

2024. 1.

KÖZELÍTÉSEK



MILTON FRIEDMAN
EGYETEM

negyedéves, internetes folyóirat



KÖZELÍTÉSEK

LEKTORÁLT FOLYÓIRAT

Minden publikálásra beküldött kéziratot két felkért opponens lektorál.

ISSN 2498-7816

Kiadja a Milton Friedman Egyetem

Megjelenik évente két vagy négy alkalommal online formában.

FŐSZERKESZTŐK:

Laki Ildikó, Haszonné Kiss Katalin

FELELŐS SZERKESZTŐ:

Szűts Zoltán

SZERKESZTŐK:

Iwona Florek PhD – Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej w Jozefowie – Lengyelország

Grajczjár István – Milton Friedman Egyetem

Szatmári Péter – Milton Friedman Egyetem

Szegediné Lengyel Piroska – Milton Friedman Egyetem

Schottner Krisztina – Milton Friedman Egyetem

Bán-Forgács Nóra – Milton Friedman Egyetem

OLVASÓSZERKESZTŐ

Szűcs Katalin Ágnes

A SZERKESZTŐSÉG CÍME:

Milton Friedman Egyetem, 1039 Budapest, Kelta utca 2.

A KIADÓ NEVE:

Milton Friedman Egyetem

Székhelye: 1039 Budapest, Kelta utca 2.

A KIADÁSÉRT FELELŐS SZEMÉLY:

Schottner Krisztina rektor

A SZERKESZTÉSÉRT FELELŐS SZEMÉLY:

Laki Ildikó

Tördelő szerkesztő: Tárkányi Marietta

KAPCSOLAT:

Laki Ildikó (laki.ildiko@uni-milton.hu)

TARTALOMJEGYZÉK

Ackermann Tamás

Hátrányos helyzetű személyek pszichoszociális állapotfejlesztése mentorálással – Esélyek és eredmények egy esettanulmány tükrében

Improving the psychosocial condition of disadvantaged individuals through mentoring Opportunities and results in light of a case study.....5

DOI: <https://doi.org/10.25116/kozelitesek.2024.1-1>

Berényi Szandra

A digitális pedagógia rejtett paradoxonja: eszközhasználat és módszertani stagnálás a szakképzésben 16

DOI: <https://doi.org/10.25116/kozelitesek.2024.1-2>

Kinczerová Adriana – Fehér Lilla – Korcsmáros Enikő – Tóbiás Kosár Silvia

A marketing mint a versenyképes KKV záloga

Marketing as the key to a competitive SMEs 33

DOI: <https://doi.org/10.25116/kozelitesek.2024.1-3>

Boróka Szarvák – Tibor Szarvák

Analysis of Community Aspirations and Ambitions in the Light of Spatial Connections in Selected Villages of Borsod-Abaúj-Zemplén County 45

DOI: <https://doi.org/10.25116/kozelitesek.2024.1-4>

Ackermann Tamás

HÁTRÁNYOS HELYZETŰ SZEMÉLYEK PSZICHOSZOCIÁLIS ÁLLAPOTFEJLESZTÉSE MENTORÁLÁSSAL – ESÉLYEK ÉS EREDMÉNYEK EGY ESETTANULMÁNY TÜKRÉBEN

IMPROVING THE PSYCHOSOCIAL CONDITION OF DISADVANTAGED INDIVIDUALS THROUGH MENTORING OPPORTUNITIES AND RESULTS IN LIGHT OF A CASE STUDY

Absztrakt

A tanulmány bemutatja a Felzárkózási mentorhálózat című projektet, az ennek keretében megvalósuló mentorálás eredményeit. A mentorálás egyik célja a hátrányos helyzetű személyek pszichoszociális állapotfejlesztése volt. A résztvevők a mentorálási folyamat elején és végén pszichoszociális állapotfelmérő tesztet tölthettek ki, a mentorálás haszna így mérhetővé vált. A kutatás azt mutatta, hogy a mentoráláson részt vett személyek szorongási szintje csökkent a belépéskor mérthez képest. A tanulmány javaslatokat fogalmaz meg arra vonatkozóan, hogy milyen területeken lehet érdemes alkalmazni a mentorálást hátrányos helyzetű személyek felzárkóztatása érdekében.

Kulcsszavak: hátrányos helyzet, roma közösség, társadalmi felzárkózás, mentorálás, pszichoszociális állapot

Abstract

The study presents the project called „Development of mentoring network for social inclusion” and the results of the mentoring implemented within the framework of the project. One of the aims of the mentoring was to improve the psychosocial condition of disadvantaged persons. The persons participating in the mentoring filled out a psychosocial condition assessment test at the beginning and at the end of the mentoring process, thus the benefit of the mentoring became measurable.

Based on the research, the anxiety level of the people who participated in the mentoring decreased compared to the level measured at the time of entry. The study formulates suggestions regarding the areas in which mentoring may be useful in order to improve time lives of the disadvantaged people.

Keywords: disadvantaged people, roma community, social inclusion, mentoring, psychosocial condition

Az EFOP 1.3.2-16-2016-00001 azonosítószámú, Felzárkózási mentorhálózat fejlesztése című projekt célja a munkaerőpiacról tartósan kiszorult hátrányos helyzetű személyek munkaerőpiaci, képzési vagy segítő programba való belépésének támogatása mentorálás segítségével. A projekt megvalósításának időszaka 2017. 05. 01-től 2023. 03. 31-ig tartott. A projekt célja, hogy a hátrányos helyzetű emberek (kiemelten a roma célcsoport tagjai) képessé váljanak belépni a nyílt munkaerőpiacra átvezető, aktív munkaerőpiaci, képzési vagy segítő programokba az egyénre szabott tanácsadás és támogatás segítségével.

A projekt célcsoportjának bemutatásához először is a hátrányos helyzetű személyek fogalmának definiálása szükséges. A hátrányos helyzetű munkavállaló az Európai Unió Bizottságának 651/2014 EU Rendelete¹ szerint az a személy, aki: az előző hat hónapban munkanélküli volt, vagy 15 és 24 év közötti életkorú, illetve 50 év feletti, vagy nem szerzett középfokú, illetve szakmai végzettséget, vagy egy, illetve több gyermeket egyedül nevelő szülő, vagy etnikai kisebbséghez tartozik, vagy olyan szakmában dolgozik, amiben az alulreprezentált nemhez tartozik.

A projekt fő tevékenysége a mentorálási folyamat volt, amelynek célja, hogy növelje a mentoráltak későbbi foglalkoztatási esélyeit, csökkentse körükben a szegénység mértékét és elterjedtségét, illetve oldja a lelki egészségért működő ellátórendszerek elérési nehézségeiből adódó hiányokat. A projekt közvetlen célja volt, hogy legalább 69.550 hátrányos helyzetű, kedvezőtlen adottságú területen élő, aktív korú, a munka világából kiszorult személyt érjen el, közülük legalább 11.235 főt mentorálási folyamatban részesítsen annak érdekében, hogy a tanulás világából több éve kiszorult személyek felkészültebben térhessenek vissza akár az iskolapadba, akár az elsődleges munkaerőpiacra. A célcsoport tagjaival közel 100 mentor foglalkozott, akiknek a munkáját 10 mentorkoordinátor támogatta.

A projekt fontos részét képezte a mentori munka hatásának vizsgálata és az eredmények mérhetővé tétele. Ugyanazon kérdőívet alkalmaztuk a mentorálás kezdetén és végén. A programunk kutatási része lényegében olyan kérdésekre kereste a választ, hogy a hátrányos helyzetű magyar felnőttek életminősége, küzdelmei, szorongásai, pszichológiai immunkompetenciája miképp és konkrétan hol, milyen aspektusokban alakul a mentorálás, a segítő kapcsolat hatására. Emellett azt is szeretnénk volna megvizsgálni, hogy a célcsoportnak vannak-e jellegzetességei a magyar átlagpopulációs adatokhoz képest.

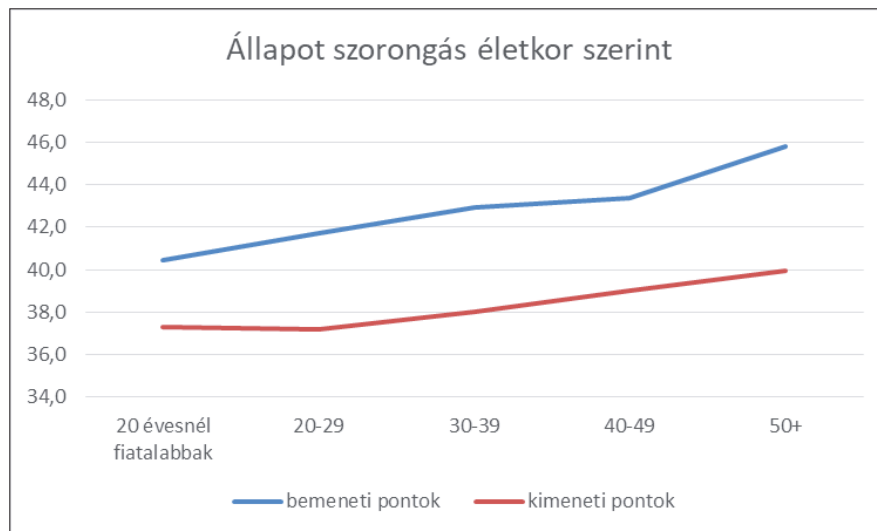
¹ Az Európai Unió Bizottságának 651/2014/EU rendelete, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0651&from=HU> letöltés ideje: 2024.11.15.

Összesen 11.732 fő válaszadónk volt a kutatásban, 71%-uk nő, 29%-uk férfi. A válaszadók átlagos életkora 36 év, a legfiatalabb 16 éves, a legidősebb 75. A korcsoportok a következőképpen alakultak a kutatásban: a 16 és 20 év közötti válaszadók a teljes mintánk 16%-át teszik ki, a 21 és 30 közöttiek a 33%-át, a 31 és 40 közöttiek a 23%-át, a 41 és 50 közöttiek a 20%-át, az 50 év felettek aránya 8% volt. Családi állapot tekintetében a válaszadók 36%-a élettársi kapcsolatban van, 34%-a házas, 29%-a egyedülálló, 1%-a özvegy. A válaszadók többségének (71%) van gyermeke. A válaszadók csupán 29%-a gyermektelen, 19%-ának egy gyermeke van, 25%-ának kettő, 18%-ának három, 6%-ának négy, 2%-ának öt, 1%-ának hat vagy több. A válaszadók 12%-a nem végezte el a nyolc általánost, 79%-uk legmagasabb iskolai végzettsége 8 általános, 6%-uknak van szakmunkás bizonyítványa érettségi nélkül. A válaszadók 3%-a rendelkezik érettségivel.

A State-Trait Anxiety Inventory kérdőívet használtuk a szorongási szint méréséhez, röviden a STAI-S és STAI-T kérdőíveket. Ezeket eredetileg Spielberger fejlesztette 1970-ben, és Sipos K., valamint Sipos M. fordította magyarra 1978-ban. A szorongás erősségének mérésére kidolgozott, széles körben elterjedt, 40 tételből álló önkitöltős kérdőívnek két változata van: a pillanatnyi, állapotszorongás (STAI-S), valamint a szorongás mint személyiségvonás (STAI-T) skála. A STAI-S skála a szubjektíven átélt félelemérzettel, szorongó várakozással, tudatos feszültségérzéssel jellemezhető, a vegetatív idegrendszer működésének fokozott izgalmát eredményező átmeneti szorongásos állapotok mérésére szolgál. Ez a szubjektíven átélt élmény a külső és belső környezet változásának hatására időről-időre módosul. A teszten 20 és 80 pont közötti értéket lehetett elérni. Férfiaknál 38 pont felett állapíthatunk meg kóros szorongásra utaló jeleket, nőknél 43 pont felett.

A férfiak bemeneti állapotszorongás-értéke 42,2 pont, ami jóval a 38 pontos határérték felett van. A nők bemeneti állapotszorongás-értéke 43,3 pont, ami éppen, hogy a 43 pontos határ felett van. A mentorálási folyamat végén mindkét nemnél csökkent az állapotszorongás értéke. A férfiaknál a mentorálás hatására a bemeneti 42,2 pont 38,1 pontra mérséklődött, ami már épp a szorongási határérték. A nőknél 43,3 pontról 38,2 pontra csökkent, ami jóval a 43 pontos szorongási határérték alatt van.

Az életkori csoportokat megvizsgálva azt állapítottuk meg, hogy az életkor növekedésével az állapotszorongás pontszáma is növekszik, azaz minél idősebb volt egy mentoráltunk, annál magasabb szorongási szintet mértünk (1. ábra).

**1. ábra**

(Forrás: saját kutatás)

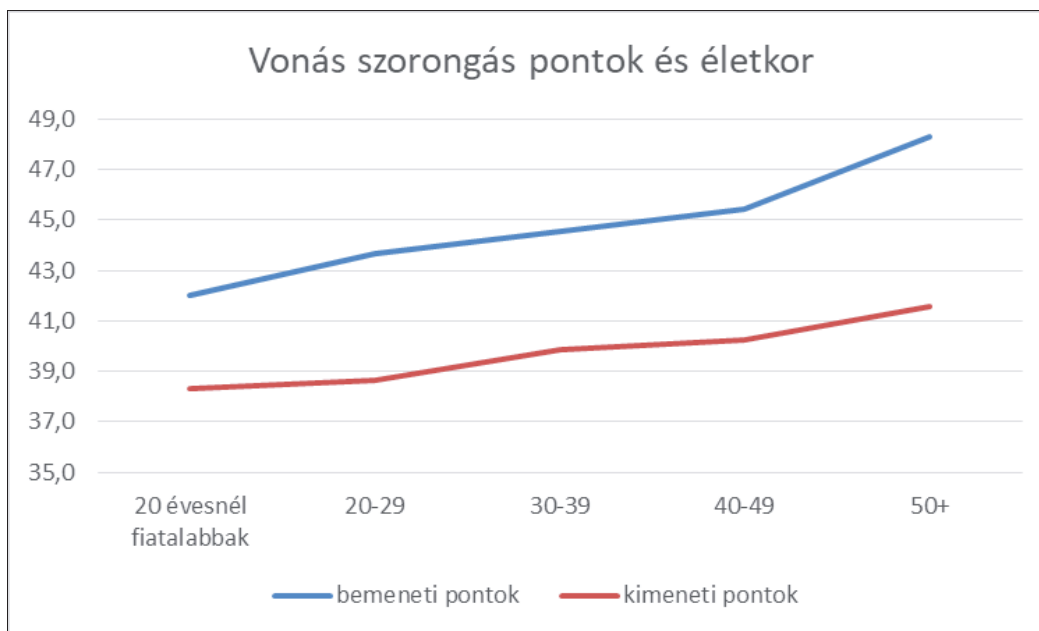
A bemeneti és kimeneti értékeket összehasonlítva azt látjuk, hogy a mentorálási folyamatnak mérhető eredménye van: az állapotszorongási pontok minden korcsoportnál csökkentek a mentorálás hatására. Az állapotszorongási pontok és a családi állapot viszonyát megvizsgálva arra jutottunk, hogy az egyedülálló állapotszorongás-pontja a legalacsonyabb (bemeneti: 41,6, kimeneti: 37,7), a házasoknál pedig a legmagasabb (bemeneti: 44,8, kimeneti: 39,5). Az állapotszorongás és a gyermekek számának viszonyában azt láthatjuk, hogy a négy gyermeknél a legmagasabb a bemeneti érték (45,5 pont), míg a legalacsonyabb kimeneti értéket szintén a négygyermekeseknél találjuk (37,1 pont).

Iskolai végzettség tekintetében a szakképesítés nélküli érettségivel rendelkezők körében a legalacsonyabb az állapotszorongás értéke a bemeneti és a kimeneti pontszámok esetében is (38,3 és 34,9 pont). A legmagasabb bemeneti értéket az érettségi nélküli szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkezőknél kaptuk (45,6 pont).

Megállapíthatjuk tehát, hogy mintánkban az idős kor, az egyedüllét, a gyermekek száma mind kedvezőtlenül befolyásolják a szorongás szintjét.

A Spielberg Vonás Szorongás (STAI-T) kérdőív kitöltésével 20 és 80 pont közötti értéket lehetett elérni. Férfiaknál 41 pont felett állapíthatunk meg kóros szorongásra utaló jeleket, nőknél 45 pont felett. A bemeneti pontokat nemek szerint összehasonlítva a nők valamivel magasabb értéket értek el (45,2 pont), mint a férfiak (43,7 pont). A mentorálást követő kimeneti pontszámok mindkét nemnél csökkenést mutattak a vonás szorongás tekintetében, mindkét nemnél a kóros szorongási határérték alatti számot kaptunk (férfiak: 39,6, nők: 39,7 pont). Korcsoportok tekintetében azt találtuk, hogy minél fiatalabb a kérdezett, annál alacsonyabb a szorongási érték (2. ábra). A mentorálás után kapott kimeneti értékek javultak az összes korcsoportban a bemeneti értékhez képest, itt tehát ismét mérhető eredményét látjuk a mentori munkának. Itt érdemes megjegyezni, hogy a mentor feladatának fontos része a mentorált motiválása, biztatása, ösztönzése arra, hogy

együtt fogalmazzanak meg terveket a mentorált jövőjére nézve. A mentor feladata, hogy azokat a kishitűségből eredő gátakat lebontsa a mentoráltban, amelyek munkaerőpiaci elhelyezkedését gátolhatják.²



2. ábra
(Forrás: saját kutatás)

A legmagasabb vonás szorongás értéket a családi állapotra vonatkozóan a házasoknál kaptuk, míg a legalacsonyabbat az egyedülállóknál. A legmagasabb bemeneti szorongásérték a gyermekszámot tekintve az ötgyermekes szülőknél jött ki (47,4 pont), a legalacsonyabb pedig a gyermekteleneknél (43,4 pont). A mentorálás hatására a sokgyermekes szülőknél csökkent leginkább a magas szorongásérték (ötgyermekeseknél például 47,4-ről 41,1 pontra). Érdekes itt megjegyezni, hogy a mentorálás mindegyik csoportban csökkentette a szorongás szintjét, de a leginkább a sokgyermekes (4-5-6) szülőknél. Az iskolai végzettséget tekintve az érettségizettek vonás szorongása volt a legalacsonyabb.

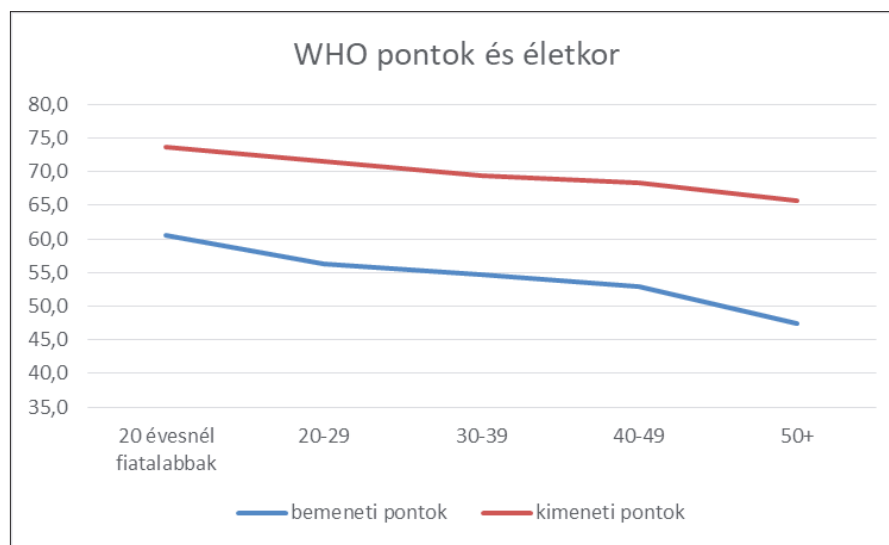
A WHO (World Health Organization) jóllétmérő kérdőívet eredetileg Bech és munkatársai készítették el 1996-ban, majd Kopp és munkatársai fordították magyarra 2006-ban. A kérdőívre rövidítve is szoktak hivatkozni WBI-5 néven.

A WHO standard kérdőíve a kutatás legrövidebb kérdőíve, csupán öt kérdést tartalmaz, s a világ számos országában használják a jóllét szintjének mérésére. A jóllét fogalma összetett, magában foglalja a testi, lelki és egyéb tényezők által befolyásolt életminőséget.³ A kérdőív zárt kérdéseket tartalmaz, a válaszokat a kitöltő egy Likert-skálán értékelheti egyetértése alapján nullától ötig. Esetünkben a

² Mani A. – Mullainathan S. – Shafir E. – Zhao J. (2013): Poverty Impedes Cognitive Function, Science 30 Vol. 341, Issue 6149 pp. 976-980.

³ Dinyáné Szabó M. – Pusztai G. (2016): Az Egészségügyi Világszervezet öttételes jóllét-kérdőívének vizsgálata a Semmelweis Egyetem elsőéves hallgatóinak körében, Orvosi Hetilap, 157. évfolyam, 44. szám

kérdések arra vonatkoznak, hogy a kérdezett az elmúlt két hét során érezte-e magát vidámnak, nyugodtnak, aktívnak, kipihentnek, és hogy a napjai érdekesek voltak-e. A teszten 0 és 100 pont közötti értéket lehet elérni. 28 pont és az alatti érték depresszió jelenlétére utal, 28 pont felett, 50 pontig tartós rosszkedvre, míg 50 pont felett se depresszióra, se tartós rosszkedvre nem utalnak a válaszok. Az adatok elemzésénél azt találtuk, hogy már a bemeneti értékek is 50 pont felettiéek voltak, és ez az érték mentorálás folyamán még javult is. A bemeneti értékeket nemi bontás szerint vizsgálva azt találtuk, hogy a nemek között nincs komoly különbség (férfiak 53,5 pont, nők 54,6 pont). Kimeneti értékeknél a nők valamivel magasabb értéket értek el a férfiaknál (férfiak 67,5 pont, nők 70,5 pont).



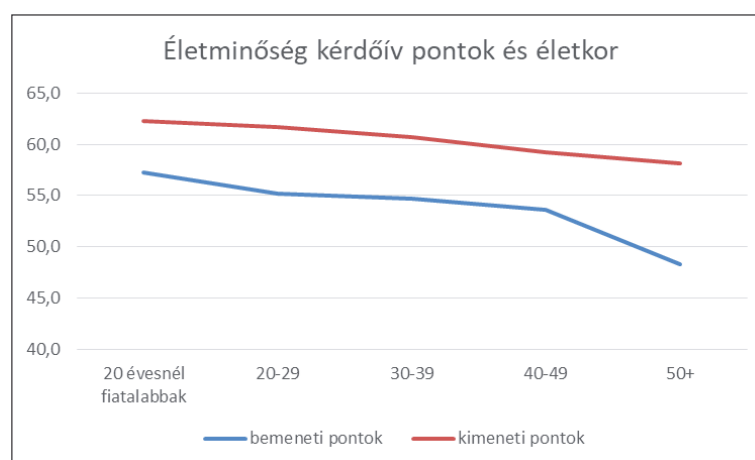
3. ábra

(Forrás: saját kutatás)

Az életkorral fordítottan arányos a WHO-pontok értéke, minél fiatalabb a kérdezett, annál magasabb értéket ért el a teszten (20 évesnél fiatalabbak bemeneti értéke: 60,6 pont, 50 évesnél idősebbek bemeneti értéke: 47,4 pont) (3. ábra). A családi állapotot vizsgálva azt találtuk, hogy a legmagasabb értéket a be- és kimeneti pontoknál az özvegyek érték el (igaz, csak 17 özvegy válaszadónk volt). A második legmagasabb értéket az egyedülállók érték el, a legalacsonyabbat pedig a házasok. A bemeneti értéket tekintve a legalacsonyabb pontot a négy és ötgyermekesek érték el (49,9 pont), a legmagasabbat pedig a gyermektelenek (56,8 pont). A mentorálás hatására mindegyik csoportban nőtt a pontszám, gyermektelenek esetében 67,9 pontra, míg a hat vagy több gyermeket nevelőknél 73,7 pontra. Érdekes megjegyezni, hogy a gyermekszám vonatkozásában a szorongás- és életminőségpontok nagyon hasonlóan alakulnak, annak ellenére, hogy a pontok értékelése eltérő. A szorongási szint mérése esetében minél magasabb pontot érünk el, annál magasabb szorongási szintről beszélhetünk, az életminőséget tekintve viszont minél magasabb pontot kapunk, annál távolabb kerülünk a depressziótól és a rosszkedvtől. Azaz, a sokgyermekes családok szülői ugyan szoronganak (valószínűleg a megélhetés miatt, hiszen hátrányos helyzetű családokról beszélünk),

az életminőségük, boldogságuk azonban magasabb azoknál, akiknek nincs, vagy csak kevés gyermekük van. Iskolai végzettség tekintetében az érettségivel rendelkezők érték el a legmagasabb pontszámot. A vizsgálat alapján elmondhatjuk, hogy mintánkban az érettségi megszerzése javított az életminőség-mutatón. Valószínűleg az érettségizett válaszadóink könnyebben találtak munkát, vagy magasabb fizetést kaptak érettségivel nem rendelkező társaiknál. A legalacsonyabb pontszámot a szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkező válaszadónál találjuk, őket követik azok a válaszadók, akiknél a legmagasabb iskolai végzettség a 8 általános.

Az életminőség-kérdőívet a projekt vezető koordinátora, Komora Nóra klinikai szakpszichológus fejlesztette ki. A kérdőív húsz kérdést tartalmaz, s a válaszadók általános közérzetét vizsgálja. Megalkotásánál a fő szempont az volt, hogy a hátrányos helyzetű réteg problémáihoz, élethelyzeteihez illeszkedjenek a zárt kérdések, összesen húsz. Ezekre egy négyfokú skálán tud válaszolni a kitöltő – a cél az ő mentálhigiénés állapotának, általános közérzetének feltárása. E kérdőív előnye a standard életminőség-kérdőívekkel szemben, hogy a hátrányos helyzetű felnőttek számára releváns kérdéseket tartalmaz, megfogalmazása jól érthető. A teszten 20 és 80 pont közötti értéket lehetett elérni. A 20 és 32 pont közötti eredmény esetén a válaszadó úgy értékeli, hogy az életminősége rossz, 33 és 45 pont között inkább rossz, 46 és 54 pont között közepes, 55 és 67 között inkább jó, 68 és 80 között pedig jó. Kutatásunkban a férfiak 54,3 pontot értek el, míg a nők 54,4-et. Ez a két érték a közepes skála tetején helyezkedik el. A mentorálás hatására a kimeneti értékek jócskán megnöttek: a férfiak esetében 60,3 pontra, a nőknél 60,5 pontra. Ez a két eredmény már az „inkább jó” értékbe esik. Korcsoportok tekintetében a legmagasabb életminőségpontot a legfiatalabbaknál kapjuk, míg a legalacsonyabbat a legidősebbeknél (4. ábra). Jól látható, hogy az életkor előrehaladtával az életminőségpontok folyamatosan csökkennek. Ez annyira nem is meglepő, hiszen az életkor előrehaladtával az egészségügyi problémák száma nő. A mentorálás hatására minden életkorban javultak az életminőségpontok.



4. ábra
(Forrás: saját kutatás)

Családi állapot alapján a legmagasabb pontszámot az özvegyek érték el, a legalacsonyabbat pedig a házások. Az élettársi kapcsolatban élők és az egyedülállók életminőségpontjai között szinte nem is találunk eltérést. A házások alacsony életminőségpontszámára magyarázat lehet az, hogy egy család eltartásához jóval nagyobb jövedelemre van szükség, mint akik egyedül élnek. A gyermekszám és az életminőségpontok összefüggését vizsgálva a bemeneti életminőségpontok a gyermekteleneknél és a legalább hat gyermeket nevelő szülőknél voltak a legmagasabbak (55,4 pont). A kimeneti pontok minden esetben növekedtek a mentorálás hatására, a leglátványosabb növekedés az öt gyermeket nevelőknél található. Az életminőségpontok és az iskolai végzettség összefüggését vizsgálva a legmagasabb életminőségpontokat a szakképzettséggel nem rendelkező érettségizett válaszadóknál kaptuk, míg a legalacsonyabbakat az érettségivel nem, csak szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkezőknél kaptuk.

Az eredeti MMK (Megküzdési MódoK Kérdőív) standard kérdőív 68 kérdést tartalmaz, s a problémákkal való megküzdés módjait és az egyén coping technikáit méri fel.⁴ A kérdőív azt vizsgálja elsődlegesen, hogy a válaszadó milyen módon tud megküzdni az életében fellépő problémákkal. Eredeti változatát Judah Folkman amerikai onkológus és Richard Lazarus amerikai pszichológus dolgozta ki 1980-ban, magyar változatát Kopp Mária pszichológus és Skrabski Árpád szociológus fejlesztette ki 1995-ben. A kérdőív 16 kérdésére egy négyes skálán lehet válaszolni. A magyar változat megpróbálja felmérni, hogy a megkérdezett milyen technikák segítségével próbál megküzdni az élet nehézségeivel.⁵ Problémaelemzésnél (probléma megértése, tanácskérés) a minimálisan elérhető pontszám a nulla, a maximális pedig a 12 pont. A problémaelemzés bemeneti értéke szinte megegyezik mindkét nemnél, ami a mentorálás hatására mindkét esetben nőtt (férfiaknál 7,5 pontra, nőknél 7,2 pontra.). A problémaelemzés értéke a legfiatalabbaknál a legerősebb (bemeneti 7,2 pont) és a legidősebbeknél (50 feletti) a legalacsonyabb (bemeneti 6 pont). A mintánkban a férfiak és a fiatalok tehát egy probléma kezelésénél gyakrabban alkalmazzák a probléma feltárásának módszerét és gyakrabban kérnek segítséget, mint a nők és az idősebbek. A probléma elemzése egy hasznos és egészséges megküzdési módszer. A mentorálás hatására mindkét nemnél és minden korcsoportban nőtt a problémaelemzés pontszáma, ami igen öröndetes. A mentorok feladata az volt, hogy a mentoráltak problémáira objektíven, lényeglátóan világítsanak rá. Ezt a szemléletet a mentoráltak magukra is gyakrabban alkalmazták. Feszültségredukciónál mint megküzdési módszernél (evés, ivás, alkohol) a legalacsonyabb kapható érték nulla pont, míg a legmagasabb a kilenc. A férfiaknál picit erősebb értéket kaptunk (3,5 pont), mint a nőknél (3,4 pont), de ez a 3,5 pontos érték nem tekinthető magasnak. Feszültségredukciónál az életkori csoportokat összehasonlítva nem találunk komolyabb eltérést a bemeneti és a kimeneti pontok között. Egyedül az idősebb korosztálynál (az 50 feletti) sikerült a pontszámot csökkenteni. Kognitív átstrukturálásnál (pihenés, humor

⁴ Perczel Forintos D. (2012): *Kérdőívek és becslőskálák a klinikai pszichológiában*, Semmelweis Kiadó

⁵ Kopp Mária – Kovács Mónika Erika (2006): *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón*, Semmelweis Kiadó

mint megküzdési módszer) a legalacsonyabb kapható érték nulla pont, míg a legmagasabb 21 pont. A férfiak és nők között nem tapasztalhatunk számottevő különbséget a pontokat tekintve. Az életkort megvizsgálva azt találjuk, hogy a kognitív átstrukturálást az életkor előrehaladtával egyre kevésbé használták válaszadóink. A passzív megküzdés (imádkozás, nyugtatók szedése) tekintetében a fiataloknál kaptuk a legalacsonyabb pontértéket és a legidősebbek (50 feletti) körében a legmagasabbat. A passzív megküzdést vizsgálva azt találjuk, hogy a mentorálás hatására nőtt a kimeneti pontszám minden életkorban, de a leglátványosabban a fiatalabb korcsoportoknál. Az idősebbeknél ez a pontszám eleve magas volt. Végül összehasonlítottuk mind a négy megküzdési módot, azt vizsgálva, hogy mentoráltjaink melyiket használhatják a leginkább, és ezen hogyan változtatott a mentorálás. A négy megküzdési módot összehasonlítva azt látjuk, hogy a válaszadók körében a legerősebben a problémaelemzés van jelen (probléma megértése, tanácskérés), a második helyen a kognitív átstrukturálás áll (pihenés, humor mint megküzdési módszer), a harmadik helyen a passzív megküzdés (imádkozás, nyugtatók szedése), a legutolsó helyen pedig a feszültségredukció szerepel (evés, ivás, alkohol). A mentorálást követően a problémaelemzés és a kognitív átstrukturálás erősödött igazán. Ez azt jelenti, hogy a mentorálást követően a felmerülő problémák kezelésénél a probléma nyugodt megvizsgálása erősödött a mentoráltakban. A megküzdési módok között fennálló korrelációs értéket tekintve azt találjuk, hogy a feszültségredukció és a passzív megküzdés között közepesen erős korreláció áll fenn, tehát azok a válaszadók, akik a problémákkal szembeni megküzdéshez az evést és az alkoholt választják, nagyobb valószínűséggel alkalmazzák a nyugtatók szedését és az imádkozást is a problémák megoldására.

A Pszichológiai Immunkompetencia Kérdőívet (továbbiakban PIK) Oláh Attila pszichológus fejlesztette ki a munkatársai segítségével 1997-ben. Ez a kérdezett pszichológiai immunrendszerét térképezi fel, amely segíti az egyént a problémákkal való megküzdésben és alkalmazkodóképességének hatékonyságában. A kérdőív továbbá az egyén önmagáról alkotott képét tárja fel. A kitöltő egy négyfokú skála segítségével tud válaszolni a 80 zárt kérdésre. A PIK a kutatásban használt leghosszabb kérdőív, kitöltetése és értékelése öleli fel a leghosszabb időt. A kérdőívet többször is lekérdezték országos szinten, az eredmények alapján az országos átlag: 234,7 pont volt. Kutatásunkban a bemeneti értékeknél a férfiak (200,2 pont) és a nők (197,9 pont) is jócskán elmaradtak a 234,7 pontos országos átlagtól. A mentorálási folyamat végén azonban sokat javult mindkét nemnél a PIK-pontszám (férfiak: 221,5 pont, nők: 222,6 pont). Ezeket korcsoportok szerint összehasonlítva a legmagasabb pontszámot a fiataloknál találjuk, a legalacsonyabbat pedig a legidősebbeknél (50 feletti). A mintánkban tehát a szorongáshoz hasonlóan a PIK-érték is kedvezőtlenül alakul az életkor növekedésével. A tanulság itt is az, hogy a célcsoporton belül az idősebbekre fokozottabban kell odafigyelnünk. A mentorálás hatására azonban jelentős mértékben javultak a PIK-pontszámok, a kimeneti teszteken már nincs erős különbség a különböző életkori

csoportok között. Az idősebb korosztálynál a mentorálás hatására a PIK-pontszám átlagosan majdnem 30 ponttal növekedett, csaknem felzárkózva ezzel az országos átlaghoz. A legalacsonyabb pontszámot a családi állapotot tekintve a házas válaszadók érték el. A legmagasabb pontszámot érdekes módon az özvegy válaszadóknál találtuk. A mentorálás hatására mindegyik csoportban növekedett a kimeneti PIK-pontszám. A mentorálás hatására a házások, az élettársi kapcsolatban élők és az egyedülállók kimeneti PIK-pontszáma egyenlő szintre került.

A kimeneti PIK-pontszámoknál azt találtuk, hogy minél több gyermeke van a válaszadónak, annál magasabb pontszámot ért el. A kimeneti PIK-pontszámok a nevelt gyermekek számával arányosan nőnek. Érdekes, hogy ezzel szemben a bemeneti pontok a negyedik gyermekig folyamatosan csökkennek, majd hirtelen növekedésnek indulnak. Iskolázottság tekintetében a legalacsonyabb pontszámot az érettségivel nem, csak szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkezők érték el. Érdekes továbbá, hogy ez a csoport a legtöbb vizsgálatnál a legalacsonyabb pontszámot kapta. Ez az eredmény szintén azt bizonyítja, hogy egy érettségi egy iskolai végzettségénél sokkal többet ad hozzá az egyén életéhez: szorongási szintjét csökkenti, pszichológiai immunitását növeli.

Összefoglalás

A kutatás az állapotfelmérő csomag bemeneti és kimeneti kérdőíveinek értékeit hasonlítja össze, ezzel a mentorálási folyamat hasznosságát is méri. A mérések alapján elmondható, hogy a mentorálás az esetek többségében hasznos volt, a mentorálási folyamat végén mindkét nemnél csökkent az állapotsszorongás értéke. A férfiaknál és a nőknél a bemeneti (mentorálást megelőző) szorongási érték magasabb volt a szorongási határértéknél. A mentorálás hatására ez mindkét nemnél jelentősen csökkent. A legmagasabb bemeneti szorongásértéket a gyermekszámot tekintve az ötgyermekes szülőknél kaptuk, a legalacsonyabbat pedig a gyermekteleneknél. Kutatásunkban azt találtuk, hogy az életkorral fordítottan arányos a WHO-pontok értéke: minél fiatalabb a kérdezett, annál magasabb értéket ért el a teszten, azaz annál kevésbé volt depressziós vagy rosszkedvű. Saját életminőség-kérdőívünk a WHO hasonló felmérésével megegyező eredményt hozott: a korcsoportokat tekintve a legmagasabb életminőségpontot a legfiatalabbaknál kapjuk, míg a legalacsonyabbat a legidősebbeknél (50 feletti). A problémaelemzés értéke a legfiatalabbaknál a legerősebb, és a legidősebbeknél a legalacsonyabb. A mintánkban tehát a férfiak és a fiatalok egy probléma kezelésénél gyakrabban alkalmazzák a probléma feltárásának módszerét és gyakrabban kérnek segítséget, mint a nők és az idősebbek. A Pszichológiai Immunkompetencia Kérdőív pontszámait korcsoportok szerint összehasonlítva azt találtuk, hogy a legmagasabb pontot a fiataloknál találjuk, a legalacsonyabbat a legidősebbeknél. A mintánkban tehát a szorongáshoz hasonlóan a PIK-érték is kedvezőtlenül alakul az életkor növekedésével. A szakirodalom is rámutat arra, hogy a célcsoporton

belül az idősebbekre fokozottabban kell odafigyelnünk.⁶ Összegzésként megállapíthatjuk, hogy a mérések alapján a 11.732 mentoráltunk pszichoszociális állapotában kedvező változások álltak be a mentorálás hatására.

Felhasznált irodalom:

- Ackermann, Tamás (2023): A felzárkózási mentorhálózat fejlesztése című projekt zárótanulmánya
- Dinyáné Szabó, M. – Pusztai, G. (2016): Az Egészségügyi Világszervezet öttételes jól-lét kérdőívének vizsgálata a Semmelweis Egyetem elsőéves hallgatóinak körében, *Orvosi Hetilap*, 157. évfolyam, 44. szám 1762–1768.
- Mani, A. – Mullainathan, S. – Shafir, E. – Zhao, J. (2013): *Poverty Impedes Cognitive Function*, *Science* 30 Vol. 341, Issue 6149 pp. 976–980
- Perczel Forintos, D. (2012): *Kérdőívek és becslőskálák a klinikai pszichológiában*, Semmelweis Kiadó
- Kopp, Mária – Kovács, Mónika Erika (2006): *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón*, Semmelweis Kiadó
- Kopp, Mária – Martos, Tamás: A magyarországi gazdasági növekedés és a társadalmi jóllét, életminőség viszonya, http://ess.tk.mta.hu/wp-content/uploads/2013/04/kopp_gazdasagi_novekedes.pdf, letöltve: 2024.02.21.
- KSH Munkaerőpiaci helyzetkép 2014–2018, <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/munkerohelyz/munkerohelyz17.pdf>, letöltés ideje: 2024.02.21.
- Szabóné Kármán, J. (2012): A magyarországi roma/cigány értelmiség historiográfiája, helyzete, mentális állapota, PhD értekezés, letöltve: 2023.11.12. <http://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/14730/szabone-karman-judit-phd-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Szabóné Kármán, J. (2010): *A roma/cigány népesség helyzete*, <https://www.szabonekarmanjudit.hu/wp-content/uploads/2010/08/A-roma-cig%C3%A1ny-n%C3%A9pess%C3%A9g-helyzete-Kopp-k%C3%B6nyv.pdf>, letöltve: 2024.02.21.
- Szarvák, Tibor (2022): *Adalékok a társadalmi felzárkózás szociológiájának értelmezéséhez*, Debreceni Egyetemi Kiadó
- WHO jóllét index értékelési táblázat: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>, letöltés ideje: 2023.02.21.

⁶ Szarvák Tibor (2022): *Adalékok a társadalmi felzárkózás szociológiájának értelmezéséhez*, Debreceni Egyetemi Kiadó

Berényi Szandra

A DIGITÁLIS PEDAGÓGIA REJTETT PARADOXONJA: ESZKÖZHASZNÁLAT ÉS MÓDSZERTANI STAGNÁLÁS A SZAKKÉPZÉSBEN

THE HIDDEN PARADOX OF DIGITAL PEDAGOGY: TOOL USAGE AND METHODOLOGICAL STAGNATION IN VOCATIONAL TRAINING

Absztrakt

A digitális eszközök növekvő szerepe az oktatásban vitathatatlan napjainkban. A COVID-19 világjárvány következtében az oktatás digitális fejlődése korábban soha nem látott mértékben nőtt. Jelen kutatás a digitális eszközök használatát és az ehhez kapcsolódó módszertani elemeket kívánja vizsgálni a magyar technikumi szakképzésben. A kutatás arra a tényre reflektál, hogy bár a digitális felületek széles körben elterjedtek az oktatásban, a pedagógiai módszertanok nem igazodtak ehhez a változáshoz. A tanulmány vegyes módszertani megközelítést alkalmazott: 138 pedagógus bevonásával előbb kvantitatív, majd ezt követően kvalitatív kutatás is történt, melyek fő célja a digitális eszközök integrációjának mélységét és a kapcsolódó módszertani változásokat elemezni.

Az eredmények azt mutatják, hogy a tanárok digitális kompetenciái megfelelőek, és a többségük rendszeresen használ digitális eszközöket a tanítási folyamatban. Ennek ellenére a kutatás megerősítette a felállított hipotézist, miszerint a digitális eszközök aktív jelenléte nem hozott jelentős módszertani változást. A hagyományos frontális oktatás továbbra is domináns, és a digitális eszközöket elsősorban a meglévő oktatási formák kiegészítéseként használják, például tananyagmegosztásra és szemléltetésre. A diákok kritikus gondolkodását, problémamegoldó képességét és a differenciált oktatást támogató, diákközpontú módszerek alkalmazása továbbra is alacsony szinten van. A tanulmány arra a következtetésre jut, hogy a digitális pedagógia sikeres alkalmazásához nem elegendő pusztán a technikai eszközök ismerete; elengedhetetlen a

módszertani innovációt támogató, egységes keretrendszer kialakítása. A kutatás nem reprezentatív, és az eredmények általánosíthatóságát a minta összetétele korlátozza.

Kulcsszavak: technológia az oktatásban, digitális felületek, digitális kompetencia, blended learning, oktatási módszertan

Abstract

The growing role of digital tools in education is undeniable today. As a result of the COVID-19 pandemic, the digital development of education has grown to an unprecedented extent. This research aims to examine the use of digital tools and the related methodological elements in Hungarian technical vocational training. The research reflects on the fact that although digital platforms are widespread in education, pedagogical methodologies have not adapted to this change. The study used a mixed-method approach: a quantitative study was conducted with the involvement of 138 teachers, followed by a qualitative study. The main goal of the research is to analyze the depth of the integration of digital tools and the related methodological changes.

The results show that teachers have adequate digital competencies, and the majority of them regularly use digital tools in the teaching process. Despite this, the research confirmed the hypothesis that the active presence of digital tools has not brought about significant methodological changes. Traditional frontal teaching remains dominant, and digital tools are primarily used to supplement existing forms of education, such as for content sharing and illustration. The application of student-centered methods that support students' critical thinking, problem-solving skills, and differentiated instruction remains at a low level. The study concludes that for the successful application of digital pedagogy, simply knowing the technical tools is not enough; the creation of a unified framework supporting methodological innovation is essential. The research is not representative, and the generalizability of the results is limited by the composition of the sample.

Keywords: technology in education, digital interfaces, digital competence, blended learning, educational methodology

Bevezetés

A digitalizáció elterjedése alapvetően változtatta meg az iskolai tudásszerzéssel kapcsolatos elvárásokat és soha nem látott mértékű változásokat indított el. A fókusz a korábbi, konkrét ismereteket jelentő tudásról a tanulás képességére, a rugalmas alkalmazkodóképességre tevődött át.

Ma már alapvető elvárás, hogy mindenki magabiztosan ismerje és használja az infokommunikációs eszközöket. Azok, akik nem rendelkeznek megfelelő szintű digitális tudással, könnyen hátrányba kerülhetnek, hiszen alapvető információktól eshetnek el. Mivel az iskola legfőbb feladata a tanulók felkészítése a mindennapi életben való sikeres boldogulásra, joggal várható el a pedagógusoktól, hogy megtanítsák a diákokat a digitális eszközök kompetens használatára, tudásuk bővítésére. Ennek alapfeltétele, hogy a pedagógusok is rendelkezzenek megfelelő ismeretekkel és rutinnal a digitális eszközök pedagógiai célú alkalmazása és módszertana terén.

A számítógépek bevonásának mértékéről az oktatásba, valamint az online oktatás hatékonyságáról megoszlanak a vélemények, gyakran a pedagógusok között is. Ugyanakkor kétségtelen, hogy a digitális kultúra fogalma napjaink egyik legmeghatározóbb alapdefiníciójává vált, s jelentős minőségi és mennyiségi változásokon ment keresztül az elmúlt években. A COVID-19 világjárvány hatására az oktatás hirtelen és kényszerű átállása az online térbe példátlanul felgyorsította a digitális tananyagok és felületek elterjedését a középiskolákban. Bár ez a gyors technológiai adaptáció megtörtént, a pedagógiai módszertanok terén nem hozott érdemi változást. A kutatások rámutatnak, hogy a hagyományos oktatási modelleket gyakran változatlan formában ültették át a digitális környezetbe, nem kiaknázva a technológia valódi potenciálját. A digitális eszközök és platformok integrációja csak akkor lehet hatékony, ha azokat a modernkori tanulók igényeire szabott pedagógiai módszerekkel ötvözzük. A mai generációk eltérő tanulási szokásai és a digitális világgal kapcsolatos elvárásaik új megközelítéseket tesznek szükségessé. Ezért elengedhetetlen, hogy az oktatás módszertana is igazodjon a társadalom és a munkaerőpiac dinamikus változásaihoz, elősegítve a kritikus gondolkodás, a problémamegoldás és a rugalmas alkalmazkodóképesség fejlesztését.

1. Elméleti áttekintés

1.1. A tudás új értelmezése és a digitalizáció szerepe

1.1.1. Változó olvasási és tanulási szokások

Ma már egyértelmű és vitathatatlan az a változás, amit a számítógépek hoztak az olvasás kultúrájába és ezzel együtt a tanulás mechanizmusába. A digitalizált környezetben teljesen átalakult az olvasás módja: sokkal gyorsabbá vált, az olvasó jellemzően a kulcsszavakat keresi először a szövegben. Ennek hatása a tanítási-tanulási folyamatban is érződik, hiszen egyre nagyobb szerepet kapnak a rövidebb tartalmi egységek és a címszavak.

A megváltozott digitális kultúra hatására az oktatási tartalmak befogadásának módja is

megváltozott. Az online térben a tartalom befogadása nagyfokú interaktivitást és proaktív jelenlétet igényel a tanulótól. (Szűts, 2020) A vizuális élmény még nagyobb jelentőséggel bír, mint korábban. A digitális felületek a tanár és a tanuló szerepét is jelentősen átalakítják, ami merőben új szemléletet és módszertani változásokat, valamint teljesen új gondolkodásmódot, munkaformákat igényel.

1.1.2. A digitális pedagógia alappillérei

Míg a nyomtatott könyv fél évezreden keresztül teljesen standardizált termék volt, addig az infokommunikációs eszközök, alkalmazások és digitális online platformok már az elmúlt harminc évben is jelentős átalakuláson mentek át. „A digitális pedagógia fő pillére nem maga a technológia, hanem az egyén, a tudatos felhasználó, tehát a tanár és a tanuló, és az Ő kognitív tevékenysége” (Szűts, 2020: 216). A digitális pedagógia módszereinek tudatos és megfelelő használata nagyban támogatja a tanulók kreativitásának növelését, miközben segíti a széles körű tájékozódást és a felfedező kutatást. Az online környezet lehetővé teszi a tértől és időtől független, lehető leggyorsabb ismeretszerzést (Prieara, 2015). Lehetőséget ad minden tanulónak, hogy kíváncsiságának megfelelően egyéni tanulási utakat járjon be, és igény esetén sokkal szélesebb körű és nagyobb mennyiségű információt szerezhesen a tankönyvi tananyagnál, ezzel is támogatva az egyéni differenciált tanulási utakat (Balogh és társai, 2020).

1.2. A blended learning – avagy a jelenléti és az online oktatás ötvözete

Tekintve a számos pozitív változást, amelyet az online oktatás képes előidézni, kétségtelenül szükséges az online felületek hatékony integrálása a középfokú közoktatásba. Ugyanakkor a fiatal és serdülőkorú diákok számára nélkülözhetetlen a klasszikus iskolai jelenlét, hiszen kiemelkedő pozitív jelentőséggel bír akár szociális, akár pszichoszociális vagy kognitív területeken. Az online felületek jelenléti oktatásba történő integrálásával azonban könnyedén kihasználható az online oktatás pozitív hatása, ötvözve a jelenlét adta előnyökkel.

A blended learning, avagy kevert oktatás Drysdale és munkatársai definíciója szerint „az online és a szemtől szemben történő oktatás gondos integrálása” (Drysdale és társai, 2013: 3).

A korábbi évtizedekben egyszerű határvonalat tudtunk húzni a hagyományos és a digitális oktatás közé. Az elmúlt évtizedben azonban egyre inkább keveredni kezdett a kettő a tananyag tekintetében is. Korábban a jelenléti oktatás során nyomtatott könyvek voltak használatban, de napjainkban ezek egyre inkább háttérbe szorulnak. Ennek egyik oka, hogy bizonyos területeken az információ nagyon gyorsan változik, így nem feltétlenül van nyomtatott irodalom, amely a legfrissebb álláspontokat és kutatási adatokat tartalmazza. Másrészt a prezentációk egyre szélesebb körben elterjedtek az oktatás során, amelyek kiegészítve az oktató gondolataival, alkalmasak lehetnek a tananyag sikeres elsajátítására tankönyvek nélkül is (Kovács, 2011). Így tisztán látszik, hogy napjainkban a tananyag

tekintetében sem tudunk éles határvonalat húzni a hagyományos képzés és az e-learning között. Ebből látszik, hogy a blended learning tanulási formának nincs egy általános definíciója arra vonatkozóan, hogyan lehet megvalósítani. Az online tér és a jelenléti oktatás szinkronba hozását jelenti, és mindig az adott pedagógiai célok határozzák meg az arányokat. A blended learning legnagyobb előnye, hogy képes kiemelni és ötvözni az online és a jelenléti oktatás pozitívumait (Nemes és társai, 2006).

Forgó szerint: „a blended learning olyan oktatási technológia, mely a képzéshez változatos, tanulási környezeti elemek (módszerek és eszközök) – hagyományos és virtuális tantermi tanulási formák, személyes és távolsági konzultáció biztosításával, nyomtatott- és elektronikus tananyagok segítségével magas-színvonalú (hi-tech) infokommunikációs eszközök révén a tananyagot kooperatívan, változatos módszerekkel, egyénre szabott formában teszi hozzáférhetővé, biztosítja tanulók előrehaladási ütemének ellenőrzését értékelését” (Forgó, 2004: 125).

A fenti meghatározásból jól látható, hogy a blended learning valahol a tradicionális és az online oktatás között helyezkedik el. Azt, hogy melyik van túlnyomó arányban, a pedagógiai célok határozzák meg.

Az úgynevezett szemtől szemben a sofőrrel (face-to-face driver model) a blended tanulás egyik alapvető modell típusa, amely a jelenléti oktatásra épít. Itt a tanulók jelenléti oktatásban vesznek részt, a tananyagot azonban különféle online elemek egészítik ki (Allan – Seaman, 2014). Ez a gyakorlatban jelentheti azt, hogy a tanár online tananyagot oszt meg a diákokkal akár egyéni feldolgozásra, s az órán a tanultakat közösen értelmezik, átbeszélnek, és gyakorlati példákkal erősítik az elméleti tudást. Ugyanakkor ebbe a kategóriába tartozik a tananyag kiegészítése online kvízekkel vagy interaktív táblákkal is, amit az oktató a diákokkal akár órai kereteken belül használ.

1.2.1. A XXI. századi tanár és a digitalis források

A XXI. századi pedagógus talán legfontosabb jellemvonása, hogy aktív szereplője a tanulás folyamatának, melyben ő maga alakítja a tanulás folyamatát. A Világgazdasági Fórum szakértői az úgynevezett innovatív pedagógia öt alapvető tulajdonságát sorolták fel. Eszerint a modernkori innovatív pedagógia játékos, tapasztalaton alapuló (projektalapú), új technológiát megértve bevonó (problémamegoldás támogatása), fizikai (mozgást bevonó) és nyelvileg sokszínű.

Emellett a blended learning jegyében az ideális XXI. századi tanár megfelelően tudja alkalmazni az online forrásokat és képes jól beilleszteni az online tananyagokat a jelenléti oktatásba. Az online tartalmak nagyon jól használhatók a diákok tudásának bővítésére, hiszen sok esetben ezek sokkal interaktívabbak, több érzékszervre hatnak, mint a nyomtatott szakirodalom, így sokkal inkább befogadhatóak a diákok számára. Ez azért is fontos, mert a megfelelő online felületek használatával a tanár folyamatosan frissítheti tudását az adott területen, mindig naprakész információkkal tud

szolgálni az adott témában. Mivel az online tudásszerzés napjaink szerves részét képezi, a tanár egyik legfontosabb teendője ebben a témakörben, hogy edukálja a diákokat a hiteles online forrásokkal kapcsolatban. Az online tartalmak legnagyobb veszélye ugyanis abban rejlik, hogy bárki bármilyen tartalmat feltölthet. Így minden esetben az az első feladat, hogy megbizonyosodjunk az információ hitelességéről (Nádori – Priavara, 2018).

1.3. A Z és Alfa generációk digitalis kihívásai

Vitathatatlan tény, hogy a jelenleg iskolapadban ülő Z generáció (1995 és 2010 között születtek) és Alfa generáció (2010 után születtek) teljes mértékben a digitális világban szocializálódnak. Számukra a mobiltelefonok, számítógépek és az internet használata természetes, már-már alapvető szükségletté vált. A mindennapjaik szerves részét képezik, és magabiztosan használják ezeket. Ebből kiindulva jogos feltételezés, hogy e generációk számára nem okoz problémát, sőt még örülnek is annak, ha az okostelefonokat, számítógépeket a tanórákon vagy otthon a tanuláshoz kapcsolódóan is kell használni egy-egy komplex feladat megoldásához.

Ezzel szemben megdöbbentő tény, hogy ez nem így van (Goldhaber, 2004). Kutatások bizonyítják, hogy a diákok eszközhasználata erősen korlátozott. Nádori Gergely és Priavara Tibor 2012-es felmérése egyértelműen rávilágít arra, hogy összetett, tanulással kapcsolatos tevékenységekre nincsenek felkészülve, és nem is szívesen tesznek erőfeszítést ennek érdekében. Sok esetben ez az úgynevezett digitális ellenállásnak köszönhető, ahogy az Nádori Gergely és Priavara Tibor *21. századi pedagógia* című könyvében is megjelenik. Mivel korábban nem volt jellemző az online eszközök és felületek használata a tanórákon, a diákok az elején könnyen ellenállnak és passzívak lehetnek, mondván, hogy nem értik a rendszereket, nem tudják, mit és hogyan kell használni. Azonban kis idő múltán, amikor az online felületek a napi rutin részévé válnak a tanórákon is, gyorsan beletanulnak, és rájönnek, hogy az ő munkájukat is megsegíti ezeknek az eszközöknek és felületeknek a használata. Ekkor az ellenállás megszűnik, és elkezdik aktívan használni ezeket. Tehát nem elvárható tőlük már az első alkalommal, hogy tudják és akarják használni tanulási környezetben ezeket a rendszereket, viszont kellő kitartással beiktathatóak és a későbbi tanulás szerves részévé válhatnak, segítve ezzel mind a tanár, mind a diákok munkáját.

Mind jelentősebb az igény napjainkban arra, hogy a frontális munka helyett a tanórákon egyre inkább a tanulók gondolkodásának, kreativitásának ösztönzése és problémamegoldó képességük fejlesztése kerüljön előtérbe. Ugyanakkor nem várható el a diákoktól, hogy a megfelelő kompetenciákkal rendelkezzenek anélkül, hogy iskolai körülmények között ösztönöznénk őket az önálló és csapatban való munkavégzésre s a kritikus gondolkodásra. Éppen ezért kiemelkedő a jelentősége annak, hogy a modern szemléletű közép fokú oktatás, amelynek elengedhetetlen elemei a digitális felületek, módszertanilag is illeszkedjen a kor elvárásaihoz (Nagy, 2017).

A most vagy hamarosan iskolapadba kerülő generáció mindennapjainak szerves részét képezik az okoseszközök, amelyek aktív használata alapjaiban változtatja meg a tudás megszerzésének hatékony módját. Ahogy az az ELTE Alfa Generáció Labor munkatársainak vizsgálataiból kiderült, a digitális eszközöket gyakrabban használók inkább a részleteket dolgozzák fel először egy komplex ábrából, és csak utána érzélik a teljes kép jelentését, továbbá nehezebben tudnak más bőrébe belebújni. Mindezek alapján elmondható, hogy a digitális eszközök használata megváltoztatja azt, ahogyan a világot látjuk (Liszkai-Peres – Konok, 2022). A kutatás arra is felhívja a figyelmet, hogy ezek a gyerekek valószínűleg másfajta tanítási módszert, másfajta tananyagot igényelnek majd. Számukra az aktív részvétel, problémamegoldás, projekt alapú tanulás sokkal hatékonyabbnak várható, mint a frontális oktatási módszer.

A rendelkezésre álló szakirodalom nagyrészt a digitális eszközök használatának általános aspektusaira fókuszál. A pedagógiai célok és a módszertani adaptáció mélyreható vizsgálata hiányos, így a kutatások többsége nem tér ki a technológia pedagógiai kontextusára. Különösen kevés a Magyarországra, azon belül is a technikumokra vonatkozó kutatás, amely a poszt-pandémiás időszakban, a jelenléti oktatásba való visszatérés kontextusában elemezné a digitális eszközök használatát. Jelen kutatás e hiányosságokra reflektál. Célja a digitális eszközök használatának mélységét és az ehhez kapcsolódó módszertani változásokat vizsgálni a technikumokban, hozzájárulva ezzel a releváns szakirodalmi rések kitöltéséhez. A kutatás fókuszában a technológia pedagógiai integrációja áll, ami túlmutat az eszközhasználat pusztá leírásán.

2. A kutatás

2.1. A kutatás célja

A pandémia hatására a digitális felületek és eszközök oktatásban való használata alapjaiban alakult át. A kutatás célja annak feltárása, hogy a COVID-19 pandémia során elterjedt digitális oktatási felületek és eszközök milyen mértékben integrálódtak a jelenlegi, magyarországi technikumi oktatásba.

Az elérhető szakirodalom nagy hangsúlyt fektet arra, hogy milyen pozitív hatásai vannak a digitális felületek használatának a tanulás folyamatára, ugyanakkor a szerzők kivétel nélkül kiemelik, hogy megfelelő módszertani változások is szükségesek a lehetőségek kihasználására. A legtöbb kutatás csak a digitális felületek használatát vizsgálja, arra kevésbé térnek ki, hogy a szükséges módszertani változások is végbementek-e. Ebből adódóan tanulmányomban különös hangsúlyt fektettem e felületek használatának gyakoriságára és céljára, valamint a tanulás-tanítás folyamatára gyakorolt módszertani hatások elemzésére. A kutatás fő kérdése: Milyen mértékben integrálódtak a digitális felületek a magyar technikumi jelenléti oktatásba a COVID-19 pandémia után, és milyen módszertani változásokat eredményezett ez a folyamat?

A kutatás eredményei alapján az alábbi hipotézist kívántam alátámasztani vagy megcáfolni.

H1: A digitális eszközök aktív jelenléte a magyar technikumokban továbbra sem hoz jelentősebb módszertani váltást az oktatásban.

2.2. A kutatás módszerei és mintája

Jelen kutatás 2024 novemberében zajlott, vegyes módszertani megközelítéssel, amely magában foglalt kvantitatív és kvalitatív adatgyűjtést is.

A kvantitatív kutatás egy 18 kérdésből álló, anonim online kérdőív kiküldését jelentette, melynek célja a budapesti és vidéki technikumokban tanító pedagógusok digitális kompetenciáinak és a digitális eszközök jelenléti oktatásba integrálásával kapcsolatos attitűdjeinek felmérése volt. A kérdőív nyitott és zárt kérdéseket, valamint Likert-skálát, rangsorolást és feleletválasztós kérdéstípusokat tartalmazott.

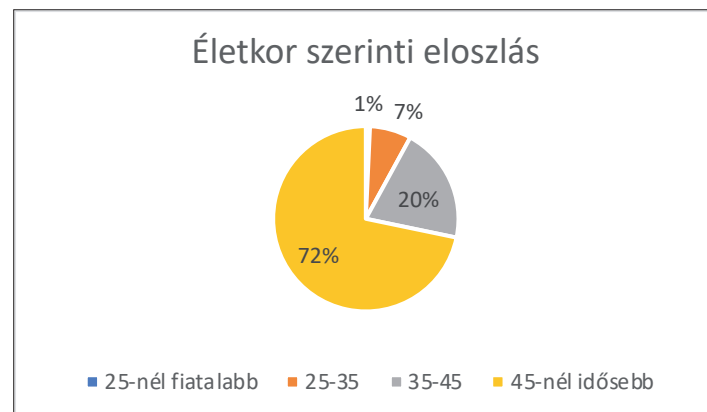
A kutatás mintája 138 fő volt, melynek eloszlása a következőképpen alakult:

- ◆ Földrajzi eloszlás: a válaszadók 62%-a budapesti, 38%-a vidéki intézményben tanít.
- ◆ Nem szerinti eloszlás: a minta 64%-a női, 36%-a férfi válaszadó volt.
- ◆ Kor szerinti eloszlás: a válaszadók 72%-a 45 év feletti, 20%-a 35-45 év közötti, 7,3%-a 25-35 év közötti, míg kevesebb mint 1%-uk 25 év alatti volt.

A kvantitatív adatok kiegészítésére a kutatás második fázisában kvalitatív felmérésre is sor került, melynek keretében félig strukturált interjúkat készítettem a budapesti Bethlen Gábor Technikum öt tanárával. Az interjúk időtartama átlagosan 45 perc volt, és 16 fő kérdésre fókuszáltak, elsősorban a digitális eszközök használatához kapcsolódó módszertani változások feltárására a jelenléti oktatás kontextusában.

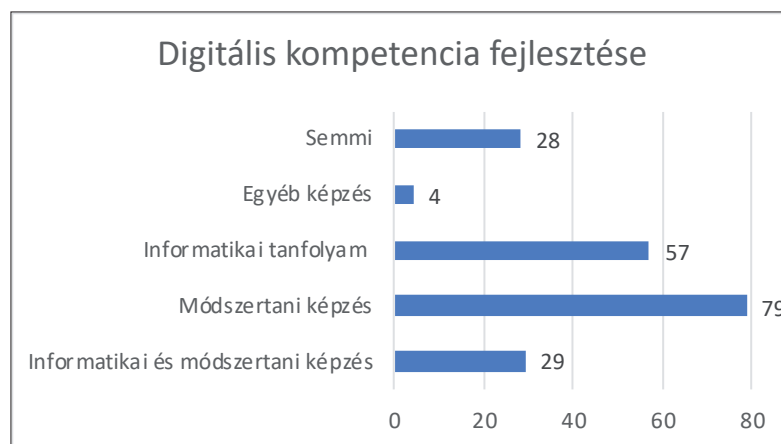
Fontos megjegyezni, hogy a kutatás nem reprezentatív a teljes magyarországi technikumi tanári populációra vonatkozóan, azonban a begyűjtött adatok mennyisége és tartalma elegendőnek bizonyult ahhoz, hogy általános jellegű következtetéseket vonjunk le a vizsgált jelenségről.

2.3. A kutatás eredményei



1. ábra: Életkor szerinti eloszlás
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

A felmérés adatai megerősítik a magyar pedagógustársadalomra jellemző demográfiai elöregedést, amely a technikumokban is megfigyelhető. A minta összetétele a korcsoportok tekintetében jelentős alulreprezentáltságot jelez a fiatalabb, Z és Y generációk körében.



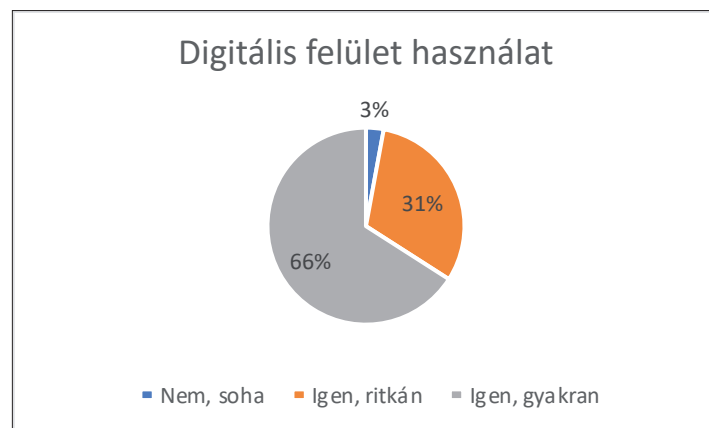
2. ábra: Digitális tudást fejlesztő tanfolyamokon való részvétel
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

A demográfiai jellemzőkkel szemben a felmérés a digitális kompetenciák terén egy pozitívabb képet rajzol. A válaszadók 80%-a vett részt valamilyen digitális kompetenciát fejlesztő képzésen, amelynek 57%-a módszertani, 41%-a pedig informatikai továbbképzés volt. Különösen figyelemre méltó, hogy a pedagógusok 21%-a több ilyen jellegű képzést is elvégzett az elmúlt években.

A válaszadók 80%-a érzi magát magabiztosnak a digitális felületek használatában, ami arra utal, hogy a technikumokban tanító pedagógusok digitális kompetenciái megfelelő szintűek. Ezt támasztja alá a képzéseken résztvevők magas aránya is.

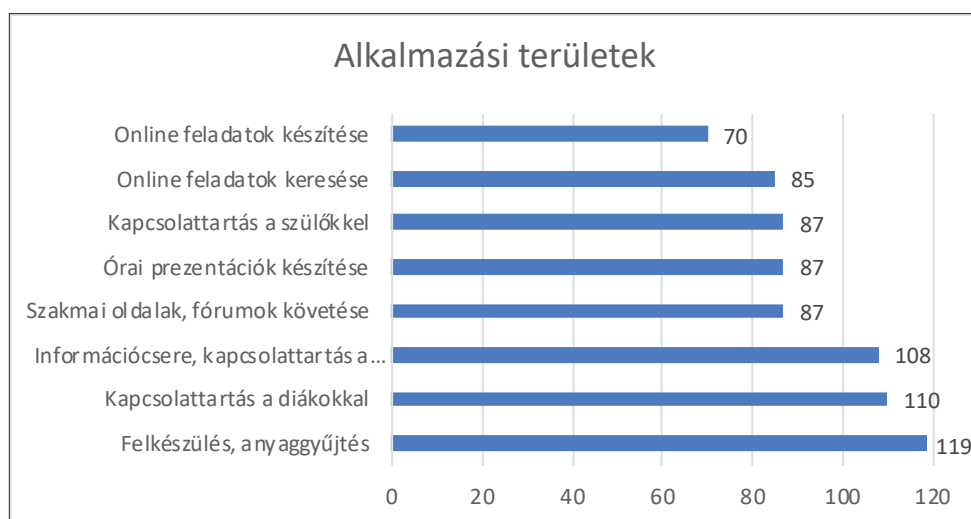
A kutatás rávilágított ugyanakkor a technikai infrastruktúra hiányosságaira. Bár a válaszadók

84%-a számára elérhető számítógép az órákon, 36%-uk úgy véli, hogy a szükséges technikai eszközök hiánya vagy elavultsága akadályozza a munkájukat. Ezt a problémát a tanórákon felmerülő technikai nehézségek is alátámasztják, amelyek gátolják a digitális felületek hatékony alkalmazását. Ezen túlmenően a pedagógusok mindössze 22%-a nyilatkozott úgy, hogy nem megfelelő az intézményi szakmai támogatás mértéke.



3. ábra: Digitális felületek és alkalmazások használata a tanórákon
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

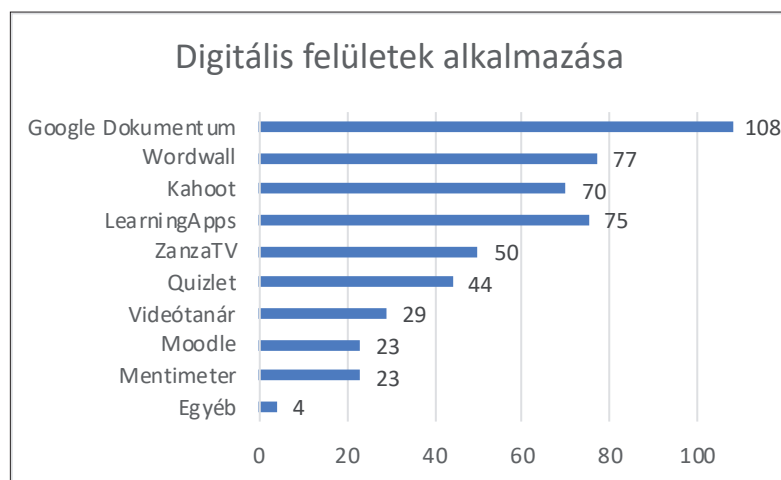
A mintában szereplő pedagógusok erős digitális kompetenciáinak köszönhetően a válaszadók közel kétharmada rendszeresen alkalmaz digitális felületeket a tanítási folyamatban, és ezek jelenlétét fontosnak is tartja. A kvalitatív interjúk megerősítették, hogy a digitális eszközök használatát a munkaerőpiaci elvárások és a digitális állampolgárságra nevelés szempontjai is indokolják. Az egyik interjúalany megfogalmazása szerint az online felületeknek „nevelő célzata is volna az oktatásban, hiszen átívelő eszközként lehetne használni a felnőtté válás folyamatában”. Az eszközhasználat céljai rendkívül sokrétűek (4. ábra).



4. ábra: A digitális felületek használata az oktatásban
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

A felmérés eredményei szerint a pedagógusok körében a digitális eszközökkel végzett leggyakoribb tevékenységek a tananyaggyűjtés (86%), a diákokkal és kollégákkal való kommunikáció (78%), valamint a diákok számára adott online visszajelzések (74%). A válaszadók több mint fele rendszeresen használ digitális felületeket online prezentációk készítésére, feladatok keresésére és létrehozására, valamint a szülőkkel való kapcsolattartásra.

A hibrid tanulási modellek egyik előnye az azonnali visszajelzési és kommunikációs lehetőségek, azonban a felmérés rávilágított, hogy a válaszadóknak csupán 56%-a használ rendszeresen virtuális osztálytermet. Ez arra utal, hogy a hivatalos intézményi platformokon kívül más felületek is elterjedtek a diákokkal, kollégákkal és szülőkkel való kapcsolattartásban. Bár az ilyen, nem hivatalos platformok hasznosak lehetnek, használatuk megkérdőjelezi az információáramlás átláthatóságát és a megosztott tartalmak hitelességét. A virtuális osztálytermek hivatalos keretet biztosítanak a kommunikációnak és a tudásmegosztásnak, lehetővé téve a folyamatok nyomon követését.



5. ábra: Leggyakrabban alkalmazott digitális felületek a tanórákon
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

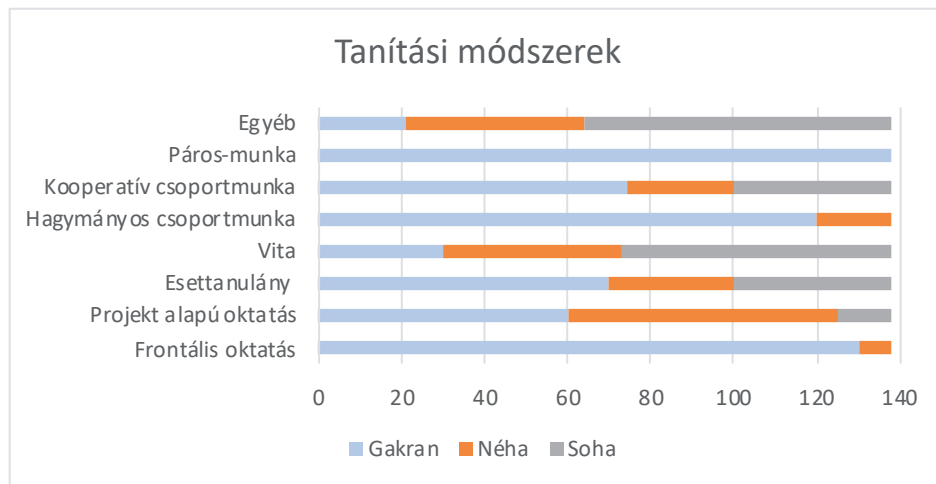
A leggyakrabban használt digitális felületek között a Google Dokumentum (77%) emelkedik ki, amelyet elsősorban tudásmegosztásra használnak. A válaszadók 74%-a használ online videókat (leggyakrabban a ZanzaTV-ről) a tananyag szemléltetésére, és több mint 50%-uk alkalmaz interaktív digitális játékokat (pl. Wordwall, Kahoot, LearningApps) tanórai vagy otthoni feladatokra. Ezek az adatok azt mutatják, hogy a pedagógusok a digitális eszközöket széles körben, a tanítási folyamat több szakaszában is integrálják.



6. ábra: Digitális játékok tanórai alkalmazásának változása a mobiltelefonok használatát korlátozó, 2024. szeptember 1-jén hatályba lépő kormányrendelet következményeként
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

A 2024. szeptember 1-jén hatályba lépett, a mobiltelefon-használatot korlátozó kormányrendelet jelentős hatással van a digitális játékok tanórai alkalmazására. A felmérés adatai szerint a pedagógusok 56%-a a rendeletre hivatkozva csökkentette a digitális játékok órai használatát (lásd 6. ábra). Ez a változás potenciálisan negatívan befolyásolhatja a diákok motivációját és a tanórák interaktivitását, ami egybevégt a korábban bemutatott megállapításokkal, miszerint a technikai akadályok gátolják a digitális pedagógia hatékony alkalmazását.

A kutatási eredmények rámutatnak a digitális oktatási integráció egyik legjelentősebb kihívására: a tanulók eltérő digitális kompetenciaszintjeire. A megkérdezett pedagógusok egyöntetűen megerősítették a digitális kompetenciafejlesztés fontosságát, melyet a válaszadók 90%-a célzottan igyekszik fejleszteni munkája során. Ennek ellenére a diákok okoseszköz-alkalmazásával kapcsolatos tapasztalatok vegyesek. A tanárok többsége jelentős hiányosságokat észlelt a diákok iskolai környezetben használt digitális készségeiben, ami gyakran ellenállással párosul. A megfigyelések szerint a jelenlegi generációk bár magabiztos okoseszköz-felhasználók a mindennapi életben, a formális oktatási kontextusban hiányosságokat mutatnak. Ebből a szempontból a digitális pedagógia alapvető feladata a diákok digitális készségeinek fejlesztése, valamint az ellenállás okainak mélyebb feltárása.



7. ábra: Alkalmazott tanítási módszerek
 Forrás: Saját forrás, saját szerkesztés

A kutatás megállapította, hogy a digitális felületek használata széles körben elterjedt a magyarországi technikumokban. A pedagógusok digitális kompetenciájának fejlesztésére irányuló rendszeres képzések hozzájárulnak ahhoz, hogy az oktatók aktívan alkalmazzanak digitális eszközöket és platformokat a tanórai és tanórán kívüli tevékenységek során. E pozitív tendencia ellenére a digitális integráció még nem eredményezett radikális módszertani paradigmaváltást. A hagyományos, frontális oktatási módszerek dominánsak maradtak, ami gátat szab a hibrid tanulásban rejlő teljes potenciál kiaknázásának. Az egyik leggyakrabban alkalmazott oktatási módszer még mindig a frontális oktatás, bár a páros feladatok, illetve klasszikus csoportmunkák is kedvelt módszertani elemek. A valós pedagógiai módszertanváltást hozó oktatási formák, mint például a vita, a kooperatív csoportmunka, a projekt alapú oktatás, megtalálhatók ugyan az alkalmazott módszertanok között, viszont sokkal kevésbé elterjedtek, mint a klasszikus frontális módszerek.

A kutatás azon megállapítása is ezt támasztja alá, miszerint jelenleg a digitális felületek elsősorban a meglévő oktatási formák kiegészítésére szolgálnak (pl. online tananyagmegosztás, prezentációk), és a valódi blended learning-modellek teljes körű megvalósítása még nem történt meg.

A digitális tartalmak pedagógiai alkalmazásának elemzése alapján megállapítható, hogy azok elsődlegesen az órai munka szemléltetését és kiegészítését szolgálják. A vizuális elemek, mint a videók, prezentációk és kiegészítő információk, hatékonyan növelik a tudásátadás eredményességét. Mindazonáltal a felmérésben részt vevő válaszadók mindössze közel fele vélekedik úgy, hogy ezek a tartalmak lehetőséget biztosítanak a differenciált oktatás és a kollaboratív munkaformák megvalósítására. A gyakorlatban ennél is kisebb arányban használják őket e célból. A differenciált oktatásban rejlő potenciál kiaknázása leginkább a házi feladatok kontextusában jelenik meg, az órai keretek közötti alkalmazása nem tekinthető elterjedtnek. A pedagógusok mindössze 40%-a használja a digitális felületeket arra, hogy a diákok önállóan vagy csoportban új tudástartalmakat generáljanak, míg projekt- vagy kreatív feladatokra mindössze 10%-uk alkalmazza azokat.

3. Konklúzió

A mintavétel adatai alapján megállapítható, hogy a magyarországi technikumokban a digitális pedagógia terén jelentős előrelépés figyelhető meg. Annak ellenére, hogy a pedagógustársadalom demográfiai szempontból elöregedő, a folyamatos és célzott továbbképzések eredményeként a pedagógusok digitális kompetenciája megfelelő szintűvé vált. Ennek köszönhetően számos digitális felület és alkalmazás beépült a tanórákba és az azokat kiegészítő tevékenységekbe.

A felmérés eredményei azonban rávilágítanak arra is, hogy a digitális integráció még nem eredményezett radikális módszertani változásokat. A frontális oktatás továbbra is a leggyakrabban alkalmazott módszertani megközelítés a magyar technikumok képzésében. Habár a diákok együttműködését és kritikai gondolkodását támogató módszertanok is megjelennek, alkalmazásuk aránya továbbra is alacsony.

A digitális eszközöket a pedagógusok elsősorban szemléltetésre, kiegészítő információk átadására és gyakorlásra használják. A differenciált oktatás, a kollaboratív munkaformák és a kreatív feladatok támogatása továbbra is alacsony szinten van. Ez a jelenség arra utal, hogy a diákközpontú modellek teljes körű megvalósítása előtt még számos akadály áll.

A kutatás hipotézise, miszerint a digitális eszközök aktív jelenléte a magyar technikumokban nem hozott jelentősebb módszertani váltást az oktatásban, megerősítést nyert.

Jelen kutatás eredményei összhangban vannak a magyarországi Oktatáskutató és Fejlesztő Intézet (OFI) felméréseivel, amelyek gyakran rámutatnak a digitális eszközök instrumentális, nem pedig módszertani célú használatára. Eszerint a pedagógusok a digitális eszközöket elsősorban a hagyományos frontális oktatás kiegészítésére, szemléltetésére használják, nem pedig új, interaktív tanítási formák megvalósítására. Ezt a jelenséget alátámasztja az a tény is, hogy a pedagógusok digitális kompetenciafejlesztő képzései gyakran a szoftverek és eszközök használatára fókuszálnak, nem pedig a mögöttes pedagógiai elvekre és a módszertani innovációra.

A kutatás legfontosabb következtetése, hogy a digitális pedagógia sikeres alkalmazásához nem elegendő pusztán a technikai eszközök és a felületek ismeretének biztosítása. Elengedhetetlen a módszertani innovációt támogató, rugalmas és egységes keretrendszer kialakítása, amely elősegíti a digitális eszközök hatékony integrálását a tanítás-tanulás folyamatába, módszertani változásokat előidézve, a diákközpontú oktatási folyamat érdekében.

Míg jelen tanulmány betekintést nyújt a vizsgált témakörbe, fontos kiemelni bizonyos korlátait. A kutatás nem reprezentatív, és nem volt célja az országon belüli regionális vagy intézményi eloszlás részletes feltérképezése. Mivel a kérdőívek anonimek voltak, nem áll rendelkezésre adat a résztvevők pontos intézményi hovatartozásáról. A megkülönböztetés mindössze a fővárosi és vidéki intézményekre szűkölt.

Továbbá, a kvalitatív rész kizárólag egyetlen budapesti intézmény oktatóira fókuszált. Ez a

módszertani választás figyelmen kívül hagyta azt a potenciált, hogy az intézmények között jelentős különbségek lehetnek a vizsgált jelenségben, ami behatárolja az eredmények általánosíthatóságát.

Jelen felmérés megerősítette a digitális eszközök korlátozott módszertani használatát. A jövőben egy újabb kvalitatív kutatás (pl. fókuszcsoportos interjúk vagy esettanulmányok) segíthetne feltárni, hogy a pedagógusok miért ragaszkodnak a frontális módszerekhez, milyen motivációs tényezők és akadályok befolyásolják a módszertani váltást.

Ezenfelül érdemes lehet megvizsgálni a pedagógusképzés és továbbképzések tartalmát. A kutatás arra a következtetésre jutott, hogy a módszertani innováció elengedhetetlen. A jövőbeni kutatás azt elemezhetné, hogy a jelenlegi képzések milyen mértékben fókuszálnak a digitális pedagógiai modellekre, szemben az eszközhasználat technikai aspektusaival.

Felhasznált irodalom:

- Allan, I. E. – Seaman, J. (2014): Grade Change Tracking Online Education in the United States, Babson Survey Research Group and Quahog Research Group, LLC, [Online], elérhető: <https://www.bayviewanalytics.com/reports/gradechange.pdf>.
- Balogh, Z. – Molnár, Gy. – Nagy, K. – Orosz, B. – Szűts, Z. (2020): A digitális kompetencia és a digitális kultúra társadalomra és oktatásra gyakorolt hatásai, jellemzői, kihívásai, *Civil Szemle*, 17. évf., 2. szám, 2020, [online], elérhető: https://www.researchgate.net/profile/Szuts-Zoltan/publication/377272743_A_digitalis_kompetencia_es_a_digitalis_kultura_tarsadalomra_es_oktatásra_gyakorolt_hatasai_jellemzoi_kihivasai/links/659e68e3c77ed940476da0ac/A-digitalis-kompetencia-es-a-digitalis-kultura-tarsadalomra-es-oktatásra-gyakorolt-hatasai-jellemzoi-kihivasai.pdf.
- Drysdale, J. S. – Graham, C. R. – Spring, K. J. – Halverson, L. R. (2013): An Analysis of Research Trends in Dissertations and Theses Studying Blended Learning, Internet and Higher Education, vol. 17, no. 1, pp. 90–100, 2013., [online]. DOI: 10.1016/j.iheduc.2012.11.003, elérhető: https://www.researchgate.net/profile/Charles-Graham-3/publication/255568142_Analysis_of_research_trends_in_dissertations_and_theses_studying_blended_learning/links/5b0ed3bd0f7e9b1ed7035421/Analysis-of-research-trends-in-dissertations-and-theses-studying-blended-learning.pdf.
- Forgó, S. – Hauser, Z. – Kis-Tóth, L. (2004): Tanulás tér- és időkorlátok nélkül, *Iskolakultúra* 2004/12, 123–139., [online] elérhető: https://real.mtak.hu/60246/1/EPA00011_iskolakultura_2004_12_123-139.pdf
- Goldhaber, M. (2004): The mentality of Homo interneticus: Some Ongian postulates, *First Monday*, vol. 9, no. 6, 2 [online]. DOI: 10.5210/fm.v9i6.1155, elérhető: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1155>.
- Kovács, I. (2011): Az elektronikus tanulásról a 21. században, OSZK, Budapest, [online], elérhető: <https://mek.oszk.hu/09100/09190/09190.pdf>.
- Liszkai-Peres, K. – Konok, V., (2022): A digitális bennszülöttek nyomában – Bemutatkozik az Alfa Generáció Labor, *Anyanyelv-pedagógia* XV. évfolyam, 2022/4 [online], DOI: [10.21030/anyp.2022.4.10](https://doi.org/10.21030/anyp.2022.4.10), elérhető: https://www.anyanyelv-pedagogia.hu/pdf/Anyp_XV_2022_4_10.pdf
- Nádori, G. – Priavara, T. (2018): *21. századi pedagógia*, Akadémia Kiadó, Budapest, DOI: [10.1556/9789634541028](https://doi.org/10.1556/9789634541028), elérhető: <https://mersz.hu/nadori-priavara-21-szazadi-pedagogia/>
- Nagy, Á. (2017): Az Alfa generáció magyarországi recepciója, *Kultúra és közösség*, 8. évf., 3. szám, pp. 53–60, 2017., [online], elérhető: https://epa.oszk.hu/02900/02936/00034/pdf/EPA02936_kultura_es_kozosseg_2017_03_053-060.pdf

- Nemes, Gy. – Csilléri, M. (2006): Kutatás az atipikus tanulási formák (távoktatás/e-learning) modelljeinek kifejlesztésére célcsoportonként, a modellek bevezetésére és alkalmazására, Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest, [online], elérhető: https://konyvtar.nive.hu/files/04_nemes.pdf
- Prievara, T. (2015): *A 21. századi tanár*, Neteducatio Kft, Budapest
- Szűts, Z. (2020): *A digitális pedagógia elmélete*, Akadmémiai Kiadó, Budapest, elérhető: <https://mersz.hu/szuts-a-digitalis-pedagogia-elmelete/>
- Szűts, Z. (2020): *A digitális pedagógia egységes elméleti kerete és alkalmazása a tanítás és tanulás folyamatában*, Eszterházy Károly Egyetem, Eger, DOI: 10.15773/EKE.2020.009

Kinczerová Adriana – Fehér Lilla – Korcsmáros Enikő – Tóbiás Kosár Silvia
A MARKETING MINT A VERSENYKÉPES KKV ZÁLOGA

MARKETING AS THE KEY TO A COMPETITIVE SMES

Absztrakt

A KKV-k európai gazdaságban betöltött szerepe megkérdőjelezhetetlen, de életképességük és eredményességük fenntartásához elengedhetetlenül fontos, hogy felismerjék a digitális technológiák alkalmazásának szükségességét tevékenységük minden területén, így a marketingkommunikációjukban is. A közösségi média – és azon belül az influencersmarketing – használata révén a KKV-k új lehetőségek által képesek elérni és megszólítani fogyasztóikat, növelve ily módon versenyképességüket és fennmaradásukat. A tanulmány felhívja a figyelmet az influencersmarketing jelentőségére és a KKV-k marketingtevékenységét befolyásoló hatására napjainkban. Fókuszában a KKV-k közösségimédia-tevékenységének online környezetben történő megfigyelése áll szekunder adatforrások felhasználásával. Ennek érdekében a tanulmány elméleti fogalmak kapcsolódásán keresztül elemzi a KKV-k egyedi jellemzőit, a marketinghez való viszonyulásukat, az online marketingkommunikációjukat befolyásoló tényezőket, az influencers jellemzőit és a KKV-k marketingkommunikációjában betöltött szerepét, sajátosságait. A tanulmány alátámasztja azt a tényt, hogy az influencersmarketing hozzájárul a fogyasztók érdeklődésének felkeltéséhez, széleskörű eléréséhez és vásárlásra ösztönzéséhez, ami elengedhetetlen a KKV-k versenyképességének és fennmaradásának megőrzéséhez.

Kulcsszavak: KKV, marketingkommunikáció, közösségi média, influencersmarketing, versenyképesség

Abstract

The role of SMEs in the European economy is indisputable, but in order to maintain their viability and effectiveness, it is essential that they recognise the necessity of using digital technologies in all aspects of their activities, including their marketing communications. Using social media, including

influencer marketing, SMEs can reach and engage with their customers in new ways, increasing their competitiveness and their ability to sustain. The study draws attention to the importance of influencer marketing nowadays and its implications for the marketing activities of SMEs. The focus of the study is on monitoring the social media activities of SMEs in online environments using secondary data sources. To this end, the study analyses the specific characteristics of SMEs, their attitude towards marketing, the determinants of their online marketing communication, the characteristics of influencer social media marketing, the features of influencers and their role in the marketing communication of SMEs through the linkage of theoretical concepts. The study supports the conclusion that influencer marketing contributes to attracting the interest of consumers, reaching a wide range of people and encouraging them to buy, which is essential for SMEs to remain competitive and viable.

Keywords: SMEs, marketing communications, social media, influencer marketing, competitive

Bevezetés

A kis- és közepes vállalkozások (KKV-k), amelyek az uniós gazdaság- és foglalkoztatáspolitikai alappilléreit képezik, ma egy rendkívül gyorsan változó környezetben működnek, ahol olyan globális és hazai trendek érvényesülnek, amelyek komoly kihívások elé állítják őket. A nehézségek között nemcsak a kedvezőtlen eseményekre és válságjelenségekre kell gondolni, mint például a COVID-19 járvány, az energiaválság vagy az orosz-ukrán háború, hanem azokra a globális trendekre is, amelyek formálják és alakítják korunkat (Parviainen et al., 2022). A világgazdaságot átszövő globalizáció egyre inkább azt eredményezi, hogy a KKV-knak a hazai piacokon is szembe kell nézniük a nemzetközi versennyel. Ezt a versenyhelyzetet tovább fokozza a termék- és szolgáltatáskínálat bővülése, a gyorsabb és könnyebb hozzáférés az információkhoz, ami tudatosabb, igényesebb és kényelmesebb fogyasztókat eredményez, valamint növekvő árérzékenységet vált ki a vásárlók körében. Napjainkban egyre többen használják a közösségi médiát márkakutatásra és vásárlásra, ezért az influenszermarketing és a felhasználók által generált tartalmak jelentősége folyamatosan növekszik. A tanulmány célja az influenszermarketing sajátosságainak feltárása, valamint annak vizsgálata, hogy a kis- és középvállalkozások (KKV-k) marketingkommunikációjában hogyan alkalmazhatók ezek a megoldások. Ennek érdekében a tanulmány elemzi a KKV-k sajátos jellemzőit, marketingtevékenységüket, az online marketingkommunikációjukat befolyásoló tényezőket és azok hatását a vállalati marketingteljesítményre. A tanulmány irodalmi áttekintéssel bemutatja az influenszer alapú közösségimédia-marketing jellemzőit, az influenszerek szerepét és típusait. Célunk, hogy elméleti keretek között vizsgáljuk az influenszermarketing hatékonyságát a KKV-k marketingkommunikációjában, a versenyképességük növelése érdekében.

Kis- és középvállalkozások (KKV-k) meghatározása és marketingjellemzői

A vállalkozások különféle szempontok alapján kategorizálhatók, figyelembe véve közgazdasági (Bolton, 1971) és statisztikai tényezőket. Besorolhatók például iparág szerint (ipari, kereskedelmi, szolgáltató stb.), jogi formájuk (egyéni vállalkozás, korlátolt felelősségű társaság, betéti társaság stb.) vagy méretük alapján. Az Európai Bizottság 2003/361/EC számú, 2005. január 1-től érvényes statisztikai definíciója szerint a vállalkozások osztályozása méret alapján a foglalkoztatottak létszámát, valamint az éves árbevételt vagy mérlegfőösszeget figyelembe véve történik, aminek eredményeként a cégeket mikro-, kis- és középvállalkozások kategóriáiba sorolják (EB, 2020).

1. táblázat

A kis- és középvállalkozások Európai Unió szerinti meghatározása

KKV kategória	Foglalkoztatotti létszáma	Éves nettó árbevétele	vagy mérlegfőösszege
Közép	< 250	≤ 50 millió €	≤ 43 millió €
Kis	< 50	≤ 10 millió €	≤ 10 millió €
Mikro	< 10	≤ 2 millió €	≤ 2 millió €

Forrás: Európai Bizottság, A KKV-k definíciója, 2020, saját szerkesztés

Az Európai Bizottság 2023-ban kiadott közleménye is kiemelte a KKV-k Európa gazdasági és társadalmi struktúrájában betöltött központi szerepét. Jelentőségük megnyilvánul többek között a munkahelyteremtésben, a foglalkoztatás növelésében, a helyi és regionális gazdaság fejlesztésében, az innováció előmozdításában, valamint a vállalkozói készségek támogatásában. Megállapítható tehát, hogy a KKV-k kulcsszerepet játszanak az európai gazdasági növekedésben, és sajátos jellemzőik alapján különböznek a nagyvállalatoktól. A gazdasági fontosságuk mellett kulturális jelentőségük is kiemelendő, hiszen európai közösségek kulturális szövetének is szerves részét képezik, különösen a vidéki térségek és kisebb városok esetében (EB, 2023). A Statista nevű globális statisztikai portál (2023) becslései szerint 2023-ban az Európai Unióban mintegy 24,4 millió KKV-t jegyeztek be, melyek túlnyomó többsége mikro- (kevesebb mint 10 alkalmazottal), továbbá 1,32 millió a kisvállalkozások (10-49 alkalmazottal) száma és 202 278 a közepes méretű vállalkozásoké (50-249 alkalmazottal). Ezek a vállalkozások az összes európai cég mintegy 99,8%-át teszik ki, és az EU teljes hozzáadott értékének közel 52%-át adják, mintegy 4,15 billió euró értékben. Az uniós magánszektor munkahelyeinek kétharmadát biztosítják, összesen mintegy 84,75 millió embernek adva munkát az Európai Unióban; ebből 40 milliót a mikro- (kevesebb mint 10 alkalmazottal), 25,5 milliót a kisvállalkozások (10-49 alkalmazottal) és 20,3 milliót a középvállalkozások (50-249 alkalmazottal) foglalkoztatnak.

A kis- és középvállalkozások (KKV) marketingjellemzői jelentősen eltérhetnek a nagyvállalatokétól,

többek között a rendelkezésre álló erőforrások, a célcsoportok és a marketingstratégiák tekintetében (Rekettye, 2012). A KKV-k helyi vagy regionális piacokra koncentrálnak, így marketingtevékenységük is ennek megfelelően célzottabb és közvetlenebb lehet. Sok vállalat számára fontos, hogy személyes kapcsolatot építsen ki ügyfeivel, így a márkaépítés gyakran a cégvezetők vagy a vállalkozás alapítóinak személyére épül. A KKV-k általában kisebb költségvetéssel és kevesebb emberi erőforrással rendelkeznek, ami korlátozza a marketingkampányaik méretét és hatókörét. A korlátozott források miatt a KKV-k gyakran innovatív és kreatív megközelítéseket alkalmaznak a figyelem felkeltésére és a versenyelőny megszerzésére. A költséghatékonyság miatt a KKV-k egyre inkább a digitális marketing alacsony költségű vagy ingyenes eszközeit, például a közösségimédia-platformokat, blogokat, keresőoptimalizálást (SEO), e-mail marketinget és az online hirdetéseket használják, hogy elérjék célcsoportjaikat.

Online marketingtrendek a KKV-szektorban

Az online marketingtrendek a vállalati szektorban folyamatosan változnak, és alkalmazkodnak az új technológiákhoz, fogyasztói szokásokhoz, piaci igényekhez. Az üzleti élet minden területén megjelentek az új technológiák, mint például a mesterséges intelligencia, a Big Data, a virtuális valóság és a robotok, amelyek alapvető változásokat hoztak, és elősegítették az innovációt a marketingkutatásban és -gyakorlatban (Tat-Huei et al., 2022; Steinhoff és Palmatier, 2021). Napjainkra egyértelművé vált, hogy a KKV-k számára elengedhetetlen az internet jelenléte a piacon maradáshoz, mivel lehetőséget biztosít számukra, hogy közvetlen kapcsolatot alakítsanak ki ügyfeikkel, és kommunikációjukat rugalmasan, személyre szabottan alakítsák, s mindezt költségkímélő módon tegyék. A Statista 2023 októberében kiadott gyorsjelentése szerint egyre több háztartás és kisvállalat ismeri fel a digitális alkalmazások fontosságát, amelyek kedvező áruk révén is egyre elérhetőbbé válnak. 2023-ban világszerte 5,3 milliárd internetfelhasználó volt, ami a világ népességének 65,7%-át jelenti. Ebből 4,95 milliárd, azaz a világ lakosságának 61,4%-a közösségimédia-felhasználó volt. Az internetezők naponta átlagosan 400,5 percet töltenek online, ebből 2 órát és 28 percet a közösségi médiában, és havonta átlagosan 19,7 órát a Facebookon (Statista, 2023).

A KKV-k számára létfontosságú, hogy nyitottak legyenek az új technológiákra és stratégiákra, mivel a jól kivitelezett marketingkommunikáció jelentős előnyöket nyújthat számukra.

Íme néhány aktuális online marketingtrend, amely meghatározó lehet a KKV szektorban:

- **Közösségimédia-marketing:** A közösségimédia-platformok (pl. Facebook, Instagram, LinkedIn) továbbra is a KKV-k legfontosabb marketingeszközei közé tartoznak. A célzott hirdetések, a rendszeres tartalomkészítés és a közösségépítés segíti a vállalkozásokat abban, hogy közvetlen kapcsolatot alakítsanak ki ügyfeikkel. A közösségimédia-marketing célja olyan tartalmak

generálása, amelyeket a közösségi médiumok felhasználói megosztanak egymással ismertség, márkaépítés és elérés növelése érdekében.

- **Influenszermarketing:** Egyre több KKV használja az influenszermarketinget, hogy elérje a szélesebb közönséget. Mikro- és nano-influenszerek alkalmazása különösen népszerű a KKV-k körében, mivel ezek az influenszerek közvetlenebb kapcsolatot ápolnak követőikkel, és hitelesebbek lehetnek. Az influenszerek együttműködése gyakran költséghatékonyabb lehet, mint a hagyományos reklámkampányok. Sok influenszer kedvezőbb árakat kínál, különösen, ha kisebb követőbázissal rendelkeznek, de még így is nagy hatást gyakorolhatnak a célközönségre.
- **Tartalommarketing:** A minőségi és értékes tartalmak – mint például blogbejegyzések, videók és infografikák – készítése, segít a KKV-knak abban, hogy növeljék láthatóságukat, erősítsék márkájukat és szakértői státuszt építsenek ki.
- **E-mail marketing:** Az e-mail marketing továbbra is hatékony eszköz a KKV-k számára az ügyfelek elérésére és megtartására. A személyre szabott hírlevelek, ajánlatok és automatizált e-mail kampányok lehetőséget adnak arra, hogy a vállalkozások folyamatos kapcsolatban maradjanak ügyfeleikkel.
- **Lokális helyi keresőoptimalizálás (SEO):** A lokális SEO egyre nagyobb hangsúlyt kap a KKV-k marketingstratégiájában. Ez magában foglalja a Google Cégem profil optimalizálását, helyi kulcsszavak használatát és pozitív ügyfélértékelések gyűjtését, ami segít a helyi közönség elérésében. A Hubspot 2023-as marketing statisztikájának kimutatása alapján a felhasználók 70%-a szerint jobb a SEO az eladások generálásában (HubSpot, 2023).
- **Videómarketing:** A videós tartalmak, különösen a rövid videók, mint amilyenek a TikTok vagy Instagram Reels platformokon láthatók, egyre népszerűbbek a KKV-k körében. Ezek a videók gyorsan felkelthetik a figyelmet és növelhetik a márka ismertségét.
- **Automatizálás és AI-alapú megoldások:** Az automatizált marketingeszközök és az AI (mesterséges intelligencia) használata segít a KKV-knak hatékonyabbá tenni marketingtevékenységeiket. Például automatizált hirdetési kampányok, chatbotok és személyre szabott ajánlatok révén a vállalkozások jobban kielégíthetik ügyfeleik igényeit.
- **E-kereskedelmi integráció:** Az online vásárlás népszerűségének növekedésével egyre több KKV integrál e-kereskedelmi funkciókat weboldalaiba és közösségimédia-csatornáiba. Az egyszerű és zökkenőmentes vásárlási élmény növelheti az eladásokat és az ügyfélhűséget. Az online vásárlás a kényelem, a gyorsaság, illetve a térbeli korlátok nélküli vásárlás jellemzőivel vonzza a vásárlók nagy számát és teszi egyre közkedveltebbé a mobilmarketinget (Wang et al., 2015).
- **Adatvezérelt marketing:** A KKV-k egyre inkább kihasználják az adatokat a marketingtevékenységeik optimalizálására. Az analitika és adatgyűjtés segítségével pontosabban célzott kampányokat indíthatnak, és jobban megérthetik ügyfeleik viselkedését.

- **Fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás:** A fenntarthatóságra és társadalmi felelősségvállalásra fókuszáló marketing egyre fontosabbá válik a KKV-k számára is. Az ügyfelek egyre inkább előnyben részesítik azokat a vállalkozásokat, amelyek környezetbarát és társadalmilag felelős gyakorlatokat követnek.

Ezek a trendek folyamatosan fejlődnek, és a vállalatoknak naprakésznek kell lenniük, hogy versenyképesek maradjanak a digitális térben.

Influenszermarketing, influenszerjelenség

A digitálisan összekapcsolt világban a közösségimédia-platformok szerves részévé váltak a globális kommunikációnak és mindennapjainknak. A DataReportal legújabb adatai szerint 2023-ban világszerte már 4,76 milliárd ember használt közösségimédia-platformokat (DataReportal, 2023). Az ezek nyújtotta lehetőségek révén a kisebb vállalkozások is versenybe szállhatnak a nagyobb cégekkel, és közvetlen kapcsolatot építhetnek ki ügyfeleikkel. Ez a digitális átalakulás új marketingkommunikációs formát teremtett: az influenszermarketinget, amely átalakítja a márkák és célközönségük közötti kapcsolatot. Az influenszermarketing mint a közösségimédia-marketing egyik ága, a platformok széleskörű használatának köszönhetően vált az egyik legnépszerűbb marketingcsatornává. Ez a rendkívül hatékony platform kiválóan megfelel a fogyasztói igények kielégítésére, mivel fokozza az ügyfelek elköteleződését és növeli az interakciókat. Az innovatív stratégia magában foglalja a közösségi média együttműködését influenszerekkel, akik hatékonyan ösztönzik követőiket, hogy kedveljenek és vásároljanak termékeket vagy szolgáltatásokat. Az influenszermarketing piaca a Collabstr becslései szerint 2023-ban jelentős növekedést mutat, és az influenszerpiac mérete elérte a 17,4 milliárd dollárt, miközben több mint 50 millióan tartják magukat tartalomkészítőnek (Collabstr, 2023). Mielőtt rátérnénk az influenszermarketing hatékonyságának elemzésére, fontos tisztázni, kik is azok az influenszerek, és milyen formában találkozhatunk tevékenységükkel a közösségimédia-felületeken.

Az „influenszer” szó az angol „influencer” kifejezés megfelelője, amely a „to influence” (befolyásolni) igéből ered. Az influenszer olyan személyt jelent, aki befolyásolja mások véleményét, viselkedését vagy vásárlási döntéseit, általában a közösségimédia-platformokon keresztül. Az influenszerek hitelesítik a márkákat, termékeket vagy szolgáltatásokat saját személyes márkájukon keresztül, és közvetlen kapcsolatot építve ki közönségükkel, segíti azok célzott és hatékony marketingkommunikációját. Az influenszerek nagy követőtáborral rendelkező hangadók, akiket a követők száma alapján a következőképpen csoportosíthatunk és jellemezhetünk az alábbi táblázat összesítése szerint (Máté, 2019).

2. táblázat
Az influenszerek követők száma szerinti csoportosítása és jellemzői

Influenszer típusok	Kik ők?	Követők száma	Mikor dolgozzunk velük?
Mega-influenszer	világhírű sportolók, színészek, zenészek, modellek, előadók	1 millió felett	széles körű elérés, egyedi, általuk inspirált termék megjelenítése, magas ár
Makro- influenszer	professzionális közösségimédia-személyek blogolás, vlogolás YouTube, TikTok, IG	100 000 – 1 millió	célközönség vagy szélesebb demográfiai csoport elérése, tudatosan felépített tartalom, magas ár
Mikro-influenszer	potenciális influenszerek, differenciált influenszerréteg,	1000 – 100 000	nagyobb hatás kisebb közösségre, magas bizalom, sűrű kapcsolattartás, interaktív imázs, alacsonyabb ár
Nano-influenszer	szegmens szakértői réteg, autentikusak, hatékony elérést mutatnak	kevesebb, mint 1000	lokális orientáció, szűkebb kör elérése, speciális célközönség, hitelesség, bizalom, baráti, alacsony ár

Forrás: Máté, 2019, saját szerkesztés

A fő profiljuk szerint lehetnek bloggerek, akik írásaik révén váltak ismertté, vagy vloggerek, akik videós tartalmaikkal népszerűsödtek. A vloggerek között található YouTube, Instagram, Twitter, és TikTok influenszerek is. Minden közösségimédia-platform különböző típusú tartalmakat igényel: például a TikTokon rövid, szórakoztató videók működnek jól, míg a LinkedIn inkább szakmai és informatív tartalmakat preferál. A vállalkozásoknak azt az online platformot kell választaniuk, ahol a legjobban elérhetik célközönségüket és hatékonyan kommunikálhatják üzenetüket. Jelenleg a rövid videós tartalmak, mint amilyenek a TikTok, Instagram, Facebook posztok és podcastek, valamint a modern szájreklámot képviselő influenszerek válnak egyre fontosabbá. A HubSpot 2023-as jelentése szerint a videóformátum lett a leggyakrabban használt eszköz a tartalommarketingben, megelőzve a blogokat (HubSpot, 2023).

Az influenszermarketing jelentősége a KKV-k marketingstratégiájában

A KKV-k számára létfontosságú, hogy nyitottak legyenek az új technológiákra és stratégiákra, mivel egy jól kivitelezett marketingkommunikáció jelentős előnyöket nyújthat számukra. Korlátozott erőforrásaikat tekintve nem könnyű lépést tartaniuk a folyamatosan változó, felgyorsuló digitális világgal, ahol a fogyasztók elvárják az azonnali kapcsolatba lépés lehetőségét, és igényeik folyamatosan változnak. A közösségi média, azon belül is az influenszermarketing pedig rendkívül hatékony platform ezeknek az igényeknek a kielégítésére, mivel elkötelezi az ügyfelet és növeli az interakciókat (Behare et. al., 2024). Sok KKV-tulajdonos azonban azt hiszi, vállalkozása túl kicsi

ahhoz, hogy megengedjen magának influenszer-együttműködést. Egy ausztrál kutatás szerint azok a KKV-tulajdonosok, akik nem a „digitális bennszülöttek” generációjához tartoznak, bár elismerik a közösségimédia-marketing fontosságát, úgy vélik, hogy az erre fordított erőforrások veszélyeztetetik alaptevékenységüket, vagyis a termékek és szolgáltatások nyújtását ügyfeleiknek (Malesev, Cherry, 2021). Ennek következtében gyakran ragaszkodnak a hagyományos marketingeszközökhöz. A kutatás rávilágított továbbá, hogy a forráshiány is jelentős probléma, mivel a KKV-vezetők gyakran nem rendelkeznek a szükséges készségekkel és idővel az integrált marketingmenedzsment kialakításához és online marketingstratégia megvalósításához. A kutatás arra is rávilágított, hogy a KKV-knak fel kell ismerniük a digitális közösségi médiával kapcsolatos tudásbeli hiányosságait és kezelni azokat, valamint készen kell állniuk új készségek elsajátítására, mivel üzleti fennmaradásuk múlhat ezen (Malesev, Cherry, 2021). A HubSpot 2023-as közösségimédia-marketing jelentése szerint egy jól felépített és kivitelezett influenszermarketing-kampánnyal akár 10x-es megtérülést (ROI) is elérhetnek a vállalatok a hagyományos marketingeszközökhöz képest. A felmérések azt is kimutatták, hogy a kisebb követőtáborral rendelkező influenszerek esetében magasabb ROI-t lehet elérni. A statisztikai jelentés alátámasztja, hogy a marketingesek 92%-a tartja hatékony formának a mai világban az influenszermarketinget, 39%-uk fordította a marketingbüdzsájének 10-20%-át influenszermarketingre. A jelenleg is ezzel foglalkozók 89%-a a jövőben is szeretné növelni vagy fenntartani az influenszermarketingre fordított költségeit, 17 %-uk pedig tervezi ezt a típusú marketingkommunikációt alkalmazni az idei évben. Az influenszerek együttműködése gyakran költséghatékonyabb lehet, mint a hagyományos reklámkampányok. Sok influenszer kedvezőbb árakat kínál, különösen, ha kisebb követőbázissal rendelkezik, de még így is nagy hatást gyakorolhatnak a célközönségre.

Az influenszermarketing hatékonysága és sikeressége leginkább a jövő generációjának fogyasztói viselkedésében nyilvánul meg. A *Z generáció*, a digitális kor szülöttei a közösségi média fejlődésével párhuzamosan váltak felnőtté (Töröcsik et. al., 2014). Mindig online vannak, elérhetők a közösségi oldalakon. Ők már az azonnali képekkel való interakciót preferálják, a gyors és rövid videókat, e-mailek helyett a videócsvevegést választják. A HubSpot felmérése alapján a közösségi média erős hatással van vásárlási döntéseikre, 72%-uk követi az influenszereket a közösségi médiában, 50%-uk bízik is az influenszerektől származó termékajánlásokban, és a legfrissebb felmérés szerint az utóbbi 3 hónapban 33%-uk vásárolt is terméket influenszer ajánlása alapján (HubSpot, 2023). Az influenszermarketinget napjainkban az egyik leghatékonyabb módszernek tekintik, mivel lehetőséget nyújt a kisebb vállalatok számára is a marketingköltségvetésük gazdaságosabb kihasználására (Cervantes-Guzmán, 2020).

Az influenszermarketing sokoldalú és különleges lehetőségeket kínál a KKV-k számára a forgalom fenntartható növelésére és a versenyképesség megőrzésére. Kiváló megoldás a márka

ismertségének és elérésének növelésére, valamint olyan termékek bemutatására, amelyeket „előben kipróbálhatnak” YouTube vagy Instagram Reels videók révén, ahol az érdeklődők azonnali választ kaphatnak kérdéseikre. Az influencersmarketing természetes, kreatív, „storytelling” jellegű és szórakoztató, nem „reklámszagú”. Ez lehetővé teszi, hogy a KKV-k innovatív módon kapcsolódjanak a közönségükhöz és fokozzák az elköteleződést. Az emberek 88%-a vásárolt már olyan terméket vagy vett igénybe szolgáltatást, amelyről előtte digitális felületen készült videót nézett meg (HubSpot, 2023). Az influencersmarketing legnagyobb előnye, hogy a fogyasztók nagyobb valószínűséggel próbálnak ki olyan termékeket, amelyeket olyan személy ajánl, akit ismernek és megbíznak benne. Az influencers által készített tartalmak gyakran azonnali visszajelzést generálnak a közönségtől, lehetővé téve a KKV-k számára, hogy gyorsan mérjék és reagáljanak a kampányok hatékonyságára. Az influencers interaktív marketingeszközökkel – például játékokkal, kvízekkel, szavazásokkal, nyereményjátékokkal és ajándékosztásokkal – tartják meg követőik és érdeklődők figyelmét. Ezzel lehetőséget biztosítanak a közvetlen interakcióra a követőkkel, ami segít a KKV-knak jobban megérteni a fogyasztói igényeket és preferenciákat. Az influencers együttműködése gyakran költséghatékonyabb lehet, mint a hagyományos reklámkampányok. Sok influencer kedvezőbb árakat kínál, különösen, ha kisebb követőbázissal rendelkezik, de még így is nagy hatást gyakorolhatnak a célközönségre.

Milyen influencersert válasszunk és hogyan?

Az influencers kiválasztása a célok és a célközönség igényeinek megfelelően történik. Ez függ attól, hogy a KKV melyik iparágban, témakörben vagy területen szeretné elérni közönségét. Fontos figyelembe venni az influencers követőinek demográfiai és egyéb jellemzőit, elérési lehetőségeit, valódi nézettségét, követőinek számát, valamint tapasztalatait és elért eredményeit az adott területen (Papp-Váry, 2020). Olyan influencersert kell választani, aki szavahihető, őszinte és hiteles az adott célcsoport számára, egyénisége és stílusa illik a képviselendő értékhez. Minél jobban illeszkedik a termék az influencers stílusához, annál hatékonyabb hatást hozhat (Randers et. al., 2023). A potenciális influencers kiválasztásakor érdemes megnézni a teljesítményüket rangsoroló értékeléseket, melyeket közösségi médiás aktivitásuk (HypeAuditor, lájkok, kommentek száma, nézettség, megosztás), követőbázisuk (HypeAuditor, elért követőszámok), potenciális elérésük (SentiOne Social Index, Brand Health Index) és üzleti tevékenységük (márkák hiteles és sikeres képviselője, reklámfelkérések mennyisége és minősége) alapján mérnek és mutatnak ki. Az influencersmarketing sikeressége nem pusztán a követők számán mérhető, mivel a nagy elérés nem mindig jelent nagy aktivitást vagy elfogadást. Az influencers szakmai specializációja növeli hitelességüket; a kisebb követőtáborral rendelkező influencers gyakran közvetlenebb kapcsolatot tudnak kialakítani közönségükkel. A marketingszakemberek szerint a mikro- és nano-influencers

akár 60%-kal nagyobb elkötelezettséget generálhatnak, mint a makro-influenszerek. Kampányaik ugyanolyan sikeresek lehetnek, mint a nagyobb követőbázissal rendelkező influenszereké, és mivel általában olcsóbbak, a marketingszakemberek 56%-a őket választja. A mikro-influenszerekkel való együttműködés legnagyobb előnyét a marketingesek 44%-a a kedvező árakban látja (HubSpot, 2023). A KKV-k számára nem érdemes a legnagyobb követőbázissal rendelkező influenszerekre összpontosítani; ideális lehet az 5-10 ezer követővel rendelkező mikro-influenszer vagy a kevesebb mint 1000 követővel rendelkező nano-influenszer, akik akár ingyenes termékért cserébe is reklámozzák a termékeiket. A kis követőtáborral rendelkező véleményvezéreket helyi influenszereknek nevezhetjük, akik ugyanazon a területen, városban vagy országban élnek, ahol a KKV működik, így befolyásuk egy adott földrajzi területre összpontosul. A helyi influenszerek értékes marketingeszközt jelenthetnek a KKV-k számára, különösen a szolgáltatászektorban működő vállalkozások, mint például kávézók, éttermek, szépségszalonok és üzletek esetében. Gyakran ügyfelekből válnak influenszerré, és később akár márkanagykövetékké is. Szűkebb közösségük révén képesek mélyebb, „barátibb” kapcsolatokat kialakítani, ami megkönnyíti számukra a közönség elérését. A bizalmi viszonyoknak köszönhetően követőik nyitottabbak lesznek az általuk ajánlott gondolatokra és termékekre. A kisebb követőtábor lehetőséget ad arra, hogy magas elköteleződési arányt érjenek el. A nano-influenszerek valószínűleg gyorsan reagálnak a követők kérdéseire és megjegyzéseire, valamint személyesen releváns válaszokat adnak, hiszen az ismerőseink tapasztalatai és ajánlásai gyakran nagyobb bizalmat keltenek bennünk. A helyi influenszerek állandó, aktív közösségeket építenek, akikkel rendszeresen kommunikálnak a közösségimédia-platformokon keresztül. A helyi influenszerek tehát értékes partnerek lehetnek a KKV-k számára, mivel segíthetnek a helyi piacon való érvényesülésben és a közvetlen kapcsolat kiépítésében a potenciális ügyfelekkel.

Összegzés

A globalizáció hatására a KKV-knak a helyi piacokon is nemzetközi versennyel kell szembenéznük. Az ezredforduló utáni években a gazdasági környezet világszerte jelentős változásokon ment keresztül. A technológiai fejlődés, a média sokszínűsége és a közösségi platformok elérhetősége átalakítják a marketinget, új trendeket és fogyasztói szokásokat teremtenek. Az élesedő piaci versenyben a KKV-k csak akkor szerezhetnek versenyelőnyt, ha termékeik vagy szolgáltatásaik jobban és hatékonyabban elégítik ki a fogyasztói igényeket, mint versenytársaik. Ezért a siker érdekében a KKV-knak olyan marketingkommunikációt kell alkalmazniuk, amely a legnagyobb hatékonysággal éri el a célközönséget. A digitális világban különösen fontos, hogy a vállalkozások hatékony közösségimédia-jelenléttel rendelkezzenek, mivel az online elérés a legkönnyebb módja a célközönség megszólításának. A KKV-k vezetőinek nyitottnak kell lenniük az olyan új

stratégiák irányába, mint az influencersmarketing, mivel egy hatékony marketingkommunikáció értékes befektetés lehet számukra, és nem utolsósorban figyelembe kell venniük a legnagyobb fogyasztói csoport, a Z generáció gondolkodásmódját és preferenciáit. A mikro-, nano- vagy helyi influencersokkal való együttműködés jövedelmező marketingeszközként szolgálhat a KKV-k számára, lehetőséget biztosítva a költségvetés hatékonyabb felhasználására. Összességében az influencersmarketing sokféle és egyedi lehetőséget kínál a KKV-k forgalmának fenntartható növelésére és versenyképességük megőrzésére. Fontos megjegyezni, hogy a téma további figyelmet és kutatásokat igényel.

Felhasznált irodalom:

- Behare, N. – Mahajan, R.D. – Singh, M. – Iyer, V. – Gupta, U. – Somani, P. P. (2024): Power of Influence: Unleashing the Potential of Influencer Marketing, in: *Using Influencer Marketing as a Digital Business*, p. 36. doi.org/10.4018/979-8-3693-0551-5.ch001
- Bolton, J. E. (1971): Report of the Committee of Enquiry on small firms, *Bolton Report*, Cmnd 4811. HMSO, London, ISBN 0101481101
- Cervantes-Guzmán, J. N. (2020): Use of Micro-Influencers as a Creative Strategy in the SMEs of Mexico, *International Journal of Online Marketing*, 2020, Vol. 10. i.3. p. 14. doi.org/10.4018/IJOM.2020070103
- DataReportal. Digital 2023: Global Overview Report. 2023, [online] [cit. 2024.1.12]. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- European Commission (2020): User guide to the SME Definition, Luxemburg, Publications Office of the European Union, 2020, p. 60. [online] [cit. 2023.12.30] Available at: ISBN 978-92-79-69909-2. <https://doi.org/10.2873/677467>
- HubSpot, The 2023 Global Social Media Trends Report, 2023, [online] [cit. 2024.1.12]. Available at: <https://offers.hubspot.com/social-media-trends-report>
- HubSpot, Social Media Marketing Report, 2023, [online] [cit. 2024.1.12] Available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/hubspot-blog-social-media-marketing-report>
- Malesev, S. – Cherry, M. (2021): Digital and Social Media Marketing – Growing Market Share for Construction SMEs, *UTS ePRESS*, 2021, vol.21m No 1. doi.org/10.5130/AJCEB.v21i1.7521
- Máté, B.: *Kik azok az influencersok, és mi az az influencer marketing?* (<https://www.matebalazs.hu/ki-az-influencer.html>), megjelenés: 2019. március 4., letöltés: 2024. január 12.)
- Papp-Váry, Á. F. (2020): Az influencers marketing alapjai – gyakorlati áttekintés, *Annales, Tomus XIII.*, Budapest, pp. 71-90. ISSN 1789-879X.

- Parviainen, P. – Tihinen, M. – Kääriäinen, J. – Teppola, S. (2022): Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice, *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1). 2022, pp. 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>
- Pálinkás, J. (2006): *Marketing ismeretek*, Budapest. p. 300, ISBN 963-9625-29-9
- Randers, M. – Fontes Correia, R. – Venciute, D. – Fontes, R. (2023): Trust in Influencer Marketing: Factors Influencing Follower's in the Perceptions, *IGI Global*, 2023, p. 20. doi.org /10.4018/978-1-6684-8351-0.ch001
- Rekettye, G. (2012): *Marketing a magyar kisvállalatoknak*, Akadémiai Kiadó, Budapest, p. 290. ISBN 978 963 05 9246 8
- Statista (2024): Social Media & User-Generated Content, Social media – Statistics & Facts, 2023 [online] [cit. 2024.1.12]. Available at: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#editorsPicks>
- Steinhoff, L. – Palmatier, R. W. (2021): Commentary: Opportunities and challenges of technology in relationship marketing, *Australasian Marketing Journal*, 2021. 29 (2) pp. 111–117.
- Tat-Huei, Ch. – Jun-Hwa, Ch. – Mumtaz Ali, M. – Kim-Shyan, F. – Józsa, L. (2022): Digitalization and its impact on contemporary marketing strategies and practices, *Journal of Marketing Analytics*, 2022, Volume: 10, Issue: 2, pp. 103-105., doi.org/10.1057/s41270-022-00167-6
- Törőcsik M. – Szűcs K. – Kehl D. (2014): Generációs gondolkodás: A Z és az Y generáció életstílus csoportjai [elektronikus dok.], *Marketing&Menedzsment* 2014.09.01., 48. évf. 2. sz. pp. 3–15., hozzáférés: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/861>
- Wang, R. J. H. – Malthouse, E. C. – Krishnamurthi, L. (2015): “On the go: how mobile shopping affects customer purchase behavior”, *Journal of Retailing*, 2015, Vol. 91, No. 2, pp. 217–234.

Boróka Szarvák¹ – Tibor Szarvák²

ANALYSIS OF COMMUNITY ASPIRATIONS AND AMBITIONS IN THE LIGHT OF SPATIAL CONNECTIONS IN SELECTED VILLAGES OF BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN COUNTY³

Abstract

The primary research question of our study is how the residents and communities of villages with populations below 2,000 experience life on the periphery. Our study approaches this issue primarily through the classical concept of spatial connections, as our surveys essentially measure the significance of distance from central areas and explore what strategies and directions are possible for reducing segregated living conditions in these settlements. Therefore, in this study, alongside the geographical concept of spatial connections that cover everyday life, the dual value pair of centre and periphery (their coexistence) also provides an important conceptual framework. We highlight the world of social convergence supported by project funding and address the coping strategies characteristic of life on the periphery. Our study contributes to the measurement of an important variable in rural development, namely the population retention capacity and the capability-retaining population, as well as the measurement and social science analysis of social convergence, which has strengthened into a policy in the past decade.

Keywords: spatial connections, population retention capacity, capability-retaining population, Borsod-Abaúj-Zemplén County, geographical periphery, segregated living conditions.

¹ MsC student Budapest University of Technology and Economics, Faculty of Economics and Social Sciences, Department of Regional and Environmental Economics

² Senior lecturer University of Debrecen, Department of Sociology

³ The paper is a revised and updated version of the thesis titled *Spatial Relations in Settlements with Segregated Areas in Borsod-Abaúj-Zemplén County* (author: Boróka Szarvák)

Introduction

In our study, we aim to present the experiences, life situations, and opportunities of residents and communities in marginalized, peripheral villages of Borsod-Abaúj-Zemplén County. We approach this issue through the concept of spatial relationships, examining not only geographical characteristics but also social aspects. This is because behind favourable or unfavourable geographical locations lie community actions and coping strategies, whose understanding can inform local strategies and sectoral developments. These community connections are key determinants of the lifestyle characteristic of the periphery and the everyday survival strategies that communities in segregated areas employ to achieve their goals.

Furthermore, we focus on the centre-periphery dichotomy, as our research seeks to measure and demonstrate the significance and impact of distance from the centre – both in terms of space and time – on these marginalized settlements. This stands in contrast to more urbanized areas with better connections. External challenges, such as infrastructural deficiencies (whether in transportation or other services), can exacerbate existing problems when neglected: unemployment may rise, participation in the primary labour market may decrease in favour of public employment, and educational outcomes may remain poor, further entrenching poverty and deprivation within the peripheral society.

Conceptualisation of rurality

What can be called a “rural area”? Experts agree that there is no definitive answer to this question. The main reason for this is that various sectors apply different approaches (economic, agricultural, geographical, sociological, etc.), and a key factor is the constant change of rural areas in both space and time (G. Fekete, 2013).

Although attempts have been made to define the concept of the countryside in other countries (such as in the United States and by the EU-OECD), interest in the topic in Hungary only increased after the regime change, including from a political perspective, which is when rural studies began to truly flourish.

The word “countryside” itself has multiple meanings and is used in everyday language in a relative sense. Geographically, it can refer to an “area that is homogeneous according to certain criteria” (G. Fekete, 2013: 6), but some people „simply” understand it to mean everything that is not the capital, Budapest.

The internationally widespread term “rural” also refers to the countryside in comparison to urban areas. However, according to European interpretations, not every village (which in the Hungarian translation is referred to as “countryside”) falls under the concept of a rural micro-region. *The European Charter of Rural Areas* (1996) defines a rural area as one where agricultural,

forestry, and nature conservation activities are significant. Additionally, the so-called population density indicator plays a role in defining rural areas, with a maximum of 100 inhabitants per km² in the EU, 150 inhabitants per km² according to the OECD, and 120 inhabitants per km² in Hungary (G. Fekete, 2013).

Bálint Csátári, a prominent researcher of rural studies in Hungary, defines rural areas as those where the population density of settlements is a maximum of 120 inhabitants per km² (Varga cit. Csátári, 2021).

Another approach to defining the concept of the countryside is the centre-periphery relationship, which aligns best with the perspective of our research. According to this perspective, the countryside struggles with quality-of-life disadvantages and lacks self-determination, while also representing the agglomeration of regional, administrative, and functional centres (Farkas et al. cit. Glatz; Sarudi, 2015).

However, this approach can be considered relativistic from several angles: virtually anything can function as both a centre and a periphery, as the concept is measurable on multiple levels. For instance, county-level cities have their own central role in relation to the smaller surrounding settlements, but when compared to the capital, they are already on the periphery. The perception of centre-periphery relations also varies among different demographic and social groups (the wealthy versus the poor, active workers versus students, etc.).

This interpretation can be further nuanced by using development-related “synonyms” of the centre-periphery concept, which will play a significant role in the research part of our research and are therefore worth mentioning. Such “opposing pairs” include city–countryside; developed–underdeveloped; central zone–border peripheral zone (Farkas et al. cit. Csátári –Kanalas; Kanalas – Kiss, 2015).

Geographical and Social Landscape of Borsod-Abaúj-Zemplén County

The settlement structure of Hungary is highly diverse, with different regions characterized by varying types of settlements. The population is predominantly concentrated in cities, with seventy percent of the population living in urban areas or settlements with a similar or higher administrative status. Micro villages, which make up one-third of the country’s settlements and play a significant role in our research, are common in hilly and mountainous areas. However, only 3% of the population lives in these settlements, which have fewer than 500 inhabitants (KSH, 2015).

In Borsod-Abaúj-Zemplén County, the county capital, Miskolc is the only higher-level centre, with a population of 147,000 (KSH, 2022). Additionally, the county has two mid-level centres, Ózd and Kazincbarcika, which owe their status to being important industrial cities during the socialist era. Other urban settlements are mainly located around Miskolc, as well as in the western and

southern parts of the county. The region under study can be classified as one of the most under-urbanized areas of the country. Although several smaller settlements have received city status in the “Sárospatak–Encs–Edelény–Putnok region” north of this urbanization gap – including Szendrő, Gönc, Abaújszántó, and Pálháza (Osgyáni, 2008: 227) – they do not fully serve the traditional roles of cities. Their roles are more at a micro-level rather than fulfilling the functions of district or sub-regional centres. The number of villages and micro villages is high, with the latter particularly common in the northern regions and in the Cserehát area. This is also correlated with the fact that employment, income, and housing indicators in these areas are less favourable compared to the national average (KSH, 2015).

Two socio-spatial processes contribute to the differentiation of the region: while the middle class is strengthening, lower social strata are becoming more segregated within settlements. Additionally, the ethnic minority population is becoming more prominent, particularly in the eastern settlements of the agglomeration, which has led to the designation of this area as the “eastern slum belt” (Kókai – Kristóf, 2018).

The most underdeveloped, impoverished, and deprived villages – those in greatest need of assistance – are typically located in areas farther from the county capital. The continuous outmigration from these areas significantly contributes to their decline, as many moved to the industrial areas of Miskolc, Ózd, and Kazincbarcika during the socialist era in search of better livelihoods. The depopulation of these regions is thus closely tied to their economic, infrastructural, and social conditions. The region’s infrastructural underdevelopment is illustrated by the fact that drinking water supplies were only developed in the 1990s; in 1990, 98% of the settlements in the Inner-Cserehát region did not have access to healthy drinking water. There are also severe deficiencies in commercial, educational, and healthcare services. Social conditions have deteriorated, with a significantly aging population. Even settlements with a lower average age cannot “breathe a sigh of relief”, as the outmigration is further exacerbated by the phenomenon of “brain drain,” whereby the intellectual elite migrate to more developed cities offering better livelihoods. Overall, the region is drifting further from the centre and sliding deeper into underdevelopment and poverty (G. Fekete, 2005). It is both a cause and a consequence that employment rates are low, educational attainment is limited, and unemployment rates are high in disadvantaged and isolated regions. This raises both economic and social issues: as mentioned, the migration of individuals with higher education from these areas to the capital, other major educational centres, or even abroad (Boros, 2011) may hinder the development of the intellectual employment sector, while also generating labour shortages in critical sectors such as healthcare and education. The latter has a direct impact on the educational attainment of the population, as teacher shortages (along with other important factors) mean that few settlements are able to maintain secondary schools. Consequently, the population changes:

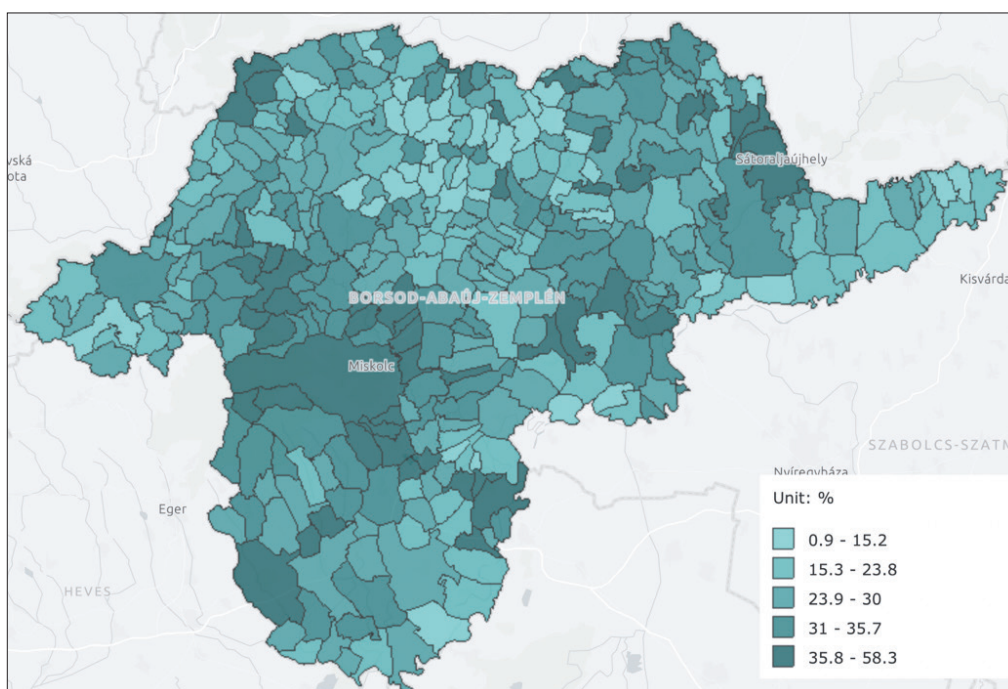
higher-educated individuals are replaced by families with poorer social backgrounds, often of Roma descent, and generally lower socioeconomic status (Boros, 2011).

Educational overview

Education is a key arena for upward or downward social mobility, serving as a secondary socialization space where individuals can observe and either reinforce or reject their strategies for emulating classes that are vertically above (or perceived as horizontally equal to) their starting social class. A critical factor in this process is whether individuals become familiar with the “language” and communication of the school as a social institution, and whether they learn the patterns necessary for social mobility.

In her study, Judit Lannert (2014) refers to a report analysing the differences in results from the 2006 competence tests between eighth-grade Roma and non-Roma students in Hungary. The economists conducting the study emphasize that school performance is primarily influenced by social factors rather than ethnic categories. According to the research, the academic lag of Roma youth can almost entirely be attributed to poverty, the lack of education of their parents, their exclusion from the labour market, and the disadvantages arising from these conditions (Kézdi – Kertesi, 2011). In the region we examined (Borsod-Abaúj-Zemplén County), the proportion of Roma residents is high, and, based on the 2022 census data from the Hungarian Central Statistical Office, there is a clear difference in educational attainment between rural and urban areas in the county.

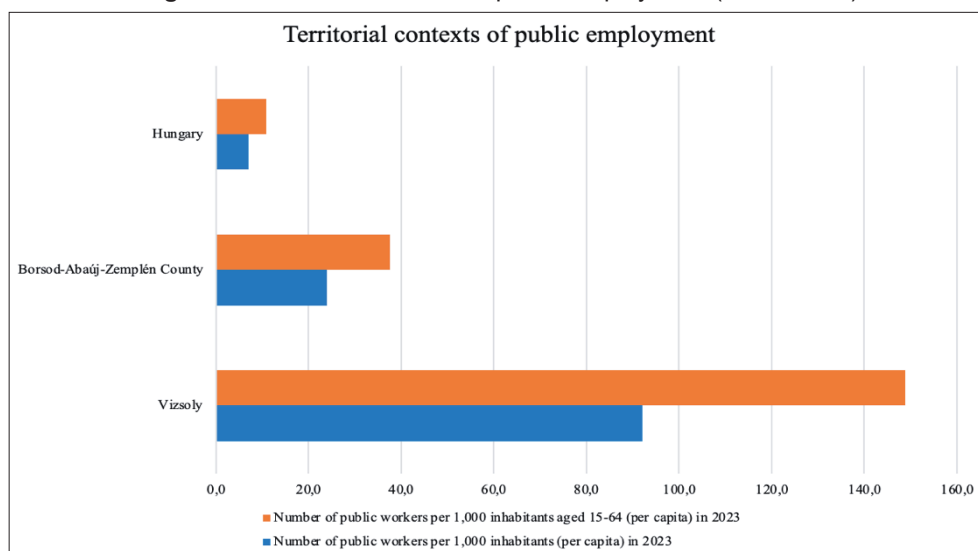
Figure 1: Proportion of persons completed secondary level with final examination in population aged 18–X, 2022 (%), (KSH, 2022)



Employment and labour market overview

Alongside education – and perhaps as a consequence of it – the labour market conditions are a crucial indicator of individuals’ social position and connections. Examining this is of paramount importance, as employment and labour market participation not only influence the economic and social standing of people and the country but also serve an integrative function. Employment plays a role in socialization and norm formation while providing the material goods necessary for subsistence (Császár, 2021). This is particularly significant in regions where, prior to 1990, heavy industrial development and mining provided employment for nearly everyone. Poor labour market conditions contribute to deprivation and marginalization, with unemployment disproportionately affecting peripheral, micro village, and rural areas.

Figure 2: Territorial contexts of public employment (TEIR, 2023)



These regions are characterized by a greater reliance on the supported labour market and public employment programs than on the primary labour market. The diagram above illustrates this phenomenon at a regional level, showing that the proportion of public employment is higher in Borsod-Abaúj-Zemplén County, as well as in one of our sample municipalities, compared to the national average. Due to the previously mentioned socio-economic factors, it is common in peripheral areas that the low-skilled population has employment opportunities only within public employment.

Segregation: A Unique Social and Spatial Phenomenon

Rudolf Andorka defines the concept of segregation as follows: “Segregation refers to the phenomenon whereby different social classes, ethnic groups, etc., are strongly separated from each

other within a settlement. Segregation is often accompanied by significant inequalities in income and the infrastructure of the settlement” (Andorka, 1997: 194).

According to Ferge’s approach, segregation is a phenomenon based on significant social differences, wherein groups with higher status limit the opportunities for free choice of those with lower status, thereby compromising their equality of opportunity, potentially leading them to full marginalization (Ferge, 1991).

If we want to define segregated areas statistically, we can rely on the Hungarian Central Statistical Office’s (KSH) segregation index, which delineates segregated areas based on multi-level data analysis. The criteria include that “the proportion of the working-age population with no more than primary education and the proportion of those without regular employment income must exceed 50% for both indicators,” and the settlement must have a population of at least 50 people (Methodological Handbook, 2020).

Residents living in segregated areas face fundamental issues related to their quality of life, often lacking access to basic services such as utilities or healthcare. The life situations of communities living in segregated areas are characterized by a state of deprivation (Szabó, 2009).

Spatial relations in the light of mobility poverty

In this paper, we define the concept of spatial relations as a comprehensive term encompassing both the social and geographical connections of communities experiencing segregation (Szabó, 2008). When examining these geographical and socio-spatial relationships, it is essential to consider the interdependence and mutual influence of three dimensions: space, place, and time.

Rezső Mészáros, in his analysis, explains that researchers in the field placed relatively little emphasis on the time factor until the last third of the 20th century. Therefore, the introduction of time-geography and the dimension of time, a concept attributed to Swedish geographer Hägerstrand, marked a significant theoretical renewal. Hägerstrand’s theory focuses on exploring the role and interconnections of space and time through the lens of human activities and movements. In the work of several researchers from the Lund School, such as Carlstein, who studied the relationship between space and time using methods from human ecology, the concepts of constraints and limitations play a central role. These concepts reflect the idea that the finite nature of time influences people’s everyday decisions and opportunities for action, which are shaped by various constraints (Mészáros cit. Hägerstrand; Carlstein, 1989).

Hägerstrand categorizes these constraints into three types: *capability constraints*, which refer to individual limitations (physiological needs essential for life, the indivisibility of individuals – as people can only be in one place at a time – and material factors, such as access to a private car); *authority constraints*, which pertain to external rules and regulations; and *coupling constraints*,

which refer to the conditions that allow groups of people to coordinate and engage in activities together (Yu – Shaw, 2007).

Additionally, the time-consuming nature of mobility, along with the presence and dynamics of social rules and power relations, can also restrict individuals' range of movement, resulting in competitive situations (Mészáros, 1989). These constraints are even more pronounced in peripheral areas, where distances tend to be greater (due to the limited accessibility of employment and educational destinations), and infrastructure is in poorer condition and less equipped. In other words, the opportunities available are fewer compared to more developed, central regions. While continuous modernization of infrastructure and transport systems in urban areas has made mobility less time-consuming, peripheral, lagging regions do not experience the same level of development. Researchers, when considering modernization, have largely confined their understanding of spatial relations to urban areas and have hesitated to venture into regional analyses. This disparity further exacerbates social and economic inequalities, as even smaller distances in peripheral areas require more time, and the dependence of the population on one another or on external support can increase the temporal and financial costs of mobility.

In the following sections, we will present specific concepts and issues that particularly affect the peripheral regions – such as the county featured in our research – and may negatively impact people's spatial relations. In the *Results* section, we will provide deeper insights into these challenges through examples and experiences.

Transportation accessibility gap (infrastructural disadvantages)

In this chapter we introduce two key conceptual frameworks: socio-transport geography and transportation segregation.

Transportation acts as a connecting link in people's lives, and thus, beyond mathematical and numerical analyses, it is also necessary to examine it from a human-centred perspective (Szabó, 2009).

According to Tiner's definition, one of the primary tasks of socio-transport geography is “the examination of the spatial movements (transportation) of different social groups, based on their differing interests, and the various spatially relevant impact mechanisms triggered by these movements” (Tiner, 1986: 219).

Socio-transport geography can essentially be studied anywhere; however, different aspects may come to the fore depending on the spaces or regions (e.g., rural/urban areas) and demographic characteristics (age, gender). At this point, it is worth introducing the concept of transportation poverty (or mobility poverty) and discussing those who live in disadvantaged transport areas or regions excluded from transportation services.

Transport exclusion can be most simply defined as “the inability of an individual to travel to a destination at the time others can do so without difficulty” (Lieszkovszky cit. Pyrialakou, 2018: 90-91).

Tiner, in his research in Borsod-Abaúj-Zemplén County, examines the destinations and reasons for which residents leave their homes, such as commuting for work, education-related travel, shopping, accessing residential services, and other types of trips (e.g., healthcare, recreational, or administrative purposes) (1983). How the residents we studied manage these trips nowadays and whether they encounter problems – that is, whether transport exclusion exists – will be discussed later in the results chapter.

What disadvantages are faced by those, who live in settlements with less favourable transport connections? Schoolchildren who are forced to commute may suffer academically due to long travel times, as they must wake up earlier and may be sleep-deprived. In many cases, their participation in after-school extracurricular activities is also hindered if they have difficulty or are unable to return home (Lieszkovszky, 2018). Their challenges could be mitigated by the support of relatives, friends, or acquaintances, through carpooling. However, as Lieszkovszky (2018) notes, this is not a long-term, sustainable solution, as it is inconvenient and leads to dependency.

Another frequent reason for leaving a settlement is shopping, as most micro villages do not have large grocery stores or shopping centres. Often, the problem is that these locations do not have direct bus connections, making it difficult for those without personal vehicles. This everyday activity becomes particularly burdensome for mothers who, in addition to working and raising children, must also manage household tasks, often by bus, as in single-car households, the vehicle is typically used by the partner during the day (Lieszkovszky, 2018). In Borsod-Abaúj-Zemplén County, there are 361.4 cars per 1,000 inhabitants, compared to the national average of 426.5 cars per 1,000 people (TEIR, 2022).

Research Questions and Methodology

In this study, we investigated how transportation, and other infrastructures influence the social opportunities of settlements and the mobility of their residents. We sought to answer the following questions:

- Does the availability of public transportation in a settlement determine the choice of employment opportunities? If public transportation is accessible and aligns with daily commuting routines for work or school, the settlement is not considered isolated. The quality of public transportation defines the openness of communities. Does this openness also relate to the settlement’s ability to retain its population? The opinions of interviewees reflect specific individual/family settlement dynamics.

- The main impact of spatial decisions/developments appears in strengthening the “capability-retaining population” and the “population-retaining capability” at the settlement level. An individual’s orientation and activities within society are facilitated by their familiarity with their living environment, which they take for granted. Thus, these living environments also define small-scale, localized communities. Is someone who moves confidently within a broader living environment better equipped to connect with new information and visions?
- Is it so, that those who are willing to travel or commute are also more likely to find employment?
- Do large companies first transport workers from closer areas via company buses? If so, does this lead to accessibility inequalities between settlements? Are local governments addressing this through innovative solutions (e.g., organizing bus transportation, rural caretakers’ buses, etc.)?
- Among community-based solutions, “settlement carpooling” is built on trust. For residents with cars, this asset can represent significant capital. Is there an established institution of carpooling in the settlements, and if so, how widely is it utilized?

Overview of expert, focus group, and individual interviews

The data comes from a research study focused on settlements involved in EFOP-1.6.2 and 2.4.1 programs aimed at promoting social inclusion and reducing segregated living conditions. These structured interviews, composed of closed-ended questions, were conducted nationwide in 2020. Of the 76 structured interviews conducted nationwide, 21 were carried out in Borsod-Abaúj-Zemplén County. In each settlement, one expert interview was conducted with the mayor. It is important to note that while these interviews were in a “questionnaire format” with structured, closed questions to ensure quantifiable answers, they cannot be strictly categorized as surveys since they also included open-ended questions. Additionally, the interviews were conducted by an interviewer, allowing for the emergence of important yet indirect topics that were not the primary focus of the study. The questions mainly focused on commuting to work and school and assessed the challenges and opportunities of public transportation, while also soliciting potential solutions.

The second part of the research consisted of focus group interviews and one individual interview. These are cross-sectional studies in terms of their temporal dimension, representing a “snapshot” of the given moment and were not repeated. The interviews were semi-structured, featuring guiding open questions, with interviewees often delving into detailed aspects on their own during the conversations. These discussions were conducted in three segregated settlements in Borsod-Abaúj-Zemplén County (Vizsoly, Szendrőlád, and Vilmány). We asked participants to reflect not only on their own experiences but also from the perspectives of their family members and friends, as our research aimed to address the daily challenges they face – issues that are frequently discussed within their social circles. In many cases, they share and attempt to overcome these difficulties together.

The interviews revolved around their personal situations and local perspectives, with particular emphasis on transportation issues.

Results

The interviews, in line with the aims of the research, assessed the characteristics of geographical and social spatial relations, employment pathways, school attendance, and transportation conditions. In addition to these topics, during the individual and focus group interviews, we also addressed the complex issue of population retention capacity and the retention of skilled individuals, specifically, we explored how much the respondents enjoy living in their village, whether they would consider leaving, and whether they believe others, particularly those with higher qualifications, are leaving the settlement. The sample settlements implementing the complex segregation elimination program in Borsod-Abaúj-Zemplén County are micro villages and villages in terms of population size. The least populated is Felsőgagy, while the most populated is Szendrőlád. The average population size is 1,008 inhabitants.

In the settlements, the most important local employer is the municipality: in nearly all the villages included in the sample, it serves as the primary employer. The second most common employers are local small businesses. Approximately one-third of the working-age local residents are employed by the municipalities as their primary employer, typically through public employment programs.

In most cases, municipal work means unskilled labour, with workers participating in public employment programs. Factories, plants, local institutions, and small local businesses also employ both unskilled and skilled workers. While the focus group participants partially confirm the data obtained from expert interviews, they nonetheless express some “hope” and envision potential change.

“More and more people are going to work at places like Bosch or Joyson, for example. So it’s becoming increasingly common that people don’t want to make a living from public employment, not from 54,000 HUF, but rather they are moving into the real labour market. Since the regime change happened (in the village, the term ‘regime change’ refers to changes in local power – authors), about six years ago, people have turned in the right direction and realized that there is work beyond public employment. Today, in every single family, I could point out someone who is not living off public employment but has entered the real labour market.” (middle-aged man from Szendrőlád)

Although the level of education among young people is reportedly showing an improving trend according to our interviewees, they also noted that many still have low educational attainment. As a result, even if they wish to work, they are often excluded from the labour market.

“These people can’t really enter the real labour market. What are they supposed to say to the HR lady? ‘I have three years of elementary school and four kids...’” (middle-aged man from Szendrőlád)

“There are several people in my family who went and tried... They tell what qualifications they have, what work they’ve done, and then say, ‘Well, I was in public employment for who knows how many years,’ and they’re told, ‘We’ll call you back...’” (middle-aged woman from Szendrőlád)

Those who do not work locally, in the village, most frequently commute to Miskolc for work (52.4%). However, in the case of villages adjacent to a larger town, it often occurred that this neighbouring settlement was designated as the primary place of employment (commuter destination): from Hejőszalonta and Kesznyéten to Tiszaújváros, from Lácacséke to Sátoraljaújhely, and from Ároktő to Mezőcsát. However, there are also those who do not commute daily between a settlement within the county and their home, but work further away, for example, in Transdanubia or abroad. These individuals return home less frequently.

“They work in a 10-4 rotation, meaning they work 10 days and spend 4 at home, or they work on a monthly basis, coming home once a month.” (middle-aged man from Szendrőlád)

The most frequently used means of transportation between home and workplace are long-distance buses and employer-operated buses (the usage of these two is nearly equivalent), with many also commuting by private car. The latter was indicated by the mayors of 13 out of 21 settlements as a more common mode of transport used by the residents of their respective communities.

The only settlement where, according to expert interview data, people do not use their personal vehicles at all is Szendrőlád. However, during the focus group interview with residents of Szendrőlád, several participants mentioned knowing individuals who commute to work by car, though none of the participants themselves did so. The bus operated by the local government is only utilized for commuting to work in Fáj.

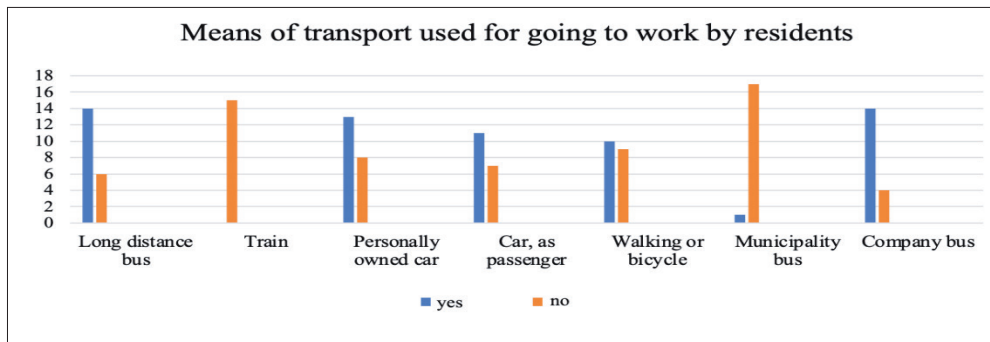
From the focus group and individual interviews (and earlier, from informal, unrecorded field conversations), we learned that company-operated buses, functioning as shuttle services, transport workers not only from nearby settlements. However, despite the availability of transport options, the conditions are often demanding, for example, workers commuting from more distant settlements via the shuttle service may spend hours traveling before and after working hours. We observed no solutions or attempts to address this issue from the local governments. As mentioned earlier, the use of the municipal bus for commuting to work is not common.

A potential solution could be a ‘settlement carpooling’, but opinions on this vary among respondents. The diagram shows that in several settlements, residents commute to work by car as passengers. This could also be viewed as a category of local trust, as a car is considered a significant resource in small communities. The use of this resource naturally provides convenience and independent transportation.

The graph below shows whether each mode of transport is used by the citizens of the municipality.⁴

⁴ Not at all used, rather not used = no; rather used, fully used = yes

Figure 3: Means of transport used for going to work by residents

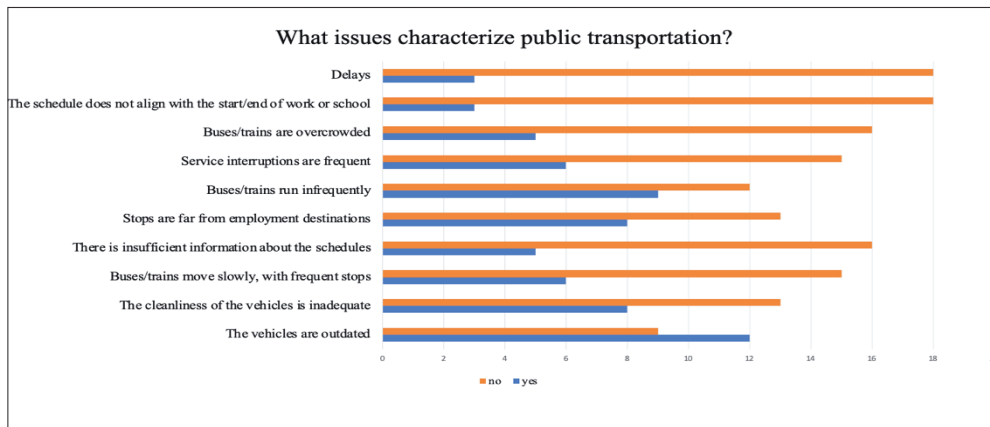


The most highlighted issues with public transportation are the outdated vehicles and the infrequent and irregular schedules of the services. However, the primary concern varies from settlement to settlement. This can depend on factors such as the distance of the village from the district or county seat and its accessibility. According to expert interviews, the residents of Kesznyéten and Farkaslyuk face the most issues, with eight out of the ten listed potential problems being present in both villages.

Although according to the mayor of Vilmány, there are no significant issues with public transportation (he only mentioned the outdated vehicles), participants in the focus group interview reported contrasting experiences. They listed problems that are otherwise uncommon among settlements, such as the schedule not aligning with work and school start times, and they also mentioned the infrequent bus services (with no train service at all in the village).

In the other two settlements where focus group and individual interviews were conducted, similar opinions were expressed: overall, people are satisfied with the public transportation options. However, it is interesting that while Szendrőlád is relatively close to the regional centre (Miskolc) and Vizsoly is more difficult and time-consuming to reach, yet the respondents in both places shared similar views. It is worth noting, however, that according to our interviewee from Vizsoly, buses from the district capital (Encs) run to the village every two hours, and the travel time is approximately 45 minutes (for a 17 km distance⁵).

⁵ According to Google Maps

Figure 4: What issues characterize public transportation?

The accessibility of the municipality and of the main centres linked to the municipality (county capital, district capital) was also examined in the expert interviews. In most cases, the mayors of the villages rated the accessibility of their settlements as a two.⁶

Based on the responses, the most difficult to access are Felsőgagy, Lácacséke, and Fulókércs. The most problematic is access to the district capitals, despite these being the places to which residents of smaller villages most frequently travel, as essential services such as post offices, pharmacies, or larger grocery stores are typically located there. The mayor of Hejőszalonta specifically highlighted this: ‘Public transportation from the village to the county capital and Mezőcsát is acceptable, but this cannot be said for the district capital (Tiszaújváros), where more frequent services would be warranted.’

It is also notable that no one stated that the accessibility of their district capital was ‘very good.’ The accessibility of the county capital is the least problematic, with relatively frequent and regular bus and train services to these locations.

Many residents use bicycles for transportation within the settlement. Across all surveyed settlements, the most frequent response to the question, ‘How important is the role of bicycles in intra-settlement transportation?’ was ‘rather important.’ The only settlement where this form of transportation is not typical at all is Felsőgagy, which also received the lowest rating for the state of public transportation. In this context, it is not surprising that the personal car was highlighted as the primary means of commuting.

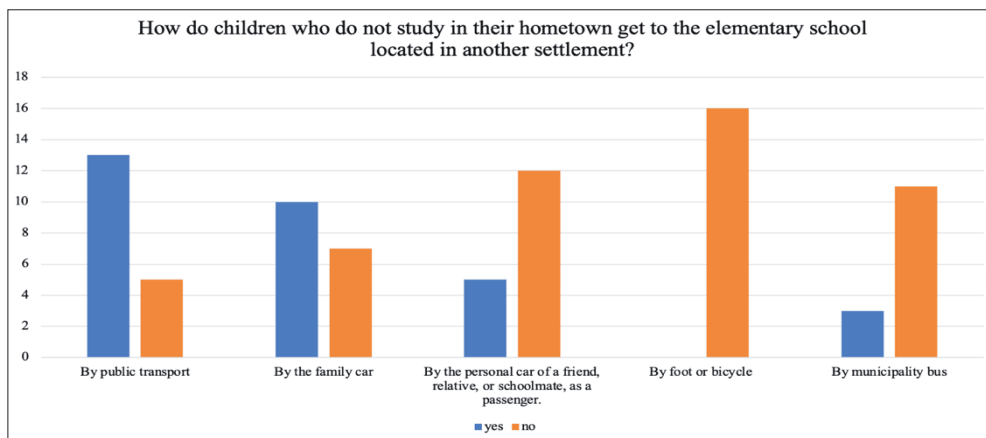
However, cycling is present in other villages. While this mode of transport is popular within settlements, it is less common for inter-settlement travel. Although nearly three-quarters of respondents in the surveyed settlements stated that bicycles play an important role within the village, for travel between settlements, this figure drops to just under half of the sample. This is still a relatively high value, considering that only two settlements (Kázsmárk and Járdánháza) responded ‘rather yes’ to the question about the availability of dedicated bicycle roads.

⁶ 1 – very bad, 2 – rather bad, 3 – rather good, 4 – very good

Out of the twenty-one settlements in the sample, fourteen have an elementary school, two have only lower grades (first to fourth grade), and five settlements do not have any educational institution. In those settlements where there is a local elementary school, the vast majority of local children attend the institution. The lowest enrolment rate was found in Szendrőlád, while the highest was in Fulókercs, where all children attend the local elementary school – though in this case, it only includes the lower grades. In settlements where there is no school or only lower grades are available, we asked which settlement the children commute to and how they get there.

Students primarily use public transportation to get to school, or their families drive them in their own cars. Interestingly, although not every family owns a personal vehicle, it is uncommon for acquaintances, relatives, or classmates to carpool and jointly transport children to school. This was not only indicated by the survey results but also confirmed by my interviewees. A mother from Vilmány, who has several school-aged children, added that there is indeed a demand for such an arrangement. Only in one settlement, Járdánháza, was it mentioned that a school bus transports the children to school.

Figure 5: How do children who do not study in their hometown get to the elementary school located in another settlement?



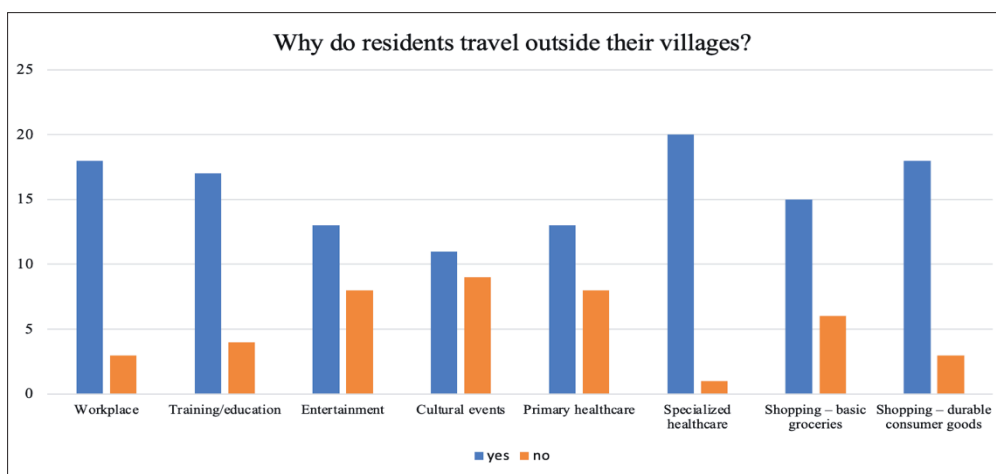
Beyond work and education, which are perhaps the most important aspects, we were also curious about other reasons residents leave their village. This question combines two perspectives: what is unavailable in the village, requiring travel to another settlement, and what are the most common reasons for which people do travel? The biggest contrast is seen in the case of specialized healthcare: only one mayor reported that residents do not leave the village to receive specialized medical care, and that settlement is Fáj.

The reason for this is not that the service is available locally; rather, the cause likely lies in the residents' motivation and financial situation. Earlier, we discussed leaving the settlement for work or education, and the responses to the latter question further confirm the frequency of these reasons.

One of the most common activities carried out in other settlements is the purchase of durable consumer goods. While basic groceries can generally be obtained locally, larger shopping trips are typically made in the district capital or another larger town.

It also becomes clear that residents are least likely to travel for entertainment or cultural events. Returning to the concept of ‘settlement carpooling,’ it can be noted that the interviewees are aware of its existence and approximately how much is charged for the service, but it is important to highlight that these fees are not ‘set in stone,’ which can make individuals vulnerable in such situations. Perhaps for this reason, carpooling is not commonly utilized.

Figure 6: Why do residents travel outside their villages?



The focus group discussions and individual interviews revealed that people enjoy living in their villages. They described human relationships as supportive and cohesive, which they considered a major advantage compared to other villages. A man from Szendrőlád shared the following about his village:

“In Szendrőlád, people are not typically withdrawn. Every day, we gather in groups of 5 or 10, we chat, visit each other, everyone gets along because everyone is either family or friends. [...] When I visit other villages, I notice that people aren’t as close as they are here. Here, when two acquaintances talk, they don’t talk like acquaintances, but like family members. Even those who don’t regularly keep in touch still share secrets with each other that wouldn’t be shared in other villages. This helpfulness is deeply rooted here. In other villages, you don’t see that. There, people are envious of each other. I’ll give you an example: a neighbor comes over and asks to borrow a drill. In other villages, they might not lend it to you, fearing it might break, or you’ll take it and not return it. Here, they lend it without hesitation.” (middle-aged man from Szendrőlád)

In Vilmány, similarly, trust and personal connections were highlighted as strengths of the village. Of course, alongside strengths, weaknesses were also mentioned: the lack of employment

opportunities left a mark on the focus group discussion in Vilmány, coming up as a negative point in several instances. And what would make things better? It is difficult to give a precise answer to this question, but below we list a few things the respondents said they would appreciate. A pharmacy was mentioned first, as there isn't one in the villages; there was also a desire for a playground, a gym, and recreational opportunities for children. Due to distance learning, it would also be important for every family – especially those with children – to have internet access.

We also asked whether people would be happy to stay in the village. The answers were divided; perhaps even the respondents themselves were not entirely sure. The strongest influence on the desire to stay (or return) is exerted by family and community. However, those who have the means tend to leave, though the residents of Szendrőlád are hopeful that, over time – and with the right knowledge – people will return.

“Those who are better off, smarter, or want more and have the means to do so will definitely leave Szendrőlád. Maybe with a heavy heart and returning now and then. And they will bring help with them!” (middle-aged woman from Szendrőlád)

Conclusion

Our goal was not to conduct a representative survey, but rather to gain insights into the field and the perspectives of its inhabitants, as well as to present the characteristics of segregated living conditions and settlements. This topic essentially added a new dimension to the examination of spatial and social inequalities, as we analysed all of this through the complex spatial relations of settlements in Borsod-Abaúj-Zemplén County that contain segregated areas.

The region studied in this research can be characterized as an area of urban deprivation, with both external and internal peripheral traits, where individuals' social and economic status is fundamentally defined by various factors of deprivation. Although the topic has often been explored from both geographical and sociological perspectives, we believe that approaching it through the lens of complex spatial relations introduced a narrative that, on the one hand, aids settlement integration programs and the creation of equal opportunities, and on the other, contributes to the larger developmental issue of rural development, particularly regarding the retention of skilled populations and the ability of settlements to retain their populations.

The interviews conducted with experts, who are well-versed both in the field and the subject matter, provided a framework for our research. With their assistance, we also obtained (albeit non-representative) data from the settlements participating in EU equal opportunity programs. The focus group and individual interviews offered a sociographic “background” to complement the expert opinions.

Based on these findings, the answers to the most important research questions can be summarized as follows:

1. Transport disadvantages often pose a barrier to embedding the outcomes of equal opportunity development processes (such as acquiring new knowledge/skills, participating in the primary labour market, or accessing healthcare) into everyday life.
2. Good accessibility does not directly indicate a settlement's capacity to retain its population. In the case of Szendrőlád, the inclusive work of the BHIM RAO Association and the municipality may suggest that people prefer to live in a village with a positive and improving outlook, even if they have other options. Of course, this requires a welcoming municipal policy and a geographical location adjacent to the district centre.
3. Strong community bonds can be considered a strength of the settlements studied. In Szendrőlád, respondents indicated that they are aware of and pay attention to each other's joys and difficulties, which reflects strong settlement identity and cohesion. This offers reliable support, serving as a model and providing guidance even in difficult life situations.
4. The world of socio-geographical peripheries (characterized by a slowly changing spatial structure) indicates that rural equal opportunity processes must be supported both from above (by ensuring access to funding) and from below (through community development and access to local human services). This dual approach is essential to achieve a state in the settlements where added value is created, contributing to the sustainability of equal opportunities.

Modernization Scenarios

This chapter serves to map out scenarios following a narrower summary. It emphasizes the importance of fostering an active, more organic community.

Why do we consider this important?

Because the regime changes in Hungary (and more broadly in Central and Eastern Europe) that occurred nearly three decades ago, driven by top-down modernization pressures, did not – or could not – consider the society, economy, and shared development directions of peripheral regions. One of the significant shortcomings of the past decades has been the failure to take into account and support community-driven needs based on planning and diagnosis. The “From farm to table – Lessons from the 300 Least Developed Settlements of Hungary” (FETE) program, which is connected to the complex activities of the Hungarian Charity Service of the Order of Malta and has since evolved into a government program, seeks to address this issue at the level of strategic, community planning and implementation (Németh, 2023).

This program, focused on a group of settlements characterized by poverty and extreme poverty, affects 84 settlements in Borsod-Abaúj-Zemplén County (accounting for nearly one-third of the settlements included in the program). Community-building and the provision of professional assistance and support (ranging from care to social work requiring university-level competencies)

are crucial development activities, as they simultaneously support families and communities, thereby creating opportunities for the development of the whole settlement.

This work essentially reduces isolation and the feeling of being cut off. The responses and coping strategies of residents stemming from isolation and the geographical location of these settlements as cul-de-sacs are neither effective nor sustainable when individuals are left to face daily struggles on their own. This includes flexible access, linked to lifestyle, to institutions that support social mobility, employment opportunities in the primary labour market, and access to larger commercial and human services institutions.

While individual strategies may result in successful life paths, if the majority of the community in a settlement cannot participate in such progress, it ultimately reinforces marginalization, continued peripheral status, and territorial-social inequality. The social phenomenon we refer to as “transportation poverty” or “spatial connectivity poverty” can only be effectively addressed through complex regional development work, which goes beyond a focus on a single settlement (similarly to how social integration requires a multi-sectoral approach).⁷

Overall, these are the effects of domestic or EU-funded developments that transcend the narrowly defined project indicators. An important framework for understanding social integration is what Jenő Szűcs (1981) outlines in his epochal work, *An Outline of the Three Historical Regions of Europe*. It is evident that a complex, ecologically based model of social development is worth pursuing, but imbalances are likely to arise in its implementation. The reasons for this lie in the varying levels of readiness across sectors and regions (settlements), the availability of human resources, regional perspectives, as well as the lack of partnership and organic communities.

As a result, development may stall, slow down, or become disproportionate at various points. Instead of advancing toward the desired priorities, there is a risk of increasing socio-economic polarization, which in turn perpetuates traditional, inherited problems (Szarvák, 2022).

The solution lies in strengthening community activity and building a local middle class. The key to this complex effort is community reactivation and planning, regional thinking, and predictability.

⁷ At the national level, there are 506 cul-de-sac (dead-end) settlements recorded in the statistics. Of these, 43 are classified as FETE settlements. In Borsod-Abaúj-Zemplén County, there are 73 such settlements, 11 of which are categorized as FETE (Lechner Tudásközpont, 2017).

References

- Andorka, Rudolf (1997): *Bevezetés a szociológiába*, Osiris Kiadó, Budapest
- Boros, Julianna (2011): A települési szegregáció feltételezett okai és következményei, in: *Acta Sociologica*, Vol. 4, 2011/1, pp. 97-111., <https://doi.org/10.15170/AS.2011.4.1.9>
- Császár, Rózsa (2021): MA Szakdolgozat, Debreceni Egyetem Szociológia és Szociálpolitika Tanszék, Kézirat p. 68.
- Császár, Rózsa – Koska, Éva – Kovács, Gábor – Szarvák Tibor (eds.) (2020): Felzárkózási Együttműködések Támogatása Módszertani Kézikönyv
- Ferge, Zsuzsanna (1991): *Variációk a társadalmi integráció témájára* (Szociálpolitika és társadalom), T-Twins Kiadó, Budapest
- G. Fekete, Éva (2005): Cigányok a Cserehát–Hernád–Bódva vidéken – Tájegységi elemzés, in: Baranyi, B. (ed.): *Roma szegregációs folyamatok a Csereháti és Dél-Baranyai kistérségekben*, Gondolat – MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Budapest, pp. 53–83., <https://kisebbssegkutato.tk.hu/uploads/files/archive/395.pdf>
- G. Fekete, Éva (2013): Integrált vidékfejlesztés, Miskolc, <https://gtk.uni-miskolc.hu/files/5017/Integr%C3%A1lt%20vid%C3%A9kfejleszt%C3%A9s.pdf>
- Jeneyné Varga, Ágnes (2021): *Vidékföldrajz és vidékfejlesztés*, Budapesti Corvinus Egyetem, <http://web.uni-corvinus.hu/~vagnes2/videk2102.pdf>
- Kertesi, Gábor – Kézdi, Gábor (2011): The Roma/Non-Roma Test Score Gap in Hungary, In: *American Economic Review* 101(3) pp. 519–525. DOI: 10.1257/aer.101.3.519
- Kristóf, Andrea – Kókai, Sándor (2018): Agglomerálódás a Borsodi Iparvidéken egykor és ma, in: Péntes, J. (ed.): *Falu – város – periféria: határon innen és túl*, DIDAKT Kft. Debrecen, pp. 40-51.
- Kovács, András Donát – Farkas, Jenő Zsolt – Perger, Éva (2015): A vidék fogalma, lehatárolása és új tipológiai kísérlete, in: *Tér és Társadalom*, Vol, 29 2015(1). pp. 11-34.
- KSH (2015): *Magyarország településhálózata 2. Városok–falvak*, https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo_telepuleshalozata/varosok_falvak.pdf
- KSH (2022): *Népszámlálás 2022 – Települések főbb adatai*, Miskolc, <https://nepszamlalas2022.ksh.hu/eredmenyek/vizualizaciok/a-telepulemek-legfontosabb-adatai/?ter=30456>
- KSH (2022): *Népszámlálás 2022, Proportion of persons completed secondary level with final examination in population aged 18–X, 2022 (%)*, TÍMEA, <https://map.ksh.hu/nepszamlalas/?locale=en>
- Lannert, Judit (2014): A korai iskolaelhagyás elleni stratégia és a kora gyermekkori nevelés, http://oktataskepzes.tka.hu/documents/Projektek/2013/QALL/07_korai_neveles_lannert_final.pdf
- Lechner Tudásközpont (2017): Zsáktelepülések kétarcúsága, <http://gis.lechnerkozpont.hu/foldgomb/>

- Lieszovszky, József Pál (2018): A közlekedési eredetű kirekesztettség által érintett társadalmi csoportok vizsgálata a hátrányos helyzetű vidéki térségekben, in: *Utazás a tudományban – Konferencia a 70 éves Pálfalvi József tiszteletére*, pp. 90-98., http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3782/1/UaT2018_kotet_vegleges.pdf
- Mészáros, Rezső (1989): A térkapcsolatok értelmezésének néhány összefüggése, in: *Tér és Társadalom*, Vol. 3, 1989(1). pp. 3-16.
- Németh, Nándor (2023): *A Felzárkózó Települések program cél- és keretrendszere*, https://epa.oszk.hu/02900/02943/00091/pdf/EPA02943_kapocs_2023_1_017-026.pdf
- Osgyáni, Gábor (2008): *Mindentől távol – Falvak a Torna-vidéken*, in: Váradi, M. M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*, Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest. pp. 196-231.
- Seiler, A. – Seiler, B. (1996): *European Charter of Rural Areas – Report*, <https://pace.coe.int/en/files/7441#trace-1>
- Szabó, Pál (2008): A térszerkezet fogalma, értelmezése, in: *Tér és Társadalom*, Vol. 22. 2008(4) pp. 63-80., http://real.mtak.hu/116684/1/EPA02251_Ter_es_tarsadalom2395.pdf
- Szabó, Szabolcs (2009): *A szociál-közlekedésföldrajz vizsgálati lehetőségei Magyarországon*, Doktori értekezés, ELTE TTK Földtudományi Doktori Iskola p. 181, https://edit.elte.hu/xmlui/bitstream/handle/10831/46098/Kd_11291.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Szarvák, Tibor (2022): Adalékok a társadalmi felzárkózás szociológiájának értelmezéséhez, in: *Szociológiai Tudástár 12.*, (szerk): Czibere, I., Debrecen University Press
- Szűcs, J. (1981): *Vázlat Európa három történelmi régiójáról*, in: *Történelmi Szemle*, 24(3)., https://tti.abtk.hu/images/kiadvanyok/folyoiratok/tsz/tsz1981_3/szucs.pdf
- TEIR (2022): Data on Personal Vehicles per 1000 inhabitants
- TEIR (2023): Data on Public Employment
- Tiner, T. (1983): Borsod-Abaúj-Zemplén megye falvainak személyközlekedési helyzete és fejlesztési lehetőségei, *Földrajzi Értesítő*, 32(2). pp. 217-239., http://real-j.mtak.hu/5013/1/FoldrajziErtesito_1983.pdf
- Tiner, T. (1986): A szociál-közlekedésföldrajz kialakulása és vizsgálati módszerei, *Földrajzi Értesítő*, 35(3-4). pp. 219-230., https://adt.arcanum.com/hu/view/FoldrajziErtesito_1986/?pg=228&layout=s
- Yu, H. – Shaw, S. (2007): Revisiting Hägerstrand's Time-Geographic Framework for Individual Activities in the Age of Instant Access, DOI: 10.1007/1-4020-5427-0_7.