása

A vizsgálatban első éves, emberi erőforrás tanácsadás szakon, mesterképzésen tanuló hallgatók vettek részt, akik egy szakmai kommunikációs kurzus végeztével írásbeli feladatnak kapták, hogy reflektáljanak saját kommunikációs problémáikra és szükségleteikre. A diákok egyik csoportja nappali tagozaton tanult, akiknek 14 héten keresztül heti két tanórájuk volt, míg másik csoportjuk levelező tagozatos volt, akiknek összesen 12 órájuk volt, melyből az első 6 órás blokk a félév elején, a második pedig a félév végén volt. A nappali tagozatos hallgatók szemináriumai személyesebbek és interaktívabbak voltak több tanári és csoportos visszajelzéssel, ami a magasabb óraszámnak köszönhető, illetve annak, hogy összesen 7 fő alkotta azt a csoportot. A levelező tagozatos hallgatók 25-en voltak, és a számukra tartott konzultációk inkább előadások voltak, kevesebb gyakorlati elemmel. Az összesen 32 főből, akik végül benyújtották a kommunikációs fejlődési tervet, csak két diák volt férfi, mindketten a levelező tagozaton.

A feladat egyfajta irányított fogalmazás volt, amelyben a hallgatóknak meg kellett nevezniük két olyan területet, amelyen szeretnének fejlődni, hogy jobb kommunikátorokká váljanak. Azt is el kellett magyarázniuk, hogy ezek a gyenge pontok hogyan mutatkoznak meg a mindennapi kommunikációjuk során, milyen tüneteket, hatásokat és eredményeket érzékelnek velük kapcsolatban. Ki kellett még fejteniük, hogy hogyan tudnának fejlődést elérni, mi vagy ki tudna ebben segítségükre lenni. Végül le kellett írniuk a vágyott állapotot, és hogy mennyi időre lenne megítélésük szerint szükségük ahhoz, hogy azt elérjék.

A diákok bármilyen típusú kommunikációs problémát leírhattak, így arra kellett számítani, hogy a válaszok változatosak és előre nem megjósolhatóak lesznek. Ezeknek a nem számszerűsíthető adatoknak az elemzéséhez és csoportosításához a megalapozott elmélet módszerét (Glaser és Strauss 1967, Strauss és Corbin 1998) használtuk, annak is a Charmaz (2000) által korszerűsített majd Thornberg (2012) által informált megalapozott elméletnek átkeresztelt változatát, amely jól alkalmazható oktatási környezetben végzett vizsgálatokhoz. A cél az volt, hogy mintázatokat találjunk az adatok alapján, és egy lehetséges magyarázatot arra, hogy az adott diákcsoport az adott társadalmi és a szűkebben vett oktatási körülmények között miért választott bizonyos kommunikációs problémákat és fejlesztési célokat. Pozitív példa volt, hogy Murphy és társai (2016) sikeresen alkalmazták humán-erőforrás terület vizsgálatához ugyanezt a módszert.

Mivel a kutatás célja nem új elmélet vagy modell alkotása volt, ezért a további elemzés és csoportosítás céljából egy másik módszert, a tartalomelemzést (Mayring 2000) is használtuk. Így a kommunikációs fejlődési tervek fő témáit sikeresen lehetett azonosítani azonos célból, hogy „a szövegből speciális következtetéseket lehessen levonni forrásának állapotaira vagy tulajdonságaira” (Krippendorff 1969, 103). Ez a keret azt is lehetővé tette, hogy egy felfedező típusú kutatás készüljön, amelyben az elemzési kategóriák „induktív módon, az anyagból fejlődtek ki” (Marying 2014, 37). Az írott szövegek vizsgálatára felhasználtuk még a Lasswell-féle formulát (Lasswell 1948), amely a kommunikációkutatásban azt vizsgálja, hogy ki mondja, mit mond, milyen kommunikációs csatornán keresztül, kinek és milyen eredménnyel. Erre azért volt szükség, mert ezek a szövegek saját fejlődési tervek, melyek magát az írókat szólítják meg, és szándékoltan motiváló erejűek és tudatosító hatásúak. A kommunikációs fejlődési terveket tehát ebben a kontextusban kellett elhelyezni.

A kutatás eredményei

A kutatás arra kereste a választ, hogy a résztvevők milyen kommunikációs szükségleteiket tudták beazonosítani és milyen problémákat akarták leküzdeni annak érdekében, hogy sikeresebben kommunikáljanak jelenlegi és jövőbeli szakmai helyzetekben. Az elemzés két fő témát tárt fel, ezeken belül pedig számos kategóriát, amelyeket csoportokba lehetett sorolni. A két fő téma a válaszadók pozitív és a negatív kommunikációs tevékenységei és tulajdonságai. A pozitívak a vágyott állapotok és gyakorlatok, a negatívak a legyőzendő problémák. Emellett két nézőpont is kirajzolódott a válaszokból: az egyik az, amikor a tevékenységek és tulajdonságok a partnerre irányulnak, és a kommunikátor az ő szempontjait veszi figyelembe, a másik, amikor a középpontban maga a kommunikátor áll, és saját szempontjából vizsgálja önmaga jellemző tevékenységeit és tulajdonságait egy kommunikációs szituációban.

A nappali tagozatos hallgatók vágyott tevékenységei és tulajdonságai közül kiemelkedik, hogy ők jóval nagyobb arányban tartották fontosnak, hogy figyelmet fordítsanak a kommunikációs partnerre, aktívan hallgassák, ellenőrizzék, hogy megértette-e az üzenetet, és empatikusak legyenek vele. A levelezős hallgatók is említették ezeket a tulajdonságokat és tevékenységeket az értés ellenőrzésének kivételével, de csak elenyésző számban. A vágyott kategóriák másik csoportjában találjuk a magabiztosságot és önbizalmat mint elvárendő állapotokat. A levelező tagozatos hallgatók kevésbé bizonyultak magabiztosnak, mint nappali tagozatos társaik, mivel esetükben sokkal többen említették az önbizalmat mint megvalósítandó célt.

A negatív oldalon a két hallgatói csoport között a legnagyobb különbség a problémák számában és változatosságában volt. Egyrészt a nappali tagozatos hallgatók saját türelmetlenségüket és agresszív kommunikációjukat emelték ki jellemző tulajdonságként, és úgy ítélték meg, hogy hiányosságaik vannak a konfliktusok kezelése terén. Azt is leírták, hogy a nyilvános beszéd és szereplés stresszes számukra. A levelező tagozatos hallgatók is említették ezeket a problémákat, ugyanakkor ezeken felül még rengeteg egyéb nehézségről írtak, amelyeket hat további kategóriába lehetett sorolni. Ezek a következők voltak:

- nem tudnak kiállni érdekeik, véleményük mellett,
- nagyfokú izgalmat élnek át, ha másokhoz kell beszélniük,
- érzelmeiken nem tudnak uralkodni,
- gondolataikat nem tudják érthetően kifejezni,
- beszédmódjuk nem kifejező (túl gyors vagy túl halk),
- testbeszédük nincs összhangban a mondandójukkal.

Ezek közül a nehézségek közül a leggyakoribb probléma a levelező tagozatos hallgatók körében a stresszhez, izgatottsághoz és az érzelmeiken való uralkodáshoz kapcsolódott, ezt követték az önkifejezés nehézségei, végezetül a konfliktusok kezelésének és az önmagukért való kiállásnak a sikertelensége jelentek meg. A levelező tagozatos hallgatókra nem volt jellemző a türelmetlenség vagy az agresszív kommunikáció.

Ezeket az eredményeket összevetve elmondhatjuk, hogy a vizsgált nappali tagozatos hallgatók sokkal inkább a kommunikációs partnerre figyeltek, és ennek során több olyan tevékenységükről vagy tulajdonságukról számoltak be, amelyek a partner szempontjából negatívak. Ennek a hallgatói csoportnak a legnagyobb nehézséget a konfliktuskezelés és a nyilvános szereplés okozta. Vágyott állapotként leginkább a magabiztosságot említették.

A levelező tagozatos hallgatók jóval részletesebben számoltak be saját hiányosságaikról. Számukra is a nagyobb önbizalom volt a legfontosabb cél, mivel ezzel kapcsolatban szembeültek a legtöbb kihívással. Úgy érezték, hogy önbizalomhiány akadályozza őket abban,

hogy értelmesen kifejtsék a véleményüket vagy nyilvánosan szerepeljenek. Mindezt a folyamatos stresszhez és izgatottsághoz is kötötték, amit a kommunikáció során éreznek, illetve ahhoz, hogy nehezen tudnak az érzelmeiken uralkodni. Többen is beszámoltak arról, hogy különféle beszédhibák is társulnak ehhez a nehezített kommunikációhoz, mint például a hadarás vagy a túl halk beszéd. Ezeket szinte stratégiaként írták le, mivel így gyorsabban túlesznek a megszólaláson, illetve kevesebb figyelmet keltenek. A konfliktusokat is sokan kudarcként élik meg, ezért inkább kihátrálnak belőlük, feladva saját álláspontjukat, vagy hogy az akarukat érvényesítsék. Ezek a hallgatók ritkán számoltak be arról, hogy agresszíven kommunikálnak vagy türelmetlenné válnak a partnerrel szemben, de úgy tűnik, hogy mentális energiáikat túlzottan leköti saját kommunikációjuk kontrolálása, ezért nem tudnak elegendő figyelmet fordítani a partnerre és annak igényeire.

A nappali és levelező tagozatos hallgatók közötti különbségek ellenére a 14 kategóriából 7-et mindkét csoport megemlített. Mindenütt az elsődleges fejlődési cél a magabiztosabb fellépés elérése volt, illetve kiemelten fontos volt még a konfliktuskezelés és a stresszel való megbirkózás elsajátítása is.

1. táblázat: Témák és kategóriák

Elérendő állapot	Jelen állapot
<p>A partnerre irányuló jó gyakorlatok aktív, figyelmes hallgatás értés ellenőrzése empátia</p> <p>A kommunikátor pozitív tulajdonságai magabiztosság / önbizalom</p>	<p>A partnerre irányuló rossz gyakorlatok türelmetlenség agresszív kommunikáció A kommunikátor hiányosságai nem hatékony konfliktuskezelés önérvényesítés hiánya nagy stressz nyilvános szereplés során komoly izgatottság beszélgetés közben az érzelmeken való uralkodás nehézsége az önkifejezés nehézsége beszédhibák következetlen testbeszéd</p>

A nemi különbségekkel kapcsolatban meg kell állapítani, hogy sok nehézség, ami megjelent a fejlődési tervekben, szoros kapcsolatban áll a hagyományos női és férfi kommunikációs stílussal. A női kommunikáció pozitív jellegzetességei nem tudtak előnyként megjelenni, míg a férfiakra jellemzőbb direkt, önérvényesítő, hatalmat és dominanciát kifejező kommunikáció hiánya érezte negatív hatását. Ez a fajta nőiesebb kommunikációs stílus jellemző volt a két férfi hallgatóra is, akik levelező tagozaton végezték tanulmányaikat, vagyis nagyobb különbségek voltak kimutathatóak a nappali és levelező tagozatos hallgatók között, mint a női és férfi hallgatók között. Ugyanakkor a nagyon aránytalan nemi eloszlás miatt a jelen vizsgálat ebben a tekintetben nem tud állást foglalni.

Jellemző volt még, hogy a vágyott viselkedések és tulajdonságok másik köre mind a kommunikációs partnerre irányuló figyelem körébe esett, ami kifejezetten a női, kapcsolatorientált kommunikáció sajátossága. Az ezekkel szembenálló viselkedések, amelyek a férfiasabb fellépés megnyilvánulásai, a legyőzendő, rossz gyakorlatok csoportját alkották, amelyekről a hallgatók meg akartak szabadulni. A magabiztosabb, önérvényesítő fellépés és kommunikáció vágya tehát nem a férfias kommunikációval mint céllal kapcsolódott össze, hanem sokkal inkább a káros stressz és izgatottság leküzdését vagy kordában tartását jelentette.

Következtetések

A két hallgatói csoport között meglévő nyilvánvaló különbségek miatt érdemes elgondolkodni a lehetséges okokon. Logikus magyarázat, hogy a különbségek az eltérő élethehelyzetre, illetve a kétféle kommunikációs kurzusra vezethetők vissza.

A nappali tagozatos hallgatók frissen szerzett diplomájukkal iratkoztak be a képzésre, ezért csak csekély mértékű munkatapasztalattal rendelkeztek. Kommunikációs tapasztalataik is elsősorban az iskolai és egyetemi élményeikre és magánéleti szituációkra korlátozódtak. Ez jól kirajzolódott a fejlődési tervekben leírt példákból is. A munkahelyi tapasztalatok azonban jobban szembesítik az embereket saját képességeikkel, több alkalmat szolgáltatnak arra, hogy megismerjék saját erősségeiket és gyengeségeiket. A szélesebb körű tapasztalatok és a magasabb életkor gyakran eredményez alaposabb önismeretet. Ez lehet az egyik oka, hogy a levelező tagozatos hallgatók precízebben és részletesebben számoltak be saját kommunikációs tulajdonságaikról és működésükről.

Az eltérések másik okát abban látjuk, hogy a nappali tagozatos hallgatóknak több lehetőségük volt arra, hogy a kommunikációs kurzus során megismert új tudást kipróbálják a gyakorlatban. A szeminárium témáiról és kommunikációs gyakorlatairól nagyon pozitívan nyilatkoztak annak végeztével, úgy érezték, hogy egy új perspektívát mutatott meg számukra. A nem önmagukra, hanem a kommunikációs partnerre irányuló figyelem olyan új látásmód volt számukra, amit sikerült a gyakorlatba is átvinni, és ami egyértelműen megmutatkozott a kommunikációs fejlődési tervekben is. Többen az órai szituációs játékok során szembesültek vele, hogy mennyire türelmetlenül és támadóan kommunikálnak, és a terveikben le is írták, hogy ezen változtatni szeretnének. A levelező tagozatos hallgatóknak ugyanakkor nem volt lehetőségük gyakorlásra a konzultációk során, és saját mindennapi, a munkájukkal kapcsolatos kommunikációs problémáik sokkal nagyobb súllyal voltak jelen az életükben.

A fejlődési tervekben témaként megjelent, hogy mennyi időre lenne szükségük a hallgatóknak ahhoz, hogy a változásokat elérjék. Néhányan leírták, hogy a közeljövőben szándékoznak egy kommunikációs tréningen részt venni, így szakértők segítségét kérik céljaik megvalósításához. Ezzel szemben a többség arról számolt be, hogy szerintük pár hónap kellene csak, de legalább is egyetemi tanulmányaik végére képesek lesznek legyőzni a problémákat és megszilárdítani új képességeiket. Többségük barátokat és a családot említették, akik segítségükre lehetnek a fejlődésben őszinte kritikájukkal. Mivel ezek a nehézségek a tervekben leírtak alapján régóta fennállnak, és gyakran megszilárdult személyiségjegyekként jelennek meg, amelyek komoly hatással vannak a válaszadók magánéletére és szakmai teljesítményére, meglepőek voltak ezek a túl optimista, nem igazán reális válaszok.

Meggyőződésünk, hogy egy kiváló humán erőforrás-szakembernek kiemelkedően jó kommunikációs képességekkel kell rendelkeznie. Ahogy a már említett SHRM-elemzés is állítja, már a karrier legelején is szükség van „pontos és hibátlan” kommunikációra (SHRM 2016:47). A diákok által benyújtott kommunikációs fejlődési tervek alapján az elsődleges cél, hogy a hallgatók megtanuljanak a stresszes helyzeteken úrrá lenni, és saját kommunikációjukat könnyedén és rutinosan tudják irányítani. Sikeresebb szóbeli megnyilatkozásaik nagyobb önbizalmat adhatnak, ami többi kapcsolódó probléma enyhülését is eredményezheti. A vizsgálat azt mutatja, hogy az alapképzésben mindenképpen, de még a mesterképzésben is szükség van kommunikációs képességfejlesztésre és rendszeres szóbeli feladatokra, melyeken keresztül a hallgatók legyőzhetik gyengeségeiket, és magabiztosabb, kiemelt súlyozottabb embereké, végeredményben pedig sikeresebb tanácsadókká válnak.

Irodalom

- Basow, S.A. & Rubenfeld, K. (2003): „Troubles Talk”: Effects of Gender and Gender-Typing. *Sex Roles*, 48(3-4), 183–187. <https://doi.org/10.1023/A:1022411623948>
- Borgulya Istvánné Vető, Á. Á. (2010): *Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Boxall, P. – Burch, G. (2007, October): Education for a career in human resource management. *Human Resources Magazine*, 12(4), 30–31. Retrieved from: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=c5a963f3-5516-4dcd-84d0-fa05eaaed324%40sessionmgr11&vid=2&hid=11>
- de Caluwé, L. and Reitsma, E. (2010): Competencies of Management Consultants: A Research Study of Senior Management Consultants. In: A.F. Buono & D.W. Jamieson (eds.) *Consultation for Organizational Change*. Charlotte, NC: Information Age Publishing, 2010, 15–40.
- Charmaz, K. (2000): Grounded theory: constructivist and objectivist methods. In: Denzin, Norman K. – Lincoln, Yvonna S. (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, second ed. Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 509–535.
- Cleveland, J.N., et al. (2015): The future of HR is RH: Respect for humanity at work, *Human Resource Management Review*, 25(2), 146–161. <http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.01.005>
- Cohen, D.J. (2015): HR past, present and future: A call for consistent practices and a focus on competencies, *Human Resource Management Review*, 25(2), 205–215. <http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.01.006>
- Commission for Public Relations Education (2012): *Standards for a master's degree in public relations: Educating for complexity*. PRSA Foundation.
- Egan, G. (1994): *The skilled helper: a problem-management approach to helping*. Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Glaser, Barney G., Strauss, Anselm L. (1967): *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine, Chicago. Sage, London.
- Gray, J. (1992): *Men are from Mars, Women are from Venus: a Practical Guide for Improving Communication and Getting What You Want in a Relationship*. New York: HarperCollins.
- Höselbrath, F. (2000): Die Umfrage – 623 Führungskräfte über das Eigenschaftprofil von Beratern und Managern in einem Sieben-Jahres Vergleich 1993/2000. In: Höselbrath, F. – Lay, R. – Arriortua, L. – Ignacio, J. (eds.): *Die Berater: Einstieg. Aufstieg. Wechsel*. Institut für Management, Markt- und Medieninformation. Frankfurt am Main.
- Jugo, D. (2017): Trends in education of communication professionals: The perspective of educators and employers in Croatia. *Public Relations Review* (in press) <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.02>
- Krippendorff, K. (1969): Models of messages: three prototypes. In G. Gerbner, O.R. Holsti, K. Krippendorff, G.J. Paisly & Ph.J. Stone (eds.), *The analysis of communication content*. New York: Wiley.
- Kukulu, K. – Buldukoğlu, K. – Kulakaç, Ö. – Köksal, C. D. (2006): The Effects of Locus of Control, Communication Skills and Social Support on Assertiveness in Female Nursing Students. *Social Behavior and Personality*, 34(1), 27–40.
- Kuntze, J. et al. (2016): Big Five Personality Traits and Assertiveness do not Affect Mastery of Communication Skills *Health Professions Education*, 2, 33–43
- Kuntze, J. et al. (2018): Mastery of Communication Skills. Does Intelligence Matter? *Health Professions Education* 4, 9–15. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.hpe.2016.08.002>
- Lang G, Van der Molen HT. (2012): *Psychologische Gespreksvoering. Een basis voor hulpverlening*. [Psychological Communication. A basis for the helping process]. Amsterdam, The Netherlands: Uitgeverij Boom/Nelissen.
- Lakoff, R. T. (1975): *Language and woman's place*. New York: Harper & Row.
- Lasswell, H. D. (1948): ‘The Structure and Function of Communication in Society’, in L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, Harper, New York, pp. 37–51.
- Love, L. F., & Singh, P. (2011): Workplace branding: Leveraging human resources management practices for competitive advantage through „best employer” surveys. *Journal of Business Psychology*, 26, 175–181. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1007/s10869-011-9226-5>

- Leaper, C. (1991): Influence and involvement in children's discourse: Age, gender, and partner effects. *Child Development*, 62, 797–811.
- Lubinski, D. (2004): Introduction to the special section on cognitive abilities: 100 years after Spearman's (1904) "General Intelligence, 'Objectively Determined and Measured". *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 96–111.
- Maltz, D. N., & Borker, R. (1982): A cultural approach to male-female miscommunication. In J. J. Gumpertz (Ed.), *Language and social identity*. Cambridge; Cambridge University Press.
- Mason, E. S. (1994): Gender differences in job satisfaction. *The Journal of Social Psychology*, 135, 143–151.
- Mayring, Ph. (2014): *Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt. Retrieved from: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
- Mayring, Ph. (2000): Qualitative Content Analysis [28 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Art. 20, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0002204>.
- Mészáros, A. – Budavári-Takács, I. – Juhász Klér, A – Torma, K. (2016): A tanácsadás pszichológiája. In: Poór, J. (szerk). *Menedzsment-tanácsadási kézikönyv*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 127–151.
- Mulac, A., Bradac, J. J., & Gibbons, P. (2001): Empirical support for the gender as culture hypothesis: An intercultural analysis of male/female language differences. *Human Communication Research*, 27, 121–152.
- Murphy, C., et al. (2016): Blue skies and black boxes: The promise (and practice) of grounded theory in human resource management research, *Human Resource Management Review* (in press) Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.08.06>
- Nickols, F., Bergholz, H. (2012): The Consultant's Competency Circle: A Tool for Gauging your Success Potential as an Independent Consultant, *Performance Improvement*, 52(2), 37–41.
- Pearson, J. C. (1985): *Gender and communication*. Dubuque, IA: William C. Brown.
- Rosengren, K. E. (2000): *Communication. An introduction*. London: Sage Publication.
- Society for Human Resource Management. (2016): *SHRM elements for HR success: Competency model*. https://www.shrm.org/LearningAndCareer/competency-model/PublishingImages/pages/default/SHRM%20Competency%20Model_Detailed%20Report_Final_SECURED.pdf
- Strauss, A. – Corbin, J. (1998): *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Tannen, D. (1990): *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York: Ballantine Books.
- Thornberg, R. (2012) Informed grounded theory. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 56(3), 243–259.
- Thorne, B., & Henley, N. (1975): Difference and dominance: An overview of language, gender, and society. In B. Thorne & N. Henley (eds.), *Language and sex: Difference and dominance*, Rowley, MA: Newbury House Publishers, 5–42.
- Tokár-Szadai, Á. (2013): Tanácsadói szerepek, kompetenciák. *Vezetéstudomány*, 44(3), 26–36.
- Ulrich, D., & Dulebohn, J.H. (2015): Are we there yet? What's next for HR?, *Human Resource Management Review*, 25(2), 188–204. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.01.004>
- Ulrich, D. – Younger, J. – Brockbank, W. – Ulrich, M. D. (2013): The State of the HR Profession. *Human Resource Management*, 52(3), 457–471.
- Welbourne, T. (2005): *Women „Take Care,” Men „Take Charge.” Stereotyping of U.S. Business Leaders Exposed*. https://www.catalyst.org/system/files/Women_Take_Care_Men_Take_Charge_Stereotyping_of_U.S._Business_Leaders_Exposed.pdf
- Wood, J. T. (1996): *Gendered lives: Communication, gender and culture* (2nd ed). Belmont, CA; Wadsworth.

Múzeumpedagógiai tapasztalatok és igények a pécsi óvodás gyermekek szülei körében

A tanulmány a *Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek* című projekt keretében lebonyolított, a pécsi óvodáskorú gyermekek szüleinek múzeumpedagógiai tapasztalatait és igényeit felmérő kutatás eredményeit ismerteti. A kutatás az óvodáskorú gyermekeket nevelő családok múzeumlátogatási szokásainak felmérése mellett feltárta a szülők múzeumi programokkal, szolgáltatásokkal és kommunikációval kapcsolatos igényeit is.

I. A kutatás háttere és módszerei

A Szabadtéri Néprajzi Múzeum felkérésére, az EFOP-3.3.3-VEKOP-16-2016-00001 számú, „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” című projekt keretében, a Hoszszúhetényi Tájházaiban lebonyolított *Rica, rica kukorica* című múzeumpedagógiai mintaprojekthez kapcsolódóan 2017 októbere és 2018 januárja között került sor a pécsi óvodáskorú gyermekek szüleinek múzeumpedagógiai tapasztalatait és igényeit felmérő kutatásra.¹ A kutatás önkitöltős kérdőív segítségével, óvodánként 10-10 válaszadó, összesen 140 szülő múzeumpedagógiai tapasztalatait, illetve a múzeumi programokkal, szolgáltatásokkal és kommunikációval kapcsolatos igényeit mérte fel.

A mintavétel során az óvodák kiválasztásánál fontos szempont volt, hogy valamennyi pécsi városrész reprezentatív módon jelenjen meg a mintában. Ennek megfelelően lépcsőzetes mintavételi eljárás alapján 14 pécsi óvoda került a mintába, melyből 12 óvoda önkormányzati fenntartású, 2 óvoda pedig egyéb fenntartású. (PTE óvoda; Koch Valéria Középiszkola, Általános Iskola, Óvoda és Kollégium). A kérdőívek valamennyi óvodában az óvónők közvetítésével jutottak el az egy-egy óvodai csoportba járó gyermekek szüleihez. A kitöltés önkéntes volt, az adatok felvételének időintervalluma minden intézményben kb. 1 hét volt, illetve

II. A kérdőívek elemzése

II.1. A minta megoszlása

A kérdőívet kitöltő 140 szülő 4,3%-a általános iskolai, 34,3%-a középiskolai, 54,3 %-a felsőfokú végzettséggel, 7,1%-a pedig doktori fokozattal rendelkezik. 9,3%-uk 30 év alatti, 57%-uk 30-40 év közötti, 33,7%-uk pedig 40 évnél idősebb. A válaszadó szülők 27,1%-a egy gyermeket, 47,1%-a két gyermeket, 25,7%-a pedig 3 vagy annál több gyermeket nevel.

Fontos hangsúlyozni, hogy a minta némi torzítást mutat a mai magyar lakosság demográfiai jellemzőivel való összevetésben, hiszen a Központi Statisztikai Hivatal 2011-es népszámlálási adatai alapján a mintavételben meghatározó szerepet kapó a 25-34 év közötti korosztályban országosan csak 28% a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya, a 35-39 év közötti korosztályban ez az arány pedig országosan csak 23,1%.² A mintában magas

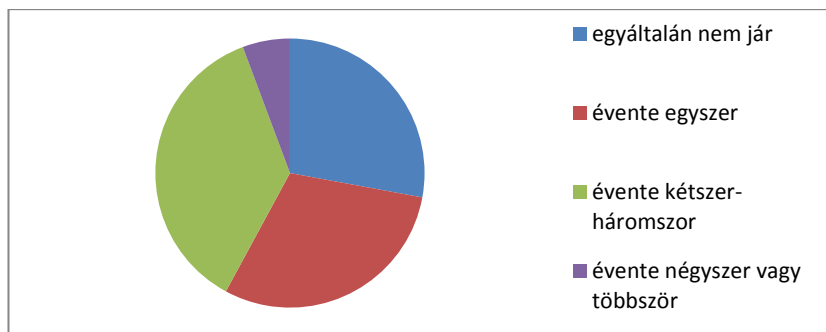
¹ A tanulmány megjelentetéséhez a Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központja hozzájárult

² KSH, Népszámlálás 2011, Iskolázottság. Visszatekintő adatok. 1.1.6 Az egyetemi, főiskolai stb. oklevéllel rendelkező népesség száma és megoszlása korcsoport szerint, valamint a megfelelő korúak százalékában, nemeként. http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_iskolazottsag (2019.04.21.)

a doktori fokozattal rendelkezők aránya. A torzítás több okra vezethető vissza, mint például Pécs egyetemváros jellege. Bár jelen tanulmánynak nem célja a fenti kérdés elemzése, további vizsgálatok lehetőségét veti fel az kérdőívvel kapcsolatos válaszadási hajlandóság megoszlása. A 30-40 év közötti szülők, illetve a 40 éven felüli szülők által adott válaszokban nem mutatkoztak olyan mértékű különbségek, melyekből releváns következtetéseket lehetne levonni. Mivel a válaszadó szülők között nagyon alacsony volt a 30 év alattiak száma, így életkor alapján nem kerültek elemzésre a kapott adatok.

II.2.A múzeumlátogatás gyakorisága

A vizsgálatba bevont pécsi óvodáskorú gyermekek szüleinek 27,9%-a egyáltalán nem, 30%-a évente egyszer, 36,4%-a évente kétszer-háromszor, míg 5,7%-a évente négyszer vagy ennél többször keresi fel a múzeumokat szabadidős tevékenységként.



1. ábra: A múzeumlátogatás gyakorisága a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében

A múzeumlátogatás gyakorisága iskolai végzettség szerint

A középiskolai végzettséggel rendelkező szülőknek több, mint 1/3-a (35,4%), a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülőknek pedig a 18,4%-a egyáltalán nem jár gyermekével múzeumba. Az általános iskolai végzettséggel rendelkező, valamint a doktori fokozattal rendelkező szülők esetében a válaszadók alacsony száma miatt nem vonható le releváns következtetés.

A múzeumlátogatás gyakorisága a gyermekek száma szerint

Legmagasabb arányban az egy gyermeket nevelő szülők nem járnak egyáltalán múzeumba, 34,2%-uk jelölte meg ezt a választ, szemben a két gyermeket nevelő szülők 27,3%-val, illetve a három vagy annál több gyermeket nevelő szülők 16,7%-val. A gyermekek száma alapján ugyanakkor nincs különbség az évente csak egyszer, vagy az évente kétszer-háromszor múzeumba látogató családok között. Ugyanakkor, míg az egy, illetve két gyermeket nevelő szülők közül jóformán senki nem jár évente négyszer vagy négynél többször múzeumba, a három vagy annál több gyermeket nevelő szülők esetében 16,7%-os válaszadási arány jelent meg.

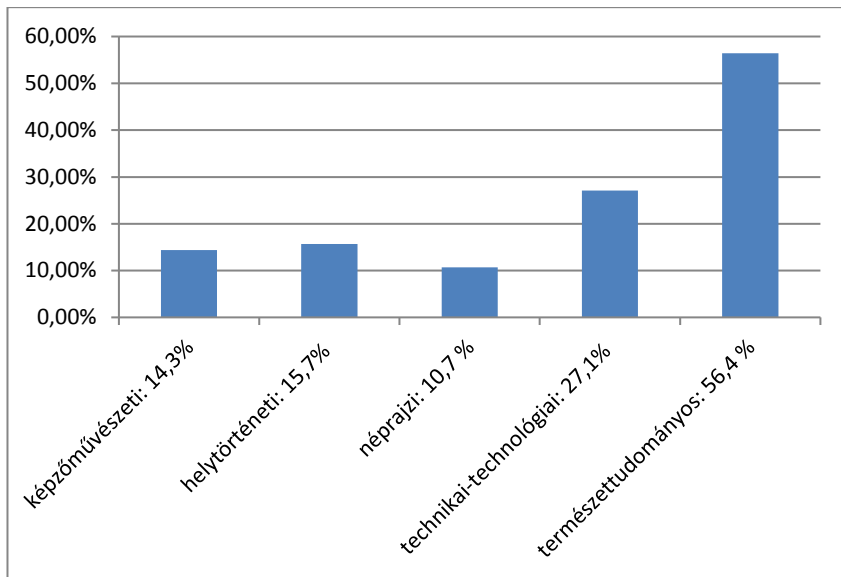
II. 3. A múzeumlátogatást gátló tényezők

Kiemelkedően magas aránnyal, a válaszadók 20%-a a szabadidő hiánya miatt nem látogatja gyakrabban a múzeumokat, valamint gyakori indokként határozták meg a múzeumokat egyáltalán nem, vagy csak évente egyszer látogató szülők a múzeumokkal kapcsolatos információk hiányát (11%). A múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők legmagasabb arányban, 35,8%-ban a szabadidő hiányát jelölték meg olyan gátló tényezőként, ami miatt egyáltalán nem járnak múzeumokba. A múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők közel egyharmada, 30,8%-a az érdeklődés hiánya miatt nem keresi fel ezeket az intézményeket.

A múzeumlátogatást gátló meghatározó tényező az is, hogy a mintába került válaszadónak mindössze 50%-a ismeri a környékbeli múzeumokat, valamint, hogy a válaszadók 79%-át egyáltalán nem érik el a múzeumokkal, kiállításokkal, múzeumi programokkal kapcsolatos információk.

II.4. Preferált múzeumok és kiállítások

Megállapítható, hogy a kutatásba bevont pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében kiemelkedően magas a természettudományi kiállítások/ múzeumok iránti érdeklődés. A válaszadók 56%-a érdeklődik a természettudományi múzeumok, 27%-uk pedig a technikai-technológiai múzeumok iránt. A válaszadó szülők kevésbé érdeklődnek a képzőművészeti és a helytörténeti múzeumok iránt (14- 16%), legkevésbé pedig a néprajzi tárlatok érdekes számukra.

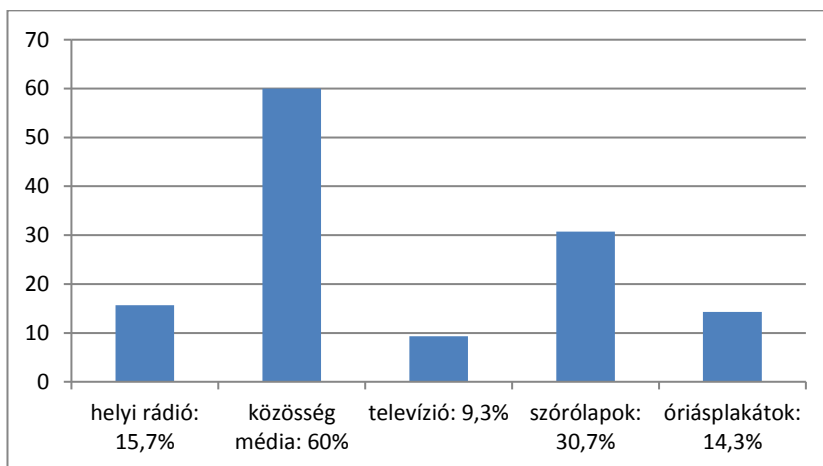


2. ábra: A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei által preferált múzeumtípusok, kiállítások

Az iskolai végzettség alapján egy érdekes eredményt érdemes kiemelni. Míg a középiskolai végzettséggel rendelkező szülők inkább a képzőművészeti (20,8%) és kevésbé a helytörténeti kiállítások iránt (8,3%) érdeklődnek, eddig a főiskolai és egyetemi végzettségűek körében ez fordítva van, hiszen itt még a válaszadók 10,5%-a érdeklődik a képzőművészeti tárlatok iránt, addig a helytörténeti kiállításokra 19,7 % kíváncsi.

II.5. Preferált kommunikációs csatornák

A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében toronymagasan a különböző közösségi média felületek (facebook, twitter, stb.) bizonyultak a leginkább preferált kommunikációs csatornáknak, a válaszadók 60%-a jelölte meg azt, hogy a múzeumokról ezen a módon kívánnak információt kapni. A válaszadóknak ugyanakkor majdnem az egyharmada (30,7%) szórólapok révén is szívesen tájékozódna a múzeumi programokról, aktuális kiállításokról. Preferált kommunikációs csatornaként legkevésbé a helyi rádiót (15,7%), a televíziót (9,3%), valamint az óriásplakátokat (14,3%) jelölték meg a válaszadók.



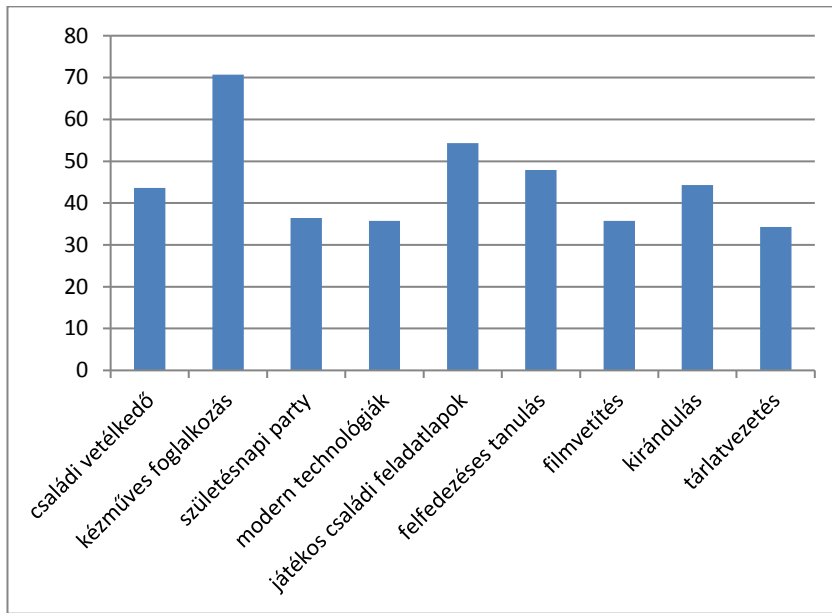
3. ábra: Preferált kommunikációs csatornák a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében

Iskolai végzettség szerint különbségek figyelhetők meg a preferált kommunikációs csatornák tekintetében. Míg a középiskolai végzettséggel rendelkező szülők nyitottabbak arra, hogy televízión keresztül értesüljenek a múzeumi programokról, kiállításokról (16,7%), addig a főiskolai és egyetemi végzettséggel rendelkezők jóformán teljesen elutasítják a televíziót mint kommunikációs csatornát (a televíziót preferálók aránya itt: 2,6%). Az óriásplakátok szintén népszerűbbek a középiskolai végzettségűek körében (22,9%), a főiskolai és egyetemi végzettségűek körében csupán a válaszadók 7,9 %-a szeretne óriásplakátokon keresztül értesülni a múzeumok által nyújtott lehetőségekről.

Valamennyi életkori csoportban a közösségi média a legnépszerűbb és igényelt kommunikációs csatorna.

II.6. Preferált múzeumpedagógiai programok

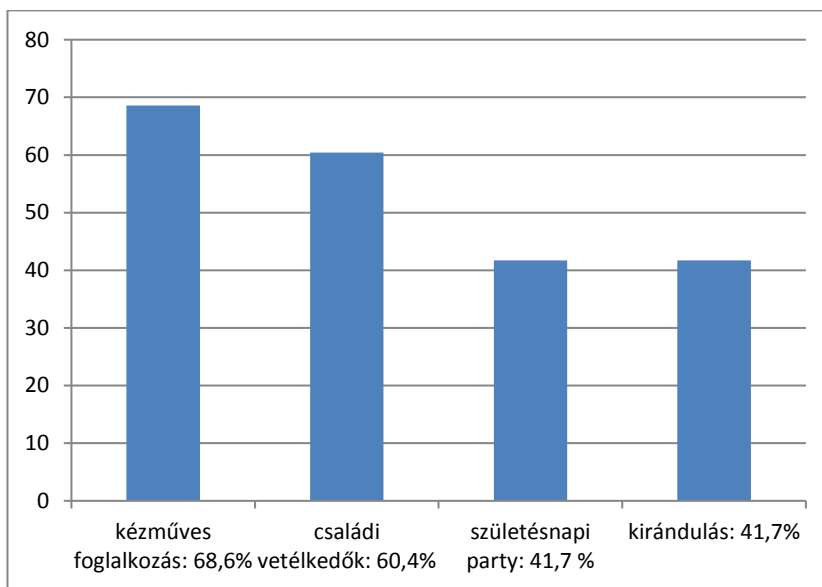
A válaszadók körében a kézműves foglalkozások bizonyultak a legnépszerűbb módszernek a szülők körében, válaszaik alapján 70,7%-uk nagyon szívesen venne részt olyan múzeumpedagógiai programon, ahol lehetőségük nyílna arra, hogy gyermekeik kézműves tevékenységben vegyenek részt. Emellett különösen vonzó múzeumpedagógiai programként határozták meg a családi vetélkedőket/ versenyeket (43,6%), a családirag kitöltendő feladatlapokra épülő múzeumi programokat (54,3%), a foglalkoztató kiadványra épülő, családok számára kidolgozott felfedezési tanulási lehetőségeket (47,8%), valamint a múzeumok által szervezett kirándulásokat (44,3%). Ugyanakkor megfontolandó a múzeumok számára, hogy a válaszadók több, mint egyharmada, a szülők 36,4%-a nyilatkozott úgy, hogy nagyon szívesen szervezné meg gyermeke születésnapjait a múzeumban, illetve népszerűnek bizonyultak a modern technológiára, illetve a mobilkommunikációs eszközök alkalmazására épülő programok is, hiszen a válaszadók 35,7%-a nagyon szívesen venne részt ilyen jellegű programokon a múzeumokban.



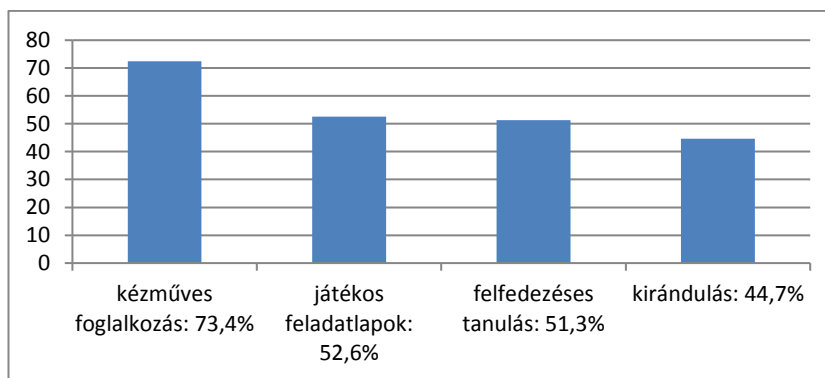
4. ábra: A legnépszerűbb múzeumpedagógiai módszerek és programok a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében

A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében a legkevésbé népszerű múzeumpedagógiai módszer a drámapedagógia, a válaszadók 35,7%-a nyilatkozott úgy, hogy egyáltalán nem érdeklik a drámapedagógiai programok. Ugyanakkor a válaszadók további 32%-a nem zárja ki, hogy drámapedagógiai foglalkozáson vegyen részt gyermekével, hiszen ezt a múzeumpedagógiai módszert a „talán” kategóriába sorolta. Ugyanakkor a kérdőívek elemzése során felmerül a kérdés, hogy a válaszadók tisztában voltak-e a drámapedagógia pontos fogalmával. A drámapedagógia mellett a szülők legnagyobb arányban még a kérdőívben „éjszaka a múzeumban” címkét kapott, a gyermekek számára a múzeumban való „ott alvást” kínáló programokat utasították el, mintegy 37%-uk egyáltalán nem venne részt ilyen jellegű múzeumi programon. A tanulmány szerzője úgy véli, hogy az „ott alvós” programok elutasításának több oka is lehet. Egyrészt talán a gyermekek életkori sajátosságai miatt a szülők kevésbé nyitottak az ilyen jellegű programokra, másrészt mivel a hazai múzeumi gyakorlatban a külföldi sikeres példák ellenére egyelőre még nem terjedtek el az ilyen jellegű innovatív kezdeményezések, a szülők is fenntartással fordulhatnak feléjük. Harmadrészt valószínűsíthető, hogy a múzeumokkal kapcsolatos hagyományos attitűdök is hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a szülők ilyen jelentős mértékben utasítsanak el egy egyébként innovatív kezdeményezést. Ugyanakkor meg kell említeni azt is, hogy a szülők 22,8%-a nagyon szívesen, 30%-uk pedig talán részt venne gyermekével egy „éjszaka a múzeumban” ott alvós programon.

Érdekes különbségek fedezhetőek fel a különféle múzeumpedagógiai programokkal, módszerekkel kapcsolatos preferenciákban az iskolai végzettség szerint. Míg a középiskolai végzettséggel rendelkező szülők jelentős része (60,4%) nagyon szívesen venne részt a múzeumok által szervezett családi vetélkedőkön, addig a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők kevésbé preferálják ezt a múzeumpedagógiai programtípust, hiszen csak 35,5%-uk nyilatkozott úgy, hogy nagyon szívesen venne részt ilyen jellegű programon gyermekével.



5. ábra: A legvonzóbb múzeumpedagógiai programok és módszerek a középiskolai végzettséggel rendelkező pécsi szülők körében



6. ábra: A legvonzóbb múzeumpedagógiai programok és módszerek a felsőfokú végzettséggel rendelkező pécsi szülők körében

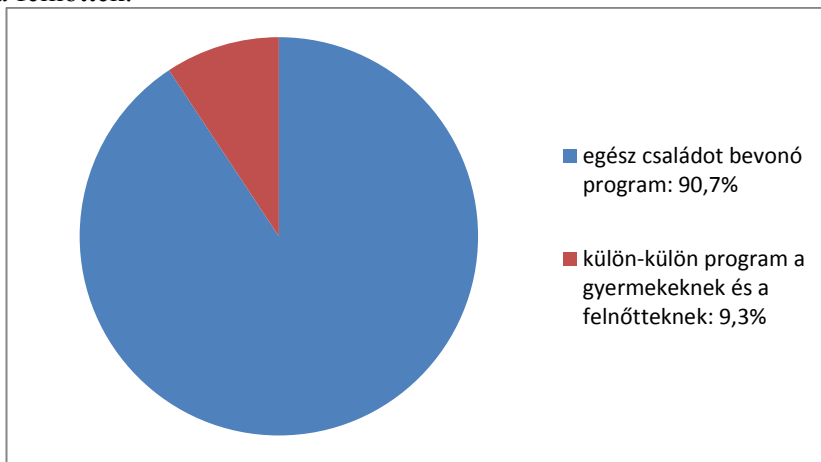
Bár mind a középiskolai, mind a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők körében a kézműves foglalkozások / tárgyalkotó tevékenység a legnépszerűbb múzeumpedagógiai módszer, illetve bár mindkét csoport számára a múzeumok által szervezett kirándulás a negyedik legnépszerűbb programtípus, a további preferenciákban különbség mutatkozik. Míg a középiskolai végzettségű szülők a kézműves foglalkozások és a múzeumok által szervezett kirándulások mellett a múzeumban szervezett családi vetélkedőkön és születésnap party-n vennének részt a legszívesebben, addig a felsőfokú végzettségű szülők ezen programok helyett a családirag kitölthető játékos feladatlapokat, valamint a foglalkoztató kiadványokra épülő felfedezései családi tanulást preferálnák a múzeumokban.

Az iskolai végzettség szerinti különböző preferenciák jól megmutatkoznak abban is, hogy a szülők mely múzeumpedagógiai programok és módszerek iránt nem érdeklődnek egyáltalán. Míg a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők egyharmada (32,9%) teljes mértékben elutasítja a múzeumokban szervezendő születésnap buli gondolatát, addig a

középiskolai végzettségű szülők esetében ez az arány csupán 14,6%. Hasonló eredményekre jutunk a családi vetélkedők elutasítása kapcsán is, hiszen míg a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők egynegyede egyáltalán nem kíván részt venni a múzeumokban megszervezett családi vetélkedőkön, addig a középiskolai végzettségű szülőknek csak 8,3%-a zárja ki ez a programtípust teljes mértékben.

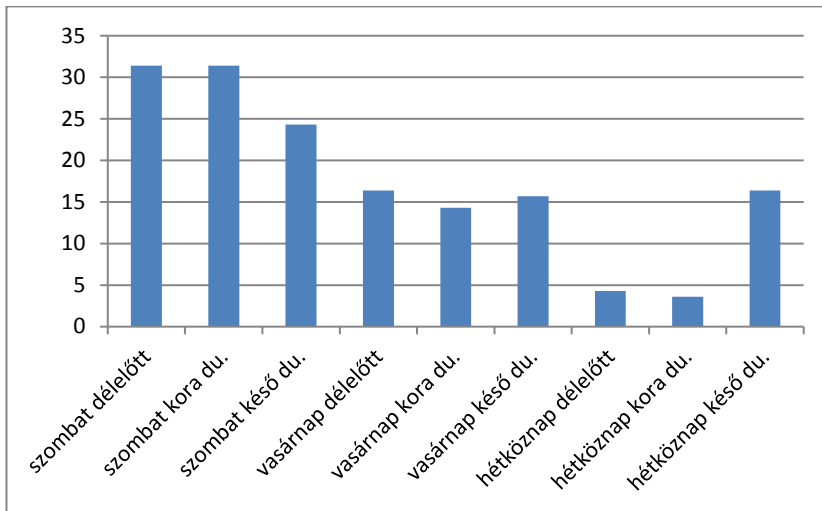
II.7. A múzeumlátogatás preferált keretei

A kutatás alapján a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei kimagasló mértékben az egész családot egyidejűleg és közösen bevonó múzeumi programokat preferálják (90,7%). A válaszadóknak csupán 9,3 %-a nyilatkozott úgy, hogy szívesebben venne részt olyan múzeumi programon, melynek keretében külön foglalkozáson vesznek részt a gyermekek, és külön programon a felnőttek.



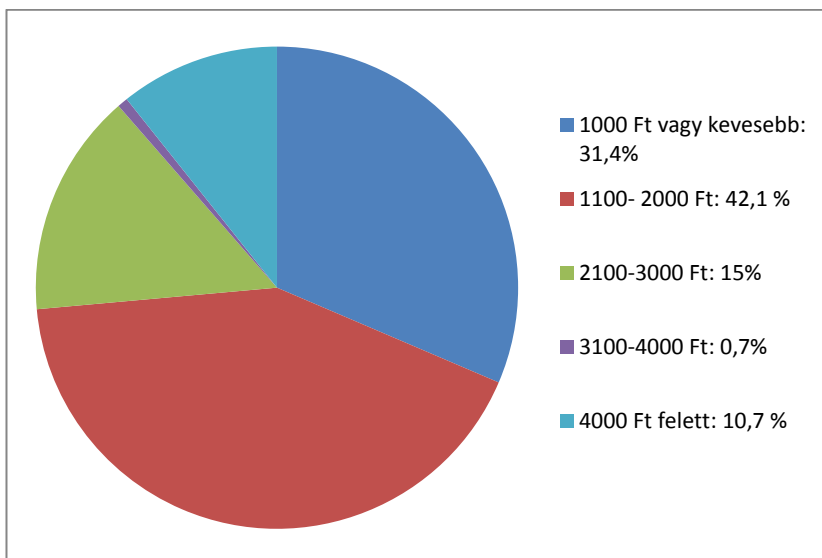
7. ábra: A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei által preferált múzeumi programok keretei

A kutatásba bevont pécsi szülők egyértelműen a szombati napot, azon belül is a szombat délelőttöt és a szombat kora délutánt határozták meg a legideálisabb időpontnak a múzeumi családi programok lebonyolítása szempontjából, mind a két időpont a válaszadók 31,4 %-a szerint tekinthető ideálisnak. A szombat késő délutáni időpontot a válaszadók majdnem egynegyede (24,3%) tartotta ideális időpontnak a múzeumi programokon való családi részvétel szempontjából. A vasárnapi nap valamennyi napszak tekintetében kevésbé bizonyult népszerűnek. A hétköznapi délelőtti és kora délutáni időpont jóformán egyáltalán nem bizonyult ideálisnak, és a hétköznapi késő délutáni időpontot is csak a válaszadók 16,4%-a jelölte meg ideális időpontként.



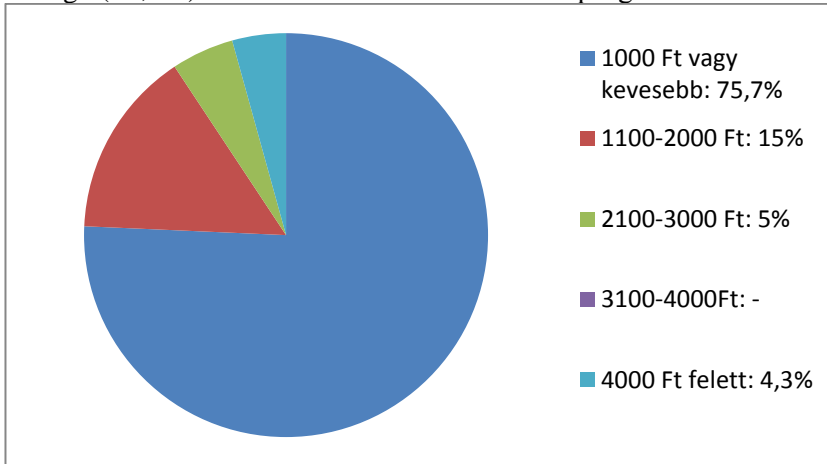
8. ábra: A családi múzeumlátogatás szempontjából legideálisabbnak ítélt napok és napszakok a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

A kérdőívek eredményeinek elemzése alapján megállapítható, hogy a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei leginkább 1000-2000 Ft közötti összeget fordítanának maximálisan 1 fő gyermek és 1 fő szülő múzeumlátogatására, illetve múzeumi programon való részvételére. A válaszadók 42,1 %-a fordítana maximálisan ekkora összeget erre a szabadidős tevékenységre. Ugyanakkor a válaszadók majdnem egyharmada (31,4%) maximum 1000 Ft-ot vagy ennél kisebb összeget szánna 1 fő gyermek és 1 fő szülő múzeumlátogatására, illetve múzeumi programon való részvételére. A gyermekek száma a kutatás eredményei szerint érdemben nem befolyásolja azt, hogy a szülők mekkora összeget szánának 1 fő gyermek és 1 fő szülő múzeumi programon való részvételére.



9. ábra: 1 gyermek és 1 felnőtt múzeumi programon való részvételéért kifizetendő maximális összeg

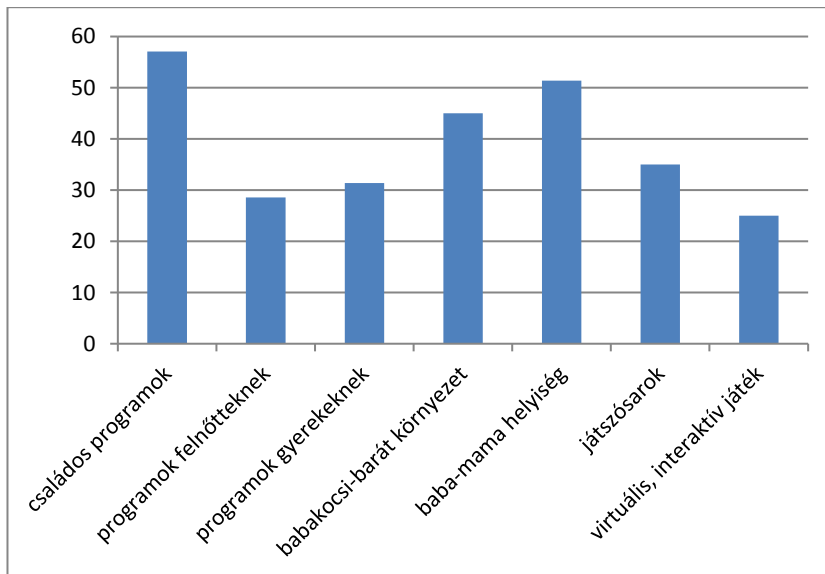
Amennyiben gyermekük óvodai program keretében látogatna múzeumba, úgy a szülők túlnyomó többsége (75,7%) maximum 1000Ft-ot szánna a programra.



10. ábra: A pécsi szülők által óvodai program keretében lebonyolított múzeumpedagógiai foglalkozásra szánt maximális összeg

11.8.: A látogatóbarát múzeum ismervei a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

A szülők leginkább a családi programokat (57,1), a pelenkázó, illetve baba-mama helyiségek biztosítását (51,4%), a babakocsi-barát környezetet (45%), a játszósarok kiépítését (35%), a kifejezetten gyermekeknek kínált programokat (31,4%), a felnőtteknek szervezett külön múzeumi programokat (28,6%) és a virtuális, interaktív játékokat (25%) tartották elmaradhatatlannak, alapvetően fontosnak ahhoz, hogy egy múzeum kiérdemelhesse a látogatóbarát jelzést.

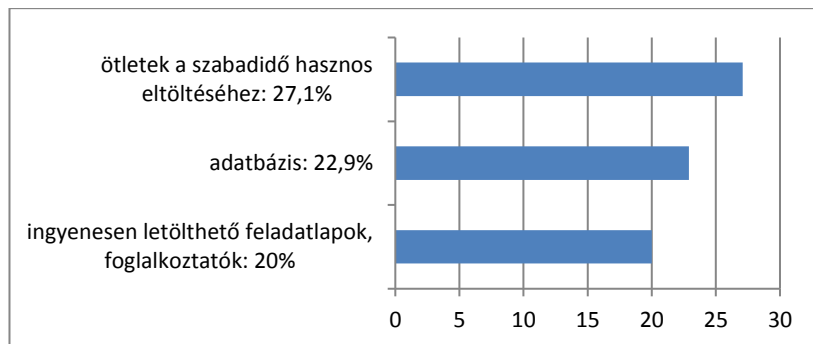


11. ábra: A látogatóbarát múzeum ismervei a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

Legkevésbé fontosnak pedig azt tartották a szülők, hogy a múzeum mint esküvői helyszín is funkcionáljon, hiszen 35,7%-uk ezt a szolgáltatást egyáltalán nem tartja fontosnak.

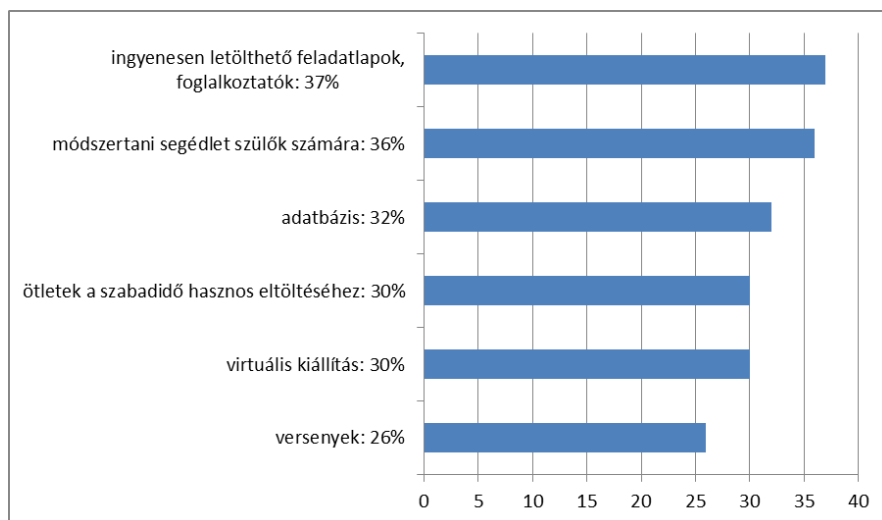
11.9. A modern múzeumi honlap ismérvei a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

A szülők legnagyobb része a családok számára a szabadidő hasznos eltöltéséhez nyújtott ötletek megosztását és játékos feladatok ajánlását, az online elérhető adatbázist, valamint az ingyenesen letölthető feladatlapokat és foglalkoztató füzeteket határozta meg a modern múzeumi honlap alapvető követelményeként.



12. ábra: A modern múzeumi honlap alapvető követelményei a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

Fontos közvetítendő tartalomként pedig legnagyobb részük a múzeumi honlapról ingyenesen letölthető feladatlapokat és foglalkoztató füzeteket, a szülők múzeumlátogatásra való felkészülését támogató módszertani segédleteket, online adatbázis és virtuális kiállítás közvételét, valamint versenyek meghirdetését határozták meg.

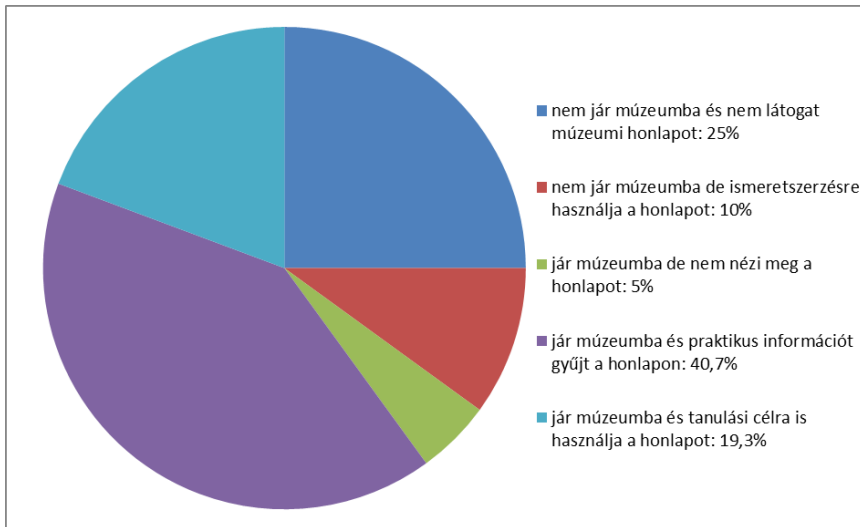


13. ábra: A modern múzeumi honlap fontosnak ítélt szolgáltatásai a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei szerint

A múzeumi honlapokkal kapcsolatos elvárásokban két területen mutatkozott jelentős eltérés a szülők között iskolai végzettség alapján. A kutatás eredményei szerint a középiskolai végzettséggel rendelkező szülők sokkal nyitottabbak az internetes felületen meghirdetett versenyekkel kapcsolatosan, mint a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők. Míg a középiskolai végzettségű szülők 20,9%-a a modern múzeumi honlap alapvető követelményeként határozta meg az internetes felületen meghirdetett vetélkedőket, 29,2%-uk pedig

fontosnak minősítette ezt, a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők körében ez az arány az említés sorrendjében csak 9,2% és 25% volt. A kutatás érdekes eredménye, hogy a felsőfokú végzettségű szülők kevésbé nyitottak bármiféle múzeumi vetélkedőre, mint a középiskolai végzettséggel rendelkező szülők, hiszen a preferált múzeumpedagógiai módszerek és programok elemzése hasonló eredményekre vezetett.

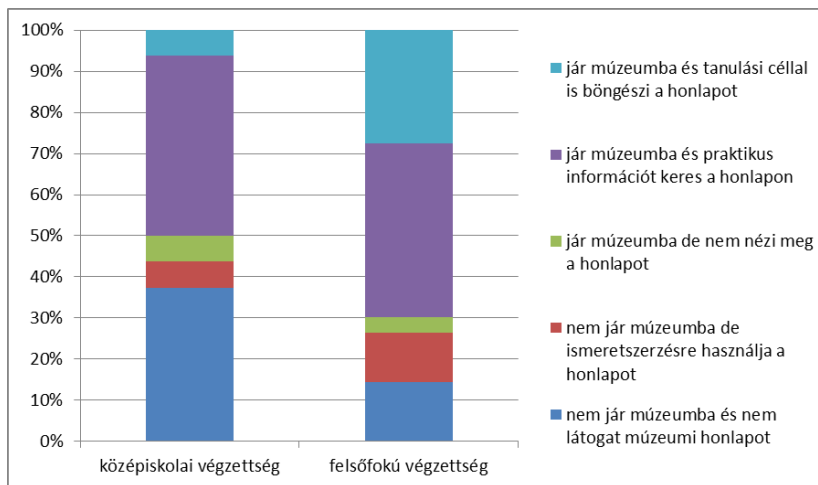
Az önmagát múzeumlátogatóként definiáló szülők legnagyobb része jelenleg praktikus információk (nyitva tartás, belépőjegyárak) megszerzésére használja a múzeumi honlapokat, ugyanakkor közel ötödük a praktikus információk megszerzésén túl tanulási céllal is böngészi a múzeumi honlapokat. A múzeumi honlapok fejlesztése, a tanulást segítő ingyenesen letölthető segédletek és adatbázisok, valamint a szülők múzeumlátogatásra való felkészülését támogató információk múzeumi honlapokon való megosztása a szülők elvárásai alapján indokolt lenne.



14. ábra: A múzeumi honlapok hasznosítása a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében

Megjegyezendő, hogy míg a kérdőív múzeumlátogatási gyakoriságot firtató kérdésére csak a válaszadók 27,9%-a válaszolta azt, hogy egyáltalán nem járnak a családdal múzeumba, addig, ha összesítjük a múzeumi honlapokkal kapcsolatos elvárásokat vizsgáló kérdésre adott válaszokat kiderül, hogy a válaszadók 35%-a nem jár múzeumba. Az eredményben mutatkozó különbséget minden esetben azon szülők válaszai okozzák, akik bár a kérdőív korábbi kérdésére azt a választ adták, hogy évente egyszer ellátogatnak múzeumba, a honlapok hasznosításával kapcsolatos kérdésnél már azt jelölték meg, hogy nem járnak múzeumba.

Iskolai végzettség alapján jelentős különbségek fedezhetőek fel abban, hogy a szülők mire, illetve miként használják a múzeumi honlapokat. A múzeumi honlapot tanulási céllal is böngésző szülők túlnyomó többsége egyértelműen a felsőfokú végzettségűek köréből kerül ki. Míg a múzeumlátogató szülők közül a felsőfokú végzettségűek 27,6%-a böngészi a múzeumi honlapokat tanulási céllal is, addig ez az arány a középiskolai végzettségűek körében csupán 6,3%.



15. ábra: A múzeumi honlapok felhasználási módjának megoszlása a pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében iskolai végzettség alapján

11.10. A múzeumot egyáltalán nem látogató szülők múzeumokkal kapcsolatos preferenciái

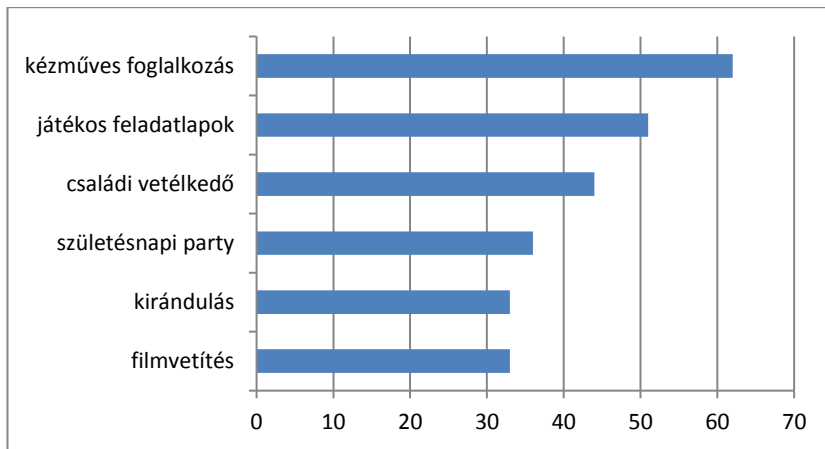
Érdekes összevetni a múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők által adott válaszokat a teljes minta eredményeivel. Legszembetűnőbb különbség az, hogy míg a teljes mintának csak 20%-a határozta meg a szabadidő hiányát és 9,9%-a az érdeklődés hiányát a múzeumlátogatást gátló tényezőként, addig a múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők körében ez az arány 35,9% és 30,8% az említés sorrendjében. Tehát a válaszok alapján megállapíthatjuk, hogy azok számára, akik egyáltalán nem jutnak el múzeumokba, a fő gátló tényező a szabadidő hiánya és az érdeklődés hiánya. Az első kihívással a múzeumok nem tudnak mit kezdeni, a második gátló tényező enyhítése érdekében azonban tehetnek valamit.

Lényeges különbség nem mutatható ki a teljes minta és a múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők kiállítástípusokkal és kommunikációs csatornákkal kapcsolatos preferenciáival kapcsolatban. Mindazonáltal megállapítható, hogy a minta egészéhez képest a múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők kis mértékben érdekesebbnek találták a képzőművészeti tárlatokat és jobban preferálják az óriásplakátokat mint ideális múzeumi kommunikációs csatornát.

A múzeumpedagógiai programokkal és módszerekkel kapcsolatos preferenciák kapcsán két helyütt van szembetűnő különbség a múzeumokat egyáltalán nem látogató szülők és a teljes minta által adott válaszok között. Míg a teljes minta kb. egyharmada (34,3%) venne részt nagyon szívesen tárlatvezetésen, addig a múzeumokat egyáltalán nem látogatók körében ez az arány csupán 10,3%. Szintén jóval kisebb az érdeklődés körükben a foglalkoztató kiadványokra épülő felfedezéses tanulás iránt (28,3%), mint amilyen arányban ez a teljes minta esetében népszerűségnek örvendett. (47,8%). Egyéb múzeumpedagógiai program vagy módszer esetében nem volt jelentős különbség a múzeumot egyáltalán nem látogató szülők által adott, illetve a teljes minta által adott válaszok között. Következtetés tehát, hogy a múzeumok hagyományos tárlatvezetései nem igazán alkalmasak arra, hogy olyan rétegeket vonjanak be a múzeumokba, akik egyébként egyáltalán nem keresik fel ezeket az intézményeket.

A kutatási eredmények alapján a múzeumot egyáltalán nem látogató szülők számára az alábbi múzeumpedagógiai programtípusok, módszerek lehetnének a legvonzóbbak: kézműves foglalkozások (61,5%); játékos családi feladatlapok (51,3%), családi vetélkedők

(43,6%), a múzeumban szervezett születésnap bulik (35,9%), valamint a filmvetítés és a múzeumok által szervezett kirándulások (33,3%).



16. ábra: A múzeumot egyáltalán nem látogató szülők által legvonzóbbnak ítélt múzeumpedagógiai programok és módszerek

III. Összegzés

A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében lebonyolított kutatás érdekes és hasznos eredményeket hozott. Megfontolandó a múzeumok számára, hogy a kutatásba bevont szülők jelentős része igényelné a hagyományos múzeumpedagógiai módszerek és programok biztosítása mellett a rendhagyóbb programok meghirdetését is. A kutatás eredményei alapján mind a múzeumok által szervezett kirándulások, mind a múzeumokban lebonyolítandó születésnap bulik, mind a modern technológiára, illetve a mobilkommunikációs eszközök alkalmazására épülő programok iránt jelentős érdeklődés mutatkozik az óvodáskorú gyermekek szülei körében. Különösen a múzeumokat egyáltalán nem látogató rétegek megszólítása kapcsán lenne érdemes a múzeumoknak rendhagyó programokkal fordulnia a szülők felé.

Jóformán valamennyi szülő a teljes családot bevonó múzeumpedagógiai programokat preferálta a gyermekek és a felnőttek számára külön-külön lebonyolított programok helyett.

A szülők a szombati napot tartják a családi múzeumpedagógiai programok lebonyolítására leginkább alkalmas napnak. Többségük 2000 Ft-ban maximalta az egy gyermek és egy szülő múzeumi programon való részvételéért kifizetendő összeget, ugyanakkor érdemes kiemelni, hogy közel egyharmaduk 1000 Ft-ban jelölte meg a maximálisan erre fordítandó összeget. Az óvodai szervezésben lebonyolított múzeumpedagógiai programért pedig döntő többségük önkéntes alapon maximálisan 1000 Ft-ot fizetne.

A múzeumi infrastruktúra modernizálását indokolja, hogy a szülők a családi programok meghirdetése mellett a pelenkázó, illetve baba-mama helyiségek biztosítását és a babakocsi-barát környezetet határozták meg a látogatóbarát múzeum alapvető követelményeként, illetve, hogy a válaszadók közel egyharmadának alapvető elvárása, hogy a múzeumok játszószarkokat alakítsanak ki épületeikben.

A múzeumi honlapok informális tanulást támogató lehetőségeinek bővítése, az ingyenesen letölthető múzeumpedagógiai feladatlapok és a szülők múzeumlátogatásra való felké-

szülését támogató módszertani segédletek online biztosítása a szülők igényei kapcsán indokolt lenne. Meglepően magas arányban igényelték a szülők a szabadidő hasznos eltöltését támogató ötletek közzétételét a múzeumi honlapon.

Végül a kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy az óvodáskorú gyermekeket nevelő családok múzeumlátogatási aktivitásának növelése érdekében kifejezetten fontos lenne, hogy a múzeumi programokkal, kiállításokkal kapcsolatos információk, tájékoztatók a jelenleginél nagyobb arányban ériék el ezt a célcsoportot.

Források

KSH, Népszámlálás 2011, Iskolázottság. Visszatekintő adatok. 1.1.6 Az egyetemi, főiskolai stb. oklevéllel rendelkező népesség száma és megoszlása korcsoport szerint, valamint a megfelelő korúak százalékában, nemenként.

http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_iskolazottsag (2019.04.21.)

Függelék

A pécsi óvodáskorú gyermekek szülei körében a múzeumpedagógiai tapasztalatokat és igényeket felmérő kutatás során alkalmazott kérdőív kérdései

A kérdőívet készítette: **Dr. Koltai Zsuzsa, adjunktus**

1.) **Nem:**

2.) **Életkor:**

3.) **Lakóhely:** (járás)

(Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

község

város

megyeszékhely

4.) **Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?**

(Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

8 általánosnál kevesebb

8 általános

középiskola

főiskola, egyetem

doktori fokozat

5.) **Gyermekek száma:**

6.) **Szoktak-e a családdal múzeumokat/kiállításokat látogatni?**

(Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

Nem járunk múzeumba

Évente egyszer

Évente kétszer- háromszor

Évente 4-nél többször

Ha nem járnak múzeumba a családdal, mi ennek az oka?

(Kérem, húzza alá a megfelelő választ! Több választ is megjelölhet!)

nincs elég szabadidőnk rá

utazási nehézségek

túl drága belépőjegyek/ túl drága szolgáltatások

nem érdekelnek a múzeumok

információ hiánya a múzeumok által kínált programokról

egyéb:

7.) **Milyen témájú kiállításokat látogatna meg szívesen óvodáskorú gyermekével?** (Kérem, állítson fel sorrendet! 1. – leginkább 5- legkevésbé)

képzőművészeti, iparművészeti

- helytörténeti
- néprajzi
- technikai- technológiai
- természettudományos

8.) **Ismeri-e a környékbeli múzeumok kiállításait?** (Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

igen, az alábbiakat.....

nem

9.) **Melyik környékbeli múzeumokban járt már gyermekével?**

.....
.....
.....

10.) **Találkozik-e a múzeumi kiállítások, programok népszerűsítő kiadványaival, promóciójával?** (Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

igen, az alábbi múzeum programjairól értesülök rendszeresen:.....

nem

11.) **Milyen csatornán keresztül lehetne Önt a legsikeresebben tájékoztatni a múzeumi programokról, új kiállításokról?**

(Kérem, állítson fel fontossági sorrendet! 1- leginkább 5- legkevésbé)

- helyi rádió
- facebook, twitter
- televízió
- szórólapok
- óriásplakátok

12.) **Milyen jellegű múzeumi programon venne legszívesebben részt gyermekével?**

(Kérem, az adott múzeumi program típusa mellett jelölje meg, hogy mennyire tartja vonzóknak az adott programot!)

1- nagyon szívesen

2.- talán

3- egyáltalán nem

- családi vetélkedők/ versenyek
- kézműves foglalkozások, tárgyalgó tevékenységek
- drámapedagógia
- tárlatvezetés
- „éjszaka a múzeumban” ott alvós program
- szülinapi party gyermekem számára
- a modern technológiákra, illetve a mobilkommunikációs eszközök használatára épülő programok (mobiltelefon, tablet, GPS,)
- játékos feladatlapok kitöltése családirag
- foglalkoztató kiadványra épülő felfedezéses múzeumlátogatás családok számára
- filmvetítés
- kirándulás szervezése a múzeum által
- egyéb:

13.) **Milyen jellegű programon venne részt szívesebben?** (Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

- az egész családot bevonó múzeumi program (óvodáskorú gyermek és szülei közösen oldanak meg feladatokat)

- külön foglalkozás a gyermekek és külön program a szülők számára

14.) **Családos program esetén a héten melyik az a nap, illetve melyik az a napszak, mely a legideálisabb lenne az Ön családjá számára egy múzeumlátogatás lebonyolítására?**

.....nap

Kérem, állítsa sorrendbe, hogy melyik napszak lenne a legideálisabb Ön számára a múzeumlátogatáshoz!

1- leginkább 3- legkevésbé

- délelőtt
- koradélután
- késődélután

15.) Mi az a legmagasabb összeg, melyet 1 fő gyermek és 1 fő szülő közös múzeumlátogatásáért, illetve múzeumi programon való részvételért még szívesen kifizetne?

..... Ft/ múzeumlátogatás

16.) Ön szerint hasznos-e gyermeke, illetve családja számára, ha közösen látogatnak el a múzeumba?

Igen. Ha igen miért?

Nem. Ha nem, miért nem?.....

17.) Támogatná-e az ötletet, hogy gyermeke az óvodáscsoporttal múzeumpedagógiai foglalkozáson vegyen részt? Mi az az összeg, amivel ezt tevékenységet az Ön családja még szívesen támogatná?

.....Ft/ program

18.) Melyek azok a szolgáltatások, melyek megléte alapfeltétele annak, hogy egy múzeum kiérdemlje a látogatóbarát jelzőt?

(Kérem, az egyes szolgáltatások mellett jelölje meg, hogy az alábbi fontossági sorrend alapján az adott szolgáltatást mennyire tartja fontosnak!)

1- alapvető igény, elmaradhatatlan

2. fontos

3. jó, ha van

4.- kevésbé fontos

5- egyáltalán nem fontos

- múzeumi kávézó/ büfé
- múzeumi étterem
- múzeumi bolt
- múzeumi programok családok számára
- múzeumi programok felnőttek számára
- múzeumi programok csak gyermekek számára
- múzeumi programok nagyszülők + unokáik számára
- a múzeum szakterületének megfelelő neves tudósok, művészek meghívása előadástartásra, beszélgetéshez
- szubjektív tárlatvezetések szervezése neves személyiségek bevonásával
- babakocsi-barát múzeumi környezet kialakítása
- pelenkázó, Baba-mama helységek
- játszósarok gyermekek számára
- a restaurátori és a muzeológusi munka megismertetése a látogatókkal
- születésnap party a múzeumban gyermeke számára
- „ott-alvós” buli szervezése a múzeumban gyermeke számára
- esküvői helyszín
- gasztronómiai programok a múzeumban
- virtuális interaktív játékok a múzeumban
- egyéb:

19.) Véleménye szerint egy modern múzeumi honlapnak milyen információkat, tanulási/ szórakozási lehetőségeket kell biztosítania?

1- alapvető igény, elmaradhatatlan

2. fontos

3. jó, ha van

4.- kevésbé fontos

5- egyáltalán nem fontos

- A múzeum honlapjáról ingyenes letölthető feladatlapok és foglalkoztató füzetek családok, gyermekek, iskolai csoportok számára

- Letölthető módszertani segédlet szülők számára a múzeumlátogatása való felkészüléshez
- Virtuális játékok a múzeum honlapján
- adatbázis
- virtuális kiállítás
- ötletek családok/ gyermekek számára a szabadidő hasznos eltöltéséhez, játékos feladatok ajánlása
- versenyek és vetélkedők meghirdetése az interneten
- egyéb:

20.) Múzeumlátogatás előtt meg szokta-e nézni az intézmények honlapját?

(Kérem, húzza alá a megfelelő választ!)

- nem járok múzeumba és nem látogatok múzeumi honlapokat
- nem járok múzeumba, de ismeretszerzési céllal szoktam múzeumi honlapokat böngészni
- járok múzeumba, de nem nézem meg a honlapot
- járok múzeumba és a praktikus információkat (pl: nyitva tartást és a belépőjegyárakat) ellenőrzöm csak a honlapon
- járok múzeumba és a praktikus információk megszerzésén túl tanulási céllal is böngészem a múzeumi honlapokat

A pedagógusjelöltek múzeumpedagógiai tapasztalatai

Interjú és kérdőíves vizsgálatot végeztünk kutatómódszertan szemináriumon közösség-szervezőkkel, akikkel 100 fő PTE nappali tagozatos pedagógusjelöltet kerestünk meg. Kutatásunk célja, hogy megismerjük múzeumi tapasztalataikat, a múzeumpedagógiai módszerekről szerzett ismereteiket, valamint képzési, tanítási, pedagógiai terveiket. A megismert múzeumpedagógiai módszerek a tanulmányi, tanulási és tárlatvezetés módszere. A kutatás eredményei a hazai pedagógusképzés fejlesztésében és a múzeumpedagógiai módszer hatékony oktatásában és terjesztésében hasznosulhatnak. Kulcsszó: pedagógusjelöltek, múzeumpedagógia, kompetenciafejlesztés, tananyagfejlesztés, kortás kutatás.

A kutatás előzményei

A hazai pedagógusok körében végzett múzeumpedagógiai kutatás a Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központja EFOP-3.3.3/VEKOP-16-00001 azonosítójú, „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” elnevezésű kiemelt projekt keretében és támogatásával készült. A „Pedagógusok és pedagógusjelöltek körében lebonyolítandó kutatások” vezetői *Koltai Zsuzsa* és *Kocsis Mihály* egyetemi docensek voltak, jelen hallgatói kutatás kapcsolódott a projekthez. A tervezés szakaszában felmerült annak az igénye, hogy pedagógusjelöltek körében megvizsgáljuk *a fiatal felnőttek múzeumpedagógiai tapasztalatait és a kompetenciáik fejlesztésének pedagógiai igényeit*. A munka megszervezésére az a lehetőség adódott, hogy akkor a PTE KPVK, ma a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kara közösség-szervezés alapszakos hallgatóival a 2017/2018. tanévben választható kurzuson kutatás-módszertani szeminárium keretében végezzük el a kutatást. A szeminárium előkészületi munkáit, valamint a PTE BTK és a PTE KPVK karain tanuló pedagógusjelölt hallgatók körében az interjú és személyes lekérdezésen alapuló kérdőíves vizsgálatot 13 fő nappali tagozatos hallgatóval együtt bonyolítottuk le.

A mérőeszköz és a kutatási minta sajátosságai

A kutatás során alkalmazott kérdőív hatvan kérdést tartalmazott, amelyet öt munkafázisban szerkesztettünk meg, majd három kis elemszámú személyes lekérdezés során validáltuk, illetve ezt követően véglegesítettük. A mérőeszköz szerkesztésekor arra törekedtünk, hogy a kortárs hallgató kérdezőbiztosok a lekérdezést egy órán belül teljesíthessék. A kérdések 90%-át előre formalizáltuk, a többi információt az adatközlők véleménye szerint nyitott kérdések alapján írásban rögzítettünk. A kérdőív elnevezésének a „Pedagógusjelöltek múzeumpedagógiai tapasztalatait vizsgáló kérdőív” címet adtuk, szerkezetét és a kutatás fontosabb problémaköreit az alábbi témakörökre határoltuk le:

1. Háttér adatok a hallgató iskoláiról, a tanulmányairól és az életkörülményeiről
2. A hallgató életútja során a múzeumlátogatások egyéni tapasztalatai
3. A múzeumpedagógia a pedagógusképzésben
4. Múzeumpedagógiai tanítási tervek
5. Az iskolai közösségi szolgálat
6. Az önkéntes munka a pedagógusjelöltek körében
7. A múzeumpedagógia jövője- kultúrbónusz
8. A jövő múzeuma

A kutatás elindítása során véletlenszerűen kiválasztott minta alapján azokat a hallgatókat kerestük meg, akik a Pécsi Tudományegyetem nappali és levelező tagozatos egyetemistáiként pedagógiai pályára készültek és a 2018. évi tanév őszi szemeszterében különféle évfolyamokon tanultak. A 100 fő adatközlő egyetemista 75,3%-a a KPVK-n, 19,6%-a a BTK-n és 5,2%-a pedig a TTK valamelyik szakján, illetve szakirányán tanult.

A *hallgatók évfolyamának összetételére* jellemző, hogy a pedagógusjelölteknek közel a fele, pontosan 49,5%-a elsőéves, 32%-a másod-, 14,4%-a harmad-, és 3,1%-a negyedéves volt a kérdőívek felvételekor. A minta szakos összetétele az egyetem tanárképzési szakjait tükrözi, így az osztatlan tanárszakok mellett a megkérdezettek többek között a német nemzetiségi óvodapedagógia, a csecsemő és kisgyermeknevelő, az óvodapedagógia, valamint az osztatlan képzésekben tanultak.

Nemi és életkori összetételükre a tanártársadalom sajátossága jellemző, a nők nagyobb arányban találhatók meg a megkérdezettek körében, így a mintánkban a fiatalok 90%-a nő, 10%-a férfi. Életkorukat tekintve a legfiatalabb 18. éves, a legidősebb pedig betöltötte a 27. életévét. Tanulmányaikat nem régen kezdték meg, középiskolai élményeik még frissek, így kutatásunkban önreflexiójukra, illetve kortárs csoportjuk körében szerzett tapasztalataikra is alapoztunk. *Az érettségit adó középiskolai osztályuk* 52%-a 4 osztályos gimnáziumba, továbbiak 4 osztályos két tannyelvű gimnáziumokban, a 6 osztályos gimnáziumokban és a különféle szakirányú szakközépiskolákban 10-10%-uk érettségizett, az 5 és a 8 osztályos gimnáziumokból és egyéb középiskolákból 18%-uk érkezett.

A jelenlegi állandó lakóhelyük településtípusából azt láthatjuk, hogy 80%-uk, - ez pontosan 45 fő, - kisebb városokban él, 19 fő megyei jogú városok nagyobb urbanus környezetéből, vagy a fővárosból érkezett, illetve 36 fő szüleivel együtt ma is faluban lakik. A középiskoláik településtípusát alapvetően a hazai iskolahálózat városias jellege határozza meg, ez magyarázhatja, hogy csupán 7%-uk érettségizett községi iskolában. A hallgatók 81 intézményből jöttek, amelyeknek hozzávetőlegesen 60%-a tagozatos iskola, közöttük meghatározó a nyelvi előtanulmányokat végzettek aránya.

Az érettségit 2009-2017. évek közötti időszakban teljesítették, a hallgatók 40,8%-a 2017-ben, az adatfelvétel évében kapott érettségi bizonyítványt. A többi egyetemista érettségijének éve: 23,5% 2016-ban, 12,2% 2015-ben, 14,3% 2014-ben, 4,1% 2013-ban, 1-1% 2012-ben és 2011-ben, 2% 2010-ben, 1% 2009-ben vette át érettségi bizonyítványát, ők a legidősebbek, akik munka mellett többnyire levelező tagozaton végzik pedagógiai tanulmányaikat.

A populáció családi körülményeiről, a szülők iskolázottságáról - a kutatócsoportunk által korábban végzett reprezentatív mintájú vizsgálatból tudjuk, - hogy a hallgatók szüleinek többsége legfeljebb érettségivel rendelkezik (lásd az 1. számú táblázat adatait).

1. számú táblázat: A megkérdezettek szüleinek iskolai végzettsége

Sorsz.	Iskolai végzettségek	Apai adatok		Anyai adatok	
		Jelölt (fő)	Jelölt (%)	Jelölt (fő)	Jelölt (%)
1.	1-8 általános iskola vagy annál kevesebb	110	4,0	159	5,8
2.	szakmunkás bizonyítvány	1043	38,2	498	18,2
3.	érettségi	725	26,6	966	35,4
4.	főiskolai diploma	351	12,9	647	23,7
5.	egyetemi diploma	360	13,2	364	13,3
6.	tudományos fokozattal rendelkezik	40	1,5	20	,7
7.	nem jelölte	101	3,6	76	2,9
Összesen		2730	100,0	2730	100,0

Forrás: A pedagógusjelöltek körében végzett vizsgálat egyesített adatbázisa 65. táblázat oldal, Kocsis Mihály: A bemeneti kompetenciák vizsgálata pedagógusjelölt hallgatók körében Pécsi Tudományegyetem, Pécs. 2015. 129. oldal

A nevelésszociológiai kutatásokban a család szociokulturális státuszának feltárásában meghonosodott a könyvek számának indexként való alkalmazása. A családok szociokulturális háttérére az otthonukban fellelhető könyvek számából következtethetünk. Az olvasásszociológiai adatok a magyar háztartásokban átlagosan 300 db könyvet regisztráltak, ennél kevesebb könyv ínséges kulturális háttérre utal, az átlagnál magasabb könyvekkel rendelkező családi házikönyvtár magasabb szociokulturális státuszt jelez. A kutatásunkban résztvevő diákok családjának többségében 300 db-ot meghaladja a könyvek száma. Az állandó lakóhelyük alapján valószínűsíthetjük, hogy az urbanus középosztály gyermekeivel találkoztunk a kutatás során. Érdekességként megemlíthetjük, hogy a mintában szereplő (10%) férfiak 70%-a – a családban lévő könyvek száma alapján - magas szociokulturális háttérrel rendelkezik. A mintában szereplő nők (a teljes minta 90%-a) 54%-a szociokulturális háttére alacsony kulturális státuszúra becsülhető, mert a családjukban 300 db könyvnél kevesebb található. A fiatal hölgyek további 46%-át otthon 300 db, és annál több könyv veszi körül. A pedagógusjelöltek környezetének kulturális sajátosságai, a szülőktől és a családi környezettől tanult mintázatok a nevelődésük során beépülhetett szociális és kulturális viselkedési készségükbe, amelyek a pedagóguspályán alkalmazható személyiségjegyek és szakmai kompetenciájuk részévé váltak.

A múzeumlátogatások gyakorisága és szociokulturális sajátosságai

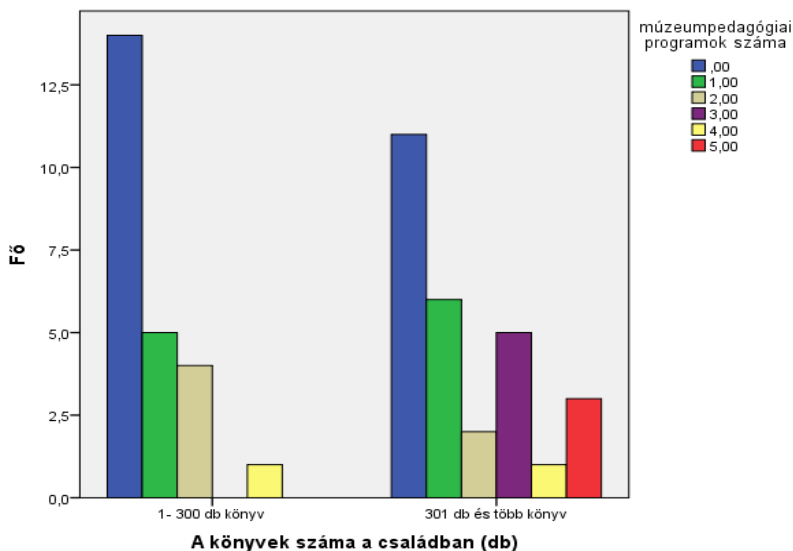
A múzeumlátogatás egyéni tapasztalatait és motívumait keresve számos feltevésből indulunk ki, amelyeket egyrészt a kutatásban résztvevő diákok korábbi múzeumi élményeinek önreflexiós írásaira, másrészt a pedagógusjelöltekkel folytatott beszélgetések írásban rögzített információira alapoztuk. A hallgatók így foglalták össze a pedagógusjelölteknek a múzeumpedagógiával kapcsolatos beállítódását és tapasztalataikat:

„A múzeumpedagógia ismertsége a pedagógusjelöltek körében változó. A mérleg a kutatás szerint afelé billen, hogy a jövő pedagógusai nem kívánnak leendő tanítványaikkal részt venni múzeumpedagógiai programokon. A megkérdezettek többsége nem vinné el múzeumpedagógiai programra gyermekcsoportját, amit a következőkkel indokoltak: nem ismeri a módszert, nem érdekli őt sem, mint pedagógusjelölt, nem biztos a módszer hatékonyságában, és többen unalmasnak tartják a módszert. Érdekes kérdéseket vetnek fel ezek az adatok. Mi az oka a pedagógusjelöltek zárkózottságának a rendhagyó tanítási módszerrel kapcsolatban? Vajon ők sem vettek részt gyermekkorukban hasonló foglalkozásokon? Miért vésődött bele az emberekbe, hogy a múzeumok unalmasak? Véleményem szerint a múzeumoknak modernebb eszközöket kellene alkalmazniuk a programkinálatuk reklámozására. Közösségi oldalak használatával, marketing alkalmazásával kitörhetnének a sztereotípiákból, amiket az idő során az emberek rájuk aggattak. Úgy gondolom, jobban fel kellene hívniuk a figyelmet magukra és a programkinálatukra egyaránt. A múzeumpedagógia hatékonyságának bizonyítására is több időt kellene fordítani, hogy minél több pedagógusjelölthöz, szülőhöz eljussanak ezek az információk. Így talán kis lépésekben elősegíthetnék a múzeumpedagógia ismertségét szélesebb körben. A kisebb tábor a pedagógusjelöltek körében, aki tervez múzeumpedagógiai látogatást diákjaikkal, többen érdekesnek, hasznosnak tartják a módszert. Minden bizonnyal ezek a tanárjelöltek látják a program nyújtotta számos lehetőséget. Ők már sokkal nyitottabbak, hogy új, rendhagyó tanítási módszert alkalmazzanak. Ennek több oka lehet. A neveltetés, a kisgyermekkor tapasztalatai a múzeumokkal kapcsolatban, pozitív gyermekkor élmények, amelyek közrejátszottak a pályaválasztásukban. Álláspontom szerint több nyitott gondolkodású pedagógusjelöltre lenne szükség, hiszen a módszer kipróbálásával semmit sem veszíthetnek.”(Moór Berta-Haász Dóra, Közösségszervező BA szakos hallgatók 2017.12.)

A korábbi életszakaszok múzeumlátogatásának gyakoriságát megvizsgálva kitűnt, hogy az egyetemisták 65%-a már korábban volt múzeumban, 27%-uk viszont életében még nem jutott el ilyen intézménybe, 8%-uk pedig nem nyilatkozott ezirányú aktivitásáról. Nem járt múzeumba óvodásként a megkérdezetteknek egyharmada, továbbá az egyetemistáknak több mint az egynegyede. Mindkét korosztályra szocializációs kockázati csoportként tekinthetünk. Amennyiben a gyermeket a legfogékonyabbak életszakaszukban nem viszik el a szülők és a közoktatási intézmény pedagógusai abba a tanulási térbe, ahol nyiladozó értelmét és képességeit változatos módon fejleszthetné, akkor a gyermeket elzárják a fejlődéséhez szükséges tevékeny tanulástól és értékvilágtól. A múzeumi élményből leginkább kimaradó másik korosztály a vizsgált egyetemista populáció, akik a szakmai szocializációjuk fejlesztési lehetőségéből rekesztik ki saját magukat, amikor szabad idejük átgondoláskor elzárkóznak a múzeumi terek és élmények látogatásától.

A múzeumpedagógia élményekről sok tapasztalatot nem szereztek, ugyan 47%-uk korábban már részese volt múzeumi pedagógiai tartalmú tevékenységnek, azonban a jelölteknek több mint a fele (53%-a) még nem találkozott múzeumpedagógiai programmal. A művelődési szokások és a pedagógusszerepre való felkészülés szocializációs háttérét keresve a kutatás során azt az élethelyzetet ragadtuk meg, amikor először találkoztak a pedagógusjelöltek múzeumpedagógiai programmal. A tapasztalatokkal rendelkezők első élményeiket már hallgatóként (21%-uk) szerezték, vagyis minden ötödik fiatal csak az egyetemi képzése idején találkozott először ilyen szakmai elfoglaltsággal. A többiek ezt megelőzően, az iskolai tanulmányaik során (15%-uk), illetve hallomásból (6%-uk), interneten (3%-uk), és egyéb módon (3%-uk) ismerkedtek meg a pedagógiai módszerekkel. Feltételezve a jelenség mögött a családi neveltetés hatását, megvizsgáltuk a szociokulturális háttér, – a családban fellelhető könyvek száma – és a múzeumpedagógiai programban való részvételük összefüggését. A pedagógiai programokban már jártas jelöltek számszerűen nagyobb arányban rendelkeznek otthon több könyvvel, vagyis kulturális környezetük ingerdúsabb. Azonban a múzeumpedagógiai tapasztalatokkal nem rendelkezők körében a szerényebb és magasabb szociokulturális státuszú családok is megtalálhatóak (lásd a 1. számú ábrát).

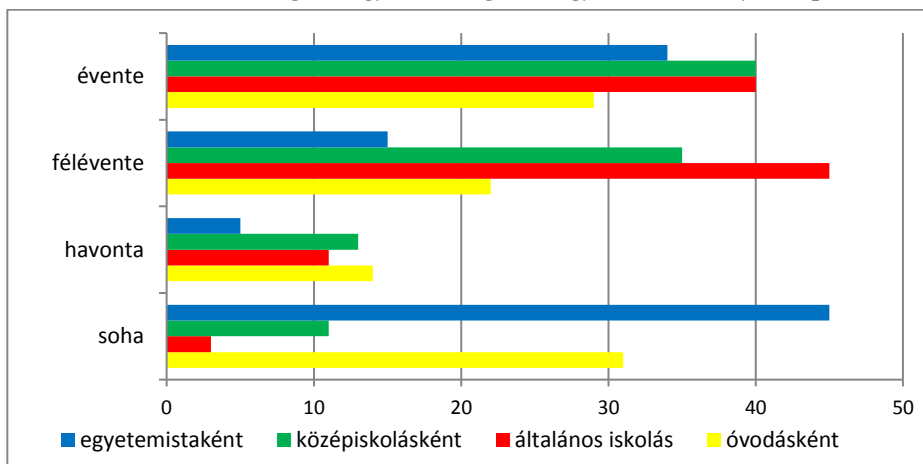
1. ábra: A múzeumpedagógiai programban való részvétel gyakorisága és a szociokulturális háttér kapcsolata (fő)



(szignifikancia szint: 0,115; Spearmann korreláció: 0,069)

A múzeumlátogatók egyes életkori korcsoportjait az óvodás koraival, az általános iskolás koraival, a középiskolás koraival, valamint a jelenlegi egyetemista életszakasszal határoztuk le. A múzeumba járás gyakoriságát az évenkénti, félévenkénti, havi és a soha múzeumba nem járók szokásaival jellemeztük. A teljes életük időtartamát szemlélve adataink azt igazolják, hogy *a jelöltek átlagosan félévente jutottak el múzeumokba*. A havonta múzeumba járók vannak a legkevesebben, de köztük találjuk az óvodások kisebb csoportját és a középiskolás korosztály diákjait. Az egyetemisták és az óvodások nagyobb csoportja soha vagy igen ritka látogatói a múzeumoknak. Az általános iskolás korosztály átlagos látogatási gyakorisága éves és féléves időszakok közé tehető (2. számú ábra).

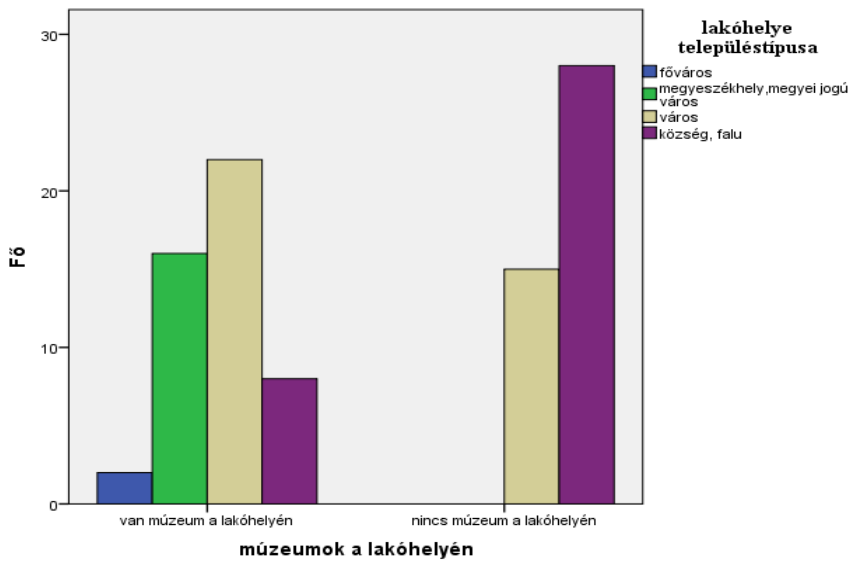
2. ábra: A múzeumlátogatás gyakorisága az egyes korosztályi csoportokban



Természetesen az egyes korosztályok múzeumlátogatási szokásait több körülmény árnyalja, így az általános iskolás korosztály lakóhelyének településtípusa – és a szociológiai változó mögött meghúzódó területi kulturális alapellátás egyenlőtlenségének sajátosságai – erősen differenciálják az intézménylátogatási szokásokat (a részletes adatokat lásd a 4. számú ábrán). Ismert a lakóhely és az iskola településtípusának jelentős hatása az ott nevelődő fiatalok életmódjára, és művelődési szokásaira. Úgy találtuk, hogy a falusi és kisvárosi környezetben élő és ott tanuló fiatal felnőtteknek a *múzeumlátogatásra módot adó esélyei és annak gyakorisága már a lakóhelyük, vagy középiskolájuk településtípusa szerint is igen nagy különbséget mutatnak*. Az urbánus környezetben lévő lakóhelyükön található múzeumok közül összesen 66 intézményt említettek meg. Kettőnél több múzeumot jelzett lakóhelyén 21 fő, de közel ennyien vannak (18 fő), akiknek a településén egyáltalán nincs ilyen kulturális intézmény.

A minta összetételéből adódóan Pécsen és Szekszárdon tanulnak a hallgatók. Az egyetem városában általuk ismert 52 intézményt említettek meg, ennyi múzeumban regisztrálhattuk a látogatásukat. A városok megyei jogú térségi központokban helyezkednek el, ami azt is jelenti, hogy Baranya és Tolna megyében ezek a városok azok, amelyek a művelődési alapellátásban a legnagyobb programkínálatot képesek nyújtani a környezetükben élő népesség számára. Többségük eljutott, vagy legalábbis tud a városok múzeumairól, akad azonban olyan pedagógusjelölt is, aki szerint a felsőoktatási intézmény városában nincs múzeum. 7%-uk még egyáltalán nem jutott el az egyetemi városa múzeumaiba, illetve tájékozódási szinten sem tudatosította, hogy a felsőoktatási intézménye környezetében léteznek múzeumok és különféle programok.

3. ábra: Az egyetemisták lakóhelyén lévő múzeumok településtípus szerinti megoszlása (fő)

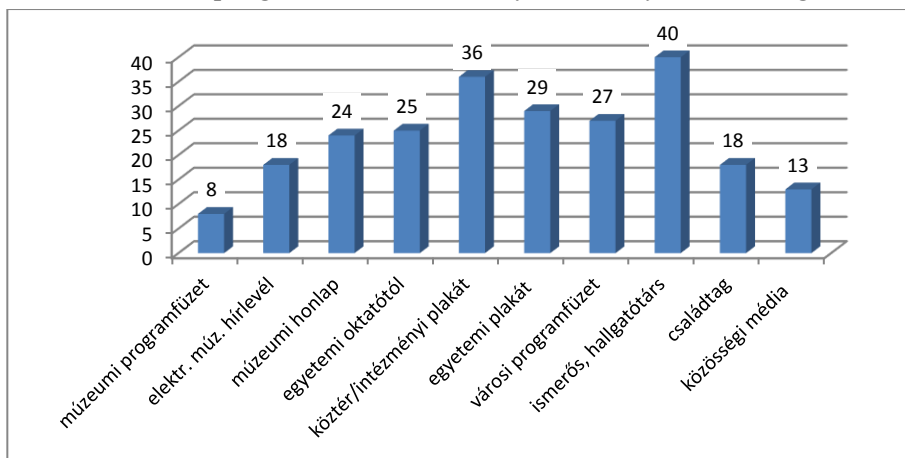


A külföldi országokban felkeresett múzeumok terén is igen szerény intézménylátogatási szokásokkal találkozhatunk. Csupán egyharmaduknak - ez pontosan 35 fő, főként a kisvárosokban élőknek - nyílt lehetősége arra, hogy családi nyaralás vagy osztálykirándulás keretében angol, német és francia nyelvterületen összesen 81 külföldi múzeumi programra jussanak el. Kizárólag e látogatások alkalmával vettek részt idegennyelvű rendezvényeken. A hazai múzeumlátogatások említése között nincs idegennyelvű múzeumi esemény.

A múzeumlátogatások célja

A múzeumi programok információs forrásaira felajánlott tizenegy szöveges válaszadási lehetőségből a hallgatók átlagosan két információforrást jelöltek meg. (A meglátogatott múzeumokról és a programjaikról egyharmaduk három, egynegyedük két hírforrásra hivatkozott.) Ami azt is jelentheti, hogy ha már ismerik a környezetük múzeumi intézményeit, akkor sok forrásból tájékozódnak, ezért érdemes ezt a látogatói csoportot több marketing eszközzel felkeresni, mert érzékenyek az információk többszörös begyűjtésére.

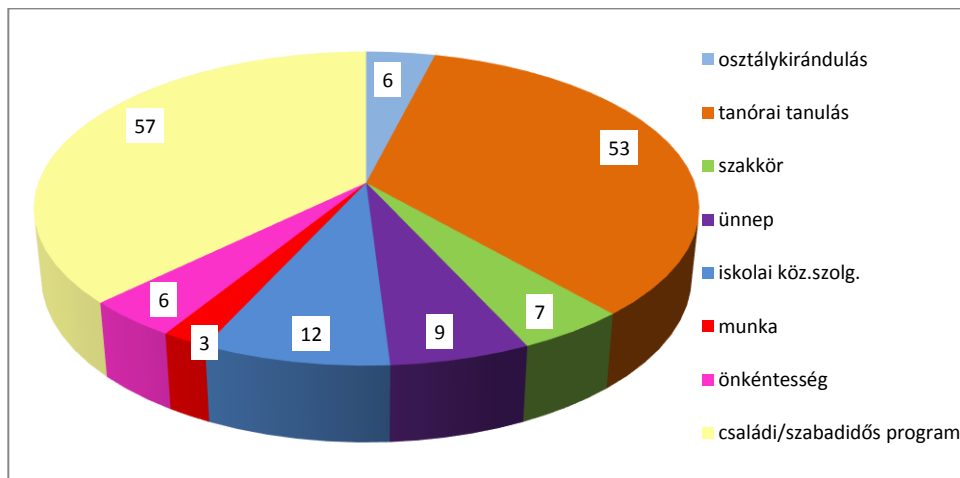
4. ábra: A múzeumi programokról szerzett információs források megoszlása (fő)



A leggyakrabban az ismerősök, egyetemi társaik híreire, tanácsaira jutottak el a hallgatók a múzeumi programokra, majd a hírforrások fontossági sorrendjét a közterületeken és a közintézményekben elhelyezett plakátok követik. Közepesnek mondható információs ereje van a városi eseményeket összefoglaló programfüzeteknek és az egyetemen oktató tanárok szakmai tájékoztatójának és ajánlásainak is. A múzeumi honlapnak, az elektronikus múzeumi hírlevélnek és a közösségi médiának, valamint a családi kapcsolatok útján terjedő híreknek azonos súlya van a múzeumi hírek terjesztésében. Ennél kisebb hatásuk csupán a múzeumok éves, havi, tematikus programfüzetek tájékoztatóinak vannak (lásd a 4. számú ábra adatait). A személyközi kapcsolatok és a hagyományos információterjesztő eszközök, felületek hatása a legjelentősebb a hallgatók körében. Tekintettel arra, hogy a kutatásban résztvevő egyetemisták szerint az információk elérésében a közösségi médiának nagyobb befolyást jósoltak, – ezt a mérési adataink azonban nem igazolták – a kérdőív szerkesztésekor és validálásakor a tanácsukra külön megkérdeztük a kortársaikat arról, hogy az információgyűjtéskor mely közösségi médiát részesítik előnyben. A közösségi médiákból csupán 14%-uk tájékozódik, közülük 12 fő a Facebookot és eseményeit követi, 2 fő az Instagram-ot jelezte hírforrásként, egy hallgató a hagyományosabbnak értelmezett TV és rádió hírforrását jelölte meg a múzeumok és programjaik figyelésére.

A múzeumlátogatások céljainak feltárására nyolc lehetséges, előre megformált választ kínáltunk fel. Átlagosan két múzeumlátogatási célt jelöltek meg, illetve a kérdésünkre maximum öt múzeumlátogatási célra irányuló válasz érkezett. A *családi és szabadidős program*, valamint az *iskolai tanórai tanulás* a válaszaiknak több mint a felét teszik ki. A múzeumlátogatások további céljai, az említések fontossági sorrendjében: megemlékezés jeles napok ünnepeiről, munkavégzés, szakkörök, osztálykirándulás, továbbá az iskolai közösségi szolgálat teljesítése, valamint az önkéntesség szempontjai hasonló súllyal jelentek meg az egyetemisták múzeumlátogatási céljai között (5. számú ábra).

5. ábra: Az egyetemisták múzeumlátogatási céljainak megoszlása (fő)



A tanórai múzeumlátogatásokról változatos szaktantárgyi listát, illetve több helyen a tanórák tudományterületeinek megjelölését kaptuk. *Legtöbben történelem órán, illetve történelmi tárgyú ismereteket nyújtó múzeumi tanórán vettek részt*, de sokaknak művészettörténeti is tartottak. Múzeumi magyar irodalom óráról, földrajz óráról, illetve e tudásterületekhez kapcsolódó oktatási célt kevesebben jelezték. Tanórai keretek között hallgatott további egy-egy diák rajzot, éneket, művészetet, közgyűjteményi- és könyvtári alapismeretek kurzust, múzeumpedagógiát, művelődés és egyéb tudományos témaköröket.

A múzeumpedagógiai programok tartalma, módszerei és azok értékelése

A pedagógusok múzeumi és múzeumpedagógiai tapasztalatainak feltárásával kapcsolatban rögzíteni kívántuk öt legmaradandóbb élményüket. Azonban ilyen bőséges adatokkal csak három jelölt élt, ugyanis a hallgatók átlagosan csak két múzeumpedagógiai eseményről számoltak be. A korábban látott múzeumi programok körének feltárása során kértük, hogy nevezzék meg azokat a programot, amelyben részt vettek. Tudassák, hogy melyik (óvodás, kisiskolás, felső tagozatos, középiskolás, egyetemista) életkori szakaszukban történt az esemény, ennek kapcsán (egyedül, családdal, osztálytárrsal, barát(ok)kal), vagy milyen tárrsal jártak múzeumba, továbbá megkérdeztük a programok nyelvi sajátosságát is. Emlékezetes élményként összesen 67 múzeumlátogatást tartottak fontosnak megemlíteni a hallgatók. Középiskolás korukban élték meg (29 alkalom) az öt múzeumi program közül a legtöbbet, felső tagozatosként (15) és egyetemistaként (14) közel ugyanannyi alkalommal jártak múzeumpedagógiai programokra, fele ennyi a kisiskoláskori (7) látogatásuk, illetve óvodásként csak két múzeumi élmény maradt meg az emlékezetükben.

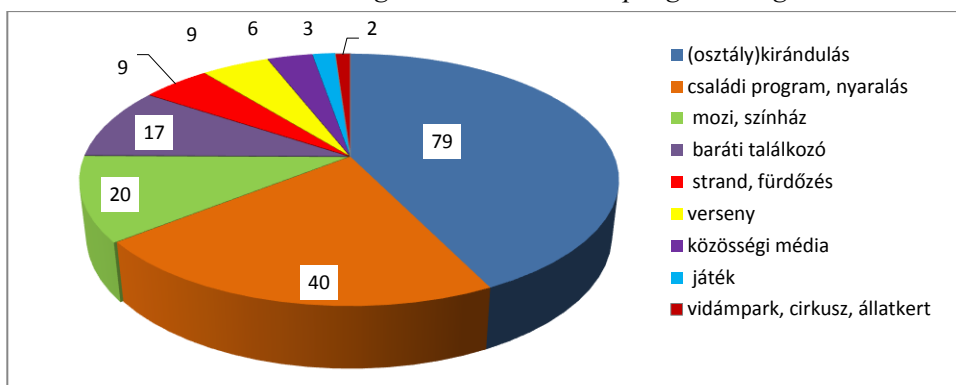
A programok megnevezése és jellege tekintetében fontos részletesebben is megvizsgálni az egyes tevékenységek sajátosságait, illetve azt is, hogy a korosztályi élményeiket több év távlatában miként értékelték a pedagógusjelöltek. A programok azonosításakor igen változatos megnevezésekkel találkoztunk. A szerteágazó tevékenységek adatainak újrakódolását követően hat összefoglaló kategóriába soroltuk a látogatott rendezvényeket. Elsők között az *intézmények nevével* azonosított múzeumi programokat határoztuk le, majd a következő csoportban - az igen szűkszavúan csak - *múzeumlátogatás* kifejezéssel jelölték a tevékenységek nevét. Egyesek általánosságban *múzeumi foglalkozást* írtak, vagy az *ünnepkörhöz kapcsolódó látogatást, a továbbiak a tanóra, kurzus* megnevezést használták, illetve néhányan annak a városnak a nevét adták tudtukra, ahol múzeumokban jártak, például „Budapestet, Ópusztaszert”. A pontatlan megnevezések arra is utalhatnak, hogy a gyermekkori és a fiatal felnőtt években látogatott programok elnevezései elhalványodtak. Pontos intézmény vagy múzeumi program nevével nem találkoztunk, mert a korábban látott élmények vélhetően csupán a benyomások szintjén maradtak meg. Kisiskolásnak rögzíteni vagy kimondani egy hosszú nevű közintézményt igen nehézkes, megjegyzése ezért nem várható el ettől a fiatalabb korosztálytól.

A látott programok múzeumpedagógiai módszereiről is változatos képet kaptunk. Gondot jelenthet az egykor megtapasztalt múzeumi módszer utólagos beazonosítása, mert a hallgatók a látottak egyharmadát módszertanilag nem tudták megnevezni. A negyven említett múzeumpedagógiai programból legtöbben a közelebről nem *azonosított tanulmányi, tanulási módszerre emlékeztek (8 fő)*, illetve a *tárlatvezetés* is (6) gyakrabban megtapasztalt módszer volt. A felsorolásban egy, legfeljebb három módszer megemlítésével találkozhattunk, ezek között az alábbiak fordultak elő: feladatlap, tárgyak kézbevétele, idegenvezetői vezetés, kiállítás, kisfilm, ráhangolódás, körbevezetés és feladatok kitöltése, rendhagyó óra, játék és vizuális bemutatás.

A múzeumlátogatások során általában *legalább két kísérő programon* vettek részt a fiatalok, de alkalmanként hat tevékenység kísérte a múzeumlátogatást. A közösségi szabadidős foglalkozások leginkább osztálykirándulások voltak, de ezek mellett családi programok, nyaralás, mozi és színházi előadások, továbbá a baráti találkozók az elterjedtebb párhuzamos programok (lásd az 6. számú ábrát).

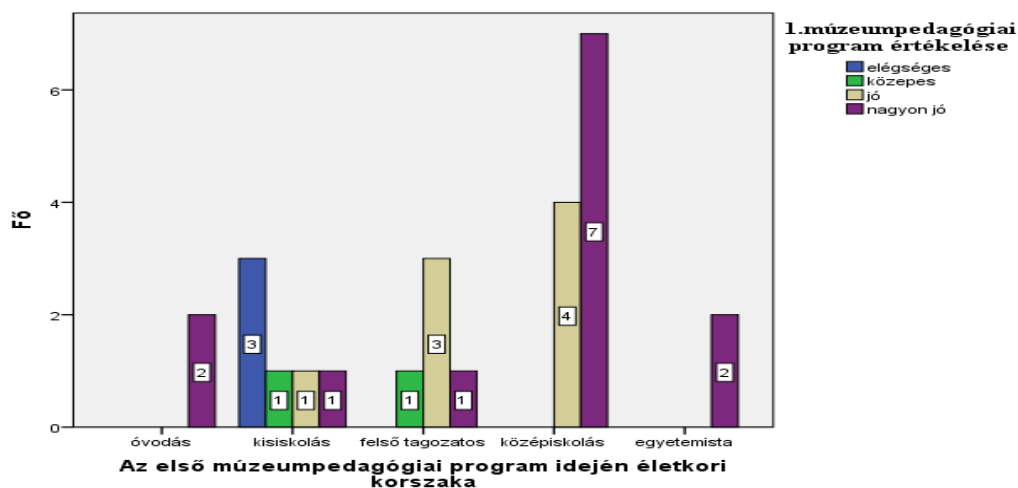
A múzeumi programok látogatóinak társai főként az iskolai osztálytársak, a családtagok és a barátok voltak. Az események jellemzően közösségi környezetben zajlanak, egyedül nem szívesen szánják rá magukat arra, hogy múzeumba menjenek.

6. ábra: A múzeumlátogatást kísérő összes program megoszlása



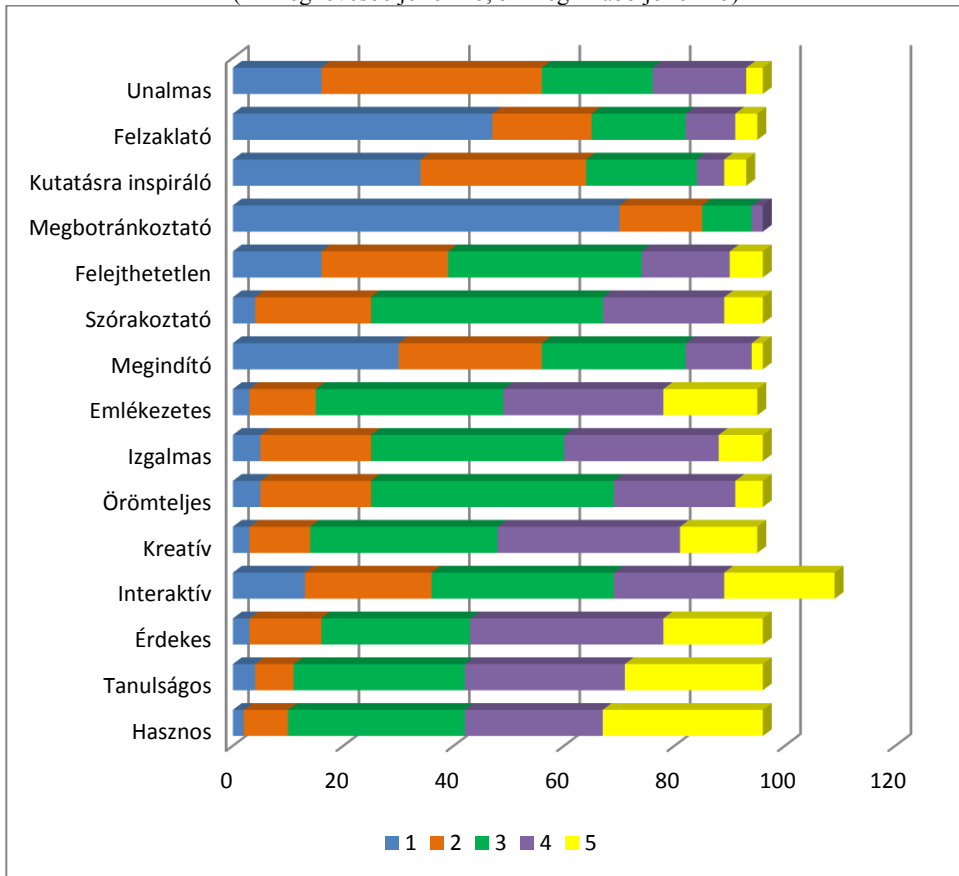
A múzeumpedagógiai programok és alkalmazott módszerek utólagos értékelését kértük. A korábban látott programokat 1-5-ig terjedően attitűdskálán értékelték, amelyeket összességében jóra minősítettek. Az öt rögzített program közül az elsőt, vagyis a legrégebben megtapasztalt élményt csak 4,3-ra értékelték. A kérdőívek kitöltéséhez közeledő időpontok múzeumlátogatásait egyre pozitívabbra minősítették, így az ötödik múzeumi program már jelest (5,0) kapott. Az értékelés reális megítélése érdekében módszertanilag megfontolandó, hogy az idő múlásával, valamint az adatközlők értékelési kompetenciáinak változásával is kalkulálni érdemes. Az egyes korosztályi élmények értékeléseit közelebről szemlélve azzal a tendenciával találkozunk, hogy az óvodás, kisiskolás és felső tagozatos korban látott múzeumi programokat az átlagosnál alacsonyabbra, tehát közepes és jó értékek között határozták meg. Ezekben az életkori csoportokban nem hagytak egyértelműen pozitív nyomot maguk után a múzeumpedagógiai programok. A középiskolás és egyetemista életkori korosztályok tevékenységeinek pedagógiai értékelése meghatározóan jó és nagyon jó minősítéseket kaptak. Felvetődik az a kérdés, hogy a hallgatóknak a pedagógiai tanulmányaikhoz időben közelebb megélt élményeik értékelésében már a mérés-értékelés módszertani tudása is megjelenik-e, vagy csak a megélt események időbeli közelsége váltja ki a pozitívabb elégedettséget (lásd a 7. számú ábrát).

7. számú ábra : Az első múzeumlátogatás értékelése az (akkor) aktuális életkori korosztály szerint (fő)



A látott múzeumi programok összesített értékelésére – tizenöt, előre megszövegezett attitűd 1-5-ig terjedő – osztályozását ajánlottuk fel. A múzeumi programok tartalmára a tizenöt attitűd-jellegű kijelentés mérlegelése során átlagosan középezt (2,9 pontot) adtak. Mindebből arra következtethetünk, hogy a múzeumpedagógiai programok élménye csupán, halványan, átlagos értékelési szinten maradt meg emlékezetükben. Ez azt is jelzi, illetve indokolhatja az is, hogy a szabadidejük, alternatív tanulási útjaik megtervezésekor e tevékenység nem sorolódik a legfontosabbak közé.

8. számú ábra: A múzeumi programok értékelése megadott attitűdök alapján
(1 = legkevésbé jellemző, 5 = leginkább jellemző)



(A múzeumi programok értékelésének átlagai: hasznos 3,7; izgalmas 3,8; tanulságos 3,6; örömteljes 3,6; érdekes 3,5; emlékezetes 3,4; interaktív 3,3; kreatív 2,9; szórakoztató 2,8; unalmas 2,4; felejthetetlen 2,3; megindító 2,2; kutatásra inspiráló 2,0; felzaklató 2,0; megbotránkoztató 1,4.)

A fiatalok megítélését más értékelési módok és minősítési szempontok is visszaigazolták. A kísérő pedagógusok sem felzaklató, sem megbotránkoztató vagy unalmas programokat nem ajánlottak a tanítványainknak. A hasznos, izgalmas, tanulságos, örömteljes, érdekes attitűdökre átlagosan 3,5, vagy annál magasabb értékelést kaptak a programok. Az azonban felettébb aggályos, hogy a látottak semmilyen értékelhető szinten sem ösztönözték kutatásokra a múzeumlátogató fiatalokat. Sajnálatosan a pedagógusjelöltek múzeumi élményeinek emléknymai arról tanúskodnak, hogy a múzeumlátogatások nem felejthetetlenek, nem szórakoztatóak és csak nagyon kevesen említették meg azt, hogy a programok kreatívak (lásd a 8. számú ábra adatait).

Összefoglaló

A kutatás véletlenszerűen kiválasztott mintájába azt a 100 fő hallgatót kerestük meg, akik a Pécsi Tudományegyetemen a 2018. évi tanév első, őszi szemeszterében pedagógiai pályára készülődő nappali tagozatos egyetemisták voltak. A kutatás célja az volt, hogy megismerjük múzeumi tapasztalataikat, a múzeumpedagógiai módszerekről szerzett ismereteiket, valamint az ilyen irányú képzési, tanítási, pedagógiai terveiket.

A korábbi életszakaszok múzeumi tapasztalatait megvizsgálva kitűnt, hogy 65%-uk járt, 27%-uk nem járt múzeumban, 8%-uk pedig nem nyilatkozott aktivitásáról. Az első találkozásuk múzeumpedagógiai programmal ennél is kedvezőtlenebb részvételi arányt mutat, mert a pedagógusjelölteknek több mint a fele (53%-a) még nem találkozott ilyen eseménnyel. A jelöltek átlagosan félévente jutottak el múzeumokba, a havonta múzeumba járók vannak a legkevesebben, de köztük találjuk az óvodások kisebb csoportját és a középiskolás korosztály diákjait. Az általános iskolás korosztály átlagos látogatási gyakorisága éves és féléves időszakok közé tehető. Nem jutott el múzeumokba óvodásként a megkérdezetteknek egyharmada és egyetemistaként sem a megkérdezetteknek több mint a fele. Mindkét korosztályi csoportra szocializációs kockázati csoportként tekinthetünk.

A múzeumlátogatás legtöbbször emlegetett céljai a családi, szabadidős kirándulás, valamint az iskolai tanórai tanulás. Várakozásainkkal ellentétben nem a közösségi média áll a múzeumokról és programjaikról való tájékozódás fő helyén. A leggyakrabban az ismerősök javaslatára, egyetemista társaik tanácsára jutnak el a hallgatók a múzeum híreihez.

A látogatottak megnevezésekor általánosságban múzeumlátogatás kifejezéssel jelölték a program nevét. Néhányan általánosságban múzeumi foglalkozást, vagy ünnepkörhöz kapcsolódó, tanóra, kurzus látogatását jegyezték meg. A megismert múzeumpedagógiai módszerek említése kapcsán a legtöbbször a közelebről nem azonosított tanulmányi, tanulási módszerre emlékeztek, illetve a tárlatvezetés is az ismertebb módszerek között maradt meg.

Az egyes korosztályi élmények értékelésekor azzal a tendenciával találoztunk, hogy az óvodás, kisiskolás és felső tagozatos korban látott múzeumi programokat az átlagosra, vagy annál alacsonyabbra értékelték. Ezekben az életkori csoportokban összességében nem hagytak egyértelműen pozitív nyomot maguk után a múzeumi programok. A középiskolás és egyetemista életkori korosztályok múzeumi élményeinek értékelése meghatározóan jó és nagyon jó minősítéseket kaptak.

„Ahhoz, hogy a múzeum megőrizze fontosságát a jövőben, kénytelen felvenni a ritmust a rohanó világgal, és minden energiáját beleadni, hogy egy olyan múzeumot hozzon létre, ami beleillik majd a jövőbeni digitális, virtuális, akár természetfeletti világba. Meg kell célozni azokat a módszereket, amelyek az egyes korosztályokat vonzzák, legyenek azok a fiatalok, itt a virtuális világra gondolunk, vagy az idősek, itt pedig a régebbi, a múltba visszanyúló dolgokra gondolok. A jövő múzeumának egyszerre kell változatosnak, modernnek és élményt nyújtóknak, emlékeztetőnek és szórakoztatóknak lennie.” (Mezei-Szabó, Közősségszervező BA szakos hallgatók 2017.12.)

A stressz megjelenési formái állásinterjún és a munkahelyen

Munkahelyi stressz és az egészség

Jelen áttekintés fő célja a munkahelyi stressz megjelenésének, valamint az egészséggel kapcsolatos viszonyának áttekintése. A munkavállalók egészségének fenntartása a munkáltatók számára a 21. századra elkerülhetetlenül fontossá vált, hiszen a jól-lét és a teljesítmény szorosan korrelál az egészségi állapottal. Az egészség romlása pszichológiai és fiziológiai változásokat indít el az egyénben, amelynek következménye akár a munkából való kiesés is lehet. Az áttekintés kitér arra is, hogy a megjelenő stressznek kétféle dimenziója lehetséges: kihívás-okozta, illetve akadályozó tényezők-okozta stressz. A közvélekedéssel ellentétben az első inspiráló és motiváló lehet a munkavállaló számára, amellyel a megelégedettsége, lojalitása, ezzel együtt az egészsége hosszabb távon fenntartható. *Kulcsszavak:* munkahelyi stressz, egészség

Bevezetés, háttér

A munkavállaló egészsége és az egészségmegőrzés fontossága

A 20. század végéig a munkahelyi vagy munkavállalói stressz tényét és annak tanulmányozását nem tartották kiemelkedően fontosnak, mert az általános felfogás szerint a munkavállaló egészsége (és egészségének őrzése) kevésbé fontos tényező összehasonlítva a teljesítményével vagy kimutatható eredményeivel (Pugliesi, 1999). Ez a felfogás a század végére egyre inkább gyengülni látszott, hiszen nyilvánvalóvá vált, hogy a fizikai (testi) egészség minden egyén számára elsődleges. Ugyanakkor szoros korrelációt mutat a mentális egészséggel, a munkaképességgel, és ezzel összefüggően a munkahelyi teljesítménnyel is, amely mind a munkavállaló, mind pedig a munkáltató vitathatatlan érdeke (Karasek, 1990). Egy, a hetvenes években az Egyesült Államokban végzett kutatás szerint (Burns, 1973) 1972-ben az amerikaiak százmillió dollárt költöttek egészségügyi szolgáltatásokra, amely még egy ilyen nagy népességű országban is jelentős szám.

A 20. század vége felé a fejlett nyugati államokban egyre inkább megfigyelhető volt az a tendencia, hogy a munkahelyi nyomásra válaszként az emberek mozgással, meditációs gyakorlatokkal, aktív pihenéssel, szabadidős programokkal és egyéb, rekreációs tevékenységekkel igyekeztek fizikai jóllétüket biztosítani és javítani (Morris, 1996). Ezt elősegítette az egyre szélesebb körben bevezetett ötnapos munkahét is, amely hetente két teljes szabadnapot biztosított. (Magyarországon az ötnapos munkahetet az 1981. április 27.-i kormányrendelet rendelte el, a 40 órás munkahét pedig 1984-ben váltotta fel a heti 42 órát. Az Egyesült Államokban az ötnapos munkahetet hivatalosan 1940-ben rendelték el).

Az a tény, hogy korábban a munkáltatók és mentális szakemberek kevesebb figyelmet fordítottak az egészségmegőrzésre, abból is fakadhatott, hogy az akkor jellemző általános álláspont szerint az egészség romlásának illetve a betegségek kialakulásának kizárólag fizikai okai vannak, és kevésbé függenek a környezeti vagy társas körülményektől (Adelmann 1995). Ez a nézőpont mára erősen túlhaladottnak számít - a pszichológusok és

mentálhigiénés szakemberek egyre jobban felismerik a test és elme interakciójának fontosságát, és a környezet befolyásoló szerepét az egészség/betegség kölcsönhatásában (Okechukwu, 2014).

A munkahely, mint stressz-forrás

A szemlélet fokozatos fejlődésével a munkahelyi stressz egyre inkább a figyelem középpontjába került. A 2000-es évekhez közeledve egyre több tanulmány és kutatás látott napvilágot, amely kimondottan a munkahellyel, vagy munkával összefüggő stresszt vizsgálta (Carlopio & Gardner, 1995). Ezzel együtt járt az, hogy a munkával való elégedettséget, teljesítményt, nyomás alatti viselkedést és motivációt is lehetőség volt vizsgálni és mérni. Ez pedig a munkáltatóknak is vonzó és újszerű lehetőségnek ígérkezett, hiszen hírnevüket, elismertségüket és a korral való haladás imidzsét tudták így felmutatni. (DeCastro, 2016)

A társas és környezeti tényezők egészségre gyakorolt szerepe abból a szempontból is lényeges, hogy a felnőtt lakosság nagy része a nappali órák jelentős hányadát a munkahelyén vagy munkatevékenységgel tölti, ahol a munkaköre fizikai komponensein kívül (fizikai munkavégzés, fáradtság, stb.) pszichológiai és társas benyomások is érik (Frese, 1985). Amennyiben tehát az egyén egészsége önmaga számára fontos, és tesz is érte, akkor ez a munkáltatónak, így közvetve az egész társadalomnak is lényeges tevékenység, amely befolyásolja a makrogazdasági folyamatok eredményét, a szervezetek teljesítményét és teljesítőképességét is.

A stressz fogalma

„*A stressz az élet sava-borsa*” (Selye János¹)

A „stressz”, mint szó eredetileg igeként jelent meg a latin nyelvekben, amelynek jelentése szorítani, bántani volt. Később a szó átkerült a természettudományos szókincsbe, ahol elsősorban a külső nyomással kapcsolatban használták.

A fogalom Selye János (1966) kutatásai eredményeként vonult be a köztudatba az 1930-as években. Selye a patkányok viselkedésének tanulmányozása során kapcsolta össze először a stresszt, a stresszválaszt és a krónikus stressz káros hatásait. Vizsgálatának tárgya az volt, hogy hogyan változik a patkányok hormonrendszere, ha különféle stresszt okozó tényezőknek teszi ki őket, pl.: éhezésnek, szélsőséges hőmérsékleti viszonyoknak, hangos zajoknak vagy egyéb zavaró tényezőknek. A patkányoknál alkalmazta először a stresszre adott általános adaptációs válasz² kifejezést arra a válaszra, amely három szakaszra bontható: riadó, alkalmazkodás-ellenállás (rezisztencia) és kimerülés.

A stressz kiküszöbölése lehetetlen – de nem is feltétlenül kívánatos. A stressz nem minden esetben károsító tényező, ellenkezőleg: a „jó stressz” (eustress) hatalmas erőforrásként szolgálhat, amely inspiráló és motiváló lehet egy-egy élethelyzetben (Selye 1976, a.b.). A történelemkönyvek tele vannak olyan személyiségekkel, akiket megerősített a stressz, és akik győztesként kerültek ki az életükben jelen lévő megpróbáltatásokból. Kiváló példája ennek Mahatma Gandhi, aki a 20. század egyik legjelentősebb alakja India függetlenségének kivívásával. Annak ellenére maradt karizmatikus és életenergiában bővelkedő ember, hogy élete valóban komoly stressztényezőktől volt terhes, lásd: börtönbüntetés, böjti ciklusok, harcok és küzdelmek (Nanda, 1958).

¹ Selye János a stresszelmélet atyja. Született 1907. január 26-án Bécsben, elhunyt 1982. október 15-én Montrealban

² General Adaptation Response to Stress – GAS

A munkahelyi stressz megjelenési formái

A munkahelyi stressz tekinthető olyan tényezőnek, amely az egyén pszichológiai és fiziológiai homeosztázisát rombolja le (Margolis & Kroes, 1974). Az egyes helyzetekből adódó munkahelyi stressztényezők dimenziói a következők (Boswell et Al, 2004):

- Rövidtávon megjelenő állapot- vagy hangulatváltozás: harag, idegesség, feszültség;
- Hosszútávon jelentkező pszichológiai válaszreakciók: depresszió, krónikus betegségek.
- Átmeneti fiziológiai változások: vérnyomás növekedése, pulzus emelkedése.
- Fizikai egészségi állapotra vonatkozó nem átmeneti változások: gasztro-enterológiai betegségek, asztma, szívproblémák.

Amennyiben a stresszt fiziológiai értelemben vizsgáljuk, megállapítható, hogy a stressz tulajdonképpen egy, a stresszorra adott válaszreakció (Selye, 1970). Ilyen értelemben a stressz nem tekinthető *eltúlzott* válaszreakciónak, csupán egy ingerre adott biológiai jelenségnek.

A munkahelyi stressz jelensége erősen függ az egyén és környezete interakciójától, a személy attitűdjétől, valamint az időtényezőtől is (Hall, 1991). Ez utóbbi akkor játszik szerepet, amikor a stressz percepciója bizonyos esetekben nem azonnal történik meg, hanem órákkal, napokkal vagy hetekkel később. A munkahelyi stressz ezen túlmenően az egyén biztonságérzetére is hatással van; a túlzott mértékű, tartósan fennálló, a személy egészségére káros stressz a biztonsági előírások megszegésével is negatívan korrelál (Chin-Shan Lu, Szu-Yu Kuo, 2016).

A munkahelyi stressz két típusú dimenziója

A 21. század stresszel terhelt világában érdekes, már-már szokatlannak tűnő felvetés az, hogy bár a munkáltatók és szervezetek célja a stressz megelőzése és csökkentése, a stressz mégis vezethet bizonyos esetekben javuló eredményekhez. Kétféle stresszt előidéző dimenzió különböztethető meg, amely a dolgozó munkahelyi eredményét eltérő módon befolyásolja: a kihívás-okozta, illetve az akadályozó tényezők-okozta stressz (Cavanaugh et Al., 2000). Abban az esetben, ha az egyén kihívásként éli meg az adott stresszort, a stressz percepciója a kívánatos eredményekhez vezethet, tehát stimuláló a dolgozó számára, vagyis a korreláció pozitív. Az ilyen jellegű kihívások - bár stresszt okoznak – személyes fejlődést és elismerést jelentenek az egyénnek, ezért hajlandó a feladatokkal kapcsolatban plusz erőfeszítéseket tenni (Okechukwu, 2014). Ilyen esetekben a személy kevésbé kíván új munkahelyet keresni, és a jelenlegi munkájával kapcsolatos elégedettsége nő. Ilyenkor még akkor is erősödik a dolgozó elkötelezettsége és nyereség-érzete, ha erős nyomás alatt van (McCall & Morrison, 1988).

Ezzel ellentétben az akadályozó, hátráltató események negatívan korrelálnak az eredményességgel (Reilly & Stroh, 1997), mivel az egyén veszít a jövőképeből, és csökken a munkáltató iránti bizalma. Ez a kutatási eredmény rávilágít arra, hogy önmagában a stressz nem jelent minden esetben negatívumot, sőt bizonyos területei pozitív változást idéznek elő.

Megbeszélés

Jelen cikk szerzői szerint a fentiek alapján a munkahellyel vagy munkával összefüggő stressz olyan változásokat jelent a személy számára, amely az egyén pszichológiai és/vagy fiziológiai állapotát változtatja meg, amely a normálistól vagy átlagostól eltérő működésben nyilvánul meg. Mindez az egészség romlásához vezethet mind átmeneti, mind hosszabb időtávra. Megállapítható, hogy a munkavállaló egészsége az egyén mentális és fizikai állapotának függvénye. Az összefoglalt irodalom alapján megállapítható, hogy az egészségi állapot korrelál a jól-léttel, a jól-lét pedig a teljesítménnyel. Az egymásba fonódó és egymásnak előfeltételként szolgáló tényezők úgy is felfoghatók, hogy mindegyik függ

a másiktól (Davidson & McEwen, 2012). A stressz gyakran visszatérő előfordulása azonban minden bizonnyal túlmutat az egészségügyi problémákon, hiszen a dolgozó kimerülése, elégedetlensége, teljesítményromlása, betegsége vagy munkából való kiesése kézzelfogható veszteséget okoz a vállalatnak (Schuler, 1980). A stresszt nagy mértékben befolyásolja a társas támogatás megléte, mind a munkahelyen belül (kollegák, felettesek), mind azon kívül (család, baráti kör) (Cummings, 1990).

A munkáltatóknak továbbá érdemes lenne a tárgyalt két eltérő dimenziót (kihívás- okozta stressz, akadályozó tényezők- okozta stressz) differenciálni, hiszen ha nem ismerik fel a kétféle stresszor-terület közötti különbséget, előfordulhat a munkahelyi motiváció és stimuláció nem akaratlagos csökkentése. Ha az egyén által jelzett stresszt egyetlen, differenciálatlan skálán mérjük, nehéz a stressz és a munkahelyi eredményesség közötti kapcsolat feltárása, mivel a két típusú dimenzió nem mérhető külön-külön. Érdemes olyan variánsokat vizsgálni, amelyek a lojalitásra, a felmondási szándékra, és más munka keresésére vonatkoznak.

Szerzők javaslata szerint érdemes és elengedhetetlen mind a stresszor (a stresszt kiváltó tényezők), mind pedig a stressz megjelenési formáinak a vizsgálata, hiszen egyikből következik a másik, és együtt vizsgálva a kettőt közelebb kerülhetünk ahhoz, hogy megértsük, mi váltja ki a stressz jeleit az egyén esetében, és mi lenne a megfelelő eszköz ennek megoldására.

Irodalom

- Adelmann, P, Emotional labor as a potential source of job stress, Organizational risk factors for job stress, pp.371-382, Washington D.D, American psychological Association, 1995
- Boswell, W.R, Olson-Buchanan, J.B., LePine, M.A, Relations between stress and work outcomes: The role of felt challenge, job control and psychological strain, Journal of Vocational Behavior 64 (2004) 165-181, 2004
- Carlopio, J, Gardner, D, Perceptions of work and workplace: Mediators of the relationship between job level and employee reactions Journal of Occupational and Organizational Psychology 68, 1995
- Chin-Shan L, Szu-Yu K, The effect of job stress on self-reported safety behaviour in container terminal operations: The moderating role of emotional intelligence, Transportation Research Part F 37, 10-26, 2016
- DeCastro, E.L. et Al, Employers' Feedback on the Job Performance of Computer Engineering Graduates in an Asian Academic Institution, Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences, Vol.3, No.3, 2016
- Cummings, L, Reflections on Management Education and Development: Drift of Rhrust Into the 21st Century?, Academy of Management Review, Vol 15, No.4, 1990
- Davidson, R.J, McEwen, B.S, Social Influences on neuroplasticity: stress and interventions to promote well-being, Nature Neuroscience, Vol 15, Number 5, 2012
- Frese, M, Stress at work and psychosomatic complaints: A casual interpretation, Journal of Applied Psychology 70, 1985
- Fricsfalvi P., Stressz a lelke mindenek, Dimenzió Biztosító Egyesület, Bp, 2006
- Hall, E.M, Gender, work control and stress: A theoretical discussion and an empirical test The psychosocial work environment: Work organization, democratization and health, Amityville, NY Baywood, 1991
- Karasek, R.A, Lower health risk with increased job control among white collar workers Journal of Organizational Behavior 11, 1990
- Lewis D., Stresszkontroll egy percben, Mecenas Kiadó Bp, 1999
- McCall, M.W, Lombardo, M.M, Morrison, A.M, Lessons of Experience: How successful executives develop on the job, Simon and Schuster, 1988
- Margolis, B.L, Kroes, W.H, An unlied Occupational Hazard, Journal of occupational medicine, 16(10):659-61, November 1974

- Morris J.A, Feldmann D.C, The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor, *Academy of Management Review* 21 986-1010, 1996
- Nanda, B.R., Mahatma Gandhi, A Biography, Allied Publishers Private Ltd, 1958
- Okechukwu, E.A, Challenge and Hindrance Stress Relationship with Job Satisfaction and Life Satisfaction: The Role of Motivation-to-work and Self-efficiency, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol.4, No.6, April 2014
- Pugliesi, K, The consequences of emotional Labor: Effects on Work Stress, Job Satisfaction, and Well-Being, *Motivation and Emotion*, Springer, Vol 23, Issue 2, 1999
- Reilly, A., Stroh, L.K, Riding out Corporate Turbulence, *Journal of General Management*, Volume 22, issue 3, 1-11, 1997
- Selye, J. *Életünk és a stressz*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1966.
- Selye J. *In vivo*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1970.
- Selye J. *Az álomtól a felfedezésig*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1974.
- Selye J. *Stressz distressz nélkül*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1976 a.
- Selye, J, *Stress without distress*, *Psychopathology of Human Adaptation*, Springer Science Business Media New York, 1976b
- Schuler, R.S, Definition and Conceptualization of Stress in Organizations; *Organizational Behavior and Human Performance*, 25, 184-215, 1980

A pályázók stressz-percepciója és reagálási formái állásinterjún

A tanulmány célja a pályázók állásinterjú-okozta stresszre és egyéb tényezőkre adott válaszreakciójának és attitűdjének vizsgálata, valamint azon legfontosabb stressztényezők azonosítása, amelyek befolyásolják – vagy ellenkezőleg, nem befolyásolják – az állásinterjú résztvevőit. Az állásinterjút a pályázó gyakran stresszes helyzetként éli meg, amely erőteljes koncentrációt és magas fokú figyelmet követel. A stressz által okozott emocionális változások befolyásolhatják a teljesítményt, és ennek következményeként az eredményt. A szerző tapasztalatai szerint a legtöbb jelölt a stresszinterjút és a bizottság előtti interjút találja a legnagyobb mértékben stresszesnek, továbbá az interjút vezető személy viselkedése és személyisége az a tényező, amely a stressz-szint csökkenéséhez vezethet. A problémát kérdőíves megkérdezéssel kutattuk egy budapesti, informatikai szolgáltatásokkal foglalkozó multinacionális cég véletlenszerűen kiválasztott mintájának felhasználásával. Kulcsszavak: Állásinterjú, interjú, stressztényezők, stressz.

Háttér

Az állásinterjút gyakran tekintik az élet egyik legnehezebb helyzetének (Haffner, 2016). A manapság jellemző stresszes és gyorsan változó munkakörnyezetben a szorongás érzése meglehetősen gyakori (Yuen, 1998), és ez az állásinterjú-helyzetben is megjelenhet. Az adott munkakörre legmegfelelőbb jelölt kiválasztásához a munkáltatók leginkább a személyes interjú módszerét részesítik előnyben. Abból a tényből kiindulva, hogy egy interjú vizsgahelyzetként jelenik meg (Heimberg, Keller & Peca-Baker, 1986), nem meglepő, hogy a stressz és a szorongás az interjú és az egész kiválasztási folyamat szerves része.

A „stressz” és a „szorongás” kifejezés egymás szinonimájaként jelenhet meg a pályázóknál, amelyet gyakran sem percepciójuk során, sem pedig az írásbeli értékelés során nem tudnak megkülönböztetni. Mindkét esetben fizikai tünetek jellemzőek (mint pl. izomfeszülés, fejfájás, izzadás, heves szívverés), ám értelmezésünk szerint a stressz olyan válaszreakció, amelynek rövidebb az időtartama, különösen, ha az adott vizsgálati helyzetet tekintjük. Ezzel ellentétben a szorongást itt abban az értelemben használjuk, hogy ez egy, a stressz által kiváltott jelenség, amely hosszabb ideig fennállhat, valamint az egyén életének más területeire is kihathat. Ide tartozik többek között az alvászavar, kimerültség, ingerlékenység, koncentráció-készség elvesztése, valamint a korábban említett fizikai tünetek bármelyike. Jelen vizsgálat során a válaszadók számára a stressz és a szorongás fogalmát nem különböztettük meg, ezért a két fogalmat a továbbiakban összevontan értelmezzük.

A pályázók esetében kialakuló stressznek komoly következményei lehetnek az adott munkakör betöltése tekintetében, ilyen például a nem kielégítő interjú-teljesítmény, holott ezen jelöltek alkalmazásuk esetén akár kiváló eredményt is elérhetnek (McCarthy, Goffin 2004). Nyilvánvaló, hogy a jelöltek fő célja saját teljesítményük maximalizálása annak érdekében, hogy az általuk megpályázott pozíciót elnyerjék. A pályázóra gyakorolt hatások között nem csupán a szűkebb és könnyen észlelhető tényezők szerepelnek, hanem a környezet is jelentősen befolyásolja a viselkedését és teljesítményét.

Applebaum (Applebaum et al., 2010) az ápolószemélyzet stressz szintjét mérő kórházi környezetben végzett vizsgálatában olyan környezeti tényezőket elemez, mint a zaj, a fény, a levegő minősége, a páratartalom, az esztétikus berendezés és a hőmérséklet, de további tényezőként említi a szagot és a színeket is, amelyek mind befolyásolják a személyeket. Az eredmények azt mutatják, hogy a teljesítőképességet nagymértékben befolyásolja a fizikai környezet, de nem csupán ezt, hanem számos további funkciót is érint, mint például a szorongást, a viselkedést vagy a kommunikációt.

A szakirodalomban kevés vizsgálat található a pályázó állásinterjún mutatott teljesítményének vizsgálatára, és ezek is csupán kis számú mintán végzett kutatások (Ayres & Crosby, 1995; Ayres et al., 1998; Delery & Kacmar, 1998), holott egy interjú feltétlenül olyan esemény, ahol a szorongás és a stressz megjelenik és mérhető. Mivel nem áll rendelkezésre pontos és egységes eszköz a stressz mérésére, a korábbi vizsgálatok nem konzisztensek az interjún nyújtott teljesítmény és a stressz korrelációjának értékelésében (Keenan, 1978; Ayres & Crosby, 1995).

McCarthy és Goffin (2004) ezt a hiányosságot pótolandó megvizsgálta az állásinterjú által keltett szorongás konstruktumának elméleti alapjait. A vizsgálat alapján egy többdimenziós módszert fejlesztettek ki, amelynek az angol „Measure of Anxiety in Selection Interviews” („Az állásinterjún megjelenő szorongás mérése”, MASI) nevet adták. Ez a módszer az interjún észlelt szorongás öt dimenzióját értékeli: kommunikáció, megjelenés, társas tényezők, teljesítmény és viselkedés. A mérési módszert alkalmazva a kutatók megállapították, hogy a vizsgált dimenziók negatívan korrelálnak az interjún nyújtott teljesítménnyel. Kimutatható, hogy az alacsony társas szorongással rendelkező egyéneket szociálisan pozitívabbnak (Hawkins & Steward, 1991) és intelligensebbnek tekintették (Richmond, Beatty & Dyba, 1985). A MASI láthatóan jobban alkalmazható és pontosabb eszköz a szorongás felmérésére, mint más, általános, vizsgálati módszerek. A vizsgálat azt is kimutatta, hogy az interjún megjelenő szorongás csökkentése megkönnyíti a pályázók számára az adott helyzetet, amely javítja a kiválasztási folyamat minőségét.

Egy másik vizsgálat arra a következtetésre jutott (Cook, Vance & Spector, 2000), hogy az alacsonyabb szintű szorongással bíró jelöltek nagyobb valószínűséggel kaptak esélyt egy második körös interjúra, összehasonlítva a jobban szorongó egyénekkel. A kutatás eredménye azt mutatja, hogy azok a pályázók képesek a teljesítményük maximumát nyújtani, akiknél a stressz alacsony fokú, ezáltal kedvezőbb benyomást tehetnek. A gyakorlatban alkalmazott felosztást követve, vizsgálatunkban az alábbi interjú típusokat különböztettük meg:

Interjú idegen nyelven	Az interjú nem a jelölt anyanyelvén folyik.
Interjú személyiségteszttel	Az interjú szerves része egy személyiségteszt kitöltése, amely a személyes beszélgetés előtt vagy után történik meg papíron vagy online formában.
Stresszinterjú	Az interjún a jelöltet pszichológiai nyomás alá helyezik abból a célból, hogy a teljesítménye és válaszreakciója stressz alatt mérhető legyen (pl. támadó vagy sértő viselkedés a kérdező részéről, szélsőséges körülmények megteremtése, a jelölt szavainak szándékos félreértelmezése stb.).
Második és harmadik körös interjúk	Az első személyes interjút második vagy harmadik megbeszélés követi, gyakran a munkáltató más képviselőjével.
Interjú ügyvezető igazgatóval/tulajdonossal	Interjú a munkáltató ügyvezető igazgatójával vagy a cég tulajdonosával.
Interjú külföldi vezetővel idegen nyelven	Interjú a munkáltató külföldi vezetőjével, nem a jelölt anyanyelvén.
Interjú emberi erőforrás képviselővel, anyanyelvén	Interjú a személyzeti osztály képviselőjével ("HR" -Human Resources), nem a leendő szakmai vezetővel.

Interjú típusok	Jelöltek száma	Interjúztatók (kérdőzők) száma
Hagyományos interjú	1	1
Több résztvevős interjú	1	2-3
Bizottság előtti interjú	1	4-6
Csoportos interjú	6-12	4-6

Célkitűzések

Az itt bemutatott kutatás célja, hogy azonosítsa a fent említett stressztényezőket, és a hozzájuk kapcsolódó érzések szerepét a pályázóknál, valamint vizsgálja az attitűdjüket, érzéseiket, benyomásait és a szorongásuk tudatosodását az állásinterjú során. Az alábbi három hipotézist vettük fel:

Hipotézisek

A jelöltek attitűdjének felmérése a különböző interjútipusok esetén:

- 1.) **Hipotézis:** A pályázók többsége a stresszinterjút és a bizottság előtti interjút találja a leginkább stresszes típusú interjúnak;

A legfontosabb stresszelem kimutatása, amely hatással lehet a teljesítményre, és amely befolyásolja a végeredményt:

- 2.) **Hipotézis:** A vizsgált tételek közül a pályázók többsége a fizetésre vonatkozó kérdéseket találja a legstresszesebbnek;

Azon módszerek és eszközök azonosítása, amelyek csökkentik a jelölt stressz szintjét az állásinterjún:

- 3.) **Hipotézis:** A pályázók többsége úgy véli, hogy a közvetlen kommunikációs stílus és a bemelegítő ("ice breaking") kérdés fontos szerepet játszik az interjú során.

Módszer és minta

A kutatást egy multinacionális, informatikai szolgáltatásokkal foglalkozó vállalat helyszínén folytattuk Budapesten, amelynek központja az Egyesült Államokban, Pennsylvániában található. A vállalatcsoport számítástechnikai megoldásokat kínál, valamint komplex informatikai problémákat kezel globális piacon működő vállalatok számára, köztük kormányzati szervezeteknek, oktatási, banki és gyógyszeripari vállalkozásoknak. A kutatásban alkalmazott vizsgálati minta a budapesti központ különböző szervezeti egységeiben dolgozó, a vállalati hierarchiában különböző pozíciókat betöltő személyekből állt: beosztott munkatársakból, középvezetőkből és felsővezetőkből.

A vizsgálati minta az 1. táblázatban található.

A vizsgálati kérdőív

A kutatás célját figyelembe véve egy 24 kérdést tartalmazó kérdőívet dolgoztunk ki, amely, a statisztikai adatokat nem számítva, két fő szakaszból állt. Az első szakasz a személy általános elképzeléseit vizsgálta az interjúkkal kapcsolatban, valamint az észlelt stresszt azonosította és mérte.

A második rész az esemény fizikai környezetének jellemzőit és az ezzel kapcsolatos percepciókat vizsgálta. Jelen cikk kizárólag az első szakasz vizsgálatára korlátozódik, amely a stressztényezőkkel kapcsolatos eredményeket tárta fel.

A vizsgálat

A vizsgált szervezet különböző részlegein dolgozó, véletlenszerűen kiválasztott 150 munkatársát kértük fel az online kérdőív kitöltésére, amelyből 112 válasz érkezett (75%-os válaszadási ráta). Mivel nem volt lehetőség kérdést megválaszolatlanul hagyni, minden kérdést fel lehetett dolgozni. A kérdőív bevezetésében tájékoztattuk a résztvevőket a kutatás céljáról, valamint megerősítettük az adatok biztonságára vonatkozó irányelveket. A részvételt anyagi juttatásokkal nem kompenzáltuk, és a kutatásban való részvétel önkéntes volt.

A demográfiai adatokat (életkor, iskolai végzettség, lakóhely és jelenlegi munkakör) követve a kérdőív négy feltáró kérdéssel kezdődött, amelyek az egyének - az interjúra vonatkozó - általános tapasztalataira vonatkoztak. Nevezetesen, az alábbi tényezőket vizsgáltuk:

hány állásinterjún vett részt a pályázó eddig élete során, milyen általános benyomásokat szerzett, átlagosan hány interjúztató személy volt jelen, valamint milyen hosszú ideig tartottak a meghallgatások. Ezt a szekciót a jelölt észlelt stressz szintjével kapcsolatos kérdések követték, majd arra kérdeztünk rá, hogy a személyek véleménye szerint mely eszközök lehetnek a stressz csökkentésére alkalmasak.

1. táblázat: Vizsgálati minta

Kérdés	Válasz	n	Százalék
Nem	Férfi	50	44,6
	Nő	62	55,4
Kor	20-30 év	44	39,3
	31-40 év	54	48,2
	41-50 év	13	11,6
	51 felett	1	0,9
Végzettség	Érettségi	7	6,3
	Érettségi és OKJ bizonyítvány	6	5,4
	Egyetemi/főiskolai BA diploma	50	44,6
	Egyetemi/főiskolai MA diploma	47	42
	PhD, DLA	2	1,7
Lakhely	Főváros	70	62,5
	Megyeszékhely	11	9,8
	Megyei város	18	16,1
	Község, falu	9	8
	Külföld	4	3,6
Jelenlegi beosztás	Beosztott alkalmazott	77	68,7
	Középvezető	17	15,2
	Felsővezető, Menedzser	2	1,8
	Egyéb	3	2,7

A következő 4 kérdés a vizsgált személyek állásinterjújával kapcsolatos általános tapasztalataira vonatkoztak. A kérdések és az eredmények a 2. táblázatban láthatóak.

2. táblázat: A pályázók tapasztalatai állásinterjűk vonatkozásában

Kérdés	Válasz	n	Százalék
Hány állásinterjún vett részt élete során pályázóként?	1-2	3	2,7
	3-5	35	31,3
	6-10	37	33,0
	11-15	16	14,3
	15+	20	17,9
	Nem tudom/Nem emlékszem	1	0,9
Általában milyen benyomást szerzett azokról az interjúkról, amelyeken részt vett?	Nagyon pozitív	13	11,6
	Inkább pozitív	68	60,7
	Semleges	22	19,6
	Inkább negatív	9	8,0
	Nagyon negatív	0	0,0
Általában hányan voltak jelen az interjúkon a munkáltató oldaláról?	1	17	15,2
	2	70	62,5
	3	20	17,9
	4	4	3,6
	5	0	0,0
	5-nél többen	1	0,9

	30 perc vagy kevesebb	21	18,8
Általában mennyi ideig tartottak azok az interjúk, amelyeken részt vett?	1 óra	77	68,8
	1,5 óra	8	7,1
	2 óra	2	1,8
	2 óránál több	4	3,6

Az állásinterjúkon történt részvétel relatíve nagy száma (3-5 és 6-10 számú interjún résztvettek összesen 64,3%; 15 vagy több: 17,9%) a feltételezések szerint a válaszadók korosztálybeli eloszlásának köszönhető. Az a tény, hogy a válaszolók több, mint 60%-a tartozik a 31 év feletti csoportjába, arra utal, hogy a résztvevők többsége tisztában van az interjúzási folyamatokkal, és határozott, pozitív általános véleményt alakított ki (az 'inkább pozitív' válasz aránya 60,7%). A kérdések egyikében sem találtunk szignifikáns különbséget a nemeket illetően.

Az egyéb változókat tekintve látható, hogy általában két személy volt jelen a munkáltató oldaláról (62,5%), és az állásinterjúk az esetek túlnyomó részében 1 óráig tartottak (68,8%).

A következő kérdések a résztvevő által észlelt stresszre vonatkoznak a különböző állásinterjú típusokra bontva. A kérdéseket és az eredményeket a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat: A pályázó által észlelt stressz az egyes állásinterjú-típusok esetén

Változók	Válasz	n	Százalék
Interjú 2 résztvevővel (1 interjúztató, 1 jelölt)	Rendkívül nagy stresszt jelent	1	0,9
	Elég nagy stresszt jelent	26	23,2
	Közepes mértékű stresszt jelent	16	14,3
	Kis mértékű stresszt jelent	42	37,5
	Nem jelent stresszt	27	24,1
Interjú több résztvevővel (2-3 interjúztató, 1 jelölt)	Rendkívül nagy stresszt jelent	9	8,0
	Elég nagy stresszt jelent	47	42,0
	Közepes mértékű stresszt jelent	8	7,1
	Kis mértékű stresszt jelent	30	26,8
	Nem jelent stresszt	18	16,1
Bizottság előtti interjú (4-6 interjúztató, 1 jelölt)	Rendkívül nagy stresszt jelent	45	40,2
	Elég nagy stresszt jelent	40	35,7
	Közepes mértékű stresszt jelent	6	5,4
	Kis mértékű stresszt jelent	14	12,5
	Nem jelent stresszt	7	6,3
Csoportos interjú (4-5 interjúztató, 6-12 jelölt)	Rendkívül nagy stresszt jelent	27	24,1
	Elég nagy stresszt jelent	33	29,5
	Közepes mértékű stresszt jelent	20	17,9
	Kis mértékű stresszt jelent	20	17,9
	Nem jelent stresszt	12	10,7
Interjú idegen nyelven	Rendkívül nagy stresszt jelent	4	3,6
	Elég nagy stresszt jelent	26	23,2
	Közepes mértékű stresszt jelent	28	25,0
	Kis mértékű stresszt jelent	23	20,5
	Nem jelent stresszt	31	27,7
Interjú személyiségteszttel	Rendkívül nagy stresszt jelent	3	2,7
	Elég nagy stresszt jelent	26	23,2
	Közepes mértékű stresszt jelent	29	25,9
	Kis mértékű stresszt jelent	29	25,9
	Nem jelent stresszt	25	22,3

Stresszinterjú	Rendkívül nagy stresszt jelent	26	23,2
	Elég nagy stresszt jelent	45	40,2
	Közepes mértékű stresszt jelent	19	17,0
	Kis mértékű stresszt jelent	12	10,7
	Nem jelent stresszt	10	8,9
Második és harmadik körös interjúk általában	Rendkívül nagy stresszt jelent	14	12,5
	Elég nagy stresszt jelent	49	43,8
	Közepes mértékű stresszt jelent	19	17,0
	Kis mértékű stresszt jelent	19	17,0
	Nem jelent stresszt	11	9,8
Interjú ügyvezető igazgatóval/tulajdonossal	Rendkívül nagy stresszt jelent	24	21,4
	Elég nagy stresszt jelent	45	40,2
	Közepes mértékű stresszt jelent	13	11,6
	Kis mértékű stresszt jelent	19	17,0
	Nem jelent stresszt	11	9,8
Interjú külföldi vezetővel idegen nyelven	Rendkívül nagy stresszt jelent	28	25,0
	Elég nagy stresszt jelent	37	33,0
	Közepes mértékű stresszt jelent	14	12,5
	Kis mértékű stresszt jelent	22	19,6
	Nem jelent stresszt	11	9,8
Interjú emberi erőforrás képviselővel, anyanyelven	Rendkívül nagy stresszt jelent	3	2,7
	Elég nagy stresszt jelent	19	17,0
	Közepes mértékű stresszt jelent	26	23,2
	Kis mértékű stresszt jelent	34	30,4
	Nem jelent stresszt	30	26,8

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a résztvevők a bizottság előtti állásinterjút találták a legstresszesebbnek (40,2%) Ez után a csoportos interjú és a külföldi vezetővel folytatott idegen nyelvű interjú következett. Az adatok alapján a két résztvevővel és az emberi erőforrás képviselőjével folytatott interjút találták a résztvevők a legkevésbé stresszesnek. Megállapítható, hogy ha akár külföldi vezető, akár több interjúztató van jelen, az észlelt stressz ennek megfelelően nő. Az első hipotézis feltevésével szemben a stresszinterjú nem az a típusú interjú, amely a jelöltekben a legnagyobb észlelt stresszt okozza.

A 4. táblázat a jelölt interjú közben észlelt stressz-szintjét és tapasztalatait foglalja össze.

4. táblázat: A jelölt észlelt stressz-szintje a legutóbbi állásinterjú során, amelyen pályázóként részt vett

Változók		Erősen éreztem/ tapasztaltam	Kevésbé erősen éreztem/ tapasztaltam	Alig éreztem/ tapasztaltam	Nem éreztem/nem tapasztaltam
Erős szívdobogás	n	12	28	43	29
	s%	10,7	25,0	38,4	25,9
Fejfájás	n	0	1	7	104
	%	0,0	0,9	6,3	92,9
Emésztési problémák, gyomor- fájdalom	n	7	3	23	79
	%	6,3	2,7	20,5	70,5
Kézremegés	n	2	5	29	76
	%	1,8	4,5	25,9	67,9
Felejtés, emlékezetkiesés	n	0	5	29	78
	%	0,0	4,5	25,9	69,6
Leblokkolás	n	2	10	36	64
	%	1,8	8,9	32,1	57,1

Bőrkiütések	n	1	2	0	109
	%	0,9	1,8	0,0	97,3
Düh	n	0	2	4	106
	%	0,0	1,8	3,6	94,6
Ingerlékenység	n	0	3	5	104
	%	0,0	2,7	4,5	92,9
Csökkenő önbizalom	n	3	9	32	68
	%	2,7	8,0	28,6	60,7
Kimerültség	n	5	7	28	72
	%	4,5	6,3	25,0	64,3
Szóbeli kifejezőképesség romlása, dadogás	n	2	11	31	68
	%	1,8	9,8	27,7	60,7
Szájszárazság	n	5	10	32	65
	%	4,5	8,9	28,6	58,0
Nehéz légzés	n	0	7	19	86
	%	0,0	6,3	17,0	76,8
Izzadás	n	6	22	40	44
	%	5,4	19,6	35,7	39,3
Görcsös kéz vagy láb	n	0	0	5	107
	%	0,0	0,0	4,5	95,5
Tüsszentés	n	0	0	1	111
	%	0,0	0,0	0,9	99,1
Indokolatlan nevetés	n	0	1	15	96
	%	0,0	0,9	13,4	85,7

Amennyiben az „Erősen éreztem/tapasztaltam” és a „Kevésbé erősen éreztem/tapasztaltam” válaszokat a stressz jelének tekintjük, az alábbi válaszok érték el nagyobb százalékarányt: erős szívdobogás (35,7%), izzadás (25%), szájszárazság (13,4%), szóbeli kifejezőképesség romlása, dadogás (11,6%), kimerültség (10,8%) emésztési problémák, gyomorfájdalom (9%).

Fenti hat tételt tekintve a résztvevők mintegy 4,5% -a mérsékelt stresszt, 20,5% -a kevés stresszt jelzett, valamint 75% -a nem tapasztalta a stressz jeleit (ebből 18% -uk nem jelölte meg egyik választ sem, vagy csupán a felsorolt tünetek egyikét).

Az eredmények azt mutatják, hogy számos egyén egyáltalán nem észleli a felsorolt pszichofiziológiai tüneteket.

A következő kérdések arra vonatkoznak, hogy a jelöltek mennyire tartják fontosnak az egyes körülményeket az állásinterjú során. (5. táblázat).

Az eredményekből kitűnik, hogy pozícióval kapcsolatos információk (67%), a kérdezési lehetőség (55,4%), a fizetés tisztázása (55,4%) és az interjúztató személye (53,6%) a leglényegesebb elemek a felsorolt körülmények közül a résztvevőknek. Az interjúztató életkora, az italok és snack kínálata, az ülőhely megválasztásának lehetősége, valamint az interjúztató neme rendkívül alacsony pontszámot ért el, azaz mindegyiket kevesebb, mint 6 személy jelölte meg.

5. táblázat: A jelölt által fontosnak tartott körülmények az állásinterjún
(Fontosnak tekintjük azt az elemet, amely befolyásolhatja az interjú eredményét.)

Változók		Nagyon fontos	Fontos	Közepesen fontos/semleges	Inkább nem fontos	Egyáltalán nem fontos
Az interjúztató személye	n	60	47	4	0	1
	%	53,6	42,0	3,6	0,0	0,9
Interjúztató életkora	n	4	18	49	22	19

	%	3,6	16,1	43,8	19,6	17,0
Felkínált innivaló	n	5	20	38	26	23
	%	4,5	17,9	33,9	23,2	20,5
Rövid bevezető beszél- getés	n	34	57	14	6	1
	%	30,4	50,9	12,5	5,4	0,9
Kérdézési lehetőség	n	62	39	5	4	2
	%	55,4	34,8	4,5	3,6	1,8
Barátságos, oldott légkör	n	48	42	13	7	2
	%	42,9	37,5	11,6	6,3	1,8
Interjúztató neme	n	2	5	51	9	45
	%	1,8	4,5	45,5	8,0	40,2
Információk a megpályá- zott pozícióról	n	75	32	3	2	0
	%	67,0	28,6	2,7	1,8	0,0
Felkínált snack	n	2	1	33	15	61
	%	1,8	0,9	29,5	13,4	54,5
A munkahely könnyű megközelíthetősége	n	12	51	28	14	7
	%	10,7	45,5	25,0	12,5	6,3
Ülőhely megválasztása az interjún	n	3	22	46	15	26
	%	2,7	19,6	41,1	13,4	23,2
Ülőhely elhelyezkedése az interjún	n	8	36	42	11	15
	%	7,1	32,1	37,5	9,8	13,4
Fizetés megbeszélése	n	62	39	5	4	2
	%	55,4	34,8	4,5	3,6	1,8
Nyugodt környezet és hangulat összességében	n	45	45	12	4	6
	%	40,2	40,2	10,7	3,6	5,4

Az eredményekből az látható hogy az állásinterjún a résztvevők elsősorban a munkához kapcsolódó tényekre összpontosítanak, nem pedig a kiegészítő körülményekre, mint például az ételre vagy a másik személy életkorára. A környezeti és egyéb tényezők kis mértékben befolyásolják a válaszadók teljesítményét, holott az erre vonatkozó észlelések megtörténnek (Haffner, 2016).

A 6. táblázat a különböző elemek és tényezők által okozott és észlelt stresszt foglalja össze.

6. táblázat: Egyéb témák és elemek említése során észlelt stressz az állásinterjún

Változók		Nagyon erős stresszt jelent	Meglehető- sen erős stresszt jelent	Inkább kényelmetlen érzést okoz	Kis mértékű stresszt jelent	Nem jelent stresszt
Családi háttér	n	8	12	26	20	46
	%	7,1	10,7	23,2	17,9	41,1
Fizetés	n	6	20	24	36	26
	%	5,4	17,9	21,4	32,1	23,2
Szakmai eredmények emlí- tése	n	2	5	11	31	63
	%	1,8	4,5	9,8	27,7	56,3
Szemközti elhelyezkedés az interjúztatóval	n	3	3	3	19	84
	%	2,7	2,7	2,7	17,0	75,0
Szélsőséges fényviszonyok (túl világos vagy túl sötét helyiség)	n	6	19	33	31	23
	%	5,4	17,0	29,5	27,7	20,5
Egyéb személyes témák (pl. hobbi, szabadidő)	n	2	3	14	15	78
	%	1,8	2,7	12,5	13,4	69,6
Erősségek és gyengeségek említése	n	5	17	21	36	33
	%	4,5	15,2	18,8	32,1	29,5
Saját születési idő, életkor	n	1	1	8	13	89

A pályázók stressz-percepciója és reagálási formái állásinterjún

	%	0,9	0,9	7,1	11,6	79,5
Vallási hovatartozás	n	12	9	19	8	64
	%	10,7	8,0	17,0	7,1	57,1
Korábbi munkahelyi konfliktusok	n	3	9	26	27	47
	%	2,7	8,0	23,2	24,1	42,0
Munkanélküli periódus említése	n	5	11	26	19	51
	%	4,5	9,8	23,2	17,0	45,5
Politikai elkötelezettség	n	19	17	18	17	41
	%	17,0	15,2	16,1	15,2	36,6

Látható, hogy a politikai elkötelezettség említése az a téma, amely a legnagyobb pontszámot, így a legnagyobb észlelt stressz-szintet érte el (17%). A többi témát kevesebb, mint 13 fő jelölte meg. A következő legmagasabb érték a vallási elkötelezettség (10,7%). Figyelemreméltó, hogy a politikai hovatartozás említéséhez köthető stressz továbbra is az első helyen áll, amikor a „*nagyon erős stressz*” és a „*meglehetősen erős stressz*” kategóriát együttesen vesszük figyelembe (32%). Ezt követi a fizetés, a szélsőséges fényviszonyok, és az egyén erősségeinek és gyengeségeinek említése, közel hasonló értékekkel (23,3%, 22,3%, 19,7%).

Fentiek alapján megállapítható, hogy a 2. hipotézis, amely szerint a pályázók a fizetési tárgyalást tekintik a legnagyobb stressztényezőnek, nem tekinthető bizonyítottnak.

A válaszadók többsége nem észlel stresszt, ha az állásinterjún az életkorát vagy a születési idejét említik (79,5%). Ez azzal magyarázható, hogy a kitöltők átlagos életkora 32,8 év volt, túlnyomó részben a 26 és 35 év közötti korosztályból. A második legnagyobb csoportot a legkisebb stresszt okozó kategóriában az interjúztatóval való szemközti elhelyezkedés képviseli (75%). Ez az eredmény nem támasztja alá azt a human erőforrás szakemberek által hangoztatott vélekedést, miszerint a szemközti elhelyezkedés szorongást keltő és túlzottan hivatalos pozíció. A kutatási eredmények alapján ez a tényező nem jelenik meg tudatosan a pályázók esetében.

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy a résztvevők álláspontja szerint milyen eszközökkel és módszerekkel lehet csökkenteni az állásinterjún megjelenő stresszt. Mivel ez a kérdés nyílt végű volt, számos különböző válasz érkezett. A válaszok kategorizálása és validálása érdekében 9 csoportot hoztunk létre, és a válaszokat tartalmuk alapján valamelyik kategóriába soroltuk. Az eredményeket az 1. ábra tartalmazza.

Az eredmények alapján a megkérdezettek közel fele (45,5%) úgy vélekedik, hogy az informális, közvetlen beszédmód, a bemelegítő (jégtörő – „ice breaking”) beszélgetés lényeges tényezők, amelyek határozottan csökkentik az állásinterjún észlelt stresszt. A többi feltételt szignifikánsan kisebb mértékben jelölték meg, amelyből a környezeti tényezőkre (mint pl. berendezés, növények, kilátás, stb.), mint második legfontosabb elemre 15,2% válasz érkezett. A munkával kapcsolatos információk és a kérdezési lehetőség nem minősült lényeges stresszoldó tényezőnek. Egyetlen személy jelezte, hogy az interjú során nincs szükség a stressz csökkentésére, mivel ezt a munka során sem lehet elkerülni, ezért a nyugodt és kellemes interjúzási körülmények irreális elvárásokat generálhatnak a jelöltekben.

1. ábra. A pályázó által stresszcsökkentő tényezőnek minősülő tételek az állásinterjún



A következő kérdés szorosan kapcsolódik az előzőhöz, és arra vonatkozott, hogy a pályázónak személyesen mely elem okozza a legnagyobb stresszt általában az állásinterjún. Az eredményeket a 2. ábra tartalmazza.

2. ábra. A pályázók által a legnagyobb stresszfaktort jelentő tényezők az állásinterjún



Mivel ez a kérdés is nyílt végű volt, számos különböző válasz érkezett. A válaszok kategorizálása és validálása érdekében 10 csoportot hoztunk létre, és a válaszokat tartalmuk alapján valamelyik kategóriába soroltuk.

Az eredmények alapján látható, hogy a jó benyomás keltése és a megfelelő teljesítmény prezentálása érte el a legmagasabb pontszámot (33%). Az összes többi változó értéke 16% alá esik. A második legmagasabb értéket az interjúztató inkompetenciája/személyisége kapta (15,2%), de szorosan ezután következnek azok, akik nem tudják vagy nem válaszoltak (14,2%). Csak 1,8%-uk jelezte az idegen nyelvű interjút, mint a legnagyobb személyes stresszforrást, amely annak a ténynek köszönhető, hogy a vállalat alkalmazottai anyanyelvükön kívül legalább egy idegen nyelvet beszélnek.

Fentiek alapján kijelenthető, hogy az interjún a jelöltek többsége törekszik a jó benyomás keltésére, valamint a lehető legmagasabb szintű teljesítményre, és az önbizalom hiányát stresszforrásként éli meg. A környezeti tényezők ennél a kérdésnél szignifikánsabban kisebb szerepet játszottak, mint az 1. grafikon kérdései esetében.

Diszkusszió

Az 1. hipotézist („A pályázók többsége a stresszinterjút és a bizottság előtti interjút találja a leginkább stresszes típusú interjúnak”) a kutatás eredménye nem támasztotta alá teljes mértékben, csupán részben tekinthető bizonyítottnak.

A 3. táblázat eredményei alapján a jelöltek többsége a bizottsággal való interjút találja a leginkább stresszes típusúnak, a „stresszinterjú” csak a negyedik helyet érte el ebben a rangsorban, ami arra enged következtetni, hogy ez a típusú állásinterjú nem tekinthető kiugróan feszültségkeltőnek. Bár a humánerőforrás-szakemberek a stresszinterjút tekintik a legnehezebbnek az összes közül, ez a technika nem jellemző a kiválasztási folyamat során, mivel több etikai kérdést is felvet. A jelen tanulmányban szereplő válaszadók feltételezéseink szerint nem feltétlenül értették, hogy pontosan mit jelent az ún. stresszinterjú a gyakorlatban, ezért a válaszok ilyen szempontból némileg torz eredményt mutathattak.

A 2. hipotézist („A vizsgált tételek közül a pályázók többsége a fizetésre vonatkozó kérdéseket találja a legstresszesebbnek”) jelen kutatás eredménye nem támasztotta alá.

A 6. táblázat eredménye alapján nem a fizetés (kompenzációs csomag) említése az a téma, amely a pályázók számára a legnagyobb stresszt okozza. Mindössze 6 személy jelölte meg ezt a témát a leginkább stresszesnek; míg a politikai hovatartozás stabilan az első helyet foglalja el, amennyiben a „nagyon erős stresszt jelent” és „meglehetősen erős stresszt jelent” minősítéseket összesítve vesszük figyelembe. Ez az eredmény azért figyelemre méltó, mert a fizetési igény meghatározása a pályázó szakmai önértékelését jelzi, és amelynek nyílt, verbális megfogalmazása többnyire kellemetlen egy átlagos jelölt számára, ebből következően a humánerőforrás szakemberek által a leginkább stresszesnek ítélt téma.

A 3. hipotézist („A pályázók többsége úgy véli, hogy a közvetlen kommunikációs stílus és a „bemelegítő” (ice breaking) kérdés fontos szerepet játszik az interjú során.”) jelen tanulmány hitelt érdemlően alátámasztotta. Az eredmények alapján a barátságos, feszültségoldó „bemelegítő” beszélgetés segít a pályázónak a stressz csökkentésében, pozitív érzelmeket general benne, ezáltal hozzájárulhat ahhoz, hogy az egyén az állásinterjút kevésbé merev és hivatalos eseménynek érzékelhesse.

Jelen kutatás eredményei alátámasztják, hogy a különböző típusú állásinterjúk és eltérő körülményeik ellenére a jelöltek többsége tisztában van a megjelenő stresszel vagy szorongással. A megfelelő válaszok adása, a jó benyomás keltése, és a kiemelkedő teljesítmény vágya jelentős stresszfaktort jelent a számukra. A kutatás résztvevőinek álláspontja szerint az informális, barátságos vagy nyugalmat árasztó légkör kulcsfontosságú a szorongás csökkentésében. Ez az eredmény figyelemre méltó lehet a munkáltatóknak, az interjúztatóknak, és a kiválasztási eljárásban részt vevő személyeknek, mivel módjukban állhat olyan nyugodt és informális körülményeket megteremtteni, amelyek megerősítőek lehetnek a jelöltek számára. Az állásinterjú olyan szituáció, amelyben a munkáltató meggyőzése érdekében a jelöltre hárul saját kompetenciáinak, készségeinek és szakértelmének bizonyítása, ezért az ő részéről rendkívül nagy kihívás ezt a helyzetet két egyenrangú fél tárgyalásának tekinteni.

Korlátok

Jelen kutatást egyetlen kiválasztott, informatikai szolgáltatásokat nyújtó multinacionális szervezetnél folytattuk. A válaszadói minta kiválasztása véletlenszerűen történt olyan egyének közül, akik korábbi életük során legalább egy állásinterjún részt vettek. Követke-

zéseképp, mivel egyetlen korábbi interjú-részvételt tűztünk ki feltételként, a többkörös interjúk vagy egyéb kiválasztási módszerek (technikai jellegű interjúk, személyiségtesztel egybekötött interjúk, stb) megkülönböztetése nem történt meg. Az egyes stressz-tényezőkre utaló kérdéseket nem specifikáltuk, a „*közepesen fontos/semleges*” válaszlehetőség jelentését nem magyaráztuk el. A kérdőív a résztvevő legutóbbi állásinterjújára kérdezett rá, ezért az egyének emlékezetének torzulása feltételezhető. A kérdések kizárólag a legutolsó interjúján észlelt stressz- vagy szorongáshatásokra összpontosítottak, ezért nem vették figyelembe a további stresszhatást okozó tényezőket, amelyek befolyásolhatták az egyének emócióit vagy attitűdjét. A stressz szintjének megállapítása a válaszadók önbevallásán alapult, mérőeszközös mérés nem történt.

Végül nem vizsgáltuk azt a tényt sem, hogy a válaszadónak volt-e előzetes információja az adott munkaköréről, valamint ismerte-e a kiválasztási eljárás folyamatát.

A jövőbeni kutatások során egy, a limitációkat is lefedő vizsgálatra van szükség.

Irodalom

- Almy, T.P. (2012): The Stressz Interview: Unfinished Business, Journal of Human Stress, Volume 4, Issue 4, published online 10 Dec 2012
- Applebaum, d. et al. (2010): The Impact of Environmental Factors on Nursing Stress, Job Satisfaction, and Turnover Intention, National Institutes of Health, 40(0): 323–328. doi: 10.1097/NNA.0b013e3181e9393b
- Düll, A. (2009): [Fundamentals of Environmental Psychology: Places, Objects, Behaviour] A környezetpszichológia alapkérdései, Helyek, tárgyak, viselkedés. L'Harmattan, Budapest (in Hungarian)
- Evans, G.W. (1982): Environmental Stress. Cambridge University Press, New York
- Gatchel, R.J., Schultz, I.Z. (2012): Handbook of Occupational Health and Wellness. Springer, XVII. 23–38
- Haffner, O. (2016): Perception of the environmental context on job interviews. Alkalmazott Pszichológia, 2016
- McCarthy, J., Goffin, R. (2004): Measuring job interview anxiety: Beyond weak knees and sweaty palms. Personnel Psychology, 57. 607–637.
- Sieverding, M. (2009): 'Be Cool!' Emotional costs of hiding feelings in a job interview. International Journal of Selection and Assessment, 17. Number 4, December

A testmódosítottak diszkriminációja a munkaerőpiacon*

A testmódosítások, tetoválások és piercingek a reneszánszukat élik, első sorban a fiatalkorúak és a fiatal felnőttek körében. Napjainkban a kezdő munkavállalók közül szinte minden második valamilyen testmódosítással rendelkezik. A kiválasztási folyamatban ez a célcsoport sok esetben diszkrimináció áldozata. Ennek ellenére a HR-területén alig kutatott problémáról van szó. Hiányt pótló kutatásunkban ezért bemutatjuk a testmódosítások indíttatásait, okait, a téma szociálpszichológiai vonatkozásait, valamint a testmódosított munkavállalók tapasztalatait.

Bevezetés

A diszkrimináció komplex jelenség és hosszú ideje fennálló probléma a munkaerőpiacon. Sok esetben hozzájárul a hátrányos helyzetű csoportok társadalmi egyenlőtlenségeinek újratermelődéséhez. A munkavállalóknak megannyi diszkriminációval kell szembenézniük, az állásinterjúk során pedig az egyik leggyakoribb jelenség a külső alapján történő szelekció. Általában érvényes, hogy kimondatlanul is külsőségek alapján ítélező társadalomban élünk. Emiatt fontos szerephez jutott az önkifejezés, amely a külsőnkön is megnyilvánulhat többféle formában. Napjainkban két kiemelten különleges jelenség, a tetoválás és a piercingek ismételten megjelentek, újjáéledtek, populárisává váltak. A társadalmat pedig megsztják e testmódosítási jelenségek.

Az egyenlő bánásmód elve jogi eszközökkel is szabályozza a diszkrimináció tilalmát, vagyis elhatárolódik és elítéli a hátrányos megkülönböztetést. Megköveteli mind a jogalkotótól és jogalkalmazótól, hogy az azonos helyzetben lévő személyeket egyformán kezelje. Az egyenlő bánásmód követelménye sérül bármilyen megkülönböztetés révén, például ha a testmódosított és a nem testmódosított személyek nem egyenlő eséllyel érvényesülhetnek a munkaerőpiacon.

Szociálpszichológiai vonatkozások

Forgács József a mindennapok legnehezebb feladatának írja le a helyes *személypercepciót*. Ennek folyamatában a fizikai észlelés a szociális észleléstől attól különbözik, hogy a fizikai dolgokat közvetlenül, tulajdonságaik alapján megfigyelhetjük, a szociális megismerés viszont olyan tulajdonságokra irányul, amelyekre következtetni kell. Ha az emberek személyes, rejtett jellemzőit kell megjósolnunk, és ez alapján kell ítéletet alkotnunk, gyakran előfeltevéssel rendelkezünk, és ez befolyásolja döntéseinket. „A személyes elfogultságok önmagukat beteljesítő jóslatok forrásává válnak.” (Forgács 2000: 33). A személypercepción alapuló következtetések gyakran tévesek, a toborzás során, a jelentkezők kiválasztásánál a döntések attól is függhetnek, hogyan észleljük a jelentkezőket.

A társas interakciók során a megismerés egyik legalapvetőbb eljárása a *kategorizáció*, amelynek során a tapasztalt jelenségeket osztályozzuk aszerint, hogy bizonyos jegyek előfordulnak-e bennük vagy nem. Ezek többnyire általánosítások, a bennünket körülvevő világ és dolgok megismerésének módjai, kategóriákba sorolásai. Ez a fajta megismerési módszer mindaddig elfogadható, amíg képesek vagyunk reálisan alkalmazni, szükség szerint

* A tanulmány az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-16-2 kódszámú új nemzeti kiválóság programjának támogatásával készült

átgondolni és változtatni, módosítani a korábban megfogalmazott általánosításokat. (Sik-Simonovits 2006: 72)

A társadalmi kategóriák megalapozzák a sztereotípiákat. „A *sztereotipizálás* annyit jelent, hogy a csoportba tartozó bármely egyénnek hasonló jellemvonásokat tulajdonítunk, attól függetlenül, hogy a valóságban mennyire különböznek a csoport tagjai egymástól.” (Aronson 1992: 235) Ha egy sztereotípiát automatikusan aktiválódik, akkor erre alapozva alkotunk véleményt az egyénről egy csoport tagjaként azonosítva, és úgy tekintünk rá, hogy egy adott csoport összes tulajdonságával rendelkezik.

Mindezek a gondolatainkban születnek meg, hogy *előítéleteinket* igazolhassuk. Allport szerint „Az előzetes ítéletek akkor válnak előítéletekké, ha az újonnan feltárt ismeretek nem képesek változtatni rajtuk” (Allport 1977: 33) Az előítélet egyfajta sztereotípiát, amely nem változik, ellenáll a tapasztalat hatásának, fennmarad. Három alkotórészből áll, melyek külön-külön is megtalálhatóak. A kognitív összetevő a nézetekre irányul, az affektív rész az érzelmi elem, míg a viselkedés meghatározója a diszkriminációra való fogékonyság.

Dale szerint „a kiválasztás egész folyamata a pályázóról igen kis mennyiségű részletek alapján történő döntéshozattal jár, ezért óvatosan kell eljárni, hogy különbséget tudjunk tenni azon jelöltek között, akik nem felelnek meg a kritériumoknak és azok között, akik valószínűleg el tudják látni a munkát.” (Dale 1996: 53) Az előítéletből eredhet a *diszkrimináció*, azt is mondhatjuk, a diszkrimináció az előítélet legsúlyosabb formája.

A munkaerőpiaci diszkrimináció formái

Tardos Katalin szerint a diszkrimináció a társadalmi, hatalmi viszonyoknak az egyik legkomplexebb jelensége, amely jelentős szereppel bír a hátrányos helyzetű csoportok társadalmi egyenlőtlenségeinek tartós újratermelődésében. (Tardos 2015: 9-18) Összetettségét fokozza, hogy a diszkriminációhoz vezető viszonyok mélyen beivódnak a társadalomba. Egyszerre jelentkezhetnek a társadalom mikro-, mezo- és makroszintjein is.

Munkaerőpiaci diszkriminációnak közgazdasági értelemben azt nevezzük, amikor két azonos termelékenységgű, de valamilyen demográfiai tulajdonság alapján megkülönböztethető csoport tagjai eltérő bánásmódban részesülnek. A munkavállalók olyan személyes jellemvonásait is figyelembe veszi a piac, amelyek nem befolyásolják az egyén termelékenységét. Két jelentős csoportra oszthatjuk a közgazdasági diszkriminációs modelleket: ízlés alapú, valamint statisztikai diszkriminációs modellekre. (Lovász-Telegdy 2012: 21-29)

Az *ízlés alapú diszkriminációs modell* szerint a munkaerőpiac többségi résztvevői egyéni preferenciáik alapján nem szeretnék együtt dolgozni a kisebbségi csoport tagjaival, mert előítéleteik vannak a csoporttal szemben. A diszkrimináció ezen fajtájának nincs racionális vagy gazdasági alapja, csak az egyén véleményén múlik. Akkor is fellép a diszkrimináció, ha egyenlő a dolgozói csoportok átlagos határtermelékenysége.

A *statisztikai diszkriminációs modell* szerint a diszkrimináció háttérben információs aszimmetria áll. Munkaerő felvételekor például a munkáltató nem tudja teljes mértékben felmérni a jelölt termelékenységét. A nem megfelelő ember felvétele plusz költséget jelenthet a cég számára, mivel várható, hogy helyére rövid időn belül új munkavállalót kell keresni, akinek betanítási költségei lehetnek. A munkáltató, hogy elkerülje az extraköltséget, figyelembe vesz olyan jellemzőket, amelyek korrelálhatnak a termelékenységgel. Ilyen például a faji hovatartozás vagy a nem. A statisztikai diszkrimináció nem az ízlésen alapul, a munkaadónak elvileg nincs problémája a kisebbséggel, csupán a várható költségeket igyekszik minimalizálni. (Lovász-Telegdy 2012: 21-29)

Beszélhetünk *közvetlen és közvetett diszkriminációról*. Közvetlen (direkt) diszkrimináció esetén olyan személyt ér a hátrányos megkülönböztetés, aki védett tulajdonsággal rendelkezik, és a hátrányos megkülönböztetés ténye és a védett tulajdonság között okozati

összefüggés áll fenn. Vagyis a hátrányos megkülönböztetés oka a védett tulajdonság. A közvetett (indirekt vagy rejtett) diszkrimináció lényege, hogy egy látszatra semleges rendelkezés alkalmas arra, hogy két különböző csoportot összehasonlítva diszkrimináljon. (Gregor 2014: 3-5)

A diszkriminációnak tehát a közvetett alapja a kategorizáció, melyből sztereotípiák alakulnak ki, ezek egy társadalmi csoportról alkotott benyomások, amelyek úgy jönnek létre, hogy a csoportot jellemző tulajdonságokat érzelmekkel kötik össze. Ez vezet a társadalmi csoportok és tagjaik pozitív vagy negatív értékeléséhez, tehát az előítéletekhez. A különbség abban rejlik, hogy az előítélet egy tudati állapot, addig a diszkrimináció már tényleges cselekvésben megnyilvánuló magatartás. Tévesen ítélünk meg bizonyos embereket, akik egy társadalmi csoporthoz tartoznak.

A Központi Statisztikai Hivatal 2007-ben, 2010-ben és 2012-ben 19-64 évesek körében végzett munkaerő-piaci diszkriminációs felmérései szerint a három felvétel során 2007-ben volt a legmagasabb (19,3%) azoknak a száma, akik hátrányos megkülönböztetést szenvedtek. 2010-ben javulás következett be (14,5%), 2012-ben viszont újra nőtt (15,2%) azok száma, akik valamilyen okból kifolyólag diszkriminálva érezték magukat. Legnagyobb mértékben az álláskeresésnél számoltak be diszkriminációról a megkérdezettek. 2010-hez képest ebben a kategóriában történt a legnagyobb mértékű negatív változás. 761 200 főről 832 300 főre nőtt azok száma, akik az álláskeresés folyamán hátrányos megkülönböztetést tapasztaltak. (KSH 2012)

A testmódosítás fogalma és jellemzői

Testmódosítás alatt Orcifalvi (2012) írása szerint minden olyan folyamatot értünk, ami maradandó változást okoz az emberen, és fájdalommal jön létre. Nem a fájdalom a lényeg, de fájdalom szükségeltetik minden maradandó változáshoz. A testmódosítások közé tartoznak kiemelten a *tetoválások* és a *piercingek*. A piercingek elfogadottabbak, mint a tetoválások, hiszen azok eltávolíthatók szabad akaratunkból, bármikor. Hazánkban az elmúlt 10-15 évben jelentek meg a testmódosítások, és azóta a viselőik száma rohamosan növekszik.

Fontos tény, hogy több ezer éves múltra tekint vissza e jelenség története, és az eltérő kultúrákban különböző célokat szolgált. Egyes társadalmakban varázserőt tulajdonítottak a tetoválásnak, mások védelmező szereppel ruházták fel, de előfordult a társadalmi rang kifejezőjeként, valamint a csoporthoz való tartozást is jelképezhetette. Elterjedése a 20. században a társadalmi változásokkal és a tetoválógépek feltalálásával indult meg. Kezdetben a katonák, hajósok, harcosok, hívők, királyi méltóságok, majd a gengszterek testét díszítették. Manapság a tetoválásokat nemre, korra, társadalmi csoportra, etnikumra való tekintet nélkül mindenféle emberek viselnek, tehát nem feltétlenül utal arra, hogy az illető mely társadalmi csoporthoz tartozik. (Marcos Alba 2013: 5)

Ma a testmódosítások motivációs háttere sokféle lehet:

- az egyéniség kihangsúlyozása, amely a társadalomból való kitűnés, eltérőség kiemelését jelenti,
- a divat, tehát a kornak, a népszerű szokásrendszernek, stílusirányzatnak való megfelelési szándék,
- a szubkultúrák iránti érdeklődés, rokonszenv vagy az integrálódás motívumaként csoporttagságot, vagy a csoporthoz való tartozás igényét is jelezheti,
- a felsőfokú végzettségűek körében kurrens a spirituális, tradicionális motívumok megjelenése,
- a személyes élmények szintén meghatározóak lehetnek a testmódosítások elkészítésében, például fiataloknál a lázadás motívuma is dominálhat, valamint

- megjelent az esztétikum, a vonzerő növelése, amelyet leginkább az esztétikai smink-tetoválások szokássá válása okozhat (Hodován 2009).

A globalizálódó hatására tehát fontos szemponttá vált az új módszerekkel történő önkifejezés, és ez által önmagunk, identitásunk új típusú meghatározása.

Kutatási eredmények

Kutatásunk során a testmódosításokhoz való hozzáállást vizsgáltuk, elsősorban a toborzási és kiválasztási folyamatok esetében. Kvantitatív jellegű kérdőívünk tíz kérdésből állt, mintánkban 322 fő testmódosítással rendelkező személy tapasztalatai szerepelnek. A kérdőívemet a www.kerdoivem.hu felület segítségével állítottuk össze, majd a legnagyobb közösségi oldalon a megcélolni kívánt célcsoport közösségébe belépve osztottuk meg. Ebből következően országos hatókörű, nem és kor tekintetében pedig heterogén a kutatás.

Hipotéziseink

H1: Első feltevésünk szerint a felsőfokú végzettségűek között alacsonyabb számban jelennek meg a testmódosított emberek.

H2: Második feltételezésünk arra irányult, hogy az alacsonyabb kvalifikációt igénylő munkakörben foglalkoztatottak számára a csoporthoz való tartozást jelenti a testmódosítás.

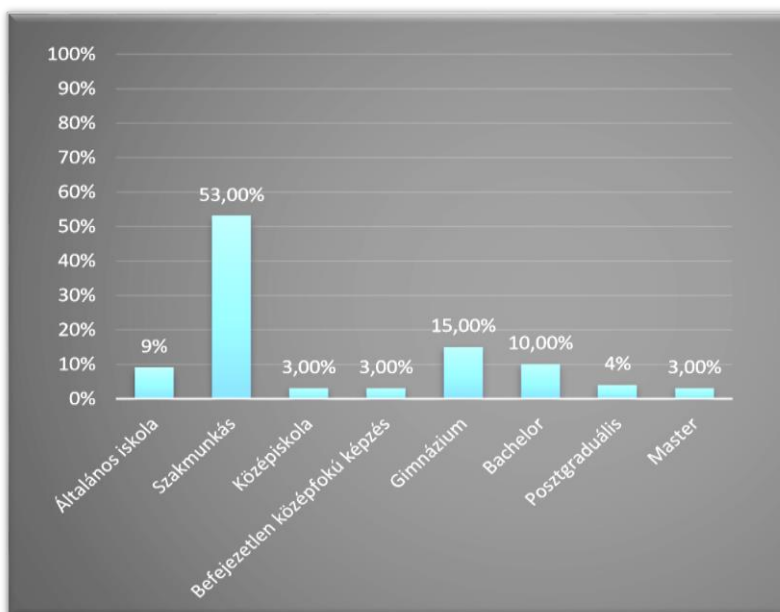
H3: Harmadik hipotézisünk szerint a testmódosított embereket hátrányos megkülönböztetés éri a kiválasztási folyamat során, ha látható helyen van testékszerük vagy a tetoválásuk.

Demográfiai jellemzők

A 322 kitöltőből csupán 78 férfi, 244 pedig nő. Ennek alapján az valószínűsíthető, hogy több nő rendelkezik testmódosítással, mint férfi. A válaszadók átlagéletkora 27,5 év. Hivatalosan, szalonban testmódosítást végeztetni 18 év alatt szülői beleegyezéssel lehet, de a minimum korhatár a 16 év.

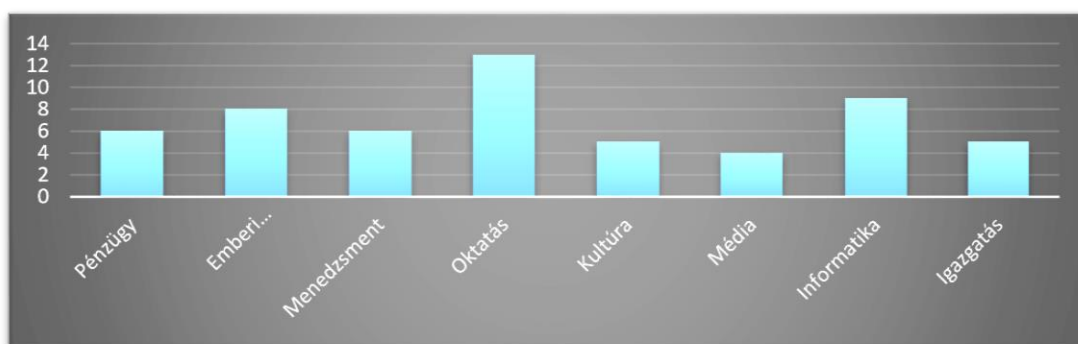
A válaszadók iskolai végzettsége

A köztudatban az a hiedelem terjedt el, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűek végeztetnek magukon gyakrabban testmódosítást. Ezért az első hipotézisünk az volt, hogy a felsőfokú végzettségűek között alacsonyabb számban jelennek meg a testmódosított emberek. Az eredményeket az 1. ábrán mutatjuk be.



1. ábra: A válaszadók iskolai végzettsége

A legnagyobb számban a szakmunkás végzettségűek között találkozhatunk testmódosítással rendelkező személyekkel. Őket követik a gimnáziumban végzett egyének. Az felsőfokú szakképzésben végzettek száma a testmódosítottak között elenyésző. A vizsgált mintában a testmódosítással rendelkezők 17% rendelkezik felsőfokú végzettséggel. Az 55 fő felsőfokú végzettséggel rendelkező személyt a 2. ábrán látható, magas kvalifikációt igénylő területeken foglalkoztatják:



2. ábra: A felsőfokú végzettségű válaszadók munkakörének típusa

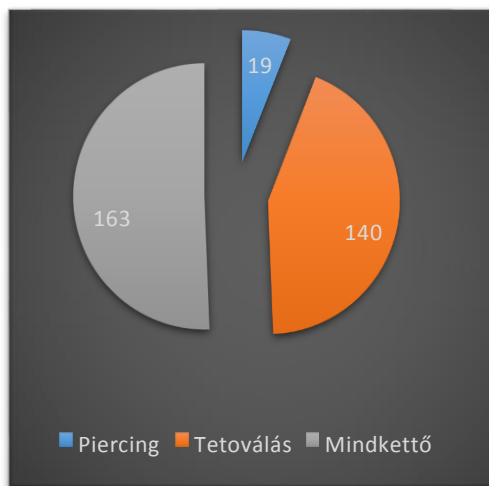
Kutatásunk elgondolkoztató eredménye, hogy az oktatás területén jelennek meg a legnagyobb számban a testmódosított, felsőfokú végzettséggel rendelkező munkavállalók. Feltételezhetnénk, hogy az oktatási szektor a legtoleránsabb, de a toborzási-kiválasztási rendszerrel is összefüggésben állhat a kapott eredmény. A pedagógusi álláshelyek betöltésénél nem lehet más végzettségű egyénnel helyettesíteni az adott munkára alkalmas, de testmódosítással rendelkezők körét, ezért jelentősen leszűkül azoknak a tábora, akik végzettségükből kifolyólag a potenciális jelöltek között szerepelhetnek. A következő szektor az informatika, ez fakadhat a munkakör jellegéből, hiszen az informatikus szakma nem

gyakran kívánja meg a személyes jelenlétet, vagy azt, hogy ügyfelekkel perszonális kapcsolatba lépjenek. Ezekben a szakmákban lehetőség van a testmódosítások elfedésére is. A legkevésbé elnéző e tekintetben a média.

Az 1. ábra alapján megállapítjuk, hogy az *első hipotézisünk*, miszerint a felsőfokú végzettségűek között alacsonyabb számban jelennek meg a testmódosított emberek, *igazolást nyert*.

A hagyományos testmódosítások megjelenési formáinak aránya

A tetoválások és a piercingek ma bárki számára elérhetőek, így az egyéniség hangsúlyozásának közkedvelt formáivá váltak. A 3. ábrán látható, hogy a válaszadók közül 19 személy csak piercinggel rendelkezik, míg 140 válaszadó tetoválásokkal. Ennek oka valószínűleg abban rejlik, hogy a tetoválások színesebb palettával rendelkeznek, jobban ki tudják fejezni viselőjük motivációit. Személyesebbek, egyénre szabottabbak, bár eltávolításuk nem olyan egyszerű, mint egy piercingé. 163 válaszadó nyilatkozta azt, hogy mind tetoválással, mind piercinggel rendelkezik. Ebből megállapíthatjuk, hogy szinte minden piercinggel rendelkező személy tudhat tetoválást is magáénak, de nem minden tetoválás-párti vállal piercinget is.

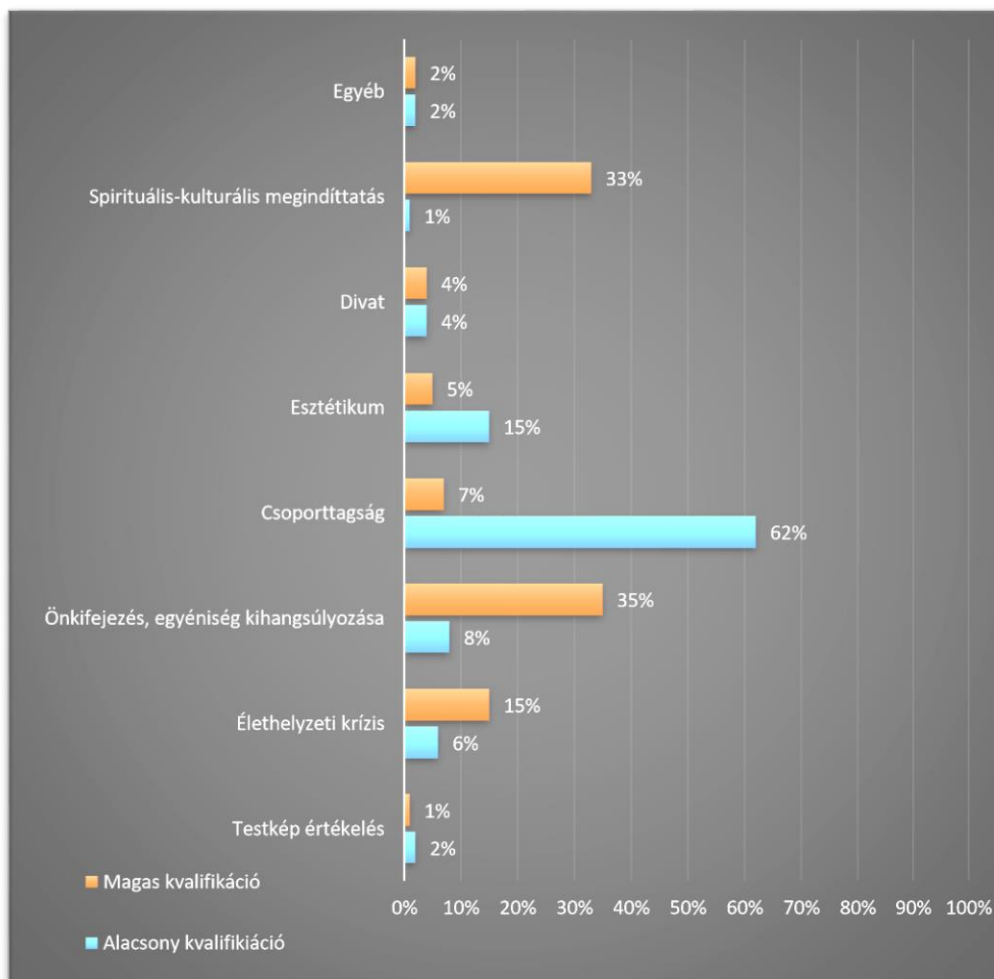


3.ábra: A testmódosítás típusa

Az eltérő végzettségűek indítékai a testmódosításban

Az eltérő iskolai végzettséggel rendelkezők és eltérő munkaerő-piaci szegmensben foglalkoztatottak indítékai a testmódosítások elkészíttetésében eltérőek lehetnek. Második hipotézisünk szerint az alacsonyabb kvalifikációt igénylő munkakörben foglalkoztatottak számára a csoporthoz való tartozást jelenti a testmódosítás. Alacsonyabb iskolai végzettségűnek az alap és középfokú végzettségűeket tekintjük a kutatás során, míg a magas jelzővel a felsőfokú végzettséggel rendelkezőket illetjük. A különböző kvalifikációval rendelkező munkavállalók körében az indítékok megoszlását a 4. ábrán mutatjuk be.

Az eredményekből látszik, hogy a képzettebb és magasabb beosztásban dolgozó testmódosított személyek indítékai nagymértékben eltérnek a kevésbé képzett társaikétól. Ennek valószínűleg az az oka, hogy a képzettebb emberek árnyaltabb ismeretekkel rendelkeznek, így a testmódosításuk inkább spirituális háttérrel rendelkezik. Az önkifejezés, az egyéniség hangsúlyozása a magasabb végzettségű embereknél az öndefinícióból, önfelfogásból eredhet. Az alacsonyabb iskolai végzettségűek körében beigazolódott, hogy a csoporthoz való tartozás érzésének a megerősítése a testmódosítás célja.



4.ábra: Az eltérő végzettségűek indítékai a testmódosításban

A 4. ábra alapján megállapíthatjuk, hogy *második hipotézisünk*, miszerint az alacsonyabb kvalifikációt igénylő munkakörökben foglalkoztatottak számára a csoporthoz való tartozást jelenti a testmódosítás, *beigazolódott*.

A testmódosítások elhelyezkedése

A kisebb tetoválások leggyakrabban a csuklón, bokán, tarkón helyezkednek el, a nagyobbak a háton, vagy a vádlin, vállon, a sminktetoválások között a szemöldök tetoválás a leggyakoribb. Korábban a hölgyek körében a szájszár-tetoválás volt a legnépszerűbb. A testékszerek közül a köldökpiercing, orr-, nyelv- és szemöldökékszerek a legkeresettebbek. A testmódosítások 88%-a látható, 12%-a fedett helyen van.

Az eredményből az derül ki, hogy aki rászánja magát bármiféle testmódosítás végrehajtására, látható helyre készítteti. A látható helyen lévő módosítást a külvilág provokációként értelmezheti, ha nem ismeri a jelentését, ezért a következő kérdésünk arra irányult, hogy gondoltak-e már a testmódosítás eltávolítására. A válaszadók csupán 13,4 %-a gondolt az eltávolításra, 3,7%-nál ez cselekedetekben is megnyilvánult. Azok, akik eltávolították, leginkább a testékszerüktől váltak meg, a válaszadók mintegy 95,3%-a. 4,7% tetoválást távolított el.

A testmódosítottak diszkriminációja a kiválasztási folyamatban

Harmadik hipotézisünkben azt feltételeztük, hogy a testmódosított embereket hátrányos megkülönböztetés éri a kiválasztás során, ha látható helyen van testékszerük vagy tetoválásuk. A válaszadók csupán 29,8%-a nyilatkozta azt, hogy érte már valamilyen hátrány.

A hátrányt szenvedett testmódosítottak szubjektív tapasztalataira is kíváncsiak voltunk, ezért nyitott kérdést is alkalmaztunk, hogy legyen lehetőségük sérelmeiket kifejezni. A válaszokat öt kategóriába sorolhatjuk. Az első kategóriába azok tartoznak, akik a kiválasztás folyamán elutasításra kerültek. A válaszadók 55%-a rendelkezik ilyen tapasztalatokkal. A következő csoportba azok a tagok sorolhatók, akik a kiválasztás során sikeresen szerepeltek, így megkapták az adott pozíciót, azzal a feltétellel, hogy munkavégzés közben takarniuk kell tetoválásukat, testékszer esetén el kell távolítaniuk a testmódosítást. A hátrányt szenvedettek 13%-a tartozik ide. A harmadik és negyedik csoport, a válaszadók 12-12%-át teszi ki. Az egyik csoport azt vallotta, hogy „nem vették őket komolyan”, a másik esetében a diszkrimináció szavakban is megnyilvánult, ugyanis szóvá tették a nemkívánatos módosításokat, kritizálták, megjegyzéseket tettek rájuk. Őket közvetlen diszkrimináció érte a kiválasztás során. 8%-ot nem a kiválasztás során, hanem a munkába állás után érték hátrányok. Nehezen tudtak beilleszkedni az adott közegbe, leginkább az idősebb munkatársak ellenszenvével kellett megküzdeniük.

Harmadik feltevésünkkel kapcsolatban strukturált interjút készítettünk toborzási és kiválasztási specialistákkal. Személyazonosságuk anonimitása érdekében tapasztalataikat összegezve ismertetjük. A válaszadók humánfejlesztési és személyzeti tanácsadó irodák munkatársai. Amikor egy pozícióra megkeresést kapnak, a munkáltatók sok esetben határoznak meg kritériumokat. Sok esetben – például vezetői pozíciókban – kizáró ok, ha valaki bármilyen testmódosítással rendelkezik. A szakembereknek ezeket a feltételeket szem előtt tartva kell a megadott pozícióra jelöltek felkutatni. Ebből következően a *harmadik hipotézisünk* csak *részben igazolódott be*, mely szerint a testmódosított embereket a munkaerőpiacon hátrányos megkülönböztetés éri a kiválasztás során, ha látható helyen van testékszerük, vagy a tetoválásuk, mivel a kérdőív és az interjúk eltérő eredményeket hoztak.

Összegzés

A testmódosítottakat védett tulajdonságuk miatt hátrányos helyzetű csoportnak tekinthetjük, annak ellenére, hogy a törvényi rendelkezésben külön nem emelik ki őket. Egyre többen végeztenek testmódosításokat, és ez sok szakmában hátrányt jelent a munkaerőpiacon, ezért sérelem érheti a munkavállalókat. Vannak bizonyos szakmák, ahol balesetvédelmi okokból nem tolerálható egy-egy testékszer, de előfordul, hogy a sikertelenség a felszínes megismerés eredménye.

Kutatásunkkal igazoltuk, hogy a felsőfokú végzettségűek között alacsonyabb számban jelennek meg a testmódosított emberek, az alacsony kvalifikációt igénylő munkakörökben foglalkoztatottak számára a csoporthoz való tartozást jelenti a testmódosítás, valamint azt, hogy a testmódosított embereket sok esetben hátrányos megkülönböztetés éri a kiválasztás során, ha látható helyen van testékszerük, vagy a tetoválásuk.

A fentiek figyelembe vételével fontosnak tartjuk olyan pályaorientációs programok szervezését a középfokú tanulmányok során, amelyek tájékoztatják a fiatalokat arról, hogy a testmódosítás milyen súlyú döntés és milyen kimenetele lehet a jövőben. Érdemes lehet a figyelmüket felhívni arra, hogy készítsenek karrier tervet és mérleget azokról, hogy jövőről alkotott képükbe belefér-e ez a fajta küllem. Munkáltatói oldalról szükséges lenne optimálisabb, mélyrehatóbb megismerésre lehetőséget teremteni, és a felszínes általánosítás, be-skatulyázás és sztereotipizálás helyett az egyéni erősségeket értékelni.

Irodalom

- Allport, G. W. (1977). Az előítélet. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Aronson, E. (1992): A társas lény. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
- Dale, M. (1996): How to be a Better Interviewer. Kogan Page Limited, London.
- Forgács J. (2000): A társas érintkezés pszichológiája. Kairosz Kiadó, Budapest.
- Gregor K. (2014): Az 50 év feletti korosztály a munkapiacra. Budapest, Munkáltatók Esélyegyenlőségi Fóruma. 3-5.
- Hodován Zs. (2009): A tetoválás motivációs háttere, <http://mipszi.hu/cikk/091110-tetovaltatas-motivacios-hattere> (2018.10.07)
- Központi Statisztikai Hivatal (2012): Munkaerőpiaci diszkrimináció. In: Statisztikai Tükör, 6. évf. 81. sz.
- Lovász A. (2009): Munkapiaci diszkrimináció http://www.budapestinstitute.eu/uploads/foglpol20_4_4-diszkriminacio.pdf (2018.09.20)
- Lovász A.-Telegdy Á. (2012): Munkapiaci diszkrimináció-típusok, mérési problémák, empirikus megoldások In: Sik Endre-Simonovits Bori (szerk.) A diszkrimináció mérése. E-tankönyv. ELTE TáTK Budapest. 21-29. http://old.tarki.hu/hu/about/staff/sb/Diszkriminacio_merese.pdf
- Marcos Alba, N. (2013): Tetoválások-Szimbólumok, írásjelek. Ventus Libro Kiadó, Budapest
- Orcifalvi A. N. (2012): Extrém testformálás, akik kígyónyelvre és hegtetoválásra vágnak http://hvg.hu/plazs/20120627_tetko_testmodositas (letöltve: 2018.09.23)
- Sík E.-Simonovits B. (2006): A diszkrimináció tesztelés módszeréről. Esély. 4.szám 72-85.
- Tardos K. (2015): Halmazódó diszkrimináció. Kirekesztés és integráció a munkaerőpiacon. Szeged, Belvedere Meridionale, 9-18.

K. FARKAS CLAUDIA

Természetre nevelés az Agazzi-óvodában

„A gyermek nem arra született, hogy marionett báb legyen”

Rosa és Carolina Agazzi a múlt század első felében a kisgyermeknevelést új módszertannal gazdagították, nevelési koncepciójuk ma is szívesen alkalmazott Olaszországban. A teljes gyermeki személyiséget fejlesztő Agazzi-módszer az óvodát családi szintérré varázsolta. Az önállóság fejlesztésére, a gyermeki spontaneitáson és cselekvésen alapuló tevékenységformákra törekedtek egyszerű, ám ötletes eszközkészlettel, és erőteljes természetpedagógiai irányultsággal. Az írás középpontjában módszerük bemutatása és elemzése áll. A cikk rámutat, hogy a gyakorlatba ma is könnyedén átültethetőek értékes elemei.

Rosa Agazzi (1866-1951) és Carolina Agazzi (1870–1945) a múlt század első felében a kisgyermeknevelést új módszertannal gazdagították, nevelési koncepciójuk ma is szívesen alkalmazott Olaszországban. A teljes gyermeki személyiséget fejlesztő Agazzi-módszer az óvodát családi szintérré varázsolta, ahol az önállóság fejlesztésére, a gyermeki spontaneitáson és cselekvésen alapuló tevékenységformákra törekedtek egyszerű, ám ötletes eszközkészlettel, erőteljes természetpedagógiai irányultsággal. Óvodájuk egyfajta átvezető lépcsőt jelentett a gyermek számára a család közegeből a külvilág felé, kedvesség hatotta át (Grazzini, 2009; Altea, 2011).

Az Agazzi-k Lombardia régiójának szülöttei. Az elemi iskolát Volongo-ban járták, majd a Scuola Normale di Brescia elvégzését követően megkezdték pedagógusi tevékenységüket. 1899-ben egy kis faluba kerültek, Nave-ba, ahol Carolina óvodás korú gyermekekkel, Rosa elemi iskolásokkal foglalkozott. Kettejükre mintegy kétszáz gyermeket bízta. Az aporiánus módszertan merevségével szembesülve újításokkal próbálkoztak, hogy kellemebbé és hasznosabbá tegyék a gyermekek számára az óvoda és az iskola világát. Pályájuk alakulásában fordulatot hozott, amikor találkozta Pietro Pasquali-val, a bresciai elemi iskolák modern pedagógiai módszerek iránt elkötelezett módszertani igazgatójával. Pasquali a gyermek természetes fejlődéséből kiinduló, kényszerek nélküli, játékos és spontán nevelés híve volt, aki felfigyelt az Agazzi nővérek kitűnő tanítási képességeire. Ösztönözte őket, hogy végezzenek el egy fröbeliánus szellemiségű óvóképző kurzust. Rosa és Carolina Agazzi a német pedagógus-innovátor koncepcióit megismerve 1896-ban Mompiano-ba került, ahol kifejlesztették a nevüket viselő módszert, amely a fröbeliánus modellt vette alapul, ám azt alaposan módosította (Sante Di Pol, 2005; Vigilante, 2018; Altea, 2011).

Rosa Agazzi 1898-ban résztvevője volt a Torinói Országos Pedagógiai Kongresszusnak, és *A fröbeliánus óvodák pedagógiai rendszere* címmel tartott előadást. Éles kritikával illette Fröbel pedagógiáját. Rosa ostromozta az olasz óvodák általános állapotát, és előadásában így szólította meg óvónő társait: *„a gyermek nem arra született, hogy marionett báb legyen; ha nem tudjátok felkelteni az érdeklődést, a figyelmet, a cselekvést, hagyjatok fel a*

neveléssel, vagy tanulatok” (Agazzi, 1898, 307.; Sante Di Pol, 2005). Az óvodai élet át-
alakítását célzó koncepciójuk a konferenciaszereplést követően széles körben ismert lett,
Mompiano-i intézményük modell-óvodává emelkedett, sokan keresték fel, és érdeklődtek
a módszerei iránt (Grazzini, 2009).

Az Agazzi-modell nem megkövesedett módszertani gyűjtemény, inkább kísérletező jel-
leg a sajátja. A nővérek az óvodák átalakítását, a kreativitásra ösztönző gyermekléptékű-
séget javasolták, ahol a gyermeket hagyják szabadon cselekedni, és tiszteletben tartják a
spontaneitását. Az Agazzi-óvoda a Montessori-módszer kortársa volt, azonban más-más
szociokulturális környezetben valósultak meg a kísérletező hölgyek reformelképzelései, a
„La Dottoressa” programja inkább városi környezetben, Rosa és Carolina Agazzié pedig
vidéken, kis településeken (Cassotti, 1955; Altea, 2011).

Az Agazzi nővérek óvodájának elnevezése „scuola materna”, ami annyit tesz, hogy
„anyai óvoda”. A névválasztás arra utal, hogy kisgyermeknevelő intézményüket család tí-
pusú közösséggé kívánták formálni, ahol hasonlóan tevékenykednek, beszélnek, mint a
családban szokás. Az otthonihoz hasonló meleg, szeretetteljes légkör megteremtésére tö-
rekedtek. Modelljük a gyermeket egyszerű, hétköznapi környezetbe helyezte, ahol az
óvónő „anyai” tulajdonságokkal bír, mélyen elkötelezett a gyermek fejlesztése iránt, ezen
túlmenően alapos módszertani és pszichológiai felkészültséggel rendelkezik. A nagyfokú
érzékenység előfeltétele a kisgyermekkel való szép és eredményes foglalkozásnak
(Grazzini, 2009; Varga, 2011; Altea, 2011).

Módszertanuk csomóponti elemei az alábbiak: egyszerű tárgyak használata, spontán já-
ték, természetközeli tevékenységformák, szabad levegőn tartózkodás.

Az óvoda kialakítása egy „kicsi házhoz” volt hasonlatos, szobával, kerttel, raktárhelyi-
séggel. A berendezés a lehető legegyszerűbb volt, könnyen mozgatható kicsi székekkel,
asztalakkal. A falakat képek, az ablakokat virágok díszítették. Volt itt egy különleges
funkciójú helyiség, az ún. „Kacatok múzeuma”. Létrehozásának ötletét az a felismerés
adta, hogy a gyerekek szívesen gyűjtöttek a zsebeikben „kis kincseket”, vagyis utcán lelt
kavicsokat, szövetdarabokat, stb. Ezek a „kincsek” a „Kacatok múzeumában” hasznos és
természetes óvodai játékok lettek (Grazzini, 2009).

Az Agazzik azt találták jónak, hogy a gyermek a valódi világból származó tárgyakkal
játsszon-dolgozzon, amely alatt részben a talált tárgyakat (pl. kövek, szögek, gombok,
gyümölcsmagvak, madzagok, újságkivágatok, képeslapok, stb.) részben az általuk készített
tárgyakat (pl. kosarak, táskák, papírból kivágott alakzatok, stb.) értették. A gyermekek ily
módon ismerték meg az anyagokat, a formákat, a méreteket. Rosa és Carolina Agazzi a
„játékszer” fogalmát kibővítették, és nem csupán a felnőttek által nekik készítetteteket értet-
ték ide tartozónak, hanem az „esetleges” tárgyakat is. Felismerték, hogy minden kis tárgy-
ból, amit a gyermek összegyűjt, játék lehet. Az Agazzik bizonyították ezzel, hogy nem
kellenek feltétlenül bonyolult eszközök a fejlesztő folyamathoz (mint például Montessori-
nál) (Grazzini, 2009; Ceriani-Nigro, 2006; Bús, 2013; Cassotti, 1955).

Óvodájukban a „cselekvő gyermek” a mindennapi élet jelenségvilágát ismerte meg
(Lombardo-Radice, 1934; Altea, 2011). Bátorították a gyermeket, hogy önmaga csinálja a
dolgokat, „egyedül”. Tág teret hagytak szabad játékának, kevés volt a „megtanítanivaló”
ismeret. Kritizálták az idő előtti oktatást, mondván, ők kisgyermekkel foglalkoznak, nem
iskolásokkal. Arra törekedtek, hogy a gyermek maga fedezze fel az őt körülölelő világot,
a közösségi élet rendjét, szabályait. Valós pillanatokból szűrtek le hasznos ismereteket a
gyermekek. Játékuk alatt a pedagógus felügyelt, de nem avatkozott be túlzott mértékben.
A nevelőnőkkel kapcsolatban az Agazzik rámutattak a megfelelő képzettség fontosságára.
Az agazzianus modellben a nevelő a módszertani tevékenység inspirálója, „anyai” tulaj-

donságokkal rendelkeznek, önzetlen. Hogy módszerük hatékonyabb legyen, a szülőknek felvilágosító programokat szerveztek, „vasárnapi iskolában” látták el őket tanácsokkal, mert nem rendelkeznek kellő ismerettel a gyermeknevelésről.

Meglátásuk szerint az óvónőnek bölcs megfigyelőnek kell lennie, hogy megtalálja a legmegfelelőbb pillanatot és helyzetet a gyermekek fejlődésének elősegítésére, új dolgok megismerésének ösztönzésére, és részt kell vennie játékaikban is. Elképzelésük alapján a pedagógusnak nagyobb teret kell hagyni az egyedül végzett szabad tevékenységnek és előnyben részesíteni az ösztönös módszert, amely a legalkalmasabb a megértésre. Az Agazzi óvodában az óvónő új típusa jelent meg, aki kezdeményező, motiváló, rugalmas, képes arra, hogy színes és tartalmas óvodai életet szervezzen (Grazzini, 2009; Vigilante, 2018; Cassotti, 1955; Ruffinato, 2007; Altea, 2011).

A két óvónő a kisgyermeknevelés világába új színt hozott azáltal is, hogy mások által figyelmen kívül hagyott területeket emelt a nevelés körébe, mint például a kertészkedést. A kerti játék-munka révén a gyerekek megismerték a természet sokszínűségét és törvényeit, az évszakokat, a légköri jelenségeket, és a nem hagyományosan játékra való tárgyak használatát (pl. kapa, gereblye, ásó). A kerti tevékenységek azt célozták, hogy a gyermek harmóniában legyen a természettel, annak szeretetére és óvására ösztönzött. Közvetlen kapcsolatba kerültek a földdel, az állatokkal, a növényekkel, megismerték a magvakat. A kertben a gyerekek a szabad levegőn voltak, hasznos munkát végeztek, és jó érzéssel töltötte el őket, ha láthatták, miként nő egy virág, vagy gyümölcs, amely az ő gondos munkájuk eredménye. A munkák a felelősségérzetet is fejlesztették. Felismerték például, hogy gondozni kell a növényt, hogy ne száradjon el. A természetben végzett játék-munka türelmet, kitartást, aktív figyelmet fejlesztett, cselekvés és a játék révén tanultak.

Bevezették az óvodai jelek használatát: a választott jelek rákerültek a kicsik ruhájára, köpenyére, székére. A tárgyak absztrakciójának használata fejlesztette a memóriát, az elvont gondolkodást, megtanított a tárgyak óvására. A rendezéshoz szoktatás és az együttműködő magatartás, a gyengébbek támogatása az agazziánus pedagógia sarkalatos pontjai. A vegyes életkorú csoportokban mindenki próbált segíteni a másoknak, miközben neki is segítettek, ha szüksége volt rá. A sokoldalú személyiségfejlesztés, a többsikű nevelés – esztétikai, érzelmi, érzékszervi, fizikai, erkölcsi, vallásos – gazdagította a gyermekeket és előkészítette beilleszkedésüket a környezetükbe. Együtt próbálták belsővé tenni a fegyelmezettséget és az engedelmességet (Altea, 2011).

A helyes nyelvhasználatra nagy figyelmet fordítottak, úgy vélték, az óvónőtől hallott igényes, szép beszéd hozzásegíti a gyermekeket az olasz nyelv magas szintű elsajátításához. A spontán rajz a gyerekek önkifejezését segítette, a közös éneklés, az egyszerűbb díszítési munkálatok mindennaposak voltak (Lombardo-Radice, 1934). A higiénia szoktatás prioritás volt, minden reggel tisztasági vizsgálattal indult. Újdonságot jelentett, hogy minden gyermeknek lett törölközője, zsebkendője, pohara. A kicsik egyforma köpenybe bújtak, ami azt fejezte ki, hogy nincs különbség a gyermekek között, mindenki egyenlő.

Az Agazzi-modell rendkívül elterjedt és sikeres lett. Az neves olasz pedagógus, Giuseppe Lombardo Radice az Agazzi-módszerben látta kisgyermeknevelésről vallott pedagógiai koncepcióinak tiszta megvalósulását, és írásokkal járult hozzá itáliai elterjesztéséhez (Lombardo-Radice, 1934). Rosa és Carolina érdeme, hogy nyugodt, kellemes hangulatú helyet teremtettek a gyermekek számára, és hagyták, hogy szabadon tevékenykedjenek és felfedezéseket tegyenek. Vitatható aspektusa a modelljüknek, hogy a spontaneitás hangsúlyozása mellett a pedagógus központi szerepe is az, a tevékenységi formák szervezőjeként (Grazzini, 2009; Altea, 2011).

Az Agazzi módszer sikerének titka abban rejlett, hogy egyszerű, könnyen érthető és követhető volt a családok számára, beemelte a családi élet legnemesebb hagyományait, és

úgy volt reformer, hogy nem szakított teljesen a múltbéli mintákkal sem. A gyakorlatba ma is könnyedén átültethető több értékes eleme: a családi hangulat, a „Kacatok múzeuma”, a természet szeretetére nevelés. Óvodájukban a gyermekek nem lettek „marionett bábok”, hanem a kertben sürgölődő, kavicsokat gyűjtögető, a természetet felfedező kiskertészek-palánták.

Irodalom

- Agazzi, Rosa (1898): Ordinamento politico dei Giardini d' Infanzia secondo il sistema Froebel. In: Sante Di Pol, Redi (2005): *L' Istruzione infantile in Italia*. Marco Valerio Editore, Torino. pp. 303-327.
- Altea, Francesca (2011): *Il metodo di Rosa e Carolina Agazzi*. Armando, Roma
- Bús Imre (2013): *Játék és kultúra*. Iskolakultúra, 2013/5-6., pp. 108-115.
- Cassotti, Mario (1955): *Il Metodo Montessori e il Metodo Agazzi*. La Scuola, Brescia
- Ceriani, Andrea – Nigro, Valeria (2006): *Dai sensi un apprendere*. Franco Angeli, Milano
- Grazzini, Massimo (2009): *La „lezione delle cose” da Fröbel a Rosa Agazzi*. Rivista Infanzia, 2009/4., pp. 250-254.
- Lombardo-Radice, Giuseppe (1934): *Lezioni di didattica e ricordi di esperienza magistrale*. Edizioni Remo Sandron, Firenze
- Ruffinato, Piera (2007): *L' educazione dell' infanzia nell' Istituto delle Figlie di Maria Ausiliatrice tra il 1885 e il 1922*. In: (a cura di Jesús Graciliano Gonzales et al.): *L' educazione salesiana dal 1880 al 1922*. Volume I. LAS, Roma
- Sante Di Pol, Redi (2005): *L' Istruzione infantile in Italia*. Marco Valerio Editore, Torino
- Spadafora, Giuseppe (a cura di) (1997): *Giovanni Gentile. La pedagogia. La scuola*. Armando, Roma
- Varga László (2011): *A legokosabb befektetés a jövőbe: a gyermeknevelés*. Magiszter, 2011/4., pp. 5-20. <http://rmpsz.ro/uploaded/tiny/files/magiszter/2011/tel/1.pdf> (2018.01.07.)
- Vigilante, Antonio (é.n.): *Le sorelle Agazzi*. In: *Maria Montessori e l' attivismo italiano*. http://keiron.altervista.org/pdf/Keiron_vol3_Montessori.pdf pp. 10-12. (2018.03.03.)

KRISZTIÁN BÉLA

Uránbányász-sajtó a Mecsekben

A vállalatok belső élete, kapcsolatai a környezettel mindenkor részei az információcserének. Ebben nagy szerepe van a vállalati sajtónak. 1953-tól új bányászati ág jelent meg a Mecsekben: az uránércbányászat, amely – rövid élete ellenére – gyorsan kiépítette saját újságjait.

A Dél-Dunántúl művelődés- és szakmatörténet része a megye hajdan legnagyobb tömegű ipari rétege, a bányászság sajtója. Baranya és Pécs összefoglaló sajtótörténete még nem teljes¹. Holott a pécsi sajtó mozgalmas és színes, tartalmában és formában változatos története figyelemreméltó. E körben több kezdeményezést tartunk számon. Nevében bányász az első ilyen kiadvány, a Fünfkirchen Bergmandl (1848), 1938-ból származik a DGT üzemi újságja, de a bányavállalati lapok korszakát a terület vállalatai, növekvő szerepe hozta meg. Ezek feldolgozása még várát magára, holott az üzemi lapok története² általában és szakáganként is figyelem tárgya³. Egy 1975-ös felmérés szerint Baranyában a bányászság a Bányamunkás, a Mecseki Bányász, a Mecseki Ércbányász, az Aknamélyítő és a BKL Bányászat útján kapott olvasnivalót szűkebb szakmájáról a megyei központi lap mellett, ide számítva az országos lapokat. A sajtó közvetlen és közvetett befolyását több vizsgálat is igyekezett feltárni, megállapítva a sajtó, esetünkben az üzemi lapok jelentőségét.

Egy baranyai sajtótörténeti összeállítás sajnálatosnak tartja a teljesség hiányát, mert „időközben számos kiadvány elveszett, sok kiadvány nem kerülhetett be a feldolgozásba, közte évkönyvek, a belső használatra készült, de mindenképpen nyilvánosságot kívánó vállalati kiadványok”⁴. A baranyai bányászsajtó sem feldolgozott, holott a sajtó jelentős történeti forrás. Értékesek a vállalati újságok, melyekből több tanulmány is fellelhető. Jelen

¹ A Surján Miklós szerkesztette Baranya megye sajtóbibliográfiája 1832-1984. című kötettel a közelmúltig (1990) bezárólag összegezte az összeállítók által elért kiadványokat. A kiadvány több évtizedes előzményekhez nyúlik vissza. A gyűjtés több megszakítással a hetvenes évekig tartott, majd a nyolcvanas évek elején újraindult. Lezárása 1984 december 31-el történt, de pótlólag 1990-ig még több anyag is belekerült.

² uzemilapok.com, <https://uzemilapok.webnode.hu/Leolvasva> 2019 január 21.

³ A bányász üzemi lapok feldolgozása között szerepel pl. Márkus Zsuzsanna a Borsodi Bányász című hetilap értékelő kutatása http://epa.oszk.hu/01400/01466/00013/pdf/Banyaszattorteneti_Kozlemenyek_EPA01466_2012_01_08MarkusZsuzsanna.pdf, Márkus Zsuzsanna (2012) A Borsodi Bányász című hetilap. Bányásztörténeti Közlemények. 2012.1. 60-67., Krisztián Béla (2013) 75 éve jelent meg a kérészéletű DGT Üzemi Újság . Bányásztörténeti közlemények.2.91-101. a Borsodi Bányászra Fülöp Attila (1964) A Borsod-Abaúj-Zemplén megyei hírlapok és folyóiratok bibliográfiája 1842-1963. Miskolc , 196 4 . 2 3 - 2 4 . Könyvtári Füzetek 1.

⁴ Surján (2002) 5. Ilyenek pl. a mecseki szénbányászat szervezeti (piaci) átalakulására kezdeményezett és az autonóm munkacsoportokra épített, a vállalat szervezeti egységeként kiemelt, előbb munkacsoport majd osztály (Verböci József irányításával) keretében működő szakértői csoport jelentései, összeállításai 1978-tól folyamatosan kibontakozva. 1983 és 1988 között pl. 55, 20 oldalnál nagyobb terjedelmű dokumentum született, általánosságokon túl konkrét vállalati feladatokra is lebontva.

tanulmányunk egy ilyen irányú munka⁵ erősen redukált része, ami az uránércbánya lapjának néhány eseményével foglalkozik.

Az ércbányászat

Ércbányászati tevékenységgel találkozunk Pécsvárad környékén, bauxitbányászati munkák folytak Nagyharsányban.⁶ Az 1782-től folytatott mecseki szénbányászat mellett 1953-tól az uránércbányászatnak (1955. Bauxitbánya Vállalat Pécs, 1957. Pécsi Uránérc Vállalat) gyorsan megszerveződött az emberi erőforrása részben a pécsi és komlói szénbányászatból részben az országos toborzáson keresztül. Az idők folyamán több néven is szereplő vállalat a hazai bányászat kiemelkedő egysége lett. A földtani körülmények, a növekvő mélység, a sugárveszély, a technológiai követelmények – hogy csak ezeket említsük – nagy követelményeket támasztottak a bányászat elé, melyet az alkalmazottak eredményesen teljesítettek. Az uránérc-termelést folytató vállalat a növekvő létszám meg a vállalat gazdasági és társadalmi súlyából adódóan létrehozta saját üzemi lapját. A lap fejléce többször változott, 1967-től szerepelt korszerű formája.

A belső tájékoztatásra és a szakmai hírekre, termelési mozgósításra, biztonságra, az egyes üzemek verseny-, munkavédelmi- és munkáshíradói, szakmai levelei szolgáltak. Kezdetben a belső tájékoztatás sokrétű kiadványa született meg a szaporodó üzemekben – többségük kezdetben bizalmas, titkos, szigorúan titkos jelzettel. A belső kiadványok (plakátok, röplapok) sorát jelenteti meg a központi igazgatás meg az üzemek.

Az 1956-ot követően a szervezeti és kommunikációs feltételek változásával oldódott majd meg is szűnt a titkosítás rendszere.

A vállalat növekedése, a pécsi és a kővágószőlősi lakótelep bővülése, az urántudat növelése meg a társadalmi kapcsolatok szükségszerűen váltották ki az igényt az önálló újság megjelentetésére. A komlói és pécsi szénbányász újságok (az Új Komló majd a Mecseki Bányász) jó példát adtak. Ilyen értelemben a két vállalati bányászlapra csak formálisan vonatkozik az „üzemi” meghatározottság, mert a szűkebb szakmai tartalom mellett a lapok a területi információrendszer fontos részeivé váltak, olvasottságuk kiemelkedő volt.⁷

Az uránércbányászat Baranyára, Pécsre kedvező hatása volt. A vállalat működése alatt több mint 5700 lakást építetett (Pécsen külön városrész alakult az *Uránváros*), a vállalatnál közel nyolc ezer embert foglalkoztattak, de a városban és környékén még több ezer embernek biztosítottak munkaalkalmat a legnagyobb termelés idején. A vállalat fennállása alatt a tervezésben, a feltárásban, a termelésben és a dúsításban is szovjet szakértők működtek közre, és nagyrészt a Szovjetunióban gyártott eszközöket használták. Mindehhez és az ukrainai Krivoj Rog térségében hasonló profilú vállalatokkal tartott szoros kapcsolathoz a 10 évenként megújított államközi egyezmény adott alapot. Krivij Rih (magyar átírásban: *Krivoj Rog*) város Ukrajna Dnyipropetrovszki területén. A Krivij Rih-i agglomerációs körzet központja. Jelentős ipari és kulturális központ. Iparszerkezetére jellemző az acélgyártás és fémfeldolgozás, mely a Krivij Rih-i vasérc-medence (*Krivbasz*) érceit dolgozza fel.

A pécsi uránércbányászat teljesítménye ma már nyilvános (1. táblázat), fordulatos története több feldolgozás tárgya. A szakmai feldolgozások mellett gazdag a bányászat szépirodalmi megközelítése.

⁵ Krisztián Béla (2015) Rétegsajtó, a mecseki bányászsajtó, az üzemi lapok. A mecseki bányavállalatok üzemi lapjai. Kézirat. 610 oldal, képek, táblázatok.

⁶ Kovács László (2018) Ércbányászat Baranya megyében. B KL Bányászat 3. 17-30.

⁷ A Mecseki Ércbányász és a Mecseki Bányász térségi információs rendszerben betöltött szerepe. Kutatási összefoglaló. JPTE. Közművelődési Tanszék. Pécs. 1993.

2. táblázat: Összefoglaló adatok a mecseki uránbányászatról⁸.

Megnevezés	Egység	1960	1970	1980	1990	1993	1996
Kitermelt kőzet	m ³	269 070	567 181	578 936	336 390	199 710	100 000×
Az előzőből érc	tonna	378 405	759 429	833 495	616 382	366 468	160 000×
Fémtartalom	%	1,05	0,70	0,82	0,85	1,12	1,20×
Dúsítmány export	tonna	286,9	501,8	669,6	490,4	380,0	200,0×
Vágatkiképzés	méter	19 792	46 405	37 195	10 915	n a	n a
Foglalkoztatottak	fő	4797	7915	7 188	4517	1755	1200×
Balesetek száma	fő	950	480	294	282	307	n.a
Halálos baleset	fő	6	3	2	0	2	n.a

Jelölés:×=becsült érték, n.a = nincs adat

A pécsi uránérctermelés megszüntetésére 1989-ben született határozat. A bányabezárás politikai előzménye a Szovjetunió széthullása és ezzel a hidegháborús atomfegyverkezési verseny megszűnése volt, ami a mennyiség iránti igényeket csökkentette. A fémurán világpiacon beszerezhető uránfém árának, melyet más, nagy termelékenységű működő lényegesen jobb minőségű ércet termelő külszíni fejtésű bányákban (elsősorban Kanadában és Ausztráliában) termeltek. A bányászat veszélyessége közismert volt, a veszélyek csökkentésére minden eszközt bevetettek⁹. A pécsi uránérc hasznosítása azonban változatlanul az érdeklődés középpontjában van és végletes ítéletek között alakul¹⁰. A megszünt uránércbányászat megmaradt létesítményeit meg telephelyeit emlékkövek jelzik a területen. A két múzeumi kiállítóhely – Pécs és Kővágószőlős – szintén felidézi az uránérc bányászatot.

A bányalétesítés és a vállalat szervezése, a technológia elsajátítása a magyar alkalmazottak gyors adaptációjával megteremtette az eredményesség alapját, a szakmai felkészültséget és a máig tapasztalható „urános” öntudatot¹¹. De megteremtette azt a réteget is, amely alapja lehetett az „urános” olvasóközönségnek.

Út az újság felé

A szélesebb körre is kiterjedő nyilvánosság - igény és a változó vállalat/nyilvánosság kapcsolat érdekében a vállalat jelentőségét is hangsúlyozandó újság létrehozására először 1955-ben született konkrét ajánlás. A titkosság miatt ezt elvetették, de 1956 után a megváltozott körülmények miatt határozat született az üzemi sajtó megteremtésére.

Elsőként a vállalat fiatalságához szóló *Az Ifjúság* című ércbányászat kiadvány került kiadásra. Ez 1958 április és 1959 szeptember között kéziratként, sokszorosított formában, rendszertelenül, változó címekkel jelent meg.

Az 1958 május 31-i szám *Urán Ifjúság*, az 1958 július 23-án megjelent szám *KISZ Híradó*, az 1958 szeptember 7-én *Bányász IFI Híradó* után a lapot 1958 október 17-én ismét *Ifjúság* címmel olvashattuk. Utolsó száma 1959 szeptember 6-án jelent meg. Szerkesztői Sipos Miklós majd Pálos János voltak. Kiadóként előbb, mint Az Uránércbánya Vállalat

⁸ https://hu.wikipedia.org/wiki/Ur%C3%A1n%C3%A9rcb%C3%A1ny%C3%A1szat_Magyarorsz%C3%A1gon (2019.01.21.)

⁹ A Magyar Tudományos Akadémia (MTA) Bányászati Ergonómiai és Bányaegészségügyi Osztályközi Tudományos Bizottság tanulmánya. https://hvg.hu/itthon/20120702_megyek_ur (2019. január 14.)

¹⁰ Pl. Barabás András–Konrád Gyula (2008) A mecseki kőszén és uránérc bányászatának múltja és lehetséges jövője. Földrajzi Közlemények, 1. sz. 3–19.

¹¹ Békés Sándor (2014) Mélyből hangzó szívdobbanás. (Uránbányászok emberközé. Riport 25 egykori urándolgozóval.) Kódex kiadó. 151 o.

KISZ-szervezetének híradója, majd 1958 július 23-tól mint Az Uránércbánya Vállalat KISZ Bizottságának híradója szerepel.

Az önálló vállalati újság szerepét 1961-től a sokszorosított rendszeres üzemi tudósító-lapok, 1963-ban a hasonlóan sokszorosított *Uránhírek* majd a már nyomtatott *Ércbányász Híradó után a Mecseki Ércbányász* töltötte be, melynek első, nyomdai úton készült példányai 1967 márciusától kerültek az olvasókhoz.

Egységesen, fegyelmezetten!

VILÁG PROLETARIÁLIS ÖSSZÖLJETEKI

MECSEKI Ércbányász

A MECSEKI ÉRCBÁNYÁSZATI VÁLLALAT DOLGOZÓINAK LAPJA
1969. AUGUSZTUS 30. KÖLÖNKIADÁS

A megszüntetés következményei:

Az uránbányászat és szűnik, újabb hitel fel-
fedelgőzása megszünte-
tésével közvetlen és köze-
vetett hátrányok érik a tárgyévi törlesztést nem részeseitől. Járulékaik
népgazdasági, szűkebb
és tagabb környezetün-
meg kell kerülni.

1. Megszűnik a kon-
vertibilis valutát kiváló
közvetlen anyagimport-
acélitám, fényű bányafa,
fényű rönk, darabos kén,
piridin, divinilbenzol,
stb.

2. A Szovjetunió által
az uránbányászat fejlesz-
tésére nyújtott 10 éves
kammentes hitel meg-
szűnik.

3. A párti fűtélem-
ára megrághat.

4. Az állami nagybe-
ruházásaként épülő V. sz.
bányázom kivételése-
re felvett államkölcsön
törlesztés és annak ka-
mátja a költségvetés szá-
mára klesik.

5. A társadalombizto-
sításra hárul a foglalko-
zási ártalmat szenvedett
dolgozók és a bányász-
társulatok keresetkiesés-
ben részesülők. Járulékaik
folyósítása, melyet eddig
vállalati költségekből fe-
dertünk.

6. A leépítésre kerülő
dolgozóknak új munka-
helyet kell biztosítani
beruházás útján, vagy
munkakerületi segélyben
kell őket részesíteni.

7. A vállalatokkal
kapcsolatban álló egyes
szállítók és szolgáltató
vállalatokat (Pannon
Volán, Mecsekvidéki és
Tolna Megyei Vontogató-
Vállalat, Pályolat
stb.) érzékenyen érinti
a vállalati felhasználás,
igenybevitel kiesése.

8. Vonzóközvetlenként
tul is működnek olyan
vállalatok (Szolnoki Ken-
gyógyár, Tiszamenti Veg-
tőművek, Országos Érc-
és Ásványbányák őrktől
mángánbányája) melyek
re megrendülő hatással
lenne vállalatunk meg-
szűnése, hiszen termelvé-
nyük jelentős részét a
Mecseki Ércbányászati
Vállalatnak értékesítik.

9. A kifizetett lakás-
épitési, vásárlási támogató-
gatások szociális biztonsá-
gát okoznak a várható
csökkenő kereset-
ek miatt. Ez a fogyasztás
egyéb szférákban is
résztületeket okoz.

10. A vállalat felszá-
molása után egy sor,
elsősorban környezetvé-
delmi jellegű munka,
még több évre elhúz-
dik, némelyek állandó
jelleggel megmaradnak,
melyek a bányák létének
velejárói.

11. A vállalat felszá-
molása igen sok munka-
jogi problémát is okoz,
melynek jelentős anyagi
kihatása is van.



A vállalat 7,5 milliárd forint bruttó és 4,3 milliárd forint nettó állományából a termelés be-
látása esetén mindössze 1,5 milliárd bruttó, ill. 1 milliárd forint nettó értékű épületet, gépeket és berende-
sést hasznosíthatunk. Csudász László felvétele



A Mecseki Ércbányász.

A lap első száma az uránbányász MSZMP és BDSZ meg a KISZ Bizottság kiadásában, 1964 június 1-én jelent meg¹².

A mecseki uránbányászat története így említi a lapot: „Nem kimondottan irodalmi mű, de az írott sajtó fogalomkörébe tartozik a Mecseki Ércbányász című újság tevékenysége”.

¹² „Nem kimondottan irodalmi mű, de az írott sajtó fogalomkörébe tartozik a Mecseki Ércbányász című újság tevékenysége”, A magyar uránbányászat története.2001. Pécs. MacMaestro Kft. Szerkesztette Németh János (és szerzőtársai. XI. rész. Szociálpolitika, humánpolitika. 2. Kultúra, művelődés, sport.422.

A sommás megítélés azonban kevés, az újság jelentőségét nagyobbra tartjuk. Huszonhét éven keresztül a vállalat 1967-1991 között előbb Ércbányász Híradó majd Mecseki Ércbányász címmel jelentette meg a tevékenységét sokban erősítő újságját. Az újság, mint A Mecseki Ércbányászati Vállalat dolgozóinak lapja 1967 márciusáig havonta, 1971 január 1-től kéthetente jelent meg¹³. A lapot az alkalmazottak előbb térítésmentesen kapták majd az előfizetést 120 Ft/évben állapították meg. A belső vállalati terjesztés mellett más szervezetek postai úton kapták meg a lapot.

Első főszerkesztője Ragoncsa János lett, a szerkesztők Tóth Béla, Geisz Ferenc (1973), Kablár János (1980) és Kisdaróczi János (1982) voltak. Szerkesztősége, üzemi tudósítói, levelezői köre sokirányú kapcsolatot tartott fenn.

A *Mecseki Ércbányász* utolsó száma 1991 március 15-én jelent meg.

A vállalati sajtó rendkívül hatásos volt. A szakmai igényesség és dinamikus fejlesztés szándéka, tudatosítása mellett a vállalati közösség szerveződésére a lap kedvezően alakította a közvéleményt, erősítette az „urántudatot”, a kulturális és művelődési hatásrendszert. Ennek nyomai máig követhetőek rendezvényeken, visszaemlékezésekben és a hagyományörzés sok formájában, melyet méltón képvisel és fenntart a MUBE, a Mecseki Uránbányászok Egyesülete¹⁴. A szerkesztők is sajátos arculatot vittek a lapba – előképzettségük, újságírói gyakorlatuk, kapcsolatteremtésük befolyásolta a lap szerkesztését, cikkeinek egy részét. A szerkesztőségi munkát a szoros politikai és szakmai keretek szabták meg, amelyekre rendszeres és részletes laptervek készültek. A kezdetben erőteljes politikai vonások csak lassan oldódtak fel – a mindenkori szerkesztőség igyekezett a szakmai hierarchia elsődlegessége és a politikai elkötelezettség mellett az irodalmi igényesség, a kultúra és művelődés széles területei felé nyitni. Szemlézhető nevelés folyt az újság közvetítésével és számos téma, mint pl. a Bél Mátyás szellemi és tárgyi örökség feldolgozása, a honismerethez fűződő tevékenység a lap tartalmi feldolgozásával tűnhet ki igazán. A vállalat kulturális és művelődési dinamikája jelentős – egyes területeken meghaladta a szénbánya vállalatot. Számosan kaptak és éltek a lehetőséggel saját irodalmi teljesítményeik bemutatására. A nagyszámú szerzői gárda rendkívül színes volt. Hivatásos újságírók mellett a vállalat szakemberei adtak súlyt a cikkeknek, gyakran szerepeltek országos és helyi politikai és szakszervezeti vezetők, neves írók, grafikusok is megjelentek a lapban.

De nem hiányoztak a mindennapi élethez szükséges információk sem – akár a vállalat, akár a város vagy közösségi, kulturális témakört illetően. Nagy szerepe volt a lapnak a termelési eredmények emberi háttérének bemutatásával – a kiemelkedő teljesítmények szakmai/közösségi és személyes értékeinek közreadása növelte a vállalati identifikációt. Gyakorta szerepeltek a lap hasábjain a műszaki és szervezési közlemények, ezek a korszerű követelmények széleskörű tudatosításában adtak támogatást. A vállalat vezetése kollegiális szellemben igyekezett a sajtót kezelni – hangsúlyos, kiemelt szerepet azonban a vállalati szigorú hierarchiában nem játszott. Közvetett hatása, befolyása azonban jelentős volt. Kritikái többségében óvatosan fogalmazódtak, ebben más üzemi újsághoz hasonlóan kényszerű korlátok között mozogtak, sok kétségeket és vitát kiváltó eseményről említést sem tehettek.¹⁵ 1989-ben határozat született a pécsi termelés befejezésére, ami egy hosszú folyamat kezdetét jelentette. A gazdasági és szemléleti változások, a vállalat átszervezése, a takarékosági intézkedések megpecsételték a lap sorsát¹⁶ – ami a lap megszűnéséhez vezetett (1991).

¹³ Surján (1992) 202.

¹⁴ <https://drive.google.com/file/d/181JtEUOpEz1pGgfrE9mHtZzM5xItxYQn/view> (2019 január 14.)

¹⁵ Paládi József (1987) A legalsó kaszt. Az üzemi lapok helyzetéről. Jel-kép. 1987. 3. 26–31.

¹⁶ A magyar uránbányászat története (2001) 422.

Ilyen magas szintű termelést, feldolgozást folytató vállalat egyéb szakirányú megnyilatkozásai is nyilvánosságot kaptak. Szakmai kiadvány volt az (Urán) *Műszaki közlemények* is, amit az Uránterv, a pécsi Uránércbánya Vállalat Tervező Irodája (Budapest) adott ki. Kéziratos formában, 1958-1960 között rendszertelenül jelent meg, felelős szerkesztője 1959-ben Temesrékássai Mihály¹⁷ volt. Összesen, változó oldalszámmal tizenegy alkalommal jelent meg, 1960-tól szünetelt.

A jövő

Az önálló uránvállalati lap feldolgozása még várat magára. A jól szervezett vállalat rendszerébe illesztett lap hálózatos információs gyakorlata, a szakmai, politikai és kulturális-művelődési összefüggések feltárása nem kis feladat. Túl azon, hogy így feltárulnak a lap termelést és emberi kapcsolatait befolyásoló tényezői, ezek alakulása, követhetőek lesznek azoknak a kapcsolatoknak az alakulása is, amelyek a szűkebb uránépelességre és a várossal való viszonyra oly jellemzők voltak. Az újság közvetlen és közvetett hatása máig érvényesül az urános szellem sokféle megnyilvánulásában, programokban, kiadványokban, mint pl. Békés Sándor (2014) *Mélyből hangzó szívdobbanás* című interjúkötetéből, mely a Mecseki Uránbányászok Egyesület gondozásával jelent meg. Mindez a kutatás stratégiáját, a feladatok megszervezését és olyan érdeklődőket feltételez, akik értékelni képesek a közelmúlt történetét, az immár történelem uránvállalati sajtómunkáját, újságíróinak és közreműködőinek tevékenységét.

¹⁷ Surján (1992) 450.229.

MÉNES ANDRÁS

Egy alkotó értelmiség a pécsi kultúrtörténetben*

A kultúrtörténet és kapcsolódó hálózat-kutatása olyan feladat, amely része egy egyetem univerzalitást valló tevékenységének. Különösen értékes az egyetemi munka akkor, amikor személyes elemek is megjeleníthetők az ilyen vállalkozásokban. A családtörténetek jelentős értékei a társadalomnak és a családfakutatások olyan eseményekre, folyamatokra adnak új vagy eddig kevésbé ismert adalékokat, melyek pedig meghatározták a múltban történeteket ma pedig bővítik történelmi távlatainkat. Ehhez a munkához adott keretet a PTE Tudományegyetem Kultúratudományi, pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kara, amikor megjelentette tanára, dr. Várnagy Péter új munkáját.

Pécs személyeken át történő megismertetése egyenetlen, így polgári történetének elemei közül sok a feltáratlan vagy kiegészítésre váró időszak. Vonatkozik ez történésekre és személyekre egyaránt, hisz pl. a lexikális anyagokban a célszerűség és kényszerű korlátok miatt sok meghatározó tény nem szerepel. Pécs rendkívül sokszínű, de sokban elkülönült társadalomszerkezetében Trianon után új erővonalak kezdtek érvényesülni. Pécssett a közigazgatásilag új szerveződés, az egyetem létesülése, a közigazgatási és szociális rendszer reformok szakértői munkássága (erre lapunkban Maróti Andor emlékeztetett a Pécsi Norma kapcsán), az Erdélyből érkezettek – hogy csak ezeket említsük – mozgalmas életet tartottak fenn. A sokszínű életben azonban mindenütt fellelhetőek a törésvonalak – ezeknek is be tudhatóak az 1945 után történt máig alig értelmezhető fordulatok, végletes ítélezések.

Az 1930-as évekre megerősödött egy magasan képzett, városáért szakértelmet és identifikálódást vállalt fiatal réteg, amelynek tagjai a legszebb reményekkel élték hivatásukat, teremtettek új tudományos irányokat, létesítményeket. Ezek egyike volt az úszóspornak elkötelezett, a balokányi sportközpont létrehozóját megtestesítő dr. Várnagy Elemér. Mint a víz varázsában gyermekkorától hívő ember, szakmailag, pedagógiai felkészült arra, hogy a város vízi életét személyes felelősséggel, hivatali lehetőségeit messzemenően kihasználva szervezze és eredményekre vezesse. Idősebb dr. Várnagy Elemér története egyben a város sporttörténetének is elemi része, nagyobb figyelemre érdemesül.

A sokszínű pécsi polgártörténelemben hiányosak a családtörténetek, holott ezekben számos olyan esemény húzódik, amit a családok – gyakran szerénységből, méltatlannak érzett más okokból nem hoztak/hoznak nyivánsszóagra. A történelem fintora, hogy a város trianoni történetének ez a része alkotóereje teljében lett áldozata az 1945-el kezdődő korszaknak. Idősebb dr. Várnagy Elemér közigazgatásban végzett szakmunkája okán lett büntető-eljárások alanya. Ebben sokuknak már egzisztenciálisan sem jutott hely és az üldöztetés egyszerű meg kifinomult formái között kellett folytatni életüket, maguk és leszármazottaik pedig évek múltán sem felejtve a velük történeteket.

* Dr. Várnagy Péter (2017) A víz varázsa. Visszapillantások id. dr. Várnagy Elemér sportpedagógiai és – szervezői tevékenységére ((az 1920-as évektől 1956-ig). Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kara. Szekszárd-Pécs ISBN 978-963.429.117-6, 106 oldal.

Egyediek és figyelemreméltóak azonban azok, akik igyekeznek a nagy időkeretekbe illeszteni, a történelmi sorsfordulókon át családjuk történetét feltárni. Dr. Várnagy Péter évek óta dolgozza fel családja történetét, *A víz varázsa* új kötete néhai nagyapjának állít emléket.

Ez nemcsak a személyes történeten, hanem a polgári közösség szervezetének alakulása, a vízhiányos város vízisportjának megteremtése, olimpikonjai, egyesületei, díjazottjai szereplése, teljesítményeinek alakulásán követhető. A kötet gazdag dokumentációja – korabeli jegyzetek, képek – szerzőnk alaposágát és történelmi hitelességét erősítik.

Dr. Várnagy Elemér életrajzi összefoglalója (8 old.) egy városáért és a sportért elkötelezett jogászt, a Magyar-közigazgatási korszerűsítés egyik pécsi megvalósítóját mutatja be. A lényegre törő curriculumben csak pár mondat utal az 1945-el kezdődő időszakra, a B-lista, az internálás, a börtön méltatlan életszakaszára, melyből csak 1994-ben kapott posztumusz felmentést. A gazdag dokumentáció, egyedi képek és újságkivonatok erősítik a szerző hitelességét, a várnagyai munka innovatív voltát a harmincas negyvenes évek pécsi történetében. A kötet főfejezetei időrendben csoportosítanak (Első lépések a vízen, A harmincas évek első fele: uszodaépítés, úszókongresszus Pécsen, Berlin után a jövő felé: a 30-as évek második fele, Újrakezdés az ötvenes évek elején) majd az emlékek felsorolása következik.

A múlt pécsi történetének jeles személyiségének újraidézése. idősebb dr. Várnagy Elemér története stílszerűbben nem is fejeződhet be másképp, mint az akkor a pécsi családfák leírásában¹ megfogalmazottak kinyilvánítottak:

„Dr.. Várnagy Elemér, aljegyző, polgármesteri titkár. Amikor a párnázott ajtó nem akar megnyílni, a legkülönbözőbb kívánságok a minden iránt érdeklődő titkárnál meghallgatásra találnak. Az egészséges fizikum fáradhatatlanságával áll minden jó ügy szolgálatában. Mégis legelső sorban a sport és ezen belül az úszósport érdekli. Dicséretére legyen mondván, a sportot nem kiváltságos osztályok szórakozásának, hanem igazi tömegcikknek tekinti. Ebből a felfogásából sarjadt a Balokányligeti Népfürdő gondolata. Egy évig agitált, egy éven keresztül igyekezett minden nap meggyőzni az illetékeseket a sportfürdő felállításának szükségességéről, és amikor ifj. Horthy Miklós jelenlétében egy országos jelentőségű ünnep ragyogó külsőségei közepette felavatták a pécsi úszóstadiont, elfelejtették dr. Várnagy Elemért vállon veregetni ezekkel a spártai szavakkal: Ez a te műved. Mi megáldapítjuk.”²

A most megjelent kötet ezt erősíti meg a ma és a holnap pécsi kultúrtörténete meg a néhai idősebb dr. Várnagy Elemér számára.

A munka világa napjainkban

Sebők Marianna által szerkesztett *Foglalkoztatáspolitikai és munkaerőpiaci kézikönyv** egy kortörténelmi dokumentum a jelennek, de főleg a jövőnek. A könyv 11 fejezetből áll. A könyvajánlót *Munkácsy Ferenc* írta, az előszót (Lectori Salutem!) *Dobák Miklós*, a nyelvi lektor *Szentirányi Zita*. A könyvet lektorálták: *Szretykó György*, *Rajcsányi-Molnár Mónika*, *Gyökér Irén*, *Kenderfi Miklós*. Sebők Marianna a munka világát legjobban ismerő

¹ Kepes Tibor-Zsadányi Oszkár (1933) Pécsi családfák. László nyomda Pécs .

² Várnagy Elemér, Pécsi családfák. im. 49.

* Sebők Marianna (2018) (szerk): A munka világa a 21. század elején. Foglalkoztatáspolitikai és munkaerőpiaci kézikönyv. Saxum Kiadó, ISBN 978-963-248-271-2

tudósokat és gyakorló szakembereket kért fel egy-egy fejezet megírására, úgy is fogalmazhatnék, hogy a szerzői gárda igazi „nagygyukból” áll.

Maga a kézikönyv két részből áll. Az első rész hét fejezetből, a második rész négy fejezetből tevődik össze. A Lectori Salutem! és a Bevezetés után a könyv az 1. fejezettel folytatódik. Az 1. fejezetet *Krisztián Béla* írta. Címe: A munka világának jelentősége az ember és a társadalom kapcsolatában. Hogyan, milyen alapon választják meg az emberek munkájukat, foglalkozásukat? Milyen alapon kellene, hogy megválasszák? Hogyan alakulnak ezek a tényezők a különböző világrészekben, régiókban, országokban és azokon belül is, az egyes államformákban, a népesség sajátosságaihoz viszonyítottan? Milyen tudatosan és felelősséggel foglalkoznak ezzel az egyes társadalmak irányítói? Ezeket a kérdéseket teszi fel Krisztián Béla és a tőle megszokott alapossággal és precizitással meg is válaszolja. Ezek mellett történeti áttekintése a munkáról az emberiség kezdetétől napjainkig tart.

A 2. fejezetet *Móré Mariann* írta. Címe: A foglalkoztatáspolitikai helye, szerepe a társadalomban. Ebben a fejezetben olvashatunk a foglalkoztatáspolitikai meghatározásáról, a foglalkoztatáspolitikai és a szakpolitikák kapcsolatáról és összefüggéseiről. Ezen összefüggések a következők:

- oktatáspolitikai és foglalkoztatáspolitikai,
- szociálpolitikai és foglalkoztatáspolitikai,
- gazdaságpolitikai és foglalkoztatáspolitikai.

A harmadik fejezetet szintén *Móré Mariann* írta, a fejezet címe: A foglalkoztatáspolitikai tartalma. Ebből a fejezetből megismerhetjük:

- a foglalkoztatáspolitikai alapvető céljait,
- a foglalkoztatáspolitikai modelljeit,
- a foglalkoztatáspolitikai szereplőit és szintjeit

(itt a fejezet írója aprólékosan kitér az állam szerepvállalására, a forprofit és a nonprofit szférára és hangsúlyt helyez a szakszervezetek és érdekegyeztető testületek szerepvállalására is)

A szerző megismerteti az olvasót a 21. század elejének egy fontos kapcsolatrendszerével: a foglalkoztatáspolitikai és a munkaerőpiac kapcsolatával. Nagy terület a foglalkoztatáspolitikai célok elérésének eszközrendszere. Sokat hallani arról, hogy a rendszerváltás óta családban felnövő gyerekek nem látták szüleiket munkába menni. Ilyen rossz példa után mi várható el tőlük, ha felnőnek. Ennek megelőzésére aktív, preventív (megelőző), és passzív eszközeit mutatja be a fejezet írója. A teljesség kedvéért *Móré Mariann* a foglalkoztatáspolitikai válságkezelési koncepcióit is feltárja előttünk. Az 1929-es gazdasági válság hatott a teljes foglalkoztatási elképzelésekre és felülírta a piac önszabályozó szerepét. Az 1973-as válság bér-árszpirálja felhajtotta az árakat, a tőzsdei árfolyamok zuhantak, októberben 6 arab állam 70%-kal(!) emelte az olajárakat.

Az USA munkaszervezéssel és a foglalkoztatási szint emelésével reagált a válságra. Európában 1974-ben Szociális Akcióprogramot dolgoztak ki, amiben szabályozták a csoportos elbocsátást, tulajdonos váltás esetén a dolgozók védelmét, a munkáltató fizetéképtelensége elleni dolgozói védelmet, és kellett egy szegénység elleni akcióterv. És az USA-ban is, Európában is beruházások folytak, támogatták a veszteséges iparágakat. A 2008-as válságra Magyarország a következő foglalkoztatáspolitikai eszközökkel válaszolt: bérbefagyasztás, létszámleépítés, és az állami szerepvállalás újra előtérbe került.

A negyedik fejezet *Szellő János* műve, a fejezet címe: A Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) helye és szerepe a munka világában. Ez a fejezet betekintést nyújt a nemzetközi

szervezet működésébe, megmutatja a fontosabb szerződéseit és szerepét egy globalizálódó világban.

Az ötödik fejezet *R. Fedor Anita* munkája. A részlet címe: Foglalkoztatáspolitikai stratégiák Európában. Ebben a fejezetben olvashatunk az integrációs folyamatok kezdetéről, a II. világháború utáni törekvésekről, az Európai Gazdasági Közösség foglalkoztatáspolitikájáról, az Európai Szociális Kartáról. A fejezet írója kitér még a Lisszaboni Stratégiára, a foglalkoztatási reformokra és az Európa 2020 programra.

A hatodik fejezet szintén *R. Fedor Anita* munkája, a címe pedig: A foglalkoztatáspolitikai finanszírozása az Európai Unióban. A fejezet írója elemzi a Strukturális Alapok létrehozását, a kohéziós/regionális politikát, az Európai Szociális Alap működését és prioritásait. Ez a fejezet számol be a regionális politika 5-6 évenkénti célkitűzéseiről és azok alakulásáról.

A hetedik fejezet írója *Nemeskéri Zsolt*, aki Foglalkoztatáspolitikai Magyarországon című terjedelmes részlettel vett részt a könyv írásában. Magyarország foglalkoztatáspolitikáját a társadalmi, gazdasági változások összefüggéseit a rendszerváltás tükrében mutatja be. Vizsgálja a foglalkoztatás szerkezeti változásait, a munkanélküliség kialakulásának okait, szakpolitikai összefüggéseket, a jogi és intézményi kereteket. A munkaerőpiaci politika eredményessége függ a támogatási és ösztönző rendszertől, a pénzügyi szabályozóktól, oktatáspolitikától, külgazdasági viszonyoktól. Ezeket mind bemutatja és elemzi *Nemeskéri Zsolt*. És végezetül a nagy probléma is szóba kerül: a munka szerepe és helye a tudásalapú társadalomban.

A második rész első fejezetét *Szellő János* és *Nemeskéri Zsolt* írták, a címe: A munkaerőpiac társadalmi, gazdasági meghatározottsága. A munkaerőpiac egyszerre része a társadalmi és a gazdasági szférának. A fejezet írói elemzik a munkaerőpiac keresleti és kínálati oldalát. Részletesen taglalják a munkaerőpiac átláthatóságát és az esélyegyenlőséget. Hangsúlyt helyeznek a hátrányokkal küzdők felzárkóztatására. És a nem is távoli jövővel is kapcsolatba kerülnek a negyedik ipari forradalom révén, ami komoly kihívást jelent a gazdasági-társadalmi rendszer számára.

A második rész második fejezetét *Szellő János* írta, a címe: A munkaerőpiac európai sajátosságai. Új gazdaságok jelennek meg, új piacok, új termékek. Mindez óriási kihívás a munka világában. Egyre fontosabb az új tudás és készségek elsajátítása. Előtérbe került a tanulni tudás, és a kezdeményező készség, az élethosszig tartó tanulás. Egy előregedő európai kontinensen megváltozott a munkaerőpiac. Ezekon kívül olvashatunk még az Európai Unió 2030-ig szóló fenntartható fejlődési menetrendjéről.

A második rész harmadik fejezetét *Sebők Marianna* írta, a fejezet címe: Munkaerő-migráció és az európai munkaerőpiac. Ebben a fejezetben *Sebők Mariann* vizsgálja a munkaerő-migráció okait, elemzi a taszítás – vonzás modelljét. Kitér az Európai Unió szabad munkaerőmozgására, és az unión kívüliek uniós munkavállalására is. Megismerhetjük a fejezetből az EURES-rendszert, felépítését, céljait, partnerit és kapcsolati hálóját. És a fejezetben egy általam „gondolatforgató” rész is található napjaink migrációs problémájával.

A második rész negyedik fejezetét *Szellő János* és *Sebők Mariann* írták, a címe: A magyarországi munkaerőpiac jellemzői, rendszere, eszközei. A magyar munkaerőpiac még hordozza az előző rendszer sajátosságainak egy részét, megtalálható benne az átmeneti időszak jegyei és a kapitalista munkaerőpiac sajátosságai. Ez a fejezet rámutat a munkaerőtartalékokra és a munkanélküliség formáira. A könyvrész írói többször is hangsúlyozzák a versenyképes tudás megszerzését. Említik még a jogrendszert, ami biztosítja az esélyegyenlőséget, a munkaügyi kapcsolatokat, a foglalkoztatást elősegítő eszközöket. Elemzésükben tárgyalják, hogy a kínálatorientált munkaerőpiacot felváltotta a keresletorientált munkaerőpiac. A fejezet szerzői kitérnek még a munkavédelem kényes kérdéskörére is.

A könyvet fogalomtár, ábrák és táblázatok jegyzéke, valamint az irodalomjegyzék zárja. A kézikönyv terjedelme – 432 oldal (!) – is bizonyítja, hogy az egyes fejezetek írói remek és alapos munkát végeztek. Mi olvasók köszönettel tartozunk Sebők Mariannának, aki a különböző egyetemek oktatóit, illetve szakembereket képes volt egy célért mozgósítani, munkájukat kerek egészként könyvvé szerkeszteni. Ez a könyv legyen egy kortörténeti dokumentum nekünk és a következő generációnak.

Neurokommunikation*

„Neuromarketing“, „Neuroethics“, „Neuro-Perspektive“, „Brainfluence“, „Neuro-Advertising“, „Neuroimaging“, néhány azon új fogalmak közül, melyek az elmúlt két évtizedben láttak napvilágot a gazdaságtudományok területén. A technológiai fejlődésnek köszönhetően a neuromarketing, a marketing kutatás új irányzata, lehetővé teszi a fogyasztók marketingingerekre adott válaszainak különböző újszerű módszerekkel (például a funkcionális mágneses rezonancia vizsgálattal) történő vizsgálatát. Nagy érdeklődés kíséri ezeket a kutatásokat, melyekkel a fogyasztók magatartásának (preferenciáik, motivációik, döntéshozataluk) új szemszögből való megközelítését, megértését várják az elméleti és gyakorlati szakemberek. Kai Fehse „Neurokommunikáció” című könyvében egy olyan új modellt felállítására tesz kísérletet, mely a reklám lehetséges hatásmechanizmusát mutatja be a kognitív neurotudományok ismeretek fegyelembével.

„Neurokommunikáció: a reklám hatása a közösségi média korszakában és az agykutatás új eredményei“ – olyan izgalmas, érdeklődést felkeltő cím, mely miatt egy marketingkommunikációval foglalkozó elméleti vagy gyakorlati szakember mindenképpen kezébe venné ezt a kiadványt. De vajon tényleg érdemes elolvasni ezt a könyvet?

Kai Fehse „Neurokommunikation“ című könyvének második kiadása 2018-ban jelent meg a Nomos Verlagsgesellschaft kiadásában. A szerző a New Yorker Columbia Egyetemen tanult kognitív neurotudományt („Cognitive Neuroscience”) illetve a Ludvig Maximilians Universitát München-en reklámpszichológiát, ahol tudományos PHD fokozatot is megszerezte. 25 éve van a reklámszakmában, reklámirodája többek között a Media Markt reklámkampányát is szervezte.

Hogyan hat a reklám? Erre a kérdésre keresi a választ a szerző a könyv első részében. A társadalomtudományos modelleknél először a reklámparban is használatos egyszerűbb okhatás modelleket vázolja fel. Ilyen az inger-válasz (**Stimulus-Response: S-R**) séma, illetve továbbfejlesztett változata az inger-organizmus-válasz (**Stimulus-Organism-Response: S-O-R**) séma. Az úgynevezett lépcsős modelleknél (ahol az egyes komponensek időbeli vagy hierarchikus sorrendben vannak elrendezve) olvashatunk az amerikai St. Elmo Lewis AIDA (**A**ttention, **I**nterest, **D**esire, **A**ction) magyarul „vágyom rád modell”-jéről, a szintén amerikai Rowse és Fish AIDCAS (**A**ttention, **I**nterest, **D**esire, **C**onviction, **A**ction, **S**atisfaction) modelljéről, az amerikai John Howard és társai által felállított komplex Howard-Sheth modellről. A reklám értelmezését tekintve többek között Herbert Krugman a szociálpszichológiából a reklámparba átemelt „Involvement” téziseit, az amerikai Richard Petty és John Caccioppo által kidolgozott elaborációs valószínűségi modellt sorolja fel a szerző. A reklám tartalmát és megjelenését tekintve Kai Fehse olyan reklám kutatások eredményeit veszi sorra, mint például David Aaker – „Likeability” kutatását, Justin Becker humorra irányuló kutatását vagy Arthur Koven és kollégái „Creativity versus Effectiveness” kutatását.

A természettudományos modelleket négy témakörben mutatja be; észlelés és figyelem, tárolás és emlékezés, érzés és gondolkodás, értékelés és döntés. Egy bizonyos reklám észlelésének előfeltétele az, hogy a többi reklám között felfigyeljünk rá. Az agy különböző

* Kai Fehse: Neurokommunikation, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 2018, ISBN: 978-3-8487-4492-3

területei, az egyszerűbbek a bonyolultabbak, a gyorsabbak vagy a lassabbak együtt „dolgoznak” azon, hogy egy észlelt ingerből egy értelmes interpretáció jöjjön létre. Kutatások eredményei azt mutatják, hogy amikor az agy több területe is bekapcsolódik egy inger interpretációjába, akkor a primer vizuális agykéreg az, ami az inger kiválasztásáért és értelmezéséről végül „dönt”, tehát a szemünknek fogunk inkább hinni. De melyik inger kelti fel a figyelmünket? Vizuális ingereket akkor is észlelünk, amikor a fejünk valami mással van elfoglalva. Hogy melyik, egy időben ható, azonos modális ingerre fogunk felfigyelni, az nem a véletlen műve, hanem belső és külső faktoroktól függ. Endogén figyelemmel tekintünk egy autóreklámra, ha éppen autót akarunk venni, exogén figyelemmel pedig, ha a reklámra különösen élénk színe miatt figyelünk fel. Az endogén ingereket az agykéreg dorzális részében dolgozzuk fel, az exogén ingerek pedig a ventrális részben. A legújabb kutatások szerint, ezek a területek interakcióban vannak egymással. Például egy endogén inger feldolgozása megszakadhat, ha egy erős exogén inger éri az embert.

A tárolás és emlékezés címszó alatt az emlékezés két fajtáját – a rövid és a hosszútávú emlékezetet különbözteti meg a szerző. Az emlékezetnek az a része, amely a hosszútávú tárolásért felelős további két részre, explicit és implicit emlékezetre osztható. Az explicit és implicit emlékezés leírását Daniel Schacter téziseire alapozza, mely szerint explicit tudás vagy emlékezet az események, tények, adatok, szavak, nevek stb. tárolása és újra felélevenítése. Implicit tudás vagy emlékezet alatt pedig procedurális tartalmak (képességek, szokások) mentése értendő, beleértve a reklámozás szempontjából fontos témákat, mint az előfeszítés (priming) vagy a kondicionálás. Az események tudatos tárolásáért teljesen más agyi területek felelősek, mint a tudat alatti tárolásért. A szerző bővebben a hippokampusz szerepét fejt ki az explicit emlékezésben. A hippokampusz aktiválódik, ha egy üzenet egy érdekes, izgalmas történetbe van „becsomagolva”, és így segít a hippokampusz az agynak a tárolásban és újrafelidezésben. Az implicit emlékezés a hippokampusz nélkül történik. Példaként hozza fel azt, amikor bizonyos dolgok, személyek, márkák ismerősnek tűnnek, de nem tudjuk, hogy honnan.

Az érzések és gondolatok fejezetben a szerző rávilágít arra, hogy az évtizedek óta elfogadott limbikus rendszerről kidolgozott korábbi teóriák a mai neurotudományos szempontból már elavultak. Ebben a fejezetben is megkülönböztet explicit és implicit rendszereket, amely megkülönböztetést Joseph LeDoux, az emberi félelemmel kapcsolatos kutatásaira alapozza. LeDoux képadó módszerekkel feltárta, hogy az agyban a félelemmel kapcsolatos inger két útvonalon fut. Az egyik út egy egyszerű, ultrarövid folyamat („low road”), mely a másodperc töredéke alatt aktiválja a megfelelő testi funkciókat. Például egy szabadon kószáló medve látványa kiváltja a meneküléshez fontos testtájak aktiválását – ez egy implicit folyamat. Ezzel párhuzamosan fut a másik út („high road”), ami explicit folyamat, melynél az inger feldolgozása során bekapcsolódik a hippokampusz és az agykéreg is. Az agy az első benyomást vizsgálva, összehasonlítja az inger első interpretációját a már explicit módon, régebben tárolt információkkal. A medve példájánál maradván, ha felismerjük, hogy amit láttunk nem is medve, hanem csak egy medvére hasonlító bokor, akkor a félelemérzetünk csökkenni fog. Ha viszont kiderül, hogy egy éhes anyamedvével van dolgunk, akkor a félelem fokozódik és pánik lesz belőle. Ez a folyamat is nagyon gyors, de nem annyira, mint az első direkt útvonal.

Az értékelés és döntés alfejezetben az implicit és explicit döntés megkülönböztetéséről olvashatunk. Az erős márkák megkönnyítik a döntéshozatalt, leegyszerűsítik a vásárlási döntéshozatal komplex folyamatát. Az agyról készült felvételeken látható, hogy a nagyobb, hosszútávú döntéseknél a prefrontális agykéreg különféle területei aktiválódnak. A kisebb jelentőségű, gyorsabb, impulzív döntéseknél pedig az agy belső területei dolgoznak. A rek-

lámipar szempontjából fontos, hogy például a márkák és a hozzájuk fűződő emlékek egyszerű és implicit módon a vásárlási döntésénél biztonságot, bizalmat sugároznak a fogyasztónak. Az érdekes és fontos (de nem sürgős) döntésekben az explicit értékelő és döntő rendszer fog szerepet játszani.

A második logikai részben a szerző az úgynevezett CASE₂ modellt állítja fel és annak komponenseit ismerteti az olvasóval. A modell nem azt magyarázza, hogy mi lesz a reklám hatása (például vásárlás), hanem a reklám hatásmechanizmusát vizsgálja az emberi neuronális hálózaton belül (mi játszódhat a fogyasztó fejében). A szerző a társadalomtudományok és a kognitív neurotudományok eredményeire építve állítja fel a modellt. Azonban a kommunikációtudományos szempontú, esetlegesen funkcionális mágneses rezonancia vizsgálattal (fMRI) végrehajtandó empirikus modellvizsgálatot a jövőbeli kutatásokra, piackutató szervezetek munkásságára bízta.

A modellnek két szintje van: explicit és implicit szint. A szerző ezt a kettős felosztást a természettudományos modelleknél, teóriáknál ismertetett duális tényezőkre alapozza, többek között a szociálpszichológiában kidolgozott „Elaboration Likelihood” modellre támaszkodik. A kettősség megtalálható az emlékezetkutatás területén is, mint explicit és implicit emlékezet. Gerhard Roth az információ feldolgozásának két fajtáját különbözteti meg az agyban; a tudatos-explicit és a tudatalatti-implicit folyamatokat. Az explicit alatt a kifejezett, közvetlen hatást elérni kívánó, világos üzenetet érti, az implicit alatt pedig a reklám kommunikációja során az üzenetben jelen levő, nem kimondott, inkább homályos elemeket érti, melyek a legjobb esetben a tudatalatti kerülnek. Ugyanaz az üzenet a kommunikátor szempontjából lehet explicit, tudatosan érzékelhető, míg a befogadó esetleg nem is érzékeli azt, és így még az implicit szintet sem éri el.

Felépítését tekintve a modell a reklámhatás klasszikus inger-válasz (Stimuli – Reaction) sémáját követi. Stimulus a modellben bármely rekláminger lehet. Mivel a marketingkommunikációból kiinduló ingerről van szó, ezért a modell első komponensét a szerző kommunikációs ingernek (Communication Stimuli = C) nevezi, ide sorolja még a reklám kontextus-függő elemeit is (Context Stimuli = C), például a szociális kontextust vagy az egyén saját kontextusát, mely a fogyasztó saját tapasztalatain alapszik. A modell minden komponensénél megtaláljuk az explicit és implicit szintet. A szöveges reklámanyagok többsége explicit üzenet, mivel a nyomtatott szövegek csak a tudaton keresztül nyernek értelmet. Képek boldog családokról vagy a kék égről implicit üzenetek.

A modell második komponensét az „A” betű jelöli, az angol „Attention” figyelem szóból. A szerző a tudatosság fontosságát nyomatékosítja, az emberi figyelemnek nincs egyetlen elkülönített helye az agyban, hanem inkább több agyi terület aggregált aktivált állapota az, mely a prefrontális kéregben és az elülső cingularis areában tudatos állapothoz vezet. Implicit figyelemnek tekinti azt, amikor legalább a szemünkkel észleljük azokat az ingereket, melyek mellett elhaladunk. A reklám tartalma csak akkor képes tudatosulni (legalábbis részlegesen), ha egy reklámingernek sikerül explicit figyelmet felkeltenie. Ha kicsit is felfigyelünk a reklámra, akkor az agyban megkezdődik az üzenet tudatos feldolgozása. Abban a folyamatban, ahogy az észlelés figyelemmé válik, fontos a befogadó személye is, az a tény, hogy számára az inger mennyire releváns. A reklámozó célja természetesen az, hogy a küldött inger explicit figyelmet keltsen. Az emberi agy különösen új, nem várt dolgokra érzékeny, ezekre figyel fel leginkább, például egy autó egy birkanyáj közepén. Saját embertársunk képére is érzékenyebben reagál az agy, mint tárgyak képére.

A modell harmadik komponense az „S” betűjelzést kapta, az angol „Storage” szóból kiindulva. Mivel a reklámok többségét a fogyasztó tudat alatt észleli, ezért a szerző elsőként az implicit tárolást, ezen belül is a kondicionálás tényét mutatja be. A reklám hatásos explicit tárolásának érdekében három lehetőséget sorol fel. Annál hatásosabb egy reklám,

minél inkább gondolkodásra ösztönzi a fogyasztót. Jobban tárolódik az a reklámüzenet is, amit maga a címzett dekódol, fejt meg. Valamint a tárolás függ attól is, hogy mennyire érvényesül az úgynevezett „VTA-hippocampal-loop”. Ez utóbbi során a hippokampusz mint „archiváló” egység az agy ventrális tegmentális területéből (VTA) származó dopaminból profitál, melyet akkor bocsát ki, ha az agy valami újjal, furfangos dologgal kerül kapcsolatba – tehát legyen ilyen a reklám. Ez magyarázza a kreatív, meglepő reklámok hatásosságát.

A modell utolsó komponensét az „E” betű jelöli és az angol „Effect” szóból származik. A modell „A” és „S” komponensénél agyi folyamatokat ismertetett a szerző, azzal a szándékkal, hogy az olvasó betekintést nyerjen ezekbe a folyamatokba, mintha csak egy fekete dobozba (black box) nézne bele. Az utolsó komponensnél visszatér az inger-válasz modell utolsó szakaszához, az ingerekre adott válaszhoz. A modellben ezt hatásnak, „effect”-nek nevezi el. Mint a modell többi eleménél, itt is megtaláljuk a két szintet (explicit és implicit hatásként). Explicit hatás a fogyasztó döntése arról, hogy megvásárol egy terméket vagy nem. Ezt a döntést megelőzték az explicit és implicit reklámingerek, melyeket explicit vagy implicit módon észlelt a fogyasztó és melyek explicit, vagy implicit módon tárolódtak az agyban. Az implicit hatás pedig többek között a fogyasztókban kialakult preferenciákat takarja.

Ezen négy komponensből tevődik össze a CASE mozaikszó: **C**ommunication/**C**ontext – **A**ttention – **S**torage – **E**ffect. A modell CASE₂ nevében a kis kettes a modell két szintjét, az explicit és implicit szintet jelöli. A modell nem lépcsős, hanem egy hálós modell, melyben a komponensek, mint csomópontok vannak jelen és melyek között egy explicit és egy implicit hatásösvény rajzolódik ki, melyek egy vegyes ösvénybe is összekapcsolódhatnak.

Összefoglalva a modell hatásmechanizmusát, a szerző három reklámstratégiáját javasol: az implicit jelölést, az explicit eladást és az integrált differenciálást. Jelölés alatt a termék, cég jelekkel vagy más módon történő azonosítását érti. A nem tudatos, vagyis implicit jelölésben látja a reklám viszonylag egyszerű, tudatalatti, de egyáltalán nem jelentéktelen hatását. Minden, ami az előfeszítésen, a pusztá kitétségi hatáson túlmegy, az, ha rövid időre is, de tudatosan és így már el is hagyja az implicit utat. Az előfeszítés és a pusztá kitétségi hatás előkészíti az ember fejét, a komplikált tartamú, explicit reklámüzenetek befogadására, tehát az implicit jelölés megnyitja az utat az explicit hatás előtt. A második stratégia az explicit módon történő eladás. Annak a reklámnak az üzenetét fogjuk explicit módon észlelni, mely kitűnik a többi hasonló reklám közül. Nem minden feltűnő dolog eredményez vásárlást, de csak az fog vásárláshoz vezetni, ami feltűnő. A váratlan, szokatlan kreációk nemcsak feltűnnek, de könnyebben el is tárolódnak. A tárolódást segíthetik az izgalmas, kissé rejtélyes alkotások is. De nem szabad a ló túloldalára sem átesni például egy túlságosan bonyolult poént tartalmazó, vicces reklámmal. Csak az fog hatni, ami érthető. A harmadik stratégia az első kettő összehangolásából ered. Egy reklámkampányon belül a küldött ingerek hol explicit, hol pedig implicit hatást keltenek. A szintek – akár egy reklámon belül is – változhatnak, felcserélődhetnek. A differenciált kommunikáció alatt a szerző azt a reklámot érti, amelynek tartalma a különböző implicit vagy explicit módon ható reklámeszközöknek megfelelően differenciált.

A könyv a téma sokoldalú megközelítéséhez képest viszonylag kevés szemléltető ábrát mutat be. A CASE₂ modell megnevezése hibásan van nyomtatva, a CASE2 nevet viseli és így félreértelmezhető. A könyv német nyelven íródott, nyelvezetét tekintve nehezen olvasható, mivel a szerző sok helyen nem rendhagyó mondatszerkezeteket használ. Az olvasónak több helyen az a benyomása, mintha filozófiai művet olvasna. Több eredeti, angol szöveget, elnevezést is tartalmaz a könyv, aki nem rendelkezik biztos angol nyelvtudással,

annak nehéz a tartalmat értelmezni. Összefoglalva megállapítható, hogy Kai Fehse egy heurisztikus módszert alkalmazva olyan modellt állít fel, mely kiválasztott és a könyvben bemutatott társadalom- és a természettudományos modellek feltevésein, ismeretein alapszik, azokból építkezik. A szerző célja egy egyszerű modell megalkotása a gyakorlati alkalmazhatóság miatt. A könyv olvasása gyakorlati szakembereknek ajánlható, akik szeretnének újszerű információt kapni a reklámok hatásmechanizmusáról egy átlátható modellen keresztül, annak tudatában, hogy a modell empirikus vizsgálata még várat magára és hogy a könyv nyelvezete nehézkes.

Abstract

ANIKÓ MAKKOS: Nowadays most educational researchers agree that we should teach what machines cannot do, so skills development should be the prime aim of education. Besides, we can see that in lots of occupations people skills or soft skills are becoming more and more important. Educational professionals, however, often face the fact that students have various communication problems, both oral and written ones. The present study sheds light on the communication needs of MA students majoring in Human Resources Counselling at Széchenyi István University. The written assignment which reveals the problem areas was set to the students after finishing a course on organisational and consultancy communication. The personal developmental plans clearly show that most graduate students have oral communication problems. They report that public speaking causes extreme stress or anxiety so their energy is spent on managing themselves instead of paying attention to their listeners. The results set clear tasks for higher education. They show that even at bachelor level much more emphasis should be placed on orality and skills development as the lack of well-developed communication skills can be a major obstacle to the successful future professional carrier of the students. 3. p.

ZSUZSA KOLTAI: Museum Learning Experiences and Needs Among the Parents of Pre-school Children in Pécs. The paper reveals the findings of the research which examined the museum learning experiences and needs of 140 parents of pre-school children from 14 different kindergartens in Pécs. The research was implemented between the October 2017 and January 2018 in the frame of the Museum and Library Development for Everyone Project which is coordinated by the Museum Education and Methodology Centre. Beside revealing the museum visiting habits of the families with pre-school kids, the research also focused on the expectations and needs of the parents regarding the communication of museums as well as the diverse museum services which they expect to be provided and the different types of museum programs and museum learning methods in which they prefer to be involved in. 14. p.

TERÉZIA REISZ: Pedagogy students on museum education. As part of a seminar on research methodology, community organizers performed a survey on 100 pedagogy students at the University of Pécs. The goal of our research was to gain information on the students' museum experiences, their knowledge of museum education methods, and their pedagogic planning. The outcomes of the research can be used in the improvement of teacher education and the development of museum education. 31. p.

ORSOLYA HAFNER — GYÖRGY BÁRDOS: Work Stress and Health. The main purpose of this review is to summarize the perception and appearance of work-related stress and its relationship related to health. Maintaining employees' health in the 21st century has become essential for employers as well-being and performance are closely related to health. The deterioration of health triggers psychological and physiological changes in the individual, the consequence of which may be the inability of work. This review highlights two possible dimensions of stress (challenge-triggered and hamper-triggered), and despite some common beliefs, the first might mean an inspirational and motivating factor for employee that can provide satisfaction and loyalty, thus health can be sustainable on a longer run. 42. p.

Applicants' stress perception and response forms on the job interview. The aim of the study is to examine applicants' responses and attitudes to job interview - related stress and other factors, and to identify the most important stress factors that influence or, conversely, do not have affect on the participants in the job interview. The job interview is often experienced by the applicant as a stressful situation that requires strong concentration and high attention. Emotional changes caused by stress can affect performance and consequently the outcome. Authors argue that most candidates find the so called 'stress interview' and the interview before the committee to be the most stressful, furthermore, the behavior and personality of interviewer is the factor that can lead to a reduction in stress. The question was investigated using a questionnaire survey of a randomly selected sample of a multinational company dealing with IT services in Budapest. The results show that respondents consider the informal communication, short warm-up conversation and ice breaking questions as the best method that can reduce the perceived stress level in a job interview. 47. p.

ANNA GYÖRI — ADÉL VEHRER: The body modifications, tattoos and piercings have had a renaissance in the last years especially among the teenagers and the young adults. In these days every other young employees has a body modification. In the selection process they are victims of discrimination. This problem is not researched in the field of human resources. We would like to make the lack of attention about this problem up. We examined motivations of body modifications, we present relations of social psychology of this theme and we analyse experiences of employees who are living with tattoos and piercings. 59. p.

CLAUDIA K. FARKAS: In the first half of the last century, Rosa and Carolina Agazzi enriched the early childhood education with a new methodology, and their educational concept is still being used in Italy. The Agazzi

method developed the whole personality, he turned the kindergarten into a family scene. They aimed at developing autonomy and at activities based on child's spontaneity and action, with a simple yet ingenious set of tools, and with a powerful nature-pedagogical orientation. The focus of the writing is on presenting and analyzing their method. The article points out that valuable elements can be easily transposed into practice today. 68. p.

BÉLA KRISZTIÁN: Uranium Miners' Press in the Mecsek. The inner life of enterprises and their relations with the environment are parts of the information exchange all-time. Business press has a major role in this. A new mining sector, uranium mining appeared in the Mecsek since 1953 which despite of its short existence established its own newspapers rapidly. 72. p.

ANDRÁS MÉNES: The author provides two reviews. The first review presents the work of Péter Várnagy in which the author commemorates the work and life of his grandfather, Elemér Várnagy who was a great figure of the cultural history of Pécs. The second review is about the "Handbook of Employment Policy and Labour Market" which was edited by Marianna Sebők. 78. p

ZITA BALOGH: Neurocommunication. „Neuromarketing“, „Neuroethics“, „Neuro-Perspektive“, „Brainfluence“, „Neuro-Advertising“, „Neuroimaging“, these are some of the terms appeared in the field of the economic sciences during the last two decades. One of the newest direction for market and consumer research is neuromarketing which enables the analysis of the effects of marketing stimuli on consumers' responses by using new research tools (such as the functional magnetic resonance imaging). There is a steady growth in interest on this research field, as academics and practitioners expect to study and understand consumer behaviour (preferences, motives, decisions) from a new perspective. Kai Fehse's book: Neurocommunication presents us a possible model demonstrating the effects of advertisement taking into account the latest results of the cognitive neuroscience researches. 83. p.

Szerzőink

BALOGH ZITA másodéves PhD-hallgató a soproni Széchenyi István Doktori Iskolában. Kutatási területe a fogyasztók vásárlási döntéseinek vizsgálata a magyarországi műanyag nyílászárók piacán. Egyetemi tanulmányait a Bécsi Gazdaságtudományi Egyetemen folytatta, majd 15 évig dolgozott az UNIQA Biztosító bécsi központjában, ebből 2 évet Svájcban kiküldetésben.

BÁRDOS GYÖRGY dr., egyetemi tanár, az MTA Doktora. Biológus, pszichofiziológus, jelenlegi fő kutatási témája az életmód és az egészség kapcsolata, a szabadidősport szerepe.

GYÖRI ANNA okl. emberi erőforrás tanácsadó, Széchenyi István Egyetem, Győr
anna.gyori92@gmail.com

HAFFNER ORSOLYA, az ELTE Pszichológiai Doktori Iskolájának doktorandusz hallgatója, okleveles közgazdász és emberi erőforrás menedzser. Jelenlegi kutatási területe a munkahelyi és állásinterjúval kapcsolatos stressz vizsgálata.

K. FARKAS CLAUDIA dr., habil, egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar.

KOLTAI ZSUZSA dr., PhD, a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Humán Fejlesztési és Művelődéstudományi Intézetének adjunktusa. Kutatási terület: múzeumpedagógia, múzeumandragógia, innovációk a múzeumi tudásközvetítésben.

KRISZTIÁN BÉLA címzetes egyetemi tanár.

MAKKOS ANIKÓ dr., PhD, adjunktus, Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar Nemzetközi Tanulmányok és Kommunikáció Tanszék (makkos.aniko@sze.hu)

MÉNES ANDRÁS dr., személyügyi szervező és humánszervező diplomát a Pécsi Tudományegyetemen szerezte, MBA diplomáját a Debreceni Egyetemen vette át, PhD-fokozatot Gödöllőn a Szent István Egyetemen kapott.

REISZ TERÉZIA dr., PhD, a PTE BTK HFMI docense. Oktatási, szociológiai és szociálpedagógiai tantárgyakat tanít egyetemisták és felnőtt korosztályok számára. Kutatási projektjei megmutatják az oktatási rendszer hatékonyságának ökológiai és regionális feltételeit, főként a vidéki térségekben. Részt vesz a felnőttképzési és pedagógiai kutatócsoport projektjeiben. Alapítványával segíti a nehéz társadalmi helyzetekű gyermekeket.

VEHRER ADÉL dr., PhD egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem AK, Bölcsészettudományi és Humánerőforrás-fejlesztési Tanszék, Győr vehler.adel@sze.hu