

KÍNA SZEREPE A MAGYAR KÜLGAZDASÁGI STRATÉGIÁBAN

A nemzeti gazdaságpolitika egyik legfontosabb feladata a külgazdasági kapcsolatrendszer feltárása, feltérképezése, és ezek tükrében a világgazdasági illeszkedés lehetőségeinek vizsgálata. A gazdaságpolitikán belül elkülönült külgazdaságpolitika foglalkozik ezekkel a kérdésekkel. Célja a komparatív és a kompetitív előnyök kihasználása, a nemzetgazdaságnak a külső környezet követelményeihez történő alkalmazkodása mikéntjének, a szükséges eszközrendszernek a feltárása, elfogadtatása.

Az országoknak gazdasági stratégiát, és ennek részeként az ehhez szervesen kapcsolódó külgazdasági stratégiát kell kialakítani. A stratégia kialakítása során a gazdasági folyamatokat komplexitásukban, rendszer-összefüggéseikben kell vizsgálni. A következő szempontokra kell ügyelni a stratégia készítésekor¹:

- A gazdasági folyamatokat nem szabad kiszakítani a társadalmi-politikai összefüggéseikből. A gazdasági döntésekben nem csak a közvetlen haszon-motiváció játszik szerepet, hanem a hosszabb távú társadalmi érdekek érvényesítése (pl. munkahelyteremtés) is.
- A világban, és az országban lezajló folyamatokat történelmi, nemzetközi, társadalmi összefüggéseikben kell értékelni, és figyelembe venni. Érdemes odafigyelni a tapasztalatokra: mind a történelmi tapasztalatokra, mind a nemzetközi érvényű következtetésekre, más országok tudományosan feltárt eredményeire.
- A külgazdasági és a belgazdasági folyamatok mesterségesen nem szakíthatók szét: csak az lehet a nemzetközi porondon is versenyképes, aki a hazai gazdaságban is versenyképes.
- A makro, mezo és a mikro szint összefüggései is kiemelt figyelmet érdemelnek: sikeres vállalatok nélkül nem lehetséges sikeres nemzetgazdaság. Kiemelt feladat tehát a vállalatok feltételeinek javítása.
- Az ágazati szemlélet helyett a termelési kultúrára, a komplex szektorokra kell a hangsúlyt fektetni.
- A stratégia kialakításban az időtávok alakítására is figyelni kell. A közép- és hosszú távú elképzelések bizony gyakran a rövidtávú kényszerek fogságában formálódnak. De mindenképpen szükséges egy cél, egy olyan pozitív jövőkép, amelyhez tartani szeretnénk, amelynek megfelelően óhajtjuk felépíteni a jövőt. Ehhez meg kell fogalmaznunk az állami szerepvállalás mikéntjét, eszközeit.

* BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar, intézetvezető főiskolai tanár, CSc, Jean Monnet Chair. Jelen tanulmány a „Nyitottan a világra...” (Műegyetem Kiadó, Budapest, 2008, szerk. Meyer Dietmar) c. kötetben (p. 85-100) megjelent publikáció bővített, átdolgozott változata.

¹ Kozma Ferenc könyvének [7] előszavában megfogalmazottak felhasználásával.

1. A MAGYAR KÜLGAZDASÁGI STRATÉGIA ALAPKÉRDÉSEI [8]

A nemzetközi méretekben is erősen nyitott magyar gazdaság fejlődését meghatározzák a külső feltételek, és az ország külső kapcsolati rendszere. Az OECD előrejelzések szerint a világkereskedelem a világgazdaság termelésénél gyorsabban bővül, ami alapjában kedvező környezetet jelent a magyar gazdaságnak. Sajnos az EU a világ átlagától kissé elmaradva növekszik. (Bár az új tagállamok azt meghaladóan gyorsulnak, mint azt a legújabb, 2008 augusztusában publikált statisztikai adatok is illusztrálják.)

A magyar kül gazdasági stratégia elsődleges célja a gazdaság nemzetközi munkamegosztásba történő hatékony bekapcsolódásának elősegítése, a nemzetközi versenyképességi pozíció javítása, ezek segítségével a gazdasági helyzet javítása. A kül gazdasági prioritás hazánk EU csatlakozásával nem változott, azonban megváltoztak a megvalósítás feltételei és eszközrendszere. A közös (uniós) kereskedelempolitika átvétele módosította a magyar kül gazdasági politika mozgásterét és lehetőségeit.

- 1) Az EU a világgazdaság legnagyobb globális szereplője, s az, hogy egy ilyen közösség tagjává váltunk, jelentős mértékben megnövelte Magyarország tárgyalási alkueréjét, aminek eredményeként eltűnt a „kis ország kontra nagy ország” típusú aszimmetria a tárgyalási alkuerőben. A nemzeti érdekeket a közösségi mechanizmusokon keresztül érvényesíthetjük. A Közösségen belüli érdekérvényesítés komoly tárgyalási, konzultációs többlettudást igényel, a szolidaritási elv figyelembe vételét, de az esetleges konfliktusok vállalását is. A Közösségen kívüli érdekérvényesítésben megnő annak jelentősége, hogy az EU tagjaként lépünk fel, a Közösség is kiáll érdekünkből, vagyis integrált érdekérvényesítés válik lehetővé.
- 2) A Közösség kül gazdasági szerződésrendszerébe tartozó országokban a magyar vállalatok és áruk piacra jutási feltételei javultak. Az EU 130-140 országgal alakított ki bilaterális módon viszonyos vagy nem-viszonyos preferenciális kapcsolati rendszert (pl. Európai Gazdasági Térség, Euro-Mediterrán Megállapodások, Európa Megállapodások, egyéb szabadkereskedelmi megállapodások [pl. ASEAN, Mexikó stb.], a Cotonou-i megállapodás az ACP országokkal), és ez kedvezőbb piacra jutási lehetőségeket biztosíthat a hazai vállalati körnek. A nemzetközi szervezetek (OECD, WTO) körében az érdekérvényesítésben az EU jár el helyettünk (természetesen részt veszünk a tárgyalásokon, de a Közösség együtt szavaz a döntési eljárásokban).
- 3) A kül gazdasági eszközrendszer sokat változott. Az Európai Unió belüli gazdasági kapcsolatokra az egységes belső piac jogszabályi rendszere vonatkozik. Az Unió belüli (kül)kereskedelem dominanciája miatt a közös kül gazdasági-kereskedelmi politika a magyar külkereskedelemnek csupán kb. 25 százalékát befolyásolja.
- 4) A harmadik országokkal folytatott kereskedelmi kapcsolatok esetében az import szabályozás teljes egészében közösségi hatáskörbe került. Tehát a közös vámpolitika határozza meg a vámtételeket, szabályokat és importpolitika egészét. A piacvédelem kikerült a magyar szabályozási körből, ezen a téren semmilyen önállóságunk nincs. Ez érthető is, mert az importált termék nem egyszerűen a magyar piacra kerül, hanem az egységes belső piacra.
- 5) Az EU-tagság következtében a közös kereskedelempolitika átvétele meghagyta a magyar kül gazdaságpolitikán belül a kereskedelemfejlesztés (exportösztönzés), az idegenforgalom és a befektetési politika viszonylagos önállóságát. Ezért ennek az export fokozására, az idegenforgalom serkentésére és a működő tőke beáramlásának ösztönzésére kell koncentrálnia.

1.1. Az Európai Unió kívüli kereskedelem súlypontjai

Az Európai Unió belüli kereskedelem dominanciája miatt a magyar külkereskedelemnek mindössze kb. 25%-a realizálódik az EU-n kívüli kapcsolatokban. Az exportösztönzés politikája részben megmaradt nemzeti hatáskörben (más multilaterális megállapodások a keretfeltételeket természetesen befolyásolják), ezért a magyar külgazdaságpolitikának lehetősége van súlypontokat képezni. Erre szükség is van: egy kis ország nem építhet minden irányba kapcsolatokat. A súlypontok képzésében a következőkre kell figyelemmel lenni:

- Meg kell próbálni növelni az értékesítést azon régiókban, ahol jelentős a magyar kereskedelmi passzívum.
- További erőfeszítéseket kell tenni azon országokban, ahol jelenleg is aktívum van.
- Célszerű a magasabb növekedési ütemű országokkal építeni a kapcsolatokat, abban a reményben, hogy gyors növekedésük húzóerőt jelent a kapcsolatainkban.
- Új piacokat kell találni (fejlesztani) az EU külkapcsolati megállapodásainak figyelembe vételével. A lehetőségek felmérése után ki kell használni a szabadkereskedelmi és preferenciális megállapodások adta lehetőségeket.
- Bővíteni, javítani kell a kapcsolatokat azon európai országokkal, amelyek közép-hosszú távon az EU tagjaivá válhatnak. Ez rövid távon is előnyös lehet, de közép-hosszú távon a már piacon levő szereplőknek feltétlenül jó lesz.

Az EU további bővülése és az európai szomszédsági politika felértékeli a magyar külgazdasági politika 1000-1500 km-es akciórádiuszába tartozó országokat. A hosszú távon feltáruló lehetőségek a déli és keleti irányt emelik ki közvetlen környezetünkől, ill. távolabbról az ázsiai és az észak-amerikai térséget. A súlypontképzésben az ország politikai kapcsolatait, politikai tőkét célszerű számításba venni. Ezek alapján négy súlypont alakítható ki:

- 1) Kelet-Európa, különös tekintettel Oroszországra és Ukrajnára.
- 2) Az ázsiai térség, benne Kína, India, az ASEAN országok, továbbá Japán és Dél-Korea.
- 3) A NAFTA országok, különösen az USA.
- 4) A Balkán országai, amelyek potenciális közösségi tagok.

Természetesen figyelni kell a világ többi részére is, de ezek a régiók komoly lehetőségeket hordoznak.

1.2. Az ázsiai térség: Kína, India, az ASEAN országok, továbbá Japán és Dél-Korea

A felsorolt országok az elmúlt néhány évtizedben a világ leggyorsabb fejlődését valósították meg. Japán az ötvenes évek végétől a kilencvenes évek elejéig, Dél-Korea és az ASEAN országok a hetvenes évektől kis megingással napjainkig, Kína a nyolcvanas évektől, míg India a kilencvenes évek közepétől napjainkig nagyon gyors (évi átlagban 8-10%) növekedést mutat fel. Két tényező is indokolja potenciális szerepük növekedését: egyrészt gyors növekedésük húzóerejét jó lenne bizonyos mértékig nekünk is kihasználni. Másrészt a térség kereskedelmi jelentőségét növeli, hogy igen nagy a kereskedelmi deficitünk a régióval (ez az EU egészére elmondható). Fontos megemlítenünk a bővülő tőkemozgások jelentőségét is: egyre több ázsiai tőke jelenik meg hazánkban. Úgy vélem, hogy ezek az érvek meggyőzően bizonyítják a régió kiemelt kezelésének szükségességét, sőt felvetik, hogy az EU Ázsia-stratégiájára alapozva célszerű lenne elkülönült magyar Ázsia-stratégiát kialakítani, benne kiemelt figyelmet fordítva a megjelölt országokra. Az EU preferenciális meg-

állapodást kötött az ASEAN országokkal, aláírás közelében van a Dél-Koreával kötendő ipari szabadkereskedelmi megállapodás, Japán, Kína és India esetében a WTO multilaterális keretei biztosítják a külkereskedelem feltételrendszerét (ez azt jelenti, hogy Kína és India bizonyos termékekre GSP kedvezményt kaphat). A jelen tanulmányban Kínára, a magyar–kínai kapcsolatokra koncentrálunk.

2. KÍNA HELYE ÉS SZEREPE HAZÁNK KÜLGAZDASÁGI KAPCSOLATAIBAN

„Miért éppen Kína?” vetődik fel a kérdés. Azért, mert Kína az elmúlt harminc évben kiemelkedő fejlődést mutatott. A GDP 1985 és 2007 között évi átlagban közel 10%-kal nőtt (pl. 2000 és 2007 között megduplázódott a kínai gazdaság teljesítménye), így Kína a világgazdaság harmadik legnagyobb termelője (az EU-t és az USA-t követően, sőt ha csak az országokat nézzük, akkor vásárlóerő paritáson [PPP] számolva már a második). WTO csatlakozását követően (2001) ugrásszerűen nőtt külkereskedelme: a harmadik legnagyobb kereskedő hatalom és 2007-től a legnagyobb exportőr a világban (megelőzve Németországot). Átalakulóban van termelési és exportszerkezete is: a hagyományosnak mondható könnyűipari termékek mellett arányában egyre jelentősebb a fejlett iparcikkek kivitele. A nyersanyag-igényes ágazatok visszaszorulóban vannak, és dinamikusan növekszik a magas technológiaigényű iparágak (pl. gépipar) súlya. A világ IT-kivitelét nézve, már Kína a legnagyobb exportőr. A munkaerő-igényes termelés azonban továbbra is jelentős. A struktúraváltozás eredménye, hogy a kínai export szerkezete egyre jobban hasonlít a fejlett országokéhoz. Pl. a világ laptop-termelésének 70-75%-a realizálódik az országban, de a félvezetők, chipek gyártásának nagy része is.

Kína a világ egyik legfontosabb befektetési célpontja lett (az elmúlt években átlagosan 60-80 Mrd USD érkezett Kínába), de az elmúlt néhány évben a kínai tőke is aktivizálódik (a saját régióján kívül Kelet-Közép-Európában, ill. Fekete-Afrikában és Latin-Amerikában). Kína devizatartalékai meghaladják az 1700 Mrd USD-t: ez a nagy tartalék sajátos fenyegetés részben az USA, de a világgazdaság egésze irányában is.

Kína azonban továbbra is szocialista (ideológiáját tekintve marxista-leninista-maoista) országnak vallja magát, amely piacgazdaságot épít. A kínai gazdaság átmenetben van kettős értelemben is: egyrészt tervgazdaságból a piacgazdaságba, másrészt az extenzív fejlődési útról az intenzívre. Kína egyértelműen exportorientált gazdasági stratégiát folytat: a GDP kb. egyharmadát exportálja, de a kivitel több mint felét külföldi tőkével működő vállalatok bonyolítják le.¹

A világgazdaság lassuló bővülésének a következménye, hogy Kína ösztönzi a belső kereslet növekedését (a gyors növekedés fenntartása a cél), ill. imázs fejlesztésére költ. Így a 2008. évi olimpia sikeres rendezése, a 2010-re tervezett világkiállítás mind a pozitív Kína-kép kialakítását szolgálják.

Kínáról el kell még mondani, hogy méltán büszkék ötezer éves történelmükre és kultúrájukra, de évezredek keresztül el voltak zárva a világtól. Nagyon fontos a történelem és a hagyományok tisztelete, a kultúra és a technika fontossága. Az egész kínai társadalmat és gondolkodást áthatja a konfucianizmus, amely számunkra három fő jellemzőjét tekintve fontos: nem individualista társadalom (a közösség, a csoport kiemelkedő szerepe); a rendszeren belül kell érvényesülni; de kell a „tisztelt vezető”, ilyen volt a császár és ma a pártfőtitkár elnök, aki meghatározza a fő irányvonalat. [9]

¹ [4], p. 5.

2.1. Kína és az Európai Unió

Hazánk és Kína kapcsolatait csak az EU – Kína összefüggésrendszerben vizsgálhatjuk, amely a mi lehetőségeinket is meghatározza. Kína WTO taggá válását követően felgyorsult a kapcsolatépítés a két fél között. 2008-ra az Európai Unió és Kína között alakult ki a világgazdaság legjelentősebb bilaterális kapcsolatrendszere (az EU – USA kapcsolatokat megelőzve). 2005-től Kína az EU-25 legjelentősebb külső szállítója (importőre) – megelőzve az Egyesült Államokat, 2007-től pedig az EU-27 vált Kína legfontosabb értékesítési (export) piacává. A kétoldalú kereskedelmet hatalmas kínai többlet jellemzi, az EU kivitele a behozatalnak csak kb. az egyharmadát fedezi. [4] A kereskedelmi deficit nem egyszerűen az EU-t, mint integrációt jellemzi, hanem valamennyi tagállamát is. Az EU és Kína közötti kereskedelem fontos eredménye a kiemelkedően magas dinamika (ezért válhattak egymás legfontosabb partnerévé). A kínai export egyre igényesebb termékekből áll, többnyire a Kínában, de az EU-ból származó tőkével működő vállalatok exportja eredményeként (a fejlett országok exportszerkezetéhez hasonlítván).

A kereskedelmi, gazdasági, politikai kapcsolatok bővülése azonban nem mentes a konfliktusoktól. A WTO csatlakozást követően is voltak, vannak ágazat-specifikus kereskedelmi viták, elsősorban a könnyűipar területén (ruházati cikkek, lábbelik tekintetében). A szektorális problémákon kívül több probléma vetődik fel Kína gazdaság- és kereskedelempolitikájával kapcsolatban is (pl. a WTO szabályok nem megfelelő érvényesülése a piacra jutás feltételeivel kapcsolatban, a szellemi tulajdonjogok nem elégséges védelme, a kínai termékekkel kapcsolatos fogyasztóvédelmi problémák, az ott működő külföldi tőkére vonatkozó szabályok vonatkozásában). De vannak alapvető gazdaságpolitikai konfliktusok is (a jelentős kínai exporttöbblet kezelésének kérdései, a leértékelt kínai deviza exportösztönző szerepe, a környezetvédelmi felelősségvállalás hiánya, a kínai fél kompromisszumkészségével kapcsolatos gyakori problémák). [4] A működőtőke-kapcsolatokat nézve érdekes, hogy bár az EU a világ egyik vezető tőkeexportőre, és Kína az egyik legnagyobb tőkeimportőr, de Kínában viszonylag csekély az EU tőkeexportőri szerepe. A Kínában levő külföldi tőke kb. 6-7%-a származik az EU-ból.

Az EU Kína stratégiáját a minden területre kiterjedő Partnerségi és Együttműködési Megállapodás szabályozza (ez adja a fő keretét a magyar–kínai kapcsolatoknak is). Az EU érdekelt a kereskedelem fejlesztésében, de csökkenteni óhajtja jelentős deficitjét. Ennek érdekében mindent megtesz, hogy Kína jobban nyissa meg piacát (a WTO megállapodás fokozatos piacnyitást ír elő), másrészt azonban igyekszik kihasználni a működő tőke exportja révén az olcsó kínai munkaerő biztosította lehetőségeket. [10]

2.2. Magyarország és Kína politikai kapcsolatai

A magyar–kínai kapcsolatok több évtizedes kapcsolatra tekintenek vissza. Hazánk a rendszerváltás előtt, és azt követően is korrekt, jó kapcsolatokat ápol Kínával¹. 1949. okt. 6.: Magyarország és Kína felvette egymással a diplomáciai kapcsolatokat, két nappal azután, hogy hazánk bejelentette, hogy elismeri a KNK-t. Ezt követően a két nemzet magas rangú vezetői gyakran tettek látogatást egymásnál és együttműködés alakult ki a két ország között.

¹ A fejezet megírásához segítséget nyújtott volt főiskolai hallgatóm, Halász Éva. Köszönet érte.

- '50-as évek vége – 70-es évek közepe: Eltávolodás kezdődik. Meglazultak a kapcsolatok az ideológiai különbség elmélyülése miatt (nagy ugrás, kulturális forradalom). Az államközi kapcsolatok alacsony szinten, felfüggesztették a pártközi kapcsolatokat. A súrlódások megszorodtak.
- 1978 A Kínában kezdődő reformok következtében újra közeledés figyelhető meg: tanulmányozzák az 1968 évi magyar új gazdasági mechanizmust.
- 1980-tól a két ország közös erőfeszítéseinek eredményeként lassanként normalizálódott a helyzet és újra kibontakozott a kooperáció. [18]
- 1984 Jegyzőkönyv a Magyar–kínai Gazdasági, Kereskedelmi és Műszaki-tudományos Együttműködési Bizottság létrehozásáról. Megsűrűsödtek a ráti látogatások, amelyek a magyar rendszerváltásig rendszeresek voltak.
- 1989–92: A magyarországi rendszerváltás következménye a nyugat felé fordulás. A magyar–kínai kapcsolatok kikerülnek a politikai gondolkodás központjából, ugyanakkor az akkor meglévő vízummentesség eredményeként sok kínai érkezik Magyarországra. (Figyelem: ekkor Kína már gyorsan fejlődik, a világból áramlik hozzá a tőke, a fejlett világ fejleszti kapcsolatait, és mi akkor vonulunk ki, amikor a világ befelé megy. Pedig ekkoriban Magyarország a legismertebb kelet-közép európai volt szocialista ország Kínában.)
- 1990 Újabb rövid szünet után megszületett egy kormányközi kereskedelmi egyezmény.
- 1991 Beruházásvédelmi és kettős adóztatást kizáró megállapodás.
- 1995 Vám-együttműködési megállapodás, melynek eredményeként 1998-tól fejlődésnek indulnak a kereskedelmi kapcsolatok.
- 1996–2002: Magyarország NATO- és EU-törekvései, ill. csatlakozása miatt nem fordul elég figyelem Kína felé, pedig ekkor már száguld a „kínai expressz”.
- 2003 MEDGYESSY PÉTER kínai látogatása új alapot teremt a kapcsolatok politikai fejlesztéséhez. Növény- és állategészségügyi megállapodások. Turisztikai szempontból fontos, hogy megkaptuk Kínától az ADS¹ (jóváhagyott célország) státuszt (akkor még csak 3 EU ország kapta ezt meg, de 2004-től valamennyi EU-tagország).
- 2004–2008: Gazdasági együttműködési megállapodás. Kölcsönös legfelső szintű látogatások. Magyar–kínai kéttannyelvű iskola megalapítása 2005-ben. [19] Ez csak néhány kiemelt kétoldalú egyezmény vagy megállapodás a fontosabbak közül, ami azt jelenti, hogy ezeken kívül még számos más kulturális, tudományos, technológiai és oktatási megegyezés jött létre Magyarország és a KNK között.
- 2007–2008 „Magyar évad Kínában!” Magyar kulturális események, gazdasági találkozások, vagyis hazánk bemutatkozása.

A 2003-tól kezdődő időszak komoly politikai, gazdasági sikereket hozott a kapcsolatokban: a már említett kínai iskola mellett meg kell említeni az ELTE-n létrehozott Konfuciusz Intézetet, a Budapest–Peking légijáratot (egyedüli Közép-Európában), a Bank of China budapesti leányvállalatát. A kapcsolatok fejlődését jelzi, hogy hazánkban a magyar–kínai ügyekért felelős kormánybiztost neveztek ki. 1998–2007 között tizenkétszeresére nőtt a kereskedelmi forgalom, igen jelentős kínai többlettel, és ha csekélyebb mértékben is, de a tőkemozgások is elkezdődtek. A

¹ ADS – Approved Destination Status (jóváhagyott célország) – a kínai turisták szabadon választhatják az országot úti célként.

magyar gazdasági szektor értékeli a változásokat, így pl. a Magyar Kereskedelmi és Ipar Kamara (MKIK) kínai tagozatot hozott létre 2005-ben, majd ebből alakult ki a Magyar–Kínai Gazdasági Kamara.

2.3. Gazdasági-kereskedelmi kapcsolatok

Az 1949 és a '90-as évek közötti kapcsolatokat egyértelműen befolyásolták a politikai kapcsolatok. Az 50-es években Kína a legnagyobb ázsiai piacunk. Híradástechnikai termékek, gyógyszerek, acélárak adják a kivitel nagy részét. A 60-70-es évek a politikai kapcsolatok jegyében zajlottak, a Kínába irányuló kivitel zsugorodott. A 80-as években enyhén javultak a kapcsolatok. A 90-es években a jó politikai kapcsolatok csak mérsékelten tükröződtek a gazdaságban. Magyarország kereskedelmi kapcsolatát Kínával az export és import közötti szakadék elmélyülése, a deficit jellemzte és jellemzi. A kapcsolatok fejlődésében a fordulópont Kína WTO csatlakozása (ezért két szakaszra bontottam a kereskedelmi kapcsolatok elemzését). 1995-2000 között dinamikusan nőtt a kínai export (közel nyolcszorosára). 1999-ben a magyar export Kínába 71 millió USD, míg a kínai export hazánkba ennek 8,5-szerese. 2000-ben a magyar export visszaesésével és import növekedésével a különbség 22-szeresére nőtt. Az 1995 és 2001 közötti kumulált deficit pedig túllépte a 3000 millió USD-t. Ennek a helyzetnek a kialakulásában szerepet játszott az, hogy 1991-től a két ország a svájci frankban vezetett számlavezetésről – és utólagos elszámolásról – áttért a közvetlen dollárelszámolásra (ez a kereskedelmi mérleg passzívumát az 1994-es 1:9-es arányról 2000-re 1:23-ra növeli), valamint, hogy minimális figyelem irányult a kínai piacra, és az ezredfordulóig sem sikerült olyan termékkínálatot kialakítanunk, amely állandóan jelen lett volna a kínai piacon.

1. táblázat

A magyar–kínai külkereskedelmi forgalom alakulása 1995-2001 között (M USD) [5]

	Import	Export	Forgalom	Egyenleg
1995	126	22	148	-104
1996	192	17	209	-175
1997	289	16	305	-273
1998	435	19	454	-426
1999	610	71	681	-539
2000	939	41	980	-898
2001	1333	113	1446	-1220

Kína belépésével a WTO-ba Magyarország várakozásai megnőtték a kínai piac lehetőségeivel kapcsolatban. A tagsággal számunkra is megnyíltak olyan piaci szegmensek, amelyek eddig elzártak voltak a külföldi befektetők elől. Ez viszont azt is jelentette, hogy Kína gazdasági jelentőségének okán, a világgazdaság szereplői kemény harcot vívnak a piacra jutásért, amelyben a mi kis országunk jelentős hátránnyal indult. [12]

Annak ellenére, hogy Magyarország exportja és importja is (1070 millió USD és 4367 millió USD 2007-ben) dinamikusan fejlődik, különösen az utóbbi években, mégis a kereskedelmi mérleg passzívumán nem sikerült javítani, sőt a deficit egyre csak nőtt és elérte a 3297 millió USD-t. (2. táblázat) Megjegyzést érdemel azonban, hogy a magyar exportnövekedés dinamikája magasabb ütemű volt.

A kétoldalú kereskedelmi forgalom azonban jelentős részben a multinacionális vállalatok leányvállalatai közötti belső forgalomból fakad. Ez azt is jelenti, hogy a hazai cégek felhasználják, beépítik a kínai termékeket, majd ezek exportra kerülnek. Statisztikai szempontból nehezen számszerűsíthető, de a Kínából származó import nagy része tovább feldolgozva, magasabb hozzáadott értékkel, késztermékekbe beépülve, reexport formájában rövid időn belül elhagyja Magyarországot az Európai Unióba, ill. más fejlett országba. [1] (Szakértői vélemények szerint a magyar kivitel és a hazánkban maradó kínai import viszonya jóval kedvezőbb, bár ez is negatív mérlegű.)

A külkereskedelmi forgalom koncentrálnak mondható, mert mind az export, mind az import több mint 70%-a tíz termékcsoportban realizálódik, mindkettőben gépi berendezések, elektronikai termékek, gépjárművek és alkatrészeik találhatók. A termékszerkezetet tekintve, Magyarország kivitelében a legnagyobb arányt a motorok, távközlési alkatrészek, szórakoztató elektronikai termékek, mobiltelefonok, polivinil-klorid, műszerek, röntgenkészülékek és sebességváltók teszik ki. A behozatal főbb termékei a mobiltelefonok és tartozékaik, diódák, számítógépek és alkatrészeik, nyomtatott és integrált áramkörök, tévé- és videómonitorok, laptopok, cipők és textil termékek.

A vizsgált időszakban (1995 és 2004 között) Magyarország volt Kína legfontosabb partnere a régiókból. 2005-től Lengyelország már többet importált, de az oda irányuló magyar kivitel még mindig magasabb. Azonban a bő egy milliárd dolláros kivitel ellenére Magyarország szinte láthatatlan a kínai piacon: nincs olyan termékünk és termékünk, amellyel látványosan megjelenhetnénk az 1,3 milliárd fős piacon. A kivitel növeléséhez két út lehetséges: egyrészt a nálunk levő multik növelhetik kivitelüket, másrészt szükséges az exportképes magyar áruk felkutatása, bevezetése, megismertetése, a kínai piaci rések feltárása (ez azonban a szállítási költségek növekedése miatt elsősorban a tudásigényes területeken, ill. a magyar specialitások, a hungarikumok révén lehetséges).

2. táblázat

A magyar–kínai külkereskedelmi forgalom alakulása 2002-2007 között (M USD) [5]

	Import	Export	Forgalom	Egyenleg
2002	2085	155	2240	-1930
2003	3285	178	3463	-3107
2004	2874	390	3264	-2483
2005	3587	401	3988	-3185
2006	3856	762	4618	-3094
2007	4367	1070	5437	-3297

A tőkemozgásokat tekintve azt látjuk, hogy itt szerényebbek a kapcsolatok. A Kínában befektetett magyar tőke kumulált értéke 2006 végéig 250 millió USD, ezzel

hazánk a külföldi befektetők rangsorában a 46. helyen áll. A Kínában levő magyar befektetések nagy része valószínűsíthetően a hazánkban bejegyzett kínai cégekhez köthető, amelyek „külföldi befektetőként” több előnyhöz, támogatáshoz juthatnak a kínai szabályozás szerint. [20] Magyarországon a számokat tekintve kevesebb a kínai befektetés: az MNB adatai szerint 2006 végéig a kumulált összeg kb. 200 millió USD, ami fele-fele arányban oszlik meg a kínai magán- és állami szektor között. A Magyarországon működő több mint 3000 kínai befektetés elsősorban a kereskedelembe és a vendéglátóiparba koncentrálódik, és erősen kötődnek a magyarországi bő húszezres kínai kolóniához.

A legfontosabb nagyvállalatokat és multinacionális cégeket a 3. táblázat mutatja be. [14]

3. táblázat
A magyarországi legfontosabb kínai befektetők [6]

Cégnév	Tevékenység
Ázsia Center	600 kínai cég termékeinek állandó kiállítóhelye
Bank of China (2003)	A bécsi után a régió második legnagyobb kínai érdekeltségű bankja.
Changsu Standard Parts Factory (1997)	1997-től működő csavargyár
Hisense (2004)	Szórakoztató és háztartási gépgyártó cég
Huawei (2004)	Mobil kommunikációs eszközök.
Lenovo (2003)	A világon a harmadik helyen álló személyi számítógépgyártó cég.
Panda (2005)	Szórakoztató elektronikai és háztartási gépek gyártója.
Skyworth (2005)	Multimédia.
Szállodák: Hotel Oriental, Budapest Duna Hotel, Budapest Margaréta szálloda (1994-től), Balatonfüred	Idegenforgalom
TCL Overseas Holding Ltd.	A világ legnagyobb tévégyártója
ZTE	Távközlési berendezésgyártó

3. KÍNA A MAGYAR KÜLGAZDASÁGI STRATÉGIÁBAN

Magyarország elsőrendű feladata, hogy a feltételek ismeretében kidolgozza saját Kína-stratégiáját. Ebben építhetünk a jónak mondható politikai kapcsolatokra. A személyes kapcsolatok, ill. a hazánkban megtelepedett kínai populáció is segíthet a kapcsolatrendszer fejlesztésében. A Kína-stratégiát arra kell alapoznunk, hogy Kína a világ legdinamikusabban bővülő gazdasága, szerepe a világtermelésben és világke-

reskedelemben tovább növekszik, vagyis a növekvő forgalomra, és benne kínai importra számíthatunk a jövőben.

Hosszú távú stratégiát kell kidolgozni a növekvő kínai szerepvállalás miatt: Kínában a kapcsolatok mindig hosszú távra szólnak. A stratégiát ideológiamentesen kell kialakítani: nem szabad engedni az elvakult kommunistaellenességnek. Ez a Kína már nem az a „Kína”: ugyan továbbra is szocialistának vallja magát, de gazdaságában egyértelműen a kapitalizmus piacgazdaságát valósítja meg. Tehát nem szabad ideológiai okok miatt ellenségesen viszonyulni hozzá.

A stratégia kialakításakor szemléletváltásra van szükség. Tudatosítani kell, hogy hazánk számára az EU-n kívüli kereskedelemben Kína az egyik legfontosabb partner (Oroszország, az USA és Japán mellett). De Kína számára is fontos Magyarország: EU-tagságunk és jó geopolitikai helyzetünk számukra is kihasználható lehetőségek.

3.1. Stratégiai célok

A Kína-stratégia tehát politikamentes jövőkép kell, hogy legyen a mindenkori magyar kormányok számára, amely a hosszú távú célokat, és azok megvalósíthatóságának legfontosabb feltételeit tartalmazza. Jó lenne elérni, hogy Kína számára Közép-Európában újra Magyarország legyen a legfontosabb partner (2006-tól Lengyelország több forgalmat bonyolít Kínával, mint hazánk). [21]

Kereskedelem bővítés

A kínai relációban hosszú távon meglevő, jelentős külkereskedelmi deficit csökkentése lehet az elsődleges cél. Figyelemre méltó, hogy az elmúlt években a magyar export gyorsabban nőtt, mint az import. A növekedési ütem különbségének megtartása, és a kivitel további növelése lehet az egyik irány. Az exportnövelés azonban csak korlátozottan lehetséges. A magyar kivitel bővítésére kis mértékben az agrártermékeknél számíthatunk (de a hatalmas kínai piac számára nagyon kicsi az export volumen), különösen a magyar bor- és hús, húskészítmény export növelésére lehet lehetőség. Fontos ugyanis látnunk, hogy a világ lakosságának 20%-át adó Kínában a világ megművelhető mezőgazdasági területének csak 10%-a van. Kínában ugyanakkor nem törekszenek az agrártermelés intenzifikálására, ennél fontosabb a vidék lakosság- és foglalkoztatási képességének a megőrzése. Mindezek ellenére az elmúlt években agrárimportunk sokkal jobban növekedett, mint exportunk, de a kínai piac még mindig perifériálisnak mondható: a magyar agrárkivitel kevesebb, mint fél százaléka irányul oda. Pedig az egyre magasabb életszínvonalon élő kínaiak több húst, bort fogyasztanak, mint korábban. Megfelelő marketing tevékenységgel bővíthető a magyar kivitel, a magyar specifikumok, hungarikumok értékesítése (túllépve a paprika, szalámi, tokaji aszú rögeszmén).

A tudásintenzív területeken is lehet keresnivalónk, technológia- és tudástranszfer révén. A magyar technika, technológia kivitel elsősorban a kínai vidék számára lehet érdekes (munkahelymegtartás és -teremtés). Ezek a területek a következők:

- korszerű mezőgazdasági (állattenyésztési, növénytermesztési) technológiák, és a hozzájuk tartozó eszközök;
- környezetvédelmi technológiák és eszközök;
- gyógyszeripar;
- vízgazdálkodással kapcsolatos ismeretek és technológiák;
- alternatív energiaforrások hasznosítása.

A szolgáltatás-kereskedelem bővítése csak korlátozottan lehetséges: Kína a WTO-csatlakozáskor hosszú átmenetet fogadtatott el a szolgáltatás-kereskedelem liberali-

zálására, így piacait is csak fokozatosan, lépésről lépésre nyitja meg. Sajnos a legfejlettebb országok is felfigyeltek erre a kivételesen nagy piacra, így itt csekélyek a lehetőségeink. Egy területen lehet esélyünk: az időigényes és esetenként költséges vízi szállítás (a kontinensnyi Kína távoli tartományaiából tengeri kikötőkbe kell szállítani a termékeket, majd hosszú heteken át utaztatni az európai kikötőkbe) helyett áttérni a vasúti árutovábbításra: ez gyorsabb, és esetenként versenyképesebb is lehet. Sajnos a többi tranzit ország vasúti szervezeteinek együttműködésére is szükség van.

Befektetési kapcsolatok bővítése

Kína legnagyobb kereskedelmi partnere az Európai Unió, ezért fontos számára, hogy exportcikkei folyamatosan jelen legyenek a térségben. Ezt a KNK befektetésekkel és gyártóbázisok létrehozásával próbálja megvalósítani, melyhez Magyarország optimális feltételekkel szolgál. Hazánk központi elhelyezkedése a közép-kelet-európai régióban ideális arra, hogy regionális logisztikai és pénzügyi központja lehessen a térségnek.

Magyarország összekötő, logisztikai kapocs lehet Kína és az EU között is. Hazánk az EU tagja, viszonylag bőséges ismeretekkel az európai piacról. Magyarország, és benne Budapest a kínai termékek elosztó központja lehet. Ezért számít nagyon fontos eredménynek a 2007-ben aláírt megállapodás, hogy Budapest lesz a márkás kínai termékek bemutató és kereskedelmi központja. (China Brand Trade Center – ezt úgy kell felfogni, mint egy koncentrált kiállítási lehetőséget: koncentráltan bemutatják a kínai termékeket, nálunk köttetnek az üzletek [mert az európai kereskedők zöme nem szívesen hagyja el a kontinentst], majd innen osztják szét is ezeket). Az exportvezérelt Kína termelői és termékei Kínában vannak: mi vagyunk Európában, van hely- és nyelvismeretünk, szakértelmünk. Budapesten találkozik a kínai igény és a mi adottságaink.

Az elképzelések szerint kb. 2000 kínai cég képviselteti magát (köztük a legnagyobb ezer is), irodával, képviselettel vegyes vállalattal, biztosítva az elsődleges információforrást az európai vállalatok számára (vagyis ez lesz a kínai képviseltek bázisa). A létesítmény egyedülálló Európában, és viszonylag jelentős befektetés: 268 ezer négyzetméter alapterület, kb. 1 Mrd USD-ért. A már meglévő Ázsia Centerre alapozódik a fejlesztés. Ez a funkció (l. a kínai termékek kiállítása, szétosztása, elhelyezése) valahol mindenképpen létre fog jönni, a kínai termékoffenzíva elől nem térhetünk ki, akkor már miért ne mi legyünk ez a központ? Ez jelentős kínai beruházásokat hozna az országba, munkahelyet teremtene akár több tízezer embernek is, és ez lehetőséget biztosít, hogy az ide látogató külföldi vásárlók megismerjék a magyar termék kínálatot is. Egy ilyen megoldásnak ugyan sok magyar vesztese is lesz, de ez csupán felgyorsítja az ellehetetlenülését, mert az perspektivikusan nem tartható, hogy saját maguk nem változnak meg. Ha ezt sikerül megvalósítanunk, mi is „felkapaszkodhatunk a robogó kínai expresszre”.

A kínaiak számára is fontos ez a projekt: tudják, hogy az európai vásárlók nehezen mozdulnak ki a kontinensről, és ha mégis eljutnak Kínába, akkor csak egy-két nagyvárosba látogatnak el, vagyis az igazán jó, márkás termékeket itt tudják együtt, koncentráltan bemutatni. A lassuló növekedési ütemű világkereskedelemben közelebb szeretnének kerülni a tényleges vásárlókhöz, így is növelve az értékesítést. Tudják azt is, hogy a vásárlóhoz közelebb képesek nagyobb részt felügyelni a magas profittartalmú elosztási láncból (tehát a profitból kevesebbet kell átadni a közvetítő kereskedőknek).

Ösztönözheti a további kínai, termelési jellegű befektetéseket, hogy a Magyarországon előállított termékek vámmentesen kerülhetnek be az EU piacára.

A tőkekivitel kétirányú folyamat: a magyar vállalatok csekélyebb tőkeereje miatt vélhetően nagyon jelentősen nem növekszik a magyar tőkeexport, de a korábban említett ágazatokban létrehozandó vegyes vállalatok pozitív hatást gyakorolhatnak a kereskedelmi mérlegre is. (Már vannak jó példák, pl. a teljes vertikumú lúd- és kacsafarmok, pálinkafőzők, környezetvédelmi beruházások.)

Regionális változások

Kína-stratégiánk fontos eleme lehet, ha a földrajzilag igen nagy országból nem elsősorban Pekingre és Sanghajra koncentrálunk (mert rájuk figyel a világ nagy része), hanem tevékenységünket és kapcsolatainkat kiterjesztjük a tengerparti területeken kívüli részekre, pl. Belső-Mongólia, Ujgur tartomány stb. Egy-egy tartomány lakosság-száma és gazdasági ereje is meghaladja hazánkét. Magyarország lehetőségei inkább vidéken jók. Fontos lenne ezekkel a régiókkal külön megállapodásokat kötni, és kihasználni, hogy Kínában úgy tartják, hogy a magyarok a legnyugatibbra került kínai-hun törzs. [16] A regionális kapcsolatépítés fontosságát kiemeli, hogy Kína közép- és hosszú távú terveiben kiemelt feladat a vidékfejlesztés, az elmaradott régiók felzárkóztatása. A kapcsolatfejlesztés a magyar cégek befektetési lehetőségeit is javíthatja.

Magyar ipari parkok létrehozására is lehetőség nyílik a tengerparttól távoli régiókban is (pl. Sencsenben már működik egy).

Turizmus

A UNWTO (ENSZ Világ Idegenforgalmi Szervezete) adatai alapján Kína egyre lényegesebbé válik a világ idegenforgalmában is. A nagy lélekszám, és a liberalizálódó utazási lehetőségek miatt egyre több kínai utazik külföldre, és egyre több külföldi turista Kínába. (Jól szolgálta céljaikat a 2008. évi olimpia sikeres megrendezése.) Hazánk 2003-ban megkapta a jóváhagyott (kiemelt) célország státuszt (ADS). A magyar idegenforgalmi szakma nagy lehetőségeket remélt: a Magyar Turizmus Rt. növelte marketing tevékenységét a kínai piacon (vásárokon részvétel, információs anyagok készültek, kínai újságírók és turisztikai szakemberek utaztatása). Diplomáciai szinten is léptünk: hazánk kínai nagykövetségén turisztikai ügyekért felelős munkatárs kezdte meg munkáját. 2007. év végétől tovább javította pozícionkat, hogy a schengeni övezet tagjai lettünk: a kínaiak szeretik a körutazásokat, és így több mint 20 országba kaphatnak vízumot. Sajnos 2003-ban nem tudtunk élni a lehetőséggel. Ennek objektív okai voltak: 2003. év végén tört ki a madárinfluenza járvány, ami ellehetetlenítette a kínai turisták mozgását. Mire felszámolták a korlátozásokat, minden EU tagállam megkapta ezt a státuszt, és a kínai turisták csak viszonylag csekély számban választanak minket. Pedig a magyar idegenforgalmi és vendéglátóipari szakma felkészült a kínai turisták fogadására (pl. a Magyar Turizmus Zrt. külön Kína-stratégiát dolgozott ki). Kitartó és jobb marketing- és országismereti tevékenységgel lényegesen bővíthetjük a turisztikai kapcsolatokat is, ill. célszerű lenne a közép-európai országokkal összefogva tematikus, több országra kiterjedő körutazásokat szervezni (pl. utazás a Duna mentén, visegrádi országok stb.).

3.2. A stratégia megvalósításának néhány feltétele

A célok sikeres megvalósításához szemléletváltásra van szükség a magyar–kínai kapcsolatokban. Ki kell emelni a távlatban való gondolkodást, a politikamentességet, az elfogulatlanságot. Meg kell ismerni a kínai gondolkodást lényegesen befolyásoló konfucianizmust is, legalább elemi fokon.

Politikai kapcsolatépítés

A talán legfontosabb feltétel az államközi politikai kapcsolatok fejlesztése, a jó politikai háttér. Érzékeltetnünk kell, hogy hazánk Ázsia-politikájának középpontjában Kína van. Rendszerezíteni kellene az állam- és kormányfők, a miniszterek és a kormányzatszervek közötti találkozókat. Az ilyen törekvés tudatosítaná a kínai vezetőkkel, hogy Magyarország stratégiai partnernek tekinti Kínát. Az elmúlt években Kína együttműködő magatartást mutat hazánk irányában, ezt tanúsítják a kínai vezetők magyarországi látogatásai.

A kapcsolatépítés fontos lépcsője a regionális szint. A tartományi, regionális szinten is fontos az ország megjelenése: javítani kell ismertségünkön, be kell mutatni a magyar piaci lehetőségeket (bemutatni, hogy mit tudunk), ill. feltárni a magyar értékesítési és befektetési lehetőségeket. Ez a gazdaságdiplomáciánk területén igényel lényeges, tartalmi változásokat.

Diplomáciai szinten másutt is akadnak teendők: segíteni kellene a testvérvárosi kapcsolatok fejlesztését (akár a nálunk levő kínai kolónia erőteljesebb bekapcsolásával a folyamatokba). Fontos lehetőségeket rejt magában a társadalmi szervezetek közötti kapcsolattartás, így pl. a kamarák közötti kapcsolatoké. Az ilyen kapcsolattartás természetesen pénzbe kerül, de úgy vélem, már közép távon meghozhatja az eredményt.

Vállalkozói kapcsolatfejlesztés

A magyar vállalatok kínai szemmel nézve kis-, ill. középvállalatnak számítanak. Külön gondot jelent, hogy a magyar cégeknek általában nincs igazán pénzügyi lehetőségük, hogy állandó képvisellel rendelkezzenek Kínában.

Jó lenne, ha a magyar cégek is nagyobb figyelmet fordítanának a kínai kapcsolatra: ezt a kapcsolatot mindenképpen hosszú távra kell kiépíteni. Ezért megéri kínai nyelv- és piacismerettel bíró munkatársakat foglalkoztatni. Itt is ki kell emelni a regionális kapcsolatépítés és a kamarák szerepét. A Magyar–Kínai Gazdasági Kamarának már több száz tagja van (benne kínai tulajdonban levő, hazánkban levő cégek is). Rendszeresen szerveznek üzletember találkozókát, információval segítik a Kínába készülő magyar vállalkozókat, fórumokat tartanak részükre. Felvették a kapcsolatot a kínai társzervezetekkel is.

A Magyar Befektetési és Kereskedelemfejlesztési Kht. is segíti a vállalkozói kapcsolatépítést: megszervezik kínai üzletemberek és újságírók magyarországi látogatását; hazánkban és Kínában is szerveznek üzletember találkozókát, befektetés-ösztönzési fórumokat; támogatják a magyar KKV-k megjelenését nemzetközi (benne kínai) kiállításokon és vásárokon; adatbázist működtetnek a relációról; kiadványokat készítenek Kínáról a magyar, és hazánkról kínai üzletembereknek; információval és más eszközökkel segítik a magyar vállalatokat a Pekingben és Sanghajban levő kereskedelmi irodáik.

Egyre fontosabbá válik az Eximbank és a MEHIB szerepe is: támogatják a KKV-k piaci megjelenését kínai viszonylatban külön hitelkeret megnyitásával, ill. befektetési projekteket támogatnak.

Kulturális és oktatási kapcsolatfejlesztés

A magyar–kínai kapcsolatokban a továbblépés legnagyobb problémája a kölcsönös ismeretek hiánya. Ez is kétirányú folyamat: hazánkban is pontosan, korrekten kell be mutatni Kínát, a kínai piaci lehetőségeket, a kínai kultúrát és embereket. Be kell mutatni, hogy Kína a világ jövőbeni fejlődésében meghatározó szerepet játszik. Másrészt Kínában a felnövekvő, fiatal generációkkal újra meg kell ismertetni Magyarországot, a magyar kultúra és technika eredményeit. (Ezt szolgálta a 2007–2008-ban tartott magyar évad Kínában.) A kedvező országkép elengedhetetlen feltétele az üzleti kapcsolatoknak.

Érdemes megemlíteni, hogy a kínai nyelvtudás egyre fontosabbá válik, ma az érvényesülhet jobban, aki valamennyire ismeri a nyelvet. Ezért nagyobb figyelmet kell szánni a kínai nyelv oktatásának.

Az oktatási kapcsolatokban bővíteni kellene az egyetemi és főiskolai szektor erőfeszítéseit a kínai kapcsolatépítésben. A tanár- és diákcserek nem csak a kapcsolatépítésben játszanak szerepet, hanem a szemléletformálásban is. Törekedjünk arra, hogy minél több kínai diák tanuljon nálunk.

A hazai kínai kolónia szerepének növelése

Fontos megemlíteni, hogy Közép-Kelet-Európában hazánkban él a legrégebbi és a legnagyobb kínai kolónia. Nincsenek pontos adataink az itt élő kínaiakról, de 20-40 ezer közötti a számuk. A kolónia tagjainak egy része csak átmenetileg van nálunk (nemcsak a magyar piac vonzotta őket ide), de nagyobb számban már lassan másfél évtizede hazánkban élnek, gyermekeik itt járnak iskolába. Budapesten jött létre az első kínai (magyar) iskola. Az itt élőket hatékonyabban és dinamikusabban be kellene kapcsolni ebbe a folyamatba. A kínai vállalkozások gyakran családi alapon épülnek fel: a hozzánk került rokon összehozhat a Kínában maradtakkal. Felhasználhatjuk a kolónia származási kapcsolatait a regionális kapcsolatépítésben, a testvérvárosi kapcsolatokban stb.

Ahhoz azonban, hogy ezt sikerrel megtehessük, szemléletváltásra lenne szükség a nálunk élő kínaiak viszonylatában: látnunk kell, hogy az itt élők keményen dolgoznak a megélhetésért. *„Az itt élő kínaiakat szelektíven kell kezelni, mind az itteni beilleszkedésük, mind pedig a magyar–kínai együttműködés fejlesztésében való fokozottabb részvételre történő kiválasztásuk tekintetében.”* [16] Nagyobb figyelmet kell fordítani a jelentős forgalmat lebonyolító cégek vezetőire, tulajdonosaira, és őket kell megnyerni a magyar termékek Kínában való terjesztésének növelésére, a vállalatközi és a regionális kapcsolat fejlesztésében való közreműködésre.

4. EREDMÉNYEK ÉS FELADATOK A MAGYAR–KÍNAI KAPCSOLATOKBAN

4.1. Magyar Kulturális Évad Kínában

A kiválóan alakuló kínai–magyar kapcsolatrendszer kiemelkedő eseménye volt a magyar kulturális évad Kínában. A diplomáciai életben egyre gyakoribb, hogy a különböző szakdiplomáciai ágak (gazdaság, sajtó, kulturális, tudományos és technikai diplomácia) összefognak, és egymás hatását erősítve próbálnak eredményt elérni. Jól bevált módszer a Magyar Évadok szervezése: Franciaország, Olaszország és Nagy-Britannia után Európán kívül először Kínában szerveztünk ilyeneket. Korábban egyik „Magyar Évad” sem volt bő nyolc hónap hosszúságú, és olyan komplex (a

kulturális, turisztikai és gazdasági kínálat együtt mutatkozott be), mint Kínában. Az évad célkitűzése: a modern, fejlett iparú, vonzó kultúrájú Magyarország képének bemutatása. Három szakaszban, azon belül több részben, összesen kilenc nagyvárosba jutott el a magyar kultúra és gazdaság: Peking, Sanghaj, Hongkong, Sencsen (Kuangtung tartomány), Csengtu (Szecsuán tartomány), Lancsou (Kanszu tartomány), Csingtao (Santung tartomány), Kuangcsou (Kanton tartomány), Urumqi (Ujgur tartomány). Az volt a cél, hogy kiszakadjunk a Peking-Sanghaj-Hongkong központúságból, és olyan helyekre jussunk el, ahová kevesebb külföldi művész és üzletember megy.

A magyar évad mottója „Szabadság, szerelem Kínában”. Azért ezt választották, mert Kínában jól ismerik Petőfit (ma is tananyag). A kulturális kínálatban mindig voltak kiállítások, koncertek, egyéb előadások. Minden helyszínen volt gasztronómia hét, turisztikai kiállítás. A legfontosabb cél azonban az évadhoz kapcsolódó gazdasági, üzleti bemutatkozás. Szerveztek befektetési és üzletfejlesztési konferenciákat, szemináriumokat, üzleti fórumokat, üzletember találkozókat, árubemutatókat, technológiai börzéket, célzott partnerlátogatásokat.

A kulturális évad elérte a célját. Erősítettük jelenlétünket Kínában. Ebben a nyolc hónapban nagyon sokat beszéltek Magyarországról, különösen a megcélzott városokban: az állami televízióban rendszeresen beszámoltak az eseményekről. Az évadhoz magas szintű politikai látogatások is kapcsolódtak, amelyek azt erősítették, hogy számunkra fontos a kínai kapcsolat, és ez sokat segített az üzletember találkozók szervezésében is. Impozánsak az eredmények: több mint 1200 kínai és 240 magyar üzletember kapcsolatfelvétele, több szándéknyilatkozat és szerződés aláírása, rengeteg megkezdett vállalkozói tárgyalás, befektetési projektekről egyeztetések, magyar vállalati képviseletek megnyitása – ez a gyors mérleg. Magyarország, a magyar üzleti körök erősítették jelenlétüket Kínában, túllépve a hagyományos kereskedelmi kapcsolatokat. Sikerült felhívni a kínai üzleti körök figyelmét az EU és schengeni tagságunkból fakadó előnyökre (Magyarország hídfő szerepet tölthet be a Kína-EU kapcsolatokban), ill. lökést adni a magyar kivitel növelésének, a tudományos-technikai együttműködés fejlődésének. [15] Kiemelt szerepet kapott az együttműködésben a környezetvédelem (ipari és kommunális szennyvíztisztítás és a hulladékkezelés), érdeklődtek az agrártechnológiák és a gyógyszeripar eredményei felől is. 2008 első félévének adatai azt mutatják, hogy tovább nőtt a magyar kivitel is.

A magyar kulturális évad talán legnagyobb tanulsága, hogy kell ilyeneket szervezni. Igaz, a teljes költségvetése kb. 1 Mrd HUF (szponzori és egyéb támogatásokkal együtt), de a korábbi 3 ilyen évad eredményei arra utalnak, és ebben bízunk, hogy a kínai is beváltja a hozzáfűzött reményeket.

4.2. Felkészülés a kínai piacra lépésre

A korábbiakban említettem, hogy eddig viszonylag kevés magyar cégnek sikerült a piacra jutás. Ennek nem csak az óriási verseny az oka: olyan piacról van szó, ahol eltérő a gondolkodásmód, mások a szokások, és ezek megjelennek az üzleti életben is.

A kialakulóban levő piacgazdaság (konfuciózus kapitalizmus [2]) következménye, hogy a piacra készülő magyar vállalkozónak olyan dolgokra is fel kell készülnie, amivel Európában, ill. konszolidált piacgazdaságban nem találkozik. Ilyen a szabályozók rendszeres változása, és emiatt újabb és újabb kikapuk nyitása; a törvények, szabályozók európai normáktól való jelentős eltérése; komoly és reális esélye annak, hogy a terméket hamar lemásolják, esetleg a márkanevet is levédik; gyenge a fizetési hajlandóság.

A Kínában piacra lépőnek hosszú távú gondolkodásra, tartós jelenlétre kell be rendezkednie, ha komoly üzleti kapcsolatok kiépítését tervezi, és sikeres szeretne lenni. A felsorolt anomáliákat teljes biztonsággal nem lehet kivédeni, de nem szabad spórolni helyi jó ügyvédek és jogászok szolgáltatásain, és a megbízható helyi alkalmazottak munkáján sem. Nem feltétlenül szükséges a kínai nyelv ismerete (egyre többen beszélnek angolul), de ez mindenképpen előny. A hazai cég képviselője lehetőség szerint beszélje a nyelvet. A kockázat nagy, de a siker is óriási lehet.

5. NÉHÁNY JÓ TANÁCS, ÖTLET A KÍNAI PIACHOZ

Hogyan induljunk el a kínai piacon¹?

- Az egész világon (nem csak Kínában) versenyképes áruval kell piacra lépni!
- Szakkiállítási részvétel előtt ki kell kérni a terepet már ismerő szakértők tanácsát!
- A kínai partnereknek a tárgyalások során az információkat az adott termékről, technológiáról, projektről csak csepegtetve szabad átadni!
- A partner kiválasztását előzze meg terepszemle a cég székhelyén – akár vidéken is!
- Gyakran a rövid távú, de kisebb hasznot többre becsülik, mint hosszabb távon a nagyobb profitot – a megoldás a folyamatos megújulás!
- Soha ne menjünk bele árharcba a kínai termékekkel – csak veszíthetünk!

Jó tanácsok a kínai üzletkötéshez²

- Jelentős tőkeerőre van szükség, hogy megvalósuljon az elképzelt stratégia!
- Elengedhetetlen a kapcsolati tőke! Mihamarabb építsen ki partneri kapcsolatokat!
- Minél előbb tegyen szert kínai referenciákra!
- Ismerje meg ügyfeleit, céljaikat, elképzeléseiket, és az igényeinek megfelelő terméket ajánljon!
- Nem szabad lebecsülni a kínaiak szaktudását és tisztelni kell a tárgyaló partnereket!
- Előzetesen piacfelmérést kell készíteni arról, hogy az adott termék mennyire másolható (védhető-e)?!
- Csak visszavonhatatlan akkreditívra, vagy készpénzre szabad szállítani!
- Ellenőrizni kell, hogy a partnernek van-e országos (vagy legalábbis tartományi) hálózata!
- Folyamatos ellenőrzés alatt kell tartani az ügyletet – gyakran kell utazni, az összes helyszínre el kell látogatni!
- Kínában a szellemi tulajdon védelmének nincs hagyománya. Fel kell készülnünk arra, hogy még maximális levédés esetén is csak 1-2 évig lehet exportálni az adott terméket! Ennyi idő alatt ugyanis számtalan hasonló cikk fog megjelenni, kiváltva az importot!

Kína WTO tagsága miatt jelentősen csökkentette a vám és nem vám jellegű kereskedelmi korlátozásokat, azonban néhány akadály, ill. szolgáltatási és beruházási megszorítás fennmaradt, melyek nehezítik a piacra lépést. Nézzük ezeket röviden³:

- A kínai vámszint lényegesen csökkent (8,8%), de néhány, számukra érzékeny termék területén továbbra is magasak a vámok.

¹ Forrás: Kínában dolgozó magyar üzletemberek, in: [17] és [1].

² Ibid.

³ [4] felhasználásával.

- Gyakran késedelmes a vámkezelés.
- Az exportőröknek sok nem vámjellegű, adminisztratív akadállyal kell szembenéznük. A kínai előírások gyakran eltérnek a nemzetközi szabványoktól, gyakorlattól. Ilyen akadályok pl. a terméktanúsítványok, termékspecifikus protokollok, egyedi bizonyítványsémák, minősítési szabályok, kínai szabványok szerinti címkézés (kínai betűkkel is fel kell tüntetni a termék nevét, összetételét, eltarthatóságát, gyártóját – ez néha nagyon furán néz ki) stb. Ezek többlet költséget és időt is igényelnek.
- Kína minden oda exportáló üzem akkreditálásának, jóváhagyásának jogát fenntartja magának. Ez költséges és időigényes folyamat. (Az Európai Unió ezt a kínai hatóságokra hagyja!)
- Indokolatlan állat- és növényegészségügyi előírásokkal gátolják az importot. A kínai hatóságok gyors és szigorú tiltó, behozatalt korlátozó intézkedéseket hoznak olyan esetekben, ha valamely országban állati vagy növényi betegség jelenik meg. Ezek feloldása lassú és bürokratikus folyamat.
- Kína a WTO csatlakozással vállalta, hogy megnyitja közbeszerzési piacát, de a gyakorlat azt mutatja, hogy ezt nagyon következtlenül tartják be.
- A szabályok, törvények alkalmazása nem egységes, tartományok szerint eltérések figyelhetők meg.
- Jelentős különbségek figyelhetők meg a kínai és külföldi cégekre vonatkozó szabályozásban. A WTO szabályozással ellentétben Kína előnyben részesíti nemzeti vállalatait (*China first approach*), pl. a versenyszabályozás sajátos értelmezésével, a helyi tartalom előírásával, stb.
- A verseny mellett a kínai kormányzattal is meg kell küzdeni, ugyanis legtöbb területen a kormány diktál. Így a befektetési területen, bár elvileg lehetséges a 100%-os külföldi tulajdon, a gyakorlatban a kínai partnerrel közös vegyes vállalatok alakítását szorgalmazzák. Különösen a szolgáltatások (telekommunikáció, pénzügyi /bank és biztosítás/ szektor) területén bonyolult az engedélyezési eljárás. Beruházási szigorításokat tartanak fenn néhány stratégiai fontosságú területen.

Protokoll tippek a tárgyaláshoz és üzletkötéshez¹

- A kínaiak szívesen kötnek üzletet ismerőssel, vagy legalább az ismerős ismerősével, érdemes tehát időt szánni a kapcsolatok ápolására, a bizalom megteremtésére!
- Nem szeretnek rögtön a tárgyra térni, olyannyira nem, hogy a megbeszélés során az első veszteséget az könyvelheti el, aki előbb hozza szóba az üzletet!
- Megbeszélés közben ne a tolmácsra nézzünk, hanem a delegáció vezetőjére!
- Fontos a névjegykártya, amire a kínaiak az összes címüket, társadalmi szervezetekben való tagságukat is rányomtatják!
- Hosszú távú kapcsolatokat szeretnek ápolni, rosszul viselik, ha a magyar fél váltogatja a kontaktszemélyt. Ha ez mégis elkerülhetetlen, akkor célszerű hosszabb átmeneti időt adni, amíg az utódot bevezetik a feladatba.
- Nem okos dolog rosszat mondani a főnökről (a sajátunkról sem), a véleménykülönbségekből ugyanis azt a következtetést vonják le, hogy nincs harmónia a rendszerben, így az megbontható, amit például az ártárgyalásokon ki is használnak.
- A kínai kultúrában nem tabu valakinek a korára, fizetésére rákérdezni.

¹ Forrás: Simon Adrienn, a pekingi magyar nagykövetség volt protokollosa, in: [11].

- A kínaiak imádnak nagy számokkal dobálózni; ha megkérdezzük, hogy megy az üzlet, akkor elmondják, hány millióval, hány százalékkal nőtt a termelés és/vagy a forgalom!
- A saját terméküket nem szokták dicsérni, legfeljebb annyit mondanak, hogy „sok munkánk van benne”, „tűrhetően működik és már dolgozunk a javításán”, szerénykednek, hogy „kezd az üzlet beindulni”.
- A dicséretet nem megköszönni illik, hanem elhárítani!
- Szerződés-kötésnél érdemes először csak egy tervezetet átadni, és megkérni a kínai felet, hogy korrigálja azt!
- Először mindig saját kötelességeinket fektessük le, hogy lássák a jó szándékot!

Néhány technikai tudnivaló

- A magyar állampolgároknak vízumra, az oda-vissza útra szóló repülőjegyre, a szállodai szobafoglalás igazolására, megfelelő anyagi fedezet igazolására lehet szükség a belépéskor.
- Aki munkavállalási céllal utazik, annak engedély is kell.
- Érdemes egészségbiztosítást kötni. A külföldieknek nyújtott szolgáltatások magas színvonalúak, de drágák.
- Jó a közbiztonság.

6. ÖSSZEFOGLALÁSUL

Kína még ma is szinte ismeretlen a magyarok számára. A lakosság ismeretei nőnek az országról, ebben az olimpiai közvetítéseknek is nagy szerepük volt. A vállalkozói kedvnek azonban nem tesz jót a nagy távolság, a lényegesen eltérő nyelvi, kulturális és gazdasági környezet. Kínában nagyon munkaigényes próbálkozás a vállalkozásalapítás, a kereskedelemben is nagy a szerepe a személyes kapcsolattartásnak.

A világ jövőbeni fejlődését az USA, EU és Kína (Távol-Kelet) kapcsolata fogja meghatározni. Igazsággá vált a kínai állítás, hogy nemcsak Kínának van szüksége a világra, hanem a világnak is Kínára. Jelenleg szinte mindenki keresi Kína kegyeit, igyekszik kihasználni a kínai gyors fejlődés adta lehetőségeket. A „nagyok” között persze viták, konfliktusok és feszültségek is vannak, de reméljük, hogy kereskedelmi háborúk nem lesznek közöttük. Hármójuk együttműködése és szembenállása határozza meg a világ további fejlődését.

Egy kis ország, mint Magyarország a nagyok vitáiba nem szólhat bele, de kihasználhatja a viták adta lehetőségeket, annak ellenére, hogy az EU tagjai vagyunk. A „Kínában jelen kell lennünk” szlogen valósággá vált. Hazánk hídfő-állás lehet a kínai-EU kapcsolatokban. Kína már felfigyelt Magyarországra, az ország központi fekvéséből adódó egyéb stratégiai jelentőségére, amely utat biztosít kereskedelme számára a dél-európai és balti államokba vagy akár Oroszország európai területeire is. Azonban a kereskedelmi kapcsolatok ápolásán kívül törekednünk kell a sokoldalú partnerségre, a befektetések ösztönzésére, a turizmus fejlesztésére, a további banki és logisztikai együttműködésre. Nem csak fel kell figyelni a gazdasági és kereskedelmi átrendeződésekre, hanem érdemben tudnunk is kell azokra válaszolni. Ebben a képességben rejlik Magyarország és a magyar–kínai kapcsolatok jövője.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] CSIRIKUSZ GÁBOR: A magyar–kínai kétoldalú gazdasági kapcsolatok fejlesztésének lehetőségei, különös tekintettel a Pekingi Olimpiára és a Sanghaji Világkiállításra; in: [3], p. 303-327.
- [2] DESSEWFFY TIBOR – SZAJP SZABOLCS: A kínai kapcsolat. A kínai kihívásra adott intézményi-strukturális válaszok, DEMOS Magyarország, Budapest, 2007.
- [3] INOTAI A. – JUHÁSZ O.: Kína: realitás és esély (Tanulmányok Magyarország Kína stratégiájának megalapozásához), MTA Világgazdasági Kutatóintézet és a Miniszterelnöki Hivatal kiadványa, Budapest, 2008, p. 346.
- [4] INOTAI ANDRÁS: Az Európai Unió és Kína gazdasági kapcsolatai, Külgazdaság, 2007. november-december, p. 4-37.
- [5] JUHÁSZ O., INOTAI A., TÁLAS B.: Magyarország Kína-stratégiájának megalapozása / Letölthető: www.vki.hu/projektek/Kinarovidleiras2007okt.pdf
- [6] Kína, Külgazdasági országtanulmány (2007), Magyar Kereskedelmi és Befektetésfejlesztési Kht.
- [7] KOZMA FERENC: Külgazdasági stratégia, Aula Kiadó, Budapest, 2003.
- [8] MAJOROS PÁL: A magyar külgazdasági stratégia. In: BLAHÓ ANDRÁS szerk.: Külgazdaság, stratégia, integráció. Emlékkonferencia KOZMA FERENC születésének 75. évfordulója alkalmából. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem Nemzetközi kapcsolatok Multidiszciplináris Doktori Iskola, 2008. p. 151–193.
- [9] MAJOROS PÁL: Kína, a világgazdaság motorja; in: MAJOROS PÁL (szerk.): Világgazdasági régiók, Perfekt Kiadó, 2004. p. 118-164.
- [10] MAJOROS PÁL – KOVÁCS RÉKA: Az Európai Unió és Kína kapcsolatai az ezredfordulón, EU Working Papers, 2001/1.
- [11] MÁRTONFFY ZS. – SIMON E.: Nem csak tornacipőben, Figyelő, 2005. március 24-30. p. 28–31.
- [12] MÉSZÁROS KLÁRA: Magyar–kínai gazdasági kapcsolatok – a sokoldalú partnerség követelménye. VKI-Kihívások, 155.sz. MTA VKI, 2002. március, Budapest, 12 pp.
- [13] MOHR RICHARD: Magyar évad Kínában, Kína-évad a világban”. Előadás a Mindentudás Egyeteme a Külkeren” sorozatban 2007. okt. 15-én. a BGF Külkereskedelmi Főiskolai Karon.
- [14] NÉMETH ÁGOTA: Kínai–magyar gazdasági kapcsolatok / Letölthető: www.pbkik.hu/index.php?id=4958
- [15] N. VADÁSZ ZSUZSA: Véget ért a kínai Magyar Évad, Világgazdaság, 2008. június 3.
- [16] TÁLAS BARNA: Adalékok Kína-stratégiánk megalapozásához, in: [3].
- [17] Alapos felkészülést igényel az ázsiai ország, Világgazdaság, 2004. november 30. p. 11.
- [18] A kínai–magyar kétoldalú kapcsolatok <http://www.chinaembassy.hu/hu/zxgx/zxgx/t84598.htm>
- [19] <http://www.kulugyminiszterium.hu/kum/hu/bal/Kulpolitikank/Ketoldalukapcsolatok/ketoldalikapcsolatok.aspx?d=Gazdasagi%20kapcsolatok&c=71&z=%c3%81zsia>
- [20] HUSZTY ANDRÁS: Kínai-magyar gazdasági kapcsolatok, 2006-2007, in: [3] p. 223.
- [21] www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2007/indexeh/htm

KATALIN CSEKŐ GULYÁS*

CHINA'S NEW STATUTORY REGULATIONS ON LETTERS OF CREDIT

Letters of credit are the most frequently used payment methods in complex international trade transactions. Despite the enormous literature dealing with the functioning and the characterizing features of this financial instrument, there are only some countries, which managed to create a definite law on letters of credit, or to define its real legal nature.

At the first time in 1954 the United States formed rules on letters of credit in the 5th Chapter of Uniform Commercial Code, which was revised in 1996, and in 2006. The latest version has adopted some of new approaches of international banking practices, especially the changes in UCP.¹ The next countries to follow the example of USA, were Canada and Australia, working out their rules based on the conception of USA Commercial Code. According to jurisdictions of these countries letters of credit are considered as contracts between an issuer and a beneficiary, and not only warranties, but the hierarchy of involved legal issues are regulated.

Certain provisions regulating letters of credit can be found in commercial laws of some Arabic countries², fundamentally focusing on the undertaking of an issuer, on the presentation of a beneficiary. Formally these rules are very similar to UCP, but above all they fit to the general concept of Sharia, therefore the solutions may be quite different from the standard practice formulated by the international financial community.

There is no statutory law relating to letters of credit in most European countries and according to the general legal opinion, they are to be observed as a special accessory annex to the contract of a commercial transaction concluded by parties. The same point of view is taken by Hungarian courts as well.

Except the regulations of USA the Case Law defines how to judge the rightfulness or wrongfulness of an honor and defines the content of a "material fraud" and as a consequence the "fraud exception rule".

In 2006 China took a big step to development of the law on letters of credit enacting fundamental regulations about its working mechanism and on fraudulent

* The author is an assistant professor of Institute of International Business Department of Economic Diplomacy at Faculty of International Management and Business in Budapest Business School. The article is highlighting certain parts of the PhD Dissertation, consulted and instructed by Dr. Professor Julia Király, vice-president of Hungarian National Bank.

¹ Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, issued by International Chamber of Commerce (ICC).

² Oman, Arab Emirates, Yemen, Kuwait etc.

demand when issued the *“Provisions of the Supreme People’s Court of the People’s Republic of China on some Issues concerning the Trial of Cases of Disputes over Letter of Credit.”*

This new law is not only a milestone in jurisdiction of China, which was formed by thousands of verdicts of courts during the last 25 years, but it also means an outstanding achievement in the world of letters of credit.

This paper aims to present – and to some extent to criticize – the most important provisions of the Chinese “Rules”, pointing to the modern solutions (suggested to be followed) but to problems and inconsistencies as well.

The new “Rules” have adopted some provisions of USA Uniform Commercial Code and of UCP and took into consideration several judgments of English and European courts. They created a linkage to international banking practice saying in 2nd Article the following: “...if any stipulation is made by the parties concerned that the relevant international practices or other provisions should be applicable... such stipulation shall prevail; if no stipulation is made by the parties concerned, The Uniform Customs and Practice for Documentary Credits of the International Chamber of Commerce and other relevant international practices¹ shall be applicable to the case.”

To better understand the legal surroundings of letters of credit in China it is necessary to have some words about the connecting laws, especially about the Civil Code and the Contract Law, which declare the obligation of acting in good faith, of collaboration of parties, and of peaceful settlements of debates relating to problems of business dealings.

The Chinese Civil Code which has large similarity to civil laws of Roman-Germanic type unfortunately has failed to classify the legal context of a letter of credit and has not decided whether or not it is a contract.

It seems worthy mentioning the Law of Negotiable Instruments which plays a significant role in particular in letters of credit where bill of exchanges and bill of lading are involved. For all litigation processes concerning disputes over letters of credit, the Chinese Civil Procedure Law is to be applied, but if any foreign element is involved the regulations of a Memorandum from 1989 are also to be considered.

The 1st Article of the new “Rules” determines the situations to which the provisions refer, namely the disputes over “issuance, notification, revision, revocation, confirmation, negotiation and acceptance of letter of credit.” The phrases used suit basically to the wording of UCP, except the word of revocation, of which real content is not clearly defined. The word “revision” is likely to refer to the procedure of amendments.

According to the 3rd Article the term of “disputes” comprises problems in relationship between the applicant and the issuer with regard to the issuance of a letter of credit, and debates arising from the co-operation between the issuer and its entrusted parties related to the “entrustments” for the issuance. It is quite right that all aspects of an issuance belong to the competence of the “Rules”, but preliminary actions, such as the conduct of a contract of agency and of reimbursement between the applicant and the issuer, independently of the fact, that they are necessary for the issuance, are to be handled as separate transactions outside of the scope of the “Rule”.

¹ ISBP International Standards Banking Practice issued by ICC.

It is remarkable that the 3rd Article introduces the term of “guarantor” stating that “disputes over the guarantor’s provisions of a guaranty for the application for the issuance of a letter of credit” must be subject to the “Rules”. It is not clear what the definition of “guarantor” and “guaranty contract” cover with special regard to the 16th Article: “In case he guarantor makes the request of exempting it from the guarantee obligations on the grounds that the issuing bank or the applicant accepts discrepancies without getting the consent of the guarantor, it shall not be supported by the people’s court, unless it is otherwise stipulated in the guaranty contract.”

In addition the 17th Article sets: “In case the applicant and the issuing bank revises the letter of credit without getting the consent of the guarantor, the guarantor shall only assume the guarantee obligation on the basis of the time limit and scope as stipulated in the original guaranty contract...”

Analyzing the meaning of the above mentioned paragraphs the following conclusions may be drawn. The person of confirmer seems to fit the person of a “guarantor”, who takes its payment obligation in its own discretion and in its own name therefore any action of an issuer will never have any impact on its activity. The term of “guaranty contract” is even more confusing and misleading. Firstly, the guaranty means an independent personal security according to civil codes of Roman-Germanic type, but the terms of the “Rules” is more likely to refer to the result of the confirmation procedure which is a new letter of credit. Secondly, the legal relationship between an issuer and a confirmer often takes the form of a contract of agency, or sometimes of a counter-letter of credit, but it should be always handled from the original transaction.

The 5th Article ensures the effect of the principle of independence and exactly clarifies the nature of a letter of credit, stating that the payment obligation of the issuer may not be affected by any moments of the underlying contract and therefore, “if a party concerned initiates a protest for the reason of the basic transaction between the applicant and beneficiary, the people’s court shall not support it, except the frauds, described in the 8th Article.” It is also stated that banks are dealing with documents which must be examined and checked exclusively on their face and within the given time specified in the letter of credit. In harmony with the general rules of documentary credits of UCP, the “Rules” provide that the unconditional and irrevocable payment obligation of an issuer can be enforced only when and if the presented “documents conform to each other on the surface”.

According to the 6th Article: “If the documents under a letter of credit do not completely conform to the clauses of the letter of credit, and the documents do not completely conform to each other on the surface, but there is no discrepancy between them, the people’s court shall not deem that any discrepancy has constituted.”

It means that an issuer is not entitled to reject the demand of the beneficiary, referring to pure formal mistakes. This clause is consonant with the 14th (b) paragraph of UCP 600¹ and which seems to give up the traditional examination practice of “strict compliance”, stating the following: “data in a document whom read in context with the credit, the document itself and the international standard banking practice, need not be identical, but must not conflict with, date in that document, any other

¹ Entered into force in 1st of July 2007 and which may reflect the strong influence of negotiating groups of China and of other Asian countries.

stipulated document or credit". At present it is not foreseeable whether or not that amendment would result a positive effect on efficiency of functioning of letters of credit or on the contrary it would lead to more uncertainties.

On the other hand it became obvious that the radical fall of issuances of letters of credit during the last 5-8 years all over the world, is likely to be due to the incredible variety of potential defects, failures or mistakes arising from the rigid application of the principle of strict compliance.¹

In case of *Industrial Bank of Korea (Seoul Head Office) v. Lianyuangang Kuchifuku Foods Ltd.*² of 2002, in which the Bank of China operated as a nominated person advising a letter of credit, the issuer dishonored the presentation of the beneficiary referring to the following alleged discrepancies:

Firstly it was stated that there was a difference in the name of goods written in commercial invoices and the packing list. In reality it was only one letter mistake, because instead of Lianyungang**g**, Lianyungand**d** (instead of "g", a "d") was written.

Secondly it was stated that the date of "receipt on board" was allegedly falsified. In fact the loading process failed to be finished on the day when it began, and it was ready only at 4. A.m. early morning, therefore the bill of lading was "backdated" to the previous day, precisely to 1st of June.

The beneficiary sued the issuer for wrongful dishonor and prevailed. The judge analyzing all the details and circumstances of the case stated that one letter difference might not have caused any real disturbances or any serious concern relating to the origin of goods or to identification of the beneficiary. Furthermore the given "backdated" bill of lading did not embody the intention of any abusive demand, since the beneficiary had fulfilled its performance, had shipped the required goods in full conformity with the contract, at the agreed manner and time. Thirdly the issuer was not able to provide any clear evidence to prove that "the 4-hours delay in loading" could have caused any irreparable harm to the applicant.

In case *Korea XIN HU Co. v. Sichuan Province Ouya Jingmao* the buyer stated that the seller XIN HU had falsified the bill of lading to be submitted to the draw of letter of credit and filed an appeal to the court with success and got a preliminary injunction, which stopped the payment of the issuer. The Court of Appeal explaining the final decision stated that the applicant (the buyer) was entitled to claim for a stop-payment order under circumstances, if it could provide clear evidence to the existence of fraud. The judge continued his arguments declaring that the two contracts may be connected to each other if an abusive demand or fraudulency was present in the transaction.

In case of *Tianjian Tiandatiancai Co. Shin-Etsu Chemical Co*³, the buyer and the seller concluded a long-term agreement of sales of fiber products. After issuance of letter of credit the price of fiber products fell down dramatically and the buyer wanted to change the contract claiming for price-reduction. Because the buyer failed to get rid of the contract in a peaceful way, alleged that there was a material fraud in the price and applied for a stop-payment injunction. At the end of the litigation process the appellate court stated that "two separate claims existed in this case: that the purchase agreement should be void, and the price fraud in the

¹ The ICC experts have already identified 450-500 typical mistakes.

² DC Word 2006 June.

³ Byrne (2006) pp. 452-454.

purchase agreement constitutes LC fraud exception.” However, no debate over changes of prices will meet the legal requirements of “fraud exception”, because it creates the elemental part of the commercial contract.

Firstly, these cases illustrate the acceptable method of examination of documents but at the same time lead to the “Fraud Rules” incorporated in 8th Article, which acknowledge the exception from the general and protected rule of autonomy, if

- 1) “The beneficiary forges documents or provides documents containing false information;
- 2) The beneficiary maliciously refuses to deliver the goods or delivers goods of no value;
- 3) The beneficiary provides false documents by colluding with the applicant or third party and there is not any true basic transaction; or
- 4) Other circumstances under which letter of credit fraud is conducted.”

The 2. point seems to be ambiguous because it does not clearly define whether or not the application of “Fraud Rules” needs beneficiary action in bad faith with a definitive intention to cause damages to its contracting party.

The use of phrase “delivers goods of no value” should be also disagreed since the decision whether or not the shipped goods have the agreed value or have any value at all, leads to the underlying contract and creates a link to the commercial transaction therefore it is likely to hurt the principle of independence.

The fundamental concept of “fraud exception rule” regulated by USA Uniform Commercial Code is reflecting in the 8th and 9th Article of the Chinese “Rules”, when they require the presumable advent of “irremediable losses”¹ as a precondition for a successful claim of a stop-payment order.

Nevertheless, it is not enough to state that the beneficiary is likely to draw the letter of credit in a fraudulent manner, it must be proved. Therefore it needs to examine the obligation of the proof and the acceptable measures of the proof to get an injunction with success for terminating of the issuer’s payment obligation.

It seems to be very hard to an issuer to provide clear evidence about abuse or fraud, because it is only entitled to check the presented documents on their face, and is not allowed to intervene into the underlying contract to get information or facts which are able to base its refusal. The allegations of an issuer are not allowed to be based on hearings or testimony of the applicant or of the “entrusted parties”. The applicant on the other side is obliged to “present evidential materials” to prove the existence of fraud, and to provide a “reliable and full guaranty” for potential losses and damages.

According to the judgment in case of *Heilongjiang v. Hualong*, which became one of the most frequently cited verdict in China, the judge stated the following:

“If the examination of presented documents on their face does not show any obvious sign of discrepancy and if there is no evidence for the existence of any fraudulent action, the law does not allow the applicant to prevent the issuer in paying the amount of the letter of credit.” The judge has also affirmed that the letter of credit and the contract of sales of goods are two separate dealings, and stated that any defect in the contracted goods does not create a cause, which may have any influence on the payment obligation under the letter of credit. Not even a serious defect of the delivered goods meets the minimum requirements of the use “fraud exception” rule.

¹ In USA law: irreparable harm.

The “Rules” determine special situations when the issuer’s obligation to honor may not be deleted even if forged documents have been submitted or other abusive behavior of any party is present.

According to 10th Article no judgment may be made to terminate “the payment under the letter of credit” if:

- The nominee or entrusting party of the issuing bank in bona fide has made the payment according to the instructions of the issuing bank;
- The confirming bank, in bona fide, has performed the payment obligation;
- The negotiating bank, in bona fide, has negotiated the payment;

In addition, the applicant’s claim for “suspending the payment” should be deemed as delayed, if the issuer has already paid.

In case of *Rabobank v. Bank of China*, which was negotiated before the Court of Hong Kong, the Rabobank sued the issuer for wrongful dishonor and based its legal opinion on the following facts:

Rabobank, as “entrusting party” of the issuer Bank of China, negotiated the documents, having given adequate value for them. Since it acted in good faith, without notice of any fraudulency, got the right to claim reimbursement from the issuer, despite the actual situation, in which the beneficiary had made an abusive demand. Rabobank argued that it was free from any defects on the side of the beneficiary, because it had negotiated in bona fide. Actually the Rabobank had not given “real value”, that means had not provided any loan, but issued a new standby letter of credit in return of getting the right of the demand of the original standby letter of credit.¹

The court rejected the arguments of Rabobank, declaring that an issuance of a letter of credit would never meet the requirements of the bearings of the “giving value”, because a payment obligation under a letter of credit creates only a contingent liability of an issuer.

The regulations of the new Chinese “Rules” ensure the same privileged position and protected legal status for any confirmer or any nominated persons, which they also enjoy according to the UCC² 5-109§ as follows:

“If a presentation is made that appears on its face strictly to comply with the terms and conditions of the letter of credit, but a required document is forged or materially fraudulent, or honor of the presentation would facilitate a material fraud by the beneficiary on the issuer or applicant, the issuer shall honor the presentation, if honor is demanded by:

- 1) a nominated person who has given value in good faith and without notice of forgery or material fraud;
- 2) a confirmer who has honored its confirmation in good faith;
- 3) a holder in due course of a draft drawn under the letter of credit which was taken after acceptance of the issuer or nominated person;
- 4) an assignee of the issuer’s or nominated person’s deferred obligation that was taken for value and without notice of forgery or material fraud after the obligation was incurred by the issuer or nominated person;

¹ This situation is called as a back-to-back letter of credit construction.

² USA Uniform Commercial Code.

According to UCC an issuer may not dishonor if a holder in due course of its draft¹ claims for it.

In case of *Finanz AG v. Guangdong Development Bank (Beijing Branch)*, the court took a more rigid point of view. In this case the issuer dishonored the demand of Finanz AG, which was “the holder in good faith”² of a bill of exchange issued by the beneficiary, made out to the issuer, Guangdong Development Bank. Despite the fact that the issuer had not even accepted the bill, and there was no signature of the issuer on it, the court decided to protect any bona fide holders and commanded the issuer to pay.

According to 7th Article “an issuer shall have the right and obligation to check the documents independently. It shall have the right to decide, on its own initiative, whether or not the documents conform to the clauses of the letter of credit...if the issuing bank finds that there is a discrepancy under the letter of credit, it may, on its own initiative, decide whether or not to contact the applicant to accept the discrepancy...the applicant decision...will not have any influence on the issuing bank’s final decision...”

Unfortunately, the new Chinese “Rules” have adopted the same provision of UCP³, of which necessity and existence have been questioned and discussed for a long time, and which is able to breach the quasi abstract character of the instrument.

A few of legal difficulties may arise from this provision.

Firstly, it is not quite clear and understandable why an issuer needs the applicant’s permission, if it is not compulsory for it, even if the applicant on the ground of the contract of agency has a ruling position against the issuer. This ambiguous provision is likely to make impossible that independent nature of a letter of credit will remain injured.

Secondly, if an issuer rejects the payment against the applicant’s will with special regard to autonomy of letters of credit and its action might cause damages and losses, the issuer must take the responsibility for it and must compensate all concerned parties including the immaterial losses (injury of goodwill) as well.

The author personally takes the points of those experts, who are against this paragraph, which must have been deleted from the new UCP 600.

On the other side the “Rules” correctly state that in case of any discrepancy a beneficiary will never get the right to enforce the payment even if the applicant would give its permission to an issuer, or would accept the beneficiary’s performance and will be ready to pay for it. The contracting parties have the opportunity to settle this problem outside of the framework of letters of credit.

If an appeal for preventing the issuer from the payment has been submitted to a court, it has only 48 hours to decide to issue a “stop-payment” injunction or not. This very short time of decisional procedure is based on the requirement of “evidential material” presented by the appellant. In contrary to some European countries an injunction is obligatory to all involved parties and must be executed immediately. Against the preliminary injunction an appeal may be filed, but the

¹ A bill of exchange accepted by the issuer.

² The Chinese regulation for bill of exchange take more similarity to Geneva Convention than to English bill of exchange laws.

³ 16§(b).

final decision is to be made within 10 days “from the date of receipt of reconsideration application.”

The new Chinese “Rules” on letters of credit mean an effective barrier to fraudulent transactions which have proliferated during the last ten years in China. To estimation of certain experts, 1500 different claims for injunction on wrongful dishonor have been submitted each year, but till 2006 courts had unlimited discretion to judge them. The percentage of frauds under letters of credit on average is not higher than it is in other countries, but the huge numbers of issuance because of rapid economic development of China may cause losses of million dollars to innocent parties and to the whole banking sector. Although the “Rules” have a solid legal basis for solution of disputes, they need a revision in order to make more precise some confusing provisions.

ABSTRACT

This paper is purporting to give a critical analysis about the new Chinese provisions on letters of credit disputes, which came into force from 1st of January 2006. These new “Rules” direct the other countries how to develop the national jurisdiction in this field, adopting the best legal solution of the USA. Unfortunately, there are some ambiguous provisions, some of which are originating from the usage of International Chamber of Commerce (ICC), but there are others, which do not define to the required accuracy the tasks and the liabilities of involved parties. Nevertheless, it seems to be very useful to get to know these “Rules” and to illustrate their application on case studies.

LITERATURE

- Annual Report of Bank of China [http://boc.cn/en/common/third.jsp? category =1099300284100](http://boc.cn/en/common/third.jsp?category=1099300284100)
- BYRNE, JAMES E. CHRISTOPHER S.: Annual Survey of letter of Credit Law & Practice, Institute of International Banking Law & Practice, Inc., 20405 Rycroft Ct. 2006
- Provisions of the Supreme People’s Court of the People’s Republic of China on some Issues concerning the Trial of Cases of Disputes over Letter of Credit. <http://www.chinalaw.com>
- SUTHERLAND GEOFF: Ruling Casts Shadows on Chinese L/C, International Financial Law Review 24. Volume /No. 2 39
- Uniform Commercial Code www.law.cornell.edu/ucc/5/article5.htm
- Uniform Customs and Practices for Documentary Credits (UCP 500)
- Uniform Customs and Practices for Documentary Credits (UCP 600)
- WALDMANN LUIS: Latin America Breaches the Great Wall, Global Trade Review 2005.

VÁRADI VIKTÓRIA*

KÍNA: AZ ÉRTÉKEK MEGNYILVÁNULÁSA HOFSTEDE DIMENZIÓI MENTÉN

Bár számos kutató alkotott meg a különféle kultúrák összehasonlítására alkalmas elméleteket, GEERT HOFSTEDE (1928-) holland kutató eredetileg négy, majd ötté bővült kulturális dimenzióit alkalmazzák a leggyakrabban a különféle nemzeti kultúrák leírására, összehasonlítására.

HOFSTEDE 4+1 dimenziója kifejezetten a menedzsmentre fókuszál, vagyis hogy az egyes nemzetek kulturális sajátosságai miként jelennek meg az üzleti életben. Arra a következtetésre jutott az egész világra kiterjedő kutatásai során, hogy a nemzeti kultúra különbözőségei okozzák elsősorban azokat a viselkedésbeli eltéréseket, amelyeket az egyes vállalatoknál mind vezetői, mind alkalmazotti szinten felfedezett.

1. NAGY VAGY KIS HATALMI TÁVOLSÁG? HOFSTEDE ELSŐ DIMENZIÓJA

A hatalmi távolság röviden azt mutatja, hogy egy országon, vállalaton belül mennyire elfogadott, sőt kívánt a hatalom eloszlásának egyenlőtlensége.¹

1.1. Hierarchia és harmónia a vállalaton belül

A KONFUCIUSZ által meghatározott öt alapvető kapcsolat² közül négy vertikális, és csupán a barátok közötti kapcsolat horizontális jellegű, de a baráti kapcsolatok is csak elméletben egyenrangúak. Csupán ebből is le lehet szűrni, hogy Kínában alapvetően a vertikális kapcsolatok hálózta be a társadalmat, ami egyértelműen a nagy hatalmi távolságú országokra jellemző.

* A BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Gazdaságdiplomácia és nemzetközi menedzsment szakon 2007-ben végzett hallgató. A 2005/2006 tanévben egy pekingi egyetemen tanult. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Kínai Közigazgatás-, Gazdaság- és Társadalomkutató Központjában és a Keleti Nyelvek Iskolájában dolgozik.

¹ Hofstede kulturális dimenzióiról bővebben Falkné Bánó Klára: Kultúrák közti kommunikáció c. könyvében lehet olvasni.

² A konfuciózus gondolkodók sokat foglalkoztak az egyén és társadalom viszonyának elemzésével. Úgy tartották, hogy mindenkinek tisztában kell lennie a társadalomban elfoglalt helyével, és a többiekhez való viszonyával, így mindenki kötelességeinek megfelelően viselkedhet és létrejöhet a társadalmi rend. Konfuciusz öt olyan kapcsolatot emelt ki, melyek meghatározzák a világ rendjét. Ezek az apa-fiú, férj-feleség, báty-öcs, az úr és szolga és a barátok közötti kapcsolatok. A gyermek, feleség, öcs és a szolga hierarchikusan lejjebb helyezkedik el, mint a szülő, férj, báty és az úr, és feltétlen tisztelettel, engedelmességgel tartoznak a felettük lévőnek. A család körén belül érvényesülő erkölcs az egész társadalomra is vonatkozik. Aki a családjában tiszteli a felejtőbbvalót, az az uralkodót is tisztelni fogja. P. Szabó: 2003: 105. Von Glasenapp: 1981:177-178.

A konfucianizmus alapján az emberi kapcsolatok helyes kezelése a harmónia egyik alapfeltétele, így a kínaiak természetesnek tekintik, hogy a főnök magasabb szinten helyezkedik el a beosztottnál. A vállalaton belül megvalósuló harmónia alapja tehát a nagy hatalmi távolság, *a főnök (aki Kínában általában maga a tulajdonos) megkérdőjelezhetetlen hatalma*. A beosztott feltétel nélkül elfogadja a főnök utasítását, véleményét, nem értelmezi, vagy vizsgálja felül azokat. Az alkalmazott számára nem létezhetnek „miért?”-ek. Ennek gyökereit szerintem a „tianming” elképzelésben kell keresnünk, melynek alapján az uralkodó az Ég küldetését teljesítve került a trónra. A vezető nem véletlenül került pozíciójába, annak biztos megvan a nyomós oka, ezért képtelenség tekintélyét kétségbe vonni.

„A harmónia fontossága miatt az alkalmazottak, vagy egységek közötti ellentétek is nagyon ritkán törnek felszínre.”¹

Körülbelül két hónapig dolgoztam egy kínai utazási irodában. Egy csoport szobafoglalását intéztem egy kínai delegáció számára, amelynek tagjai három különböző szálláshelyen szálltak meg. Az iroda főnöke utasítást adott az egyik kínai alkalmazottnak, hogy kérjen meg, foglalják le két szállást. Mikor megkérdeztem a kínai alkalmazottat, hogy a harmadik szálláshelyet nem kell-e lefoglalni, a hölgy hitetlenkedve nézett rám, furcsállotta, hogy saját hatáskörömből kilépve próbálok az ügy egészére, és nem csak a rám bízott részfeladatra koncentrálni. A válasza nagyjából így hangzott: „Csak azt kell megcsinálni, amit a főnök mondott, a többi nem érdekes.” Benne fel sem merült annak a gondolata, hogy a főnököt megkérdezze, nem véletlenül felejtette-e ki a harmadik szálláshelyet, ezt nem tartotta volna illendőnek, illetve nem az ő hatáskörébe tartozik. Tíz perc múlva jött a telefon az iroda tulajdonosától, aki kérdezte, hogy mind a három szálláshely le van-e foglalva. Miután így bebizonyosodott, hogy az eredeti utasításból a harmadik szálláshely lefoglalása csak véletlenül maradt ki, megkaptam az engedélyt rá, hogy a hotelt felhívjam.

1.2. Az ideális főnök

A nagy hatalmi távolsággal jellemezhető kultúrákban két főnök típus létezhet, az egyik az autokrata típusú főnök, a másik az atyáskodó, paternalista főnök.

Mivel a harmóniára való törekvésnek kétirányúnak kell lennie, így a főnöktől is elvárt, hogy személyes törődéssel kezelje alkalmazottait. A feljebbvalónak teljhatalma van alárendeltjei felett, másfelől ugyanakkor meg is kell védenie őket. Így Kínában az ideális főnök a bölcs, jóindulatú atyai figura, aki bár nem hagy nagy mozgásteret alkalmazottainak, de azok így legalább mentesülnek a döntéshozatal felelőssége alól. A főnök barátságos hozzáállása az alkalmazottakhoz Nyugaton pozitívum, és akár erősíteti is a munkamorált, a kínaiak azonban nem ezt várják el egy felettestől. A túl közvetlen vezető hamar elvesztheti „arcát”,² tekintélyét, és nehezebben tudja majd irányítani kínai beosztottjait.

Amikor egyik cseh ismerősöm kínaiakkal szerzett tapasztalat nélkül Kínában kezdett dolgozni, számos hibát vétett. Megpróbált baráti, közvetlen viszonyt kialakítani a beosztottakkal, és nem állította be magát tévedhetetlennek, kikérte a beosztottak véleményét is. A nagy hatalmi távolság jellemezte szervezeti kultúrá-

¹ Tricker: 1981: 8.

² A „mianzi”, melynek magyar fordítása „arc”, a kínai élet és szervezeti élet egyik kulcsfogalma. Az ember méltóságát, tekintélyét érthetjük alatta, melyet nagyon könnyű elveszteni és szinte lehetetlen visszaszerezni. Marosi: 1997: 101-102.

ba azonban nem illett a közvetlen stílus, ettől a főnök státusza leértékelődött, másrészt a kínaiak elvárják a főnöktől, hogy az döntsön, azt, hogy kikérték az ő véleményüket is, gyengeségnek értékelték. Mindez oda vezetett, hogy ismerősöm elvesztette az „arcát”, csökkent az irányába tanúsított tisztelet. Elmondása szerint a munkafegyelem szinte a nullára csökkent, a beosztottak gyakran nem hajtották vége az utasításait. Egy idő után ez odáig fajult, hogy a dolgozók gyakran munkaidőben is az irodák mellett található pingpongteremben múltatták az időt, és amikor már hallották ismerősöm közeledő lépteit, csak akkor futottak vissza az irodájukba. Ismerősöm ezután bármilyen határozottan lépett is fel, nem igazán vették komolyan, nem sikerült visszaállítania főnöki tekintélyét.¹

1.3. A döntéshozatal

A szervezeten belüli döntéshozatal tehát erősen centralizált vállalati és állami szinten is (mely megfelel az erős központi hatalmat ideálisnak tartó legizmus² elképzeléseinek). Bár a nagyobb vállalatok alkalmaznak menedzsereket, a tulaj a bizalmatlanság miatt általában nem engedi ki a kezéből a legfontosabb területek irányítását, mint például a pénzügyi, vagy a személyi ügyeket, így sokkal nagyobb tényleges hatalommal bír, mint a menedzserek, akik elsősorban a mindennapos működésért felelősek, és rutinkérdésekben döntenek.³

A kínai döntéshozatalt tehát semmi esetre sem lehet kollektívnek, vagy konszenzusosnak nevezni. A vezető egy személyben dönt, ha másképp tenne, az a gyengeség jele lenne a beosztottak szemében. Emiatt gyakori, hogy a beosztottak még egyszerű ügyeket is feljebb tolnak felettesüknek, ami lassítja is a tényleges haladást, és a vezetők gyakran olyan kérdésekkel vannak túlterhelve, amelyeket alacsonyabb szinten is meg lehetett volna oldani. Ez a sokszor nagyon lassú és nem túl hatékony döntéshozatali mód azonban a vállalati szereplők mindegyike számára megszokott és kényelmes.

A szervezet formális információáramlására a vertikális irányvonalak a jellemzőek. Én ezt egy csillag alakzathoz hasonlítanám, míg az Európában is jellemző nyugati típusú vállalatban belüli információ hálózatot, melyre a vertikális és horizontális irányvonalak is jellemzőek, egy pókhálóhoz.

1.4. Felelősség, önálló munka, kreativitás

Az átlagos kínai alkalmazott az egyéni véleményt és elképzeléseket háttérbe szorító konfuciánus (és kommunista) hagyománynak megfelelően, és a kialakult nagy hatalmi távolság következtében nem szívesen hoz önállóan döntéseket, vagy vállal felelősséget. Egyszerű alkalmazottként a munkahely nem a legfontosabb hely egy átlag kínai számára, ezért sok esetben valószínűleg kevésbé fontos számukra a munkahelyi önmegvalósítás, kreativitásukat máshol élik ki. A döntés a főnök dolga, aki így átvállalja annak felelősségét is. Egy felmérés ki is mutatta, hogy a kínaiak sokkal hatékonyabban működnek csoportban, névtelenül, mintha nevüket felvállalva, egyénileg kéne ezt megtenniük. (Egyértelmű tehát, hogy a kínaiak esetén a nyugati-tól eltérő ösztönző rendszerre van szükség a foglalkoztatás során.) Részben emiatt is a kínai delegációk, tárgyalócsoportok jellemzően elég nagy létszámúak.

¹ Hana Sestakovával készített interjúm alapján.

² A „törvénykezők ideológiája”, melyet először az i.e. III. században szedett rendszerbe Han Feizi.

³ Tricker: 1986: 10.

A kínaiak gyakran inkább hagyják, hogy álljanak a dolgok, minthogy önálló döntést kelljen hozniuk. A tulajdonos, vagy a menedzser pedig ahhoz, hogy megtartsa méltóságát, nem is kívánja az alkalmazottakat túl sok információba beavatni.¹ A kínai beosztottak általában csak a szorosan hozzájuk tartozó kis részterületen, feladatkörön ismerik ki magukat.

A nyugati vezetők gyakran nehezen tolerálják ezt a fajta hozzáállást, mivel kreativitás, gyors reagáló, illetve önálló problémamegoldó készség terén látszólag nem túl jók a kínai beosztottak.

Cseh ismerősöm 2006 tavaszán Magyarországra utazott, hogy egy kínai céget képviseljen egy szakkiállításon. Mielőtt elutazott volna Kínából, minden függőben lévő ügyet részletesen elmagyarázott kínai helyettesének. A legkisebb egységekre lebontva, lépésről-lépésre konkrétan elmondta és leírta neki, hogy melyik nap mi lesz a feladata, kinyomtatta számára a feladatához kapcsolódó összes levelezést, de azért megadta a telefonszámát is, hogy vészhelyzet esetén elérhető legyen. Úgy gondolta, a helyettese legfeljebb egyszer, vagy kétszer fogja felhívni az egy hetes út alatt, ha tényleg valami váratlan dolog történik. Ezzel szemben a helyettes minden nap legalább négyszer-ötször felhívta, habár minden az előre eltervezett módon haladt, hogy minden egyes lépést újra elmagyaráztasson, illetve jóváhagyasson vele, ami ismerősömet rendkívül bosszantotta. Nyilvánvaló, hogy ebben az esetben a helyettes hölgy még csak véletlenül sem akart semmiben önállóan, a főnök helyett dönteni, így inkább többször leellenőrizte, hogy valóban úgy kell-e a dolgokat intéznie, mint ahogy azt előre megbeszélték.

1.5. A kor szerepe

A már említett öt fontos kapcsolatból is következik, hogy a fiatalok hagyományosan tisztelettel tartoznak az idősebbeknek, tehát az idősebb már csupán kora miatt is magasabb pozícióban helyezkedik el a fiatalabbnál. A kínaiak a magas korhoz társították a tapasztalatot, és így a bölcsességet is, melyet jól mutat, hogy a kínaiiban ugyanaz a szó („lao”) jelentheti azt, hogy „öreg”, illetve, hogy „bölcst”.

Az idősek hagyományos tisztelete a „kulturális forradalom” éve alatt megingott, és bár ma már ismét nagy becsben tartják a kínaiak hagyományait, a kor kérdésében mégis rugalmasabbak, mint pl.: Japánban. Az állami szektorban továbbra is az idős férfiak dominanciája jellemző, de az üzleti érdekek gyakran erősebb a tradícióknál. Az új, modern iparágakban érdekelt cégek élén egyre több a témában szakértő fiatalabb menedzser is.

1.6. Kiváltságok, státuszsimbólumok

A vezetőknek kijárnak a kiváltságok, státuszsimbólumok, ezek meglétét senki nem kifogásolja (legalábbis nem nyíltan). Ebben a tekintetben szintén a konfucianus hatás érvényesül, mely elősegítette az arisztokrácia privilégiumainak fenntartását. A vállalat esetében az arisztokrácia kiváltságainak felelnek meg a vezetőknek pozíciójukból adódóan kijáró kiváltságok.

A kínai kultúrára minden kritérium alapján a nagy hatalmi távolság jellemző, mely erősen érzékelhető a szervezeti kultúrában is.

¹ Chen: 1995.

2. INDIVIDUALIZMUS, VAGY KOLLEKTIVIZMUS? HOFSTEDE MÁSODIK DIMENZIÓJA

A második dimenzió a csoport szerepét vizsgálja az adott társadalomban. A legtöbb távol-keleti társadalomra, Kínára és Japánra is jellemző, hogy a különböző csoportérdekek felülkerekednek az egyén érdekén, és meghatározó szerepet játszanak az egyén életében. A két országban azonban nagyon eltérő módon nyilvánul meg a kollektív szemléletmód.

Itt mindenképp meg kell említeni a guanxi fogalmát, mely a kínai kultúra és üzleti kultúra egyik legjellemzőbb eleme. Szó szerinti fordítása kapcsolat, az összeköttetés szó azonban szerintem esetenként jobban kifejezi a szó valódi értelmét. A kapcsolatok minden társadalomban, az élet minden területén csak jól jöhetnek, azonban a kapcsolati rendszernek Kínában sokkal nagyobb jelentősége van, mint a nyugati világban, nélküle lehetetlen boldogulni, akár az üzletben, akár a hétköznapokban. „Minden egyén és minden vállalat egy-egy háló csomópontjának tekinthető, amely sok irányban kapcsolódik más egyénekhez, vállalatokhoz, ezért szokás a Távol-Keleten hálózati társadalomról beszélni.”¹ Kínában a guanxi kihasználása a kormányzati és üzleti szféra közti kapcsolatokban a leggyakoribb, a vállalatok közötti kapcsolatok, hálózatok kevésbé jelentősek, mint Japánban. Felmerülhet, hogy ez a rendszer nem egyszerű korrupcióként ölt-e testet az üzleti életben, a guanxit azonban nem lehet a nyugati értékek alapján megítélni, mivel a kínai tradíciókon, kultúrán, többek szerint a konfucianus értékrenden alapszik, így a kínai kultúrában abszolút elfogadható. Sokszor érzelmeken és hosszú távú megfontolásokon alapszik, nem feltétlenül hajt közvetlen, pénzben mérhető hasznot a kapcsolatban állók egyik tagjának sem. Kínában nem a pénz a kulcs minden kapuhoz, sokkal inkább a segítségük egymást elve érvényesül. Jellemzően kisebb-nagyobb szívességek cseréjéről van szó, mellyel az illető beleinvestál a kapcsolatba, és melyek hosszútávon fognak megtérülni valamilyen viszontszívesség formájában. Ezzel szemben a megvesztegetés alapja az azonnali és pénzben mérhető nyereség.²

A jó „guanxi” fontosabb a formális előírások követésénél, nem csak versenyelőnyhöz juttathatja a vállalatot, az egyént, hanem tekintélyt ad, segíthet a lassú és bonyolult bürokrácia leküzdésében is, segítségével szinte nincs olyan dolog, amelyet ne lehetne elintézni.³

A kapcsolatoknak nem csak az üzletben, hanem az élet minden területén fontos szerepük van, a különféle csoportokhoz való tartozás tehát alapvető fontosságú a kínaiak számára, az egyén önmagában erőtlen és tehetetlen.

2.1. Családközpontúság

A csoporthoz való tartozás fontossága miatt a csoporttal szembeni hűtlenség megbocsájthatatlan. De míg Japánban a vállalat is a belső kör részét képezi, Kínában az első erős határvonal a család és a munkahely között található.⁴ A család az

¹ Marosi: 2003: 37.

² Tian: 2007: 50-70

³ Seligman: 1999: 34.

⁴ L. Fei Xiaotong modelljét. (Marosi: 2003: 94-95.) A kínai társadalom személyes kapcsolatok bonyolult rendszerének összessége, melyet egy vízbe dobott kőhöz hasonlíthatunk. Az első hullám a család, mellyel szemben az egyénnek kötelességei vannak, és amelyre leginkább számít-hat. Minél távolabb kerülünk a középponttól, annál inkább gyengül ez a kötelék. A második

alapegység (az öt fontos kapcsolat közül három családi kapcsolatot ír le), a legfontosabb csoport, mely érdeke fontosabb a munkahelyi és az egyéni érdekekénél is.¹ Míg a nyugati kultúrában a család létezik az egyénért, a kínai kultúrában az egyén létezik a családjáért.²

2.2. „Zhong”- lojalitás

A Távol-Kelet híres a cégen belüli lojalitásról, a vállalat és alkalmazott kölcsönös ragaszkodásáról. Kínában azonban a ragaszkodás elsősorban a család felé nyilvánul meg. A „zhong”, mint konfucianus alaperény alatt elsősorban azt értjük, hogy ha valaki egy cégnél dolgozik, akkor nem fogja főnöke tekintélyét gyengíteni, megkérdőjelezni. A vállalat tagjai kölcsönösen vigyáznak rá, hogy megőrizze saját, és a többiek „mianzijét”. Az alkalmazottat általában nem rúgják ki az első hiba után, mivel a szakmai hiba sokkal kisebb vétek a megbízhatatlansághoz, a szerepnek nem megfelelő viselkedéshez képest

A vállalat iránt tanúsított ragaszkodás mértéke Kínában két fő tényező, a pénz és a főnökkel való kapcsolat minőségének függvénye. Hacsak az alkalmazott és a vezető közötti kapcsolat nem nagyon szoros, akkor a pénz lesz az abszolút döntő tényező, és egy jobb fizetésért könnyedén otthagyja a céget az illető, hiszen a magasabb kereset a legbelső csoport, a család érdekét szolgálja. Ez a jelenség a javuló életminőségnek, bővülő lehetőségeknek és a nyugati befolyásnak hatására egyre gyakoribb. Ha azonban a főnökkel szoros a kapcsolat, akkor pénz szerepe elhanyagolható lesz, hiszen a közeli körbe tartozó személy érdeke az, hogy az alkalmazott maradjon.

2.3. Családi vállalatok

Természetesen ez a szintű hűség a legtöbb esetben csak rokoni kapcsolat esetén valósul meg. Mivel a családtagok a legmegbízhatóbbak, a kínai magáncégek nagy része családi vállalkozás, melyekben általában a közeli rokonok kerülnek főbb pozíciókba. A családi dominancia, erős befolyás még kiterjedt, nagy vállalatok esetén is megfigyelhető.

A családi vállalatokat olyan informális, írásban nem rögzített tényezők tartják egybe, mint az egymás iránt érzett kötelesség, összetartozás.³

Egyszer kapcsolatba kerültem egy magyarországi székhelyű kínai nemzetközi céggel, ahol az irodai alkalmazottak (kb. 12-14 fő) közül 8 a különféle távolabbi családtagok közül került ki, és úgy dolgoztak itt, hogy egyikük sem tudott egy idegen nyelvet sem. Teljesen egyértelmű, hogy rokoni kapcsolódásuk miatt ke-

körbe tartoznak a közeli barátok, volt osztálytársak, kikkel szintén fontos a személyes kapcsolat. A munkatársak, távolabbi szomszédok csupán a harmadik körbe tartoznak. E három kör hálózati kapcsolatait, a guanxi a különböző körökben eltérő intenzitású.

¹ A család iránti elkötelezettséget jól illusztrálja, hogy szerepét igyekeztek háttérbe szorítani Mao idején, hogy az ne gyengítse a párt iránti hűséget. A házastársakat esetenként több ezer kilométerre fekvő városokba rendelték dolgozni, akik évente 12 napot tölthettek így együtt, vagy pl. a „nagy ugrás” idején az egész országban létre hozott népi kommunák keretében közös óvodákat, öregek otthonát, közös étkezdéket szerveztek, és a parasztoktól nem csupán az állatokat, háztáji parcellákat, hanem a személyes holmikat is elvették, a konyhaeszközöket volt, hogy beolvasztották. Az egész rendszer részben a tradicionális családrendszer, a családfők hatalmát kívánta felszámolni. Jordán: 1999: 253-258.

² Tricker: 1986: 36.

³ Tricker: 1986: 7.

rültek a céghez, mivel aligha tudtak bármiféle nyelvtudás nélkül hatékony munkát végezni. A munka nagy részét a többi munkatárs végezte.

2.4. Individualista jellegű ösztönzők nem családi vállalat esetén

A kínai alkalmazottakkal vérségi köteléket felmutatni aligha tudó nyugati befektető szempontjából különösen fontos, hogy különféle ösztönzőkkel tartsa a képzett, több nyelvet beszélő kínai munkaerőt a vállalatnál. Az 1. táblázatban összegyűjtöttem a képzett munkaerő megtartására használt legfőbb eszközöket Kínában,¹ és jeleztem, hogy ezek egy individualista vagy kollektív kultúrát jellemeznek-e inkább.²

1. táblázat

Tényezők a munkaerő megtartása, ösztönzése szempontjából

Tényezők fő csoportjai	Tényezők	Tényezők jellemzői	Tényezők jellege
Anyagi jellegű kompenzáció, juttatások	Fizetés	Legnagyobb a jelentősége.	Individualista
	Bónusz	Egyéni teljesítményhez, eredményhez, egy feladat elvégzéséhez kötődik	Individualista
	Részvény elővételi jog	Nemzetközi vállalatok esetén nehezebben kivitelezhető, de megoldható. Gyakran a felső vezetés részére biztosítják.	Individualista
	„Golden handcuffs” (szó szerinti fordítása: „arany bilincs”)	Népszerű eszköz. Általában szerződéshez köthető. Pl. ha a munkavállaló teljesíti a kikötött időtartamot, megkapja hat havi fizetését.	Individualista
	„Iron handcuffs” (szó szerinti fordítása: „vas bilincs”)	Díjak, melyeket az alkalmazottnak kell (vissza)fizetnie a vállalat felé, amennyiben a szerződés lejárt előtt távozik.	Individualista
	Társadalmi járulékok fizetése	Különböző járulékok fizetése az állam felé.	Individualista
	Egyéb kompenzációk	Például hitel nyújtása az alkalmazottnak, ajándékok stb.	Individualista
Előrelépés biztosítása	Továbbképzések	Négy fajtája van: <ul style="list-style-type: none"> • vállalaton belüli • vállalaton kívüli • tengerentúli • egyetemi továbbképzés 	Individualista/kollektív
Nem kezelhető tényezők	Munkahelyi hangulat	Főnökkel való kapcsolat	Kollektív

¹ Tian: 2007: 210-218.

² Heidrich: 2001: 74-78.

A felsorolásból láthatjuk, hogy a képzett munkaerő megtartására irányuló legfontosabb eszközök az individualista kultúrákra jellemzőek, ráadásul a felsorolás mutatja a fontossági sorrendet is. Ha a főnökkel való kapcsolat nagyon szoros (főleg rokonok esetén), akkor a kollektív kultúra jellemzői lesznek dominánsak.

2.5. Munkafegyelem

A kínaiak munkához való hozzáállása megdöbbentően szélsőségesnek tűnhet egy nyugati számára. Csupán alkalmazottként a kínaiak a munkát elkerülhetetlen, szükségessé rossznak érzik. A megfelelő motiváció, és személyes érdekeltség hiányában a munka során gyakran folyamatosan szükséges a beosztottak folyamatos kontrollja, hogy valóban dolgozni „kényszerüljenek”. A kínai beosztottak cseh ismerősöm szemében lustának, hanyagnak, érdektelennek tűntek, akik nincsenek tisztában feladataikkal, azonban nem állíthatjuk, hogy a kínaiak természete eleve ilyen. Csupán arról van szó, hogy a kínaiak számára a munka elsősorban csak egy eszköz a pénz megkereséséhez, és a munkahely nem feltétlenül az önmegvalósítás elsődleges színtere. Talán ezért olyan sok a családi vállalkozás, vállalat, mert azokat emiatt a hozzáállás miatt sokkal könnyebb sikerre vinni. Családi vállalat esetén megvan a kellő motiváció a minőségi és hatékony munkavégzésre, hiszen a bevétel ennek a függvénye, és a hatékonyabb munka által a család is több forráshoz jut. Kellő motiváltóság esetén kevés szorgalmasabb, tájékozottabb, szemfülesebb munkavégző akad a kínaiaknál. Ez igaz a multinacionális vállalatok csúcsvezetőitől kezdve egészen a külföldön szerencsét próbáló, saját vállalkozásba kezdő kínaiig.¹

2.6. Munkatársak és üzletfelek kiválasztása

Természetesen egy nagyobb vállalat esetén elkerülhetetlen idegenek alkalmazása is, de a munkahelyi toborzásban is megfigyelhető, hogy a személyes tulajdonságok, a megbízhatóság és hűség gyakran nagyobb súllyal esnek latba, mint akár a képzettség. A kínaiak üzleti partnereik megválasztása esetén is erősen érzelmi alapon döntenek. Ilyenkor az ár, bár fontos szerepet játszik, mégsem egyedüli döntő tényező. Az ideális üzleti partner, ha nem is családtag, de a lehető legnagyobb mértékben megbízható és szimpatikus illető. Épp ezért az üzletek döntő hányada a személyes kapcsolatok alapján dől el. Ez azért van így, mert a kínaiak hosszú távra terveznek. A lojális alkalmazott idővel beletanul a feladatába, a megbízható partnerre pedig a jövőben is lehet számítani.

2.7. Munka és magánélet összefonódása

A munka és a magánélet összefonódása szintén a kollektivista kultúrákra jellemző, és ez nem csak a családi vállalatok elterjedtségében jelenik meg Kínában.

Információáramlás: A kínaiak a személyes kapcsolataikat fontos információforrásnak is tekintik, így a vállalaton belüli ismerősök közti informális információcsere a tájékozódás egyik alapvető formája, sok dolgot esetleg nem is lehet máshonnan megtudni, így kapcsolatok nélkül már itt elveszik az ember.

Munkaszerződés: A munkaszerződés esetében az írott szerződés csupán egy kiindulási alap, azonban nem kell szó szerint venni. A cég a szerződésben nem foglalta-kon kívül plusz dolgokat is elvárhat az alkalmazottól.

¹ Megfigyelhető, hogy számos európai országban a bevándorlók, illetve kisebbségek közül a kínaiak jutnak általában a legtöbbre, kitarásuk, szorgalmuk és szívósságuk jóvoltából.

Kimondott szó: A megbízhatóságot gyakran elsősorban a kölcsönös barátság biztosítja, és kevésbé az írásos szerződések. Mivel a kínaiak üzletfeleiktől nem csupán jó ajánlatot, de lojalitást is várnak, a kimondott szó súlya felértékelődik, helyszíntől, témától függetlenül is. A kínaiak különösen kedvelik a közvetlen hangnemű üzleti vacsorákat, és bár a nyugati kultúrkörben szocializálódott ember számára teljesen elválik a tárgyaló- és az étkezőasztal, a kínaiak számára az összbenyomás fontos, szeretnék megismerni az embert, akivel üzletet kötnek. Így a partner viselkedése az étkezés alatt ugyanúgy fontos, mint tárgyalás közben. Az üzlethez nem kapcsolódó témákról beszélve is kerülni kell a jelentéktelennek tűnő ellentmondásokat, mivel a kínaiak úgy gondolják, aki kis dolgokban ellentmondásba keveredik, abban nagyobb jelentőségű dolgok esetén sem lehet megbízni. A partner így örökre elvesztheti „arcát”, az iránta táplált szimpátiát, és egyben az együttműködés lehetőségét is.

A kínai kultúrában rendkívül erős mértékben érvényesül a kollektivistá szemlélet, ennek legfőbb jellemzője a családközpontúság. A kapcsolatok és az érzelmi tényezők fontosabbak az üzletben, mint Nyugaton. Viszont a család körén kívül számos területen erősödik az individualista szemlélet is.

3. MASZKULIN, VAGY FEMININ KULTÚRA? HOFSTEDE HARMADIK DIMENZIÓJA

A GLOBE¹ kutatás során szintén a kultúrákat leíró dimenziókat igyekeztek összeállítani a kutatók. A kutatás során két dimenzióra bontották HOFSTEDE maszkulinitás dimenzióját, és így létrejött a rámenősség/agresszivitás, és a nemi egyenlőség dimenziója.²

Véleményem szerint Kína esetében ezt a dimenziót a GLOBE kutatásoknak megfelelően két részre bontva érdemes vizsgálni, mivel a két részben kapott eredmény ellentétesnek tűnhet.

3.1. Rámenősség, agresszivitás

A maszkulin kultúrákban a férfias tulajdonságokat értékelik elsősorban pozitívumként, értékként, a feminin kultúrában a nőiesnek ítélt értékek dominálnak. Ez az értékpreferencia megnyilvánul például a főnökideálban, a döntéshozatalban, melyeket már kifejtettem, és melyeket többé-kevésbé férfias értékrend jellemez.

3.1.1. A pénz mindenk előtt

A pénz fontossága, a haszonszerzés elsőbbsége mind-mind maszkulin érték, mely nagyon is jellemzi Kínát. „A magánvállalatok legfontosabb stratégiai célja a nyereség, a minél magasabb profit. A profit, a pénz hajszolása, a törekvés a vagyonosodásra a kínai szervezeti kultúra lényeges eleme. Ebben nem ismernek határt. Befér a csalás, a kormányval való szembehelyezkedés, az adócsalás, a korrupció, a guanxi kenőpénzzel való megolajozása is... Külön figyelmet érdemel a munkaszervezés. A munkaszervezést a vállalat munkásainak többnyire kegyetlen kizsákmányolása jellemzi.”³ Ezt a kizsákmányolást részben a bőséges munkaerőforrás teszi lehetővé. Az esetenként előforduló

¹ Global Leadership and Organisational Behaviour Effectiveness.

² Heidrich: 2001: 90-91.

³ Marosi: 2003: 120.

törvénytelenlések gyakran azért nem vonnak következményeket maguk után, mert a tulajdonos jó guanxival rendelkezik az illetékes rendőrségen.

A China Blue (2005) című dokumentumfilm egy dél-kínai farmergyár működését mutatja be, ahol főként fiatal (akár 13-14 éves) vidéki lányok dolgoznak, gyakran hamis papírokkal (ha még nem érték el a munkavállaláshoz szükséges korhatárt), számunkra embertelennek tűnő körülmények között, akár napi 18-19 órában. Más kérdés, hogy sok lány még egy ilyen munkalehetőségnek is örül.

Természetesen a legtöbb kínai vállalkozás esetében a profitra való maximális törekvés nem nyilvánul meg ilyen negatív formában, csupán szorgalomban, és a munka elsőbbségében. A munka fontosabb lehet a szabadidőnél, sőt, a gyerek(ek)nél is, hiszen a család vagyonosodása hosszú távon az ő érdeküket is szolgálja.

Magyarországon is megfigyelhető, hogy számos kínai házaspár magyar családhoz adja kisgyerekeit, hogy azok vigyázzanak rá, neveljék. A gyermek a magyar „szülőknél” él, és a kínai szülők hol gyakrabban, hol ritkábban látogatják, attól függően, hogy mennyi épp a munka. Sokan Kínában hagyják gyermeküket, ahol a rokonok foglalkoznak velük. De még Kínában is előfordul, hogy a nagyszülők nevelik a kisgyereket, ha pl. a szülők két egymástól távoli városban dolgoznak.

3.1.2. Pozíciók, rangok

A különféle rangoknak, pozícióknak a konfucianizmus hagyományának megfelelően nagyon nagy szerepe van, és ez is jellemzően maszkulin érték. Egy magas rang, jól hangzó titulus akaratlanul is tiszteletet vált ki a kínaiakból.

Már az iskolában is fontos érték a vezető, kiemelkedő pozíció elérése.¹ A kínai partnerekre a nyugatiakhoz képest sokkal nagyobb hatással van, ha kiderül, valamilyen prominens személyiség támogatását élvezzük, vagy csupán ismerjük. A rang a tényleges hatalomtól függetlenül is elismerést és tiszteletet vált ki a legtöbb kínaiiban. Ezt egy üzleti delegáció összeállításakor, kínaiak fogadásakor, illetve egy tárgyalásnál is érdemes figyelembe venni.

3.1.3. Költekezés – a státusz és tisztelet kifejezésének eszköze

Az üzleti érintkezés során szembeötlő lehet a nyugati fél számára a kínai partner feltűnő méreteket öltő pénzszerzése. A már-már zavarba ejtő költekezésének több funkciója is van. Egyrészt a kínai fél részben így hangsúlyozza saját nagyságát és komolyságát, másrészt az üzletfél iránti nagyrabecsülését is kifejezi. A felhajtás, pompa értékét pont a korábbi szűkösség, és a ma is jellemző takarékoskodás adja. Kínában fontos, hogy a partner ellátásának és fogadásának nem csupán meg kell adni a módját, de lehetőleg minden luxussal szinte el kell árasztani. Európában ez kevésbé jellemző, és kevésbé fontos az üzletkötés szempontjából. Az ilyen módon való felvágás jellemzően férfias érték.

Egy kéttagú magyar üzleti delegáció Kínába utazva meglepve tapasztalta a hatalmas felhajtást, mellyel a kínai fél fogadta őket. A környék legjobb szállodájában foglaltak mind a kettőjüknek egy-egy többszobás lakosztályt, és a tárgyalásokhoz kibérelték a szálloda egyik konferenciatermét, bár erre nem lett volna feltétlenül szükség. Folyamatosan programokra vitték őket, ezzel éreztet-

¹ A „Szavazz rám!” c. kínai dokumentumfilm betekintést ad egy általános iskolai osztály osztálytitkár választásába, és megmutatja, hogy a szülők milyen véresen komolyan vették a többi tanuló szavazatainak megnyerését. A film 2007 őszén megtekinthető volt néhány magyar moziban is.

vén velük, hogy törődnek velük, és egyetlen étkezést sem lehetett kihagyni, bár a folyamatos evés már kezdett sok lenni a magyaroknak. A drága étkezésekhez, programokhoz, és a lakosztályokhoz annak ellenére is ragaszkodtak, hogy a magyarok jelezték, nincs szükségük ekkora felhajtásra, mivel az sok esetben már nem a kényelmet szolgálta, hanem inkább kellemetlenséget jelentett.

A kínai üzletfelek fogadásakor hasonlóképp meg nekik adni a kellő tiszteletet, akár számunkra túlzásnak tetsző dolgokkal is, mert részben ez alapján mérik fel, hogy mennyire komoly partnerrel van dolguk, illetve az mennyire veszi őket komolyan. Semmiképp nem szabad fukarnak tűnni, mert az arcvesztéssel jár.

3.1.4. Harmónia

A harmóniára és az „arc” megőrzésére való törekvés és ennek jegyében a nyílt konfliktusok kerülése inkább a feminin jelleget erősítik.

Kína történelmében a szétszakadás, háborúskodás és a rövid békés időszakok folyamatosan váltogatták egymást. Ezért a kínaiak gondolkodására az európai lineáris történelemfelfogástól eltérően a ciklikus történelemszemlélet jellemző, mely lényege, hogy a történelmet körforgásként, ismétlődő ciklusok sorozataként látják. Tehát a történelemben alapvetően a rend, vagyis a „zhi” és a káosz, vagyis a „luan” korszakai váltogatják egymást, és a kínaiak szerint szinte bármilyen rend jobb a káosznál.¹ A harmóniára tehát mindenkinek törekednie kell. A harmónia azonban gyakran csak a felszínen valósul meg, és jellemzően a nagy hatalmi távolságok biztosítják. „A nyugatiak elsősorban az igazságot helyezik előtérbe, azonban ennek érvényesítése gyakran diszharmóniát szül. A távol-keletiek inkább a csoportharmóniát tartják szem előtt, és ennek fenntartása érdekében inkább hajlandóak elviselni bizonyos igazságtalanságokat, akár egyéni jogaikról lemondanak.”²

3.1.5. Konfliktuskerülés

A konfliktusok kerülésére való törekvés nyilván összefügg a harmónia fontosságával. Érdekes megnyilvánulásai megtalálhatóak például a kínai nyelvben. A kínaiak ritkán használnak negatív jelzőket, ha valamivel nem elégedettek, akkor szívesen használják a „még elmegy” kifejezést, illetve gyakran a pozitív töltetű szót tagadják. Ha már valami „nem jó”, az nagyon rossz. A határozott nem válasz elkerülésére számos nyelvi fordulat létezik, mint például a „majd még beszélünk róla”. A kedvezőtlen választ gyakran az időhúzásból, halogatásból szűrhetjük le. Ez az egyértelmű igenekhez és nemekhez szokott nyugati számára zavaró lehet, úgy élheti meg, hogy bizonytalanságban tartják. A kínaiak azonban már hozzászoktak az üzenetek értelmezéséhez, számukra egy burkolt megfogalmazásból is könnyebben kiviláglik a valódi üzenet. Egy kevésbé konfliktuskerülő kultúrában egy udvarias nemleges válasz sokkal elfogadhatóbb, a kínai kultúrában azonban egy nyílt visszautasítás kínosabb, mint a halogatás.

3.2. Nemi egyenlőség

Ez a dimenzió annak értékét mutatja, hogy „a társadalom milyen mértékben minimalizálja a nemi szerepekből eredő egyenlőtlenségeket”.³ Azokban a kultúrákban, ahol a nemi szerepek élesen elkülönülnek, általában erős maskulinitás jellemző.

¹ Salát: 1999: 12.

² Marosi: 2003: 27.

³ Heidrich: 2001: 91.

Hagyományosan Kínában is élesen elkülönültek a női és férfi szerepek, tulajdonosságok. A kommunizmus alatt azonban törekedtek a nők és férfiak lehetőségeinek és jogainak a kiegyenlítésére. Ennek örökségeként a nagyobb városokban már eléggé egybemosódtak a nemi szerepek. A nagyvárosokban lakó nők helyzete munkahelyi érvényesülés szempontjából valahol a japán és nyugati nők között van. A családon belüli szerepek is megoszlanak a felek között és a feleség karrierje és munka terén való kibontakozása is fontos lehet.

Legelső kínai tanárnóm a főiskolán a férjét és két éves gyerekeit hagyta hátra Kínában két évre a magyarországi munkalehetőség miatt, és esete nem egyedülálló.

3.2.1. A nők szerepvállalása a gazdasági életben

Az életkörülmények is ösztönzik a nők gazdasági szerepvállalását. Például Japánhoz képest jóval alacsonyabb a bérszínvonal, így Kínában jellemzően a nők is dolgoznak, melynek velejárója, hogy függetlenek lehetnek férjüktől, vagy legalábbis kevésbé függenek tőle anyagilag. Ez már önmagában is emeli társadalmi pozíciójukat. Az egyke politika is elősegíti a nők munkavállalását, hiszen az anyának nem kell a sok gyerekkel sokáig otthon maradnia. Mivel már lassan az első egyke generáció is családot alapít, náluk jó eséllyel négy nagyszülő fog jutni egy unokára, tehát még kevésbé lesz elengedhetetlen, hogy az anya otthon maradjon.

Bár a férfias típusú vezetési stílus a sikeres, egyre több nő kerül vezető pozícióba.

Érdekes tény, hogy a textilipar után az internetes szektorban dolgozik a legtöbb nő Kínában. Ennél is meglepőbb azonban, hogy a női vezetők szempontjából is kiemelkedő terület az internet. A nők hatalmas szerepet játszottak Kínában az internetes szektor fejlődésében, ugyanis egy nő, ZHANG SHUNXUN hozta létre 1995-ben az első kínai internetes szolgáltató céget. 1995 és 2000 között a női vezetők aránya megduplázódott az internetes szektorban és így ekkora az ezen a területen vezető beosztásban lévő nők száma megegyezett a férfiakéval.^{1,2}

Az üzleti tárgyalások során a férfidominancia a jellemző továbbra is, azonban előfordul a női tárgyalópartner is, különösen mivel nem ritka, hogy egy nő saját vállalkozásba kezd.

A kínai társadalomban a férfias értékek dominálnak, a nők és férfiak szerepe azonban a nagyvárosokban közelít egymáshoz.

4. ALACSONY, VAGY MAGAS BIZONYTALANSÁGKERÜLÉS? HOFSTEDE NEGYEDIK DIMENZIÓJA

„A bizonytalanságkerülés annak mértéke, hogy az egyének mennyire érzik magukra nézve fenyegetőnek a bizonytalan, ellentmondásos helyzeteket, és mennyire próbálják azokat aktívan elkerülni.”³ A távol-keleti országokat magas bizonytalanságkerüléssel szokták jellemezni, mely egyértelmű Japán esetében. Kína valahol a két véglet között helyezkedik el.

¹ Roberts: <http://www.businessweek.com/1996/35/b3490151.htm>.

² http://english.peopledaily.com.cn/english/200103/07/eng20010307_64360.html.

³ Gyenge: http://nyitottenciklopedia.akti.hu/index.php?title=Kult%C3%BArak%C3%B6zi_kommunik%C3%A1ci%C3%B3.

4.1. Bizonytalan helyzetek

Már többször kiemeltem, hogy mennyire fontos érték a harmónia, mely a konfliktuskerüléshez is vezet. A kínaiak a kellemetlen helyzeteket élik meg fenyegetésként, sokkal szívesebben viselik el a bizonytalanságot, minthogy nemet mondjanak, és kínos szituációt idézzenek elő. Azonban azt is figyelembe kell vennünk, hogy egy ilyen helyzet csak látszólag, vagy csak egy nyugati számára bizonytalan. Így a konfliktuskerülés még önmagában sem magas, sem alacsony bizonytalanságkerülésre nem utal. Valóban akadnak azonban olyan helyzetek, ahol a kínaiak az új, szokatlan helyzetet fenyegetésként érzékelik. A kínai beosztottak nehezen viselik, ha döntés elé kerülnek, és gyakran nem tudnak megfelelően, hatékonyan reagálni. Az ilyen bizonytalan helyzetek kivédésére a felettes hatalma alkalmas, hiszen ő dönt.

4.2. Érzések kimutatása

Az érzések szabad kimutatása a magas bizonytalanságkerülő, míg elrejtésük az alacsony bizonytalanságkerülő kultúrákra jellemző.

Az érzések kimutatása szempontjából véleményem szerint külön kell kezelnünk a család körét, a guanxi-hálózat egyéb tagjait, és az azon kívül eső kívülállókat. Az érzelmek kimutatása a két véglet esetén a legerősebb, tehát minél távolabb, illetve minél közelebb áll hozzám az illető. A családon belül előfordulhatnak az érzelmi kitörések, egy ismeretlennel szintén lehetünk akár őszintén udvariatlanok is. Azonban a távolabbi ismerősökkel szemben, mint egy munkatárs, vagy üzletfél, inkább az érzések palástolása jellemző, melynek fő oka a kellemetlenségek, konfliktusok elkerülésére való törekvés. Ilyen jellegű kapcsolatokban az udvariasság, túlaradó szívéllyesség jellemző a kínaiakra, míg a valódi érzelmek rejtve maradnak a kedvesség mögött. A kínaiak barátságossága nem feltétlenül jelent barátságot is.

4.3. Szabályok szerepe

Kínában általában szigorúak a törvények, és minden apróságra van valamilyen szabály, mely alapvetően a magas bizonytalanságkerülésű országokra jellemző, hiszen az aprólékos szabályozással kivédhetőek a váratlan szituációk. Ennek megfelelően a hivatali ügyintézés roppant bürokratikus és hosszú folyamattá válhat. Az ügyintézés folyamán nagyon fontosak az írásos aktusok, mindennel kapcsolatban külön kérvényt kell beadni, külön engedélyt kell beszerezni. Ez egyfajta biztonságot is nyújt az ügyintézőnek, mivel az írásos dokumentációval tudja szükség esetén bizonyítani, hogy helyesen járt el. Külön kiemelném a pecsételés szerepét. Kínában egy vörös színű pecsét emeli a dokumentum hivatalosságát, megbízhatóságát.

Azonban a gépszerű ügyintézés, az emberi elem kikapcsolása ellentmond a konfucianus felfogással. Az emberi tényező meglátásom szerint a guanxi révén van jelen a kínai bürokráciában. Ha nem rendelkezünk megfelelő kapcsolatokkal, az ügyintézés könnyen megrekedhet az ügyintézők érdektelensége miatt. A személyes kapcsolatok, az adott szituáció viszont lehetővé teszik a szabályok alól való kibújást, mivel az emberi mérlegelés fontos szerephez jut az egyes szabályok értelmezésekor (a szabályok néha hiányosak, vagy nem egyértelműek, így esetenként az ügyintéző bürokrata van bízva egy-egy eset elbírálása).

Az írásos szabályok lazább kezelése még inkább érvényesül a vállalatokon belül, ahol általában kisebb kaliberű dolgokról van szó. Mivel már az üzleti partner, illetve az alkalmazottak kiválasztásánál is döntő szempont a szimpátia, megbízhatóság, a személyes kapcsolat sokkal nagyobb szabályozó erővel bír, mint egy papírdarab.

Természetesen nagyobb vállalatok esetén elengedhetetlen a szabályok pontos és írásos rögzítése, azonban ezek inkább csak irányadóként szolgálnak. Az írásban rögzített szabályoktól felülről szoktak eltérni, egy alkalmazott ezt nem teheti meg.

A kínai utazási irodában gyakran előfordult, hogy a munkaidő lejárta előtt jóval elengedtek, de elég gyakran kértek munkakörömben nem eső dolgok elintézésére. Például többször kértek, hogy képviseljem a céget különböző tanulmányi kirándulásokon, melynek költségét nekem kellett volna fizetnem.

4.4. Az idő (nem) pénz

Az „idő pénz” elve a magas bizonytalanságkerülő kultúrák sajátja, nem jellemző azonban Kína esetében. Ez megnyilvánul abban, hogy a nyílt nemleges válasz helyett inkább halogatják a válaszadást, illetve, hogy a munkatársak, alkalmazottak, üzleti partnerek kiválasztásánál személyes tényezők dominálnak. A kínaiaknak a hosszú távú együttműködés, megtérülés fontosabb, mint a rövidtávú.

Édesanyám üzletkötőként sok tárgyaláson vett részt különféle nemzetiségűekkel. Elmondása alapján míg egy ügyet például a németekkel két óra alatt is meg tudtak tárgyalni, a távol-keletiekkel ugyanaz a kérdés több napot is igénybe vett.

4.5. Magas bizonytalanságkerülésre utaló tényezők

Magas bizonytalanságkerülésre utal a társadalmi kapcsolatok, viszonyulások me-rev, hagyományos rögzítettsége, mely a munkahelyen, iskolákban is érzékelhető. A tanár-diák és a főnök-beosztott kapcsolat, melyre már kitértem, teljes párhuzamba állítható, mindkettőre a hierarchikus távolságtartás jellemző. A tanár a tudásának köszönheti tekintélyét, így nem engedheti meg magának, hogy valamire ne tudja a helyes választ. Annál is inkább, mivel minden kérdésre kell, hogy létezzon egyértelmű helyes válasz, így az oktatásban a lexikális tudás elmélyítésére fektetik a hangsúlyt, míg a kreatív feladatok hagyományosan háttérbe szorúlnak. A sok iskolában kötelező egyenruha jelzi az eltérővel, nem megszokottal szembeni gyanakvást. Azonban nem lehet azt állítani, hogy a kínaiak teljesen elutasítanák az újításokat, a meghökkentő, egyéni dolgokat, pl. Shanghaiban szinte nincs is két egyforma felhőkarcoló. A kemény munka fő motivációja nem elsősorban a teljesítmény, hanem a csoport tiszteletének, elfogadásának kivívása, a család jóléte, mely szintén a hosszú távú biztonság elérését szolgálja.

A kínai kultúrában megtalálhatóak a magas és alacsony bizonytalanságkerülés elemei is.

5. A HOSSZÚ TÁVÚ ORIENTÁCIÓRÓL

A hosszú távú orientációt, mint ötödik dimenziót, HOFSTEDE utólag rendelte a már korábban megnevezett négy dimenzió mellé. Talán részben ezért is, ennek a dimenzió-nak a létjogosultságát nem minden kutató ismeri el. Kína esetében azonban a hosszú távú orientáció értéke kiugróan magas, így mindenképp kell pár szót szólnunk róla.

„Az index alacsony értéke arra utal, hogy az adott kultúra időorientációja jellemzően rövid távú, a jelenre – vagy maximum a közeli jövőre – koncentráló. Mindezzel szemben, az index másik végén, egy gyakorlatias, a távoli jövőre koncentráló, takarékosagra törekvő, a napi élvezetek helyett hosszú távra befektető kultúrát talál-

lunk, amely kevésbé ragaszkodik a múlt hagyományaihoz és a stabilitáshoz, viszont könnyen és gyorsan átveszi az újításokat, vállalkozó szellemű.¹

A fentebb felsorolt elemek közül gyakorlatilag minden igaz a kínai kultúrára, kivéve a hagyománytiszteletre vonatkozó állítás. Kínában ugyanis minden nagy jelentősége volt (a kulturális forradalom éveit leszámítva) az ősök, a hagyományok tiszteletének. A mai Kínában, bár alapvetően hagyománytisztelők, ezt általában sikerül összeegyeztetniük az újításokkal, illetve ha a helyzet úgy követeli, akkor túl is lépnek azon.²

5.1. A hosszú távon való gondolkodás

Már többször is írtam arról, hogy a kínaiak számára mennyire fontos az egyéni benyomás az üzletfelek, munkatársak és beosztottak kiválasztásában is. A kínaiak azért szeretnék minél jobban megismerni a későbbi munkatársaikat, azért tartják fontosnak a személyes jó viszonyt, azért nem sajnálják az időt és pénzt a baráti jellegű kapcsolat kialakítására, mert alapvetően hosszú távra terveznek. Éppen ezért is volt korábban jellemző a hosszú távon való foglalkoztatás.

Egy üzleti tárgyalás folyamán a személyes benyomás legalább akkora súllyal esik latba, mint az aktuális ajánlat. A kínaiak, bár nagyon érzékenyek az árra is, csupán a kedvező árajánlat miatt nem fognak a megbízhatatlannak tűnő potenciális üzletféllel megegyezni, hiszen elsődleges céljuk nem az azonnali, gyors megtérülés, hanem a biztos, kellemes, hosszú távú együttműködés kialakítása. Éppen ezért, ha sikerül pozitív képet kialakítani magunkról a kínaiak felé, akkor, ha az ár kérdésén meg is bukik az aktuális üzlet, a jövőbeli együttműködési lehetőségeknél gondolni fognak ránk.

A tárgyalás folyamata során tehát többféleképpen „tesztelik” a potenciális ügyfelet, igyekeznek minél több benyomást szerezni róla, hogy általa tisztább képet kaphassanak a vállalatról is. Mindez azt eredményezi, hogy a tárgyalási folyamat esetenként rendkívüli módon elhúzódik, a tárgyalóasztalon kívül sok közös program, főleg étkezések biztosítják, hogy különböző szituációkban meg lehessen figyelni a partnert, és esetleg észrevétlenül valamilyen kedvező ajánlatra lehessen rábírn.

A kínaiak éppen ezért, ha már elkötelezték magukat egy partner, egy alkalmazott mellett, akkor bizonyos fokig lojálisak lesznek hozzá.

A kínai kultúrára a hosszú távú orientáció a jellemző, mely a munkatársak, üzletfelek megválasztásán kívül a tárgyalási folyamatban, a hosszú távon való foglalkoztatásban, a lojalításban is érezteti hatását. Összefüggésbe hozható a problémák, kérdések érzelmi alapon való megközelítésével.

6. BEFEJEZÉS

Befejezésül álljon itt két diagram.

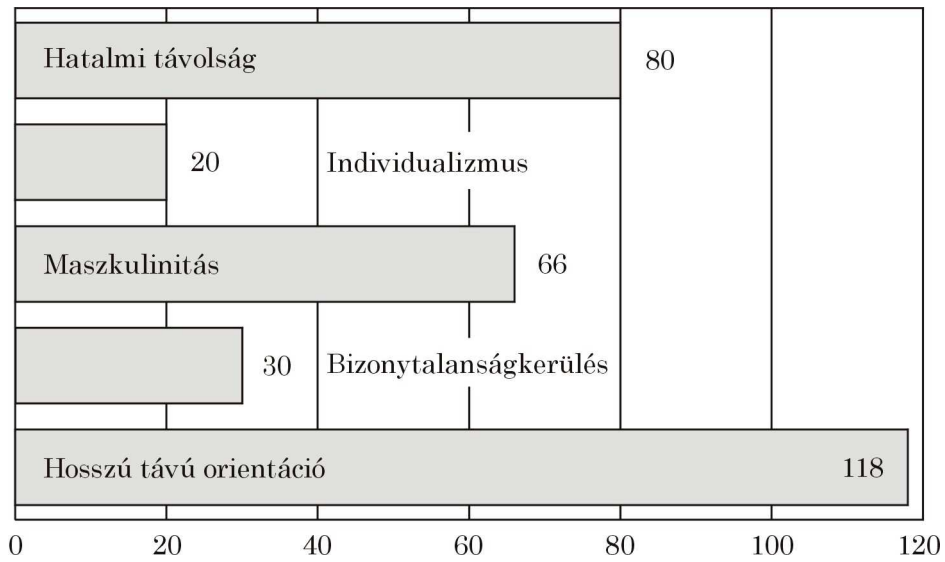
Az *1. ábra* a hofstedei kulturális dimenziók értékeit szemlélteti Kína esetében.

A *2. ábra* összehasonlítja Kína, Magyarország, illetve Japán eredményeit.³

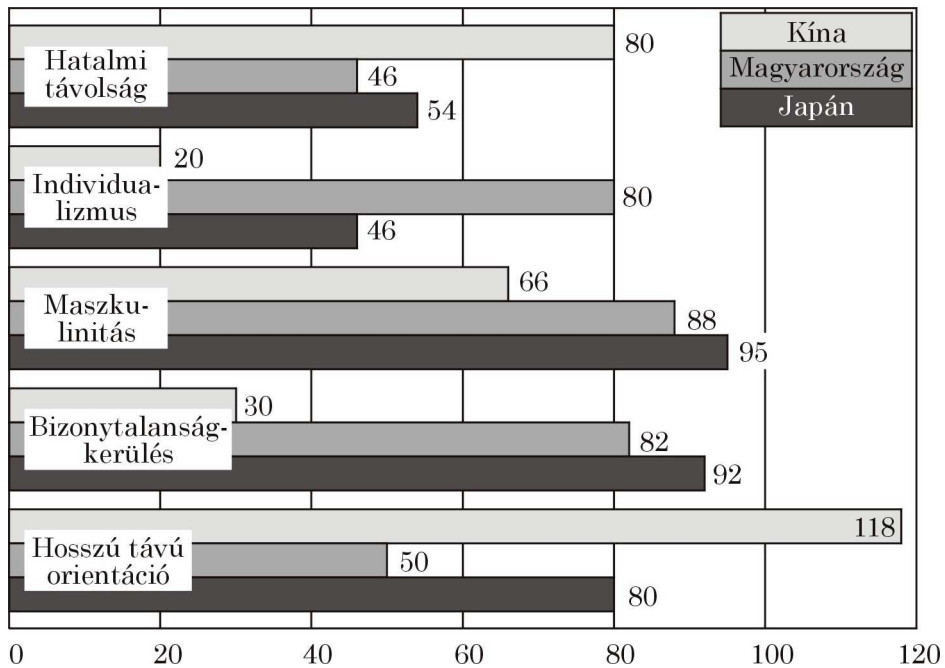
¹ http://www.interkulturalis.hu/pagesMO/Dimenzio_Hofstede.html.

² Az építészet terén is gyakran ötvözik a hagyományokat a modernitással. A legtöbb nagyvárosban gyakran előfordulnak olyan magas üvegépületek, melyek széle, vagy teteje pagodára emlékeztet.

³ http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php.



1. ábra
HOFSTEDE öt dimenziója Kínában



2. ábra
A hofstedei dimenziók Kínában, Japánban és Magyarországon

IRODALOMJEGYZÉK

Könyvek

- CHEN MIN: 1995. Asian Management Systems, International Thomson Business Press.
- FALKNÉ BÁNÓ KLÁRA: 2001. Kultúraközi kommunikáció, Püski, pp. 16–26.
- HEIDRICH BALÁZS: 2001. Szervezeti kultúra és interkulturális menedzsment, Human telex consulting pp. 74-78., 90-91.
- JORDÁN GYULA: 1999. Kína története, Aula, pp. 253–258.
- MAROSI MIKLÓS [1997]: Távol-keleti menedzsment, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, pp. 101-102.
- MAROSI MIKLÓS [2003]: Japán, koreai és kínai menedzsment, Aula, pp. 27., 94-95., 120., 37.
- P. SZABÓ SÁNDOR: 2003. A kínai erkölcs és a szülők tisztelete, Kossuth, pp. 105.
- SALÁT GERGELY: 1999. Kínai országismeret, Külkereskedelmi Főiskola Keleti Kommunikációs és Továbbképző Intézet, p. 12.
- SELIGMAN, SCOTT D.: 1999. Guanxi: grease for the wheels of China. In: China Business Review, 26/5. pp. 34–38.
- TIAN XIAOWEN: 2007. Managing International Business in China, Cambridge University Press, pp. 50–70., pp. 210–218.
- TRICKER, R. I.: 1986. Chinese and western windows on the business world – a study of the characteristics and culture of overseas chinese business; and of the implications of applying western accounting concepts. In: Management Working Papers, University of Hong Kong, pp. 7., 8., 10., 36.
- VON GLASENAPP, HELMUTH: 1981. Az öt világvallás, Gondolat, pp. 177-178.

Internet

- ROBERTS, DEXTER: In China, no Great Wall across the net, <http://www.businessweek.com/1996/35/b3490151.htm>, 2008. 07. 11.
- http://english.peopledaily.com.cn/english/200103/07/eng20010307_64360.html, 2008. 07. 11.
- GYENGE ZSOLT: Kultúraközi kommunikáció. http://nyitottenciklopedia.akti.hu/index.php?title=Kult%C3%BArak%C3%B6zi_kommunik%C3%A1ci%C3%B3, 2008. 07. 11.
- http://www.interkulturalis.hu/pagesMO/Dimenzio_Hofstede.html, 2008. 07. 11.
- http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php, 2008. 07. 11.

Egyéb

- HANA SESTAKOVÁVAL készített interjú.
Szavazz rám, légyzsi! (2006), rendező: CHEN WEIJUN.

OSVÁTH GÁBOR*

NYELVI MODERNIZÁCIÓ A KÍNA-KÖZPONTÚ KULTÚRKÖRBE

I. A KULTURÁLIS ÉS NYELVI HÁTTÉR

Koreát, Japánt és Vietnámot a kínai vallások (konfucianizmus, taoizmus), a kínai politikai rendszer átvétele, valamint a mindezeket közvetítő kínai nyelv hosszú ideig fennálló hivatalos státusza kapcsolja össze egy Kína-központú, többé-kevésbé egységes kulturális térséggé. A kínai civilizációt nem ismerő országokat barbárnak tekintették Koreában, Japánban és Vietnamban, s ez volt az oka annak, hogy náluk a kínai nyelv és írás hasonló szerepet játszott, mint a latin nyelv és írás Európában, az arab nyelv és írás a muszlim világban vagy a buddhizmust közvetítő szanszkrit nyelv és írás Indokína országaiban: Burmában, Thaiföldön, Laoszban és Kambodzsában. A sinocentrikus térség országaiban hosszú ideig úgyszólván csak kínai nyelvű tudományos művek és irodalmi alkotások születtek, a hazai nyelvű művek aránya és jelentősége viszonylag csekély volt. A kínai nyelv és kultúra óriási hatása következtében a térség nyelveiben rendkívüli mértékben felszaporodtak a kínai lexikai elemek: szavak és frazeologizmusok. Koreában például a TANG-dinasztia növekvő befolyása következtében a VIII. századtól kezdve – királyi rendeletre – a földrajzi neveket és a személyneveket is kínaiul kellett megszerkeszteni. Többé-kevésbé hasonló volt a helyzet Vietnamban és részben Japánban is.

A kínai nyelvnek az ókortól fennmaradt, de az élőbeszédtől elszakadt írásos változata, az úgynevezett klasszikus kínai nyelv és írás (*venjen*) Koreában egészen 1895-ig a hivatalos nyelv (és írás) státuszát élvezte, Kínában pedig egészen 1912-ig, a forradalom győzelméig. (Összehasonlításképpen: Magyarországon 1844-ig volt hivatalos nyelv a latin). A koreaiak 1443-ban megalkották ugyan egy 28 betűs fonetikus írást (mai neve: *hangŭl*), azonban a tudományos életben egyáltalán nem volt használatos, hiszen a fonetikus, azaz hangjelölő írást – mivel Kínában nem alkalmazták ilyen írásrendszert – az elit jelentős része barbár, következképpen csökkent értékű írásnak tartotta. Csak a XX. században – jórészt keresztény misszionáriusok ösztönzésére – vált az egykor lenézett írás – és vele együtt a koreai nyelv is – a nemzeti önállóság és méltóság jelképévé és a modernizáció egyik leghatékonyabb eszközévé.

Mint említettük, a kínai nyelv és kultúra óriási és megkérdőjelezhetetlen tekintélye miatt a kínai nyelv nagy mértékben hatott a térség nyelveire. Ez a hatás elsősorban a szókészlet terén volt igen jelentős: a kínai eredetű, tehát kínai szótagmorfémákból szerkesztett ún. sino-koreai, sino-japán, sino-vietnami szavak aránya mind a koreai, mind a japán és vietnami nyelvben 50 százalék körül van. Megegyező je-

* BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Keleti nyelvek, orosz és magyar mint idegen nyelv tanszéki osztály, főiskolai docens.

lenségre másutt is van példa: az angolban a latin és neolatin (francia) elemek aránya, a perzsában pedig az arabé ennyi (hasonló okokból).

A kínai lexikai elemek óriási részaránya és fontossága következtében a modern, európai mintákon alapuló tudományos terminológia kialakításában a kínai nyelvnek ismét döntő szerep jutott. A sino-centrikus világ tudományának szókészlete szinte teljes mértékben kínai szótagmorfémákból állt össze (a *szótagmorféma* terminus azt jelenti, hogy a kínaiiban minden szótagnak van jelentése). E szótagok kombinálásával Kínán kívül, elsősorban Japánban is keletkeztek neologizmusok, ezeket többnyire átvette a térség többi országa. A kínai lexikai elem a tudományos szövegekben, így például a gazdaságtudománnyal kapcsolatos művekben a terminológia 80 százalékánál is több lehet. Ez azt jelenti, hogy az elvont gondolkodás szókinésze szinte teljes egészében a kínai nyelvre vezethető vissza.

A kínai nyelvi hatás talán a koreaiiban a legerősebb. Még az alapszókinés egyes elemeinek a helyére is kínai kölcsönzavak nyomultak be: 江 *kang*, 'folyó', 山 *san* 'hegy', 同生 *tongsaeng* 'öccs' stb. Kína nyomasztó kulturális befolyása miatt csak a XX. század 20-as éveitől kezdve történnek olyan próbálkozások, amelyek a magyar nyelvújítással rokoníthatók, s céljuk a nehezen érthető kínai szakmai terminusok eredeti koreaiival történő cseréje.

A Távol-Kelet számos országa hosszú ideig, egészen a múlt század végéig elzárta magát az európai szellemtől, gyakorlatilag nem volt kapcsolata az európai tudományos élettel. Elsőként Japán ismerte fel a reformok, a változások szükségességét (1868: MEIJI-restauráció). A századforduló körül Kína, Korea és Vietnam is modernizálódni kezdett, próbálkozásaik azonban nem voltak annyira sikeresek, mint Japáné: ez vezetett gyarmati (Korea, Vietnam) és félgymati (Kína) függőségükhöz. A térségben megnövekedett Japán politikai és katonai szerepe, a tudományos és kulturális életben pedig modell-országnak tekintette a kínai, koreai és vietnami értelmiség. Ez azt jelenti, hogy a nagy számú, japánból történő fordítás során a japánok által kínai szótagmorfémákból szerkesztett neologizmusok zömét – mint korábban már utaltunk rá – a kínaiak, koreaiak és vietnamiak is átvették: a koreaiiban például a kínai elemekből szerkesztett szavak 25 százalékát ezért nevezik „japános sino-koreai szónak” (日本式 漢字語 *ilbon-shik hanja-ö*, KIM JUNHAK 1987: 52). Néhány példa a japánból történt átvételre:

Japán neologizmus	Kínai átvétele	Koreai átvétele	Vietnami átvétele
宇宙 <i>uchu</i> 'kozmosz'	<i>yu zhou</i>	<i>udzu</i>	<i>vu tru</i>
討論 <i>toron</i> 'vita'	<i>tao lun</i>	<i>t'oron</i>	<i>thao luan</i>
汽車 <i>kisha</i> 'vonat'	<i>qi che</i>	<i>kich'a</i>	–
現象 <i>genshō</i> 'jelenség'	<i>xian xiang</i>	<i>hyönsang</i>	<i>hien tuong</i>

A hangalakok eltérésének fonológiai és nyelvtörténeti okai vannak: 1. ezek a nyelvek a saját artikulációs bázisukhoz idomították a kínai szótagokat, 2. a szótagmorfémákat más-más kínai nyelvjárásból és különböző időpontban kölcsönözhatték, 3. az átvétel óta a kínai kiejtés is megváltozhatott, előfordulhat például, hogy a koreai hangalak jobban hasonlít a régi kínai kiejtésre, mint a maira.

Az európai tudományos gondolkodás átvételének szándéka tehát az európai nyelvek megismeréséhez, a modern tudomány európai terminológiájának adaptálásához vezetett.

II. AZ ÁTVÉTEL MÓDJAI

1. Régi kínai szavakat vagy kifejezéseket európai jelentéssel láttak el

A régi Kínában ismeretlen volt például a politikai párt fogalma. Ma ezt a fogalmat a *tang* szóval jelölik (Európában elsősorban *Csang Kaj-sek* pártja, a 國民黨 *Kuomintang* 'Néppárt' szó utótagjaként ismert). A *tang* szó a régi Kínában egy nemzeti csoportot jelölt, később a hatalmi elit belviszályai idején az egyes frakciók elnevezéséül szolgált, s mivel ez a társadalom az érdekcsoportok politikai jelentkezését nem tűrte meg tartósan, ez a kifejezés pejoratív csengést kapott (vö. magyar „pártütés”, ‘pártoskodás’). Amikor a XIX. és XX. század fordulóján Kínában megfelelő szót kerestek az európai nyelvekben használt ‘párt’ fogalmának lefordítására, ezt a szót találták a legalkalmasabbnak (POLONYI 1988: 79). A szó koreai változata: *tang*, japán: *tō*, vietnami: *đang*.

Egyetlen szótagú szó jelentése modernizálódott a 性 *hszing* esetében is. Korábbi jelentése csak ‘jellem, emberi természet’ volt, ezt a jelentést bővítették később Japánban a korábban hiányzó ‘nem, nemi’ jelentéssel (HERMANOVÁ-NOVOTNÁ 1975: 146–171). Koreai: *sōng*, japán: *sen*, vietnami: *giōng*.

A több szótagú neologizmusok között igen érdekes a ‘forradalom’ szó távol-keleti megfelelőjének eredete. Az európai lineáris történelemfelfogással ellentétben a kínaiakra a ciklikus (vagy dinasztikus) szemlélet volt jellemző. Egy ciklus egy dinasztia uralkodásának felelt meg, és a következőképpen alakult: egy kiválasztott család az Égtől (天 *tian*) megkapja az „égi megbízatást” (天命 *tian-ming*), és dinasztia alapít. A kínai ‘forradalom’ szó (革命 *ge-ming*; koreai kiejtése: *hyōk-myōng*, japán: *kaku-mei*, vietnami: *cach-mang*) eredeti jelentése „elvágni az (égi) megbízatást”, s a rossz teljesítményt nyújtó dinasztia bukására, a vele kapcsolatos zűrzavarra, háborúskodásra utalt eredetileg, s csak a modernizációs törekvések korában kapta meg a ma is érvényes ‘forradalom’ jelentést (TAYLOR 1995: 75).

A régi fogalmak modernizálásának érdekes módja az, amikor valamely több szótagú kínai bölcs mondás (közmondás vagy szállóige) két szótagját kiemelik, s az így kapott két szótagú szót európai jelentéssel látják el. A nyugati ‘kultúra’ fogalom távol-keleti megfelelőjét Japánban ilyen módon alkották meg: 文化 *bun-ka*. Ezt átvették a szomszédai is (kínai olvasata: *wen-hua*, koreai olvasata: *mun-hwa*, vietnami olvasata: *wan-hoa*). A neologizmus a kínai klasszikus irodalom egyik közismert kifejezésének rövidítése: 文治教化 *wen-zhi-jiao-hua* ‘írás, kormányzás, nevelés, átalakulás’, amely tulajdonképpen azt jelenti, hogy ‘kormányozni a népet a tanulás és a művészetek segítségével inkább, mint nyers erőszakkal’ (ez a konfucianizmus egyik alapelve). A kifejezésből az ‘írás’+‘átalakulás’ elemeket vonták össze a kultúra fogalmának érzékeltetésére. (TAYLOR 1995: 76). A kínainak ezek a (többnyire) négy szótagból álló aforizmái, bölcs mondásai (kínai nevük 正語 *chengyu* ‘megállapodott szavak’) több – az európai civilizációval, tudományos gondolkodással összefüggő – neologizmus megalkotásához szolgáltak forrásul. Ilyen a szintén Japánban alkotott 經濟 *keizai* ‘közgazdaság’ is, amely a „**Jing shi ji min**” ‘Ellenőrizd a világot, mentsd a népet’ mondás rövidítése. Kínai ejtése: *jing ji*, koreai: *kyōngche*, vietnami: *kinh tê*.

2. Hangalakot és jelentést együtt vesznek át a kínai szótagmorfémák közvetítésével

Ez meglehetősen nehezen megy, mert a kölcsönzött szó minden szótagjához keresni kell egy hozzá hasonló ejtésű kínai szótagot, hogy le tudják írni kínai írásjegyekkel, a lehetséges kínai szótagok száma viszont mindössze 410. Így lett az angol *club* szó a kínaiban 俱樂部 *ju-le-bu* (együtt + szórakozik + részleg); sino-koreai ejtése *ku-rak-pu*, sino-japán ejtése *ku-ra-bu*, sino-vietnami ejtése *cau-lac-po*. (Ezt a szót is a japánok szerkesztették meg.) Nem mindig sikerült azonban olyan kínai szótagmorfémákat találni, amelyeknek a jelentése valamennyire is fedné a forrásnyelvi jelentést: a kínai *Xiong ya li* országnév kiindulópontja az angol *Hungary* volt, s elemeinek jelentése: 'hun' + 'agyar' + 'érdek', s csak az első szótag, a *hun* utal (tévesen) a szó jelentésére. A mai koreaiiban ezt a – főleg a kínaiban elterjedt – megoldást szinte teljesen kiszorította a forrásnyelvi hangalak koreai fonetikus írással történő közvetlen átvétele: *k'üllöb* 'club', *Höngari* 'Hungary'. A koreaiiban az átírás viszonylag könnyen megy, mivel a kínai négyszáztízzel szemben a koreaiiban több ezer a lehetséges szótagok száma. Ennek oka az, hogy a kínaiban csak két mássalhangzó (*n* és *ng*) lehet szótagzáró, a koreaiiban hét: *m, n, ng, p, l, t, k*. Ma már a japánok is a közvetlen átvételt favorizálják annak ellenére, hogy a lehetséges szótagok száma a japán nyelvben a kínainál is kevesebb, mivel csak az /n/ lehet szótagzáró mássalhangzó. A kínai nyelvben a fonológiai nehézségek miatt a közvetlen, tehát hangalakkal történő átvételek száma negyven évvel ezelőtt csak 345 volt (ZDENKÁ-HERMANOVÁ 1968: 312); ma valamivel több lehet. 1975-ös adatok szerint a koreaiiban ez a szám 15 ezer, a japánban ennél is több: 18 ezer (PAE 1975: 334). Az átvétel nem kínai szótagmorfémákkal történő módját részletesebben a 4. pontban tárgyalom.

A különböző cég- és márkanevek adaptálása során általában arra törekednek Kínában, hogy a szótagok kedvező asszociációs lehetőséget nyújtsanak. Ilyen a Siemens neve: 西門子 *Xi men zi* (nyugat + kapu + gyerek, a gyerek szó kicsinyítő képző itt), a Coca Cola neve, amely egy 1930-as pályázaton nyert első díjat: 可口可樂 *Ke kou ke le* (lehet + száj + lehet + élvez), a Marlboro neve: 萬寶路 *Wan pao lu* (tízezer + kincs + út) vagy a Martini, amelynek kínai neve a jeles ital intenzív hatására utal: *Ma ti ni* (ló + rúg + te). Van azonban szép számmal olyan eset is, amikor az egyes szótagok jelentése semmilyen kapcsolatban nincs a szó jelentésével: 三明治 *san ming zhi* (három + világos + kormányoz) 'szendvics'. (Hasonló szerkesztés a fentebb már említett *Xiong ya li* 'Magyarország' is). Természetesen ez a kínaiak számára nem jelent problémát, hiszen ők a több szótagú szót, amikor olvassák, egységként fogják fel, s többnyire nem gondolnak a részelemek jelentésére. Nem kell tehát megsértődnünk az 'agyar' és 'érdek' miatt...

3. Tükörfordításokat alkotnak

A nyugati szakszókincs átvételének legproduktívabb módja a **tükörfordítás**; ez is többnyire a kínai szótagmorfémák segítségével történik (a tükörszók nagy része szintén Japánban jött létre). Három csoportját különíthetjük el (a termonológiát illetően vö. ORSZÁGH 1977: 149–151):

a) **Tüköralakzat** (loan rendition): nem adja vissza pontosan az eredeti jelentést, csak magyarázza, értelmezi azt. Kínai példák (a tónusok jelölését elhagytam):

化學	hua xue	(változás+tudomány)	'kémia'
病理學	bing li xue	(betegség+ok+tudomány)	'patológia'

少數民族	shao shu minzu	(kis+szám+nemzet)	'nemzetiség'
軍國主義	jun guo zhu yi	(katona+ország+izmus)	'militarizmus'
愛國主義	ai guo zhu yi	(szeret+ország+izmus)	'patriotizmus'
共產主義	gong chan zhu yi	(közös+vagyon+izmus)	'kommunizmus'
主義	zhu yi	(úr + eszme)	'izmus'
化	hua	(változás)	'-izáció'
宣教師	xuan jiao shi	(hirdet + vallás + ember)	'misszionárius'
無政府主義	wu zheng fu zhu yi	(nincs + kormány + izmus)	'anarchizmus'
共和國	gong he guo	(közös + virágzás + ország)	'köztársaság'
神秘主義	shen mi zhu yi	(isten + titok + izmus)	'miszticizmus'
愛他主義	ai ta zhu yi	(szeret + másikat + izmus)	'altruizmus'

b) **Valódi tükörszók** (loan translation). Az egyes lexikai elemek jelentését pontosan lefordítja:

自由貿易	zi you mao yi	(szabad+kereskedelem)	'szabadkereskedelem'
產業革命	chan ye ge ming	(ipar+forradalom)	'ipari forradalom'
社會主義	she hui zhu yi	(társadalom+izmus)	'szocializmus'
價格政策	jia ge zheng ce	(ár+politika)	'árpolitika'
赤字	chi zi	(piros+betű)	'deficit' < red letters
黑字	hei zi	(fekete+betű)	'többlet' < black letters
民主主義	min zhu zhu yi	(nép + úr + izmus)	'demokrácia'
都市化	du shi hua	(város + változás)	'urbanizáció'
機械化	ji xie hua	(gép + változás)	'gépesítés'
和平主義	he ping zhu yi	(béke + izáció)	'pacifizmus'

Az is előfordult, hogy a koreaiak a Kínában és Japánban megalkotott tükörfordítást egyaránt átvették, s a két változat szinonimaként él egymás mellett: 鐵道 *ch'ól + to* (vas + út), a kínaiból átvett változat (régies); 鐵路 *ch'ól + lo* (vas + út), a japán nyelvből átvett változat.

c) **Hibridszók** (loan hybrid): az összetett szó egyik eleme megegyezik az angol szó hangalakjával, másik eleme hazai szó, azaz tükörfordítás. Koreai példák (a tükörszó-elem kivastagítva):

büreik'ü- æk	(液)	< <i>brake liquid</i>	'fékfolyadék'
imp'üleishön- yul	(率)	< <i>inflation-rate</i>	'inflációs ráta'
sogyu -dallő	(石油)	< <i>petrodollar</i>	'olajdollár'
suip -k'wöt'ö	(收入)	< <i>import quota</i>	'importkvóta'

4. Közvetlen átvétel a kínai nyelv megkerülésével

A koreaiiban, japánban és vietnamiban a nyugati lexika adaptációjának igen gyakori módja a forrásnyelvi hangalak **közvetlen átvétele** is, a kínai szótagmorfémákkal történő adaptálás megkerülésével. Ez Koreában a *hangül* nevű hangjelölő betűírás, Japánban a *katakana* szótagírás, Vietnamban pedig a *latin* betűk segítségével történik. Mivel a nyugati civilizációval történő megismerkedés történelmileg rövid idő alatt zajlott le, ezért az igen nagyszámú új dolog és jelenség anyanyelven történő megnevezésére nem mindig maradt elegendő idő. Japánban és Koreában

manapság egyre inkább az USA jelenti a Nyugatot reprezentáló kultúrát, így az angol nyelv vált a kultúrák közötti kommunikáció első számú közvetítőjévé: még a latin ábécé betűit is az angol spelling szabályai szerint ejtik, így például a betűszók esetében (koreai példák): UN > 유엔 *yuen*, IMF > 아이에메프 *aiemep'ŭ*, IPU > 아이피유 *aip'iyu* stb. Az angolból származó kölcsönszók magas arányának kialakulásához az is hozzájárulhatott, hogy a nemzetközi tudományos terminológia és a földrajzi nevek túlnyomó többsége szintén az angol nyelv közvetítésével és angol hangalakban került a koreaiba és japánba (az alábbi példák a koreaiából valók, a japán kiejtés igen hasonló):

k'at'egori < *category*,
dainomait'ŭ < *dynamite*,
aisot'op'ŭ < *isotope*,
Indoch'aina < *Indochina*,
bok'ŭsait'ŭ < *bauxit*,
baromit'ŏ < *barometer*,
mainosŭ < *minus*
daiamondŭ < *diamond* stb.

A nyugati nyelvekből származó kölcsönszavak megjelenésének két jelentős oka volt: 1. az új szó olyan tárgyat, jelenséget nevez meg, ami a négy tárgyalt nyelvben korábban nem volt meg, 2. a tárgy vagy jelenség ugyan megvolt náluk is, de európai változata annyira különbözött a keletitől, hogy átvették a nyugati nevet, hogy megkülönböztethessék a hasonló hazai fogalomtól. Japán példák:

1. hiányzó tárgy vagy jelenség:

tobaco > *tabako*,
bier > *bīru*, *bed* > *beddo* (nem ágyban aludtak, hanem a *tatamin*),
fork > *hooku* (ők evőpálcikával esznek),
necktai > *nekutai*,
ladies first > *reīdiphāsuto* (ismeretlen volt a nőekkel szembeni udvariasság európai fogalma),
radio > *rajio*;
machine > *mishin* 'varrógép' (jelentésszűküléssel).

2. a Keleten is megszokott tárgy vagy jelenség speciális európai változata:

bath > *basu*,
milk > *miruku* 'tejkrém vagy tehéntej',
rice > *raisu* 'európai étel köritése',
table > *teburu* 'európai, tehát hosszú lábú asztal',
hotel > *hoteru* 'európai bútorzatú szálloda',
letter > *retā* 'postai levél',
drama > *durama* 'európai stílusú dráma' stb.

Pszeudo-anglicizmusok:

base up 'alapfizetés emelése',
nighter 'késő esti baseball mérkőzés'
és sok más ilyen szó (lásd később a koreaiival kapcsolatban).

A nyugati szó az átvétel során fonológiai, morfológiai és jelentéstani változáson megy át. A japán nyelv fonotaktikai szabályai megnehezítik az európai szavak átvételét, hiszen, mint említettük, a japánban igen korlátozott a lehetséges szótagok száma. Ezért a nyugati szó hangalakja gyakran annyira megváltozik, hogy nagyon nehéz az átadó nyelv hangalakjára visszakövetkezteni. Példa: *steel* > *suchīru*, *come*

back > *kanbaku* ' híresség visszatérése a média világába', *lead* > *rīdo* 'vezetni sportversenyen' stb. Alaktani szempontból figyelemre méltók a hibrid szavak, amelyekben csak az elő- vagy utótag eredeti japán szó: *daisutoraiku* (nagy + strike) 'általános sztrájk', *terebikko* (television + gyerek) 'tévén felnőtt gyerek' (LOVEDAY 1986: 27). A túl hosszúnak talált szavakat lerövidítik: *sexual harrasment* > *sekuhara*, *platform* > *hōmu*. Az utóbbi szó esetében a *plat-* elemet hagyják el, s marad a *form*. Az /f/ fonémát gyakorta /h/-val pótolták; a japánban nem lehet a szótag vagy szó végén /m/, ezért ilyen esetben ők egy záró magánhangzót is odahallanak. Egyéb rövidítések: *ensuto* < *engine stop* 'motorleállítás', *hansuto* < *hunger strike* 'éhségsztrájk'.

A rövidítések legérdekesebb példája a japánban a *puro* szó, amelynek a rövidítések miatt hét (!) jelentése alakult ki (MILLER 1980: 253). A hétféle jelentés úgy keletkezett, hogy hét olyan nyugati szó végét hagyták el, amelyek az elején a *pro-* vagy *plo-* szótag volt (a japán nem ismeri az *l* hangot, *r* hanggal pótolja): 1. *puretariya* < német *Proletarier*, 2. *purogramu* < angol *program*, 3. *puropraganda* < angol *propaganda*, 4. *purosuteichūto* < angol *prostitute*, 5. *purofueshonaru* < angol *professional*, 6. *purodakushon* < angol *production*, 7. *purosento* < portugál *procento* vagy német *Procent*. (Ez utóbbi két szó mutatja, hogy nem mindig világos, melyik európai nyelv az átadó). A fonológiai és egyéb nehézségek ellenére a japán nyelv befogadókészsége igen nagy az idegen elemekkel kapcsolatban, ma már a szókészletnek mintegy 10 százaléka nyugati szó, s ezek mintegy 80 százaléka az angoltól. Előfordul, hogy ugyanazt a szót több európai nyelvből is átveszik, ilyenkor jelentésbeli munkamegosztás alakulhat ki közöttük. A portugál *carta* a japánban *karuta* 'játékkártya', a német *Karte* > *karute* 'lázlap, kórlap', míg az angol *card* > *kādo* 'katalóguscédula' vagy *kurejitto kādo* < *credit card*. Másik példa: a *garasu* (< holland *glas*) jelentése 'üveg', míg a *gurasu* (< angol *glass*) jelentése 'pohár'; ez utóbbi párhuzamosan létezik a holland *kop* átvételével (*koppu*).

Ugyanabból a nyelvből ugyanazt a szót többféle alakban és jelentéssel vehetik át. Például az angol *check* a japánban három alakban három jelentéssel bír:

1. *chekku* 'bankcekk',
2. *chekki* 'ruhatári jegy',
3. *chikki* 'csomagjegy vonaton' (MILLER 1980: 252).

Előfordul az is, hogy a régebbi német vagy francia kölcsönszó átadja a helyét az újabb, divatosabb angol szónak (uo. 243–244): ez történt a német *Bett*-ből alkotott *betto* szóval; ma inkább *beddo* (< angol *bed*). Az orvosok a laboratóriumi vizsgálatkor régebben a vért *burutto* néven említették (< német *Blut*), ma inkább *burādo* (< angol *blood*). Az is gyakori jelenség, hogy az eredeti japán, a sino-japán és az európai szó hármassága járul hozzá a jelentések szakosodásához: az eredeti japán *torikeshi* 'eltöröl, érvénytelenít' általános értelmű, vonatkozhat a megrendelés, szerződés érvénytelenítésére, a sino-japán *kaiyaku* absztraktabb jelentéssíkra utal: csak a szerződés érvénytelenítését jelentheti, míg az angol eredetű *kyanseru* (< *cancel*) a jegyrendelés, szállodai helyfoglalás törlését jelenti. A 'levél' jelentéssel kapcsolatban is hasonló jelenségről van szó: a hétköznapi nyelvben a az eredeti japán *tegami*, a hivatalos levelezésben a sino-japán *shokan* használatos, az angoltól kölcsönzött *retā* (< *letter*) pedig romantikus vagy modernebb hangvételű irományra utal. (TANAKA 1995: 39–49).

A koreai és a japán a magyarhoz képest sokkal kevésbé védekezik az angol szavak térhódításával szemben, ez a jelenség újabban az informatikában is megfigyelhető (koreai példák): a *reset button* ('újraindító billentyű'), *mouse* ('egér'), *keyboard*

('billentyűzet'), *sound card* ('hangkártya'), *password* ('jelszó'), *driver* ('meghajtó') stb. szavaknak nincs hazai megfelelőjük.

Mint említettük, ugyanazt a terminust egyidőben két európai nyelvből is átvették a koreaiak és japánok, napjainkban inkább az angol változatot preferálják (koreai példák): *bet'ong* < *beton* (francia); *k'onk'urit'ü* < *concrete* (angol); *birusü* < *Virus* (német); *bairosü* < *virus* (angol); *büreik'i* < *bureki* (angolból, japán közvetítéssel); *büreik'ü* < *brake* (angolból, közvetlenül) stb. Észak- és Dél-Korea eltérő politikai orientációját jelzi, hogy míg Délen az angol vagy német, Északon az orosz kiejtés közvetítette az alábbi nemzetközi szavakat:

Észak	Dél	
güruppa	gürup	'csoport'
kkabel	k'eibül	'kábel'
Wengüriya	Hönggari	'Magyarország'
ppürogüramma	p'ürogüraem	'program'
ppürochent'ü	p'örosent'ü	'százalék'
icheologiya	ideologi	'ideológia'

Az angolból átvett lexika különleges csoportját alkotják az angol elemekből megszerkesztett, de az angolban ilyen formában nem létező összetett szavak és kifejezések (pszeudo-angol szavak). Ezen szavak nagy része a japán nyelvben született, s a koreaiak átvették őket. Néhány példa a műszaki nyelvből koreai változatban:

saidü-büreik'ü	(side+brake)	'hand brake'
baek-mirö	(back+mirror)	'review mirror'
p'üront'ü gülesü	(front+glass)	'windscreen'
no-k'üllöch'i	(no+clutcher)	'automatic transmission'
mot'ö-baik'ü	(motor+bike)	'motorcycle'

Egyéb példák átírás nélkül: *goal in* 'score a goal, get married', *old miss* 'spinster', *table speech* 'after dinner speech', *golden hour* 'prime time' ('főműsoridő'), *no cut* 'an uncensored movie, uncensored film', *no tie shirt* 'an openneck(ed) shirt'.

III. A TÁVOL-KELETI SZAKNYELV BIZONYOS SAJÁTOSSÁGAI

A tárgyalt kultúrkör szaknyelvének egyik fontos szemantikai sajátossága, hogy ott is különbséget tesz **konkrét és absztrakt fogalmi szint** között, ahol a magyar vagy más európai nyelvek ezt nem teszik meg, s ez a distinkció sok európai fogalom esetében is megtörtént az átvétel során. Ennek megfelelően számos olyan szinonimapár alakult ki, amelyeknek a fordítása európai nyelvekre csak egyetlen szóval vagy körülírással lehetséges. Az elvontabb jelentésű szó mindig kínai eredetű. Ezek a szinonimapárok eredetük, szerkezeti felépítésük alapján csoportokba sorolhatók. Koreai példák:

A) A konkrét és absztrakt fogalmi szint két, genetikailag eltérő szóval van kifejezve, a konkrét jelentés eredeti koreai, az absztrakt pedig sino-koreai szóval. Néhány példa:

Konkrét (eredeti koreai)	Absztrakt (sino-koreai)	
saram	人間 ingan	'ember'
kap	價格 kagyök	'ár' (price)
charada	成長 söngchang-hada	'nő, növekedik'
il-hada	勤務 künmu-hada	'dolgozik'
paeuda	工夫 kongbu-hada	'tanul'
ttang	土地 t'ochi	'föld'

sam	生命 saengmyöng	‘élet’
mulkyööl	波濤 p’ado	‘hullám’

A szaknyelvi terminológia szócsaládja majdnem minden esetben az absztrakt fogalmi kört jelző sino-koreai szavakra épül, így például: 價格政策 *kagyöök-chöngch’aek*, ‘árpolitika’, 價格變動 *kagyöök-pyöndong* ‘ármozgás’, 價格引上 *kagyöök-insang* ‘áremelkedés’ stb. A piacon viszont eredeti koreai szóval kell kérdezni (konkrét sík): **Kaps-i ölmayeyo?** ‘Mennyi az ára?’ A ‘föld’ fogalom esetében: 土地改革 *t’ochi-kaehyöök* ‘földreform’; 土地政策 *t’ochi-chöngch’aek* ‘földpolitika’; a nem szaknyelvben viszont: *memarün ttang* ‘száraz, terméketlen föld’ (a *ttang* eredeti koreai szó). A ‘dolgozik’ igének megfelelő koreai szinonimapár egyike (*il-hada*, eredeti koreai) mindenfajta, kedvtelésként űzött munkára is vonatkozhat, míg a sino-koreai *künmu-hada* csak a munkahelyen, fizetésért végzett tevékenységre érvényes, s ilyen értelemben közgazdasági kategória. Ugyanez a distinkció érvényes a ‘tanul’ koreai fordításaira is: a *paeda* mindenfajta tanulást jelent (pl. tanul biciklizni), míg a sino-koreai 工夫 *kongbu-hada* szervezett iskolai tevékenység. A ‘hullám’ fogalom két koreai megfelelője (*mulkyööl* és *p’ado*) közül a sino-koreai 波濤 *p’ado* a hivatalosabb, a szaknyelvben gyakori; nem véletlen, hogy a tudományos terminológia megalkotásakor ezt a változatot (helyesebben csak az első szótagját) használták fel: 短波 *tan-p’a* ‘rövidhullám’, 中波 *chung-p’a* ‘középhullám’, 長波 *chang-p’a* ‘hosszúhullám’.

B) Az is gyakori, hogy a konkrét és absztrakt fogalmi szintre utaló szavak mindegyike sino-koreai szó. Okai:

1. A konkrétabb jelentésű nem szaknyelvi fogalom (pl. ‘levél’) is a modern (kínai eredetű) civilizáció (az írás) átvételével függ össze: a 便紙 *p’yönchi* közönséges, mindennapi levél, míg a 書信 *söshin* a hivatalos, üzleti levelet jelenti.
2. A konkrétabb fogalmat kifejező sino-koreai szó azért a tudományos, szakmai szókészlet része, mert az eredeti korai szavakból régebben nem alakulhatott ki tudományos terminológia. Erre jó példa az ‘élet’ fogalom két sino-koreai szinonimája: a *saenghwal* a mindennapi életre, életmódra utal (經濟生活 *kyöngche-saenghwal* ‘gazdasági élet’, 家庭生活 *kachöng-seanghwal* ‘családi élet’, 性生活 *söng-saenghwal* ‘nemi élet’; a *saengmyöng* viszont elvontabb, biológiai értelemben vett életet jelent: 生命學 *saenmyöng-hak* ‘élettan, biológia’, 生命的根源 *saengmyöng-üi küwön* ‘az élet eredete stb. A ‘politika’ szó két sino-koreai megfelelőjét gyakran keverik össze a nyelvtanulók: a 政治 *chöngch’i* jelenti általában a politikát mint absztrakt jelenséget (政治生活 *chöngch’i-saenghwal* ‘politikai élet’, 政治家 *chöngch’iga* ‘politikus’), míg a 政策 *chöngch’aek* a politikának intézkedésekben megnyilvánuló konkretizálását jelenti: 經濟政策 *kyöngche-chöng-ch’aek* ‘gazdaságpolitika’, 假定政策 *kachöng-chöng-ch’aek* ‘családpolitika’ stb.
3. A 金 呂 *-küm* ‘pénz’ jelentésű utótag elhagyása vagy megléte arra utal, hogy a valamely értéket jelző fogalmat általában (absztrakt módon) vagy konkrétan, pénzben kifejezve óhajtunk megnevezni:

賞	sang	‘jutalom’	賞金	‘sang-güm	‘jutalom’ (pénzben)
資本	chabon	‘tőke’	資本金	chabon-güm	‘tőke’ (pénzben kifejezve)
貸付	taebu	‘kölsön’	貸付金	taebu-güm	‘kölsön’ (pénzben kifejezve)
補償	posang	‘kártérítés’	補償金	posang-güm	‘kártérítés’ (pénzben kifejezve)
丕稅	(cho)se	‘adó’	稅金	se-güm	‘adó’ (pénzben kifejezve)

Ha az adóról általában beszélek (**chose chöngch'aek** 'adópolitika'), akkor az első változat, ha konkrét adóösszegekről van szó, akkor a második szükséges (**segum-ül ch'enap-hada** nem fizeti be az adót'): a magyar fordításban ez a különbség eltűnik.

4. A 書 -sö ('írás') utótag megléte azt fejezi ki, hogy valamely aktus írásban történt-e meg, vagy ezt a tényt a beszélő nem tartotta fontosnak kiemelni.

注文 chumun 'megrendelés' 注文書 chumun-sö 'megrendelés' (írásban)

契約 kyeyak 'szerződés' 契約書 kyeyak-sö 'szerződés' (írásban)

見積 kyönchök 'kalkuláció' 見積書 kyönchök-sö 'kalkuláció' (írásban)

Ez a jelenség az oka annak, hogy a „Beszéljük meg a szerződést!” (**Kyeyak-ül habüi-hapshida!**) és az „Írjuk alá a szerződést!” (**Kyeyak-sö-e sömyöng-hapshida!**) mondatokban a 'szerződés' szó koreai fordításai nem cserélhetők fel egymással.

A konkrét és absztrakt fogalmi szint világos elkülönítése, valamint az a tény, hogy a sino-koreai szótagmorfémák kombinálása segítségével az absztrakt szinten belül további változatos jelentésárnyalatok keletkezhetnek, szinonimák szövevényes hálózatát eredményezte. Erre kiváló példa a magyar 'élet' szó 12 (!) koreai megfelelője, amelyből korábban kettőt már említettem (eredeti koreai: *salm*, *moksum*; sino-koreai: 生 *saeng*, 生命 *saengmyöng*, 生活 *saenghwal*, 生涯 生存 *saengchon*, 人生 *insaeng*, 平生 *p'yöngsaeng*, 一生 *ilsaeng*, 生前 *saengchön*). Az eredeti koreai szó köznyelvidebb, konkrétabb és érzelmi többletet hordozó fogalmat fejez ki ('belefárad az életbe': *salm*, 'életét áldozza': *moksum*), a sino-koreai változatok egzaktabbak és a tudományos terminológiának is részei: 'Darwin **élete**' (*saengae*), 'Darwin **életében**' (*saengchon*), '**életében** először' (*p'yöngsaeng*) '**életbiztosítást kötött**' (*saengmyöng*) 'pesszimistán szemléli az **életet**' (*insaeng*) 'stb. A kínai írásjegyeket jól ismerők számára ezek motivált szavak, hiszen tudja például, hogy az utolsó előtti szó esetében nem a biológiai értelemben vett életről (*saengmyöng*), a mindennapi életről (*saenghwal*) vagy az életútáról (*saengae*) van szó, hanem általában az emberi életről (*insaeng*), hiszen az 人 *in* jelentése 'ember' (kínai ejtése: *zsen*), a 生 *saeng* (kínai ejtése: *hszeng*) önmagában is 'élet', tehát a két szótag együtt 'emberi életet' jelent; a magyarra történő fordításban ezt külön nem érdemes érzékeltetnünk. A kínai írásjegyeket nem, vagy csak fogyatékosan ismerők számára az 'élet' fenti sino-koreai megfelelői nem motivált szavak, ezért elsajátításuk nehéz.

Hasonló nehézségekkel jár a tudományos terminológiában oly fontos szerepet játszó 'anyag' szó koreai megfelelőinek elkülönítése is. Mivel az anyag fogalma meglehetősen elvont, eredeti koreai szó nincs is a megnevezésére, a konkrétságot kifejező '(ruha)anyag' kivételével: *kam* vagy *ch'ön*. Az absztrakt szinten a következő jelentésárnyalatok léteznek: 物質 *mulchil* 'anyag' (fizikai és filozófiai értelemben), 材料 *chaeryo* 'anyag' (a műhely anyagot igényel), 資料 *charyo* 'anyag' (az újságíró anyagot gyűjt).

A 部分 *pu-bun* szó elő- és utótagja külön-külön és együttesen, összetett szóként is ugyanazt jelenti: 'rész'. Ez az oka annak, hogy a szócsaládjába tartozó szavak megalakításakor mind az első, mind a második szótag felhasználható volt. A *pu-bun* elő- és utótagja segítségével a következő származékszók hozhatók létre (a leggyakoribbak):

pu

부지 pu-chi (rész+föld) 'telek'

pun

분광 pun-gwang (rész+fény) 'spektrum'

부장 pu-chang	(rész+főnök)	‘részlegvezető’	분과 pun-gwa	(rész+osztály) ‘szekció’
부품 pu-p’um	(rész+dolog)	‘alkatrész’	분극 pun-gük	(rész+sarok) ‘polarizáció’
부령 puryöng	(rész+parancs)	‘rendelet’	인분 in-pun	(ember+rész) ‘adag’
부수 pu-su	(rész+szám)	‘példányszám’	분권 pun-kwön	(rész+hatalom) ‘decentralizáció’

Megjegyzést érdemel, hogy a *pun* önálló szóként ‘perc’ jelentéssel bír (‘az idő része’), s a törtszámokat is vele fejezik ki a birtokos esetrag segítségével (négyötöd: *오분의 사 o pun-üi sa*, tkp. ‘öt résznek a négye’, ‘öt részből négy’; fordított a szórend, mint a magyarban!).

Az absztrakt fogalmi szinten használt, korábban már említett *t’ochi ‘föld’* két szótagjának jelentése szintén megegyezik, és azok külön-külön is produktív szóalkotó képességgel rendelkeznek:

<i>t’o ‘föld’</i>		<i>chi ‘föld’</i>	
kuk-t’o	(ország+föld) ‘felségterület’	chi-gu	(föld+labda) ‘földgömb’
hwang-t’o	(sárga+föld) ‘löszföld’	chi-chin	(föld+rengés) ‘földrengés’
t’o-söng	(föld+csillag) ‘Szaturnusz’	chi-do	(föld+ábra) ‘térkép’
t’o-min	(föld+ember) ‘benszüllött’	chi-ri	(föld+ok) ‘földrajz’

A *pu-pun* és *t’o-chi* típusába tartozó két szótagú szavak kialakulásának oka a régi kínai nyelvben az volt, hogy a rengeteg egyszótagú szót, amelyek között sok volt a homonima, igen könnyen összetéveszthették egymással. Ennek elkerülésére a hasonló jelentésű szótagokat egymással értelmezték, így ezek idővel összetapadtak (TAYLOR 1995: 25–36).

A szaknyelvben, jelentéstani szempontból, a **mennyiséget kifejező fogalmak** használata is meglehetősen eltér az európai nyelvszemlélettől. Mind a koreaiiban, mind a japánban és vietnamiban – a kínai nyelv óriási befolyása miatt – **kettős számrendszer** alakult ki: százig eredeti tőszámnevek és kínai eredetűek egyaránt vannak és egymás szinonimáiként léteznek; száz fölött viszont csak a kínai lexika használatos. A korábban említett distinkció a lexikának erre a rétegére is érvényes. Az eredeti koreai, japán és vietnami számnevek alacsonyabb stílusértékűek, kevésbé udvariasak, a kínai eredetűek választékosabbak, udvariasabbak, s a szaknyelvben, a matematikai és egyéb műveletek esetében, a mértékegységek kifejezésekor – néhány kivételtől eltekintve – szinte kizárólag ezeket használják. A sorszámnevekre ugyanez a kettősség jellemző: a konkrétabb jelentés hazai szóval fejeződik ki (*ch’öt sarang* ‘első szerelem’), míg az elvontabb, tudományos vagy politikai fogalom a sino-koreai változat segítségével: *che il ch’a segye tae-jön* ‘első világháború’ *che il ch’a tang-taehoe* ‘első pártkongresszus’ (koreai példák).

Összefoglalásként elmondható, hogy a kínai elemek és a nyugati terminológia kettős gyűrűjében a koreai, japán és vietnami szaknyelv szókészlete meglehetősen heterogén, igen sok a rokonértelmű szó. A tudományos nyelv elsajátítását jelentősen megnehezíti a nehéz, szinte mindig kínai szótagmorfémákból szerkesztett terminológia, amely számukra (és a koreait tanuló külföldiek számára is) gyakran motiválatlan. Hogy motiválttá tegyék, (s ezáltal megértése könnyebbé válhasson) két út kínálkozik: 1. az etimologizálást segítő (de igen nehéz) kínai írásjegyek megtanulása (ez Japánban követelmény, Koreában nem annyira, Vietnamban viszont egyáltalán nem tanítják), 2. nyelvújítás, a szókincs reformja, azaz a nehéz, kínai eredetű (vagy

európai) lexika felváltása újonnan, hazai elemekből kreált szavakkal. Az első megoldási módozattal kapcsolatban óriási vita folyik Dél-Koreában (vö. OSVÁTH 1995: 40–52), a második módozatot mind Észak-, mind Dél-Koreában alkalmazzák, de ez irányú lépéseiket politikai okokból nem hangolják össze, azaz ugyanarra a szóra Északon és Délen eltérő neologizmus születhet (vö. OSVÁTH 1999). Ez megint csak a nem kívánatos szinonima-túltengés tendenciáját erősíti, hiszen (a magyar nyelvújításhoz hasonlóan) a régi és új lexéma bizonyos ideig még párhuzamosan létezik.

IRODALOM

- HAN SUNG-SU 한성수 (1996): 경제정책론 *Kyöngche-chöngch'aek-ron* [A gazdaságpolitika elmélete]. Szöul
- KIM JUN-HAK 김윤학 (1987): 한자말의 토박이말로 맞추기는 데에 따르는 문제와 그 해결책 *Hantsa-mal-üi t'obagi-mal-lo machömginün dee ttarünün munjewa kü haegyölch'aek* [A sino-koreai szavak eredeti koreaira történő cseréjének problémája és ennek megoldása]. In: *Kug-ö-saenghwal*, 1987 / 8. Szöul, pp. 51–63.
- HERMANOVÁ-NOVOTNÁ (1968): Contributions to the Study of Loan-words and Hybrid Words in Modern Chinese. In: *Archív Orientalni*. Praha, 1968 / 36. pp. 295–325.
- HERMANOVÁ-NOVOTNÁ, ZDENKA (1975): Morphemic Reproductions of Foreign Lexical Models in Modern Chinese. In: *Archív Orientalni*, Praha, 1975 / 43. pp. 146–171.
- LOVEDAY, LEO (1986): *Explorations in Japanese Sociolinguistics*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- MILLER, ROY ANDREW (1980): *The Japanese Language*. Tokyo: Charles E. Tuttle Company.
- ORSZÁGH LÁSZLÓ (1977): *Angol eredetű elemek a magyar szókészletben*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- OSVÁTH GÁBOR (1995): A kínai írásjegyek használatával kapcsolatos dél-koreai vita. In: Osváth Gábor szerk. *Koreai nyelv és kultúra*, Budapest: Külkereskedelmi Főiskola. pp. 40–52.
- OSVÁTH GÁBOR (1996): A koreai modernizáció és az angol nyelv In: *Szakmai füzetek*. Budapest: Külkereskedelmi Főiskola. pp. 165–272.
- OSVÁTH GÁBOR (1999): A koreai nyelv északi és déli változata In: BLASKÓ JÁNOS – KOHN JÁNOS szerk. *A nyelv mint szellemi és gazdasági tőke*. Szombathely. pp. 235–240.
- POLONYI PÉTER (1988): *Kína története*. Budapest: Kozmosz Könyvek.
- TANAKA, AKIO (1995): *Bevezetés a japán szókészletbe*. Fordította: Hidasi Judit. Budapest: The Japan Foundation Language Institute, Külkereskedelmi Főiskola.
- PAE YANG-SEO (1957): *English Loanwords in Korean* (PhD-disszertáció). University of Texas.
- TAYLOR, INSUP–TAYLOR, M. MARTIN (1995): *Writing and Literacy in Chinese, Korean and Japanese*. Amsterdam / Philadelphia.

DR. SZÉKÁCS ANNA*

A TÁVOL-KELETI RÉGIÓ MENEDZSMENTJE ÉS VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓJA, MINT A KOMPLEX NYELVOKTATÁS RÉSZE

A távol-keleti régió nyelvei közül a Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Karán a japánt, a kínait és a koreait tanulják a hallgatók. E nyelvek a nehezen elsajátítható, időigényes nyelvekhez tartoznak.¹ A japán és a kínai nyelv esetében az írásmódból következő plusz óraszámigény mellett, mindhárom nyelvnél külön odafigyelést igényel a konfuciánus alapokon nyugvó gondolkodás, és az ebből fakadó tiszteleti kommunikáció, verbális és nem-verbális megnyilvánulásaival egyetemben.

Korábban a nyelvoktatásra szánt heti 6 óra a keleti nyelvek esetében kevésnek bizonyult, mivel az oktatás kezdő szintről indult, és három év alatt üzleti szaknyelvi szintig kellett eljutni. Ezért a keleti nyelveket heti 8 órában oktattuk. A felsőoktatásban bekövetkezett, a bolognai folyamatot követő változások az idegen nyelvek esetében óraszám csökkenéssel jártak. Így egyre nehezebbé vált a piacképes, szaknyelvi tudást kizárólag a kontakt-nyelvórák keretében átadni. A tantermi órák anyagának átalakítása mellett új tantermen kívüli képzési formákon is el kellett gondolkodni.² Az óraszám-keret adta lehetőségeken túl a munkaerőpiac igényeinek változásával is számolni kellett. A főiskolánkon oktatott távol-keleti nyelvek szempontjából nézve a kérdést, a japán, a koreai és újabban a kínai érdekeltségű munkáltatók részéről megnőtt az igény a távol-keleti kultúrában otthonos munkaerő iránt. A japán, kínai, koreai nyelv oktatásának alkalmazkodnia kell a piac követelményeire: a szaknyelvi tudáson felül biztosítani kell a felkészítést kulturális és szakmai téren egyaránt, ismereteket nyújtva a távol-keleti térség civilizációjáról, történelméről és vállalati menedzsmentjéről.

A TÁVOL-KELETI CÉGEK IGÉNYE A HUMÁN ERŐFORRÁS TERÉN

A rendszerváltozást követően évről évre nőtt a hazánkba települő távol-keleti cégek száma. Eleinte nem igényeltek japánul, koreaiul, kínaiul tudó munkatársakat, megelégedtek az angol nyelvvel. Nem is igazán szerették (főleg a japán cégek vezetői), ha a beosztott érti, hogy mit beszélnek egymás között. Nem tulajdonítottak

* BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar Idegennyelvi és Kommunikációs Intézet, Nemzetközi Gazdálkodási Szaknyelvi Intézeti Tanszék, Keleti Nyelvek, Orosz és Magyar, mint Idegen Nyelv tanszéki osztály, Keleti Nyelvek szakcsoport; PhD, főiskolai docens, szakcsoportvezető.

¹ Hidasi (1999: 78.)

² A módszertani innováció érdekében végzett felmérést a munkáltatóknál Dévény Ágnes és Szőke Andrea (2007).

jelentőséget az eltérő mentalitásból, a jellegzetes menedzsment-stílusból adódó félreértéseknek, konfliktusoknak sem. Ahol ez mégis szempont volt, ott gyakran alkalmaztak japános munkakörben angol és koreai nyelvtudással rendelkező fiatal (a távol-keleti gondolkodásmódban otthonos, mégsem érti, amit főnökei beszélnek). Az ezredfordulótól azonban, a cégek számának ugrásszerű növekedése, továbbá a munkamenetben, kommunikációban jelentkező visszatérő problémák erősödése együtt járt az újrafogalmazott igénnyel: szükség van az angol mellett távol-keleti nyelve(ke)t is beszélő, a hagyományos ázsiai menedzsment-stílusban otthonos, az ázsiai munkastílust ismerő magyar munkaerőre, különösen közép- és felsővezetői munkakörben. Erre a változásra mutat az álláshirdetések megfogalmazása¹, az állásinterjúk tartalma², valamint a kérdéskörben készült felmérések és tanulmányok növekvő száma³. Vizsgáljuk meg, mekkora jelenleg ez a piac, milyen elvárásokkal vannak a belépő munkavállalókkal szemben, és hogyan, milyen új módszerrel tudja a Keleti Nyelvek szakcsoport felkészíteni a feladatokra a hallgatókat.

A TÁVOL-KELETI CÉGEK ADATAI HAZÁNKBAN

A JETRO budapesti irodájának adatai alapján⁴ a japán cégek száma Magyarországon jelenleg 113. Ezek között gyártóvállalat, kereskedelmi és pénzügyi vállalat, képviselet, logisztikai vállalat, K+F vállalat egyaránt megtalálható. Hozzávetőleg 320 japán dolgozik a cégeknél, míg az összmunkaerő 25 000 fő körül van, és a tendencia növekvő. A regisztrált koreai érdekeltségű cégek száma 42, ebből 21 a számottevő⁵. A befektetők, és a dolgozók létszáma egyaránt folyamatosan nő. Mind a japán, mind a koreai cégek közül a legnagyobbaknak igen erős a magyarországi pozíciója. Az első ötven legnagyobb magyarországi cégből (árbevétel, eredmény, saját tőke és létszám alapján) a Magyar Suzuki Zrt. 9., a Samsung Electronics Magyar Zrt. a 10. 2006-ban az árbevétele szerint.⁶ Az első 50 legnagyobb export-árbevételű magyarországi cég között 2006-ban 4 japán és 2 koreai cég szerepel (Magyar Suzuki Zrt. 5., Samsung Electronics Magyar Zrt. 6., Denso Gyártó Magyarország Kft. 22., Sanyo Hungary Ipari és Kereskedelmi Kft. 26., Alpine Európai Elektronikai Ipari Kft. 36., Samsung SDI Magyarország Gyártó és Értékesítő Zrt. 44. helyen).⁷ A leg-

¹ Részletek álláshirdetésekből: „Elsősorban azon végzős hallgatók jelentkezését várjuk, akik – elhivatottságot éreznek magukban arra, hogy egy japán vállalatnál dolgozzanak, – a mindennapi életben is szeretnék nyelvtudásukat használni, tökéletesíteni, – fejlett a teherbíró, valamint a stressztűrő képességük, képesek alkalmazkodni a gyorsan változó feltételekhez...” (Shinwa); „Az interjú a nyelvtudáson felül a kommunikálást (személyiséget) is nézik” (Bridgestone); „... good communication and problem solving skills, strong personality” (Jobserver). Az álláshirdetések tehát megfogalmazzák az ázsiai munkáltatók speciális elvárásait a terhelhetőség és a jó kommunikációs képesség hangsúlyozásával.

² Az interjúkon a jelentkezőnek a távol-keleti régió kultúrájában elfogadott értékeknek kell megfelelnie (csapat szellem, szolgálatkészség, hűség, nyitottság, testi egészség), és a kiválasztásnál a tartalmi szempontok mellett ugyanolyan jelentőségűek a formaiak (konzervatív külső megjelenés).

³ Balázs (2002); Bassa (2006, 2007); Hidasi (2003, 2005, 2006); Nishida (2007); Székács (2004).

⁴ www.jetro.go.jp/hungary

⁵ KOTRA budapesti irodájának adatai.

⁶ Karsai Gábor (2007: 54).

⁷ Uo. 56.

több alkalmazottat foglalkoztató 50 magyarországi cégből a 22. és 23. helyen japán cég szerepel (Suzuki, Denso).¹ E két cég mintegy 40-45 százalékkal növelte létszámát 2006-ban, és további bővítésre is készül.² A kínai cégek esetében nem a nagybefektetők dominálnak, egyelőre kisvállalkozások, illetve a kínai érdekeltséggel rendelkező multinacionális cégek keresnek kínai nyelvtudással és kulturális ismerettel rendelkező fiatalokat. Itt a kapcsolatok folyamatos fejlődésével az igények növekedése prognosztizálható.³

VÉGZŐS HALLGATÓINK ELHELYEZKEDÉSI LEHETŐSÉGEI

Mindenekelőtt tisztáznunk kell, hogy milyen munkára szerződő munkavállalókról beszélünk. Mivel végzős hallgatóink elhelyezkedése szempontjából vizsgáljuk a kérdést, őket többnyire **középvezetői posztra**, vagy **tolmács, közvetítői munkakörben** alkalmazzák a távol-keleti cégek és nem a gyártósorokhoz. Elsősorban a japán érdekeltségű cégek példáját tekintjük át, de hasonló tapasztalatokkal rendelkezünk koreai cégeknél is.

A japán cégeknél többnyire japánok a cégvezetők, sőt a felsővezetők többsége is. A magyar középvezetők mellett is találunk japánokat. A gyártósorok irányítói, de legalábbis betanítói szintén japánok. Ezek az emberek napi kapcsolatban állnak a magyarokkal: mint főnökök, beosztottak, kollégák, vagy a mindennapi élet során, mint ügyeiket intéző, vásárló, szolgáltatásokat igénybe vevő lakosok. A rövidebb-hosszabb ideig hazánkban élő japánok közül a cégek vezetői, alkalmazottai (majdnem mindig férfiak) többnyire meg sem kísérik megtanulni a magyar nyelvet. A vállalatoknál a kommunikáció nyelve az irodában legtöbbször az angol, a munkások és a japán főnökök között pedig tolmácsot alkalmaznak. Sok helyen van japánul tudó állandó munkatárs is, de jellemzően alkalmi tolmácsokat vesznek igénybe. A japán tudással rendelkező magyar munkatársaktól és a tolmácsoktól egyaránt azt várják el, hogy a **napi kommunikáció lebonyolítása, a gyártási folyamatok, az üzemmenet biztosítása** mellett, **közvetítsék a** (magyar) dolgozók felé a **vállalat filozófiáját**. Ez legtöbbször a feltétlen lojalitást jelenti, akár túlmunka árán is, a tisztasági és a minőségi követelmények következetes betartását, valamint a vállalati érdekekkel való azonosulást, melynek – szerintük – egyik megnyilvánulási formája, hogy a dolgozó nem hiányzik a munkahelyéről. Ezt a fajta gondolkodásmódot a vállalatok úgy adják át a hozzájuk kerülő új munkaerőnek, hogy annak az elhelyezkedést követően tréningeken, rövidebb-hosszabb képzéseken kell részt vennie. Ez a fajta „kiképzés”, ha nincs a munkavállalónak előzetes ismerete a távol-keleti menedzsment stílusról, nem ismeri a kommunikációs szokásokat, sokszor ellenkezést, dacot vált ki. Ebben az esetben maga a nyelvhasználat (japánul, vagy angolul kommunikálnak) kevésbé jelent előnyt vagy hátrányt, hiszen az átadandó üzenet angol nyelven is „japánosan” fog hangzani. Az ellenkezés reakcióját rendszerint az váltja ki, hogy a konfuciánus hagyományokra épülő kultúrákban a munkához való viszony gyökeresen más, mint a keresztény kultúrákban. A munka, mint életforma

¹ Uo. 57.

² Uo. 60.

³ Salát Gergely (2004) a kínai nyelvtudással rendelkező hallgatók gazdasági szférában történő elhelyezkedéséről szólva rámutatott, hogy gyorsan növekszik az igény kínaiul tudó munkatársakra a magyar és a nemzetközi cégeknél, és a jövőben nagy szükség lesz kínaiul tudó köztisztviselőkre, diplomátákra, ügyintézőkre is.

van jelen, és nem a pihenés ellentétéként. Ezért nem értik a japánok vagy a koreaiak, hogy a magyarok (európaiak) miért ragaszkodnak a szabadságuk kivételéhez minden áron, és nem értik a magyarok, hogyan tudnak úgy élni a japánok, koreaiak, hogy folyamatosan dolgoznak. A munka környezet és a munkafolyamatok tisztántartásának, a rendezettség végletes megkövetelésének is van a hagyományokból következő magyarázata: a japánok kis helyen élnek sokan, ezért a rendezettség, a hely kihasználás alapvető túlélési stratégia. A szaknyelvi kompetencián túl hallgatóinkat kompetensé kell tennünk ezekben a kérdésekben is, hogy belülről ismerjék azt a világot, amelybe bekerülnek, és érdemben segíthessék azok munkáját, akiknek nincs módjuk ilyen ismeretekre szert tenni (például a gyártósoron dolgozóknak).

TANRENDBE ILLESZTHETŐ KÉPZÉSI FORMA A TÉRSÉGI ISMERETEK BŐVÍTÉSÉRE

A térségben érvényes szocio-kulturális kompetencia megszerzéséhez, ennek a tudásnak a biztos használatához – tapasztalatunk szerint – nem elég az elméleti felkészítés (előadás, szaknyelvi óra), szükség van folyamatos gyakorlatra, közvetlen kapcsolatra, és aktív együtt munkálkodásra a régió képviselőivel. A munkaerőpiac igényeinek kielégítésére karunkon szakirányos képzés keretében (**Távol-keleti interkulturális menedzsment szakirány**) – nem csak távol-keleti nyelvet tanuló hallgatók részére – távol-keleti menedzsmenttel, kereskedelmi ügyletekkel kapcsolatos ismereteket oktattunk. A szakirány kurzusain a hallgatók tanulnak a régió történetéről és civilizációjáról, a politikai, gazdasági és kulturális szervezetekről, a távol-keleti etiketről és protokollról, valamint a távol-keleti régióval folytatott társadalmi és kulturális kapcsolatokról. Emellett a hallgatók belekóstolhatnak a keleti (kínai, koreai, japán) nyelvekbe is. Az ötödik és hatodik félév kurzusain heti nyolc órában, összesen 240 órában sajátítják el a tudnivalókat. Ebből 165 óra elmélet (előadás) és 75 óra gyakorlat (szeminárium). A japán, koreai, kínai szaknyelvi órák is igazodnak a piaci elvárásokhoz: kontakt-nyelvórákon kívül interaktív foglalkozásokkal segítjük a hallgatókat kommunikációs kompetenciájuk kiteljesítésében. Ilyen foglalkozás a gyárlátogatás, a vitafórum japán cégvezetőkkel, japán és koreai delegációk látogatásának fogadása, távol-keleti egyetemekkel való együttműködés.

A TANÓRÁKON TÚLMUTATÓ INTERAKTÍV KÉPZÉSI FORMÁK ALKALMAZÁSA

- (1) A **gyárlátogatás** visszatérő programunk. Japán és koreai céghez egyaránt járunk. Olyan helyek ezek, ahol saját volt hallgatónk van vezető beosztásban. Így nemcsak hogy hallgatóink gyakorlatban láthatják az elméletben megtanult távol-keleti menedzsment módszereket, sőt ezek eltéréseit a koreai illetve a japán cégeknél, de volt hallgatóink segítségével a kényes kérdéseket, a konfliktusokat okozó helyzeteket is meg lehet beszélni. A látogatás előkészítésekor hallgatóink a tanultak alapján kérdéseket állítanak össze a menedzsment módszerekről, a magyar és a japán dolgozók kapcsolatáról, melyet e-mailen juttatunk el volt hallgatónkhoz, aki a látogatás során válaszol a kérdésekre. A hallgatókkal előzetesen megfigyelési szempontokat is megbeszélünk.
 - figyeljék a gyárterület feliratait, kiírásait (megtalálják-e a szakirodalomból ismert kiírásokat);

- figyeljék a munkahelyi körülményeket (egyenruha jelentősége, iroda-beosztás, főnök-beosztott viszony megjelenése a területi elhelyezkedésben);
- figyeljék, hogy ki fogadja a csoportot, mik a protokoll megnyilvánulások, a tájékoztatóban mi hangozhat el a magyarok és a japánok kommunikációs problémáiról.

A gyárlátogatás után a tapasztaltakat megbeszéljük, feldolgozzuk. Az egyik gyárlátogatáson három volt hallgatónk fogadott bennünket a gyár egyenruhájában, közülük az egyik előző évben még szakirányosként vett részt a gyárlátogatáson.

- (2) A gyárlátogatás mellett **vitafórumot** is szerveztünk, melybe mind a japánul tanuló, mind a szakirányos hallgatókat bevontuk. Erre a rendezvényre a távolkeleti kommunikáció szakemberét, japán cégek vezetőit, továbbá japán területen dolgozó, befutott volt hallgatóinkat hívtuk meg. A magyar-japán üzleti kommunikáció kérdéskörét elméleti és gyakorlati megközelítésben kívántuk bemutatni, úgy, hogy az eltérő generációk nézőpontját ütköztettük. Úgy gondoltuk, hallgatóink saját szemükkal láthatják az úgynevezett távol-keleti (japán, koreai) menedzsment módszerek átalakulását, illetve változatlanosságát (az egyik japán előadó cégénél már élnek a változások, a másik a régi módszerek híve). A vitafórumot egy végzős japános hallgatónk szakdolgozatából készített prezentációjával indítottuk, bemutatva, milyen értékes, a japán cégek számára is hasznosítható kutatást képesek hallgatóink létrehozni. A vitafórum, túl a szakmai tanulságokon, lehetőséget adott arra is, hogy a hallgatók megfigyelhessék a japán előadók kommunikációs stílusát, viselkedését formális helyzetben, vagyis ellenőrizhessék az etikett-protokoll tantárgy keretében elméletben tanultakat.
- (3) Gyakran keresik fel főiskolánkat **küldöttségek**. Kétszer is ellátogatott hozzánk a Japán Állami Ifjúsági Jóléti Jóléti Küldöttség, melynek tagjaival hallgatóink levelező kapcsolatot alakítottak ki, és a látogatásból aktív cserekapcsolat bontakozott ki. Egy másik alkalommal a Japán Gyáriparosok Szövetségének küldöttségét fogadtuk. Hallgatóink szakmai kérdésekkel ostromolták a befolyásos, magas rangú vendégeket¹. A hallgatók komoly érdemi válaszokat kaptak a lehető legkompetensebb személyektől. Ahhoz természetesen, hogy egy-egy ilyen látogatás kellően eredményes és hasznosítható legyen a hallgatóink számára, a tanárnak kellő körültekintéssel kell azt előkészíteni, és lehetővé kell tenni, a megfigyelések utólagos elemzését.
- (4) A tanórán kívüli aktivitásra kiválóan felhasználható a **felsőoktatási intézmények közötti nemzetközi együttműködés**. A BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar és a Ritsumeikan Egyetem (Japán) között 2005-ben egy UNESCO pályázati program keretében a japán fél megkeresésére jött létre együttműködés, melynek során a Ritsumeikan Egyetem delegációja 12 diákkal és 3 tanárral 2006 februárjában két hetet töltött főiskolánkon. A tanulmányút szakmai programját a pályázati tematikának megfelelően mi tanárok alakítottuk ki, és a munkatervben jelentős szerepet kaptak hallgatóink is. A szakirányos és a japános hallgatók a program teljes időtartama alatt **szorosán együttműködtek** a japán hallgatókkal. A program végére a japán hallgatóknak a magyarokkal közösen prezentá-

¹ Az egyik hallgató azt kérdezte, hogy milyen szempontok vezérlik a japán cégeket az állásinterjúban a kiválasztásban. A válasz meglepetést keltett: „legyen nyitott és rugalmas, és szeresse az apját. A többi jön magától.” A hallgatók nem értették, hogy jön a kérdéskörbe az apa. A válaszadó, egy nagy japán cég elnöke azt mondta: ha szereti az apját, akkor együtt tud majd dolgozni a sok ötven körüli bácsival, aki a vállalatnál van.

ciót kellett készíteniük. A prezentációkból kötet készült. Mivel a világháló lehetővé teszi akár eltérő kultúrában élők számára is a közös tanulási, kutatási programok megvalósítását, ezt a lehetőséget használtuk ki. Így a csoport érkezését megelőzte egy féléves előkészítő szakasz, mikor a magyar és a japán hallgatók párosával az Interneten keresztül dogoztak együtt a kutatási anyagon. Ez a fajta **közös munkálkodás, kollaboráció**¹, a munkán keresztüli ismerkedés bepillantást nyújt a másik kultúrában bevett munkamódszerek, kutatási stílus, döntéshozatali mechanizmus területére. A hallgatók az elméleti felkészülést követő gyakorlat során a külföldi hallgatókkal együttműködve, egymástól módszert és tudást egyaránt eltanulva hoznak létre közös produktumot. Ez a módszer újabban terjedőben van, mivel rendkívül eredményes, hatékony, és a nyelvtudást is erősen fejleszti.² **A kollaboráció** a japán és a magyar hallgatók között mintegy **modellálta a vállalati kapcsolattartás, együttműködés formáit**, és magától értetődően produkálta a félreértéseket is. Mivel angol volt a kutatási nyelv, az angol nyelven átszűrődő japános kommunikáció szintén a vállalatoknál jellegzetes csapdákat produkálta. A konfliktus-feloldásban tudtunk segíteni, jelezve azt is egyedi, vagy általános jellegű konfliktusról van szó. Hallgatóink ilyen módon olyan ismeretekre tettek szert, melyre csak munkába állás után lett volna módjuk, ráadásul tanári irányítás, konfliktus feloldás nélkül. A program második felének megvalósulásáról, vagyis a magyar hallgatók kiutazásáról 2006 augusztusában szereztünk tudomást. Szeptemberben megkezdődött a kiutazó magyar csapat és az őket fogadó japán hallgatók között a kutatómunka. Hallgatóink 2007 februárjában jól előkészített prezentációs anyaggal, és sok-sok kérdéssel érkeztek a Ritsumeikan Egyetemre. Ez volt az első alkalom, hogy magyar felsőoktatási intézményből szakmai-kutatási projekt keretében 10 hallgató és két tanár Japánba utazhatott. Az egyetemi workshopok mellett a hallgatók témájához illeszkedő szakmai programokon vettünk részt, ahol hallgatóink kérdéseikre választ kaphattak, illetve kipróbálhatták, meddig mehetnek el a „rákérdezésben” olyan témák esetében, ahol a japánok amúgy elkerülik a választ. Hallgatóinknak szakmai sikere volt, ez kitűnik a prezentációikból kiadott tanulmánykötetből is. De az együttműködési programból nem csak a mi hallgatóink profitáltak igen sokat. A látogatások végén elvégzett kérdőíves felmérésből kiderül, a japán fiatalok nyitottabbakká váltak, és magabiztosságot adott nekik a magyar hallgatókkal való barátság. A mieinknek talán az adta a legnagyobb pluszt azon kívül, hogy átélhették a közvetlen nyelvi és kulturális közeget, hogy megtanultak megnyilvánulni, viselkedni japánok előtt, és értik is talán a japánok viselkedését.

A TOVÁBBLÉPÉS LEHETSÉGES FORMÁI

- (1) Az interaktív képzésből eredő előnyöket kihasználható, a cserekapcsolatokat egyedi szintről visszatérő, szerződéses formává kell alakítani. Ennek jegyében a BGF és a Josai Egyetem között 2007-ben keretszerződésen alapuló cserekapcsolat jött létre. Az első tanulócsoport 2007 szeptemberében érkezett a Josai

¹ A szakirodalom megkülönbözteti a tanulás során az együttműködés (cooperative learning) és az együttmunkálkodás (collaborative learning) fogalmát. Nagami (2005: 100) hivatkozik Oxford: 1997-es munkájára). Az együttmunkálkodás során a hallgatók egymástól eltanulva azt, amit a másik tud, jutnak egy magasabb szintű tudáshoz.

² Nagami Masanori (2005); Yamashita Takashi (2005).

Egyetemről, 2008-ban ismét újabb diákcsoport jön. A Ritsumeikan Egyetemmel a keretszerződés folyamatban van.

- (2) A Josai Egyetem hallgatóival a 2008-as programot már úgy szervezzük, hogy a csoport munkát a magyar és a japán hallgatók között szeptemberben megkezdjük. A munka interneten keresztül kiscsoportban folyik majd (egy japán hallgatóhoz egy másod- és egy harmadéves japánul tanuló magyar hallgatót kapcsolunk). Ez a team japánul és angolul kommunikálva országismereti és kommunikációs feladatokat hajt végre. Mire a japán hallgatók megérkeznek hozzánk, 1. megismerik a hallgatókat, 2. információhoz jutnak Magyarországról, 3. szembesülnek kommunikációs nehézségekkel. Így a nálunk töltött rövid idő is hatékony munkával telhet.
- (3) A szakmai-iskolai kapcsolatokat Korea és Kína felé is erősíteni szeretnénk. Jelenleg Kínában fogadják hallgatóinkat szakmai gyakorlatra. A hazai japán és koreai cégek közül is több várja gyakorlatra szakirányon végzett hallgatókat. Tervezzük a távol-keleti cégek HE menedzsereinek, szakértőinek meghívását főiskolánkra.¹ A HE menedzserek körében már folytattunk kérdőíves felmérést arról, igényelnek-e speciálisan térségi problémákra képzett hallgatókat a vállalkozásaik.² A kérdőíves felmérést bővített formában megismételjük, és a tanulságok alapján a képzést tovább alakítjuk. Minden bizonnyal segítségünkre lesz, hogy

¹ A 2006/2007-es tanévben az AIKAWA üzemében tett látogatásunk után, a vállalat gazdasági igazgatója (volt hallgatónk) ellátogatott hozzánk, megismerkedett a szakirányon folyó munkával, és válaszolt a hallgatók kérdéseire.

² A visszaérkezett válaszok közül, mint jellegzetes, egyet bemutatunk:

Milyen szempontok vezérlik, amikor hosszabb időre kíván felvenni alkalmazottat a menedzsmentbe? Az illető megfelelően rugalmas legyen, bármikor bevezethető az ázsiai cégeknél gyakran fellépő „különleges helyzetek” során. Ebből a szempontból nagyon hasznos, ha a jelölt már rendelkezik ismeretekkel a távol-keleti munkastílusról, sőt különösen hasznos, ha az illető már több-kevesebb időt el is töltött az adott kultúrkörben...

Számít-e a jelölt felvételébe, ha ismeretei kiterjednek az ázsiai típusú kommunikációra, tárgyalási stílusra? Nagyon sokat számít. Sokkal nagyobb eséllyel pályázik egy felvételi interjúban. A koreai vállalatok esetében, egy koreai nyelvismerettel rendelkező, a meta-kommunikációs gesztusokat ismerő jelentkező szinte biztos sikerre számíthat a felvételi beszélgetés során. Másrészt az ázsiai típusú tárgyalási stílus ismerete nagyon hasznos lehet az illető fizetési szintjének, illetve egyéb juttatásainak kalkulálásakor.

Könnyebben beilleszkednek-e az ilyen oktatásban részesültek, vagy nincs összefüggés? Igen. Egyértelműen, bár ennek egy másik oldala is van. A koreaiak ugyanis néha „kémként” tekintenek a nyelvüket és szokásaikat jól ismerő magyarra. Attól tartanak ugyanis, hogy az illető néha akarva-akaratlanul olyan dolgokat is meghall, amit nem kéne.

Alkalmaz-e, alkalmazott-e külkeres, keleti nyelvismerettel, szakirányos ismeretekkel rendelkező volt hallgatókat? A Magyarországon lévő nagy koreai cégek közül ismereteim szerint szinte mindegyik alkalmaz, vagy korábban alkalmazott külkeres hallgatókat, felső- és középszintű szinten.

Milyen előnyét tapasztalta a keleti vállalati kultúra ismeretének a munkafolyamatok során, és/vagy a vállalat-irányításban? Az ilyen képzettséggel rendelkező munkatársaknak elsősorban a két kultúra közti közvetítésben lehet nagy szerepe. Az alacsonyabb beosztású magyar munkavállalók és a keleti menedzsment között egyfajta hídszerepet kell betölteniük, amely lehet nagyon hálás feladat, de esetleges konfliktusok esetén persze kimerítő is. A fenti előképzettséggel rendelkező munkatársak kétségkívül elősegítik a két kultúra gyümölcsözőbb együttműködését, továbbá a félreértésekből adódó szüükségtelen késlekedések megelőzését.

mind a JETRO, mind a KOTRA¹ budapesti irodájában volt hallgatónk dolgozik. Cél, hogy a szakirányos képzés, mely eddig eredményeket hozott és bevált, tartalmában megmaradhasson, valamint további, a térségre vonatkozó szakmai programmal bővíthető legyen.

ÖSSZEGRZÉS

Annak érdekében, hogy a távol-keleti vállalati kultúrát, annak hagyományokon nyugvó hátterét alaposan ismerő hallgatókat nevelhessünk, szükségünk van mind a keleti nyelvet tanuló, mind a kizárólag a térség iránt érdeklődő hallgató esetében minél több olyan tanórán kívüli, gyakorlati tapasztalatot nyújtó interaktív képzési formára, amely kiegészíti az iskolapadban elsajátítottakat. A közvetlen kontaktus megteremtése például a japán fiatalokkal, és a velük való közös munka önbizalmat és kommunikációs biztonságot nyújt a hallgatónak. Ez a fajta magabiztosság, a viselkedni tudás, a várható csapda-helyzetek felmérése segíti őket az elhelyezkedésben, és a továbblépésben egyaránt. A kollaboráció külföldi fiatalokkal a nyelvtanulás fontos elemévé kell, hogy váljon, beépülve a kontakt-tanórák mellé, hogy megbízható nyelvi és kommunikációs képességgel engedhessük el hallgatóinkat.

IRODALOM

- BALÁZSY LAURA (2002): Magyarország, ahogy a japán befektetők látják. *EU Working Papers* No. 1. 2002, Budapesti Gazdasági Főiskola. 81–101.
- BASSA ZOLTÁN (2006): Questionnaire Survey on the competitiveness of multinational companies' local affiliates and subcontractors operating in Hungary. *A Study prepared in the framework of the joint research project „Comparative Study and Analysis of EU and Japanese Affiliated Companies in Hungary” of Ritsumeikan University (Japan) and the Asia Research Center of the Institute for World Economics (Hungary).*
- BASSA ZOLTÁN (2007): Japanese manufacturing affiliates in Hungary – experiences during the last 15 years. SZERDAHELYI, I., WINTERMANTEL, P. (szerk.): *Japanológiai körkép*. ELTE Eötvös Kiadó, 377–390.
- DÉVÉNY ÁGNES, SZŐKE ANDREA (2006): Milyen nyelvtudást vár el a munkaadó a munkavállalótól? *Stratégiák 2007 és 2013 között. Tudományos Évkönyv 2006*. Budapesti Gazdasági Főiskola. 319–330.
- HIDAS JUDIT (1999): Gondolatok a magyarországi japán nyelvoktatás ürügyén. In: *Japán nyelvi dimenziók*. Külkereskedelmi Főiskola. 77–87.
- HIDAS JUDIT (2003): On the Capacity to Communicate in Intercultural Settings: Reflections on Japanese communication Strategies. *Human Communication Studies* (Society of Communication Japan), Vol. 31, 81–90.
- HIDAS JUDIT (2003): Culture Change and Change Management in Japan. *Human Resource Development in Asia – National Policy Perspectives*, AHRD, Bangkok, 80–86.
- HIDAS JUDIT (2005): On Cultural Misunderstandings in a Japanese Context. *Kanda Gaigo Daigaku Kiyō* 17. 163–190.

¹ JETRO: a Japán Nagykövetség Kereskedelmi Kirendeltsége; KOTRA: a Koreai Nagykövetség Kereskedelmi Kirendeltsége.

- HIDASAI JUDIT (2006): Meaning-gaps as a means of communication strategy in Japanese. ESCHBACH-SZABÓ, V., WLODARCZYK, A. (eds.): *Japanese Linguistics European Chapter*. Kuroshio, Tokyo, 81–90.
- KARSAI GÁBOR (2007): Ászjelentés. *HVG* 2007. július 28. 54–60.
- NAGAMI MASANORI (2005): Kyoudou gakushuu wo rikai suru. (Megérteni a kollaborációval történő tanulást) NISHIGUCHI KOUICHI (szerk.): *Bunka to rekishi no naka no gakushuu to gakushuusha*. (Tanulók és tanulás kulturális és történelmi közegben) Bonjinsha, Tokyo, 80–101.
- NISHIDA HIROKO (2007): *Beikoku, chuugoku shinshitsu nikkei kigyō ni okeru ibunka kan komyunikeeshon masatsu*. (Az Amerikába és Kínába telepedett japán érdekeltségű vállalatok kommunikációs konfliktusai) Kazama Shobo, Tokyo.
- SALÁT GERGELY (2004): A kínai nyelv oktatása a magyar felsőoktatásban, munkaerőpiaci lehetőségek. SZÉKÁCS A. (szerk.): *A keleti nyelvek oktatásának gazdasági, kulturális vonatkozásai, és európai uniós csatlakozásunk*. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar. 87–98.
- SZÉKÁCS ANNA (2004): A japán nyelv oktatásának gazdasági vonatkozásai. SZÉKÁCS A. (szerk.): *A keleti nyelvek oktatásának gazdasági, kulturális vonatkozásai, és európai uniós csatlakozásunk*. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar. 59–68.
- YAMASHITA TAKASHI (2005): Gakushuu wo minaosu. (Értelmezzük újra a tanulást) NISHIGUCHI KOUICHI (szerk.): *Bunka to rekishi no naka no gakushuu to gakushuusha*. (Tanulók és tanulás kulturális és történelmi közegben) Bonjinsha, Tokyo, 6–29.

GREGOR KATALIN GERTRÚD*

JAPÁN MAGYAR SZEMMEL
A 3. ÉVEZRED ELEJÉN
A magyarok Japán-képe a nyomtatott médiában
és a kérdőíves kutatás erre vonatkozó eredményei

I. BEVEZETÉS

Jelen dolgozat kiindulási alapjául a kultúrakutatás tudományterülete szolgált. Alapvető fogalmainak, módszereinek, és eddigi eredményeinek tanulmányozása mellett két neves szakember, GEERT HOFSTEDE [1] és EDWARD T. HALL [2] munkáit és elméleteit használtam fel elsősorban. Előbbi talán fő műve a kulturális dimenziók fogalmának megalkotása, és ezek mentén az egyes országok egymáshoz viszonyított értékelése. A kis és nagy hatalmi távolság, az individualizmus-kollektívizmus, a maszkulinitás-femininitás, a gyenge, ill. erős bizonytalanságkerülés; valamint az ötödik, a konfuciánus értékrenden alapuló hosszú-, és rövidtávú orientáció dimenziók megértését ezek jellemzőinek részletes tipológiája segíti.

E. T. HALL rendkívül gazdag munkásságából az idő- és térkezelésre vonatkozó, valamint az alacsony és magas kontextusú kultúrák jellemzőit bemutató eredmények bírnak jelentőséggel e kutatás szempontjából.

Ezen ismeretek alapján elhelyezhetjük a kulturális dimenziókon Japánt és Magyarországot is – a többi országhoz viszonyítva –, és következtethetünk arra, hogy milyen alapvető értékek lehetnek relevánsnak, meghatározóak a két ország mindennapi élete, a gazdasági és társadalmi folyamatok, végső soron pedig történelmi szempontból. Ezek az értékek olyan mélyen gyökereznek egy társadalom kollektív, és az azt alkotó egyének tudatában, hogy alapvetően ehhez mérik életük minden eseményét, és elkerülhetetlenül szerepet játszanak azok megítélésében. A következő fejezetben azt próbálom megvizsgálni, hogy ez milyen mértékben jelenik meg a magyar közéleti sajtóban, konkrétan, hogy a japánnal kapcsolatos írásokban mennyire érvényesülnek, játszanak szerepet a kulturális különbségek. A második fejezet pedig a magyarok japán-képét igyekszik tovább finomítani, a kérdőíves kutatás, valamint két mélyinterjú eredményeinek bemutatásával.

A gazdasági adatok forrásául a The Economist Intelligence Unit 2006-os ország-elemzése Japánról [3], valamint HERNÁDI ANDRÁS és SZÉKÁCS ANNA „A japán gazdaság, társadalom és kommunikáció átalakulása az évezredfordulón” című munkája [4] szolgált.

* A BGF Külkereskedelmi Főiskolai Karán, Nemzetközi Kommunikáció szakon, Távolsági interkulturális menedzsment szakirányon 2008-ban végzett hallgató. A jelen cikk szakdolgozata átdolgozott változata. Konzulensei voltak: dr. Székács Anna főiskolai docens (BGF KKFK), és Kiss Sándor, a Magyar–Japán Gazdasági Klub elnöke.

II. JAPÁN A KÖZÉLETI MAGYAR SAJTÓBAN

II.1. Japán „kultúratöbblet” Magyarországon

A hofstedei dimenziók és a halli tipológia mentén is sok hasonlóságot fedezhetünk fel a japán és a magyar kultúra között, melyeket a két ország történelmében is találhatunk – pl. abban, hogy a '80-as évek végi, '90-es évek eleji világpolitikai változások számos kihívás elé állították mind a japán, mind a magyar társadalmat, amelyeknek hatására több elemző is elmozdulást vár mindkét kultúrában a bevezetőben említett tipológiák, dimenziók mentén. Azt is feltételezhetjük, hogy e változások nem játszódhatnak le egyik pillanatról a másikra, és hogy e lassú folyamatok számos feszültség forrásai lehetnek. Megítélésük kapcsán nem szabad ugyanakkor elfelejteni, hogy a történelem során többé-kevésbé folyamatos volt a változás, a generációs konfliktusok például szinte a civilizációval egyidősek. Ami ma minőségileg újat jelent, az – a halli fogalmaknál maradva – a hatóképességünk kiterjesztésének felgyorsulása, és az ebből fakadó bizonytalanság, ami az egész emberiség számára kihívást jelent.

Azt is észrevehetjük, hogy a kétpólusú világrend felbomlása a két ország kapcsolatában is minőségileg újat hozott, hiszen ez volt a több – gazdasági, kulturális – területre való kiterjedésének kezdete. A globalizáció eredménye is, hogy a két régió, a közép-kelet-európai és a távol-keleti minden korábbinál szorosabb kapcsolatba kerülhetett, az viszont már a japán gazdaság erejéből fakad, hogy az egész társadalom szintjén való megismerés nem a szigetországban, hanem hazánkban valósulhatott meg. Azaz, Magyarország (és a régió) a relatíve olcsó munkaerő miatt a japán termelés-kihelyezések célpontjává vált, és a piacon is megjelentek a japán termékek, míg ez visszafelé jóval szerényebb méretekben valósult meg, és a japán társadalom egészét tekintve a magyarok megismerése sem jellemző. Ez inkább a hungarikumokra, művészetekre korlátozódik, bár abban olykor meg is előznek minket – több Japánban járt ismerősöm is megjegyezte pl., hogy ott sokkal nagyobb elismerésnek örvend a KODÁLY-módszer, egyiküket pedig az lepte meg, hogy az utcát takarító munkás Bartókot dúdolt!

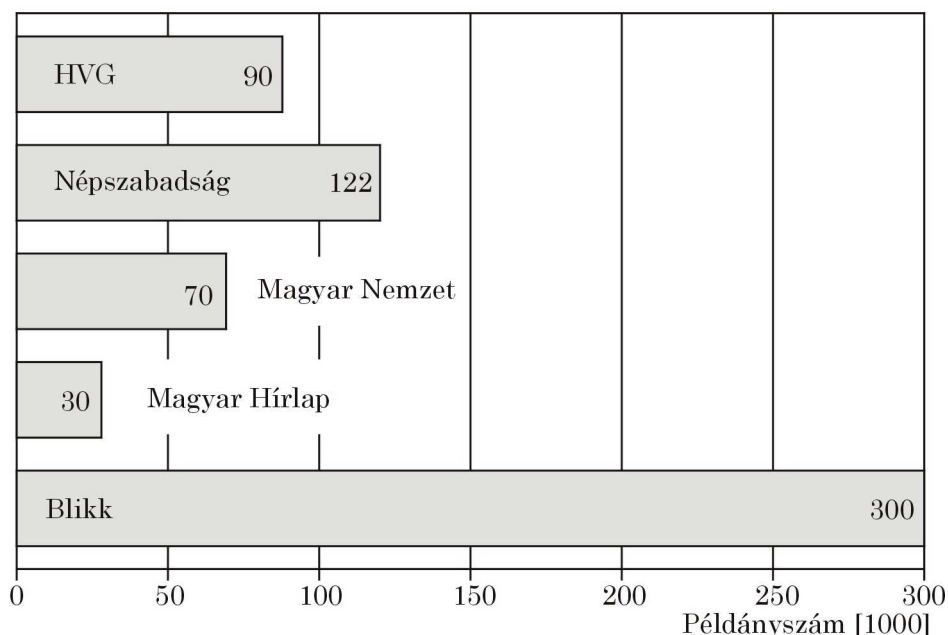
A '90-es években – bár ez nem képezte a kutatás tárgyát – gyakran cikkeztek az új és ismeretlen japán kultúráról a Suzuki esztergomi gyárának megnyitása kapcsán. A későbbiekben az ilyen témájú írások száma csökkent, de személyes tapasztalat, hogy a TDK rétsági gyára termelésének beindulása után az ott dolgozók sokat panaszkodtak a szigorú munka-előírásokra. Ez jól alátámasztja EDWARD T. HALL gondolatát, hogy a megismeréshez az idegen kultúrával folytatott személyes interakció szükséges – hiába hallhattak, olvashattak a Suzuki kapcsán a japán munkahelyi előírásokról korábban, a TDK dolgozói számára mégis egészen új kihívást jelentett a gyárban való munka.

II.2. A kutatás módszere

A kutatás során a közéleti lapokban megjelent japánról szóló cikkeket tanulmányoztam 2000 és 2006 között. Az időszakot aktualitása miatt választottam, a dolgozat a kulturális szempontok szerint is a jelenre fókuszál. A kérdőívek és az interjúk is az ezredforduló utáni véleményeket tükrözik, amelyek alakulásában a '90-es évek „újdomság-hatásának” lecsengése is szerepet játszik. Gazdasági szempontból is változásokat hozott ez az időszak Japánban – a The Economist Intelligence Unit országelemzése, ill. HERNÁDI ANDRÁS és SZÉKÁCS ANNA „A japán gazdaság, társada-

lom és kommunikáció átalakulása az évezredfordulón” c. könyve jó összehasonlítási alapot jelent arra nézve, hogy hogyan látják a magyar újságírók az ország helyzetét. A közéleti lapokra – 3 napilapra, és egy hetilapra – azért esett a választás, mert ezek befolyásolhatják leginkább a közvéleményt. A HVG a legmagasabb példányszámban eladott közéleti hetilap (jelenleg 90 000 körüli értékesített példányszámmal), és ugyanez érvényes a napilapokra is, a Népszabadságra (122 000 körüli példányszám), Magyar Nemzetre (70 000 példány), és kissé lemaradva ugyan, de a Magyar Hírlapra (30 000 körüli példányszám) is. Ezt csak a bulvárlapok haladják meg, ezek azonban nem tartalmazznak elegendő írást. A témában a vizsgált kb. 2 hónap alatt egyetlen cikk jelent meg a Blikk című napilapban, amely egy katasztrófáról tudósított – leginkább képekben. [5]

A közéleti lapokkal ellentétben a többi újság általában valamilyen speciális témához kapcsolódóan ír Japánról – a gazdasági napilapokban pl. minden nap közölnek információt a jen árfolyamáról, vagy egy-egy japán vállalatról, melyek tömörségük, tárgyilagosságuk miatt nem alkalmasak a kulturális összehasonlításra. Ugyanez igaz a kulturális lapok, pl. a Filmvilág cikkeire, melyekben az elsődleges szempont az alkotók és műveik filmesztétikai szempontú vizsgálata (eredetiség, képi ábrázolás stb.). Számos időszaki kiadványban is találhatunk írásokat Japánnal kapcsolatban, különböző tudományterületek cikkeit, melyek a kulturális tényezőket eleve figyelembe veszik (pl. HIDASI JUDIT írása az Ezredvég c. kiadványban [6]). Ezért választottam a közéleti lapokat, melyekben a legtöbb féle témában jelennek meg cikkek, szerepet kapnak benne a gazdasági események is, de a megközelítés „általános” (közéleti).

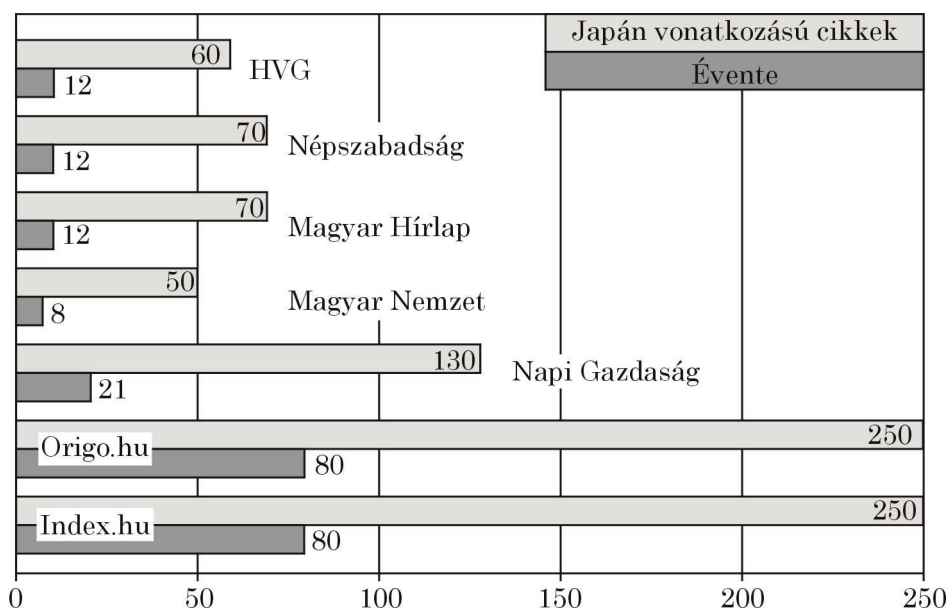


1. ábra
Különböző lapok példányszáma [7]

Ebből a szempontból nem hagyhattam figyelmen kívül az internetes hírportálokat sem, hiszen olvasottságuk évről évre nő, naponta akár több tízezer, vagy százezer látogatója lehet egy-egy híroldalnak. Itt a más médiumoktól független [origo] és Index portálokat vizsgáltam a Japánnal kapcsolatos cikkek száma és tartalma szerint. [8] Ugyanakkor a teljes társadalmat tekintve az elérés még mindig kevésbé általános, mint a sajtótermékek esetében, ezért ezzel a médiummal valóban csak érintőlegesen foglalkoztam, mintegy összehasonlítási alapként a nyomtatott lapokkal szemben.

II.3. Japán-kép a magyar írott médiában

A Japánnal kapcsolatos cikkek kutatásához az Országos Széchenyi Könyvtár folyóirat-adatbázisát használtam kiindulási alapként. Ebben az 1990-2005 időszakra közel 2500 cikket találtam, amelyben az időszaki kiadványok, kulturális, tudományos, gazdasági, vallási stb. lapok is szerepelnek. Az vizsgált időszak és újságok tekintetében mintegy 250 cikket tanulmányoztam a kulturális különbségek szempontjából. A HVG-nél ez éves szinten mintegy 10-12 cikket jelent, bár az OSZK adatbázisában ennél rendre kevesebb szerepelt, ezért miután ezt felfedeztem, már az újságok tartalmában kerestem a Japánnal kapcsolatos cikkeket.



2. ábra
Japán vonatkozású cikkek összesen és éves bontásban

Ez a szám nem túl nagy, de azt jelenti, hogy közel havonta jelenik meg egy-egy írás a lapban. A maradék 200 cikk a három napilap közt oszlik meg úgy, hogy a Magyar Hírlap és a Népszabadság nagyjából egyenlő (70-80), a Magyar Nemzet kevesebb írást (50-60) tartalmaz. Ez évente szintén 10-12 írást jelent, ami napilapokról lévén szó valóban nem sok. Ebben a nemzetközi vonatkozású (pl. G8-csúcstalálkozó, regionális találkozók stb.) nincsenek benne, ami valamelyest javítja az arányt. Mégis tükrözik ezek a számok Japán gazdasági és politikai súlya közti eltérést, de azt is, hogy a vizsgált lapokban a po-

litikai szempont van túlsúlyban, hiszen ahogy korábban már említésre került, a gazdasági újságokban ennél valamivel több a japán vonatkozású cikk. (A Napi gazdaságban a vizsgált időszakban mintegy 130 cikk jelent meg, köztük két melléklet, több hosszabb írás, és az is gyakori, hogy egy lapon belül két cikk is szerepel.)

A napilapok cikkeinek egy része (10-20) magyarországi japán vállalatokkal kapcsolatos, és általában a magyar gazdaság vonatkozásában vizsgálja tevékenységüket. Ezek mellett alapvetően három témában jelentek meg cikkek Japánról: elsősorban politikai, aztán gazdasági, történelmi, ritkábban társadalmi (egy-egy sajátosságot kiemelő), és olykor a természeti katasztrófákról beszámoló írásokat találhatunk a heti- és napilapokban. A politikai és gazdasági tartalmú cikkek általában tömörök, lényegre törőek, ritkábban bocsátkoznak fejtegetésekbe, kevés alapot nyújtva a kulturális szempontok szerinti elemzéshez. Az ilyen cikkek esetében legtöbbször egy-egy kifejezés, szófordulat utal a szerző eltérő kulturális háttérére (pl. „...a telegen KOIZUMI...”). [9] Ami viszont szembeszökő, bár ez inkább a magyar újságírás kritikája, hogy igen sok az ismétlés – pl. a 2005-ös postaprivatizációs törvény kapcsán kiírt előzetes választásoknál az esélyeket latolgató cikk egy része, szinte átfogalmazás nélkül került be az egy hónappal később az eredményeket értékelő írásba a HVG-ben. [10, 11] Tartalmi hasonlóság jellemzi a gazdasági stagnálásról megjelent cikkeket is a 2001 és 2003 közötti időszakban a különböző vizsgált lapokban. Hernádi András véleményének tükrében feltűnő, hogy 2003 végén olykor 12 éve tartó recesszióból való kilábalásról írnak a lapok, holott a szerző fent említett művében úgy fogalmaz, hogy inkább stagnálásról van szó, nagyon gyenge növekedésről. (Ugyanakkor az is igaz, hogy 2002-ben valóban csökkent a GDP 2001-hez képest.)

Jellemző annak hangsúlyozása is, ha a japán vállalati vagy állami vezetők egy-egy siker értékelésében már-már költői finomsággal élnek, ami ismerve a formalitás jelentőségét, nem meglepő, nem szabad félreértelmezni, „nagyításként” beállítani. [12] Érdekes a Magyar Hírlap 2005. június 17-i cikke, amely egy botrányba keveredett vasútmágnás (TSUTSUMI JOSHIKI) – a szerző szerint – kirakatperéről szól. A HVG szerzője szerint is a látványos őrizetbe vétel ellenére a börtönbüntetést kapcsolatai révén megúszhatja. Ugyanakkor a japán média is elítélte, a „múlt bukott alakjaként” jellemezte az illetőt. A magyar újságírók véleménye a nagy hatalmi távolság szélsőségeire utal, amelynek elvetését tükrözi egyébként a japán sajtó álláspontja is (ami a lassú értékváltozás jele lehet). A HVG cikkírója (NAGY GÁBOR) egyébként utal is arra, hogy „a homályos összefonódások és tulajdonviszonyok helyett megindult a nyitás az angolszász gyakorlatban elfogadott átláthatóbb és körülhatárolhatóbb felelősség felé.” Egy másik cikk a túlvédett japán szolgáltatásokról [13] a piac megnyitásával kapcsolatban az óvatosságot, lassúságot említi, és azt, hogy „igyekeznek az USA-tól eltanulni a hatékony módszereket”. Ez új megvilágításba helyezi a Wal-Mart többségi tulajdonossá válását a Seiyu szupermarketláncban, amely így „példaként” szolgálhat és kihívást, versenyhelyzetet teremtett a hazai piacon. A Toyota gyárában tett látogatás során szerzett élményekről számol be egy írás [14] kissé „rácsodálkozó”, álmélgató hangnemben. Számos jellemzővel találkozhatunk itt, úgy, mint a dolgozók javaslatai alapján történt fejlesztések, de a szerző kiemeli azt is, hogy egy digitális kijelzőn követhetik a termelés határfokát, vagy, hogy „meglehetősen ritka” a szünet. Jól tükrözi a japán szemléletmódot az is, hogy a világ legnyereségesebb autógyártója áldozatokat is hoz, az iparági ellenkezés kivédésére „amolyan engesztelő nyilatkozatot tett,” melyben javaslatot tett a japán gyártóknak az USA-beli árak emelésére! Hasonló a hangneme a japán világkiállítás bemutató cikkeknek is, [15] és itt is láthatjuk az ország igyekezetét, hogy élen járjon –

ami a szerző szerint sikerül is neki, a többi ország kiállítóit laposnak, fantáziátlanoknak tartja. A kiállítás koncepciója egyébként a környezettudatos fejlesztés, a technika és a természet harmóniája volt, és ezt a teljes szervezés és kivitelezés is tükrözte. A „Magára találó japán gazdaságról” szóló írás megemlíti, hogy a 2003. év eleji gazdasági mélyrepülés aggodalommal töltötte el a vezetőket és a „gazdasági miniszter felszólította kollégáit, hogy járjanak elől jó példával, és vásároljanak részvényt.” A szerző ehhez nem fűzött kommentárt, de az, hogy fontosnak tartja megírni ezt, önmagában is utal a konfuciánus értékrend szokatlanságára (magyar szemszögből). A 2002-es, valóban gazdasági visszaesést hozó évvel kapcsolatban a HVG „reform-erőlködésről” ír [16] (a Pénzügyi Szolgáltatások Hivatalának vezetőváltása kapcsán), ami pesszimista hangulatú, és finoman, de kritikusan az intézkedések formális jellegére is céloz. Hasonló a hangneme a Magyar Hírlap 2001. december 1-jei cikkének, melynek címe („A lemenő nap országa?”) is ezt a hatást fokozza. A TANAKA MAKIKO külügyminiszter leváltásáról szóló írás [17] érdekessége kulturális szempontból, hogy a cikk a politikus elleni lejárató kampány egyik vádjaként a késést is megemlíti.

A japán szemléletmódbeli változásokat tükrözi a legbefolyásosabb lobbiszervezet, a Nippon Keidanren vezetőváltása. [18] A Toyota Motor elnökét a Canon első embere váltotta a szövetség élén, akinek személyében először került részben külföldi tulajdonban lévő elektronikai vállalat feje az eddig tisztán japán tulajdonú nehézipari vállalatok által vezetett szervezet élére. Ráadásul az új elnök a hagyományos lobbitevékenység helyett az innováció fontosságát hangsúlyozta.

A külpolitikai és történelmi cikkek visszatérő témája a 2. világháborús gyarmatosítás kérdése. KOIZUMI JUNICHIRO miniszterelnök rendszeres látogatása a Jasukuni-szentélyben 2001 óta szinte minden nemzetközi kapcsolatot érintő írásban felmerül. Visszatérő kritika ez ügyben a formalitások mögé bújás is – pl. hogy KOIZUMI magánemberként keresi fel az emlékhelyet és nem lép be a belső szentélybe (ezt az államot és a vallást szétválasztó törvény tiltja). Többször említésre kerül a japán megszállást szépítő történelemkönyvek kérdése is. A kormány ezekkel kapcsolatban arra hivatkozott, hogy mivel magáncégek adták ki, csak tartalmi tévedéseket korrigálhattak, hozzátevé azért, hogy csak kevés iskolában használják. Ellentmondásos a hazai megítélés is: több civil szervezet tiltakozott, míg mások úgy vélik, „véget kell vetni az önostorozó, mazochista történelemoktatásnak, a felnövekvő nemzedéknek lehetőséget kell adni, hogy büszkék lehessenek hazájukra.” A két Korea és Kína gyakran hozza fel a megfelelő, kielégítő bocsánatkérés hiányát is, ill. a fentiekből következően, hogy Japán nem tanúsít kellő megbánást a gyarmatosítással kapcsolatban. Ugyanakkor az 1970-es, 1980-as években elrabolt és Észak-Koreába hurcolt japánokat illetően KIM JONG-IL elismerte felelősségét, és bocsánatot kért, de a japán közvéleményt nagyon felháborította az eset, és közvetlenül a beismerés után a lakosság 91%-a ellenezte a kapcsolatok normalizálását. A két eset – a japán gyarmatosítás és a koreai emberrablás – ellentmondásos kezelése erősebb nacionalizmusra enged következtetni. Több külföldi elemző ezt vélte felfedezni Japán nagyobb katonai szerepvállalása mögött is. [19] Úgy vélik, hogy a társadalom nagy része szeretné visszazerezni a „nemzeti büszkeséget” (ezt a fenti idézet alátámasztja), amit tovább erősít(ett) a gazdaság ingadozó teljesítménye, és a nagyobb nemzetközi politikai részvétel eddigi eredménytelensége (ENSZ BT-tagság, Világbank-elnökség stb.). Emellett, ahogy a szerző fogalmaz „irigykedve figyeli Kínát”, úgy gondolja, hogy fejlődése a japán működő tőke és technológia exportjának köszönhető. Úgy vélem, ez a fogalmazás azért túlzás, mert bár Japán valóban igyekszik nem lemaradni, lépést tartani Kínai Népi Demokratikus Köztársasággal, emellett a délkelet-ázsiai

egység megteremtése is céljai között szerepel (más kérdés, hogy az ebben való vezető szerep megszerzésében is Kína a fő vetélytárs). Nem szabad azt sem elfelejteni, hogy szomszédjaitól is függ, hogy tagja lehet-e végül az ENSZ Biztonsági Tanácsának, ezért igyekszik enyhíteni a botrányok okozta károkat (pl. az „egy Kína” elv támogatásával).

A japán–magyar kapcsolatok vonatkozásában az elmúlt évek egyik legfontosabb híre a császári pár Magyarországi látogatása volt, melynek kapcsán a magyar újság-cikkek leginkább a hagyományokat hangsúlyozták, ill. olyan részletekre tértek ki, mint például a japán turisták számának megnövekedése, akik azért jöttek, hogy találkozhassanak az uralkodóval. Ez a téma egyébként a kevés címlapra került hír egyike volt, sőt a Magyar Hírlap egy egész oldalt szentelt a látogatás eseményeinek összefoglalására, és több cikk jelent meg a császári pár budapesti útjáról 2002 júliusában a Népszabadságban és a Magyar Nemzetben is.

Emellett több írás szól a gazdasági kapcsolatokról is. A Magyar Hírlap 2001. november 30-i számában egy teljes oldalon foglalkozik a kérdéssel. Kulturális szempontból is tartalmaz néhány fontos utalást ez a cikk, így a japán befektetők óvatosságát említi például. Érdekes az is, hogy a szigetországi vállalatok Magyarországgal szemben támasztott elvárásai között szerepel az igényes környezeti feltételek megteremtése a letelepedéshez. GYURCSÁNY FERENC miniszterelnök 2004-es látogatása során gazdasági és kulturális kérdésekről tárgyalt KOIZUMIVAL, és a császár kérdésére, hogy hogyan lehet ennyi magyar származású Nobel-díjas, válaszában talán egy kissé provokatívan a „lázadni merést és tudást, az elégedetlenséget” emelte ki. [20] A Népszabadság 2005. november 4-i cikke a Sumitomo Chemicals elnökének véleményét írja le a magyar gazdasági helyzetről és Japánról. Ebben JONEKURA HIROMASA többek közt azt említi, hogy hazája modellt váltott: lazult a korábbi tekintélyelvű rendszer és rugalmasabbá vált a munkaerőpiac. KÓKA JÁNOS japán útján pedig több nagyvállalat vezetője is hangsúlyozta, hogy Magyarországon a japánbarát környezetet is értékelik, de szeretnék, ha a kormány lazítana a szerintük túl szigorú túlóra-szabályozáson.

A japán társadalmát bemutató írásokból számos érdekességet ismerhet meg a magyar olvasó. Több foglalkozik a császári családdal és természetesen az utódlás kérdésével. Ezekben szintén a hagyományok kapnak fontos szerepet, a viták a császárság költséges intézménye fenntartásának szükségességéről és az öröklés rendjének megváltoztatásáról. Egy másik, súlyosabb téma, egy osakai gyermekmészárlás kapcsán a cikk szerzője úgy fogalmaz: „a gyerekeknek nem szabad vitatkozni, hibázni, így nem tudnak végigmenni a szükséges fejlődési fokokon”, ami miatt sok gyerek szorong, retteg az iskolától és erőszakossá válik. [21] Úgy vélem, hogy ez az állítás nem állja meg a helyét, hiszen az amerikai fiatalok neveletéséről épp a fentiek ellenkezője mondható el, és ennek ellenére ott is – talán még nagyobb mértékben – megszorodtak a gyerekek által elkövetett erőszakos cselekmények. Súlyos problémát jelent a szigetországban az öngyilkosságok nagy száma, amihez a cikk szerint egyre többen az interneten keresnek maguknak társat. [22] Sőt, egyes weblapok egyenesen biztatnak az elkövetésére, és mérgeket is lehet rendelni házhozszállítással! A szerző úgy fogalmaz például, hogy „a lelki gondjaikat szégyellő, szemérmes japánok...”, ami tükrözi a két kultúra különbségét a bizonytalanságkerülésben (elsősorban a tipológia szerint). Szintén fontos az a megállapítás is, hogy „a szigetországban az öngyilkosságot könnyebben elfogadják, mint a keresztény társadalmakban”, bár nem említi a konfucianus értékrendet, mint ennek hátterét. Úgy gondolom, hogy a két ország közti eltérésekre világít rá az állítás is, mely szerint „az ősi szamuráj hagyományokat követve a gyengeségeket nem mutathatják ki, a szegény elől inkább a halálba menekülnek.”

A társadalmi változásokat mutatja be a „Halasztott házasság” című cikk. [23] A nők megváltozott szerepvállalása a fő témája, amelyeket számadatok is alátámasztanak (pl. 1970 és 2000 között a huszoneves egyedülálló nők aránya 18-ról 54%-ra emelkedett, és növekedés volt tapasztalható a többi korosztályban is). Mindemellett az is kitűnik az írásból, hogy a hagyományok még mindig fontosak, e nők 90%-a szeretne később férjhez menni (a cikk írója ezt állítja szembe a nyugati nőideállal). Egy japán szerző (SAKAI J.) könyvében „vesztes kutyaéknak” (makeinu) aposztrofálja őket, ami bizonyos társadalmi ellenérzéseket is tükröz. A nők ilyen szerepvállalása HOFSTEDE szerint ugyanakkor nem jelent csökkenő a maszkulinitást (a nők is a maszkulin értékek szerint próbálnak érvényesülni – és azok mentén is értékelik magukat). A yakuza vezetőváltásáról beszámoló cikk [24] egyik érdekessége, hogy a leváltott vezérnek kártérítést kell fizetnie egy rendőr halála miatt. A cikkíró utal arra a sajátos jellemzőre, hogy a szervezet tagjainak tetteért a vezető is felel. Humoros hangnemben ír PÁSZTOR AURÉL a tokiói helyszűkéről. [25] Japánban ugyanakkor a felsorolt helytakarékos megoldásoknak nagyon nagy jelentőségük van, a szentélyek háztetőkre való költöztetése a hagyományok őrzését, és rugalmas adaptálásukat tükrözi. Érdekes az A. WHITE leicesteri kutató boldogságtérképéről írt cikk [26] japán vonatkozása – a szigetország a 90. helyen végzett, ami erős bizonytalanságkerülését mutatja (magas stressz-szint, aggodás). A kutató is e dimenzió egyik tipológiáját hozza fel magyarázatul: „talán mert ott az emberek visszafogottabbak, és nem szívesen nyilatkoznak boldogságukról.” A magyar olvasó számára humoros a labdarúgó világbajnokság előkészületeit bemutató írás. [27] Az egyik futballpálya fűvének foltokban való kipusztulását a japánok nagyon is komolyan vették (még rendőrségi nyomozás is indult az ügyben), ami ékes példája precizitásuknak.

Az elmúlt évek egyik legsúlyosabb kulturális konfliktusát a két ország között a MICUKO-botrány jelentette. A TV2 humorosnak szánt műsora felháborította a magyarországi japánokat, és jellemző, hogy a „gazdasági szankciókkal” való fenyegetéstől sem riadtak vissza. A Magyar Hírlap szerzője élesen bírálta a japánok hozzáállását, balhédemokráciának titulálva reakciójukat. [28] Talán kevesebb botrányt kavart volna ez az ügy, ha mindkét fél toleránsabb hozzáállást tanúsít.

Az internetes hírportálok, az [origo] és az Index is közel 10 000 találatot adott ki a „Japán” keresőszóra. Több találati oldalt megvizsgálva, körülbelül 1000-1000 cikkre szűkíthető le a szigetországgal valóban kapcsolatos hírek száma. Ezeknek viszont több mint felét sport- és autós hírek jelentik. Szintén sok cikk nemzetközi összefüggésben tesz említést Japánról, ezek közé politikai, gazdasági, és tudományos hírek is tartoznak. Itt persze számos „kis színessel” is találkozhatunk, hiszen az internet minden témát megjelenít. Hangnemüket tekintve általában megfigyelhető a fiatalosság, különösen az Indexen a humor nagy szerepe, és a nyitottság. Az is fontos tény, hogy igen sok az alig néhány mondatos, tárgyilagos rövidhír, amelyeknél nincs háttér és előzmény-bemutató, elemzés. Ez megnehezíti az internetes cikkek kulturális szempontok szerinti elemzését, de egyúttal utal az új médium sajátosságaira.

II.4. Kulturális eltérések a közéleti magyar sajtó szemszögéből

A fenti leírásokból kitűnik, hogy a magyar sajtó jobbára tárgyilagosan mutatja be a Japánnal kapcsolatos történéseket, és egy-egy japán társadalmi jelenség okait is igyekszik kulturális szempontból megvilágítani. Ezek esetében gyakori a szamuráj-erkölcsre való hivatkozás, de a konfucianus értékrendet ritkán említik. E távol-keleti

sajátosság szokatlansága többször is megnyilvánul (pl. annak hangsúlyozásában, hogy a gazdasági miniszter jó példával való eljárásra szólította fel a kormány tagjait). Talán a legszembeszökőbb kritika a nacionalizmusa kapcsán éri az országot, ami jóval erősebbnek és általánosabbnak tűnik, mint hazánkban. A két ország indexértékei a hofstedei dimenziókon nagyon közel állnak egymáshoz, de vannak a tipológiának olyan elemei, amelyek ránk nem, vagy kevésbé jellemzőek, és fordítva. Fontos eltérésnek mutatkozik az érzelmek kezelése például, a magyarok ebből a szempontból sokkal nyitottabbnak tekinthetők. A bizonytalanságkerülés más eltérései is felmerülnek olykor, például a befektetők óvatossága kapcsán. Gyakran visszatérő téma a japán precizitás, fegyelem hangsúlyozása, ami olykor a humort sem nélkülözi, azaz a magyar újságíró már-már túlzásnak érzi, hitetlenkedik a távolkeleti ország hozzáállásán. Szintén kiemelendő a nagy hatalmi távolságú japán kultúra azon sajátossága, hogy a tekintélyelvűség ellenére a kölcsönös függés is jellemzi (vezetők is felelősséget vállalnak a beosztottak tetteiért), ami a magyarok számára szokatlan. Ugyanígy feltűnő újságíróink számára a japánok formalitása. A társadalmi változások kapcsán a tekintélyelvűség visszaszorítása, és a kreativitás, valamint az egyéni érdekek előtérbe kerülése gyakori téma, ugyanakkor több cikk tartalma épp arra utal, hogy az alapvető értékek (még?) nem változtak (pl. a maszkulinitás, a nők szerepének változása tükrében).

Mindezekből láthatjuk, hogy a hasonló hofstedei indexértékek, vagy az azonos halli csoportokba való tartozás ellenére a tipológia szerinti különbségek kimutathatók, megjelennek a magyar írott, közéleti médiában – elsősorban a sajtóban. A nacionalizmus mértékének eltérését ugyanakkor ilyen szempontból nehéz lenne megvizsgálni, hiszen ez azon kategóriák egyike, melyekben hajlamosak vagyunk az elmentés végett helyett „még egy lapáttal rátenni” a hazafiságra. Tény és való azonban, hogy amíg a politikai vezetők elítélt háborús bűnösöknek is emléket állító kegyhelyeket látogatnak, addig nem valószínű, hogy jelentősen csökkenne a nacionalizmus felelőtlenségeinek száma. A többi eltérés kapcsán azt mondhatjuk, hogy a cikkekben szereplők kaptak hangsúlyt, ezek tűnnek a legjelentősebbnek – részben mert a vizsgálat az adott lapokra és időre korlátozódott, részben, mert ma ezek az értékbeli különbségek tűnnek fel egy-egy magyar (újságíró) számára. A kérdőívek és interjúk elemzésének eredményei ezt megerősíthetik, de cáfolhatják is.

III. JAPÁN MAGYAR SZEMMEL – A KÉRDŐÍVEK ÉS INTERJÚK ÉRTÉKELÉSE

A fejezet célja, hogy bemutassa a kérdőíves felmérés és az interjúk együttes eredményeit, hogy az újságcikkek elemzésével összevetve, teljesebb képet kapjunk a magyar és a japán kultúra különbségeiről. Mind a halli, mind a hofstedei tipológia szerint voltak eltérések a két ország jellemzői között, és az előző fejezet kiemelte, „rangsorolta” is ezeket aszerint, hogy mi volt a leginkább feltűnő, leggyakrabban visszatérő jellemző, amelyet az cikkek tartalmaztak. A kérdőívek és interjúk vizsgálata ezeket az eredményeket – legalább részben – megerősítheti, vagy elvetheti. Arra a vizsgálat nem terjed ki, hogy vajon az újságírás van-e hatással a – nevezzük így – közvéleményre, vagy a közgondolkodás jelenik meg a cikkekben, de azt láthatjuk majd, hogy a különböző médiumokból tájékozódó embereknek eltér-e a véleménye/ismerete is.

III.1. A kutatás módszere

III.1.1. A kérdőív

A megkérdezettek köre

Az általam végzett kérdőíves felmérés nem reprezentatív a magyar lakosságra nézve, ezért eredményei csak jelzésértékűek. A megkérdezettek körét egyrészt személyes ismeretségeim jelentették, másrészt (néhány ismerősöm, ill. tanárom segítő szándékának köszönhetően) japánul tanuló, vagy japán vállalatnál dolgozó magyarok. Alapvetően tehát két nagy csoportra oszthatók a kérdőívet kitöltők: azokra, akik közvetlenül kapcsolatban vannak a japán kultúrával, és azokra, akik nem. Ezen belül 3 korcsoport különíthető el: középiskolások (14-18 évesek), főiskolai hallgatók (18-23 évesek), és az ennél idősebbek (23-61 évesek). A kamasz diákok kivételével a másik két csoportban felnőttek vannak, így őket inkább a szerint lehetne megkülönböztetni, hogy részt vesznek-e valamilyen képzésben (felsőoktatásban) vagy sem. Az utóbbi csoportba tartozók nagy része aktív kereső.

A kérdőív felépítése

A kérdőívet a személyes adatok vezetik be esetleges összehasonlításra kínálva módot a következők szerint: életkor, nem, végzettség, foglalkozás (dolgozó, tanuló, munkanélküli, nyugdíjas), a munka jellege (szellemi, fizikai, vegyes), pozíció, valamint lakóhely és a lakóhely típusa (város, község, falu). A kérdések 6 részre tagolódnak, amelyek mindegyike más témát jár körül. Az első rész a japán kultúrával való kapcsolat módjára (munkahelyi, személyes, nyelvtanulás) vonatkozik. A második általános ismeretfelmérő rész, melyben több jellemző közül választhatja ki az alany, amit igaznak tart Japánról. A kérdőív harmadik egysége skálás értékelést tartalmaz néhány alapvető kulturális jellemzővel kapcsolatban. Ezekről kell eldönteni, mennyire jellemzőek a szigetországra. A negyedik rész gazdasági témájú kérdéseket tesz fel, először általánosságban, a téma iránti érdeklődésről, majd a japán gazdaság helyzetével, tényezőivel kapcsolatban. Az ötödik rész a magyarországi japán közösségre és vállalatokra vonatkozik. Végül a hatodik egység egyrészt az alany információforrásaira kérdez rá, másrészt a Japánnal kapcsolatos érdeklődésére.

Módszertani vonatkozások

A kérdőív összeállításában egy szociológus-piackutató ismerős volt segítségemre, így az ő tanácsára több mérési módszert is használtam. Ezek között szerepelnek egyszerű eldöntendő (igen-nem), feleletválasztós és önállóan megválaszolendő kérdések, valamint a már említett skálák. Ez, a többféle adat begyűjtésének lehetősége mellett remélhetőleg biztosítja a változatosságot, hogy az alany ne „unja el” a kitöltést. A személyes adatok után az eldöntendő kérdések következnek, mintegy felvezetésként. Ezt egy igaz-hamis jellegű feleletválasztós kérdéssor követi, amely az ismereteket méri. 26 állításból kell kiválasztani legalább 10-et, amiről úgy tartja a kitöltő, hogy igaz – ezek között történelmi, földrajzi, társadalmi, politikai és kulturális jellegű, valós vagy kitalált, esetleg az alany véleményétől függő minőségű megállapítások találhatók. A tíz választás, mint alsó határ a mérhető mennyiségű adatot hivatott biztosítani. Az pedig, hogy nem a maximumot adtam meg, módot adott arra, hogy megvizsgáljuk, miben járatosabbak a válaszolók, ill. milyen témában határozottabbak. Azaz melyek azok a kulturális jellemzők, amelyekben nagyobb az

eltérés a két ország közt. A minimum megadása egyébként is „bátorító”, hiszen arra utal, hogy tíznél több helyes válasz van. Ehhez a részhez tartozik még két, szintén feleletválasztós kérdés, ezeknél azonban az egy jó választ kell megadni.

A harmadik egység konkrétan kiemel néhány sajátosságot (a tipológiákból), amelyeket egy skálán kell értékelni. Itt páratlan, ötös skálát használtam. A középső érték ezeknél a skáláknál egyfajta „menekülő utat”, semleges minősítést jelent, ami fakadhat egyrészt a bizonytalanságból, vagy abból, hogy – jelen esetben – a kitöltő a saját kultúrájához viszonyítva nem találja kirívónak az adott jellemzőt a japán társadalomban. Tehát hasonlóságot feltételezhetünk a kultúrák, de legalábbis az alany személyisége, és az általa (semlegesnek) értékelt japán jellemző közt. Mivel itt nem ismeretanyag méréséről van szó, hanem szubjektív véleményről, fontosnak tartottam, hogy legyen benne „nem tudja” lehetőség is, amivel csökkenthető a találgatásokból adódó torzítás.

A következő, gazdasági témájú részben vegyes kérdések szerepelnek. Először a kitöltő a saját politikai, gazdasági téma iránti érdeklődését osztályozza, majd Japán gazdaságát és politikai jelentőségét értékeli. Az előbbihez egy szektorok szerinti bontás is tartozik (egészségügy, nagyvállalatok, pénzügyek, állami szerepvállalás stb.), ahol 1-től 4-ig terjedő skálán lehet értékelni ezek súlyát. Itt szándékosan páros számú lehetőségből lehet választani, hogy az alany határozottabban foglaljon állást – egy adott szektor inkább jól/jól vagy inkább rosszul/rosszul teljesít. Itt is meghagytam azonban a „nem tudja” lehetőséget. Feleletválasztós kérdéssel zárul ez a rész, itt ismét több lehetőségből (márkanévek) kell kiválasztani a japánokat.

Az ötödik egységben feleletválasztós és skálás kérdések szerepelnek. A magyarországi japán közösség létszámára vonatkozó választási lehetőségekből szándékosan négy van, középső tartomány nélkül, a már fent említett okokból. A skála-kérdésben munkahelyi jellemzőket kell értékelni a japán vállalatok vonatkozásában. Ebből számos fontos tényező hiányzik ugyan (előmeneteli lehetőség, fizetés, kihívás stb.), de itt előzetes vélemények és személyes tapasztalat alapján választottam ki a jellemzőket, amelyek a leggyakrabban merültek fel. Itt írhatnak a kitöltők önállóan is, általuk ismert, Magyarországon tevékenykedő japán vállalatokat.

A hatodik rész két kérdést tartalmaz mindössze, egy feleletválasztósat az alany információforrásaira vonatkozóan, és egy skála-jellegűt; személyes, a szigetország iránti érdeklődésének osztályozására.

III.1.2. Az interjúk

A dolgozat kutatási része eredetileg a személyes ismeretségből kikerülő, a japán kultúrát közvetlenül nem ismerő alanyok kérdőíves, és az arról személyes tapasztalatokkal bíró néhány fő interjú felmérésére épült volna. Időközben azonban a fent említett segítők révén diverzifikálódott a kérdőívet kitöltők csoportja, és létszáma megnőtt. Ennek ellenére természetesen megtartottam az interjúk eredményét is, az összehasonlítás végett. Jellegéből adódóan az interjú kvalitatív felmérést és elemzést tesz lehetővé, mélyebb összefüggéseket deríthet fel, de szubjektivitása miatt korlátozott az adatfeldolgozás és összehasonlítás lehetősége. Ezekben is igyekeztem a kérdőívben szereplő tipológiák mentén való értékelésre „rábírni” az interjúalanyt, de emellett szabadon számolhatott be élményeiről, tapasztalatairól, véleményéről.

III.2. Kutatási eredmények

III.2.1. A kérdőíves felmérés tapasztalatai

A kutatásnak e formájában 111 fő vett részt, akik a fentebb már bemutatott 3 kor-ill. „foglalkozási” csoportból kerültek ki, illetve a Japánnal való kapcsolatuk tekintetében is két részre oszthatóak. Ugyanakkor a kérdőív részeinek bemutatásából az is kiderült, hogy több ún. csoportképző ismérv is szerepelt a kérdések között, amelyek mentén szintén eltérések mutathatók ki a válaszokban.

Csoportképző ismérvek

Ezek közé tartozik a kérdőív első és második része, továbbá a negyedik rész világgazdaság, világpolitika iránt való általános érdeklődésre, és az utolsó kettő, az információforrásokra, valamint a Japán iránti érdeklődés mértékére vonatkozó kérdései.

A személyi adatok alapján a legfontosabb különbséget diákok, és nem diákok, utóbbin belül érettségivel, vagy felsőfokú végzettséggel is rendelkezők közt tehetjük. Emellett szintén a már nem diák alanyok közül a szellemi foglalkozásúakat emelhetjük ki. A fizikai munkát végzők kis száma (9 fő) miatt ez a csoport nem alkalmas az összehasonlító vizsgálatra. Lakóhely szerinti bontásban (Budapest – vidék) is megvizsgáltam a sokaságot, itt azonban Pest megyét nem tudtam számításba venni, mert a lakóhelyüként ezt megjelölő 23 főből néhányan Budapestet is feltüntették (őket a fővárosiak közé is soroltam), legtöbbjük budapesti gimnáziumi tanuló, tehát feltételezhetően, de nem biztosan fővárosiak. (Ezek a – főleg – diákok ráadásul henteente legalább 5 napot Budapesten töltenek.) Ezért a lakóhely szerinti eredmények valószínűleg nem a valós képet mutatják.

A második rész kérdései alapján egy általánosabb, átfogó kategóriát hoztam létre, „Kapcsolatban áll a japán kultúrával” megnevezéssel. Ebbe azok a válaszadók tartoznak, akik a négy kérdésből (munkahely, személyes ismeretség vagy nyelvtanulás révén kapcsolatban áll Japánnal) valamelyikre igennel válaszoltak. Külön is vizsgáltam azonban a magyarországi japán közösségre, vállalatokra vonatkozó (ötödik) résznél az ezekkel kapcsolatban állók feleleteit; valamint az esetleges kiugró értékeket, eltéréseket.

A következő csoportképző ismérv a negyedik rész első három kérdéséből áll össze – azok tartoznak ide, akik a világgazdaság, világpolitika, vagy ezek Magyarországra gyakorolt hatása iránt „nagyon érdeklődnek”.

A cikkelemzésekben foglaltak és a kérdőív eredményeinek vizsgálata, összehasonlítása indokolja az újságolvasók (napilapok, gazdasági lapok, közéleti hetilapok) és az internetezők csoportjának létrehozását a hatodik rész hírforrásokra vonatkozó kérdése alapján. Végül külön vizsgáltam a Japán és kultúrája iránt nagyon érdeklődő válaszoló eredményeit („nagyon érdekli Japán” csoportnévvel).

Mindez számos csoportot, és rengeteg különböző véleményt, feleletet eredményezett. A célom az volt, hogy ezek összehasonlításával jobb magyarázatot találjak a teljes sokaságban mért eredményekre. A csoportokban számos kiugró értéket találhatunk (pozitív és negatív irányba egyaránt), amelyek az adott csoportot, és – ha nem is reprezentatívan – annak magyarországi helyzetét, hátterét is jellemzik. Például a Japán iránt nagyon érdeklődőknek az ismeretmérő kérdésre adott feleleteiben felfedezhetjük a túlbecsülést, vagy a vidéki lakosság körében a vallás hangsúlyosabb szerepét, ami a témától függetlenül is megjelenik. Azaz a kiugró eredmények egy része inkább magyar társadalmi viszonyokat, általános jellemzőket tükröz, nem annyira a Japánnal kapcsolatos ismeretek mértékét és helyességét, ill. kulturális különbségeket.

A különböző csoportok közt természetesen átfedések vannak, ezek mértékétől is függ, hogy milyen eredményeket mutatnak a különböző kérdésekben. A japán kultúrával való kapcsolat és az az iránti érdeklődés mértéke meghatározó jelentőségű a fentiek tükrében is, mert ezek mentén várhatunk nagyobb eltéréseket. A többi csoporttal való összehasonlítása viszont mutathatja azt is, hogy egy-egy kiugró eltérés nem a távol-keleti ország iránti nagyobb érdeklődésből fakad, illetve, hogy más tényezők is hatással vannak rá. Általánosságban azt mondhatjuk, hogy a Japán iránt nagyon érdeklődők és a diákok formálnak leghatározottabban véleményt a skálás értékeléseknél, illetve ők jelölték meg a legtöbb választ az ismereteket kérdésnél is, az ezeken kívüli válaszadók általában óvatosabb (azaz a *Módszertani vonatkozások* című részben foglaltak szerint semlegesebb) véleményt formálnak. Az alábbi táblázatban ezen csoportoknak a teljes sokasághoz és egymáshoz viszonyított részarányait tüntettem fel, amelyre az eredmények értékelésénél is hivatkozom. A táblázat minden egyes sora az annak elején feltüntetett csoportban a különböző, más csoportokhoz is tartozó alanyok arányát mutatja. Értelemszerűen, az oszlopok azt mutatják meg, hogy egy adott csoportba hányan tartoznak a teljes sokaságból, illetve a többi különböző csoportból, azaz a kiugró értékeket oszloponként kell meghatároznunk.

Az 1. táblázat adataiból láthatjuk, hogy szoros az összefüggés a Japánnal való kapcsolat, az ország és kultúrája iránt való fokozott érdeklődés, és a között, hogy a válaszadó diák-e. Láthatjuk, hogy a „Nagyon érdekli Japán” csoportba tartozók mind kapcsolatban is állnak a kultúrával, és nagy részük diák. Ez azt is jelenti, hogy a nem diákokat érdekli legkevésbé az ország. Az érettségivel rendelkezők közül senkit, a felsőfokú végzettségűek közül is csak 3 főt (7,5%-ukat), akik kapcsolatban állnak magyarországi japán vállalattal – a TDK alkalmazottai. Ez összefügg a lakhellyel is: a legkevesebb diák a vidéki lakosok között van, és köztük a legmagasabb az érettségivel rendelkezők száma – tehát itt várhatjuk a legsemlegesebb skálaértékeléseket, és a legkevesebb választ az ismeretmérő részben.

A szellemi foglalkozásúaknak szintén kis része érdeklődik csak nagyon a japán kultúra iránt, ami érthető is, hiszen ez a csoport is csak nem diákokból áll. A fentiek értelmében ezek a szellemi munkát végzők felsőfokú végzettségűek is egyben.

Érdekes összefüggés mutatkozik a világgazdaság, nemzetközi politika eseményei iránt való érdeklődés, a hírforrások és a japán kultúrával való kapcsolat közt. A Japán iránt nagyon érdeklődők körében az egyik legalacsonyabb az újságolvasók, és a legmagasabb az internethasználók aránya, tehát e csoport fő hírforrásának tekinthetjük az internetet. (Emellett a televíziós hírműsorokat nézők aránya is magas, 59%.) Vagyis nem feltétlenül fognak egyezést mutatni eredményei a cikkelemzésben bemutatott képpel. Ezen kívül azt is láthatjuk, hogy a világ eseményei iránt leginkább érdeklődők olvasnak leginkább újságot, és ez fordítva is igaz: az újságolvasók körében a legjelentősebb a világgazdasági, politikai érdeklődés. E két csoport eredményeiben várhatjuk az előző fejezetben bemutatott cikkekhez való legnagyobb hasonlóságot. A diákok kevésbé érdeklődnek a világgazdaság, nemzetközi politika iránt, míg azok, akiket nagyon érdekel a japán kultúra, az átlagnál nagyobb arányban. Összegezve tehát elmondhatjuk, hogy a kérdőívet kitöltők körében a Japán iránt érdeklődők nagy többsége (92,5%-a) diák, a világgazdaság, politika iránt egyharmaduk érdeklődik jobban, fő hírforrásuk az internet, és többségük budapesti lakos (jóllehet a fent említett, a lakóhely megjelölésével kapcsolatos bizonytalanságok miatt ez az eredmény nem pontos, valószínűleg a táblázatban szereplő 31%-nál jóval magasabb, 80% körüli).

1. táblázat
A csoportképző ismérvek közti kapcsolatok (százalékos adatok)

Csoportok	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫
① Teljes sokaság	100	56	21,5	21,5	72	35,5	29	65	23,5	28	26	28
② Diák	-	100	0	0	82,5	59	24	69,5	22,5	0	24	19,5
③ Felsőfokú végzettségű (nem diák)	-	0	100	0	71	12,5	33	71	41,5	79	41,5	29
④ Érettségivel rendelkező (nem diák)	-	0	0	100	50	0	37,5	50	8,5	50	16,5	50
⑤ Kapcsolatban áll a japán kultúrával	-	63,5	21,5	15	100	49,5	27,5	70	27,5	26,5	22,5	30
⑥ Nagyon érdeklí Japán	-	92,5	7,5	0	100	100	20,5	72	31	5	31	20,5
⑦ Újságolvasó	-	47	25	28	68,5	25	100	43,5	43,5	37,5	31,5	28
⑧ Internetező	-	59,5	23,5	16,5	78	39,5	19,5	100	23,5	29	28	25
⑨ Világpolitika, világgazdaság nagyon érdeklí	-	54	38,5	7,5	84,5	46	54	65,5	100	34,5	34,5	34,5
⑩ Szellemi foglalkozású (nem diák)	-	0	61,5	38,5	67,5	6,5	38,5	67,5	29	100	35,5	35,5
⑪ Budapesti lakos	-	51,5	34,5	14	89,5	41,5	34,5	69	31	38	100	0
⑫ Vidéki lakos	-	38,5	22,5	38,5	90,5	26,5	29	58	29	35,5	0	100

Jelmagyarázat:

minimum-érték	maximum-érték
---------------	---------------

Például a táblázat első sorában az egyes csoportoknak a teljes sokaságon belüli arányait találhatjuk. Vagy a negyedik sor és az ötödik oszlop „metszéspontjában” lévő mezőből azt látjuk, hogy az érettségivel rendelkezők 50%-a kapcsolatban áll Japánnal.

Az ismeretmérő kérdések eredményei

A kérdőív e majdnem 30 kérdésből álló része nem csupán tényekre (földrajzi elhelyezkedés, történelmi események, más kulturális jellemzők) kérdez rá, hanem szubjektív véleményeket tükröz egy-egy jelenség meglétére, vagy hiányára vonatkozóan. Ez a rész nem fedi le a hofstedei dimenziók egész rendszerét, vagy Hall tipológiáját, de megmutathat bizonyos kulturális hasonlóságokat, ill. különbségeket. Utalhat a hírforrásra is (gazdaságilag válságban lévőnek véli-e az országot), de a bejelölt jellemzők száma összefügg az alany japán kultúra iránti érdeklődésével is.

Átlagosan a legtöbb választ a Japán iránt nagyon érdeklődők, illetve a japánul tanuló diákok adták (13,5 válasz). Ez utóbbi csoportban a legnagyobb azoknak az aránya, akik tíznél több jellemzőt jelöltek meg (91%). A legkevesebb választ adók a japán kultúrával kapcsolatban nem állók, illetve a felsőfokú végzettségűek és érettségizettek (nem diákok), átlagosan 10,5 felelettel. Az utóbbiak mindössze 41,5%-a jelölt meg tíznél több jellemzőt. Részben ez az oka annak, hogy a teljes sokaság átlagától leggyakrabban a távol-keleti kultúra iránt érdeklődők pozitív, míg a nem diákok valamely csoportjának értékei negatív irányban térnek el a legnagyobb arányban.

A történelmi, földrajzi és egyéb ismeretekre, tényekre vonatkozó kérdésekre adott válaszok nem annyira a kulturális különbségeket, mint a magyar oktatás helyzetét, vagy az egyéni érdeklődést tükrözik, ezért ezzel szeretném kezdeni az eredmények bemutatását.

A válaszadók nagy többsége tisztában volt azzal, hogy Japán a „Felkelő Nap Országa”, valamint földrajzi helyzetével is. A klímára vonatkozó kijelentéssel nem egész 40%-uk értett egyet, ebben már bizonytalanabbak a válaszadók. Az állítás („télén hideg, nyáron meleg, és általában véve csapadékos időjárás”) ugyanakkor nem teljesen pontos, mert az ország északi és déli részein már szélsőségesebb, hideg, ill. szubtrópusi meleg éghajlatot találunk. A földrajzi kérdéseknél a fentiekkel megegyezően az érettségizettek, ill. a japán kultúrával kapcsolatban nem állók átlaga a legalacsonyabb – a földrajzi elhelyezkedésre vonatkozóan 71%, míg a klíma esetében mindössze 21%.

A történelmi ismeretek terén már nem ilyen egyértelműek a különbségek – a sógunok szerepéről éppen az érettségizettek, ill. a budapesti lakosok tudtak a legtöbbben, de az 50% körüli átlagos értéktől nem nagy az eltérés. 6 fő gondolta úgy, hogy a szamurájok a Japánt megszálló Kína katonái voltak, közülük ketten kapcsolatban állnak a kultúrával, de ez az arány nagyon alacsony – erre vonatkozó statisztikai számításokat nem végeztem, de fennáll a hiba lehetősége (elírás, félreértelmezés) is. (Ez, úgy gondolom, 1-2 választ jelenthet a többi kérdésnél is.) Tudományos becslés nélkül ez azonban csak feltételezés, sejtés lehet. A II. világháborút követő amerikai megszállás szintén kevésbé ismert tény, szintén 40% körüli az ezt megjelölők aránya, és az ország iránt érdeklődők körében sem több 51%-nál. A japán csoda mibenlétéről már többen tudtak (57,5%), és „papírforma szerint” a legmagasabb értéket (73%) a világ gazdasági, politikai eseményei iránt leginkább érdeklődőknél találjuk. Szintén a válaszadók közel fele (47%) van tisztában azzal, hogy a szamurájok a 19. század végén veszítették el kiváltságukat, és itt igen kicsi az ettől való eltérés az egyes csoportokban. A gésák szerepét – talán az elmúlt évek ezzel kapcsolatos könyveinek és filmjeinek hatására is – jól ismerik a kérdőívet kitöltők (84%-uk szerint rendkívül művelt társasági hölgyek). A legnagyobb eltéréseket eredményező kérdés a japán írásjelek eredetére vonatkozott. A válaszadók fele vélte úgy, hogy a kínai írásjelekből származnak, de míg ez az arány a japán kultúrával kapcsolatban

nem állóknál 19,5% volt mindössze, a japánul tanulók közt 89%! Ez a kérdés specifikusságából, általános műveltségen kívüliségéből is adódik. (Láthatjuk, hogy a japánul tanulók közül sem mindenki jelölte meg, egy válaszadó oda is írta a kérdés mellé: részben.)

Több kérdés foglalkozik a vallással, melyek közül kettőre vonatkozóan biztosan találhatunk statisztikai adatokat is. Azt az állítást, mely szerint Japán katolikus ország lenne, mindössze két fő találta helyesnek, míg a válaszadók közel kétharmada vélte úgy, hogy a buddhizmus az egyik jellemző vallás. Itt a japánul tanulók, ill. a japán ismerősökkel bírók között találjuk a legmagasabb arányt (75,5%), míg az érettségizetteknek csupán 46%-a vélte igaznak ezt az állítást. A másik két kérdés a vallás szerepére általában vonatkozott, mellyel kapcsolatban a válaszadók többsége bizonytalan. 27%-uk szerint a japánok istenfélő nép, míg 24%-uk szerint a vallás nem fontos, csupán a hagyományok. A kiugró értékek a két kérdésnél egybecsengenek: (ahogy korábban már említésre került) a vidékiek 38,5%-a találta igaznak az első állítást, míg a másodiknál ebben a csoportban találjuk a legkisebb arányt, 6,5%-ot. Úgy gondolom, hogy ez az eltérés, sőt a két kérdésre adott eredmények általában tükröznek bizonyos magyar kulturális sajátosságokat: egy részről a vallás – és talán még inkább annak formalitásai – viszonylag kisebb jelentőségét, másrészt azt, hogy a vidéki lakosság körében ezzel ellentétben nagyobb a vallás szerepe, mint a városokban (és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében – a kérdőív eredményei szerint). A formalitások fontosságát, szigorát a vidékiek inkább a vallásnak, míg a japán iránt érdeklődők a hagyományoknak tudják be.

A tradíciók szerepét a művészetekben a válaszadók 84%-a találta jelentősnek. Ez, úgy vélem, szintén a mindennapi szokások, és az ezek mögött meghúzódó értékek, valamint a formalitások jelentőségének különbségére utal. Ez az arány a fiataloknál is ugyanekkora, akik a legvalószínűbben találkozhatnak a modern japán mesékkel, filmekkel, animékkel. A japánul tanulóknál néhány százalékkal magasabb is ez az arány, tehát a különbségek a legfiatalabb generációk számára is feltűnőek. Ez a tény alátámasztja, hogy a kulturális változások nem egyik napról a másikra történnek, és hogy csak óvatos becslésekkel élhetünk ezek tekintetében. A művészet témakörébe tartozó másik kérdés a japán filmekkel kapcsolatos: a válaszadók 38,5%-a találta úgy, hogy sok az erőszak bennük. Úgy vélem, hogy ez nem kirívó érték, bár az a tény, hogy a Japánnal kapcsolatban nem állók körében az arány 45%, talán egyfajta sztereotípiára utalhat, amely azonban nem túl erős – az újságolvasóknál a legalacsonyabb egyébként ez az érték (25%).

A válaszadók szerint Japán ma a világ egyik legfejlettebb országa, amely nem folytat aktív katonai tevékenységet. Utóbbi kérdésben van ellenvélemény is: a felsőfokú végzettségűek, és az újságolvasók közt 10% körüli arányban. A válaszadók kétharmada szerint Japánban nagy a tisztaság. Az ország iránt nagyon érdeklődő diákok közt az arány jóval magasabb, 86%, míg a felsőfokú végzettségűek és a szellemi foglalkozásúak körében alacsonyabb, 41-42%-os. A kérdőív kérdései közt nem szerepel, az interjúalanyok közül azonban ketten is jártak az országban, akik szintén jellemzőnek találták a tisztaságot, és az útikönyvek leírásából is ez derül ki. Így ezt talán nem nevezhetjük „pozitív sztereotípiának”, a japán kultúra iránt nagyon érdeklődők valószínűleg többen hallottak-olvastak erről. A japán oktatással kapcsolatos kérdésben szintén változó a kitöltők tájékozottsága, véleménye. Mindössze harmaduk gondolja úgy, hogy az iskolákban fontos a kiemelkedő tehetségek, egyéniségek gondozása. A különböző csoportok közt nagyobb eltéréseket találunk: az újságolvasók 47%-a, míg a világ politikai, gazdasági eseményei iránt érdeklődőknek

csupán 11%-a találta igaznak az állítást. Ez utóbbi – ahogy a The Economist Intelligence Unit elemzéséből kiderül – közelebb áll a valósághoz; az első, közel 50%-os érték, kissé meglepő, annál is inkább, hogy több újságcikk is foglalkozott a témával az elmúlt években.

A kérdőív kitöltőinek 82%-a szerint a japán cégekben nagyon szigorú előírások, szabályok vannak. Úgy vélem, hogy ez ismét csak a formalitások eltérő fontosságára utal (és a magyarországi munkamorál kisebb szigorújára). Ezt alátámasztja, hogy a magyarországi japán vállalatokkal kapcsolatban állók közt sem kiugróan magas, 85%-os. A Japánnal kapcsolatban nem állók körében a legalacsonyabb ez az arány, de itt is kétharmados. A második legnagyobb arányban megjelölt állítás a japán márkák megbízhatóságára vonatkozik, a válaszadók 86,5%-a találta igaznak. Az eltérések itt sem jelentősek a különböző csoportokban, de a legtöbben (96%) a világ gazdasági, politikai eseményei iránt érdeklődők és az érettségizettek közül jelölték meg, míg legkevesebben a diákok közül (82,5%). Ez az egyetlen olyan pozitívumot megfogalmazó állítás, melyet a diákok nem az átlagosnál nagyobb arányban jelöltek meg.

A kérdőív talán legszubjektívebb véleménynyilvánításra módot adó két állítása kulturális jellemzőkre vonatkozik. A válaszadók fele szerint Japánban erős a nemzeti összetartás. A maximum értéket a japán kultúra iránt nagyon érdeklődő diákoknál találjuk (64%), de az eltérés nem jelentős. Valamivel nagyobb „lefelé”: az érettségivel rendelkezőknek csupán 37,5%-a vélte igaznak az állítást. Véleményem szerint ez az arány arra utal, hogy a kérdőívet kitöltők egységesebbnek, összetartóbbnak vélik a japán társadalmat a politika szintjén is. A válaszok így csak részben felelnek meg az újságcikk-elemzés tapasztalatainak, ahol, mint fentebb láthattuk, igen gyakran visszatér a nacionalizmusra való utalás. A kérdőívet kitöltők 75%-a szerint a japánok nagyon udvariasak. Az eredmény a gyakran hangoztatott sztereotípiát támasztja alá. Amit igazán meglepőnek találtam, az volt, hogy a szigetország iránt nagyon érdeklődők körében ez az arány 95%-os. Az állítás értelmezése természetesen szubjektív, a megítélést befolyásolja, hogy van-e az illetőnek japán ismerőse, barátja, ill. a távol-keleti nyelv tanulásának sajátosságai (udvariassági formulák). Ezzel együtt is a közel 100%-os eredmény túlbecsülésnek tűnik – a japán vállalatokkal kapcsolatban állók közt például jóval alacsonyabb, 59% az arány.

Az ismeretmérő rész utolsó két kérdése Japán államformájára, illetve alapításának idejére vonatkozott. Az előbbi a válaszadók 45%-a szerint császárság, 34,5%-a szerint alkotmányos monarchia, és 20,5%-a szerint köztársaság. A budapesti lakosok voltak leginkább tisztában az ország államformájával: 58,5%-uk jelölte meg az alkotmányos monarchiát, míg a császárságot 27,5%. Az érettségizettek közül ez utóbbit 61% választotta, de a legkevesebb helyes választ a vidékieknél találjuk (20%). A másik kérdés esetében is megoszlanak a válaszok: a teljes sokaság közel fele tudta, hogy Japán 2500-3000 éves állam, de 40%-uk 1500-2000 évesnek gondolja. Sőt, olyanok is akadtak – igaz nem sokan (10%) –, akik szerint csupán 1000 évre nyúlik vissza története. Előbbi kettő maximum és minimum értékeit az érettségizetteknél (29% szerint 2500-3000 éves, és 62,5% szerint 1500-2000) és a japán kultúra iránt nagyon érdeklődő diákoknál (58,5%, ill. 32%) találjuk. Véleményem szerint az érettségivel rendelkezők esetében itt a skálás értékeléseknél is megfigyelhető bizonytalanságról, „közép felé húzásról” van szó. Emiatt ez a csoport jó fokmérője lehet a kulturális különbségeknek: ha a teljes sokasághoz közelít, azt erősíti az eredménye, akkor a mögött valóban érdemes lehet az eltérést keresni, vizsgálni. (Természetesen más, a semleges értékek felé húzó csoportok is vannak, ez az állítás rájuk is érvényes.)

Értékelés a tipológiák mentén

A kérdőív harmadik részének skálás értékelései néhány (leegyszerűsítve, egy szóban megfogalmazott) kulturális jellemzőre, a tipológia bizonyos, már említett elemeire vonatkoznak, melyek a következők: zárkózottság, a hagyományok, a család, a közösség és az egyén szerepe, jelentősége.

Az első kérdésben a válaszadók majdnem 60%-a foglalt úgy állást, hogy a japánok zárkózott(abb)ak. Azt gondolom, hogy a nemzeti összetartásra vonatkozó kérdés eredményével összevetve ezt elmondhatjuk, hogy a magyarok megítélése szerint a japánok nacionalistábbak nálunk. Nehezebben fogadják el az újat és a kívülállót, ami a magyarok számára is feltűnő, erősebb bizonytalanságkerülésre utal. A legzárkózottabbnak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők tartják a japánokat (75%), itt a legtöbb „nagyon zárkózott” értékelés is. Ez utóbbiból a legkevesebb a vidékiek (6,5%) és az érettségizettek (12,5%) között található, mely csoportokban a semlegesebb 3-as értékelés aránya magasabb. A japán kultúrával kapcsolatban nem állóknak kevesebb, mint a fele (45,5%) találta csak zárkózottnak a japánokat, 22,5%-uk szerint inkább nyíltak. Úgy vélem, hogy ez a megítélés inkább az ismeretek hiányából ered – a távol-keleti kultúra iránt nagyon érdeklődők, ill. a japán ismerőssel bírók határozottabban (67%, ill. 63,5%), és más csoportok is 50% fölötti arányban zártnak tartják a társadalmat, bár – valószínűleg személyes kötődésük miatt – az első két csoportban „nagyon zárkózottnak” az átlagnál valamivel kevesebben.

A hagyományokat a válaszadók a művészetben meghatározónak tartották. A skálás értékelés értelmében 76,5%-uk szerint a japánok számára általában véve is nagyon fontosak a tradíciók, és 19%-uk szerint inkább fontos. Azaz közel a teljes sokaság úgy látja, hogy a szigetország lakosainak életében fontos szerep jut a hagyományoknak – megőrzésük ott fontosabb, mint Magyarországon. E mögött szintén a japán kultúrára jellemző erősebb bizonytalanságkerülés, ill. a forma elsődlegessége ismerhető fel.

A család szerepét illetően a válaszadók 81%-a annak fontosságára voksolt. A „nagyon fontos” értékelés közel 50%-ot tesz ki, a „fontos” 33%-ot. A két legjelentősebb szélsőséges érték a japán iránt érdeklődő diákok, és a felsőfokú végzettségűek körében mérhető: előbbiek 100%-a szerint fontos a család (4-es és 5-ös skálaértékek), míg utóbbiak csupán fele szerint. Ez utóbbi csoportban 30%-os a semleges 3-asok aránya, és az átlag háromszorosa (16,5%) szerint nem igazán fontos. Véleményem szerint ezek az értékelések jól tükrözik a magyarországi társadalomban egymásnak feszülő ellentéteket, különbségeket. A teljes sokaság négyötöde hangsúlyozta a család szerepét, ami a hofstedei individualizmus-indexen mért eltérést támasztja alá, de jól kitűnik az is, hogy a fiatalabb, városi értelmiségiek, szellemi foglalkozásúak individualistábbak a vidéki (származású), idősebb lakoságnál (és a kérdőív tanulása szerint a diákoknál is, azonban köztük is sok a vidéki).

A közösség, csoport szerepének kapcsán is a felsőfokú végzettséggel rendelkezőknél és a szellemi foglalkozásúaknál találjuk a minimumértékeket a fontosság tekintetében. Itt valamivel kisebb az eltérés: „nagyon fontosnak”, ill. „fontosnak” találta a közösséget a válaszadók 87%-a, míg az előbb említett értelmiségiek körében ez az arány 61-62%-os. Ez szintén kollektivistább japán kultúrára utal – az egymáshoz rokoni szálakkal nem kötődő, de egy csoportba tartozó japánok összetartása feltűnőbb a magyarok számára, mint a családé.

Az utolsó kérdés az egyéniség fontosságára vonatkozott, ahol a „nem fontos” és az „inkább nem fontos” válaszok együtt 48%-ot tettek ki, de sokan (27,5%) jelölték meg

a közéletet jelentő 3-ast is. A maximum 61-62%, a budapesti lakosok, és a japán iránt nagyon érdeklődő tanulók körében. Ennél a kérdésnél találhatjuk a legnagyobb arányban a 3-asokat, a vidékiek közel 40%-a ezt jelölte meg. Az előző rész oktatással, a tehetségek gondozásával kapcsolatos állításának elfogadottságát tükrözi az érettségizettek véleménye ennél a kérdésnél is: a „fontos” (4-es és 5-ös) értékek 37,5%-ot kaptak (és a 3-as is).

A fenti három kérdés azt mutatja, hogy a magyarok kevésbé kollektivisták, mint a japánok, ill. hogy a kérdőív kitöltői ennek tipológiai jellemzőivel is „tisztában vannak”. Ahogy arról a módszertani vonatkozások kapcsán már szó volt, az eredmények mutatják azt is, hogy a diákok, felsőfokú végzettségű, szellemi foglalkozású, városi lakosok és a japán kultúra iránt nagyon érdeklődők határozottabban foglalnak állást (1-es és 5-ös értékek gyakoribbak), míg a vidékiek, és érettségivel rendelkezők óvatosabbak.

Gazdasági tényezők

Ebben a részben a kérdőívet kitöltőknek Japán gazdaságára vonatkozó véleményét szeretném bemutatni. Az első három kérdés alapján hoztam létre a világ politikai, gazdasági eseményei iránt érdeklődők csoportját, mely az ismeretmérő rész gazdasággal kapcsolatos állításainál egy-két kiugró értéket mutatott. A következő négy kérdés általános értékelés a japán gazdasági helyzetről. A szigetország a kitöltők 93%-a szerint nagyon fejlett (ebben a kérdésben csak 5 százalékpontnyi volt az ettől való maximális eltérés). Politikai súlyának megítélésében azonban már jelentősen eltérnek a vélemények. A válaszadók közel fele szerint kevésbé jelentős, de alig kevesebben (45%) gondolják úgy, hogy nagyon jelentős. A budapestiek és a felsőfokú végzettségűek vélekednek így leginkább (62, ill. 71%-kal), a kisebb szerep mellett pedig legtöbben a Japán iránt nagyon érdeklődő tanulók tették le voksukat (61%). A távol-keleti ország fejlődési üteméről kis többség vélte úgy, hogy gyors (54%), bár a valósághoz a közepes (esetleg lassú) fejlődést megjelölők állnak közelebb. [29] Ezt 35% választotta. A világ eseményei iránt érdeklődőknél az arány megfordul, itt közel 58% szerint közepes a gazdasági növekedés. Gyorsnak a legtöbben egyébként a japán kultúra iránt nagyon érdeklődők közül tartották (61,5%), ami valószínűleg a pontos ismeretek hiányán alapuló, a jelenlegi élenkülésből következő túlbecsülés. Az egy főre jutó GDP tekintetében a stagnálás ellenére is a világ egyik legfejlettebb, híresen tiszta, és a vezető világmárkák otthonául szolgáló ország életszínvonalát csak 22,5%-nyian vélték kiemelkedően magasnak. A Japán iránt nagyon érdeklődő diákoknál ez az arány közel az átlag duplája ugyan, de legtöbben mégis „csak” magasnak tartják az általános életminőséget. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők harmada pedig csupán közepesnek. Meglepő eredmény, melynek érdemes lenne tovább kutatni az okait.

A következő kérdés a japán gazdaság néhány tényezőjét veszi számba, abból a szempontból, hogy melyek az erősségei és gyengéi. Az szociális ellátást a válaszadók fele jónak találta, de 28%-uk nem tudja megítélni helyzetét. A Japán iránt érdeklődők körében a legkisebb az utóbbi arány (de így is 21%-os), és a legmagasabb az előbbi (67,5%). Az érettségizettek 43,5%-a a „nem tudja” választ jelölte meg, és itt a legalacsonyabb a „jó” (3-as és 4-es) skálaértékek aránya, 30%-os. Az egészségügyi ellátásról valamivel pozitívabban vélekednek a kitöltők: 64%-uk találta megfelelőnek, jónak. A legnagyobb eltérések 15 százalékpont körüliek, és itt is elég magas (25-30%) az értékelni nem tudók aránya. E két területtel kapcsolatban kevés a fellelhető anyag – a The Economist Intelligence Unit fentebb idézett elemzéséből azonban

kiderül, hogy igen súlyos terhet jelentenek a japán költségvetésre a szociális terhek. Az élethosszig tartó foglalkoztatás csökkenésével a vállalati gondoskodás mértéke is kisebb lett, és az előregedő társadalom a nehézségeket tovább súlyosbítja. Gazdasági szempontból – valószínűleg a legtöbb országhoz hasonlóan – a szociális és egészségügyi szolgáltatások inkább terhet jelentenek.

Az oktatással kapcsolatos vélemények jóval határozottabbak: a teljes sokaság 91,5%-a találta megfelelőnek, ezen belül 56%-uk kifejezetten jónak. A felsőfokú végzettségűek körében a 3-as vagy 4-es értéket megjelölők aránya 100%-os, a japán kultúrával kapcsolatban nem állóknál a legkisebb, 82%-os. A kutatás-fejlesztés esetében a válaszadók 88%-a a „nagyon jó” minősítést jelölte meg. Az arány az újságolvasóknál 100%. Erről a két területről találhatjuk talán a legtöbb érdekes, figyelemfelkeltő hírt – új és újabb autó- vagy robottervek, ill. a diáköngyilkosságok kapcsán, például. Az oktatással kapcsolatos nagyobb „bizonytalanság” utalhat arra is, hogy többen hallottak a terület jelenlegi kihívásairól (kreativitás, kiemelkedő egyéniségek jobb gondozása, támogatása).

A feldolgozóipart a kitöltők 84,5%-a találta nagyon jónak, és az egyes csoportokban jelentéktelenek az eltérések. Az autóiipar és az elektronikai cikkek révén erről a területről is gyakran hallhatunk – az ismeretmérő rész márkákra vonatkozó kérdésében a válaszadók többsége (86%-a) találta azokat megbízhatónak. Ez alátámasztja, indokolja ezt az eredményt. Viszonylag sokan tájékozottak Japán nyersanyag-szegénységéről is. Az értékelések ugyan megoszlanak, de a kevés és közepes értéket megjelölők aránya 50%-os. Ötödük nem tudta értékelni a területet, és ugyanennyien adtak jó (3-as) értékelést. A világ gazdasági, politikai eseményei iránt érdeklődőknek több mint fele jelölte meg a „kevés” (1-es) értéket, míg az érettségizetteknél a legmagasabb a „nem tudja” válaszok aránya. Az 1-es értékelés gyakoribb az újságolvasók és a budapesti lakosok körében is (40%).

A pénzügyi szektort is inkább jónak találta a válaszadók 72%-a. A vidékiek és az érettségizettek körében alacsonyabb, a világ eseményei iránt érdeklődőknél magasabb ez az arány. A már hivatkozott gazdasági elemzésből megtudhatjuk, hogy a '90-es évek elejére felduzzadt rossz hitelek érzékenyen érintették a bankokat, melyeknek talpra állítása, tevékenységük racionalizálása ma is tart. A nagy összeolvadások, fúziók révén ugyanakkor a bankok, biztosítók betétállományának értéke jelentősen megnőtt, amiről több hírt lehetett látni-hallani a médiában. A nagyvállalatok tevékenységét „nagyon jónak” értékelte a kitöltők 77%-a, és a jó (3-as) értékelésekkel együtt az arány közel 100%-os – több csoportban el is éri ezt az értéket. Végül az állami szerepvállalásról: ezt a válaszadók fele pozitívan ítéli meg. Magas ugyanakkor az értékelni nem tudók aránya (30% körüli), a legmagasabb az érettségizettek körében, ahol 61%-os! Az állam tevékenységét a diákok és a japán kultúra iránt nagyon érdeklődők háromnegyede vélte megfelelőnek, ill. nagyon jónak. Ugyanakkor HERNÁDINÁL azt olvashatjuk, hogy tanácsadók a kormányzati szerepvállalás csökkentését, és a piac (mint szabályozó) nagyobb térnyerését tartanak kívánatosnak (HERNÁDI- SZÉKÁCS, 2003 – Ezt a véleményt a magánszektorhoz tartozó szakemberek fogalmazták meg).

E rész végére egy márkaismereti kérdés került, ahol a felsorolt 19-ből kell kiválasztani a japán márkákat. A legismertebbek ezek közül a Toyota (96,5%), a Yamaha (93%) és a Suzuki (92%). Ezután a Philipsről, Nokiáról, a Samsungról és a Kiáról tudták legtöbben, hogy nem japánok. Ismert még a Hitachi és a Mitsubishi (80%), valamint a Sony (71%) eredete is. A Shiseido és a Nissan ismertsége 50% körüli, a Mazdaé és a Sanyoé 43, ill. 41%-os. A Casio és a Panasonic japán eredetéről a kitöl-

tők harmada tudott, a legkevesebben pedig a Kyoceráról és a Bridgestone-ról tudták ezt. Az átlagos jó válaszok száma 12, azaz 63,5%. Ez az arány a világ eseményei iránt érdeklődőknél a legmagasabb, 73,5%-os (közel 14 jó válasz átlagosan). Itt több 100%-os eredmény van egy-egy márkára vonatkozóan, és ismertebb körökben például a Sony (91%), és a Panasonic valamint a Kyocera is (az átlagos érték 1,5-szerese). A legkevésbé a diákok voltak tisztában a márkák eredetével (a jó válaszok aránya 63%-os).

Japán közösség és vállalatok Magyarországon

A kérdőív utolsó részének első kérdése a magyarországi japán közösség létszámára vonatkozik. A teljes sokaság körében többségben vannak azok, akik 3 és 5 ezer fő közé teszik ezt a számot (46,5%), azokkal szemben, akik a valósághoz közelebb álló „500-1000 fő” kategóriát választották (43,5%). Tíz fő, azaz a válaszadók majdnem 10%-a 5000 főnél is többre becsülte az itt élő japánok számát. Sejtésem szerint e mögött a jóval nagyobb kínai közösség által keltett túlbecsülés, esetleg a velük való összekeverés állhat. Több csoportban is találhatóak egyébként a japán közösség létszámát ilyen nagyszámúra becsülők, de egyikük sem érdeklődik nagyon a világ politikai, gazdasági eseményei iránt (ebben a csoportban egyet sem találunk, aki ezt a választ jelölte volna meg). A Japánnal, japánokkal kapcsolatban állók és a tanulók fele, a japán kultúra iránt érdeklődők közel 70%-a van tisztában az itt élők számával. A japán vállalatokkal kapcsolatban állók, és a nem diákok többsége (50-70%) viszont 3 és 5 ezer fő közé teszi az itt élő japánok számát. Előbbi csoport 80%-a tartozik a már nem tanulók közé, így ezek az eredmények összefüggenek. Ez a túlbecsülés egyébként a felsőfokú végzettségűeknél legnagyobb, vagyis valószínűleg nem (feltétlenül) a japán vállalatokkal való kapcsolat áll a háttérben. Az itt tartózkodás okáról egybecsengenek a vélemények: a válaszadók 93%-a szerint dolgozni jönnek Magyarországra a japánok (mint az anyaországbeli cégek leányvállalatainak alkalmazottjai). Az ösztöndíj kapcsán való ittlétet csak ketten tartották a leggyakoribb oknak, de néhányan a kalandkeresést jelölték meg (Igaz, van, aki emellett a munkát is megjelölte, azaz az ideérkező japán munkavállalóról úgy vélik, hogy a kalandkeresés „motiválta”, hogy idejőjjön. Ez jóval gyengébb bizonytalanságkerülést feltételez az ezt a választ megjelölők részéről, bár csak négy főről van szó.)

A következő kérdés skálás értékelést tartalmaz a magyarországi japán vállalatokról, a következő szempontok szerint: szigorúság, bizalom, tisztaság, jelszavak, megértés. Az elsőt, a szigorúságot a válaszadók több mint fele tartotta nagyon jellemzőnek, és negyedük jellemzőnek (összesen 82%), 12% nem tudta megítélni. A 4-es és 5-ös értékek együttes legnagyobb gyakoriságát (96%) a felsőfokú végzettségűeknél találjuk, míg a legkisebbet a Japánnal kapcsolatban nem állók közt (63,5%). Ez utóbbi csoportban 30%-os a nem tudja válaszok aránya. A „semleges” 3-asok, valamint a „nem jellemző” értékelések együttes aránya 5-8% közötti (a különböző csoportokban), azaz láthatjuk, hogy ebben a kérdésben sokkal határozottabban foglaltak állást a válaszolók, mint akár a gazdaságnál, akár a tipológiai elemek értékelésekor. Ebből az is következik, hogy az értékelni tudók közül majdnem mindenki jellemzőnek találta a szigorúságot. A munkahelyi fegyelem, a formai szabályok, előírások betartása tehát sokkal jellemzőbb az japán cégeknél, mint a magyaroknál – ahol a vállalatok a legtöbb körülményt nem is szabályozzák, ill. gyakrabban nem tesznek eleget a törvényi előírásoknak. (Egy interjúalany elmondása szerint például előírás munkahelyén, egy japán vállalat irodáján, hogy a lámpák égjenek egész nap, függetlenül attól, hogy elégséges-e egyébként a kinttről a hatalmas ablakokon bejutó fény -

de így biztosan minden munkatársnak jut.) A bizalom értékelése már sokkal kevésbé egyértelmű – a „nem tudja” válaszok aránya ugyanakkor itt is csak 15%. Az ezt a tényezőt jellemzőnek, ill. nagyon jellemzőnek találók aránya 47%, a legtöbben a 3-ast jelölték meg (kicsivel több, mint a válaszadók negyede). A 4-es és 5-ös értékek együttvéve a Japán iránt nagyon érdeklődők körében található a legnagyobb arányban (67%). Ez az érték az érettségizettek között a legalacsonyabb – ahol a 3-asoké a legmagasabb. A japán vállalattal kapcsolatban állók határozottabban vélik úgy, hogy a bizalom szintje ezekben a cégekben alacsonyabb – az 1-es és 2-es válaszok aránya 23,5%, a 3-asoké 38%! Azt gondolom, hogy ez a zárkózottsággal, ill. szintén a bizonytalanságkerüléssel állhat összefüggésben – ez „indokolja” a bizalom lassabb kialakulását a magyar munkavállalók felé –, és talán szerepet játszik az értékelésben a formalitások már többször is említésre került nagyobb jelentősége. A tisztaság tekintetében ismét nagyobb az egyetértés: a válaszadók 82,5%-a szerint jellemző (ebből az 5-ös értékek is 58%-ot tesznek ki). A magyarországi japán vállalatokkal kapcsolatban állók körében az arány az átlaggal megegyező, sőt a „nagyon jellemző” értékelések aránya itt a legalacsonyabb. A jelszavak (mottók) esetében a „nem tudja” válaszok aránya a legmagasabb, közel egyharmados. Az 5-ös és 4-es értékek együtt 50,5%-ot tesznek ki, és ez az arány a szigetország és kultúrája iránt nagyon érdeklődők, vagy a diákok körében még alacsonyabb – a japán vállalatokkal kapcsolatban állók közt pedig a legmagasabb, 71%. A Magyarországon tevékenykedő japán cégek e sajátossága tehát viszonylag rejtett, kevésbé ismert a velük kapcsolatban nem állók körében. A „Megértés” pontnál a semleges, 3-as értékek vannak többségben (38%), utána pedig a „nem tudja” válaszok következnek 28%-kal. Az 5-ösök és 4-esek együttes aránya viszont alig több mint 15% – a legmagasabb a Japán iránt nagyon érdeklődők között, míg az érettségivel rendelkezők közül senki sem jelölte meg ezeket az értékeket. Ez a magyar és japán munkamorál éles különbségeire utal, az utóbbira jellemző jóval nagyobb fegyelemre – az individualizmus dimenzióon való indexek eltéréseire. Ennél a kérdésnél a legmarkánsabbak a negatív, ill. közepes ítéletek – az 1-es és 2-es értékek („nem jellemző”) aránya itt és a „Bizalom” kérdésében a legmagasabb (22%, ill. 23,5%). Véleményem szerint a kulturális dimenziókon való indexérték-eltérések mellett ez magyarázható az etnocentrizmussal is – azaz egy kultúraközi kommunikációs tanfolyam, a kulturális relativizmus elvének elsajátítása nagymértékben oldaná ezt a feszültséget, közelebb hozná a feleket – javítaná a bizalmat és a megértést is. (Egy ilyen kurzus a japán vállalatoknál alkalmazásban álló magyar munkavállalók és japán vezetőik számára is mindenképpen ajánlatos.)

A témakör utolsó kérdésére adott válaszok a magyarországi japán vállalatoknak a magyar gazdaságban képviselt súlyát becsülték meg, amely a válaszadók 80%-a szerint jelentős. Meghatározónak az ilyen cégekkel kapcsolatban állók vélték a legnagyobb arányban (17,5%), nem túl jelentősnek az érettségizettek (17,5%).

Pontos adatokat nem sikerült fellelnem ezzel kapcsolatban, az azonban mindenképp figyelemre méltó, hogy a KSH adatai szerint a külföldi érdekeltségű vállalatok (legalább 10%-os külföldi tulajdonrészsel) 2004-ben a hazai bruttó hozzáadott érték 25%-át adták. [30] Egy másik (2003-ban, az MFB által készített) elemzésben [31] pedig a következőket olvashatjuk: „Magyarországon a külföldi vállalatok állítják elő a hozzáadott érték 45,1%-át, az export 81%-át, és az import 78,9%-át bonyolítják. Az exportvezérelt növekedés is ezektől függ, és döntő fontosságú a magyar kis- és középvállalatok ezen társaságokkal való kooperációja, az együttműködés bővítésének a lehetősége.” Szintén 2004-es KSH adat, hogy a külföldi érdekeltségű vállalatok külföldi működő tőkéjének nagyság szerinti sorrendjében Japán a 14. [32] A 2007-es aggregált

külkereskedelmi termékgazdálkodási adatok szerint pedig a teljes exportban 2,8%, míg az importban 0,43%-os Japán súlya, ami a kétirányú forgalmat összegezve 1,62%-ot jelent. [33] Ha csak az EU-27-eken kívüli országokat vesszük figyelembe, ez az érték 6,29% (ahol az export 9,26%). Ezekből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a magyarországi japán vállalatok súlya a magyar gazdaságban nem meghatározó, de jelentőségüket növelik a hazai vállalatokkal fennálló kapcsolataik.

III.2.2. Az interjúk tanulságai

A kutatás során eredetileg az interjúk képezték volna a vizsgálat alapját, majd a nagyobb csoportot átfogó, jobb összehasonlításra alapot adó kérdőíves felmérés került a középpontba a fentebb már említett okokból. Végül itt most két interjú emelnék ki – az egyik egy a japán TDK elektronikai gyár magyarországi leányvállalatánál, pontosabban az európai értékesítési irodánál dolgozó ismerősömmel készült, a másik pedig egy Japánt többször megjárt, a kultúrával a sport (karate) révén kapcsolatban álló fiatalemberrel.

Az első interjú a kérdőív utolsó részével állítható párhuzamba – a magyarországi japán vállalatok sajátosságainak bemutatásával. A kulturális különbségek ebben is megmutatkoztak. A dolgozatban már említésre kerültek a japán vállalatok szervezeti felépítésének sajátosságai, amit az interjú is megerősített. Az alany szinte azonnal megemlítette, hogy „minden pontosan meg van határozva”, így a rendszer, összetettsége ellenére is átlátható. A TDK értékesítése Európában egységes, a düsseldorfi központ alá tartoznak a különböző országokban található kirendeltségek, amelyek mind egy közös szerverhez csatlakoznak, így a működés hatékony. Ezt szolgálják a havonta elkészítendő jelentések, értékelések is.

A magyarországi értékesítési iroda 12 fős 8 értékesítővel, 3 kapcsolattartóval és az irodavezetővel, aki japán. Az operatív munka és a személyzeti kérdések a dolgozóktól a csoportvezető felé futnak be – aki a korábbi, japán férfi távozása után úgy került a pozíciójába, hogy ő dolgozott az irodánál legrégebben. Ő továbbítja az információkat az irodavezető felé. Vele a dolgozók évente egyszer értekeznek hivatalosan, az éves értékelő során, ahol mindenkinek a teljesítményét megbeszélik, javaslatot tesznek a szükségesnek vélt változtatásokra. Ezt továbbítják az európai központ felé is, de a válaszadó szerint minden dolgozónak valóban fontos ez az értékelés, megbeszélés. Ugyanakkor azt is elmondta – ahogy láthatjuk is a fentiekből –, hogy a „piramist betartják”. Az értékesítők az állandó partnerek kapcsolattartóival közvetlenebb viszonyban vannak, de a levelezésüket a menedzsment is nyomon követi, ezért a formalitásokat be kell tartani. Lehetőség van rá, sőt ajánlott is időnként egy-egy tréninget elvégezni – ez szintén egységes, e-learning rendszerben történik (pl. kommunikációs, vagy Japán-Kína és az európai kultúra különbségeit oktató tanfolyam is van). Az értékesítők fix bért kapnak – ami azt is jelenti, hogy a felelősséget a vezetők viselik.

Az interjúalany elmondása szerint egyébként vezetőjük kiáll az irodáért és dolgozóikért – erre konkrét példát is említett. A belső előírások a magyar cégekhez viszonyítva szigorúak, és be is tartják őket (ismét a formalitások hangsúlyát láthatjuk). A dolgozóknak rendet kell tartaniuk maguk körül – erről fotókat is készítettek, és elküldték őket Japánba, az anyacéghez, ahonnan meg is érkezett a visszajelzés (ennek kapcsán kérte a japán irodavezető, hogy csak neki tegyék meg észrevételeiket, és ő továbbította az iroda felé).

A pontosság is alapvető elvárás, de előírás az egyenblúz, és az is, hogy egész nap égjen a lámpa. Vannak mottók is – minden évben új, bár a megkérdezett nem tudta megmondani, mi volt az adott évi.

Úgy vélte, hogy a japán vezetők elkülönülnek – együtt étkeznek, és a munkaidő letelte után is bent maradnak, „hogy ne gondolhassák, hogy nem dolgoznak sokat”. A javító szándékú javaslatokat formanyomtatványon lehet benyújtani, ezeket meg is vizsgálják, és az arra érdemesnek találtakat be is vezetik, de az alany nem emlékezett rá, hogy erre lett volna példa. Végül egy érdekesség: az iroda dolgozói számára megdöbbentő módon, a japán vezető a munkahelyén, az értékesítőkkal egy légtérben található (!) íróasztalánál vágja a körmeit – a lábán is!

A másik interjúalany egy 32 éves gyártásvezető volt, aki 20 éve karatézik. Ő Japánban szerzett tapasztalatairól mesélt részletesebben. Elmondta, hogy az első utazása után sok könyvet, leírást olvasott az országról, a kultúráról, és ez végig érződött is az interjú során. Néhány sajátosságot, amelyet ismert, el is fogadott, de egyfajta különcséggként – úgy gondolom, hogy a kultúraközi kutatások szempontjából ez a tény is igen nagy jelentőséggel bír. Az alábbiakban néhány általa említett jellemzőt mutatnék be.

Elmondása szerint elsősorban vidéken egyszerűen amerikaiaknak könyvelték el őket. A karate-világbajnokságon való részvétel során csapatuk többször is családkoránál szállt meg, ami „nagyon kivételes dolognak” számít, és egyébként tökéletes vendéglátásban volt részük. Jellemző epizódnak tűnik, hogy a repülőtéren érdeklődtek hova mennek, majd mikor elmondták, hogy Okinavára, zavart nevetgélés volt a reakció, minthogy „ott nincs is semmi” (turisták által ritkán látogatott sziget). Említette a megkérdezett a segítőkészséget is („hogy ne maradjanak szegyenben”), ami főleg vidéken jellemző, míg a zsúfolt városokban – elsősorban Tokióban – már nagyobb a bizalmatlanság, főként az orosz maffia „hathatós” tevékenysége miatt. Kiemelte az „elképesztő” munkamorált, és a közösségi szellemet, valamint, hogy ott a – közösséget szolgáló – törvények ellen véteni (pl. adót csalni) szégyenletes, ami ott „súlyos dolog”.

A helykihasználás magas fokát már-már túlzásnak érezte, de az is furcsának tűnhet számunkra, hogy minden új, „mert olyan gazdagok, hogy néhány évente mindent lecserélnek”. Véleménye szerint az ország ma is zárt, tiszteletre méltónak vélte, hogy a japánok a többi országból csak a hasznos dolgokat tanulták el, és véleménye szerint az amerikai életstílus csak a külsőségekben van jelen – a fiatalok lezserebben öltözködnek, de „ugyanúgy hajlongnak [mint az idősebbek]”. Ahogy fogalmazott: „Látják, hogy lehet másképp élni, de Japánban nem.”

Az interjúalany a japánokat udvariasnak tartja, de a nőkkel szemben nem, és azt is fontosnak tartotta, hogy nem mondanak nemet, inkább csak „igen, nem”-et, így együtt. Úgy véli, hogy az emberi kapcsolatok tisztábbak, tisztességesebbek, de a külföldiekkel szemben, „érdekeik védelmében” már nem – a karatéban rendszeresen a japánoknak kedveznek, és „nem is gondolják úgy, hogy csálnak, lekezelik a többieket”.

Többször hangzott el, hogy „csoportban gondolkodnak”, ezért fontos a kötelességek teljesítése is, de meglátása szerint ezért sem nagyon hoznak önálló döntést („ezt én nem tudhatom”), fontos a tiszteletkör megtartása.

Úgy találta, hogy hasonlóak a gesztusaik, a mimikájuk egy-egy helyzetben, hogy a japán érzelmes nép, „képben gondolkodnak”, és gyermeteg lelkűek – a cinizmust, iróniát nem értik meg. A közösség elsődlegessége mellett viszont fontosak számukra az idolkok, példaképek, akiknél nem csak elnézik, de el is várják, hogy kilógnak a sorból.

III.3. A kutatás eredményei

A kérdőívek és interjúk értékeléséből néhány fontos következtetést vonhatunk le a kultúraközi kutatásokkal kapcsolatban.

Az egyik, hogy a vélemények és válaszok jól tükrözik a magyar kulturális sajátosságokat is – egyrészt az oktatási rendszer jellemzőit (általános műveltséget érintő témáknál). Másrészt kiemelkednek a magyar és az idegen kultúra nagyobb eltérései – pl. a vallás kérdésében, ahol megmutatkozik, hogy az alapvetően eltérő mögöttes tartalom, értelmezés valóban lehetetlenné teszi egyik rendszernek a másik szempontjai szerinti értelmezését. (A vallásban Magyarországon a tartalom az elsődleges, míg Japánban a forma.) Erre szolgál például az is, hogy a magyar interjúalany a japánokat „gyermeteg lelkűnek” véli.

Meghatározó az érdeklődés, az általános és kultúraközi ismeretek is, abban, hogy egy-egy jellemzőt minek tulajdonít, mit mivel magyaráz valaki. Azaz, hogy mit tekint alapvetőnek (elsődlegesen mindenki a saját kultúrája értékrendszerét), és ahhoz képest hogyan értékeli egy-egy sajátosságot – pl. hogy a forma elsődlegességét a hagyományokkal magyarázza, vagy esetleg szigorú vallási fejelemből eredezteti.

Láthattuk, hogy a sztereotípiák is természetesen megmutatkoznak, bár úgy vélem, hogy általánosságban nem túl nagy mértékben. Érdekes lenne megvizsgálni a sztereotípiák megjelenését egy másik, közelebbi, magyarok által jobban ismert kultúrában. Egy (vagy több) ilyen kutatás eredményei megfelelő összehasonlítási alapot jelentenek a sztereotípiák meglétének mértékére vonatkozóan. Ami a japán kultúrát illeti, a legpregnánsabb példa az udvariasság kérdése volt, de megjelent a filmek erőszakossága, kis mértékben a nacionalizmus, és az ellenszenv a (válaszadók által megfogalmazni nem igen tudott) formalitások jelentőségével szemben.

Kitűnt az értékelésekből, hogy valóban kollektivistább, és erősebben bizonytalanságkerülő a szigetország kultúrája. Az ezekre vonatkozó kérdéseknél ugyanakkor láthattuk, hogy – egy nem reprezentatív, kis mintában – lakóhelytől, foglalkozástól, kortól és végzettségtől függően voltak tendencia-szerű, a magyar társadalomnak a kulturális dimenziókon történő elmozdulására utaló eltérések.

Azt is figyelemre méltónak vélem, hogy az idegen kultúra megismerése valójában nem eredményezi a hofstedei indexértékek közeledését – sőt, miután a tudomány is alátámasztja az addigi sejtést (pl. a közösség, a csoport fontosságát, vagy a forma tartalommal szembeni elsődlegességét), azok még határozottabban fogalmazódnak meg. Ez azonban nem eredményez ellenszenvet, inkább – talán a bennfentesség érzését keltve – közelebb hozza az idegen kultúrát. Az az iránt jobban érdeklődők részéről jellemző volt ugyanakkor a pozitív irányba való túlbecsülés is.

A gazdasági tényezők értékelésénél megfigyelhettük, hogy magas volt a „nem tudja” válaszok aránya, ami úgy gondolom, hogy alátámasztja azt a véleményt, hogy Japán politikai súlya nem túl jelentős, hiszen más, a nemzetközi politikában – és így a médiában is – aktívabban megjelenő országok esetében, várhatóan többen és talán pontosabban becsülték volna meg az egyes tényezők, ágazatok súlyát. A világszerte ismert nagyvállalatok révén például a feldolgozóipar súlyát Japán esetében is nagy többséggel meg tudták becsülni, és az oktatás és kutatás-fejlesztés esetében is hasonló a helyzet, aminek hátterében ugyanakkor az is állhat, hogy az országot fejlettnak véli a többség, és hagyományosan ezek a területek a fejlődés mozgatórugói közé sorolódnak.

Végül pedig úgy vélem, hogy messzire mutató eredmény az is, hogy az egyébként a kultúrával kapcsolatban tájékozott, olvasott interjúalany a kulturális eltéréseket így érteni vélvén mégis egyfajta különcséggként könyvelt el bizonyos megnyilvánulásokat.

Meg kell jegyezni, hogy ezt nem ő maga mondta, helyenként utalt rá, de összességében ezt a benyomást keltette bennem az interjú során. Hall a megismerés, a személyes interakció jelentőségét hangsúlyozza műveiben, mint a valódi megismerés és elfogadás feltételét. A fenti példa azonban ellentmond ennek. Lehet, hogy még több tapasztalat szükséges, de nem biztos, hogy elégséges. Úgy vélem, hogy ez már a személyiség, az identitás határait feszegeti – HOFSTEDE szerint a személyiség univerzális emberi és a kultúra által meghatározott „elemekre” épül. Így pedig a kérdés az, hogy vajon mennyire vagyunk képesek és hajlandók relativizálni személyes identitásunkat?

IV. ÖSSZEZÉS

Japán a 3. évezred elején egyre szorosabb szálakkal kapcsolódik hazánkhoz. Számos vállalat tevékenykedik Magyarországon, megnövekedett súlyt képviselve elsősorban az exportban. Ugyanakkor a kapcsolat sokkal régebbre nyúlik vissza a kultúra szintjén, amelynek „úttörői” a harcművészetek voltak. A magyarok többsége tisztában van a japán történelem legfontosabb momentumaival, személyiségeivel, és néhány hagyományával is. Az ismeretek részét képezik ugyanakkor a sztereotípiák is, amelyek nem egy esetben tévesnek bizonyultak (pl. udvariasság). Viszonyítási alapként megállhatják a helyüket a kommunikáció során (pl. ha a japánok „ravaszágával” számolunk egy üzleti tárgyalás során, valószínűleg jobban felkészülünk, ami előnyünkre szolgál), de egyúttal a mélyebb megismerés gátjává válhatnak. Mivel a sztereotípiák érzelmi töltetűek, feloldásukhoz is erre van szükség – személyes kapcsolatokra, vagy akár lelkes érdeklődésre a kultúra (egy-egy eleme) iránt, amelyek alapvetően megváltoztatják hozzáállásunkat.

Azt is láthattuk, hogy a megismerés jobb megértéshez vezet, de mindez a saját értékrendszerünkbe illesztve történik, és így nagyon fontos az a megállapítás is, hogy bizonyos fogalmak, jellemzők nem értelmezhetők saját rendszerükön kívül. A fordítás, azaz inkább adaptálás torzulást eredményez, azaz azt, hogy olyasvalamit próbálunk befogadni, értelmezni, ami nem pontosan fed le a valóságot. Ráadásul a megszerzett tudás, csak hosszabb idő után internalizálódik, de még (talán) akkor is folyamatos éberség, figyelem szükséges ahhoz, hogy minden interakcióban megfelelőképpen reagáljunk.

A kutatás eredményei szerint a magyar és japán kultúra a hofstedei dimenziókon egymáshoz nagyon is közel helyezkednek el. A mindennapok, a szokások szintjén ez azonban még nagyon nagy különbségek meglétét engedi meg – ezt tudományosan talán a kínai értékek BOND-féle tanulmányából átemelt ötödik kulturális dimenzióval indokolhatjuk, de még ez sem tűnik elégséges magyarázatnak a kutatás során véleményem szerint legpregnansabban megjelenő sajátosságra: a forma tartalommal szembeni elsődlegességére.

Úgy vélem, hogy ennek kapcsán jól láthattuk azt is, milyen téves következtetésekhez vezethet, amikor egy értékrendszerünktől alapvetően idegen jelenséget abban próbálunk elhelyezni – a kérdőív eredményei szerint pl. a vallással, vagy a hagyományokkal magyarázva azt. Ennek a folyamatnak a mélységeire már Hall is rávilágított, biológiai (agy)kutatások eredményeinek bemutatásával. Hofstede modellje szerint pedig személyiségünk része, alapja a tanult kulturális értékrendszerünk. Azaz az interkulturális kommunikáció velejárója, hogy alapvetően befolyásolja, megújítja világunkat, de ennek határai egyénileg különbözőek. Itt olyan ellentmondásokkal találkozhatunk, mint például, hogy egy nyitott, gyengébben bizonytalanságkerülő kultúra elvben könnyebben fogad el más kultúrát és annak sajátosságait, de ha e másik kultúra

erősen bizonytalanságkerülő, akkor szembe kerül önmagával, saját értékrendszerével, amelyet az idegen kultúra nem fogad hasonló toleranciával, sőt elutasítással, „megbélyegzéssel”. Ez nem csupán elméleti feltevés, hiszen súlyos konfliktusok forrása ma az iszlám közösségek beágyazódása az európai országok lakosságába.

Úgy vélem, hogy a magyarok alapvetően semlegesek a japán kultúrával szemben, erre utalnak az újságcikk-elemzés tanulságai. Azt is láthattuk azonban, hogy a japán kultúrával – munkahely révén – kapcsolatban állók, de az iránt kevésbé érdeklődők körében a bizalmat, a megértést a japán vállalatokban nagyon alacsony szintűre értékelték, ami bizonyára nem teszi oldottabbá a munkahelyi légkört sem.

Mindezek mellett figyelembe kell venni még egy fontos, világméretű folyamatot – a globalizáció hatására feléledt, elindult lokalizációt, a helyi kulturális értékek fokozott védelmére, megőrzésére irányuló törekvéseket. Ez azonban nem az etnocentrizmus megfelelője, nem célja a többi kultúra kirekesztése, inkább a „kultúrák rendszerének” gazdagítása. Úgy gondolom, hogy valóban megfigyelhető egyfajta „összkultúra”-, „világkulturális” összesség-szemlélet kialakulása (ami a jövőben lokalizációs szándékokkal ellentétesen éppen a kultúrák lassú összeolvadását eredményezheti), ma azonban még inkább az értékrendszer magasabb szint felé történő kitolódását segíti elő – azaz a regionális vagy nemzeti identitásnak egy nagyobb egészbe történő integrálását, ami új viszonyítási alapként szolgálhat az egyén számára. Az etnocentrizmus masszív jelenléte miatt ez a folyamat szinte láthatatlan, és valóban, bennem is sejtésként fogalmazódott meg – de mindenképpen erősítik, alátámasztják létezését pl. az olyan világméretű „szervezetek”, mint a Facebook internetes kapcsolatépítő portál (vagy a magyar iwiv). Ezekben minden egyén szabadon részt vehet, és nem névtelenül ismerkedik, hanem meglévő (valós) kapcsolatait ápolja, régiakat frissít fel, „virtuális baráti körét” bárhol, bármikor eléri, és ő is rátalálhat bárkire, a világ bármely részéről.

A gyakorlatban, HALL-lal egyetértve, úgy gondolom, hogy a személyes interakciók – vagy egy tréningen a közös helyzetgyakorlatok – mozdíthatják elő leginkább a megértést, a közeledést, hiszen ennek során nyitott, befogadó felekként ismerhetjük meg az eltérő háttérrel rendelkező partner reakcióját, és hasoníthatjuk össze a miénkkel – persze, csak saját értékrendszerünk szempontjai szerint.

IRODALOM

- [1] HOFSTEDE, G. (1994). *Cultures and Organizations - Software of the Mind* (Kultúrák és szervezetek - a szellemi beprogramozás szintjei). London: Hammersmith.
- [2] HALL, E. T. (1989). *Beyond Culture* (A kultúrán túl). New York: Doubleday. és HALL, E. T. (1980). *Rejtett dimenziók*. Budapest: Gondolat.
- [3] *Country Profile 2006*. (2006). Japan. The Economist Intelligence Unit Limited.
- [4] HERNÁDI, A., & SZÉKÁCS, A. (2003). *A japán gazdaság, társadalom és kommunikáció átalakulása az évezredfordulón*. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar.
- [5] *Vonatbaleset a nyugat-japán Hjógo-tartományban* (2005. április 25.) *Blikk*.
- [6] HÍDASI JUDIT: *Értékválság és értékváltás Japánban*. *Ezredvég*. 12. 2002. 8-9. 83-89.
- [7] MATESZ. Letöltés dátuma: 2007. december 12., forrás: <http://www.matesz.hu>
- [8] Origo. Letöltés dátuma: 2007. december 12., forrás: Keresés: <http://www.origo.hu/hir-archivum/index.html>

- [9] Sikerült alaposan meglepni KOIZUMIT. (2003. november 10.). Magyar Hírlap .
- [10] POÓR, C.: Gyorsposta - japán kormányválság. HVG/32. sz., 2005. augusztus 13.
- [11] TÁLAS, A.: A posta kétszer csönget - Kormánypárti győzelem Japánban. HVG/37. sz., 2005. szeptember 17.).
- [12] NAGY, G.: A felkelő Nap máza - Gazdasági rendszerváltás Japánban. HVG/30. sz., 2006. július 29.
- [13] PÁSZTOR, A.: A vihar kapujában - Túlvédett japán szolgáltatások. HVG/35. sz., 2005. szeptember 3.
- [14] VASS, P.: Támad a Toyota - Gyárvárosi álmok. HVG/24. sz., 2005. június 18.
- [15] VASS, P.: Robotkép - Világkiállítás Japánban. HVG/22. sz., 2005. június 4.
- [16] Japán reformerőlködés. HVG 2002/41. sz., 2002. október 11.
- [17] Az LDP nagygyűji követelték Tanaka fejét. Magyar Hírlap, 2002. február 2., 21. o.
- [18] PÁSZTOR, A.: El a tűztől? - Üzlet és politika Japánban. HVG/23. sz., 2006. június 10.
- [19] PÁSZTOR, A.: Katonás döntés - Új nacionalizmus Japánban. HVG/4. sz., 2004. január 24.
- [20] A magyarok titkáról Japánban. Magyar Hírlap, 2004. október 26.
- [21] MEDGYESI, C.: Az aranykalitkától az akasztófáig. Magyar Hírlap, 2001. június 13.
- [22] Internetes öngyilkosságok Japánban. HVG, 2003. június 28., 37. o.
- [23] PÁSZTOR, A.: Halasztott házasság - Japán szingli nők. HVG/46. sz., 2004. november 13., 46. o.
- [24] POÓR, C.: Bűntermelő szövetkezetek - Új Jakuzafőnök Japánban. HVG/36. sz., 2005. szeptember 10.
- [25] PÁSZTOR, A.: Megfordulnak a sírjukban - Helyszűke Tokióban. HVG/29. sz., 2006. július 22., 41. o.
- [26] POÓR, C.: Elégedettségi index - A világ legboldogabb országainak toplistája. HVG/32. sz., 2006. augusztus 12.
- [27] Készülődő Japán és Dél-Korea. HVG/22. sz., 2002. június 1.
- [28] VÁRKONYI, T.: Micuko - Magyar Hírlap álláspont. Magyar Hírlap, 2003. április 22.
- [29] L. a fent említett gazdasági elemzéseket.
- [30] KSH – Külföldi érdekeltségű vállalatok bruttó hozzáadott értéke (1995-2005 Éves adatok). Letöltés dátuma: 2008. április 12., forrás: http://portal.ksh.hu/pls/portal/ksh_web.tdb.view_cath?lang=HU&parent=4151, és KSH – A kibocsátás és a bruttó hozzáadott érték (2000-től). Letöltés dátuma: 2008. április 12., forrás: http://portal.ksh.hu/pls/portal/ksh_web.tdb.view_cath?lang=HU&parent=411
- [31] MFB. Letöltés dátuma: 2008. április 5., forrás: <https://www.mfb.hu/aktualis/makrogazdasagi-elemzesek/10151-1c59>
- [32] KSH – Külföldi érdekeltségű vállalatok adatai (1998-2005 Éves adatok). Letöltés dátuma: 2008. április 12., forrás: http://portal.ksh.hu/pls/portal/ksh_web.tdb.view_cath?lang=HU&parent=4151
- [33] KSH – Feladó/rendeltetési országokénti adatok SITC szerint. Letöltés dátuma: 2008. április 5., forrás: http://portal.ksh.hu/pls/portal/ksh_web.tdb.view_cath?lang=HU&parent=43211,

EUROPEAN UNION AND CHINA*

EU relations with China were established in 1975 and are governed by the 1985 EU-China Trade and Cooperation Agreement. In 2007, to reflect the depth and breadth of today's strategic partnership, negotiations began to upgrade this to a Partnership and Cooperation Agreement. Today, the EU is China's second largest trade partner, with China being the EU's largest partner. Apart from regular political, trade and economic dialogue meetings, there are over 24 sectoral dialogues and agreements ranging from environmental protection to industrial policy to education and culture.

The main objectives of EU policy towards China are to:

- Broaden and deepen dialogue with China, both bilaterally and on the world stage (e.g. working together on global challenges such as climate change,
- Support China's transition to an open society based upon the rule of law and respect for human rights,
- Encourage the ongoing integration of China into the world economy and trading system, and support the process of economic and social reforms,
- Raise the EU's profile in China, to aid mutual understanding.

These objectives are reflected in EU assistance to China.

REGULAR POLITICAL, TRADE AND ECONOMIC DIALOGUE MEETINGS

On the political side, these range from Prime Ministerial level (e.g. the Annual EU-China Summits), Foreign Minister level, meetings between Political Directors and Geographic Directors, meetings at expert level. They cover subjects from foreign policy to illegal migration to human rights. On human rights, there is also a Human Rights Dialogue and Seminar.

On the economic side, there are Ministerial meetings, meetings between senior officials, an annual Joint Committee at Ministerial level and an Economic and Trade Working Group. At the 2007 EU-China Summit, a High Level Economic and Trade Dialogue was established, as well as High Level Dialogues on exchange rate issues and on macroeconomic issues.

There are also, at present, ongoing negotiations for a Partnership and Cooperation Agreement. These were launched by Commissioner Ferrero-Waldner in January 2007 and should, when completed, result in an upgrade of the original 1985

* Összeállításunk a www.europa.eu oldal anyagából készült (2008. november 10.)

Trade and Cooperation Agreement, covering a wider range of issues, in line with our deeper and more comprehensive twenty-first century relationship.

Apart from political and economic dialogues, there are also 24 sectoral dialogues or agreements.

OVERVIEW OF THE SECTORAL DIALOGUES BETWEEN CHINA AND THE EU

What are Sectoral Dialogues and what drives them?

Relations between the European Union and China have intensified tremendously in recent years. To some extent this is the natural consequence of China's impressive economic growth and her increasing importance on the world stage as a major political partner. But substantial impetus for the rapid development of the relationship also stems from the shared interests that exist between the EU and China.

Evidence of this complementarity of interests can clearly be seen in the political arena, in areas such as multilateralism and global sustainable development. Considerable further evidence is to be found in the less visible, but flourishing area of exchanges on sectoral policies and technical issues or, as they are known, 'sectoral dialogues' between China and Europe. These dialogues have grown considerably in recent years and now cover a wide range of areas: from science and technology to enterprise regulation, and from environmental issues to education and the information society.

In many of these areas China and the EU face similar problems and favour similar approaches to them. Some examples:

In the area of competition policy: China is trying to establish a competition regime that should apply to companies that operate in the Chinese market. The fact that the EU has, over the years, developed a wide ranging competition policy has not gone unnoticed in China. As a consequence, during the last few years exchanges of experiences have taken place between Chinese and European policy makers and specialists on this subject. China is currently drafting comprehensive competition law and the draft law bears many similarities to the EU model.

On Internal Market issues: like the EU, China is committed to eradicating market fragmentation in order to reap the full benefits of a large internal market. The free movement of people and goods, the provision of services without frontiers, and public procurement all continue to present regulatory challenges to both sides.

Regional policies and other income re-distribution mechanisms: China's political leaders have expressed concern over income disparities that are emerging in China. Achieving "balanced development" is an explicit goal under China's economic policy. The EU, for its part, has a wealth of experience in regional and rural development policies which squarely addresses the issues related to disparities in regional growth. Chinese and EU specialists have started exchanging experiences on these issues with the intention of intensifying co-operation in the years to come.

China and the EU are both major players in international trade and very close interaction at all levels on trade issues is in place. Both Chinese and EU policy makers are fully aware of the benefits of free and open markets, but social and regional considerations also play an important role in decision making. Both sides tend to seek consensus-oriented solutions in order to avoid conflict – a path which implies lengthy co-ordination before decisions can be taken.

In short, China and Europe have considerably more in common than might appear at first sight. This creates a strong mutual interest to promote the exchange of experience and know-how.

China today is experiencing challenges which Europe started to tackle a number of years ago in areas such as the environment, the internal market, and competition. The EU is demonstrating its willingness to share this experience with China. And China has shown an interest in using the best practices of the “EU model” in these policy areas.

In other areas too, both Europe and China are simultaneously confronted with new challenges, such as rapid advances in science and technology and problems with health protection. This is a two-way street. In some areas Europe could usefully benefit from Chinese know-how and experience. Peaceful nuclear research is an example of such an area, where Europe will soon have to close down its ageing experimental nuclear reactors, whereas China is currently building state-of-the-art facilities. As a consequence of the conclusion of a new Euratom agreement - concluded at the December 2004 EU-China Summit – China is prepared to share the technology behind her new facilities with European researchers.

Common interests and complementarity – together with political receptiveness on both sides - thus help to explain why the Sino-European relationship has grown so quickly on many fronts.

Who participates and how do they work in practice?

The purpose of this document is to provide an overview of the European Commission’s sectoral activities which now cover 24 different areas. It does not deal with exchanges that take place in the areas of human rights and migration, which are of a somewhat different nature and more directly related to the EU-China political dialogue. The new Tourism Agreement (also known as the Approved Destination Status Agreement – ADS) is also not covered here, although it will serve to bring Chinese and Europeans closer together through the facilitation of travel for Chinese citizens to EU destinations.

Exchanges take place under different denominations depending on the specific context of the sector. They are referred to as ‘dialogues’, ‘regular exchanges’, or simply as ‘co-operation’, and they take place at various hierarchical levels, from working level to ministerial level. A variety of participants may be involved, including officials, politicians, business organisations, and private companies. Proceedings are organised in a flexible way and take the form of working groups, conferences, annual formal meetings or simply informal exchanges. Specialists from nineteen Directorates General in the European Commission are involved in regular exchanges with their respective counterparts in China.

What purpose do they serve?

Sectoral dialogues have helped to develop a solid foundation for the EU-China relationship which is now characterised by increasingly close policy co-ordination in many important areas. The European Commission strongly encourages these dialogues, which are an important area of support to the overall relationship.

The dialogues constitute an effective tool for further widening and deepening EU relations with China, for exploring new areas of common interest, for exchanging know-how, and, especially in the area of economic reform, ‘EU models and practices’.

A new support facility for dialogues and exchanges has been prepared with Commission financing of €5 million, and will shortly become operational to support activities.

Sectoral dialogues tend to pave the way for business and other operators by eliminating potential regulatory obstacles, and through raising awareness and facilitating contacts. Regular exchanges between specialists, officials and the business community serve to boost mutual understanding, and provide the substance for further developing the EU-China 'strategic partnership'. This is a stabilising element for the relationship which helps to counterbalance other more sensitive issues such as human rights, migration, and trade negotiations.

What does the future hold?

Most of the dialogues have been established over the past two to three years, and they reflect the massive growth in activity that characterises the relationship. Sectoral dialogues & agreements are expected to play an increasingly important role in building a privileged EU-China relationship with important benefits for both sides.

EU–China sectoral dialogues: What are the areas?

Agricultural dialogue

On 15 July, 2005, a Joint Declaration was signed between the Chinese Ministry of Agriculture and the Directorate General for Agriculture and Rural Development of the European Commission, establishing a dialogue on agriculture between the two sides. The objective of the dialogue is to promote bilateral cooperation and to facilitate the communication on issues that may arise and work on an efficient solution. The working methods include regular meetings during which new legislation and regulations, new technologies, quality policies (including geographical indications and organic production) and any other topic of mutual interest, relating to agriculture, will be discussed. In October 2006, a two-day session took place in Brussels between experts on both sides. Of particular use was the fact that the meeting enabled Commission experts of three Directorates General - Agriculture, Trade, Health Matters and Consumer Protection – to speak jointly with their Chinese counterparts.

Civil aviation

The need to develop a new framework for China-EU civil aviation relations was highlighted by a judgment of the European Court of Justice, in 2002. The Court ruled that the bilateral air services agreements between European Member States and third countries such as China run counter to European law if they discriminate against carriers from other Member States. This is the case under practically all existing bilateral air services agreements between EU Member States and third countries, including China. China has agreed to restore legal conformity through negotiating a single over-arching agreement that would bring bilateral agreements in line with Community law. Negotiations on this agreement started in 2005 and are expected to be concluded by 2006.

The Chinese side has furthermore shown strong interest in enhancing technical cooperation and assistance in a broad range of areas including aviation safety, security and air traffic management. A successful co-operation project in this area financed by the Commission and European and Chinese industry was in 2005 extended until 2006. A successful EU-China Aviation Summit took place in 2005 in Beijing.

Competition policy

Competition policy is a crucial issue in the context of China's efforts to restructure its economy. China's large economy needs a sound competition regime. The fragmented domestic Chinese market needs improved regulation to create a level playing field for market operators and to accompany the reform of large inefficient state-owned enterprises. In the medium-term improved regulation should also alleviate the current risks of trade dumping and economic instability emanating from China. With this in mind, in May 2004 China and the EU agreed upon a permanent mechanism for consultation in this area. The dialogue will enhance the EU's technical and capacity building assistance to China in the area of competition policy with the aim of developing a proper Chinese competition regime which is shaped in the right way to fit the Chinese reality. The process is facilitated by the fact that the emerging Chinese competition system follows the "European model".

Consumer product safety

China is one of the EU's most important trading partners when it comes to consumer goods, and this relationship can only be expected to grow in the coming years. By developing a common understanding between Europe and China on product safety issues, a culture of mutual understanding and trust can be developed. The recent Memorandum of Understanding between the European Commission's DG for Health and Consumer Protection (SANCO) and the Chinese governmental agency for Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) aims at enhancing the co-operation on these issues and to establish better communication and collaboration between the responsible authorities on product safety. A Working Group has been established between DG SANCO and AQSIQ to implement the different actions under the agreement.

Customs cooperation

Close co-operation between customs authorities is vital to facilitate trade and to help combat illegal activities such as fraud and counterfeiting. An agreement for EU-China customs co-operation was signed in December 2004; among other things it opens the way for inspection missions in both directions in order to ensure the effective enforcement of customs regulations.

Education and culture

The European Commission's new Erasmus Mundus programme came into force in 2004. It provides financing for students from third-countries to pursue post-graduate studies in Europe. Special 'windows' for China and other Asian countries have been set up to attract significant numbers of students from this region to study in Europe. Further ways of enhancing dialogue and co-operation in the field of education and culture are currently being explored.

Employment and social affairs

On 5 September 2005, at the EU-China Summit in Beijing, Commissioner Vladimir Špidla signed with the Chinese Minister of Labour and Social Security, Tian Chengping, a Memorandum of Understanding (MoU) on EU-China cooperation on Labour, Employment and Social Affairs. This MoU provides the framework for EU-China dialogue on areas such as social protection, social cohesion, labour legisla-

tion, employment, labour relations and social dialogue. Each side will visit the other at least once a year in Brussels and Beijing alternately. The first China-EU event under the MoU, a seminar on „Employment Promotion and Vocational Training”, took place the day after the signing of the MoU. The next event will take place in Brussels in November 2006 and the theme will be „Labour Mobility in the EU and China”. In addition, the EU will assist China in the modernisation of its social protection systems through a five-year EU-China Social Security Reform Cooperation Project that has started on 1 April 2006.

Energy – including nuclear energy

China’s increasing appetite for energy has significant repercussions on global markets and on the environment. The energy dialogue has been in existence since 1994 and is one of the earliest sectoral dialogues. It takes the form of annual working group meetings and a bi-annual Conference on EU-China Energy Co-operation. Current subjects of discussion include energy policy and development strategy, the evolution of energy markets, and security of supply and sustainable development. At the recent EU-China summit a Memorandum of Understanding on transport and energy strategies was concluded. Concrete actions are envisaged in areas such as energy regulation, renewable energy (including alternative transport fuels), energy efficiency, natural gas, clean coal technology (near zero emissions) and other new technologies in the energy sector. The new EURATOM agreement with China focuses on research into the peaceful use of nuclear energy and grants researchers from both sides access to each other’s facilities. It is particularly interesting for European researchers to work in new state-of-the-art Chinese facilities, at a time when older European research reactors will soon be phased out. The EU and China are both participating in the international ITER programme for the construction of an experimental controlled fusion reactor.

On 4 March 2005, the Commission’s Directorate General for Transport and Energy (TREN) and the Chinese Ministry for Science and Technology (MOST) signed an Action Plan on Clean Coal and terms of reference for an Action Plan on Industrial Cooperation on Energy Efficiency and Renewable Energies.

Environment

Chinese policy makers increasingly see environmental protection as a major challenge for the country and with the 11th Five Year Plan they have set some specific goals to reduce certain environmental pressures. China has an important global role to play in the area of environmental protection and climate change mitigation.

Over the last decade, contacts between the European Commission and the Chinese State Environmental Protection Agency (SEPA) have been intensified. The dialogue on environmental issues, which covers most of the environmental problems of concern in China, was upgraded to ministerial level in 2003. A substantial part of the EC/China financial assistance budget is allocated to environmental support programmes in response to the clear wish among policy makers in China to learn from EU experience. Co-operation and exchanges cover a wide range of environmental issues, from biodiversity, climate change and waste management to water and air pollution, vehicle emissions, environmental indicators, sustainable consumption and production and chemicals management.

The Joint EU-China Declaration on Climate Change and Partnership, adopted at the September 2005 summit, is a major achievement and adds the important com-

ponent climate change to the policy cooperation between the EU and China. The partnership is characterized by a strong focus on concrete steps to be made in tackling the problems of climate change. The flagship project is the agreement to cooperate to build in China a near zero emission coals fired power plant before 2020. The technology will allow the use of coal while avoiding most of the CO₂ being emitted. A Memorandum of Understanding commencing this project was signed in Shanghai in February 2006.

Food safety - Sanitary and phytosanitary (SPS) issues

Co-operation between China and the EC in this field can bring benefits to consumers both in the EU and China, and facilitate trade in agricultural goods. A Joint Technical Group was established in 2002 to deal with regulatory questions in this area. The recent Memorandum of Understanding between the European Commission's DG for Health and Consumer Protection (SANCO) and the Chinese governmental agency for Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) aims at considerably enhancing co-operation on these issues and at establishing better communication and collaboration between the responsible authorities on food safety and SPS issues.

Global satellite navigation services

The European Galileo programme will provide high precision global satellite navigation services, an area in which China is keen to develop links with the EU. A co-operation agreement was concluded in October 2003 under which China has invested already € 65 million to the programme, the estimated total cost of which amounts to some €3-4 billion. A follow-up agreement between the Chinese Remote Sensing Centre and the Galileo Joint Undertaking was signed in October 2004, for the first time opening this Community undertaking to the full participation of a non-EU country. Chinese participation in the programme has resulted in tangible scientific and industrial cooperation projects. The next challenge for the two sides will be to review the cooperation in satellite navigation in light of new developments such as Galileo moving to the implementation phase.

Information society

The dialogue on information society started in 1997 and all exchanges in this wide area (Information Technology, telecoms, audiovisual) have now been grouped under one umbrella dialogue, covering both research cooperation and policy discussions. On the cooperation side the aim is to promote collaboration between European and Chinese research teams. This is seen as essential to ensure exploitation of research results at a global level and to build interoperable technology and standards solutions. It is of high value for the competitiveness of European industry, and is of great interest to the Chinese government. It also offers a means to reach consensus on global critical issues such as security and dependability. Key issues on the policy side include the respective developments in telecom policy and activities in areas such as e-Government, security of networks, and the promotion of e-Commerce. At the same time, the Dialogue offers the possibility for both sides to pursue concerns – for example for the EU this includes issue such as such as the assignment of 3G licences (third generation mobile communications) in China, delays in the emergence of a transparent regulatory framework for telecommunications, difficulties in accessing telecom services markets, and a number of standards issues. The dialogue is being

backed up with a considerable number of technical assistance activities under the development cooperation programme (China-EU Information Society project, EU-China Trade Project) and has developed links to the Regulatory and Industrial Policy Dialogue (e.g. for telecom equipment certification issues) and the Intellectual Property Dialogue (for IP issues regarding telecom equipment).

Intellectual property rights (IPR)

China has made considerable efforts to adapt its IPR legislation to the 'Trade-Related aspects of Intellectual Property Rights Agreement' (TRIPs) – a cornerstone of the World Trade Organisation's (WTO) legal framework. China became a WTO member in 2001. Further concrete action is however needed on the Chinese side to update its legislation on IPR and in particular to establish a more effective enforcement system for IPR. A formal dialogue on this was signed in October 2003. The Commission has been financing an important IPR technical co-operation programme. A follow-up programme, which includes many enforcement issues, is being prepared for funding under the 2005-06 financial assistance programme.

Macro-economic policy and the regulation of financial markets

At the EU-China Summit in December 2004, an EU-China dialogue on macro-economic and financial regulatory issues was launched. The first meeting took place in Brussels, on 22 February 2005, jointly chaired by, on the Commission side, Mr. Regling, Director General for Economic and Financial Affairs, and Mr. Schaub, Director General for Internal Market and Services, and on the Chinese side Mr. Li Yong, Vice Minister of Finance. On 15 May 2006, Commissioner McCreevy and Chinese Finance Minister Jin Renqing participated in the second dialogue, in Beijing. At both meetings the European Central Bank was represented by a board member.

This dialogue brings together in one single venue all Chinese key authorities on these matters for a thorough discussion with officials of the European Commission and the European Central Bank. Concerned on the Chinese side are the Ministry of Finance, the People's Bank of China (China's Central Bank) and the key Regulatory Commissions respectively for Banking, Insurance and Securities. On the macroeconomic side, issues discussed concern the macroeconomic situation, global imbalances and monetary and fiscal policies. On the regulatory side main topics are China's financial sector reform and further integration of the financial sector in the EU. Other issues that have been addressed during these full-day meetings concern accounting standards and corporate governance. The two sides have agreed to continue and further develop this dialogue and a third dialogue meeting will be held in Brussels in 2007.

Maritime transport

In 2002, a maritime agreement was signed between the EC and its Member States and China to improve conditions for maritime transport carried out by EU and Chinese companies between the EU and China and to third countries. The agreement, later amended to cover the 10 new EU Member States who joined in 2004, promotes notably the freedom for both sides to provide maritime transport services and to have unrestricted access to ports and auxiliary services. It also deals with the commercial presence of shipping companies. Cooperation, notably regarding safety, security and training will now be extended to inland waterways and ports. Annual monitoring of the implementation of the agreement is taking place alternately in China and the EU.

Regional Policy

China is facing considerable regional development disparities between the booming coastal regions, the underdeveloped Western parts of the country and the North East with its declining traditional heavy industry. There is a more general issue of income disparities, in particular the urban/rural divide.

The dialogue on regional policy provides a basis for sharing EU experiences in developing and implementing its regional policy, governance and partnership issues and other related topics of mutual interest. In addition, the role of EU regional policy in areas like competition policy and state aid rules, public procurement, transport and environment contributes to cooperation with China in these policy areas. The EU-China dialogue on regional policy should also help contributing to other dialogue topics as presented in this paper related to, for instance, trade, sustainable development and good governance. A first China-EU Regional Policy Seminar took place in Beijing, in May 2006.

Regulatory and Industrial Policy

The objective of the Regulatory Dialogue is to ensure regulatory convergence between the EU and China in the long term. This should help to eliminate obstacles to trade and investment. Both sides try to achieve this through a comprehensive system of consultation and information on technical regulation, standards, certification procedures and market surveillance systems implemented by the two parties. Exchanges take place on best regulatory practices. In result trade should be facilitated and the quality and safety of goods sold on both markets and elsewhere should further improve. The dialogue provides for annual meetings where major issues of common interest are discussed and future co-operation is planned. A wide scope of technical issues is dealt with in greater detail in 13 Working Groups. Subjects dealt with in these Working Groups concern conformity assessment, standardisation, technical barriers to trade (TBT/WTO), electrical and mechanical products, toys, textile, lighters, medical devices, pressure equipment, automobile standards, cosmetics and radiation of mobile phones.

The Industrial Policy Dialogue promotes and enhances mutual understanding and awareness of current and forthcoming policy approaches including sustainable development, legislation and related issues in the industrial sector with a view to increase coherence between EU and Chinese industrial policy. The Parties promote consultations, mutual understanding and transparency. Working groups have been established in three sectors (automobile, metals and textile).

Science and technology(S&T)

The EU-China dialogue on Science and Technology started in the early 1990s and was one of the first areas of cooperation between the European Commission and China. The first EU-China S&T agreement entered into force in late 1999 and it was renewed in December 2004. Cooperation has increased substantially since the first S&T agreement was signed. Its aim was to promote mutually beneficial research activities in a variety of areas, such as food and environmental safety, the management of natural resources, the control of infectious diseases etc. Today, this cooperation shows growing dynamism as is demonstrated, for instance, by the participation of Chinese partners in more than 100 research projects funded by the Commission's Framework Programme for research.

China is rapidly becoming one of the most active actors on the international research scene and in several areas it is a world leader – examples of the latter are nano materials and energy components. The momentum gathered from both the launch of the 7th Framework Programme on the EU side (2007-2013) and China's 11th Five Year Plan (2006-2011) together with the forthcoming EU-China "S&T Year" may be used to review the present cooperation scheme. It would also seem a good occasion to launch new strategic projects in areas of mutual interest and to seek to increase the number of Europeans in projects funded by China.

Space cooperation

The Commission and the Chinese government also launched a dialogue on cooperation in space science, applications and technology. Managers of aerospace companies and research institutions attended a workshop in April 2004. High level meetings took place in July 2006 to explore ways how to implement the dialogue among the various parties concerned. Different fields of cooperation were reviewed, such as for instance earth observation, in particular with regard to the Global Monitoring for Environment and Security (GMES).

Trade policy dialogue

This dialogue covers multilateral issues of strategic interest such as the Doha Development Agenda, issues related to regional integration and free-trade areas, and key bilateral issues. The dialogue focuses on strategic issues and therefore complements the institutional bilateral meetings (which cover, inter alia, trade), such as the Economic and Trade Working Group and the Joint Committee. The first high level Trade Policy Dialogue took place in June 2004. The second one in July 2006.

Textile trade dialogue

To pre-empt potential conflicts after the abolition of textile quotas on 1 January 2005, the textiles trade dialogue examines ways in which a smooth transition to the quota-free textiles trade environment can be assured. The process contributed to the textiles agreements forged in the summer of 2005. The Commission expects the dialogue to lead to practical results which will have tangible and positive effects on trade in textiles and clothing between the two sides, based on fair and healthy competition in the marketplace. In addition to the government-to-government dialogue, an EU-China business dialogue is also being set up.

Transport (in general)

A Memorandum of Understanding on transport and energy strategies was concluded with the Chinese National Development and Reform Commission which will allow for the institutionalization of cooperation in the transport sector. It was in particular agreed to launch cooperation on road and railway transport.

BILATERAL TRADE RELATIONS

The European Union and China are two of the biggest traders in the world. Their bilateral trade increased by 17% in 2007; it has more than doubled between 2003 and 2007.

China is the single most important challenge for EU trade policy. China has re-emerged as the world's fourth economy and third exporter, but also an increasingly important political power. EU-China trade has increased dramatically in recent years. China is now the EU's 2nd trading partner behind the USA and the biggest source of imports. The EU is China's biggest trading partner. In 2008 the EU and China launched a new strategic mechanism for driving trade and economic policy. The EU's open market has been a large contributor to China's export-led growth. The EU has also benefited from the growth of the Chinese market and the EU is committed to open trading relations with China. However it pushes China hard to trade fairly, respect intellectual property rights and meet its WTO obligations.

Trade in goods

EU goods exports to China 2007: €71.6 billion

EU goods imports from China 2007: €230.8 billion

EU's imports from China are mainly industrial goods: machinery & transport equipment and miscellaneous manufactured articles. EU's exports to China are also concentrated on industrial products: machinery & transport equipment, miscellaneous manufactured goods and chemicals.

Trade in services

EU services exports to China 2006: €12.4 billion

EU services imports from China 2006: €11.2 billion

Foreign Direct Investment

EU inward investment to China 2006: €6 billion

China inward investment to EU 2006: €2.1 billion

High Level Economic and Trade Mechanism

The High Level Economic and Trade Mechanism was launched in Beijing in April 2008. The Mechanism will strengthen dialogue between the European Commission and the State Council of China, at Vice-Premier level. It will deal with both issues of strategic importance of in the EU-China trade relations, investment and economic cooperation. This Mechanism will provide a new tool to address issues of mutual concern especially in the areas of investment, market access and intellectual property rights protection and other strategic issues related to trade.

Partnership and Competition

In 2006 the European Commission adopted a major policy strategy (Partnership and Competition) on China that pledged the EU to accepting tough Chinese competition while pushing China to trade fairly. Part of this strategy are the ongoing negotiations on a comprehensive Partnership and Cooperation Agreement (PCA) that started in January 2007. These will provide the opportunity to further improve the framework for bilateral trade and investment relations and also include the upgrading of the 1985 EC-China Trade and Economic Cooperation Agreement.

China in the World Trade Organisation

The EU was a strong supporter of China's accession to the WTO, arguing that a WTO without China was not truly universal in scope. For China, formal accession to the WTO in December 2001 symbolised an important step of its integration into the global economic order. The commitments made by China in the context of accession to the WTO secured improved access for EU firms to China's market. Import tariffs and other non-tariff barriers were sharply and permanently reduced. While China has made good progress in implementing its WTO commitments, there are still outstanding problems. The EU also uses the regular Trade Policy Review of China in the WTO to raise a number of concerns regarding China's trade policy. These include inadequate protection of intellectual property rights, the maintenance of industrial policies which may discriminate against foreign companies especially in sectors like automobiles and barriers to market access in a number of services sectors including construction, banking, telecommunications, and express postal services). Access to raw materials has also been identified as a major trade obstacle as well.

Trade and Investment on the agenda of the 4th EU-China Round Table

The 4th Meeting of the EU-China Round Table will take place on 6-7 November 2008 in Paris. The agenda will include trade and investment and related issues such as intellectual property rights as well as recycling industries.

Following the recommendation of the 9th EU-China Summit (Helsinki, September 2006), the EU-China Civil Society Round Table was jointly established by the European Economic and Social Committee (EESC) and the China Economic and Social Council (CESC), in June 2007 in Beijing.

On the agenda of its 4th meeting are two topics of key importance in the current political and economic situation: Trade and Investment, as along with the numerous problems related to this issue, such as Intellectual Property rights, transparency in terms of regulations and their implementation, and the issue of „Recycling industries“. Both China and Europe have recently adopted a comprehensive legal framework to promote waste management and green investments. The key question to be tackled is how this is translated into the policies and practices in China and in Europe.

Moreover, a tripartite workshop with the French Council for economic, social and environmental rights will be organised for the first time, where Corporate Social Responsibility (CSR) will be discussed with experts and researchers who led the first CSR assessment in China and in Europe.

Bernard Kouchner, French Minister for External Relations, commented on the results of the 3rd Round Table that took place in June 2008 in Beijing: „You can be assured that the work carried out jointly by the European Economic and Social Committee and its Chinese counterpart will be taken into account at the next EU-China Summit. I wish to underline the interest and usefulness of this original discussion body which brings together the social and economic partners in EU and China.“

Three meetings have taken place since 2007, leading to open and frank discussions between the 15 EESC members and their Chinese counterparts. The EESC delegation in Paris will be led by the EESC president, Mario Sepi.

EVOLUTION OF THE EU'S TRADE BALANCE WITH CHINA

European Union, Trade with the World (Mio euro)

Year	Imports	Yearly % change	Exports	Yearly % change	Balance	Imports + Exports
2003	935.270		869.236		-66.034	1.804.506
2004	1.027.522	9,9	952.954	9,6	-74.568	1.980.477
2005	1.179.569	14,8	1.052.720	10,5	-126.849	2.232.289
2006	1.351.745	14,6	1.159.276	10,1	-192.468	2.511.021
2007	1.426.008	5,5	1.239.919	7,0	-186.089	2.665.926

European Union, Trade with China (Mio euro)

Year	Imports	Yearly % change	Share of total EU imports	Exports	Yearly % change	Share of total EU exports	Balance	Imports + Exports
2003	106.221		11,36	41.473		4,77	-64.748	147.694
2004	128.692	21,2	12,52	48.376	16,6	5,08	-80.316	177.068
2005	160.327	24,6	13,59	51.825	7,1	4,92	-108.502	212.152
2006	194.835	21,5	14,41	63.784	23,1	5,50	-131.051	258.619
2007	231.516	18,8	16,24	71.757	12,5	5,79	-159.759	303.273

EVOLUTION OF THE CHINA'S TRADE BALANCE

China, Trade with the World (Mio euro)

Year	Imports	Yearly % change	Exports	Yearly % change	Balance	Imports + Exports
2003	321.317		379.567		58.249	700.884
2004	399.264	24,3	466.133	22,8	66.869	865.397
2005	470.673	17,9	599.460	28,6	128.787	1.070.133
2006	559.248	18,8	752.846	25,6	193.597	1.312.094
2007	622.123	11,2	873.213	16,0	251.090	1.495.336

China, Trade with the European Union (Mio euro)

Year	Imports	Yearly % change	Share of total EU imports	Exports	Yearly % change	Share of total EU exports	Balance	Imports + Exports
2003	48.626		15,13	69.965		18,43	21.339	118.592
2004	56.697	16,6	14,20	87.355	24,9	18,74	30.658	144.051
2005	59.434	4,8	12,63	117.083	34,0	19,53	57.649	176.518
2006	71.966	21,1	12,87	150.735	28,7	20,02	78.769	222.701
2007	80.381	11,7	12,92	179.604	19,2	20,57	99.223	259.985

EU TRADE WITH MAIN PARTNERS (2007)

The major imports partners				The major export partners			
	Partners	Mio euro	%		Partners	Mio euro	%
	World	1.426.008	100,0		World	1.239.919	100,0
1	China	231.516	16,2	1	USA	261.463	21,1
2	USA	181.104	12,7	2	Switzerland	92.787	7,5
3	Russia	143.880	10,1	3	Russia	89.100	7,2
4	Japan	78.104	5,5	4	China	71.757	5,8
5	Norway	76.841	5,4	5	Turkey	52.641	4,2
6	Switzerland	76.700	5,4	6	Japan	43.757	3,5
7	Turkey	46.867	3,3	7	Norway	43.207	3,5
8	Korea	39.611	2,8	8	India	29.481	2,4
9	Brazil	32.661	2,3	9	UAE	26.878	2,2
10	Libya	27.323	1,9	10	Canada	25.893	2,1
11	India	26.262	1,8	11	Korea	24.785	2,0
12	Taiwan	26.007	1,8	12	Australia	22.709	1,8
13	Canada	23.285	1,6	13	Ukraine	22.368	1,8
14	Algeria	21.173	1,5	14	Brazil	21.279	1,7
15	South Africa	20.868	1,5	15	Mexico	20.927	1,7
16	Singapore	18.323	1,3	16	Hong Kong	20.886	1,7
17	Saudi Arabia	18.236	1,3	17	Singapore	20.647	1,7
18	Malaysia	18.014	1,3	18	South Africa	20.511	1,7

UAE = United Arab Emirates

CHINA'S TRADE WITH MAIN PARTNERS (2007)

The major imports partners				The major export partners			
	Partners	Mio euro	%		Partners	Mio euro	%
	World	632.100	100,0		World	872.038	100,0
1	Japan	96.964	15,3	1	EU	179.604	20,6
2	EU	80.381	12,7	2	USA	173.593	19,9
3	Korea	76.561	12,1	3	Hong Kong	131.905	15,1
4	USA	51.993	8,2	4	Japan	74.888	8,6
5	Malaysia	20.119	3,2	5	Korea	40.695	4,7
6	Hong Kong	20.031	3,2	6	Singapore	21.481	2,5
7	Australia	18.543	2,9	7	Russia	20.334	2,3
8	Philippines	16.923	2,7	8	India	17.241	2,0
9	Thailand	16.033	2,5	9	Canada	14.967	1,7
10	Russia	14.036	2,2	10	Australia	13.110	1,5
11	Singapore	13.588	2,1	11	Malaysia	12.822	1,5
12	Brazil	13.289	2,1	12	UAE	12.382	1,4
13	Saudi Arabia	12.615	2,0	13	Indonesia	9.262	1,1
14	India	10.167	1,6	14	Thailand	8.776	1,0
15	Iran	9.173	1,5	15	Mexico	8.503	1,0
16	Indonesia	8.935	1,4	16	Vietnam	8.244	0,9
17	Angola	8.669	1,4	17	Brazil	8.040	0,9
18	Canada	7.884	1,2	18	Turkey	7.830	0,9

UAE = United Arab Emirates

EU-CHINA SUMMITS

The first EU-China Summit took place in 1998, in London (during the UK Presidency of the Council of Ministers of the EU). Ever since, they have been held on an annual basis, alternating between Beijing and the country currently hosting the EU Presidency). They are attended by the Chinese Prime Minister and other relevant Ministers and, for the EU, by the President of the Council of Ministers, the President of the European Commission and the High Representative for Common Foreign and Security Policy, as well as other relevant Ministers and European Commissioners.

The most recent Summit was in Beijing in November 2007 and the next is scheduled for to take place in France (under the French Presidency of the EU) in December 2008.

In recent years, Joint Statements have been issued, setting out agreed policy positions on a wide range of bilateral, regional and international/global issues:

11 th	Summit	France	December 2008
10 th	Summit	Beijing	28 November 2007
9 th	Summit	Helsinki	9 September 2006
8 th	Summit	Beijing	5 September 2005
7 th	Summit	The Hague	8 December 2004
6 th	Summit	Beijing	28 October 2003
5 th	Summit	Copenhagen	24 September 2002
4 th	Summit	Brussels	5 September 2001
3 rd	Summit	Beijing	24 October 2000
2 nd	Summit	Beijing	21 December 1999
1 st	Summit	London	2 April 1998