



Hungarikumok és nemzeti értékvédelem



Tózsza István – Horváth Zsolt –
Szakáli István Loránd –
Kárpáti Árpád – Rigó Róbert



Az eredeti kiadvány a KÖFOP-2.1.1-VEKOP -15-2016-00001
„A közszolgáltatás komplex kompetencia, életpályaprogram és
oktatás technológiai fejlesztése” című projekt keretében
készült el és jelent meg.

Szerzők:

- © Dr. Tózsza István
- © Dr. Horváth Zsolt
- © PhD. Szakáli István Loránd
- © Dr. Kárpáti Árpád
- © Dr. Rigó Róbert

Szakmai lektor:

Horváth Imre

2022-ben a hatályosítást végezte:

Horváth Imre

A kézirat lezárásának dátuma:

2022. március 1.

Az eredeti megjelenés éve:

2018

Kiadja:

© NKE, 2022

Felelős kiadó:

Prof. Dr. Kis Norbert
rektorhelyettes

A mű szerzői jogilag védett. Minden jog, így különösen a sokszorosítás, terjesztés és fordítás joga fenntartva. A mű a kiadó írásbeli hozzájárulása nélkül részeiben sem reprodukálható, elektronikus rendszerek felhasználásával nem dolgozható fel, azokban nem tárolható, azokkal nem sokszorosítható és nem terjeszthető.

TARTALOM

I. modul: Országimázs	5
1. Ugros eliminandos esse	5
2. Országimázs	6
3. Országmárka	7
4. Az országimázs forrásai	8
5. Országismertség, országasszociáció, országérték	9
6. Az országimázs	9
7. Az Anholt-féle Nation Brand Index	10
8. Legyetek jók, ha tudtok	13
9. „Jót és jól” a magyar országérték erősítése érdekében	18
10. Irodalomjegyzék	21
11. Jegyzetek	22
12. Fogalomtár	24
II. modul: A nemzeti értékek köre és azok feltérképezésének rendszere	26
1. A Nemzeti Értékpiramis rendszere	26
1.1. A hungarikum mozgalom alapjai	26
2. A mozgalom jogszabályi háttere	27
2.1. A törvény célja, feladata, egyedisége	27
2.2. A törvény preambuluma üzenete	28
2.3. A törvény bevezetőjének szövege:	28
2.4. A végrehajtási rendelet szerkezete, tartalma	28
2.5. A települési értéktárak létrehozása adminisztratív teher vagy a közösségépítés egyik formája?	29
2.6. Milyen a jó előterjesztés?	30
2.7. A törvény fogalmi rendszere	31
3. A Hungarikum Bizottság	34
3.1. A Hungarikum Bizottság létrejötte, összetétele	34
3.2. A Hungarikum Bizottság feladatai	35
4. A döntés előkészítésének folyamata, a Hungarikum Bizottság döntéshozatali eljárása	35
4.1. A döntés-előkészítés folyamata	35
4.2. A Hungarikum Bizottság döntéshozatali eljárása, a nemzeti érték hungarikummá minősítése	36
5. A Külhoni Nemzetrezs Értéktárak létrejötte, jogszabályi háttere	37
5.1. A törvény 2015. évi módosítása	37
5.2. A Külhoni Nemzetrezs Értéktárak célja, szerkezete, tartalma	37
III. modul: A nemzeti értékek és hungarikumok gyakorlati hasznosíthatóságának lehetőségei	38
1. Mitől érték az érték?	38
2. A nemzeti értékek és hungarikumok ügyének elméleti háttere	39
3. A Nemzeti Értékpiramis rendszere	40
4. Hungarikum eljárásrend	42
5. Nemzetpolitikai összefüggések	45

6. A hungarikum védjegy	46
7. Külföldi példák az érték, mint gazdasági erőforrás kihasználására	48
8. Helyi érték, helyi erőforrás, hungarikum, nemzeti erőforrás	49
9. Társadalmi érték-erőforrások és szerepük	51
10. Gazdasági értékerőforrások és jelentőségük	52
11. Fogalomtár	54
12. Jogszabálytár	55
IV. modul: Helyi identitás	56
1. A térhez, közösséghez kapcsolódó identitás szintjei és jellemzői. A helyi identitás és a helyi érték fogalma, típusai, jelentősége	56
2. A helyi értékek gyűjtése oral history módszerrel és azok felhasználási lehetőségei a helyi közösség erősítésére	58
3. A tárgyi emlékek gyűjtése, feldolgozása és kiállítása. Tájházak, helytörténeti gyűjtemények, múzeumok szerepe a helyi identitás erősítésében	60
4. A településre vonatkozó írott források gyűjtése a könyvtárban, levéltárban. A forráskritika jelentősége. A helytörténeti szakirodalmi gyűjtemény	62
5. A helyi értékek feltárásának módszertana. A Helyi értéktárak kialakításának gyakorlata	63
6. A közművelődés szerepe a helyi identitástudat erősítésében	67
7. Nemzeti es helyi identitás a köznevelésben	69
8. A Civil szervezetek szerepe a helyi identitás őrzésében	70
9. A Helyi nyilvánosság szerepe	71
10. Fogalomtár	73
11. Irodalomjegyzék	73

I. MODUL: ORSZÁGIMÁZS

Dr. Tózsza István

Hungarikumok és nemzeti értékvédelem

1. Ugros eliminandos esse

Irtsátok ki a magyarokat! – rendelte el *Rex Ludovicus Germaniae* az Úr 907. esztendejében a pozsonyi csata előestéjén. Ez akkoriban Európa nyugati felének politikai ítélete volt, s ha a magyar történelmet európai kontextusban tekintjük, a sorsfordító események idején a civilizált nyugat-európai népek vezetői soha nem távolodtak el magyar-ellenesnek felfogható politikájuktól. Az Európa meghódítására induló mongolok elleni Muhi csatában; a törökök elleni Mohácsi ütközetben magára hagyott magyar uralkodók esete; Zrínyi Miklós, Thökölyi Imre, II. Rákóczi Ferenc és Kossuth Lajos hitegetése; majd a minden képzeletet felülmúló trianoni ország csonkítás; az 1956-os cserbenhagyás és a jelenkori európai uniós köteleességszegési eljárások sora arra enged következtetni, hogy az európai nemzetek vezetőinek – az egy lengyel kivétellel – Magyarország soha nem volt a szívük csücske.

Az Ország-h-féle angol nagyszótár szerint a „hun” szó második jelentése „barbár, pusztító.” 2013-2014-ben a Corvinus Egyetem *International Study Program* angol-amerikai nyelvterületről érkező hallgatóival – ha jelen sorok írója megkérdezte tőlük, hogy van-e a „hun” szónak valamilyen negatív töltete az ő fülükben –, általában a következő párbeszéd hangzott el angolul:

- Az a kifejezés, hogy „*Hun, Hungarian, Hungary*” kelt-e önben valamilyen negatív érzelmet?
- Nem, dehogy.
- De őszintén: nem lesz semmilyen következménye, ha megmondja.
- Hát... igen.

A világ szuperhatalmának, az Amerikai Egyesült Államoknak a társadalmi tudatában sincs kedvezőbb kép festve a „*Hungarian*” nemzetről. Az egyik nemzeti dalukban, a *Soldiers' Joy*-ban – amely népszerűségében megfelel a magyar Fel, fel vitézek a csatára kezdetű nótának¹ – van egy sor, amely a függetlenségi háborúban az angolok polgári lakosság ellen megnyilvánuló atrocitását említi, s az elkövetőket így nevezi meg: *the British and the Huns*. A legnépszerűbb amerikai I. és II. világháborús katonadal az *Over There*. Ennek az egyik sora a németekre utal, mégis így hangzik: *Johnny show the Hun, you're a son of a gun.*²

¹ Egressy Béni (1814-1851) Klapka-induló.

² Johnny, mutasd meg a hunoknak, milyen beleváló gyerek vagy!



1. ábra: Ulpiano Checa (1860-1916, spanyol festő): Attila Itália ellen vezeti a hun hordákat. = *Attila dirigiendo a húno hordas contra Italia* (spanyolul) = *Els huns, liderats per Àtila, envaeixen Itàlia* (katalánul)

Joggal feltételezhető, hogy a fél Európát könyörtelenül feldúló, „vandál” (eredetileg andalúziai!)³, illetve barbár pusztítást végbevivő hunok öröksége, a nevükből képzett egyetlen nép- és ország megnevezés,⁴ *Hungarian, Hungary, Ungarisch, Ungarn, Hongrois, Hongrie, Ungherese, Ungheria, Húngaro, Hungria* stb. az amerikai, nyugat-európai társadalmi tudatban még ma is valami olyan képzetet (imázst) kelt, mint a magyarokéban például a tatár, Tatárország. „Jó napot kívánok, tatár vagyok, Tatárországból jövök” – hogy hangzik? Ennél rosszabbul egy európai ország nem is indulhatna az országimázs adottság, az országmárka formázás, és az ország-marketing terén. A továbbiakban lássuk, mi az országimázs, mi az országmárka, és – *menthető-e a beteg?*

2. Országimázs

Minden országnak van, és mindig volt imázsa. Az imázs (azaz kép) az emberek tudatában a gyermekkori élmények, az iskolai tanulmányok, szubjektív benyomások és érzelmek hatására kialakult, amorf kép. Papadopoulos és Heslop (2002) szerint az imázs, hasonlóan egy márka- vagy vállalati imázsához, nem állhat teljes mértékben az azt formálni szándékozó eladók, illetve kormányok kontrollja alatt. Az országimázs véleményük szerint, sztereotípiákon és percepciókon alapul, és hasonlóan egy márkanevhez, tényszerű és érzelmi információkat is magába foglal. Az imázst különböző események képesek formálni, de lassan változik.

³ A mai spanyol tartomány területén éltek a római kor vége felé a vandálok, s a régió eredeti neve: Vandalusia volt. Az Andalúzia megnevezésben mégsem a magyar nyelv által használt „vandál pusztítás” tükröződik a nyugat-európai társadalmi tudatban.

⁴ A magyarok hun örökségének geopolitikai forrása az, hogy a magyar honfoglalást ne hódításnak tüntethessék fel az Árpád-házi királyok, hanem, mint az ősi (hun) földre való visszatérést, hazatérést. Éppen úgy, ahogy az izraeliek sem foglaltak el palesztin területeket, csak visszatértek ősik földjére.

Az országimázs olyan multidimenzionális ország kép, amelynek azonosítható forrásai az adott ország gazdasága, árucikkei, politikája, történelme, kultúrája, földrajzi adottságai, globálisan ismert személyiségei.⁵ További befolyásoló tényező lehet az ország munkaerőpiaca, a nemzetközi kapcsolatai, konfliktusai, az életszínvonala, a szolgáltatások minősége, valamint a természeti környezetéhez való viszonya, környezetpolitikája.

Minden ország marketing tevékenységet folytat a turisták és a tőkebefektetők érdeklődésének elnyeréséért, illetve fenntartásáért. A marketingszakemberek az országgép jelentőségét, a termékek értékére ható befolyásán keresztül ismerték fel (*Made in Japan, Made in Germany, Made in Hungary*) az 1960-as években. Ezt követte az országimázs tudatos vizsgálata a marketing szemszögéből, az 1980-as évektől. A vizsgálatok a marketing aspektusok fejlődésével párhuzamosan kiterjedtek az ország-marketing tevékenység elemzésére, ami az ország tudatos imázsépítését szolgálja.⁶ A 2000-es évektől jelent meg az országmárkázás fogalma, az ország – mint árucikk – tudatos márkázási megoldásaival és azok hatékonysági elemzésével.

3. Országmárka

Az országmárka tudományos vizsgálatának egyik központi kérdése a fogyasztó-szemponitú márkaérték elmélet,⁷ valamint az asszociatív hálózati emlékezet modellje.⁸ A modell a kognitív pszichológiából ered. Ezek szerint a fogyasztók emlékezetében az árukra vonatkozó információk hierarchikusan jelennek meg, kvázi hálózati csomópontokat alkotva, ami azt jelenti, hogy az információkhoz asszociációk kapcsolódnak. Ennek mintájára az országokkal kapcsolatos információkhoz is asszociációk kapcsolódnak, melyek a beruházók és a turisták tudatában hálózatban jelennek meg. Mivel az asszociációknak irányuk és erősségük is van, egymással kölcsönhatásban állnak.

Jenes (2014) szerint „az asszociatív hálózati emlékezet modell jó alapul szolgál az országmárka-érték dimenzióinak megértéséhez és jellemzéséhez is. A modell életre hívta az országérték (*country equity*) elméletét, mely a klasszikus márkaérték elméletek országokra történő kiterjesztése. A szakterület kutatói által elfogadott, hogy az országérték azt az értéket képviseli, amire a fogyasztók asszociálnak az ország neve hallatán. Mindezek alapján, a szakirodalomban elfogadott nézet szerint az országmárka értékének dimenziói a következők: ország ismertség, ország asszociáció, országhűség.”

Az országmárka megalkotása kommunikációs feladat; általában az adott ország lakosságának társadalmi tudatában megjelenő imázs, és/vagy nemzetközi közvélemény kutatás alapján a külföldiek társadalmi tudatában – már amennyire ez mérhető – megjelenő országimázs alapján egy logó, egy szlogen testesítheti meg.

Az ország-marketing során az ez iránt a logó vagy szlogen iránt érzett bizalom az, amit meg kell vásároltatni (el kell hitetni) a legfontosabb célcsoporttal: az FDI realizáló befektetőkkel, azután a vendégmunkásokkal, a külföldi diákokkal, a gyógyulást kereső betegekkel és a leghatékonyabb reklámhordozó célcsoporttal, a turistákkal. A legfontosabb, hogy az országmárka iránti bizalmat el kell adni (meg kell kedveltetni) a saját lakossággal is.⁹

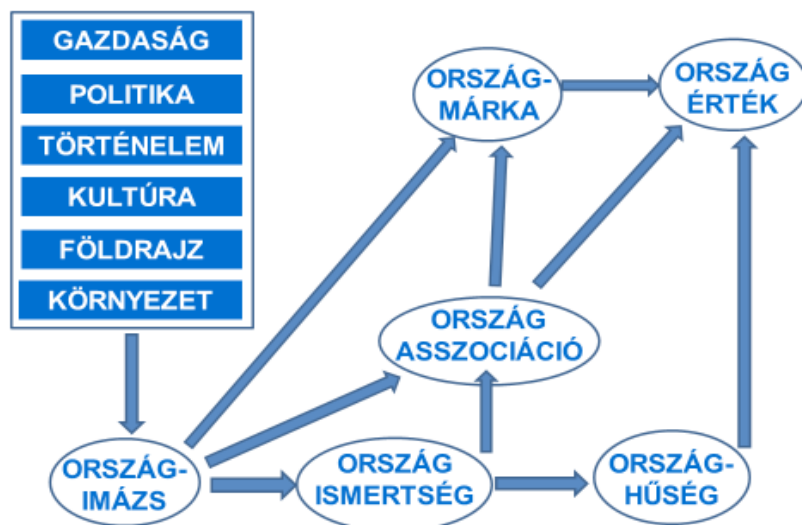
⁵ Jenes (2012).

⁶ Nadeau et al (2008).

⁷ Keller (1993).

⁸ Anderson (1993).

⁹ Tózsá (2014).



2. ábra: Az országimázs, országmárka, ország-érték forrása és összefüggései

Forrás: Jenes (2014) nyomán saját szerkesztés

4. Az országimázs forrásai

Az adott országimázs forrása lehet annak:

- gazdasága: termékeinek minősége, ismertsége, megbízhatósága, a gazdasági – és katonai – ereje, a munkaerőpiaca, szociális hálójai;
- politikája: külkapcsolatai, belpolitikájában a demokrácia érvényesülése, a gazdaság átláthatósága, életszínvonala és világszerte ismert politikusai;
- történelme: a világtörténelemben játszott szerepe, a szomszédos államokhoz való viszonya;
- kultúrája: hozzájárulása az egyetemes kultúrához, világszerte ismert képzőművészeti, irodalmi és építészeti alkotásai, művészei, tudósai, sportolói, konyhaművészete, valamint turisztikai úti céljai;
- természeti földrajza: tájképi szépsége, geológiai, botanikai értékei, gazdag állatvilágának gazdagsága, sajátosságai, nemzeti parkjai;
- településföldrajzi értékei: sajátos településformái, településeinek gazdasági, kulturális, tudományos jelentősége, ismertsége, kínálati pozicionálása;
- környezete: a szennyező anyagok és hatások alacsony szintje, a szolgáltatások magas színvonala, a személyi, az anyagi és a jogbiztonság.

5. Országismertség, országasszociáció, országérték

Az országismertség (*country awareness*) „nem csak azt jelenti, hogy a fogyasztók ismerik az országot, hanem képesek is felidézni az ország nevét, valamint márkaneveket az országból”.¹⁰ Az országismertség tehát bizonyos tények, esetleg adatok halmaza, amelyekkel a potenciális vásárlók rendelkeznek az adott országról – ICT segédeszköz (internet, okostelefon, tankönyv, lexikon) nélkül. Így az ország ismeret forrása az országimázs, és befolyásolja az ország asszociációt, valamint az országhűséget.

Az ország asszociáció (*country association*) egy olyan gondolatársításnak felel meg, amely révén az egyes országok megnevezése hozzájárul ahhoz, hogy bizonyos árucikkek, márkák, szolgáltatások, látnivalók értéke a potenciális vásárló tudatában fel- vagy leértékelődik. Az ország asszociáció az ország ismertségéből ered, és az emberek tudatában az adott ország nevéhez kapcsolódó – nem is annyira ismeretek, hanem azoknak az érzelmekkel áthatott – hitek, szubjektív meggyőződések összessége.¹¹ Az országmárkázás során a kommunikációs szakemberek az országimázs mellett az ország asszociációkra is építenek – feltéve, hogy azok pozitív érzelmekkel társulnak a fogyasztóban (aki lehet befektető, turista, vendégmunkás, diák, beteg és a saját lakosság).

Az országhűség (*country loyalty*) az ország-értéket befolyásolja, az ország ismertségen alapul, és az olyan fogyasztók sajátja, akik újra és újra megvásárolják az adott ország iránti bizalmat visszatérő befektetők, turisták, munkások, diákok, betegek esetében. Az országhűségnek saját lakosság általi manifesztációja a hazaszeretet. Az országhűség a marketingben ismeretes márkahűséghez hasonlóan létezik és egy adott ország irányában fejezhető ki.¹²

Ország érték (*country equity*) egy olyan komplex mutató, amelyet a kommunikációs szakemberek által tervezett országmárka, az ország imázon és ismertségen alapuló, az ismereteknek és az érzelmeknek az eredőjét adó ország asszociáció, valamint az országhűség határoz meg.¹³ Tehát egy ismereteket, érzelmekkel vegyes benyomásokat, esetleg tapasztalatokat és az ország hivatalos márkáját is magába foglaló, hierarchikus, asszociatív hálózatból felépített képhalmaz, amely nagymértékben képes befolyásolni a fogyasztók (külföldi befektetők, turisták, diákok, vendégmunkások, betegek, bevándorlók és a saját lakosság) döntéseit az adott országgal kapcsolatban.

6. Az országmárkázás

Az országmárka megalkotása első megközelítésben kommunikációs szakemberek dolga, akik az ország imázból és az ország asszociációkból megpróbálnak az árumarketing mintájára márkát alkotni. Ez a folyamat az ország márkázás (*nation branding*), aminek a fogalmát Simon Anholt (1998) vezette be. Az immár világhírű kutató az országmárka szakterületén éppen olyan jelentős nemzetközi hatást ért el, mint Greg Ashworth, aki a klasszikus marketing kereteit először adaptálta a helyhez (1990), megalapozva ezzel a város-, régió-, és ország-marketing tudományos szakterületét. Meg kell jegyezni azonban, hogy Anholt az eddigiekkel ellentétben az ország imázst és márkát egyfajta szinonimaként értelmezi; az imázs tartalmi leírásában is a *brand* kifejezést használja, s a mi értelmezésünkben vett márkát logóként értelmezi. Ország márkázás alatt tehát – nagyon innovatív módon – az imázs formálásának a lehetőségét, pontosabban a lehetetlenségét érti.

¹⁰ Papadopoulos (1993).

¹¹ Pappu – Quaster (2010).

¹² Pappu – Quaster (2010).

¹³ Nadeau et al (2008) és Jenes (2014) nyomán.

A globalizáció korában minden ország – ha akarja, ha nem, ha tudatában van, ha nem –, eladóvá válik egy globális piacon, ahol a saját értékei iránt érzett bizalmat kell értékesítenie, avagy ha nem végez tudatos marketinget, ezen a globális piacon kel el az értékei¹⁴ iránti bizalom. A vevők¹⁵ minimális tudás és információ birtokában döntenek (adnak, vagy nem adnak hitelt egy adott ország értékeinek). Ezért az ország imázs (ezen keresztül az ország asszociáció, márka, ismertség, és érték) nem csak tényszerű információt, ismeretet tartalmaz, hanem megérzést, szimpátiát vagy unszimpátiát, érzelmet és előítéletet tartalmaz, melyek egymáshoz való viszonyát az ország asszociáció rendezzi. Az országok piacán mintegy 200 szereplő van,¹⁶ akik mindegyike eladó és vevő is egy személyben.

A legtöbb ország próbál használni egy-egy logót, és végez *branding*et, azaz márka-kommunikációt. A filozófiájuk az, hogy egy-egy kormány tudja, hogy az országuk milyen szép, milyen értékei vannak, milyen nagyszerű befektetési hely, vagy turisztikai desztináció, de időről-időre szembesülniük kell azzal a ténnyel, hogy a többi ország ezt nem tudja. Ezért kényszert éreznek arra, hogy olyan hivatalt, irodát állítsanak fel, amelynek kommunikációs feladata a márkázás, a *branding*, más szóval az ország-propaganda. Anholt (2016) rámutat arra, s kutatási adatokkal igazolja is, hogy ez a fajta propaganda – az egy turisztikai célút kivéve – hatástalan; az országérték nem változik a *branding*, a márkázás eredményeképpen – fordítsanak arra bármilyen jelentős összeget az egyes kormányok. A saját lakosság felé, befelé és a külföldi vásárlók felé, kifelé irányuló propaganda ugyanis ma, az internet világában csak az olyan diktatúrákban működhet jól, ahol a márkázást irányító politikai hatalom a sajátján kívül az összes többi információ kommunikációs csatorna elzárására képes. De még ebben az esetben is csak a saját lakossággal hitethető el a hatalom által festett országkép. A potenciális külföldi vevők ilyen esetben kétféleképpen reagálnak, mint az olyan emberek, akikkel erőszakkal próbálnak elhitetni valamit: (1) nem figyelnek oda, vagy (2) ellenkeznek és ellenérveket sorakoztatnak fel. Anholt (2016) többek között a történelemből a német Harmadik Birodalom hatásos propagandáját, a jelenből Észak-Korea példáját hozza fel.

7. Az Anholt-féle Nation Brand Index

A kormányok, amikor ország *branding*et folytatnak (ami Anholt értelmezésében országimázs formálás vagy márkázás), azt próbálják kommunikálni és tényekkel, statisztikai adatokkal alátámasztani, hogy az ő országuk mit tesz, és mije van. Ami ebből hiányzik – és ezért hatástalan az ország *branding* – az, hogy mit gondolnak erről az emberek. Anholt (2007, 2011) bevezetett egy új módszert és mérőszámot, amellyel mérni és rangsorolni akarta az ország márkát és -imázst. A verseny identitás (*competitive identity*) módszerével alkotta meg a *nation brand* (ország márka) indexet, amellyel – csupán csak az ország nevét alkalmazva márkaként – az országok rangsorolhatók.

Az ország márka index rangsor olyan gazdasági jelentőséggel bír, hogy a Max Planck Intézet egy kutatása szerint egy pont javulás a listán egy ország esetében 2 % exportnövekedést eredményez. (Anholt 2016).¹⁷

A rangsort előállító „verseny identitás” mérés a világ egyik legnagyobb dimenziójú társadalomtudományi kutatása. 2008-tól 25 országban, országonként 25 ezer, egyenként 50 kérdést tartalmazó

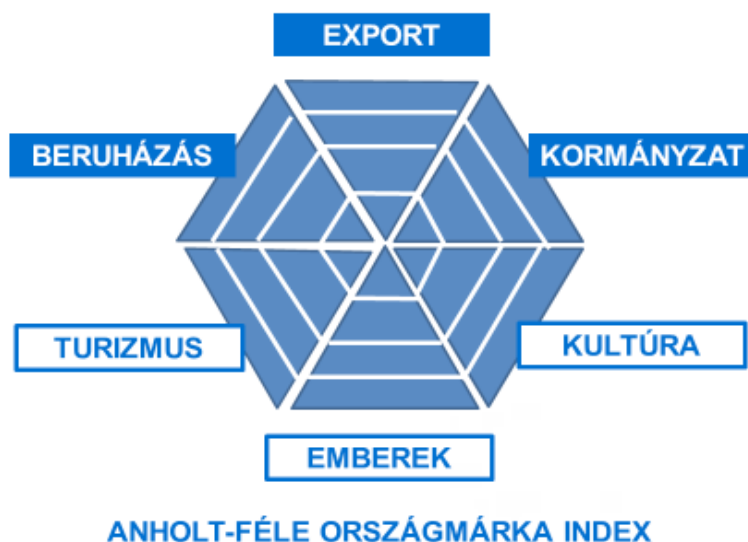
¹⁴ Erőforrásai, árucikkei, terményei, történelme, kultúrája, szolgáltatásai stb.

¹⁵ Befektetők, vásárlók, turisták, munkavállalók, diákok, betegek – és a saját lakosság.

¹⁶ Az országok száma kétszázas nagyságrend, de a pontos szám meghatározása számos tényező függvénye: de jure önálló ország-e, amit az ENSZ általi elismertség, a gyarmati, a külbirtok vagy a védnökség, esetleg tengerentúli megye státusz fémjeléz, avagy de facto ország, amelynek a függetlensége jogi értelemben nincs elismerve az ENSZ által, csak egyes országok ismerik el, ugyanakkor önálló országként funkcionáló, általában szakadár terület.

¹⁷ Anholt (2016).

kérdőív kerül kitöltésre és feldolgozásra. A felmérés 50 célországot vizsgál, statisztikailag a világ lakosságának 66%-át reprezentálja, vásárlóerőre vetítve pedig 70%-át. Ez az elmúlt 7 évben összesen 245 millió adatsor feldolgozását jelentette. A kérdések fele három „kemény” faktorra vonatkozik: az **exportra** (a *Made in...* erősségére), a külföldről érkező **befektetésekre** (a *Foreign Direct Investment*), és a **kormányzat** megítélésére (a demokráciára, átláthatóságra és környezetpolitikára). Ezek mellett szerepel három „puha” faktorra vonatkozó kérdéscsoport is, úgymint: a **turizmusra** (az ország szépségeire, szórakozási lehetőségeire), az **emberekre** (az ország, nép világhírű személyiségeire, az onnan érkező bevándorlókra, illetve az onnan származó diaszpórákra vonatkoztatva),¹⁸ végül a **kultúrára** (az országban található világörökségi értékekre).



3. ábra: A külföldi vásárlók körében általában ismert „kemény” faktorok (fent) erőssége, és az esetlegesen, vagy egyáltalán nem ismert „puha” faktorok (lent) erőssége a hatszög szegmenseinek 0-5 fokozatán ábrázolható.

Forrás: Anholt 2016.

Anholt vizsgálatai rámutattak arra a fontos tényre, hogy míg az ország gazdasági erejét reprezentáló „kemény” faktorok, többé-kevésbé jól ismertek, addig a „puha” faktorok jórészt teljességgel ismeretlenek külföldön, ami szembetűnő anomáliákhoz vezet.¹⁹ Annak részletezése, hogy vajon az embereknek a világtörténelemre, világirodalomra, a földrajzra és az egyetemes művészetekre vonatkozó lexikális tudása miért ilyen elképesztő módon alacsony, illetve miért mutat rohamosan csökkenő tendenciát, messzire vezetne. Nem annyira az iskolarendszerek hiányosságával, sokkal inkább a tudás szerkezeti átrendeződésével magyarázható. Az okostelefon, a „kézbe adott világtudás” a dolgokról – így az egyes országokról – kialakult imázst formáló, érzelmi töltetű ismereteket a felesleges lexikai tudás kategóriájába sodorja.²⁰

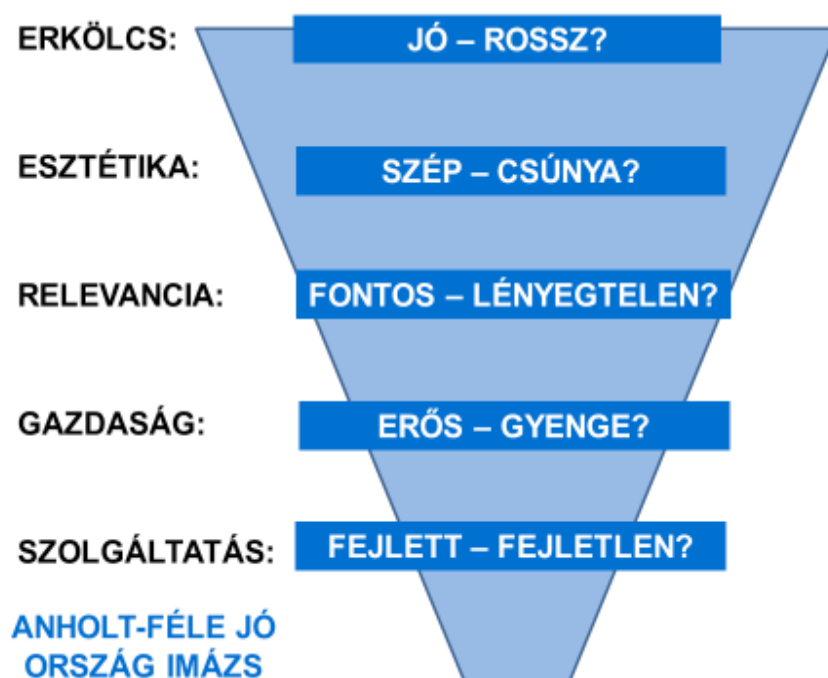
¹⁸ Érdekes módon, minél több bevándorló vagy munkavállaló érkezik egy országból egy másik országba, minél nagyobb a diaszpóra, annál inkább romlik a küldő ország imázsa és értéke a befogadó ország lakosságában: „ahonnan ilyen nagy számban el kell vándorolniuk az embereknek a jobb megélhetés reményében, az nem lehet valami jó hely”.

¹⁹ Például kultúra tekintetében a 300 évre visszatekintő USA jóval az emberi civilizáció bölcsőjének tekinthető, 5000 éves Irán (Perzsia) előtt áll.

²⁰ Tóza (2016).

Anholt a *nation brandet* meghatározó „verseny identitás” adatait elemezve megállapította, hogy az imázs, bár nem állandó, csak nagyon lassan változik, amely gyermekkortól épül be az emberek tudatába és egy-egy esemény, mint például a 2015-ben kirobbant Volkswagen botrány egyáltalán nem rendítheti meg az embereknek – jelen esetben – a német árukba fektetett imázsát, pontosabban az imázs/márka iránt érzett bizalmát. Anholt kutatócsoportja megvizsgálta azt is, hogy főleg a „puha” faktorok kérdéseire milyen szinten érkeztek válaszok. Ebből az a felfedezés született, hogy a világ népessége egy meghatározó szegmensének²¹ a mentális szintje egy **hétéves gyerek mentális szintjének** feleltethető meg.²²

Ehhez a felismeréshez igazodva, a beérkezett hatalmas adatbázis elemzésével Anholt kutatócsoportja kialakított egy finomított országmárka mérési eljárást a legegyszerűbb megközelítésben. Milyen egy ország? Hogy ezt meg tudjuk válaszolni, az alábbi megközelítések adódnak a hétéves gyermek szintjén: (1) Ez az ország jó, vagy rossz? Ez azt jelenti, hogy veszélyes vagy hasznos a többi országra nézve, illetve, hogy megbízható vagy megbízhatatlan nemzetközi relációban? (2) Szép vagy csúnya tájakkal rendelkezik? (3) Nekem van-e hozzá közöm vagy nincs, azaz fontos vagy lényegtelen? (4) Erős vagy gyenge, gazdag vagy szegény? (5) Fejlett vagy fejletlen szolgáltatásai vannak?



4. ábra: Az ország érték összetevői. A jó ország (*good country index*) alapja, amiből kitűnik, hogy a világ közvéleményében egy-egy ország név (imázs, márka) pozitív, vagy negatív megítélésében messze legfontosabb az erkölcsi vonatkozás: jó, vagy rossz?

Forrás: Anholt 2016 nyomán saját szerkesztés

²¹ A felmérésbe bevont 25 ország statisztikailag a világ vásárlóerejének 70%-át képviseli!

²² Anholt (2016).

8. Legyetek jók, ha tudtok²³

Az ország megnevezéséből mint imázsból vagy márkából, egy hétéves gyerek mentális szintjén ható ország asszociációkból képződő országérték meghatározását Anholt szerint a jó ország index tudja megjeleníteni. Ehhez kellett annak a felismerése, hogy az erkölcsi vonatkozás (jó/rossz) meghatározó erővel bír az ország-érték szempontjából. Kit szeretnek az emberek? A jót. Mint ahogy a modern áru marketing alapkérdése sem az áru vagy a szolgáltatás dicsérete, hanem a piaci igény felmérése; úgy **az ország-marketing során** nem elegendő, pontosabban a turizmus kivételével, teljességgel **haszontalan tevékenység az ország értékeinek dicsérete, exponálása**. A jó vagy rossz, erkölcsi kérdése úgy merül fel, hogy mit tesz egy ország a többi országért.

Az Anholt-féle jó ország index 125 országra készül (Magyarország a 61., Kína a 125. helyen áll). Az országmárka indexhez hasonlóan ez is lassan változik, és semmilyen befolyással nincs rá, hogy egy ország éppen mennyit költ ország-marketing tevékenységre (tehát a „kemény” faktorok reklámozására). A jó ország index tanulságai²⁴ között említhető, hogy például Malajzia 2014-ben nagyon komoly országmárka promóciós kampányt indított, mégsem változott a listán a helyezése 2015-ben, ugyanakkor Csehországé sem, aki viszont nem költött erre. Egyiptom sokat költött országmárkázás tevékenységére, mégis esett a listán a helyezése, akárcsak Olaszországé, aki viszont nem költött erre. Előbbre került viszont 2015-ben a jó országok megítélésének listáján Chile és Dél-Korea, annak ellenére, hogy nem költöttek ország márkázás kampányra 2014-ben. Mit tettek? Dél-Korea gesztust tett az Észak-Koreához való közeledésben, Szöul zöldebb, élhetőbb várossá tette és megnövelte a nemzetközi segítség szervezetekben való jelenlétét. Chile pedig beindította *start-up* programját, az USA kezdővállalkozások importjával.

Az, hogy egy kormány a saját népével mit tesz, egyrészt belpolitikai kérdés, másrészt megismerhető a nemzetközi sajtóból, ha kirívó az eset és felkelti a nemzetközi média ingerküszöbét. A fő kérdés, hogy egy ország mit tesz a többi ország érdekében? Az ország márkázás során ez az, amit kommunikálni kell! Eredendően minden ország kormánya önző. Amikor egy-egy nemzetközi fórumra delegációt küld, a fő szempont a legjobb, legkedvezőbb pozíció kiharcolása. Az Anholt-féle jó ország index listán az első tíz helyet főleg az Európai Unió országai foglalják el.

A nemzetközi közvélemény magasra értékeli az uniós tagságot, ahol az egyes nemzetállamok a képesek voltak gazdasági szuverenitásuk egy-egy részéről lemondani az úgynevezett közjó érdekében.²⁵

Mit tehet egy kis ország, ha „jó” akar lenni? A globális értelemben vett közjó a globális problémák megoldásában, más országok hasznára is végzett tevékenységben ölthet testet. Ilyenek: a **klimaváltozás** okainak csökkentésében való részvétel, az **emberi jogok** védelme, a **migrációhoz** való viszonyulás, a regionális **járványok** leküzdése, természeti **katasztrófák** sújtotta régiókban a nemzetközi segítségnyújtásban való részvétel, a **nukleáris veszély** elhárítása stb. Nyilvánvaló, hogy ezek a problémák még a legerősebb, legnagyobb országok kapacitását is meghaladják, túlságosan globálisak. Mindazonáltal a részvételt az ország marketing során hangsúlyozni kell, például Áder János köztársasági elnök tevékenységét, amelyet a globális felmelegedés elleni harcban kifejt – nemzetközi téren is!

²³ Néri Szent Fülöp intése: State buoni, se potete.

²⁴ Anholt (2016).

²⁵ Magyarország esetében sem vizsgálta senki tételesen, hogy a rendszerváltás után, az uniós csatlakozásra való felkészülés jegyében megnyitott gazdasági határai milyen mértékben nullázták le a rendszerváltás előtt még a világtermelés előkelő helyén álló alumíniumiparát, almatermesztését, élelmiszeriparát, s milyen magas árat kellett fizetnie az országnak az egymás után csődbe kerülő gazdasági ágazatokkal tömegessé váló munkanélküliségért. Mindezen áldozatok haszonélvezői az új piacokat nyitó, akkori Európai Unió legerősebb tagjainak a gazdasági voltak.

A jó ország index listán való kedvező helyezés elérésének egyik fő kérdése: mit tett a Föld környezetének a megvédéséért ez az ország? Még élesebben: **mit tett értünk ez az ország?** Ha most Magyarországra gondolunk, hogy mit tett a többi európai országért, ma már hiábavaló felemlíteni az 1241-es, 1456-os vagy 1526-os esztendő sorsfordító ütközeteit, vagy akár az egész 16-17. századot, amikor Magyarország saját erőforrásait feláldozva védte az európai civilizációt.²⁶ Ebben a tekintetben sajnos Magyarország még önmagához sem hű, már amennyiben a keresztény értékek továbbéléséről van szó.²⁷ A magyar történelemben ennek a népnek először a Muhi-pusztával és a mohácsi vésszel fémjelzett önsorsrontó széthúzását akár a turáni átokkal is magyarázhatjuk.²⁸



5. ábra: Magyarországot a „magyar” képzővel nevező országok/népek a szomszédjaink (az osztrák és a román kivételével), valamint Kis-Ázsiában Kelet-Európában és Belső-Ázsiában találhatóak. Az európai nyelvek nagy többsége a nyugat-, észak- és dél-európai társadalmi tudatban pejoratív ország asszociációval bíró „hun” képzővel nevezik meg a magyarokat.

Forrás: Saját szerkesztés

²⁶ Balassi Bálint: „Ó én édes hazám, te jó Magyarország, ki kereszténységnek viseled pajzsát, viselsz pogány vérrel festett éles szablyát.”

²⁷ Lásd az 1. Jegyzetet a tanulmány végén.

²⁸ A Turáni alföld az Urál-hegység és a Kaszpi-tenger közötti hatalmas terület, Kelet-Európa keleti szélén. Itt volt egykor a magyar őshaza, a Nagy Magyarország (Magna Hungaria), a mai Oroszországi Föderációban a Baskír és Tatár Köztársaságok területét is érintve. A magyar törzsek nagyobbik része innen a Fekete- és az Azovi-tenger irányában vándorolt, a mocsaras Meotiszba, majd a mai Ukrajna középső vidékére, az Etelközbe, és onnan a Kárpát-medencébe, ahol felvették az „új hitet,” a kereszténységet. Ezért az ősi magyar vallás papjai, a turáni táltosok megátkozták őket: amely nép elhagyja az ősi földjét, elhagyja az isteneit is – úgymond –, s ezért örökös testvérharc, széthúzás a méltó jutalma. Ez a magyarságot sújtó „turáni átok” lényege.

Hun- (negatív)	Ung-	Veng-	Magyar- (pozitív)
albán,	bolgár,	belarusz,	azeri,
angol,	dán,	kirgiz,	cseh,
arab,	észt,	lengyel,	horvát,
francia,	finn,	litván,	kazak,
görög,	grúz,	orosz,	kurd,
héber,	ír,	türkmén	mongol,
holland,	lett,		perzsa,
latin (tudományos),	macedón,	Kiemelések jelentése:	szerb,
örmény,	német,	szomszédos nép nyelve,	szlovák,
portugál,	norvég,	≥ 40 millió anyanyelve	szlovén,
spanyol	román,	mindkettő	tadzsik,
	svéd,		tatár,
	olasz,		török,
	ukrán		üzbég

1. táblázat: A magyar ország márkázás stratégiai táblázata az Anholt-féle „verseny identitás” jegyében. Az angol, francia, spanyol, portugál, héber, arab nyelvterület „veszett fejsze nyele,” a német, ukrán olasz, orosz, lengyel nyelvterületen „ezerral kellene motoroznunk” a jó magyar országkép erősítésével. Paradox módon az ősellenség, a „pogány” török és az európai kultúra kiinduló bázisa, az ősi perzsa (iráni) nyelvterület népessége a legelfogadóbb és legfontosabb potenciális támogatónk/szövetségünk a jó ország érték elterjesztése területén.

Forrás: Saját szerkesztés

A „magyar” és a „Magyarország” mint márkanevek megítélése tőlünk északra és nyugatra uralkodóan – Csehország és Szlovákia kivételével – a hun szóból képződik. Magyarországtól délre és keletre a hun és annak az „ung”, valamint a „veng” alakjai mellett jelen van az eredeti „magyar” szóból képzett ország nevünk. A hun szó pejoratív hangzása Nyugat-, Észak- és részben Közép-Európában egyértelmű, valamint a világ nagy részein, ahol éppen minket a hunokkal leginkább azonosítható módon megnevező portugálok, spanyolok, hollandok, franciák és angolok gyarmatosítottak, Magyarország – mint márkanév – versenyhátrányban van a hézagos ország ismeretű társított negatív érzelmi töltés miatt.²⁹ Ráadásul, a hun-magyar asszociáció kitörölhetetlen még a magyar társadalmi tudatban is, oly sok tény látszik azt alátámasztani.³⁰

²⁹ Egy Magyarországon angolt tanító amerikai tanárnő jegyezte meg e sorok írójának egyszer: „nem értem, miért ilyen népszerű a hun Magyarországon az Attila? Ez olyan, mintha nálunk valakit Sátánnak neveznének.” Ha belegondolunk, a zseniális hun fejedelem neve a nyugati társadalmi tudatban valahogy úgy élhet, mint a magyarban Batu kán. Nálunk sem valószínű a Batu keresztnév előfordulása.

³⁰ E sorok írója 2006-ban egy svájci egyetemista csoportnak Magyarországról tartott egy rövid ország ismertető előadást angolul a pesti Duna-parton, ahol többek között említette, hogy az ország neve magyar – és nem hun – amin a svájciak elcsodálóztak és megkérdezték, hogy ezek szerint a magyarok nem hunok? „Természetesen nem – hangzott a válasz –, a hunok az 5. században éltek itt, a magyarok pedig a 9-10. században érkeztek, semmi közünk Attila hunjaihoz.” Ez után a Gellérthegy Szikla kápolnájára mutatott e sorok írója: „látják azt a nagy barlangot ott? Arról kapta a nevét Pest, a magyar főváros, ugyanis régi magyar nyelven Pest barlangot jelent.” Ekkor megszólalt az egyik diák: „és mit jelent Buda, professzor úr?”

Európa két legnagyobb befolyással rendelkező nagyhatalmának, a nyolcvanmilliós Németországnak és a százötvenmilliós Oroszországnak a lakossági szimpátiájának elnyerése lehetne a célja a hivatalos magyar országimázs/országmárka tevékenységnek, s ebben az ugyancsak nyolcvanmilliós Törökország³¹ és a nyolcvanmilliós Irán (Perzsia) lehetne az első számú szövetségesünk. Számíthatunk még – egyedül az európai népek közül – a negyvenmilliós lengyelek szimpátiájára is.³²

Az ország-érték javítása érdekében, a jó országok listáján történő előrehaladásért tehát a kormány országimázs vagy országmárka központja, szervezete nem Magyarország szépségeit, értékeit, rendezvényeit kellene, hogy reklámozza, Anholt kutatásai rámutattak ennek felesleges voltára. Ezt a tevékenységet meg kell hagyni az utazásszervező irodáknak és a turizmusért felelős államtitkárságnak. Azt kellene kommunikálni – elsősorban német, orosz, olasz, lengyel, török és perzsa nyelvterületen –, hogy mit tesz Magyarország értük!

2013-ban a svédországi Malmöben az Eurovíziós dalfesztiválon ByeAlex: Kedvesem című száma a 10. helyezést érte el, és pedig Németországnak, a német szavazók súlyának köszönhetően, akik a dalnak adható pontjaikat stílszerűen a „kedves Magyarországnak” dedikálták. A legújabb kori német közvélemény szimpátiáját vajon milyen imázs-elemek motiválják? A rendszerváltás előtt Magyarország adott kellemes és olcsó helyszínt (a *Plattensee*-t, vagyis a Balatont) a politikailag kettészakított nyugat- és kelet-német családok találkozási pontjának; a „vasfüggöny” megbontása, s a német egység inicializálása szintén a magyaroknak köszönhető.³³ Nem nehéz megjósolni, hogy a 2015-ben kezdődött migránsválság kezelésében a német állampolgárok többsége – mondjon bármit a német szövetségi kormány és a kancellár asszony³⁴ – a magyar kormánnyal fog szimpatizálni. Ez tovább fogja javítani Magyarországot az imázsát a német nép tudatában, mint egy olyan országot, ahol tudják, hogy ebben a krízis-helyzetben mit kell tenni, és határozottan próbálják megvédeni a schengeni határt (azon belül elsősorban a németeket, mert az Európára zúdított migránsáradatban egyelőre ők jelentik a fő desztinációt) a tehetetlen uniós hozzáállás mellett, vagy éppen annak ellenére. A német közvélemény talán

³¹ Miután a magyar nyelv nem az Indo-európai nyelvcsalád tagja, hanem az Urál-altáji nyelvcsaládé, így legközelebbi európai nyelvi rokonaink között vannak a törökök. A 14-17. században folyó hadviselésünk kvázi testvérháború volt, lévén hogy ők egy merőben más vallási- és kultúrkör tagjaivá lettek. Az Ausztriai-ház által a magyarokra erőltetett Finn-ugor elméletéről és származásánról csak annyit, hogy legnagyobb írónk, Jókai Mór az anekdota szerint erre így reagált: „amikor megtudtam, hogy finn-ugor vagyok, azt sem tudtam, hogy fingjak-e vagy ugorjak-e?” (Sic!)

³² Polak, Węgier, dwa bratanki, i do szabli, i do szklanki (lengyel, magyar két jó barát, együtt harcol, s issza borát). A két nép szimpátiája már a magyar államalapítástól datálódik: Szent István nővére Judit lengyel királyné volt, unokaöccse, Bezprym (Veszprém névadója) lengyel herceg; Vazul fia, a későbbi I. Béla igen népszerű volt Lengyelországban, s fia Szent László királyunk is ott született. Később IV. Béla lánya, Kinga (Kunigunda) alapította a Wieliczki sóbányákat. Nagy Lajos lengyel király is volt, lánya, Hedvig a lengyelek királynője, s a lengyel Jagello-ház magyar királyokat is adott. Az oroszellenes sikerei miatt legnépszerűbb lengyel király Báthory István erdélyi fejedelem volt. A világháborúk során is szolidáris maradt egymáshoz a két nép.

³³ Emlékeztet, hogy 1989. augusztus 18-án, a Pán Európai piknik során a Fertőrákos melletti Piuszpusztáról Horn Gyula, akkori külügyminiszter, későbbi miniszterelnök közbenjárására útlevél nélkül is át lehetett menni Ausztriába! A feltétel egy bicikli volt. Az akkor Magyarországon, főleg a Balatonnál tartózkodó több ezer kelet-német turista közül hatszáz gépkocsijukat hátrahagyva átszöktek a határon. Ekkor keletkezett Shakespeare III. Richárdja után szabadon a szólás: „Egy biciklit! Egy biciklit! Trabantomat egy bicikliért!” Végül, közel egy hónap múltán, szeptember 11-én minden német előtt megnyílt a magyar-osztrák határ. Ez már jelentős magyar imázs-javító aktus volt a német társadalmi tudat szintjén, hiszen egy másik nép őket segítette!

³⁴ Látszólag érthetetlen az uniós vezetők befogadás-párti hozzáállása a migrációs válsághoz, hiszen az európai civilizáció kerülhet veszélybe. Az USA által gerjesztett „arab tavasz” nevű demokrácia export radikális következményei lerombolták az Európai Uniót (és azon belül első helyen annak motorja, Németország) afrikai és ázsiai kapuit diktatórikus erővel védő Líbiát és Szíriát. A migránsáradat – melynek eredeti célja, a „dübörgő” német gazdaság lefékezése – a német és az uniós vezetők szemében olyan eszköz lehet, amellyel néhány millió ember uniós befogadása árán a nemzetállamok részéről kikényszeríthető a nagyobb uniós integráció (közös hadsereg, közös külpolitika). Természetesen német hegemoniával. Így akarják a németek ellen bevetett amerikai „fegyvert” visszajára fordítani; egy Európai Egyesült Államok létrehozásával. Ebben a helyzetben a saját, és az európai kultúrát joggal féltő nemzetállamok „rossz fiúk” – de csak a politikai sakkjátékosok szemében. Az egyszerű német, a francia, az angol és az olasz, aki a jó ország indexet megsavazza – a magyarokkal ért egyet. Lásd Brexit!

túltette magát a „hun” asszociáción, és Magyarország a rendszerváltás óta igen nagyot tudott és tud előrelépni a „kedvező” politikai konstellációk miatt.

A geopolitikai világiátszmában Oroszország – nagyhatalmi pozíciójának a visszanyerése érdekében – újra ellentétbe került az Amerikai Egyesült Államokkal. A NATO terjeszkedés során elkerülhetetlenül – és menetrendszerűen – bekövetkezett az úgynevezett „Ukrán-válság” és a Krím-félsziget annektálása. Magyarország ezzel újra geostratégiai jelentőségű pozícióba került, és nem csak az ország márka – de a reálpolitika is választás elé állítja: az oroszoknak, vagy az ukránoknak tegyünk jót? Az ukrán szomszédos nép, a Kárpátalján magyar kisebbséggel és hatalmas, 40 milliós országgal és piaccal. Az orosz világhatalom, a Föld legnagyobb és – erőforrásokban – a leggazdagabb országa és Kínával összefogva, az Új Selyemút terveket megvalósítva méltó kihívója lehet az USA-nak.³⁵

Az ország asszociáció szerint szövetségeseink lehet a jó Magyarország képének javításában a hatalmas és stratégiaileg nagyon jelentős országok között az „ösellenség,” ugyanakkor testvérnép Törökország, Irán, és a régi jó barát, Lengyelország. Mindhárom ország kitüntetett globális geostratégiai helyzetben van a fő sakkmeister, az USA szempontjából. A lengyeleket és a törököket Oroszország, a perzsákat India és Kína féken tartásában, elszigetelésében mozgatná a sakkmeister.³⁶ A jelenlegi magyar országimázs/márka tevékenységben ezek nem célországok.

Nyilvánvaló, hogy Magyarország uniós és euro-atlanti elkötelezettségével geopolitikai értelemben nem tehet egyidejűleg jó ország értékű gesztust az oroszok és az ukránok, vagy a törökök és az oroszok irányába. Ezekben az országokban a saját kultúrájuk, történelmük iránti megbecsülést, gesztust, kellene érvényesíteni és kommunikálni. A jó országkép (imázs/márka) kialakítása, erősítése jegyében a globális és a kiemelt célországokban a nemzetállami szintű környezetvédelmi rendezvényeken, a katasztrófa elhárítási eseményeken, a mentési és segélyezési akciók során a magyar jelenlét – ha mégoly jelképes is – hangsúlyozni, kommunikálni kell. Ugyanígy törekedni kell a szolidaritás kifejezésére, a konkrét és jelképes segítségnyújtás minél szembetűnőbb kommunikálására, amelyből különösen a magyarokra az „ung” és a „veng” képzőket használó népek és országok esetében kell extra hangsúlyt fektetni. Azaz nem csak **jót**, hanem jól is **kell cselekednünk!**

³⁵ Bernek (2016).

³⁶ Friedman (2016).

9. „Jót és jól” a magyar országérték erősítése érdekében

Összefoglalásként, a mindenkori geopolitikai helyzethez igazodóan, a magyar kormány ország imázs/márka központjának, szervezeti egységének az alábbi tevékenységeiket kellene koordinálnia az egyes célországok irányában:

Esemény	Tevékenység kommunikálása
Globális klímaváltozással kapcsolatos fórum, rendezvény	Magas szintű részvétel, felszólalás, az esemény, vagy szekció rendezése
Globális környezetszennyezéssel kapcsolatos fórum, rendezvény	
Regionális környezeti problémákkal kapcsolatos fórum, rendezvény	
Zöld és élhető emberi környezet támogatása	Ismeretterjesztő alkotások megjelentetése és online terjesztése
Az európai kultúra védelme	
Regionális járvány	Egészségügyi, mentési, élelmezési segélyezés, még ha jelképes is
Természeti csapás, katasztrófa (földrengés, szökőár, árvíz, vulkánkitörés, aszály)	
Migráció	A schengeni határ hathatós védelme, a tranzit-országok határőrizeti segítsége
Polgárháború	A geopolitikai helyzettől függő katonai segítségnyújtás, még ha jelképes is
Kulturális kapcsolatok erősítése	Az adott országgal való történelmi, kulturális kapcsolatok életben tartása, megemlékezések, rendezvények
A puha faktorok (emberek, turizmus, kultúra) erősítése	Magyar napok tartása
Európai lét = nemzetállami sokszínűség fenntartásának hatósága a kultúra területén	Olyan, fiatalokat megszólító játékok, vagy videók online publikálása, amelyek az európai értékrendet erősítik

2. táblázat: Jót s jól „események” és kommunikációjuk Magyarország vonatkozásában³⁷

Magyarország méreténél, és gazdaági erejénél fogva a különféle segélynyújtásokban nem vállalhat fel jelentős, nagyhatalmi szerepet, ezért itt nem is annyira a segítségnyújtás volumenén kell állnia hangsúlynak, mint a tény kommunikálásának professzionális módján, hogy minél több emberhez eljusson a híre a segélyezett országban és a világ közvéleményében.

³⁷ A jövő záloga a fiatalság. Az európai civilizáció nemzetállamokra épülő kultúrájának fenntartása olyan eszközökkel is élhet, mint a nemzetközi slágerek (2. jegyzet) vagy az online játékok (3. jegyzet) publikálása.

A „jót jól” cselekedetek célcsoport országainak prioritása				
1. („fontos”)	2. („ung/veng”)	3. („magyar”)	4. („hun”)	5. („távoli”)
Németország	Románia	Horvátország	USA	Kína
Ukrajna	Ausztria	Szerbia	Nagy-Britannia	Japán
Lengyelország	Bulgária	Szlovákia	Izrael	India
Oroszország	Macedónia	Szlovénia	Franciaország	Dél-Korea
Törökország	Svájc	Csehország	Spanyolország	Brazília
Olaszország	Írország	Montenegró	Portugália	
Irán (Perzsia)	Finnország	Bosznia-Hercegovina	Hollandia	+ a többi ázsiai, afrikai, amerikai és óceániai ország
	Svédország	Azerbajdzsán	Belgium	
	Norvégia	Kazahsztán	Görögország	
	Dánia	Tádzsikisztán	Albánia	
	Grúzia	Üzbegisztán	Örményország	
	Litvánia	Mongólia		
	Lettország			
	Észtország			
	Belaruszia			
	Moldávia			
	Kirgizisztán			
	Türkmenisztán			

3. táblázat: A „jót jól” cselekedetek célcsoport országainak prioritása Magyarország szempontjából

Forrás: saját szerkesztés

A prioritási táblázat 1. csoportjában, a „fontos” országok között a nagyhatalomnak számító, olyan, legalább 40 milliós európai országok állnak, amelyek nem a leginkább pejoratív érzelmű ország-asszociációt keltő „hun” képzőt használják, illetve olyan kis-ázsiai és közel-keleti hatalmak, amelyek a barátságosabb „magyar” képzőt alkalmazzák ránk. A német újraegyesítéshez vezető, rendszerváltó geopolitikai helyzetnek köszönhetően a magyar országmárka jelentős németországi javulása következett be. A 2. csoportban az „ung/veng” képzős ország-asszociációs nemzetek állnak, ahol jó eséllyel javítható a magyar országmázs, országmárka. A 3. csoportban az eleve „magyar” elnevezést alkalmazók állnak, ahol aránylag kis befektetéssel tovább javítható, vagy szinten tartható a magyar ország-név értéke.³⁸ Az erős országok zömét is tömörítő 4. csoport a „problémás” csoport, ahol igen erős a társadalmi tudatban a hun–barbár asszociáció, és ahol a történelem is bebizonyította, hogy adott esetben – például a francia politikai vezetők – „csuklás nélkül” áldozzák fel a magyarokat céljaik érdekében; lásd a 17-19. századi magyar szabadságharcok hitegetését, vagy éppen Trianont. Az 5. csoport az egyéb, „távoli”, illetve tengerentúli országok, akik közül a név szerint felsoroltak jelentős

³⁸ Megjegyzendő, hogy az 1993 óta nemzeti identitást kereső szlovákok esetében a „Madarsko” nem annyira barátan, mint inkább elnyomónak hangzik. A 18-20. században időnként igen véres és kegyetlen szerb-magyar viszony sem tünteti fel túl baráti fényben a „Madarska” megnevezést. E két országban, s ide számítva még Romániát is, az őslakos magyar kisebbség is részt vehet a jó ország képének formálásában.

tényezők lehetnek a világ közvéleményében. A legtöbb afrikai, amerikai és ázsiai „távoli” nemzetnél a volt nyugat-európai gyarmattartók örökségként a „hun” képzős változat érvényesül, bár náluk az európai kultúrájú lakosságszám csökkenésével, a hunokkal kapcsolatos negatív képzet egyre kevésbé van jelen. A „távoli” országok esetében jó eséllyel számíthat a hazai ország márkázási tevékenység a magyar kivándorlók leszármazottjainak és közösségeinek a hathatós segítségére (például az USA-ban, Kanadában, Ausztráliában, Argentínában stb.)³⁹

Végezetül meg kell jegyezni, hogy sajnos, talán éppen a már említett „turáni átok” következményeként, a mindenkori magyar politikai ellenzék jelentősen megnehezíti a kormány országimázst javítani szándékozó tevékenységét, amennyiben készek a kormány hajóját elsüllyeszteni, még ha maguk is vele süllyednek, azzal a felkiáltással, hogy inkább lesznek kapitányok egy ország mentőtutáján, mint matrózok egy ország hajóján. Szinte nincs is más olyan nemzet a világon, amelynek a kormánypárti és az ellenzéki képviselői egy adott nemzeti ügy érdekében ne fognának össze. A magyar nép viszont, rendkívüli tehetsége ellenére ilyen, s – *nil novi sub sole* – ezt tették a magyar bárók már a 13. században, a tatárjárás előestéjén: inkább kívánták a vagyonukat elkobzó magyar király vereségét, mint hogy hadba vonuljanak, még azon az áron is, hogy később őket is lemészároltatta Batu kán. Szapolyai János is azért késte le a Mohácsi csatát, hogy ő lehessen a király, amennyiben reményei szerint II. Lajos elesik. Ez az önsors-romboló széthúzás természetesen a 21. században is, még az Európai Parlamentben is tetten érhető, ami igencsak megnehezíti a jó ország imázsának a felépítését, hiszen az európai közvéleménynek adott esetben azzal kell szembesülnie, hogy vajon mennyi jót tehet az ő érdekükben egy olyan ország, amelyik még saját magának sem tud jót akarni?

³⁹ 2016. december 30-án a braziliai Rio de Janeiróban a világszerte jól ismert Megváltó Krisztus szobrát a magyar nemzeti színekkel világították meg, amivel Brazília egyrészt elismerését fejezte ki Magyarországnak a kereszténység védelmében tett erőfeszítéseiről, másrészt a braziliai magyar közösségeknek az ország fejlődéséhez való hozzájárulásukért.

10. Irodalomjegyzék

- Anderson, J. R. (1993): *The Adaptive Character of Thought*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Hillsdale, New Jersey. 275 p.
- Anholt, S. (1998): Nation-brands of the twenty-first century = *The Journal of Brand Management* 5.6. pp 395-415.
- Anholt, S. (2007): *Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions = Policy & Practice*. Development Education Review 4. pp 1-8.
- Anholt, S. (2011): *Competitive Identity*. In: Morgan, N. – Pritchard, A. – Pride, R. (eds.) *Destination Brands Managing Place Reputation*, Elsevier. 392 p.
- Anholt, S. (2016): A nagy országmárka svindli. In: Csizmadia N. (szerk.) *Hungarian Geopolitics. Pallas Athéné Geopolitikai Alapítvány*, Budapest. pp 129-147.
- Ashworth, G. – Voogd, H. (1990): *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning* – Belhaven Press, London, New York 177 p.
- Benyhe I. 2016. A térdeplő 34. In: Benyhe I. *Megoldóképlet. Így működik a világunk?* – Gondolat Kiadó, Budapest. 119 p.
- Berneker Á. (2016): 21. századi geopolitikai stratégiák. In: Csizmadia N. (szerk.) *Hungarian Geopolitics. Pallas Athéné Geopolitikai Alapítvány*, Budapest. pp 52-75.
- Friedman, G. (2016): *Megérteni, mit jelent a háború Európában*. In: Csizmadia N. (szerk.) *Hungarian Geopolitics. Pallas Athéné Geopolitikai Alapítvány*, Budapest. pp 84-95.
- Jenes, B. (2012): *Az országmárka mérésének elméleti és gyakorlati kérdései. Az országmárka és az országmárka dimenziói és mérési modellje*. Doktori disszertáció. Budapesti Corvinus Egyetem.
- Jenes B. (2014): *Az országmárka és országmárka mérése a településmarketingben*. In: Tózsai I. (szerk.) *Turizmus és településmarketing. E-Government Alapítvány*, Budapest pp 47-54
- Keller, K. L. (1993): *Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-based Brand Equity* = *Journal of Marketing*, 57.1. pp 1-22.
- Nadeau, J. – Heslop, L. – O'Reilly, N. – Luk, P. (2008): *Destination in a Country Image Context* = *Annals of Tourism Research*. 35.1. pp 84-106.
- Papadopoulos, N. (1993): *What Product and Country Images Are and Are Not*. In: Papadopoulos, N. – Heslop, L. (eds.) *Product-Country Images: Impact and Role in International Marketing*. International Business Press, Binghamton, New York.
- Papadopoulos, N. – Heslop, L. A. (2002): *Country Equity and Country Branding – Problems and Prospects* = *Journal of Brand Management*, 9.4-5. pp 294-314.
- Pappu, R. – Quester, P. G. (2010): *Country Equity: Conceptualization and Empirical Evidence* = *International Business Review*, 19. pp 276-291.

Tózsza I. (2014): A településmarketing elmélete. In: Tózsza I. (szerk.) Turizmus és településmarketing. E-Government Alapítvány, Budapest pp 129 – 158.

Tózsza I. (2016): Nemzeti identitástudat és a kreativitás. In: Tózsza I. (szerk.) Első Közszerkezési és Közigazgatástani Műhely Fórum tanulmánykötet – NKE ÁKK, Budapest. pp.

11. Jegyzetek

1. jegyzet: a keresztény vallás elerőtlenedéséről

A térdeplő

(irodalmi jellegű kiegészítés a nemzeti gondolatkörhöz)

Benyhe I. 2016.

– Jó napot! Egy térdeplőre lenne szükségem. Melyik osztályon találok?
 – Térdeplő? Ne haragudjon, ez bútoráruház, ilyet mi nem tartunk.
 – Biztos? Hiszen úgy hirdetik magukat, mint a legnagyobb bútoráruház.
 – Még sosem hallottam térdeplőről. Vagy várjon csak, valami gyereknek lesz, aki rossz volt?
 Emlékszem, nagyanyám mondta régen, hogy ha rossz leszek, kukoricára térdepeltet.

– Jól emlékszik, de az egészen más. A térdeplő, amit keresek, leginkább templomi bútor, a hívek arra térdepelnek, amikor imádkoznak. Így támaszkodhatnak térdelés közben, a padló nem töri fel a térdüket, és maguk előtt elfér a könyöklőfán az imakönyv is.

– Aha. Még nem láttam, de azért javaslom, hogy keressen rá otthon az interneten, mert én tuti, hogy itt nem fogok találni ilyen cikkszámot. Imádkozni otthon, térdelve? Na, viszontlátásra!

Elgondolkodtam, lehet, hogy egész Magyarországon csak én szeretnék a hálósobámba egy térdeplőt? Olyan nagy kérdés ez? Ahogy elnéztem, hinta- és bárskékből akkora volt a választék, hogy egészen zavarba estem. Dohányzóasztal, bárskéreány, Földgömbnek álcázott italhűtő, minden, ami a kényelmet szolgálja. Az otthoni ivás, dohányzás, házimoizás miatt piacképesebb, mint az otthoni imádkozás szerény kelléke? Mindegy, a fejembe vettem, hogy veszek egyet. Piaccgazdaság van, valahol biztosan kapok. Meg sem álltam az egyházi szakboltig, ahol templomi kellékeket és kegytárgyakat árulnak.

– Térdeplő?

– Sajnos nincs, nem tartunk. Nincs magyar gyártás, import sincs, ilyet nem szoktak keresni. Használtan se hinném. Évekkel ezelőtt láttam egyet a Bizományi Áruházban.

– Mondja, nincs valami ötlete, honnan szerezhetnék mégis?

– Csináltasson asztalossal! Nem hiszem, hogy túl bonyolult lenne.

– Azért mégis csak kell hozzá valamilyen tervrajz. Tudna segíteni?

– Sajnos nem. Talán próbálkozzon öreg, elhagyatott, vagy éppen megüresedő plébániákon. Biztos talál ott valami elfekvő térdeplőt.

– Meg tudná adni néhány ilyen plébánia címét?

– Mit képzelsz? Én nem tudok címekeket, csak alkalmazott vagyok itt.

– Vagyis egy egyházi igényeket kiszolgáló boltban hiába is keresnék térdeplőt, vagy útbaigazítást?

– Bocsásson meg, szívesen segítenék. Nézze, megadom az Esztergom-Budapesti Főegyházme-gye telefonszámát. Érdeklődjön ott! Biztosan segítenek.

Bosszúsan távoztam. Alig mentem párszáz métert, amikor megpillantottam egy másik bútorbolt Keleti Sarok fantázianévre keresztelt részlegét. Az előtérben indiai füstölőpálca illata terjengett, a teret színes textíliák, mives réztárgyak, csontintarziás faragott asztalok, kancsók, tálak, töltötték meg.

Rögtön a bejárat mellett, majdnem belebotlottam néhány sámliba és bőrpárnába, rajtuk a felirat: imzámoly, nomád párna, tevenyereg.

Eltöprengtem, hogy a mesés Kelet világát otthonában felépíteni szándékozó miért szembesülhet természetesen a keleti világ imzámolyával, mint a keleties lakás nélkülözhetetlen kellékével, szegény magyar magyar pedig, ha megfeszül, sem talál magának térdeplőt. Keleti imzámolyra van piaci igény, hagyományos térdeplőre nincs. Kezem a kilincstre tévedt.

Változnak az idők – gondoltam – régen a kastélyokban volt házi kápolna, a lakásokban pedig, kis szakrális sarok az elhunytak képeivel, térdeplővel, feszülettel. Ahogyan a vitrin is valamikor hozzátartozott a lakáshoz. Aztán valahogy kisebbekké váltak a lakások, vagy csak új tárgyakra kellett a hely, mert manapság ilyesmit csak elvéve találni. A nagyszobába beköltözött a rádió, később a televízió. A tévé tetején egy horgolt kis terítőre került a nagyfiú katonaképe, egy kis feszület, a nagymama vázája, egy emlék porcelán szobrocska. Az új tévék, házimozik képernyője ma már olyan keskeny, hogy semmi sem fér el rajta, így ezek a tárgyak is eltűnőznek. Új térfoglalóként megjelent a lakások modern kelléke, a bárpult. Ha régen nehéz helyzetbe, válságba került valaki, letérdelt kis imasarkában a feszület vagy a Szűzanya képe elé és imádkozott. Áttekintette helyzetét, erőért, kegyelemért fohász-kodott és igyekezett megerősödni, hogy elviselje a neki jutó sorsot.

Manapság iszik egyet. Megpróbál elmenekülni a gondok elől, el akarja őket felejteni, megpróbálja valahogy elúzni őket magától. Aki teheti, a saját szobabárjában felejt el, hogy valami eszébe jutott, valami nyomja a szívét. Irtózatossá gyorsan megszakadt a saját hagyomány, a lélek mélyén a tompa hívást már csak valamivel leöblítendő hiányként érzékeljük. Nincs térdeplő, de van zámoly, párna, vízipipa. És eljön a perc, hogy mindenről elfeledkezve, bemegyünk a boltba és megvesszük az imzámolyt, füstölőt égetünk, talán meditálunk is. Közben arra gondolunk, hogy a bennünket bekerítő sivatagból, a menekülés esélyét kínáló egyetlen természetes kellék éppen a tevenyereg.

Lenyomtam a kilincset.

2. jegyzet: példa a kulturális „jócselekedetre”

A migráció által jelenleg befolyásolt európai kultúra és civilizáció három művészettörténeti alapon nyugszik: (1) a **görög-római** mitológián, (2) a **kelta-germán** hagyományokon, és (3) a **zsidó-keresztény** valláson és erkölcsön. Egy, a magyar állam által fejlesztett online társasjáték virtuálisan bejárást biztosítana (1) a Földközi-tenger, Hellász és Kis-Ázsia térképére, (2) Észak-és Nyugat-Európa térképére, valamint (3) a Szentföld, illetve a Közel-Kelet térképre, vizuálisan bemutatva a legfőbb természeti és művészettörténeti értékeket, városokat, látnivalókat, és az egyes lokalitások környezeti veszélyeit. Közben a játékosok virtuális pénzzel gazdálkodva, az értékeknél gyűjtve, a veszélyeknél fizetve, a térkép releváns helyein művészi kivitelű szobrocskák⁴⁰ 3D-s nyomtatási licencét vásárolhatják meg. Egy ilyen világhálós játék a mai erőszakos online *game*-ek világában olyan európai és globális kulturális érték-közvetítő teljesítmény lenne, amellyel Magyarország globálisan bizonyíthatná jó ország voltát. Hiszen az európai kultúráért, minden más európai ország érdekében, a fiatal generációt nevelő céllal, és csúcstechnológiát alkalmazva lépne színre vele. Olyankor, amikor erre valóban szükség van.

⁴⁰ Ilyen, 3D grafikával tervezett és a játék során kinyomtatható szobrok a világon népszerű, gyűjthető „collectibles” mintájára készülhetnek a görög-római viszonylatban az olimposzi és más mitológiai alakokról, a kelta és germán mondavilág hőseiről, isteneiről, valkürjeiről, valamint az Ószövetség és Újszövetség alakjairól, Ádám és Évától Szent Péterig.

12. Fogalomtár

Országimázs: Az országimázs olyan multi-dimenzionális országgép az egyes emberek tudatában, amelynek azonosítható forrásai az adott ország gazdasága, árucikkei, politikája, történelme, kultúrája, földrajzi adottságai, globálisan ismert személyiségei.

Országmárka: Az országimázs iránti bizalom megnyerése érdekében az imázsból kialakított rövid, jól kommunikálható (eladható) szóbeli, képi, vagy kombinált logó.

Országérték: Az országérték azt az értéket képviseli, amire a fogyasztók asszociálnak az ország neve hallatán.

Országismertség: Az országismertség tények, adatok halmaza, amelyekkel a potenciális „vásárlók” (érdeklődők) rendelkeznek az adott országról – ICT segédeszköz (internet, okostelefon, tankönyv, lexikon) nélkül.

Országasszociáció: Az országasszociáció egy olyan gondolattársítás, amely révén az egyes országok megnevezése hozzájárul ahhoz, hogy bizonyos árucikkek, márkák, szolgáltatások, látnivalók értéke a potenciális vásárló (érdeklődő) tudatában fel- vagy leértékelődik.

Országghűség: Az országghűség az ország-értéket befolyásolja, az ország ismertségen alapul és az olyan fogyasztók sajátja, akik újra és újra megvásárolják az adott ország iránti bizalmat visszatérő befektetők, turisták, munkások, diákok, betegek esetében. Az országghűségnek saját lakosság általi manifesztációja a hazaszeretet.

Országérték: Az országérték egy ismereteket, érzelmekkel vegyes benyomásokat, esetleg személyes tapasztalatokat és az ország hivatalos márkáját is magába foglaló, hierarchikus, asszociatív hálózatból felépített képhalmaz, amely nagymértékben képes befolyásolni a fogyasztók (külföldi befektetők, turisták, diákok, vendégmunkások, betegek, bevándorlók és a saját lakosság) döntéseit az adott országgal kapcsolatban.

Anholt-féle országmárka index: Az index három „kemény” faktort, az exportot (a *Made in...* erősséget), a külföldről érkező befektetéseket, és a kormányzat megítélését (a demokráciát, átláthatóságot és környezetpolitikát) tartalmaz. Ezek mellett szerepel három „puha” faktor is, úgymint a turizmus (az ország szépségei, szórakozási lehetőségei), az emberek (az ország, nép világhírű személyiségei, az onnan érkező bevándorlók, illetve az onnan származó diaszpórák) és végül a kultúra (az országban található világörökségi értékek).

Az Anholt-féle jó ország index: Az, hogy egy kormány a saját népével mit tesz, egyrészt belpolitikai kérdés, másrészt megismerhető a nemzetközi sajtóból, ha kirívó az eset és felkelti a nemzetközi média ingerküszöbét. A fő kérdés, hogy egy ország mit tesz a többi ország érdekében. Az ország márkázás során ez az, amit kommunikálni kell! Eredendően minden ország kormánya önző. Amikor egy-egy nemzetközi fórumra delegációt küld, a fő szempont a legjobb, legkedvezőbb pozíció kiharcolása. Az Anholt-féle jó ország index listán az első tíz helyet főleg az Európai Unió országai foglalják el.

A jó-ország cselekvési területei. A közjó a globális problémák megoldásában, más országok haszná-
ra is végzett tevékenységben ölthet testet. Ilyenek: a klímaváltozás okainak csökkentésében való részvétel, az emberi jogok védelme, a migrációhoz való viszonyulás, a regionális járványok leküzdése, természeti katasztrófák sújtotta régiókban a nemzetközi segítségnyújtásban való rész-

vétel, a nukleáris veszély elhárítása. Ezek a problémák még a legerősebb országok kapacitását is meghaladják, mindazonáltal a részvételt az ország marketing során hangsúlyozni kell. A jó ország index listán való kedvező helyezés elérésének egyik fő kérdése: mit tett a Föld környezetének a megvédéséért az adott ország? Még élesebben: mit tett értünk az adott ország?

A Magyarország márkanev prioritása: A „magyar” és a „Magyarország” mint márkanevek megítélése tőlünk északra és nyugatra uralkodóan – Csehország és Szlovákia kivételével – a hun szóból képződik. Magyarországtól délre és keletre a hun és annak az „*ung*,” valamint a „*veng*” alakjai mellett jelen van az eredeti „magyar” szóból képzett ország nevünk. A hun szó pejoratív hangzása Nyugat-, Észak- és részben Közép-Európában egyértelmű, valamint a világ nagy részein, ahol éppen minket a hunokkal leginkább azonosítható módon megnevező portugálok, spanyolok, hollandok, franciák és angolok gyarmatosítottak, Magyarország – mint márkanev – versenyhátrányban van a hézagos ország ismerethez társított negatív érzelmi töltés miatt. Ez alól a lengyel kulturális terület kivétel. A kedvező hangzás és az országmárka-név prioritás a „magyar” képzős kulturális területeken adódik. Ilyen a perzsa (iráni), török és a közép-ázsiai országok nagy része.

II. MODUL: A NEMZETI ÉRTÉKEK KÖRE ÉS AZOK FELTÉRKÉPEZÉSÉNEK RENDSZERE

Dr. Horváth Zsolt

1. A Nemzeti Értékpiramis rendszere

1.1. A hungarikum mozgalom alapjai

1.1.1. A hungarikum piramis elve

A hungarikum-piramis a jogi szabályozás nagy szellemisége és üzenete, amely az alulról építkezésről, a valódi társadalmi bázis kiépítéséről és megvalósításáról szól. Valójában a piramis elmélet kidolgozása után dőlt el a jogi szabályozás kialakításának iránya. A kettősség itt is megfigyelhető: dönthetett volna úgy is a kormányzat, hogy egy rövid előkészítő munka után összegyűjti azoknak az értékeknek a listáját, rajta elsősorban a hungarikumokkal, melyek az ország imázsának építése szempontjából nagyon fontosak. Ezt követően pedig ezeknek az értékeknek a jogi, szellemei alkotásokra vonatkozó szabályozását indítja el az Európai Unióban, hozzáteve egy marketing és reklám kampányt az ország határán belül. Ez a „felülről építkezés” elve lett volna.

Szerencsére itt is egy másik elv érvényesült, mégpedig az „alulról jövő kezdeményezések” elve. Ez azt jelenti, hogy a legnagyobb figyelem a helyi értéktárak kiépítésére irányul. A helyi értéktárak tartalma adja a bázist, a biztos alapot a hungarikum-piramis számára. Szintén a társadalmiasítás megvalósítását jelenti a megyei értéktárak létrejötte. Fontos szempont, hogy a megyei közösségek mindegyike már az első pillanatban csatlakozott a hungarikum mozgalom megvalósításához.

Vannak olyan értékek, melyek nem köthetők egy településhez, vagy nem csak egy közösség számára jelentenek értéket. Ezeket összefoglaló néven különleges szakmai tulajdonságokkal rendelkező értékeknek hívhatjuk. A törvényalkotó szándéka szerint ezek kerülhetnek az ágazati értéktárakba. Az ágazati értéktárak felügyelete és kialakítása a minisztériumok feladata.

A hungarikum-piramis elv magyarázat során is érdemes hangsúlyozni, hogy mekkora jelentősége van egy olyan törvénynek, amelynek gyakorlati érvényesülése során a magyar nemzet közösségének egysége megvalósulhat. Ez az elv azt jelenti, hogy bárhol a világon, ahol élnek magyar közösségek, és ápolnak, gondoznak értékeket, ezek a dolgok ugyanúgy az egységes magyar értéktár részévé válhatnak.

A tájegységi értéktár fogalom a nevét és a tartalmát illetően kicsit elválík egymástól. Eredetileg az volt a szándék, hogy a Kárpát-medence különböző földrajzi tájegységeihez kapcsolódóan több település együtt hozzon létre közös értéktárat. Ezt követően pedig a települések közösségei együtt vegyék leltárba az ott található különlegességeket és sajátosságokat. Az általános tapasztalat az, hogy úgy is létrejönnek tájegységi értéktárak, ha a kettőnél több település nem földrajzi értelemben kötődik egymáshoz, hanem egy több évtizedes gyakorlat alapján. Kisebb települések keresik itt a közös együttműködés lehetőségét. Főleg azok a települések, melyek először azt gondolták: nekik egyedül, egyenként nincsenek olyan értékeik, melyek dokumentálására létrehoznának helyi értéktárat, de egymással összefogva már, közös értékeiket egy értéktárban jelenítenék meg.

1.1.2. Az alulról jövő kezdeményezések elve

A hungarikum mozgalomban való részvétel első feltétele, hogy egy közösség létrehozza a helyi értéktárát, és a feltáró, gyűjtőmunka eredményeként bármely értékkel és minőséggel rendelkező dolog bekerül a helyi értéktárba. Ez azt jelenti, hogy azon a településen az a dolog, a tulajdonságai alapján, a közösség döntésének köszönhetően értéknek számít. A települési értéktár bizottság döntésével az érték minősítés megtörténik. Ám kiderülhet, hogy az az érték, szintén a tulajdonságai alapján nem csak azon a településen számít értéknek, hanem az egész megyében. Ekkor a települési értéktár bizottság előterjesztése alapján a megyei értéktár bizottság elé kerül a javaslat, és pozitív elbírálás esetén bekerül a megyei értéktárba. Ám kiderülhet arról a dologról, hogy nem csak az adott település, nem csak az adott megye, hanem egész Magyarország számára értéket jelent. Ekkor a megyei értéktár bizottság részéről immár a Hungarikum Bizottság elé érkezik a javaslat, és bekerülhet az adott települési érték a kiemelkedő nemzeti értékek sorába, a Magyar Értéktárba. Sőt, ha még az adott értékkel a világon bennünket, a magyar nemzet közösségét is azonosítják, akkor egy újabb döntés után a Hungarikumok Gyűjteménye soraiba is kerülhet.

Nagyon fontos, hogy a hungarikum piramison belül nem alul vannak a harmadosztályú értékek, felette a másodosztályúak, és kizárólag a piramis csúcán, a Hungarikumok Gyűjteményében lennének első osztályú értékek. Ilyen rendező elv nem vezérelt senkit a szabályozás megvalósítása során. A kérdés az: bármely érték bekerül-e a piramison belülre, bármely értékre egyetlen közösség azt mondja-e, hogy számára értéket jelent. Ha igen, akkor a piramison belülre kerül és a tulajdonságainak megfelelően megtalálhatja a helyét a rendszeren belül. Ha nem, akkor az a dolog nem kerülhet egyetlen értéktárba sem.

A hungarikum törvényi szabályozás és a köré épült mozgalom nagy lehetőség minden közösség számára. Nagyon kevés olyan jogi szabályozás van, amely ekkora mozgásteret biztosítana a jog alkalmazóinak. Ebben az esetben az az elv valósul meg, hogy minden közösség a tényleges kialakítója lehessen a saját értéktárának. Ugyanakkor ez a lehetőség nagy felelősséggel is jár. Hiszen ezzel a felhatalmazással bárki rosszul is élhet, vagy visszaélhet. Értéktelen dolgok is bekerülhetnek az értéktárba. A jogi szabályozás alkalmazása során nagyon fontos elv a közösségek felelősségérzetének tényleges érvényesülése.

2. A mozgalom jogszabályi háttere

2.1. A törvény célja, feladata, egyedisége

A törvény kialakítása és létrehozása során az volt a cél, hogy egy olyan jogi szabályozás jöjjön létre, amely csak keretet ad a megvalósításhoz. Az volt az elv, hogy ne legyenek szigorú szabályok, ne legyenek olyan előírások, amelyek teljesen formalizálják az értéktárak kialakítását. Az volt a cél, hogy ez a törvény „csak” segítse a végrehajtókat. Ennek a megvalósításában sokat segített az elhúzó előkészítés időszaka. Nagyon sok fórum, találkozó jött létre a törvényjavaslat társadalmi vitájában. Ezeknek a beszélgetéseknek a felhasználásával körvonalazódtak a törvény igazi üzenetei. Már az előkészítő szakaszban kialakult a törvényt támogatók „baráti köre”, polgármesterek, önkormányzati és országgyűlési képviselők, helytörténettel foglalkozó szakemberek, civil szervezetek tagjai, vezetői. Igazi véleményformálók lettek belőlük, és a véleményeik jelentős része beépült a jogi szabályozásba. Ennek a haszna most nagyon érvényesül a megvalósítás időszakában. Ennek is köszönhető, hogy viszonylag rövid idő alatt elfogadott lett ez a teljesen új szabályozási forma, és aki rátalált a helyi értéktárak kialakításának sajátosságaira, az nem bánta meg, hogy a hungarikum mozgalom részesévé vált.

2.2. A törvény preambuluma üzenete

A bevezető három fontos üzenetet tartalmaz. Az első a rendszerezés üzenete, ez a törvény azért született, hogy a nemzeti értékek újbóli számbavétele elkezdődjön és ahhoz ez a jogi szabályozás keretet adjon. A második üzenet az egységes szerkezetet erősíti. Ennek az a jelentősége, hogy a törvényi keretek között a nemzeti értékek összegyűjtése, osztályozása a hungarikum-piramis rendszeren belül, a különböző szinteken, de egységesen valósul meg. A harmadik üzenet a nemzet egységét jelenti, tehát a magyar nemzethez tartozó közösségek területi határolás nélkül részt vehetnek a nemzeti értékek összegyűjtésében, dokumentálásában.

2.3. A törvény bevezetőjének szövege:

Az Országgyűlés Magyarország Alaptörvényének P) cikke alapján a magyar nemzet egységétől vezérelve megállapítja, hogy:

- a) a magyar nemzeti értékek, köztük a hungarikumok megőrzendő és egyedülálló értékek;
- b) az összetartozás, az egység és a nemzeti tudat erősítése érdekében nemzetünk értékeit össze kell gyűjteni, dokumentálni, az értékvédelem alapjául szolgáló dokumentációt a szigorú nyilvántartás és kutathatóság szabályai szerint meg kell őrizni, az értékeket pedig ápolni, védelmezni és támogatni kell;
- c) örökségünket, a magyar kultúra évezredek értékeit, a magyarság szellemi és anyagi alkotásait, ember alkotta és természet adta értékeit átfogó értéktárban kell összesíteni;
- d) a nemzeti értékeink védelme hozzájárul a nemzeti azonosság-tudat kialakulásához és megszilárdításához;
- e) nemzeti értékeink széleskörű hazai és külföldi bemutatása, megismertetése nyelvi, szellemi, kulturális, gazdasági teljesítményünk, természeti és épített értékeink elismertetése, valamint a nemzeti arculat erősítése egyaránt kiemelkedő jelentőségű.

Az Országgyűlés kinyilvánítja, hogy a nemzeti értékeket az egyetemes értékek részének tekinti, amely értékek a magyarság múltjának, jelenének és jövőjének dinamikus fejlődő tárháza, az értékalapú nemzeti összefogás alapja.

A nemzeti értékek tárházát gazdagítják a magyarországi együtt élő népek, az államalkotó tényezőként elismert nemzetiségek és az országhatáron túli, valamint szerte a világban élő, magukat magyarnak valló egyének, közösségek értékei.

2.4. A végrehajtási rendelet szerkezete, tartalma

A hungarikum mozgalom jogi szabályozása során két jogforrásban találhatóak a rendelkezések. A törvény tartalmazza a fő kereteket, a legfontosabb szabályok leírását. A 2012-ben született jogszabály 2015-ös módosítása jelentősen átalakította a törvény szerkezetét. Számos korábbi rendelkezés kikerült a törvényből és most már a rendeletben található meg. A most hatályos rendelet szerkezetének tartalma: a nemzeti értékek szakterületenkénti kategóriái, a települési, tájegységi és megyei értéktárak létrehozása és gondozása, a települési, tájegységi és megyei értéktárak működése, a külhoni települési, a külhoni tájegységi és a külhoni nemzeti rész értéktár bizottság működése, az ágazati értéktárak létrehozása és működése, a felvételre javasolt értékek települési, tájegységi vagy megyei értéktárba történő felvétele, a Magyar Értéktárban nyilvántartott kiemelkedő nemzeti értékek, a nemzeti érték hungarikummá minősítése, a nyilvántartás és a közzététel szabályai.

2.4.1. A nemzeti értékek kategóriái

A törvényi utasítás alapján a végrehajtási rendelet rendelkezik arról, hogy a nemzeti értékek gyűjtése, azonosítása során ezeket milyen szakterületenkénti kategóriák szerint kell azonosítani. Az azonosítás kategóriái:

1. Agrár- és élelmiszergazdaság: az agrárium szellemi termékei és tárgyi javai – beleértve az erdészet, halászat, vadászat és állategészségügy területét –, különösen a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek, a borászat, továbbá az állat- és növényfajták.
2. Egészség és életmód: a tudományos és népi megelőzés és gyógyászat, természetgyógyászat szellemi termékei és tárgyi javai, különösen a gyógyszerek, gyógynövények, gyógyhatású készítmények, gyógyvíz- és fürdőkultúra.
3. Épített környezet: a környezet tudatos építési munka eredményeként létrehozott, illetve elhatárolt épített (mesterséges) része, amely elsődlegesen az egyéni és közösségi lét feltételeinek megteremtését szolgálja; valamint az embert körülvevő környezet fenntartásához kapcsolódó szellemi termékek.
4. Ipari és műszaki megoldások: az ipari termelés – beleértve a kézműipart, kézművességet is – szellemi termékei és tárgyi javai, különösen az egyes technológiák, technikák, berendezés-, gép- és műszergyártás, műszaki eszközökkel végzett személy- és áruszállítás.
5. Kulturális örökség: a kulturális örökség szellemi és tárgyi javai, különösen az irodalom, a tudomány, a népművészet és népi kézművesség, néprajz, filmművészet, iparművészet, képzőművészet, táncművészet és zeneművészet; továbbá a védett ingatlan értékei, különösen a nemzeti vagyon körébe tartozó, kiemelkedő értékű műemlékek és régészeti lelőhelyek, nemzeti és történelmi emlékhelyek, világörökségi helyszínek.
6. Sport: a fizikai erőnlét és a szellemi teljesítőképeség megtartását, fejlesztését szolgáló, a szabadidő eltöltéseként kötetlenül vagy szervezett formában, illetve versenyszerűen végzett testedzés vagy szellemi sportágban kifejtett tevékenység, különösen a sportolói életművek és csúcsteljesítmények.
7. Természeti környezet: az ember természetes környezetének tárgyi javai, különösen a fizikai és biológiai képződmények vagy képződménycsoportok, geológiai és geomorfológiai képződmények, természeti tájak, természeti területek, életközösségek és ökológiai rendszerek; valamint az embert körülvevő környezet fenntartásához kapcsolódó szellemi termékek.
8. Turizmus és vendéglátás: a turizmus és a vendéglátás szellemi termékei és tárgyi javai, különösen a turisztikai attrakciók, szolgáltatások, a vendéglátó-ipari termékek, valamint a vendéglátás körébe tartozó étel- és italkészítési eljárások.

2.5. A települési értéktárak létrehozása adminisztratív teher vagy a közösségépítés egyik formája?

A gyakorlatban megmutatkozott, nem mindegy, hogy ki „olvassa” el a törvényt, ki az, aki a döntéshozatal előtt véleményezi a jogi szabályozást. Konkrét példák léteznek arra, hogy néhány település azért nem hozott létre értéktárat, mert a képviselőket arról tájékoztatták, hogy ez egy újabb adminisztrációs teher, hogy ez sok pénzbe kerül, nincs, aki a feladatokat megvalósítsa, különben is, ez egy önként vállalt feladat, és még pénzt sem adnak hozzá.

Aki végigolvassa a jogi szabályozást, az megerősödhet abban, hogy a legkevésbé lehet újabb bürokratikus adminisztrációs teherről beszélni. Az tény, hogy vannak feladatok az értéktár létrehozása során. A képviselőtestületnek legalább két döntést kell hoznia az értéktár megnyitásáról és a működést biztosító szervezeti forma kiválasztásáról. Kell egy szervezeti és működési szabályzat, amely alapján látszik, hogy milyen döntéshozatali eljárás alapján választják ki abban a közösségben az értékeket. A települési értéktár bizottságnak évente két alkalommal beszámolót kell készíteni a

tevékenységéről. A törvény végrehajtási rendeletének mellékleteit ki kell tölteni ahhoz, hogy egy értéket regisztrálni lehessen immár hivatalosan is egy értéktárban. De ennyi az adminisztrációs „teher”, és nem több.

Ez a törvény nem a közigazgatási eljárások mintájára rendelkezik az értékek kiválasztásáról. Itt nincsenek jogvesztő határidők, nincs végleges elutasítás, ennek megfelelően nincs fellebbezési eljárás sem. Itt akkor jár el helyesen egy értéktár bizottság, ha nemcsak elbírálni szeretné a beérkezett javaslatokat, hanem részt vesz a döntések előkészítésében. Ha már a döntése előtt segít abban, hogy helyesen kitöltött, jól értelmezett, alapos és magas színvonalú előterjesztés szülessen. Akkor jár el helyesen a bizottság, ha nem „kioktatni” szeretné az előterjesztőt, hanem vele együtt, közösen jön létre az érték jelölése. A törvény létrehozása során az volt a cél, hogy az előterjesztő ne ügyfél legyen, az értéknek pedig végig legyen neve és ne egy iktatószám legyen az azonosítója.

Nagyon sok olyan pozitív példa létezik a gyakorlatban, amelyek során a települések megváltoztatták korábbi döntésüket, és az első elutasító határozatukat visszavonva mégis létrehozta települési értéktárát. A hungarikum mozgalom kialakulásának első időszakában ezt akkor tették meg, ha kiderült, hogy valaki a döntéshozatal előtt „rosszul olvasta” a jogszabályt.

2.6. Milyen a jó előterjesztés?

A települési értékek kiválasztása során a dokumentálás alapfeltétele a törvény végrehajtási rendeletében található melléklet kitöltése, amely után immár hivatalosan is egy dolog az értéktárba választható. Ez egy nagyon egyszerű szerkezeti forma szerinti adatlap, jelentős része rövid idő alatt kitölthető, hiszen csak az előterjesztő beazonosítására szolgál. Ugyanakkor fontosak ezek az információk is, hiszen a későbbiek során ez a lap szolgálhat majd a szerkeszthető, könnyen kereshető digitális adatbázis alapjául.

Három fontos része van a mellékletnek. Az értékről szóló leírás, az indoklás az értéktárba való választásról, illetve a csatolt dokumentumok. Ha az a kérdés, hogy milyen a jó előterjesztés, arra a legrövidebb válasz, hogy informatív, és alkalmas arra, hogy a „messziről jött ember” is megismerje azt a dolgot, felkeltve annak érdeklődését.

Az értékről szóló leírás mindig legyen alapos. Két- vagy hárommondatos előterjesztés nem elegendő. Mindig az legyen a fő szempont, hogy az ott élőkön kívül is, ha bárki elolvassa, az derüljön ki számára, hogy ez a dolog tényleg olyan tulajdonságokkal rendelkezik, amely alapján méltán kerül az értékek közé. Ugyanakkor nem elvárás, hogy tanulmányzerű, hivatkozásokkal tűzdelt előterjesztések készüljenek. Erre nincs is szükség, hiszen az előterjesztés igazi feladata a figyelem felkeltése, az érdeklődés megalapozása.

Fontos része az előterjesztésnek az indoklás, amely alapján ki kell derülnie, hogy az előterjesztő miért szeretné az értékek között látni azt a dolgot. Az a jó indoklás, amely szakmai és érzelmi alapon nyugszik egyszerre. Ha ebből a részből kiderül, hogy a közösség számára fontos értékről van szó, ráadásul komoly minőségi tulajdonságokkal is rendelkezik. Fontos szempont, hogy külön indokolásnak kell készülni akkor, ha egy dolgot a települési értéktárba választják, és egy másiknak akkor, ha kiderül arról a dologról, hogy a települési értéktárból a megyei értéktárba is bekerülhet. Alapvető, hogy a két indoklás nem lehet azonos tartalmú, hiszen egészen más indokok alapján lehet egy dolog érték helyben, és más alapján választható a megye különleges tulajdonságú értékei közé.

Fontos szerep jut az előterjesztés során a mellékleteknek is. Egyrészt itt nyílik lehetőség az értékről már korábban született írások, dokumentumok bemutatására is, egyszerűen a hivatkozások megjelölésével, másrészt van lehetőség fotók és videó anyagok megjelölésére is. Legalább ekkora szerepe van a támogató nyilatkozatok és ajánlások csatolásának is. A települési értéktárba való bekerülés esetén ezek a támogatások azt mutatják meg, hogy nemcsak egy ember, az előterjesztő számára fontos, hogy az a dolog értéké váljon, hanem azt is mutatja, hogy az egész közösség, vagy annak egy jelentős része is támogatja mindezt. Adott esetben támogatja egy helyi civil szervezet, egy helytör-

ténész, egy pedagógus, az egyház helyi képviselője is. Ezeknek az ajánlásoknak nincsen kötelezően előírt formulája, a tartalma miatt válnak fontossá.

2.7. A törvény fogalmi rendszere

2.7.1. A nemzeti érték

A fogalom törvényi meghatározása: a magyarság és a magyarországi államalkotó nemzetiségek tevékenységéhez, termelési kultúrájához, tudásához, hagyományaihoz, a magyar tájhoz és élővilághoz kapcsolódó, nemzetünk történelme, valamint a közelmúlt során felhalmozott és megőrzött minden szellemi és anyagi, természeti, közösségi érték vagy termék, illetve a tájhoz és élővilághoz kapcsolódó materiális vagy immateriális javakat magába foglaló tájérték, amely tanúskodik egy emberi közösség és az adott terület történelmi kapcsolatáról.

2.7.2. A települési érték, a települési értéktár

A települési értéktár fogalmi meghatározása: a települési önkormányzat területén fellelhető nemzeti értékek adatait tartalmazó gyűjtemény.

A legfontosabb tény, hogy a jogi szabályozás értelmében a települések kaptak lehetőséget arra, hogy települési értéktárat hozzanak létre. Ez egy önként vállalt feladat az önkormányzatok esetében, bármikor létrehozhatják. Ha korábban esetleg nemleges döntést hoztak, ezt határidő nélkül megváltoztathatják.

A helyi értéktárak létrehozása két döntésből áll. Egyrészt dönt a képviselőtestület, közgyűlés a helyi értéktár létrehozásáról, másrészt arról, hogy ezt milyen formában szeretné működtetni. A törvény nagyon megengedő, hiszen tulajdonképpen a közösségre bízta, hogy milyen formát választ ehhez. Két nagy lehetőség áll fenn: vagy a képviselőtestületi szervezeti és működési szabályzat keretein belül hoznak létre egy bizottságot, vagy külön testületre bízzák a feladatot. Ha az első megoldás mellett döntenek, akkor is két megoldás létezik: vagy rábízák a feladatot egy, már működő bizottságra (ilyenkor jöhet létre például az oktatási, ifjúsági, kulturális stb. értéktár bizottság), vagy egy teljesen új bizottságot hoznak létre a települések, az adott település értéktár bizottságát, benne képviselőkkel, és ha ez lehetséges, külső szakértőkkel.

A másik út is számos lehetőséget rejt magában. Létrehozhatnak olyan önálló értéktár bizottságot, amelynek bárki tagja lehet a település polgármestere, képviselők, helytörténész, pedagógus, a helyi civil szervezet képviselője, vagy ezzel a feladattal megbíznak a helyi intézményt, civil szervezetet. Ilyenkor természetesen erre a feladatra külön szervezeti és működési szabályzatot kell létrehozni, szabályozni benne többek között azt, hogy ez a megbízás a képviselőtestülettől a döntés előkészítésére vonatkozik, vagy a tényleges döntéshozatalra is.

Talán az itt leírtakból is látszik, hogy igazából a közösségekre van bízva, hogy milyen formát választanak. Az volt az elsődleges cél ezzel, hogy a helyben szokásos legjobb forma kerülhessen kiválasztásra. A gyakorlati tapasztalat azt mutatja, nincs jó és kevésbé jó megoldás, minden attól függ, hogy az egyes szervezetekben tevékenykedő emberek hogyan viszonyulnak a feladathoz. Ha szeretnék, hogy ez egy jól működő rendszer legyen, akkor bármelyik forma eredményes lehet.

Mi kerülhet a települési értéktárba?

A 2000-es évektől kezdve több közvélemény kutatás született Magyarországon a hungarikumokról. A kérdezőbiztosok elsősorban arról faggatták az embereket, ők mit választanának a hungarikumok és a kiemelkedő nemzeti értékek közé. Talán nem meglepő, hogy a válaszadók jelentős része azonnal az ételek, italok között keresgélte: pálinka, bor, szalámi, kolbász és még lehetne folytatni a sort.

Arra kérdésre, hogy mi kerülhet a helyi értéktárba, az a legjobb válasz, hogy minden, amiről a közösség úgy dönt. Ez a törvény egyik legnagyobb vezérfonala. A települési és megyei értéktárak esetében a közösségek az igazi gazdái az értékek kiválasztásának. Ez egy nagy lehetőség és még nagyobb felelősség a közösségek előtt. Nincs hivatali kontroll a döntés előtt és után, csupán a lelkiismeret és a közösségük iránt érzett felelősség. A jelenlegi gyakorlat azt mutatja, hogy – kevés kivételtől eltekintve – felelősségteljes döntések születtek.

A törvény és a végrehajtási rendelet ad egyfajta útmutatást az értékek kiválasztásáról. A természeti értékek és épített örökségek kategóriájának tartalmát mindenki ismeri. Innen érkezik a jelölések döntő többsége is. Egyre népszerűbbek a helyi értéktárakban a különböző étel és ital különlegességek, szinte minden településnek van valami olyan különleges receptje, amely nem téveszthető össze máséval.

A törvény előkészítése és létrehozása során fontos szempont volt, hogy ne csak a kézzel fogható értékek felszínre kerülésével épüljenek ki a települési értéktárak, hanem a szellemi alkotás nagyjai is kerüljenek előtérbe. Sok településnek van olyan szülöttje, akinek az életútja példa lehet a mostani generációk előtt is. Nagyon fontos: a törvény is tiltja, hogy ember, önmagában az értéktár elemévé váljon, de azt nem tiltja, hogy ember életútja, egy egész életen át tartó tevékenysége, ha az méltó rá, a települési értéktár részévé váljon.

Ugyanígy a kiválasztottak közé kerülhet egy helyi rendezvénysorozat, vagy egy hagyományőrző közösség évtizedeken át végzett tevékenysége, amely alapján egy helyi jellegzetesség, egy hagyomány a mai napig fennmaradhatott. Ezek a példák is azt mutatják, hogy az értéktárba kerülhet minden olyan értékkel és minőséggel rendelkező dolog, amiről a helyiek úgy döntenek.

2.7.3. A tájegységi értéktár különlegessége

A fogalom törvényi meghatározása: több szomszédos település, illetve földrajzi, történelmi vagy néprajzi szempontok alapján egységet alkotó tájegység területén fellelhető nemzeti értékek közül az adott Tájegységi Értéktár Bizottság által tájegységi értékkel nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény.

Általános tapasztalatként elmondható, hogy a törvényi szabályozás keretjelleget kihasználva nemcsak olyan települések hoztak létre tájegységi értéktárat, amelyek földrajzi vagy néprajzi szempontból alkottak vagy alkotnak egységet, hanem olyanok is, akik más tartalmú megállapodások alapján jelenleg is valamely közigazgatási vagy szociális területen végzenek együttes munkát.

2.7.4. Az ágazati értéktár egyedisége

Az ágazati értéktár fogalma: az egyes ágazatokért felelős miniszterek által azonosított nemzeti értékek adatainak gyűjteménye

Az ágazati értéktárak létrehozása és gondozása

A törvény előírása szerint az egyes ágazatokért felelős miniszterek a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló kormányrendelet alapján határozzák meg a feladatkörükbe tartozó, ágazati értéktárba foglalható nemzeti értékek körét. Mindezekről egy nyilvántartást vezetnek, amelyben az alábbi adatokat tüntetik fel:

- a) a nemzeti érték neve,
- b) a nemzeti érték nyilvántartásáról rendelkező jogszabály száma,
- c) a nemzeti értéket nyilvántartó adatbázis megnevezése.

A miniszterek kijelölik az ágazati értéktár adatainak megküldéséért felelős szervezeti egységet és erről értesítik a Hungarikum Bizottság elnökét.

2.7.5. A megyei érték, a megyei értéktár

A megyei értéktár fogalmának törvényi meghatározása: a megye területén fellelhető nemzeti értékek közül a Megyei Értéktár Bizottság által megyei értékke nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény.

2.7.6. A Magyar Értéktár

A fogalom törvényi meghatározása: a nemzeti értékek köréből a Hungarikum Bizottság által kiemelkedő nemzeti értékke nyilvánított értékek gyűjteménye.

2.7.7. A kiemelkedő nemzeti érték

A fogalom törvényi meghatározása: olyan nemzeti érték, amely nemzeti szempontból meghatározó jelentőségű, a magyarságra jellemző és közismert, jelentősen öregbíti hírnevünket, növelheti megbecsülésünket az Európai Unióban és szerte a világon, továbbá hozzájárul új nemzedékek nemzeti hovatartozásának, magyarságtudatának kialakításához, megerősítéséhez;

2.7.8. A hungarikum mint gyűjtőfogalom értelmezése

A hungarikum törvényi fogalma: gyűjtőfogalom, amely egységes osztályozási, besorolási és nyilvántartási rendszerben olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye.

Mi a különbség a Magyar Értéktár és a Hungarikumok Gyűjteménye között?

Aki ismeri a hungarikum piramis elméletét, annak talán feleslegesnek tűnhet ez a felvetés. Hiszen az alulról jövő kezdeményezések elve alapján a megyei értéktárból először a Magyar Értéktárba kerülhet bármilyen érték, és csak ezt követően válhat a Hungarikumok Gyűjteménye elemévé. Ugyanez az elv vonatkozik az ágazati értékekre is, itt is végig kell járni ezt az utat. Mindezek ellenére fontos a két értéktár közötti tartalmi különbségekre felhívni a figyelmet.

Lehet olyan téves gondolkodás az értékek kiválasztása során, hogy az egyetlen igazi cél a hungarikumok közé kerülés lehet, minden más egyéb köztes állomás a piramison belül magában hordozza a „kudarcot”. Tehát, ha valamely dolog „csak” a megyei értéktárig jut el, az nem értékelhető teljesítmény. Ez nem így van, a törvényi szabályozás létrehozása során nem volt ilyen elképzelés. Az eddigiekből is látszik, hogy az igazi választóvonal a hungarikum-piramis külső határa. Az a kérdés, hogy egy dologra bármely közösség azt mondja-e, hogy érték. Ha igen, akkor a piramison belülré kerül, és ott megtalálhatja méltó helyét.

Ennek alapján van különbség a Magyar Értéktár és a Hungarikumok Gyűjteménye megítélésében is. A Magyar Értéktár nem minden esetben a Hungarikumok Gyűjteménye „előszobája”. Az oda bekerülő dolgokból nem biztos, hogy hungarikum válik, és ez nem negatív folyamat. Lesz olyan érték, melynek a kiemelkedő nemzeti értékek közé kerülés a „végállomást” jelenti. Ez az elmélet azért is fontos, mert az alulról építkezés eredményeként a megyei értéktárak tartalma kezd erősödni. Itt nagyon sok olyan dolog lehet, amelyeknek a kiemelkedő nemzeti értékek között van a helye.

2.7.9. A Hungarikumok Gyűjteménye

A fogalom törvényi meghatározása: a kiemelkedő nemzeti értékek köréből a Hungarikum Bizottság által hungarikummá nyilvánított nemzeti értékek gyűjteménye

A Hungarikumok Gyűjteménye szerkezete, kategóriái

A törvényi szabályozás nyolc kategóriába sorolja a Hungarikum Bizottság döntése által hungarikummá nyilvánított értékeket. Ezek a kategóriák a következők: agrár- és élelmiszergazdaság, egészség és életmód, épített környezet, ipari és műszaki megoldások, kulturális örökség, sport, természeti környezet, turizmus és vendéglátás.

2.7.10. A Külhoni Nemzet rész Értéktár

A fogalom meghatározása: az országhatáron túl, egy adott ország területén élő magyarságra jellemző nemzeti értékek közül az adott Külhoni Nemzet rész Értéktár Bizottság által külhoni értékévé nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény

3. A Hungarikum Bizottság*3.1. A Hungarikum Bizottság létrejötte, összetétele*

A Hungarikum Bizottságot mint testületet a 2012. évi XXX. törvény hozta létre. A törvényi rendelkezés szerint tagjainak kiválasztása során törekedni kell arra, hogy a lehető legmagasabb szakmai színvonal, a széles körű tapasztalat, valamint a legtöbb tudományterület képviseltetve legyen.

A Hungarikum Bizottság tagjai a következő szervezetek, intézmények delegáltjaiból áll:

- a) az Országgyűlés által delegált négy,
- b) a MÁÉRT-en részt vevő külhoni szervezetek által delegált három,
- c) a nemzetpolitikáért felelős miniszter által delegált egy,
- d) az igazságügyért felelős miniszter által delegált egy,
- e) a helyi önkormányzatokért felelős miniszter által delegált egy,
- f) a kultúráért és az oktatásért felelős miniszter által együttesen delegált egy,
- g) az agrárpolitikáért felelős és a természetvédelemért felelős miniszter által együttesen delegált egy,
- h) a turizmusért felelős miniszter által delegált egy,
- i) az európai uniós források felhasználásáért és a kulturális örökség védelméért felelős miniszter által együttesen delegált egy,
- j) a külgazdasági ügyekért és a külpolitikáért felelős miniszter által együttesen delegált egy,
- k) az informatikáért felelős miniszter által delegált egy,
- l) a honvédelemért felelős miniszter által delegált egy,
- m) a Magyar Tudományos Akadémia elnöke által delegált egy,
- n) a Magyar Művészeti Akadémia elnöke által delegált egy és
- o) a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalának elnöke által delegált egy fő.

További rendelkezés, hogy az Országgyűlés a mezőgazdasági ügyekért felelős bizottság javaslatára három – két kormánypárti és egy ellenzéki – tag, a nemzetiségeket képviselő bizottság javaslatára további egy tag delegálásáról dönt. A tagot az öt delegáló személy vagy szervezet a Hungarikum Bizottsági tagságából indokolás nélkül bármikor visszahívhatja, és helyére új tagot delegálhat.

Fontos szabály, hogy nem lehet a bizottság tagja az, akinek szellemi vagy termelőtevékenységével létrehozott produktuma nemzeti értéknek minősül, valamint, aki nemzeti érték kereskedelmi célú forgalmazásával kapcsolatos tevékenységet végez.

A törvény rendelkezése szerint a Hungarikum Bizottság elnöke az agrárpolitikáért felelős miniszter. A bizottság titkársági feladatait az agrárpolitikáért felelős miniszter által vezetett minisztérium látja el, titkárát határozatlan időtartamra a miniszter nevezi ki.

3.2. A Hungarikum Bizottság feladatai

A törvény széleskörűen és részletesen írja le a bizottság által kötelezően ellátandó feladatokat. Így ezek közé a következőket sorolja:

- Összeállítja a Magyar Értéktárat.
- Ha valamely megyében nem hoztak létre Megyei Értéktár Bizottságot, vagy ha a megyei önkormányzat nem bízott meg a megyei értékek azonosításával, a megyei értéktár létrehozatalával és annak gondozásával, valamint adatainak a Magyar Értéktárba történő megküldésével megyei szervezetet, úgy ellátja annak feladatait. Szerencsére erre nincsen szükség, hiszen 2013-ban Magyarország minden megyéjében létrehozták az értéktár bizottságot.
- Évente tájékoztatást ad az Országgyűlésnek a nemzeti értékek azonosításának és rendszerezésének helyzetéről, a nemzeti értékek fenntarthatóságáról és hasznosításáról, valamint a Hungarikum Bizottság működéséről.
- Magyar és angol nyelvű internetes oldalt működtet, ahol megismerhető a Magyar Értéktár. A folyamatos fejlesztésnek köszönhetően manapság a www.hungarikum.hu elnevezésű honlap minden fontos információt tartalmaz a törvényi szabályozásról és a hungarikum mozgalom történéseiről.
- Gondoskodik róla, hogy a Magyar Értéktár a nemzetkép-stratégia szerves részét képezze.
- Gondoskodik a közvélemény széles körű tájékoztatásáról a nemzeti értékek megismertetése érdekében.
- Pályázatokat ír ki a nemzeti értékek és a kiemelkedő nemzeti értékek azonosítására, megőrzésére, fenntartására, fejlesztésére, megismertetésére, védelmére, a termékek hazai, külgazdasági szempontú és kultúrdiplomáciai hasznosítására vonatkozóan.
- A törvény rendelkezéseinek való megfelelés szempontjából felülvizsgálja a Magyar Értéktár tartalmát.
- Indokolt esetben e törvény rendelkezéseinek való megfelelés szempontjából felülvizsgálja a Hungarikumok Gyűjteménye tartalmát.
- Összeállítja a Hungarikumok Gyűjteményét.
- Véleményezi a hungarikumokkal kapcsolatos jogszabályok tervezetét.
- Közzéteszi a Hungarikumok Gyűjteményét internetes honlapján.
- A Hungarikum Bizottság elnöke útján javaslatot tesz a Kormánynak a hungarikumok fenntarthatóságára és hasznosíthatóságára.
- Az országhatáron túl fellelhető hungarikumok tekintetében az elnöke útján kapcsolatot tarthat az érintett külföldi állam szerveivel.

4. A döntés előkészítésének folyamata, a Hungarikum Bizottság döntéshozatali eljárása

4.1. A döntés-előkészítés folyamata

A Hungarikum Bizottság üléseit annak elnöke szükség szerint, de legalább félévente hívja össze, továbbá köteles összehívni a tagok kétharmadának írásbeli kezdeményezésére.

A magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény 16 §-a alapján a Hungarikum Bizottság munkáját szakmai ágazati bizottságok segítik. A Hungarikum Bizottság szakmai területenként szervezett testületei, amelyek véleményező, tanácsadó, javaslattevő, döntés-előkészítő szerepet töltenek be a Magyar Értéktár, valamint a Hungarikumok Gyűjteményének összeállításában. A szakbizottságok működésének rendjét a Szakbizottsági Alapszabály határozza meg,

amelynek megfelelően 6+1 szakbizottság létrehozására került sor.

Az egyes szakbizottságok részterületei: agrár- és élelmiszergazdaság, egészség és életmód, ipari és műszaki megoldások, kulturális örökség, sport, turizmus és vendéglátás, természeti és épített környezet és a +1: Hungarikum Védjegy Szakbizottság.

A Hungarikumok Gyűjteményébe és, azt megelőzően, a Magyar Értéktárba történő érték felterjesztésekor az ágazati szakbizottságok minden esetben megvizsgálják, mintegy elővéleményezik a szakterületükhöz tartozó beadványt. Határozati javaslat formájában szakvéleményt készítenek a Hungarikum Bizottság részére, melyben vagy támogatják, vagy nem támogatják a felvételt. A Hungarikum Bizottság alapszabálya lehetővé teszi, hogy a bizottság feladatai ellátásához eseti jelleggel független szakértőket vehessen igénybe. Erről a bizottság bármely tagja vagy a titkár kezdeményezését követően az elnök dönt. A szakértőket tanácskozási joggal meghívhatják a Hungarikum Bizottság ülésére is.

4.2. A Hungarikum Bizottság döntéshozatali eljárása, a nemzeti érték hungarikummá minősítése

A jogszabályi rendelkezések szerint a Magyar Értéktárban nyilvántartott valamely nemzeti érték hungarikummá minősítését a törvény 12. §-a szerinti intézmények, szervezetek vagy személyek a Hungarikum Bizottság elnökének címzett írásos javaslatban kezdeményezhetik. A javaslatot a végrehajtási rendelet 3. melléklet szerint kell elkészíteni és elektronikus úton, vagy postai út esetén elektronikus adathordozón mellékelve kell benyújtani.

A javaslatnak az alábbi adatokat, információkat kell tartalmaznia:

- javaslattevő adatait,
- a Hungarikumok Gyűjteményébe felvételre javasolt nemzeti érték adatait,
- a javasolt nemzeti érték fényképét vagy audiovizuális-dokumentációját,

A javaslat beérkezését követően a Hungarikum Bizottság titkára a javaslatot a nemzeti érték kategóriája szerinti ágazati szakbizottsághoz utalja. Az ágazati szakbizottság megvizsgálja, hogy a javaslat a megalapozott-e és megfelel-e a jogszabályban foglalt feltételeknek. A hungarikummá minősítés folyamán van lehetőség hiánypótlásra. Alaki vagy tartalmi hiányosságok esetén a Hungarikum Bizottság titkára a javaslattevőt a hiányok pótlására hívja fel. Amennyiben a javaslattevő a hiánypótlásra való felhívásnak nem tesz eleget, illetve a hiányosság pótlásához szükséges idő figyelembe vételével megállapított határidő meghosszabbítását sem kéri, a Hungarikum Bizottság titkára a javaslatot nem terjeszti a bizottság elé.

A döntés előkészítése során az ágazati szakbizottság javaslatot tesz a Hungarikum Bizottság részére arról, hogy a javaslat szerinti nemzeti érték alkalmas-e arra, hogy a Hungarikumok Gyűjteményébe bekerüljön. A javaslat tartalma nem köti a Hungarikum Bizottságot. Ez a testület az ágazati szakbizottság javaslatának figyelembevételével mellett önálló döntést hoz.

A javasolt nemzeti érték adatainak a Hungarikumok Gyűjteményébe való felvételéről a Hungarikum Bizottság a javaslatnak a Hungarikum Bizottság ülésének első napirendre tűzésétől számított 90 napon belül dönt, és arról a javaslattevőt írásban értesíti.

5. A Külhoni Nemzetrésztérképek létrejötte, jogszabályi háttere

5.1. A törvény 2015. évi módosítása

Ezen a területen jelentős változások történtek a törvény 2015. évi módosítása során. A Magyar Országgyűlés úgy döntött, a Magyar Állandó Értekezlet (MÁÉRT) résztvevő külhoni szervezetek a saját országukban önálló, úgynevezett külhoni nemzetrésztérképet, annak működtetésére pedig önálló külhoni nemzetrésztérkép bizottságot hozhatnak létre. A bizottság feladata létrehozni a külhoni nemzetrésztérképet, szervezni az országhatáron túl fellelhető nemzeti értékek azonosítását, valamint dönteni a nemzetrésztérképbe bekerülő nemzeti értékekről. A külhoni nemzetrésztérképek a nemzeti értékpiramis rendszerében a megyei értéktárakkal azonos szinten helyezkednek el.

A 2015-ös módosítások eredményeképpen arra is van lehetőség, hogy Magyarország jelenlegi határain túl települési és tájegységi, azaz közös települési értéktárak jöjjenek létre. A jogszabály rendelkezése szerint a MÁÉRT-en résztvevő külhoni szervezet által támogatott önkormányzat vagy jogi személy jogosult erre a feladatra. Fontos kitétel, hogy egy település esetében kizárólag egy települési értéktár, egy tájegység esetén kizárólag egy tájegységi értéktár hozható létre. A külhoni települési és tájegységi értéktárak a nemzeti értékpiramis rendszerében a települési és tájegységi értéktárakkal azonos szinten helyezkednek el.

5.2. A Külhoni Nemzetrésztérképek célja, szerkezete, tartalma

A magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvény részletesen szabályozza a Magyarország jelenlegi határain túl létrehozandó értéktárak kialakítását. Az első fontos szabály, hogy egy nemzetrésztérkép esetén a Hungarikum Bizottság kizárólag egy külhoni nemzetrésztérkép működését veheti figyelembe. Az egyes nemzetrésztérképek feladata elsődlegesen szervezheti az országhatáron túl fellelhető nemzeti értékek azonosítását, dönthet a külhoni nemzetrésztérképbe bekerülő nemzeti értékekről, létrehozhatja a külhoni nemzetrésztérképet.

A nemzetrésztérképek esetében is érvényesül az alulról jövő kezdeményezések elve. Alapvetően itt is a helyi közösségek feladata a nemzeti értékek összegyűjtésének megszervezése, de ennek elmaradása esetén a Hungarikum Bizottság is kaphat feladatot. A törvény előírása szerint, ha valamely nemzetrésztérképben nem hoztak létre Külhoni Nemzetrésztérkép Bizottságot, a Hungarikum Bizottság elláthatja annak feladatait. A 2015-ös törvényi változás egyik legsarkalatosabb pontja, hogy immár van lehetőség a határon túl is helyi értéktárak kialakítására. A MÁÉRT-en résztvevő külhoni szervezet által támogatott önkormányzat vagy jogi személy (a továbbiakban: külhoni szervezet) saját országa vonatkozásában az országhatáron túl települési, illetve tájegységi értéktárat hozhat létre. A Hungarikum Bizottság egy település esetén kizárólag egy települési értéktár, egy tájegység esetén kizárólag egy tájegységi értéktár működését veheti figyelembe. A Települési vagy Tájegységi Értéktár Bizottságok feladata, hogy azonosíthatja és gondozhatja az adott település, illetve tájegység területén fellelhető nemzeti értékeket. Az összegyűjtött értékek adatait nyilvántartás céljából megküldheti a Hungarikum Bizottságnak és a területileg illetékes Külhoni Nemzetrésztérkép Bizottságnak.

III. MODUL: A NEMZETI ÉRTÉKEK ÉS HUNGARIKUMOK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGÁNAK LEHETŐSÉGEI

PhD. Szakáli István Loránd

1. Mitől érték az érték?

Ahhoz, hogy a nemzeti értékről érdemben értekezni tudjunk, mindenekelőtt azt kell tisztáznunk, mit is jelent valójában ez a gyakran használt fogalom. A fizetőeszköz, mint tárgyiasult érték könnyen definiálható, és nem okoz problémát, ha jelentésének tartományát meg kívánjuk határozni, ám az „értékek” definiálása ennél sokkal összetettebb dolog.

Ha görcső alá vesszük ezt a fogalmat, azt látjuk, hogy az koronként, kultúránként és emberenként, (de még egyazon ember, különböző életszakaszaiban, élethelyzetében is) mást és mást jelent. Esetlegesen hiába van tele a zsebünk pénzzel, ha egy kirándulás során megéheztünk, és nem tudunk semmit vásárolni, semmit sem ér az egzotikus utazás, amennyiben ágyhoz kötött betegek vagyunk, ám egy ünnep is lehet gazdag és értékes, ünnepelni tudó, szegény emberek körében is. Felmerül azonban a kérdés, lehet-e az érték fogalmát vizsgálva egy olyan meghatározást találni, amely valamiképpen koroktól és individuumoktól független, lehet-e nemzetek és országok esetében értékekről, „idő- és értékálló értékekről” beszélni? Mindenekelőtt lehet-e létjogosultsága az értékeknek egy rohamosan fejlődő, modernizálódó világban, vagy az óhatatlanul egy elavult és avított fogalommá degradálódnak? Modern példát említve: amely technikai eszköz tavaly még újnak és vonzónak tűnt, vajon ma is az-e, vagy csak elavult kacat? Jelen fejezetben arra keresünk választ, lehet-e egy nemzet esetében elvülhetetlen értékekről beszélni, melyek az idővel nem válnak értéktelenné (egy három éves telefonmodellhez hasonlóan), sem muzeális érték-relikviává (egy harminchárom éves telefonkészülékhez hasonlóan).

Egy élő- és minden korban megújulni kész és képes érték definícióját keressük tehát – nemzeti kultúránk vonatkozásában.

Régi korokból, országok és emberek példájából sokat lehet okulni. A történelem egyértelmű tanulsága az, hogy csak olyan egyén, olyan család, és olyan ország képes fennmaradni és gazdagodni, mely a változó korok változó kihívásaira megtalálja azokat a válaszokat, amelyek képessé teszik arra, hogy identitásukat és jövőképüket tekintve megőrizték eredeti tartalmukat. Ha egy embernek vagy országnak csak a pillanat számít, úgy szükségszerűen el fog tűnni az idő vagy a történelem süllyesztőjében. Ha azonban önmaga létét értékesnek és továbbörökítésre érdemesnek tartja, mert abban egyetemleges, azaz koroktól független értéket lát képviselni, úgy tennie kell azért, hogy a hagyatékul kapott kultúrát – mely elsődlegesen határozza meg identitásunkat – továbbörökítse. Az 1956-os forradalmat követően Magyarországot elhagyni kényszerülő és a tengerentúlra települő szülők és amerikaiakká vált gyermekeik példája intő jel. Harmonikus kapcsolat generációk között csak akkor lehetséges, ha egy adott közösségben az értékek viszonylag állandóak, ha a kultúra alapja mindenki számára ismert és elfogadott. Ha ez a biztos háttérrel adó közös érték hiányzik, úgy nem beszélhetünk közösségről, hanem csupán egyének gyülekezetéről. A kultúra, politika és gazdaság azonban nem ismer légtüres teret, még ha a liberális vi-

lágmodell ezt is kívánja sugallani. Ha egy kultúra gyengülni kezd és eltűnik, azonnal új, életerős kultúra, értékhalmoz lép a helyébe, igényt tartva önnön primátusára.

A XVIII. század végén született, és elhíresült herderi jóslat is erre utalt. Johann Gottfried Herder, német filozófus szerint a magyarok, akik mintegy be vannak ékelve a szláv és német ajkú népek közé, néhány generáció alatt óhatatlanul el fognak tűnni, nyelvükkel és kultúrájukkal együtt. A reformkor nemzedékéhez hasonlóan nekünk ma élő magyaroknak is el kell döntenünk – mint egyébként minden korban, minden embernek – hitelt adunk-e a fenti elméletnek, avagy dacos ellenállásra ösztönöz, plusz energiákat szabadít fel bennünk a magunk és értékeink megmaradásért vívott küzdelemben.

A XXI. század nehéz megmértetéseiben az értékek megőrzése ró ránk nagy feladatot. Nem adhatjuk fel értékeinket, kultúránkat, eleink által ránk hagyott örökségünket. Nincs sok időnk, hiszen pillanatok alatt, akár egy generáció eltávoztával feledésbe merülhet mindaz, ami őseink számára fontos volt. Közös értékeink adnak egyfajta iránymutatást ahhoz, hogy tudjuk, honnan hová tartunk, mi is az életünk igazi értelme. Nemzeti értékeink ismeretén keresztül viszonyítási alapjaink erősödnek, készségeink fejlődnek, és mindezek által egy tudatos és a valódi értékeket felismerő, arra alapozó társadalomban élhetünk.

2. A nemzeti értékek és hungarikumok ügyének elméleti háttere

Magyarország és a magyar nemzet XX. századi történelme a legnagyobb jóindulattal sem nevezhető sikertörténetnek. A magyarság úgy sodródott bele két világháborúba, hogy abból mindkétszer vesztesen került ki, miközben területvesztés, hadszíntéri kudarcok, deportálások és menekülés következtében elveszítette népessége jelentős részét. A trianoni diktátum következménye volt az is, hogy az ország területének közel hetven százaléka elcsatolásra került, beleértve az adott korban legfontosabb természeti erőforrások (szén, vasérc, termőföld) túlnyomó többségét is. A második világháborút követő szovjet megszállás, az országra kényszerített idegen, internacionalista ideológia, az 1956-os megtorlások és a jelentős létszámú kivándorlás, a külhoni és anyaországi magyarság közötti gyenge és esetleges kapcsolatok mind a nemzeti identitás és öntudat gyengülése irányába vezettek. Ebben az időszakban tudatos, állami szintre emelt politikai cél volt minden nemzetinek minősített érték háttérbe szorítása, relativizálása.

A nyolcvanas évek végén és kilencvenes évek elején bekövetkezett politikai rendszerváltás sem hozta magával a nemzeti értékek reneszánszát, újbóli felértékelődését. Erre a korszakra ismét az idegen, főképpen nyugati eredetű értékek, termékek túlzott és indokolatlan elismerése, az irántuk való valóságos „rajongás” vált jellemzővé. Minden, ami nyugatról jött – legyen az áru, termék, kulturális szokás, ideológia – elérhetővé vált, felértékelődött és a tudatosan alakított – sok esetben egyenesen manipulált – közhangulat azt sugallta, hogy ami magyar az eleve értéktelenebb, és egyébként is avított, maradi, sőt egyenesen bűnös dolog a nemzeti értékeket előtérbe állítani. Mindezek a folyamatok az identitástudat, nemzeti összetartozás érzésének gyengüléséhez vezettek, aminek következménye volt a 2004. december 5-ei – határon túli magyarok kedvezményes honosításának lehetőségéről szóló – népszavazás és az azt megelőző, a nemzet tagjait egymás ellen kijátszó kampány. A népszavazáson – annak ellenére, hogy többségbe kerültek az igenek – a magyarországi lakosság nem a szükséges létszámban támogatta a külhoni magyarok kedvezményes honosításának lehetőségét, a kezdeményezés elbukott, ami máig ható fájó seb a kollektív nemzettudatban. (2010 májusában, a hivatalba lépő Országgyűlés a kormány kezdeményezésére az egyik legelső intézkedésével orvosolta ezt a kérdést és lehetővé tette a külhoni magyarok magyarországi letelepedése nélküli állampolgárrá válását).

Mindezen jelenségek és folyamatok vezettek ahhoz a felismeréshez, hogy szükséges lehet egy olyan jogszabály megalkotása, amely lehetőséget teremt a nemzeti értékek előtérbe helyezésére és fokozott védelmére.

Az Országgyűlés által 2010. június 14-én elfogadott Nemzeti Együttműködés Nyilatkozatának A magyar mezőgazdaság megújítása című fejezetében a következő olvasható erre vonatkozóan: „El kell érni, hogy a nemzeti kiutat jelentő hungarikumaink kiemelt védelemben és támogatásban részesüljenek. A hungarikumok megtartása, leltározása és méltó támogatása nemzeti ügy, elsőrendű kormányzati, állami és társadalmi feladat kell, hogy legyen.”

A 2010-es választások után rövidesen napirendre került a jogi szabályozás előkészítése. Parlamenti képviselőkből és külső szakértőkből parlamenti hungarikum munkacsoport jött létre. 2012. február 21-én a Parlamentben tartották a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló törvényjavaslat általános vitáját. A kétéves előkészítő munka eredményeképpen és a bizottsági vélemények alapján a pártok között egyetértés mutatkozott a törvény megalkotásáról. A célok között a magyarságtudat erősítése, a határon belüli és határon túli magyar közösségek összefogásának elősegítése szerepelt. A szellemi, tudományos, kulturális és művészeti értékek számbavételének törvényi szabályozásával régi adósságát kívánta törleszteni a törvényhozás. Az Országgyűlés 2012. április 2-án ötpárti egyetértéssel, ellenszavazat nélkül fogadta el a hungarikum törvényt azzal a céllal, hogy megfelelő jogi keretet adjon a magyarság egésze számára fontos értékek azonosításához, gyűjtéséhez és dokumentálásához, lehetőséget biztosítva a minél szélesebb körben való megismertetésükhöz, megőrzésükhöz, védelmükhöz. Az előzőleg a társadalmi szervezetektől, a civilektől, tudományos és a néprajzos műhelyektől érkezett észrevételeit a törvényjavaslat kidolgozására kijelölt szaktárca, az akkori Vidékfejlesztési Minisztérium (ma Agrárminisztérium) beépítette a törvény szövegébe.

A Hungarikumok Gyűjteménye azokat a magyarság által teremtett szellemi, kulturális javakat, anyagi alkotásokat öleli fel, amelyeket minden magyar magáénak érezhet és tudhat világszerte, amelyek alapján a külföldiek megkülönböztethetnek bennünket más nemzetektől. A gyűjteménybe való bekerülésről a felterjesztett javaslatok alapján a Hungarikum Bizottság dönt.

Nemzeti örökségünknek, hagyományainknak nem ódon fogalmakként, hanem egyfajta lehetőségként kell jelen lenniük életünkben. A magyarországi szabályozás egyedisége abból fakad, hogy a nemzeti érték fogalmát semmilyen szempontból nem kívánja leszűkíteni. A megközelítés lényege, hogy csak az adott közösség döntheti el, hogy számára mi jelenti az értéket, mit tart értékesnek. Ennek megfelelően az érték fogalmát nem szűkítjük le csupán kulturális javainkra, vagy pusztán mezőgazdasági és ipari termékekre vagy épített és természeti környezetünkre, hanem mindezeket egységesen és átfogóan kezeli. Ebben a megközelítésben kulturális és civilizációs javaink ugyanúgy értéknek számítanak, mint kiemelkedő egyéniségeink világszínvonalú életművei. Fontos, hogy ezeket az értékeket összegyűjtsük, átadjuk az utókor számára, és természetesen fontos az is, hogy mindig legyen mögöttük egy olyan kezdeményező közösség, amely azokat felvállalni és képviselni is hajlandó.

3. A Nemzeti Értékpiramis rendszere

A törvény elsődleges célja egy átlátható hierarchikus rendszer kialakítása volt, amelyben minden érték elfoglalhatja az őt megillető helyet. Ennek megfelelően létrehozta az úgynevezett „nemzeti értékpiramis” rendszerét, amelynek három jól meghatározott szintje van. A piramis alján – a szubszidiaritás elvét követve, mely szerint minden döntést azon a lehető legalacsonyabb szinten kell meghozni, ahol arra vonatkozóan a legnagyobb rálátással rendelkeznek – a helyi (települési, tájegységi, megyei, ágazati, külhoni magyar) értéktárak szerepelnek. Az adott közösségek tagjai tudják leginkább, hogy számukra mi jelenti az értéket és annak fontossága miben is áll.

A törvény másik fontos jellegzetessége, hogy csupán keretet teremt – nem kötelez senkit – ahhoz, hogy a közösségek csatlakozzanak az értékfeltáró munkához. A helyi értéktárak és értéktár bizottságok önkéntesen hozhatóak létre az illetékes önkormányzatok által. A törvény lehetőséget biztosít az önkormányzatoknak arra, hogy megbízzanak az érintett település, tájegység, megye területén műkö-

dő, nemzeti értékek azonosítását, gondozását végző egyéb szervezetet is a feladat ellátásával. A helyi értéktár bizottságok döntése alapján helyi értéktárba bekerült érték nemzeti értéknek minősül. Jól mutatja a jogszabály pozitív fogadtatását, hogy annak életbelépését követő három évben több mint ezer település, minden megye létrehozta a saját értéktár bizottságát és értéktárát.

A külföldi magyar közösségek esetében a törvény nem az önkormányzatokat, hanem a legitim – a Magyar Állandó Értekezlet (MÁÉRT) munkájában részt vevő – magyar érdekképviselői, politikai szervezeteket bízta meg az értéktárak és értéktár bizottságok létrehozásával. Ennek oka, hogy határon túl az önkormányzatok esetében – elsősorban az etnikai realitások miatt – nem lenne biztosítható a magyar érdekek maradéktalan érvényesülése. A külföldi magyar szervezetek megbízhatnak helyi civil vagy egyéb szervezeteket, hogy létrehozzák az adott települési, tájegységi, megyei és nemzetrészi értéktárakat, azonban kezdeményező szervezettől függetlenül csupán egyet.

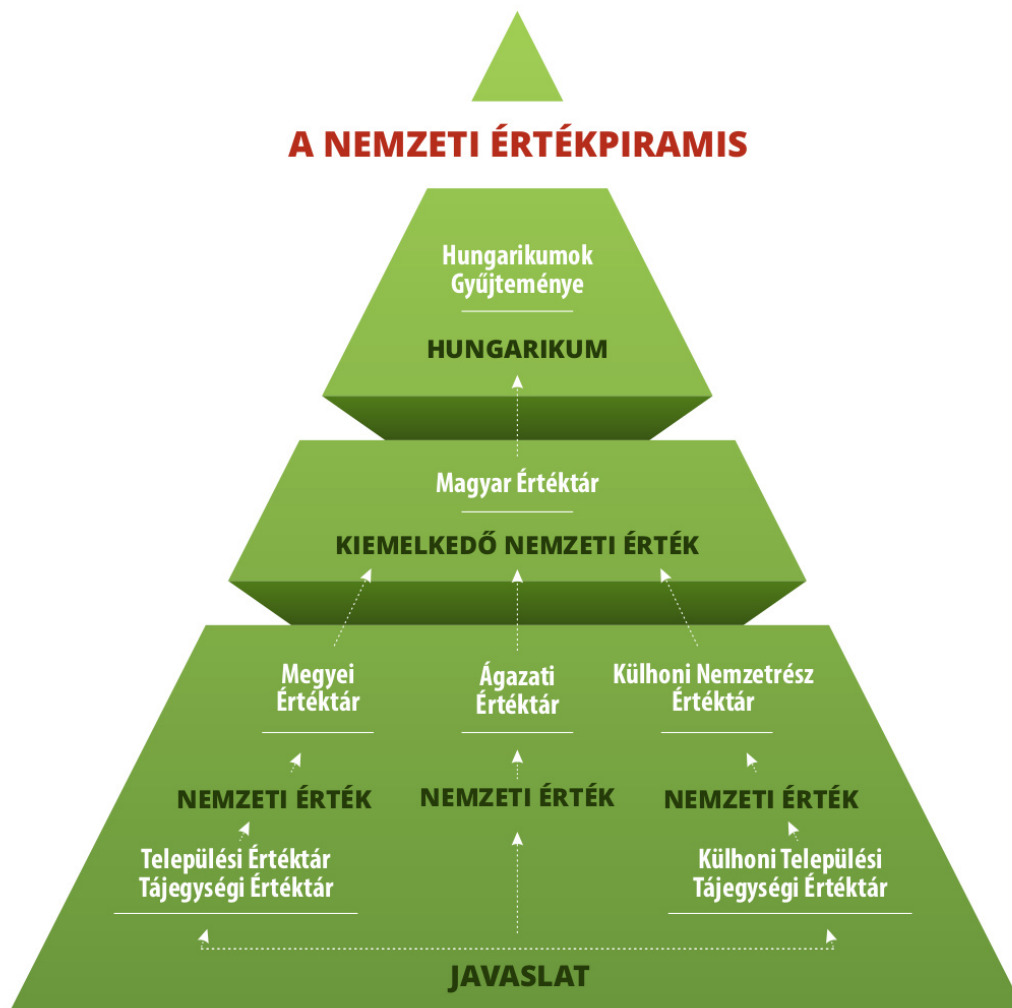
Az értékpíramis felsőbb szintjeire való lépésről már a Hungarikum Bizottság (továbbiakban HB) dönt, melynek munkáját hét darab ágazati szakbizottság segíti. A hungarikum törvény szabályozza a huszonegy tagú bizottság összetételét, melynek elnöke a mindenkori agrárpolitikáért felelős miniszter. A bizottságba négy tagot delegál a Magyar Országgyűlés, három tagot delegál a külföldi magyarok a MÁÉRT-on keresztül, egy-egy tagot delegálnak a szakminisztériumok, a Magyar Tudományos Akadémia, a Magyar Művészeti Akadémia és a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. A HB titkársági feladatait az agrártárca látja el.

A hungarikummá nyilvánítás alulról építkező, többlépcsős folyamat, melyet bárki kezdeményezhet a megfelelő formanyomtatvány benyújtásával. Ennek első lépcsőfoka az adott érték települési- vagy tájegységi (azaz közös települési) értéktár, külföldi települési- vagy tájegységi értéktár, avagy ágazati értéktár valamelyikébe való felvételének és nemzeti értéké nyilvánításának kérelme. Ha olyan nemzeti értékről van szó, amely konkrét településhez nem köthető, az adott nemzeti érték gondozója vagy fenntartója a beadvány tárgya szerinti minisztérium által működtetett ágazati értéktárhoz nyújthatja be a javaslatát.

Amennyiben a települési/tájegységi értéktárba már felvett nemzeti érték megyei jelentőségű, azt a megyei értéktárba lehet felterjeszteni, külföldi települési/tájegységi értéktárba már felvett nemzeti értéket pedig a külföldi nemzetrészi értéktárba.

A második lépcsőfok a megyei értéktárba, vagy külföldi nemzetrészi értéktárba, vagy az ágazati értéktárba már felvett nemzeti érték Magyar Értéktárba való felvételének, azaz kiemelkedő nemzeti értéké nyilvánításának kérelme, mely a megfelelő javaslati adatlap Hungarikum Bizottsághoz való benyújtásával történik.

A hungarikummá nyilvánítás utolsó lépcsőfoka a Magyar Értéktárba már felvételt nyert kiemelkedő nemzeti érték felvételének kérelme a Hungarikumok Gyűjteményébe. Ezt a felterjesztést szintén a Hungarikum Bizottsághoz kell benyújtani. Ezt az alulról felfelé történő építkezést nevezzük a Nemzeti Értékpíramis rendszerének. Ugyanakkor a piramis elv szerinti rendszerezés azt is lehetővé teszi, hogy egy-egy érték elfoglalhassa a maga helyét a rendszerben, annak megfelelően, hogy mekkora közösség számára jelent értéket. Ennek megfelelően mindegyik érték fontos és nem törvényszerű, hogy mindegyikből előbb vagy utóbb hungarikum legyen. Jelenleg, a 2022. év elején 83 darab hungarikumból, 142 darab kiemelkedő nemzeti értékből és több mint 10 ezer darab nemzeti értékből áll a Nemzeti Értékpíramis, amelynek építése időben és térben dinamikus folyamatként zajlik.



6. ábra: A Nemzeti Értékpíramis rendszere

4. Hungarikum eljárásrend

A magyar nemzeti értékek és hungarikumok értéktárba való felvételéről és az értéktár bizottságok munkájának szabályozásáról szóló 324/2020. (VII. 1.) Korm. rendeletben (a továbbiakban: Vhr.) meghatározott eljárásrend alapján lehet egy érték nemzeti érték, kiemelkedő nemzeti érték majd végül hungarikum. Minden hungarikum nemzeti érték is egyben, de nem minden nemzeti érték válik hungarikummá. Nagyon sok értéke van a magyarságnak, de csak a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítményének számító értékek kerülhetnek a Hungarikumok Gyűjteményébe, a Hungarikum Bizottság döntése alapján.

Értékfelvétel kezdeményezése

I. települési, tájegységi vagy megyei értéktárba: a felvételre javasolt érték települési, tájegységi vagy megyei értéktárba történő felvételét bárki a HB hivatalos honlapján közzétett nyomtatvány elektronikusan vagy postai úton történő benyújtásával kezdeményezheti. A nemzeti érték megyei értéktárba történő felvétele kezdeményezését megelőzően a felvételre javasolt érték települési, tájegységi értéktárba való felvétele szükséges.

II. külhoni települési, külhoni tájegységi vagy külhoni nemzetrészt értéktárba: a Magyarország határain túl fellelhető nemzeti értékek felvételét bárki írásban kezdeményezheti a területileg illetékes értéktár bizottságnál.

III. ágazati értéktárba: a miniszterek feladatkörébe tartozó nemzeti értékek felvételére javaslatot tehet az adott nemzeti értéket gondozó vagy fenntartó természetes vagy jogi személy az illetékes minisztériumnál.

IV. Magyar Értéktárba:

Nemzeti érték kiemelkedő nemzeti értékkel nyilvánítására javaslatot tehet:

- a) a HB tagja,
- b) a Települési, illetve Tájegységi Értéktár Bizottság, valamint a települési szervezet,
- c) a Megyei Értéktár Bizottság vagy a megyei szervezet,
- d) a Külhoni Nemzetreszt Értéktár Bizottság,
- e) az ágazati értéktárat működtető, hatáskörrel rendelkező miniszter,
- f) a települési, tájegységi, megyei, külhoni nemzetreszt és ágazati értéktárban nyilvántartott nemzeti értéket gondozó vagy fenntartó természetes személy vagy jogi személy.

V. Hungarikumok Gyűjteményébe:

Kiemelkedő nemzeti érték hungarikummá nyilvánítására javaslatot tehet:

- a) a HB tagja,
- b) a Települési, illetve Tájegységi Értéktár Bizottság, valamint a települési szervezet,
- c) a Megyei Értéktár Bizottság vagy a megyei szervezet,
- d) a Külhoni Nemzetreszt Értéktár Bizottság,
- e) az ágazati értéktárat működtető, hatáskörrel rendelkező miniszter, valamint
- f) a Magyar Értéktárban nyilvántartott kiemelkedő nemzeti értéket gondozó vagy fenntartó természetes vagy jogi személy.

Soron kívüli értékvétel

Bizonyos értékek a Vhr.-ben foglalt javaslattevő eljárástól függetlenül is bekerülhetnek a Magyar Értéktárba, Hungarikumok Gyűjteményébe arra tekintettel, hogy ezen értékeket más neves értékgyűjtő rendszerben már elismerték és nyilvántartják:

- a) Az uniós oltalom alatt álló nemzeti értékek és a nemzetközi elismerésben részesített nemzeti értékek a HB külön elbírálása alapján minősülhetnek kiemelkedő nemzeti értéknek.
- b) Az Egyesült Nemzetek Oktatási, Tudományos és Kulturális Szervezete által kiemelkedő egyetemes értéknek vagy szellemi kulturális örökségként nyilvántartott értékek a HB külön elbírálása alapján minősülhetnek hungarikumoknak.

A javaslat tartalma

Az egyes értéktáraknak megfelelően, a Vhr. mellékletek megfelelő kitöltésével lehet javaslatot tenni.

Az érték felvételére irányuló javaslat főbb tartalmi elemei:

- a) a javaslattevő adatai,
- b) az értéktárba felvételre javasolt nemzeti érték adatai,
- c) az értéktárba felvételre javasolt nemzeti érték fényképét vagy audiovizuális-dokumentációját (hozzájárást ezek további felhasználásához),
- d) az értéktári szintnek való megfelelést valószínűsítő dokumentumokat, valamint
- e) szakértő, illetve szakmai vagy civil szervezet támogató vagy ajánló levelét.

Döntésre jogosult:**I. Nemzeti értékkel nyilvánítás:**

- a) települési, tájegységi, megyei, külhoni települési, külhoni tájegységi, külhoni nemzettrész értéktár esetén a helyi értéktár bizottság,
- b) ágazati értéktár: miniszter.

II. Kiemelkedő nemzeti értékkel nyilvánítás:

- a) Magyar Értéktár – Hungarikum Bizottság. (Az illetékes szakbizottság szakmai ajánlását követően tárgyalhat az érték felvételéről. A szakbizottság döntése nem kötelező a Hungarikum Bizottságra, attól eltérhet.)

III. Hungarikummá nyilvánítás

- a) Hungarikumok Gyűjteménye – Hungarikum Bizottság (Az illetékes szakbizottság szakmai ajánlását követően tárgyalhat az érték felvételéről. A szakbizottság döntése nem kötelező a Hungarikum Bizottságra, attól eltérhet.)

A 2020. július 1-én megjelent 324/2020. Korm. rendelet hatályon kívül helyezte a 114/2013. (IV.16.) Korm. rendeletet a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény (Htv.) többszöri módosítása, a gyakorlati tapasztalatok, a jogalkotási szabályok változása, valamint a módosítandó rendelkezések terjedelme miatt. Az új rendeletben rögzített változások a következők:

- Az egységes jogalkalmazás érdekében szabályozni kellett, hogy ki és milyen módon kezdeményezheti egy érték egy adott nemzeti értéktárba történő felvételét. A rendeletben meghatározásra kerültek a javaslat benyújtásához szükséges adatok, információk, nyilatkozatok, a gyakorlati tapasztalatok alapján tett kiegészítésekkel.
- Az értékpiramis minden szintjén indokolt a nemzeti értékek szakterületenkénti kategóriái fejezetének kiegészítése a nemzetiséghez kapcsolódó érték fogalmának meghatározásával, tekintettel arra, hogy a Htv. preambuluma alapján a nemzeti értékek tárházát gazdagítják a magyarországi együtt élő népek, az államalkotó nemzetiségek. Az egyes értéktárakban fellelhető értékek nemzetiségi vonatkozásokra is specifikusan kereshetőeknek, kutathatóaknak kell lenniük.
- Az értéktárak naprakész nyilvántartása indokolja, hogy a települési-, tájegységi, és megyei értéktárak létrehozását, illetve az egyes adataikban bekövetkezett változást a települési önkormányzatok, a tájegységi értéktár székhely szerinti önkormányzatok az illetékes megyei értéktár bizottságnak, a megyei önkormányzatok a Hungarikum Bizottságnak 30 napon belül bejelentésük.
- A Htv. a minisztériumok számára az ágazati értéktárak működtetését írja elő annak érdekében, hogy olyan nemzeti értékeket, amelyek nem köthetők településhez, megyéhez, de országos jelentőségűek, ágazati értéktárba felterjeszthessenek a javaslattevők.

A jogalkotó célja az, hogy az értékgyűjtésbe minél több társadalmi szereplő bekapcsolódjon. A magyarországi megyei önkormányzatok mindegyike létrehozta a megyei értéktár bizottságot, Budapest főváros azonban nem. Ennek érdekében, hogy budapesti kerületi értékek is bekerülhessenek az értékpiramis megyei szintjét jelentő fővárosi értéktárba, a végrehajtási rendelet új szabályozása alapján a Hungarikum Bizottság dönt ebben az esetben a javaslatról és kezeli a Budapest Fővárosi Értéktárat.

Társadalmi igényként jelentkezik, hogy a Hungarikum Bizottság a kiemelkedő nemzeti értékkel minősített értékről a nemzeti érték gondozója, vagy az ilyen terméket előállító magánszemély vagy vállalkozás kérelmére igazolást bocsásson ki a Magyar Értéktárba történő felvételről, amit rendez a szabályozás.

A Magyar Állandó Értekezleten (MÁÉRT) részt vevő külhoni szervezet vagy szervezetek a saját országuk vonatkozásában külhoni nemzetrészt értéktár bizottságot hozhatnak létre, amely szervezheti az országhatáron túl fellelhető nemzeti értékek azonosítását, dönthet a külhoni nemzetrészt értéktárba bekerülő nemzeti értékről, létrehozhatja a külhoni nemzetrészt értéktárat és megküldheti azt a Hungarikum Bizottságnak. A Hungarikum Bizottság egy település esetén kizárólag egy külhoni települési értéktár, egy tájegység esetén kizárólag egy külhoni tájegységi értéktár működését veheti figyelembe.

A Htv. 2015. évi módosításával a külhoni nemzetrészt értéktárakat, valamint a külhoni települési, illetve külhoni tájegységi értéktárakat és bizottságokat nem magyarországi, hanem külföldi szervezetek hozhatják létre, ezért a hazai értéktárakra vonatkozó szabályok elválasztásra kerültek a külhoni értéktárakra és értéktár-bizottságokra vonatkozó szabályoktól. Ez utóbbiak vonatkozásában kizárólag megengedő rendelkezéseket tartalmaz a végrehajtási rendelet.

5. Nemzetpolitikai összefüggések

A Kárpát-medence természetes ökológiai egységet alkot, melyet a határokon inneni és túli magyarság kulturális és történelmi kapcsolata fűz egybe. A térség a politikai, piaci és közlekedési akadályok fokozatos leomlásával, potenciális gazdasági növekedés elé néz. A Kárpát-medencén belüli, országhatárokon átívelő régiók újraéledése idővel lehetővé teszi az adott területek, települések gyorsabb ütemű felemelkedését. A Kárpát-medence országai között a gazdasági, földrajzi adottságokat kihasználó, többretegű kapcsolatrendszerben rejlő előnyök kamatoztatása nemzetpolitikai érdek. A hálózati gazdaság fejlesztéséhez, nemzetstratégiai keretprogramok megvalósításához nagyban hozzájárulhat a hungarikumok ügye is. A magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény (Htv.) nemzeti megközelítésű jogszabály, amelynek célcsoportja és célterülete nem csupán Magyarországra terjed ki, hanem minden olyan közösségre, amelyet magyar emberek alkotnak.

A hungarikum törvény 2015. évi módosításnak köszönhetően összhangba került a Magyar Értéktárba és a Hungarikumok Gyűjteményébe javaslatot tevő személyek és szervezetek köre. Javaslatot a Hungarikum Bizottság tagja, a helyi szintű értéktár bizottságok, ágazati értéktárat működtető miniszterek tehetnek, illetve az a személy vagy szervezet, aki azt eredetileg benyújtotta. A módosítás tartalmazza a hungarikum kifejezés visszaélésszerű használatának tiltását is. A hungarikum kifejezés jogi személyek, kereskedelmi és vendéglátóipari egységek elnevezésében a Hungarikum Bizottság hozzájárulásával használható, amelynek célja, hogy a hungarikum megjelölést a hungarikum törvény rendelkezéseivel összhangban levő tevékenységet folytató vállalkozások, kereskedelmi egységek használják, ezáltal a hungarikummá minősített nemzeti értékek magasabb védelemben részesüljenek.

A törvénymódosítás egyik legfontosabb rendelkezése a külhoni értékgyűjtés magyarországi mintára történő megteremtése volt. Ezek alapján a Magyar Állandó Értekezleten⁴¹ részt vevő külhoni szervezetek a saját országuk vonatkozásában Külhoni Nemzetrészt Értéktárat működtethetnek. Emellett a külhoni önkormányzatok, jogi személyek saját országuk vonatkozásában – a Magyar Állandó Értekezletre meghívott külhoni szervezet támogatása esetén – települési, tájegységi értéktárat hozhatnak létre. A cél az, hogy az országhatáron túl is megvalósulhasson a helyi szintű értékgyűjtés, az alulról felfelé érkező kezdeményezések támogatása és biztosítható legyen azok becsatornázása az egységes Nemzeti Értékpiramis rendszerébe.

⁴¹ *A Magyar Állandó Értekezletet a parlamenti, illetőleg tartományi képvisellel rendelkező határon túli magyar szervezetek, a magyarországi parlamenti pártok, a Magyar Kormány, valamint a nyugati magyarság képviselői alkotják, de minden esetben biztosítva a térség valamennyi magyar nemzeti közösségének részvételét. A Magyar Állandó Értekezlet évente legalább egy alkalommal a Magyar Köztársaság Miniszterelnöke meghívására ül össze.*

A külhoni magyarság köreiben kibontakozó hungarikum mozgalom segítségével teljes képet kaphatunk a nemzetünket alkotó közösségek egyediségéről, különlegességéről. A törvénymódosítás eredményeként elindult a határon túli értékgyűjtő mozgalom aktív szerveződése, melynek során létrejött a Horvátországi Magyar Nemzetresz Értéktár és Bizottság, a Felvidéki Értéktár és Bizottság, az Erdélyi Magyar Értéktár és Bizottság, a Vajdasági Magyar Értéktár és Bizottság, a Muravidéki Magyar Értéktár és Bizottság, a Kárpátaljai Magyar Értéktár és Bizottság és a Burgenlandi Nemzetresz Értéktár és Bizottság. Ebben a rendszerben külön státuszt képvisel a legnagyobb külhoni magyar tömböt képviselő tájegységi értéktár a Székelyföldi Értéktár és Értéktár Bizottság.

A törvény integratív, az érték fogalmát egyetemesen elismerő jellegét bizonyítja, hogy annak eredetét nem köti etnikai szempontokhoz. A magyar nemzeti értékek körét kiterjeszti a magyarsággal évszázadok óta együtt élő, államalkotó szerepet játszó egyéb nemzetiségek által előállított értékekre is, ezzel is azt sugallva, hogy minden a Kárpát-medencében élő közösség egyformán fontos számára. Ennek a szemléletnek köszönhetően, az értékpiramis különböző szintjein helyet foglalnak az elsősorban nemzetiségekhez köthető értékek is. Amennyiben a Hungarikumok Gyűjteményét vesszük csupán górcső alá, azt láthatjuk, hogy a jelenlegi hungarikumok között van elsősorban a cigánysághoz, a Magyarországon élő délszlávokhoz, vagy éppen a szlováksághoz kapcsolódó érték is.

6. A hungarikum védjegy

A hungarikum védjegy elsődleges feladata a hungarikum mozgalom során nevesített értékek beazonosítása. A hungarikum védjegy nem tanúsító védjegy, azaz önmagában nem tanúsítja annak a hungarikumra nyilvántartott terméknek vagy szolgáltatásnak a minőségét, amely esetében a használatot engedélyezték. A jogi szabályozás szerint ez a védjegy a Hungarikum Bizottság tevékenységének megjelenítésére, valamint a Hungarikumok Gyűjteményében szereplő hungarikumok megismertetésének elősegítésére szolgál.

A hungarikum védjegy használatát – a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény alapján – a Földművelésügyi Minisztérium (ma Agrárminisztérium) mint védjegyjogosult a hungarikumot gondozó vagy fenntartó természetes vagy jogi személy kérelmére engedélyezheti. A kérelem benyújtása és a hungarikum védjegy használata ingyenes. Az engedély nélküli védjegyhasználat, valamint a védjegyhasználati szerződés megszegése esetén az Agrárminisztérium bírósági úton, védjegybitorlás jogcímen fellép.

A védjegy leírása

A védjegy, a magyar nemzeti színekkel, fehér alapon, a Szent Koronát formázza meg. A motívum felső ívét balról jobbra kifutóan a piros szín, az alsó – balról jobbra, majd dinamikus visszahajló spirális – ívét a zöld szín rajzolja ki. A trikolor középső, fehér elemét az alap fehér színe adja, lehatárolatlanul. A koronaforma felső-középső részéhez piros színű, balra dőlt kereszt simul. A koronamotívum alsó (abroncs) részét – az íves elem talpával azonos szélességű – hungarikum felirat képezi, csupa nagybetűvel. A felirat HUN eleme piros, a GARIKUM szövegrész zöld színű.

A hungarikum védjegyhasználat elérésének részletes folyamata

Az Agrárminisztérium Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalánál lajstromozott, 212788 és 212789 lajstromszámú, színes illetve fekete-fehér ábrás „Hungarikum” megjelölésű védjegyeinek használata szerződéshez kötött.

A védjegyhasználat iránti kérelem benyújtásának feltétele, illetve a kérelem elbírálási folyamata az alábbi:

1. A kérelem benyújtása

1.1. A védjegyhasználat iránti kérelmet egy példányban kell benyújtani és annak a következőket kell tartalmaznia:

- a kérelmező nevét, címét, telefonszámát, e-mail címét;
- a kérelmező által gondozott hungarikum megjelölését (a Hungarikumok Gyűjteménye szerinti megnevezéssel);
- annak bemutatását és igazolását, hogy a kérelmező által előállított áru vagy az általa nyújtott szolgáltatás igazolhatóan kapcsolódik az adott hungarikumhoz;
- tagsághoz kötött tevékenység esetén a tagsági viszony igazolását;
- a használni kívánt védjegy megjelölését (színes ábrás és/vagy fekete-fehér);
- azoknak az áruknak, illetve szolgáltatásoknak a Nizzai Megállapodás szerinti megjelölését (<http://classifications.sztnh.gov.hu/nice/> – elegendő az osztály megjelölése), amelyekkel kapcsolatban a kérelmező használni szeretné a védjegyet⁴²;
- szövetkezet és gazdasági társaság esetén a cégjegyzékszámot;
- egyesület vagy alapítvány esetén a bírósági nyilvántartás számát;
- képviselet esetén a képviselő nevét és címét.

1.2. A védjegyhasználat iránti kérelemhez csatolni kell:

- a kérelmező rövid bemutatását, amely különösen a következőket kell, hogy tartalmazza:
 - a) ismertetés a kérelmezőnek az adott gazdasági ágazatban betöltött szerepéről;
 - b) a kérelmező és jogelődei fennállásának (működésének) együttes időtartama;
 - c) a kérelmező – a kérelem benyújtását közvetlenül megelőző három üzleti évben elért – éves nettó árbevétele;
 - d) a kérelmező tárgyévi vagy tárgyévet követő évre vonatkozó üzleti tervének tartalma;
 - e) a kérelmező védjegyeinek, formatervezési mintaoltalmainak és egyéb iparjogvédelmi jogainak megjelölése.
- egyesület, alapítvány, szövetkezet és gazdasági társaság kérelmező esetén a NAV igazolását arról, hogy a kérelmezőnek nincs köztartozása;
- természetes személy kérelmező (egyéni vállalkozó) esetén a 30 napnál nem régebbi erkölcsi bizonyítványt;
- képviselet esetén a meghatalmazást.

2. A védjegyhasználat iránti kérelem elbírálása

A Hungarikum Védjegy Szakbizottság Titkára (a továbbiakban: Titkár) a kérelem benyújtását követő 30 napon belül megvizsgálja, hogy a védjegyhasználat iránti kérelem az 1.1. és 1.2. pontokban előírt valamennyi követelménynek megfelel-e. Alaki vagy tartalmi hiányosság esetén a Titkár a kérelmezőt a hiányok pótlására hívja fel. Amennyiben a kérelmező a hiánypótlásra való felhívásnak nem tesz eleget, illetve a hiányosság pótlásához szükséges idő figyelembevételével megállapított határidő meghosszabbítását sem kéri, a javaslatot a Hungarikum Védjegy Szakbizottság (a továbbiakban: Szakbizottság) érdemben nem tárgyalja meg és erről a Titkár a javaslattevőt értesíti.

⁴² Csak az szerepeljen, amire a „hungarikum” vonatkozik pl. hangszer hungarikum esetében a hangszerekkel kapcsolatos osztályt kell megjelölni, tekintettel arra, hogy kérelmező jogosult lesz a szerződés külön rendelkezése értelmében az áruját/szolgáltatását reklámozni, hirdetni pl. névjegykártyán, levélpapíron, cd-n vagy dvd-n feltüntetni stb. Szükségtelen további áru/szolgáltatási osztály megadása.

Az 1.1. és 1.2. pontokban előírt követelményeknek megfelelő kérelemről a Titkár értesíti a Szakbizottság elnökét, aki gondoskodik a Szakbizottság összehívásáról.

A Szakbizottság a védjegyhasználat iránti kérelmet az alapján bírálja el, hogy a kérelmező és az általa forgalomba hozni kívánt áru, illetve általa nyújtott szolgáltatás méltó-e arra, hogy azt a fogyasztók a védjegy használata során a magyarság csúcsteljesítményét, kiemelt értéket vagy védett természeti értéket megtestesítő hungarikumként azonosítsák. Ennek mérlegelésekor a Szakbizottság különösen az alábbi szempontokat veszi figyelembe:

- a) a kérelmező által előállított áru vagy az általa nyújtott szolgáltatás igazolhatóan kapcsolódik-e az adott hungarikumhoz;*
- b) a kérelmező régóta gyárt-e olyan terméket, illetve régóta nyújt-e olyan szolgáltatást, ami az adott hungarikumhoz kötődik, továbbá ezek a termékek vagy szolgáltatások a fogyasztók körében ismertek-e;*
- c) földrajzi árujelző-oltalommal védett megjelöléssel vagy védjeggyel ellátott hungarikum esetén a kérelmező jogosult-e a földrajzi árujelző, illetve a védjegy használatára.*

3. A védjegyhasználat engedélyezése, a szerződés megkötése

A Szakbizottság a 2. pontban felsorolt szempontok alapján a védjegyhasználati engedély iránti kérelemről a kérelem napirendjére vételétől számított 90 napon belül dönt, és arról a javaslattevőt írásban értesíti. A Hungarikum Bizottság által elfogadott termék/szolgáltatás leírásban meghatározott minőségügyi követelményeknek való megfelelési vizsgálat jogát a Szakbizottság fenntartja. A Szakbizottság a védjegyhasználatot a Nizzai Megállapodás olyan osztálya kapcsán engedélyezi, amellyel kapcsolatban az adott hungarikum jellegéhez igazodóan a jogszerű védjegyhasználat megvalósulhat. A Szakbizottság védjegyhasználati szerződést jóváhagyó döntése alapján, annak megfelelő tartalommal a kérelmezővel a védjegyjogosult Agrárminisztérium köti meg a védjegyhasználati szerződést.

7. Külföldi példák az érték, mint gazdasági erőforrás kihasználására

Minden ország és nemzet törekszik arra, hogy értékeit megismerhetővé, bemutathatóvá tegye. Ez minden esetben kettős célt szolgál, egyrészt szól az adott ország lakosainak, másrészt a külföldieknek. Belföld irányába elsősorban az önbecsülés, a nemzeti büszkeség fokozását célozza, elősegíti a hazai termékek piaci lehetőségeinek javulását, a hazai turizmus erősödését. A külföld irányába egyrészt országimázs-építési, másrészt gazdasági érdekérvényesítési célokat szolgál. Az európai nemzetek márkaépítését, eredetország hatását, a védjegyrendszereket, „hazafias fogyasztás” jelenségét összehasonlítva, a hungarikum törvény komplexitásához hasonló kezdeményezés sehol sem található.

Európában a „Made in Germany” eredetmegjelölés napjainkra védjeggyé vált, azonban Németország nem rendelkezik olyan jogszabállyal, amely előírná, hogy mikor és milyen céllal lehet a jelzést használni. Az „Ausztia Nemzetmárkájával” (Nation Brand Austria) kapcsolatban egy átfogó kommunikációs stratégiára helyezték a hangsúlyt, amelynek célcsoportját a nemzetközi ifjúság megnyerésében határozták meg. Franciaország is nemzet márkájának erősítésével kívánja elősegíteni gazdaságának fellendülését (La Marque France, Label Rouge). Spanyolország országimázst, belföldi és külföldi piacokon a spanyol termékek elismertségének emelését a „Marca España” márka létrehozása és törvényi megerősítése hivatott szolgálni. A „Made in Britain” civil kezdeményezésű szervezet, célja a Nagy-Britannia és Észak-Írország területén gyártott, bármilyen formában előállított termékek megkülönböztetése más, exportált árucikkektől, továbbá: az Egyesült Királyság turisztikai terméként való népszerűsítéséért a Visit Britain és Visit England szervezetek felelősek. A „Hrvatska kvaliteta”, azaz a Horvát Minőség jelölés olyan termék csomagolására helyezhető fel, illetve olyan

szolgáltatás népszerűsítésében használható, amely megfelel a minőségi előírásoknak, valamint előállítás Horvátországban történik.

A hungarikum szabályozást illetően a Marca Espana-ban fedezhetők fel analógiák. Spanyolország országimázsát belföldi és külföldi piacokon erősítő Marca España (Spanyol Márka) egy hosszú távú szakpolitikai stratégia által megalkotott szervezet. A Marca España-t a 2012/998. számú, 2012. június 28-án deklarált királyi rendelet hozta létre. A szervezet élén egy kinevezett kormánybiztos áll, akinek feladat- és hatáskörébe a tervezési és koordinációs feladatok ellátása tartozik, olyan állami és privát szférában érintett egységekkel együttműködésben, amelyek Spanyolország nemzeti márkájának erősítésének érdekében folytatnak tevékenységet. A Marca España tevékenységi körébe tartozik a projekt által elindított és befolyásolt folyamatok megfigyelése és elemzése, a feladatok tervezése és a kivitelezés koordinálása, a kommunikáció és terjeszkedés, valamint a cselekvési irányvonalak meghatározása és követése. A szervezet hivatásának tartja, az üzleti kezdeményezések és innovatív projektek számára a legtágabb körű nyilvánosság biztosítását a közösségi média és az Marca España hírlevelek adta lehetőségek által.

Az elemzőtevékenységhez kapcsolódóan az országmárka fejlődésének, evolúciójának utánkövetése érdekében, a Marca España mellett létrehozták a MESÍAS projektet (Marca España System for Applied Intelligence), amely kvantitatív kutatási eredményekkel vizsgálja a „Spanyol Márka” által elért hatásokat. A kutatásokat az ESIC Business and Marketing Schoollal (ESIC Üzleti és Marketing Főiskola) együttműködésben végzik az Elcano Királyi Intézet felügyelete alatt. Annak érdekében, hogy a kutatások valós képet adjanak vissza, két részre bontották az ME által lefedett területeket. Az intézményi minőség, turizmus, sport, kulturális örökség, valamint multinacionalizmus alkotja az egyik kutatási kört. A másik kutatási körben Spanyolország vezető vállalatai szerepelnek, mint például a Balay, Campofrío, Aviva, Ernst and Young. A MESÍAS projekt első felmérése a spanyol exportőrök, valamint a Spanyolországból származó termékek és szolgáltatások nemzetközi piacon való megítélésére irányult, mely alapján a „Marca España Confidence Index” (Spanyol Márka Bizalmi Indexe) alakul.

A Marca España a felsorolt tevékenységeken belül és velük párhuzamosan, egyszerre több területen van jelen. 2014-ben a Forética vállalattal kötött megállapodás által, saját tagjaiból létrehozott egy munkacsoportot, amely a spanyolországi vállalatok társadalmi felelősségvállalását elemzi.

Létrehozták a Spanyol Vezető Márkák Fórumát, amely több mint száz vállalatot foglal magába a Külügyi és Külkapcsolatokért Felelős Minisztériummal, a Gazdasági és Versenyképességi Minisztériummal, az Ipari, Energetikai és Idegenforgalmi Minisztériummal, a Spanyol Export és Befektetés csoporttal, valamint a Spanyol Szabadalmi és Védjegy Hivatallal együttműködésben. A kooperáció célja, hogy elősegítse a spanyol márkák nemzetközi népszerűsítését, hozzájáruljon a spanyol gazdasági növekedéshez és, hogy a Marca España a minőség és presztízs szinonimájává váljon, valamint hogy kiemeljék Spanyolország erősségeit: az ország kulturális örökségét, nyelvét, a tudományt, a technológiát, a turizmust, a divatot, a konyhát.

8. Helyi érték, helyi erőforrás, hungarikum, nemzeti erőforrás

A hungarikum mozgalom működtetésével elérhető egyfajta, a hungarikum törvényben is célként megfogalmazott társadalomfejlesztő hatás. Ennek eredményeként az adott településen vagy annak szomszédságban az emberek részvételi szándéka növekszik a közösségi életben, aktivizálódnak, az egyetértés és együttműködési hajlam erősödik az értékfeltáró munkában. Az inaktív állapotból az érintett emberek cselekvő állampolgárrá válnak. A településsel együtt, aktív, cselekvő részvételükkel újabb szolgáltatások, vállalkozások jöhetnek létre, ennek következtében gazdaság- és társadalomfejlesztés különböző új formái jelenhetnek meg. A hangsúlyt továbbra is a közösségi tervezésre kell helyezni az állami, a vállalkozói és a magánszféra együttműködése által, a három szektor együttmű-

ködése elengedhetetlen a fejlesztéshez. Ennek koordinálásában az értéktár bizottságnak aktivitása nélkülözhetetlen.

A nemzet ugyanis azáltal nemzet, ha annak tagjai értékelvű összeköttetésben élnek. Lennie kell egy olyan értékminimumnak – politikusi szóhasználatban ezt legtöbbször nemzeti minimumnak nevezik –, amit a nemzet tagjai vitán felül elfogadnak, amiben konszenzus van. Ilyen minden vitán felüli közös érték legtöbbször az anyanyelv, a nemzet tagjaihoz kötődő kulturális teljesítmény, a néhol reálisan értékelt, néhol pedig heroizált történelmi múlt, a dicső elődök megkérdőjelezhetetlen szakmai, tudományos, erkölcsi természetű teljesítménye. A hungarikum értékpiramisban ugyan különbség van a csúcson lévő országos, nemzeti jelentőségű hungarikum, valamint a piramis talapzatát alkotó alapszintű értéktárakban fellelhető, helyi jelentőségű nemzeti értékek között, de ez – struktúrából fakadó hierarchikus különbség – csöppet sem csökkenti az utóbbiak szerepét.

A csúcstermékekért, vagy „csúcsértékekért” lehet rajongani, de a kisebb jelentőségű, azonban saját érték mindig fontosabb lesz a személy számára, mert érzelmek és élmények kötnek hozzá, amik az identitásképzés során fontosabbak, mint egy távoli nagyhírű érték. A hungarikumok a nemzet, az ország számára egyetemesen jelentős értékek, míg a helyi értékek az adott közösség mindennapi életében játszanak meghatározó, jelentős szerepet.

Az egyén közösségekben él. Legkisebb halmaz a szűk családi kör, melyet a rokonság követ, ennél tágabb a baráti kör, egy település közössége, a tájegység, esetleg a megye hovatartozást biztosító identitása, végül az országhatárok és a nemzetközösség földrajzi határai definiálják az egyén helyét a világban. Az Európai Unió létrejötte óta európai identitásról is beszélnek, de ezt éppen az elmúlt években tépázza meg és ássa alá egy bürokratikus egységesítésre törekvő szándék, mely figyelmen kívül kívánja hagyni az évszázadok során kialakult helyi közösségeket, azok akaratát, önrendelkezési jogát, hagyományait. A városok (metropoliszok) általában elidegenedett helynek számítotak, ezzel szemben a vidék volt mindig egy adott ország, nép, nemzet identitásának alapja. A vidék képviseli az állandóságot, a múltra irányultságot, azt is mondhatjuk, amíg egy ország rendelkezik olyan (háttországgal, alappal) mely ápolja és fenntartja a hagyományait, nemzeti értékeit, addig él a nemzet. A vidék ugyanis nem csak a fizikai erőforrást jelent, hanem a szellemet is. Nem feltétlenül kulturális értelemben, ugyanis egy nagyváros programkínálatával természetesen nem vetekedhet egyetlen kis-település sem, de létezhet olyan kulturális érték, például a néphagyomány, mely tömegeknek szól, és nem a „versenysportot” űző kivételezett egyéneknek. Városban egyénekről és egyének csoportjairól beszélhetünk, vidéken – ideális esetben – közösségekről. Így van ez a magyar nemzet esetében is. Nem véletlen, hogy azok a tizenkilenc és huszadik századi ideológiák, amelyek a nemzet kulturális önazonosságát, önbecsülését, identitását akarták felszámolni bizonyos homályos célkitűzések érdekében, elsősorban a vidéki létforma alapjait próbálták felszámolni, kisebb-nagyobb sikerrel.

A város mint centrum sok tekintetben szemben áll a vidékkel mint perifériával. Az értékteremtés, értékmegőrzés tekintetében más és más módon kell megközelíteni az egyes település típusokat. Figyelembe kell venni a helyi sajátosságokat, és azokat egységben kell kezelni. A települési vagy megyei értéktárak ezáltal válhatnak önmagukban teljes értékűvé, mert tökéletesen ellátják feladataikat. Segít a településen élők önazonosságának meghatározásában, mely kapcsolódási pontot jelent a számukra. Ennek pedig már gazdasági hatása is lehet, elősegítheti egy település vagy régió fenntarthatóságát. A hely ugyanis nem csak egy földrajzi egység, fizikai tér, hanem a helyben lakók összes kapcsolatrendszere, valamint olyan gazdasági, társadalmi viszonyrendszer, amely az egyéni érdek mellett közös érdeket és közös identitást is feltételez. Az egyén boldogulása vagy nehézsége sokkal nagyobb hatással van a közösség többi tagjára, mint egy városban. Természetesen város és város között is különbség van, alapjaiban más egy kisváros, egy közepes város, a nagyváros, vagy esetleg metropolisz értékekhez, hagyományokhoz való viszonya. Az egyének egy hálózat részei, a közösség részeinek pedig óhatatlanul együtt kell működniük. Egyéni és közösségi érdek összefonódik, és hatással van egymásra.

A helyi erőforrások számosak lehetnek. A földrajzi, természeti erőforrások általában adottak, ki kell aknázni a bennük rejtőző lehetőségeket (Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai, a

Bükkaljai kőkultúra, Hévízi-tó, Fertő/Neusiedlersee kultúrtáj). Kreativitással és közös munkával a kulturális örökségünkől és társadalmi erőforrásokból lehet értéket teremteni (Hollókő ófalu és környezete, Mohácsi busójárás, kulturális programok). A humán erőforrás lehetőséget teremt speciális tudást igénylő tevékenységek (népi mesterségek) gyakorlására (kalocsai népművészet, halasi csipke) illetve innovációra. Intézményi erőforrás birtokában a település egy egész és komplett arculatot tud kialakítani magának, amibe közvetve vagy közvetlenül a település jóformán összes szereplője részt tud venni (Hévízi-tó). Speciális termékek (tradicionális) is erőforrásai lehetnek egy helyi közösségnek. Amennyiben hagyományos értékről van szó (például tokaji aszú, herendi porcelán, kalocsai örölt paprika) úgy a legtökéletesebb termelőtevékenységről beszélhetünk, ugyanis helyi alapanyagból készül, nagy a hozzáadott érték, és ráadásul identitásalkotó értéke is kimagasló.

9. Társadalmi érték-erőforrások és szerepük

A hungarikum törvény az alulról felfelé történő közösségi építkezés szellemiségét támogatja. A hungarikum piramis működésének a közösségi és társadalmi haszna abban mutatkozik meg, hogy a származás, az eredet, a minőség, a kiválasztás, a nemzeti védjegyzettség lehetőségeit azonosítja és kiszámítható végrehajtási menetrend szerint vizsgálja. A rendszer legnagyobb közösségi haszna rejtett társadalmi értékerőforrások, tartalékok felfedezésében rejlik. Nagyon fontos, hogy magukkal mint patrióta közösséggel tisztában legyenek és az is különösen fontos, hogy önbizalmukat, önbecsülésüket közösségként megfelelő szinten és mértékben tudják megélni és képviselni.

Mindenkinek van szülőhelye, és létezik olyan közösség, amelyből származik. Ezeket nevezzük átfogóan az egyén gyökereinek. Tamási Áron örökérvényű szavaival: „*Azért vagyunk a világon, hogy valahol otthon legyünk benne*”. Azonban, a gyökerek csak akkor fontosak számunkra, ha azokkal kapcsolatosan pozitív képzeteket, érzelmeket társítunk. Ahhoz, hogy ezek az érzelmek kialakulhassanak, arra van szükség, hogy az adott helyet, illetve közösségi értékeit megismerjük. Ebből a szempontból is jelentős szerep hárul a helyi értéktárra, amelyek összegyűjtik és megismerhetővé teszik az adott település, közösség legfontosabb értékeit.

Az, hogy mikor mit értünk releváns „szülőföld” meghatározás alatt, szintén relatív. Az adott településen belül az számít, hogy annak melyik részén lakunk (például a székelyek különbséget tesznek, felszeg és alszeg között), ha a megyeszékhelyen járunk középiskolába és társainknak meséljük el, hogy hová valósiak vagyunk, akkor a település vagy a kisebb tájegység nevét mondjuk. Ha egyetemre járunk valamely nagyvárosban vagy Budapesten, és a honnan jöttünk kérdésre válaszolunk, itt már felmerülhet a nagyobb tájegység (például: Dunántúl, Észak Magyarország stb.), illetve a megye. Ezen a szinten a kistelepülés konkrét neve már kevésbé fontos. Ha Európában vagyunk tanulmányi, vagy munkacélból az identitásunk szempontjából az a fontos, hogy Magyarországról érkeztünk, illetve hogy magyarok vagyunk. A külföldi kapcsolataink számára – alapos ismeretek hiányában – csak a legkritikább esetben fontos, hogy Magyarországon belül honnan származunk. Az is tapasztalható, hogy távoli, tengerentúli kapcsolatok, látogatások alkalmával már az a releváns információ, hogy Európából érkeztünk, európaiak vagyunk, és csak kevesen tudják konkrétan beazonosítani Magyarországot vagy egyéb országokat.

A mikroközösségek öntudatában, szervező erejében sikereket indukáló, felhajtó erő rejlik, amelynek eredményessége hatással van a társadalom egészére. A mikroközösségektől a makroközösségekig terjedő társadalmi szervezethez, összetartás a pozitív nemzeti identitás képét erősíti. Pszichológusok által régóta használt, általános terápiának számít, hogy a depresszióban lévő egyéneket, individuumokat akképpen próbálják meg kirántani a betegségükből, hogy kidomborítják korábbi életük értékeit, sikereit, legelégedettebb pillanatait, melyek önbizalmukat erősíthetik, és ez által zálogai lehetnek egy élhetőbb és sikeresebb jövőnek. A közösségeket és a társadalom egészét tekintve sincs ez másként.

Az a társadalom, amely nem tekinthet vissza büszkén múltjára, nem őríz emlékében sikeres és boldog pillanatokot, amelyekért akár áldozatot is érdemes hozni, az egy elaggott és jövő nélküli ember-halmaz csupán, amelyben az egyének egymástól szétszórta, függetlenül élnek, léteznek mindaddig, míg egy másik, energiával és önbizalommal teli közösség kihívást nem intéz ellene.

Az embernek lehetnek szokásai, de nincs hagyománya, annak ugyanis elsődleges feltétele ugyanis a közösség. Hagyományt megélni és ápolni csak együttműködéssel lehet, meghatározott formai keretek mentén, oly módon, hogy az egyén és a közösség egyszerre lássa benne értékét: múltját, jelenét és jövőjét. A közösségért természetesen tenni is kell, de belőle mindig többet lehet visszanyerni, mint amit az egyén abba beletáplált.

Jelen (posztmodern) világunkig kétség sem fért hozzá, hogy az ember közösségi lény, akit lényegében határoz meg a közösséghez való tartozás. Korábban is volt individualizmus (ez kétségtelenül az európai keresztény civilizáció egyik vívmánya), de az soha nem írta felül a közösség értékét. A mennyiség bálványozása azonban felülírta a minőséget, a közösségek (társadalmi alaphalmazok) felbomlóban vannak, ami látszólag ugyan nagyobb teret enged a személyközpontú világszemléletnek, az egyének szabadságának, de ezért egyúttal hatalmas árat is kell fizetni, ennek következménye ugyanis: az elhidegülés, az elmagányosodás, az egyedüllétre kárhóztatás. A közösségek megtartó ereje csökken, és a közösségi szokásértékek feledésbe merülnek, eltűnnek. Az egyén egy pillanat alatt változtathat szokásán, míg egy közösség esetében a hagyomány változása, átalakulása mindig időt igényel, és feltételezi a közösség többségének egyetértését.

A Tulajdonságok nélküli ember című könyvben Robert Musil ekképpen ír: „Van egy bizonyos kérdéskör, melynek ugyan széles az átmérője, de nincs középpontja, s ez nem más, mint az a kérdés, hogyan is élünk”. Melyek azok a fogalmak, amik diffúz módon bolyonganak ebben a körben? Birtoklás, nyereség, siker – csupa individualista fogalom. De vajon ezek lennének a középpontok? Ezek határozzák meg lényegünket – alapvetően és élethossziglan?

Vagy léteznek más fogalmak is? Olyanok, melyek manapság talán nem annyira divatosak, de az elmúlt 3000 évben minden társadalomnak és minden nemzetnek a gerincét képezték, akár egy terebélyes fa törzse. Nevezetesen: a hagyomány és a szokások. A közösségi életforma felbomlása maga után vonja a szokások kihalását. Nincsenek közös ünnepek, közösen átélt szomorúságok. Az élet általános kérdéseire nem léteznek közös válaszok, csupán egyéni válaszkeresések. A modern világ sugallatai alapján nincs szükség már hagyományokra, mert azok idejétmúltak és haszontalanok, de talán nem is kell soká várni, míg egyenesen tiltva lesznek.

Nem szabad engedni ugyanakkor, hogy a hagyomány folklórrá degradálódjon. A folklór ugyanis nem egy közösség életteli szokásrendszere, hanem pusztán élettelen színpadi előadás. Kétségtelen, hogy szükség lehet rá, de ha kizárólag a turizmus tart rá igényt, úgy múzeumi kellék lesz. Ha viszont gyökerei a közösségek élő szövetéből nyerik a tápanyagot, úgy életforma, újító erő.

A II. világháború derekán arra kívánták Churchillt rávenni, hogy a hadi kiadások javára csökkentse a kulturális kiadásokat. Válasza értékorientált volt: „Ha elzárjuk a kultúránkat éltető csapot, minek háborúzunk egyáltalán. Vagy Önöknek egy tartalom és érték nélküli élet is elegendő?”.

Aki ma nem gondol a holnapra, az holnapután már csak egy tegnapi ember lesz. A jövő nem a mában gyökerezik, hanem a múltban. Az a közösség, amely engedi kihunyni hagyományainak paraszát, hamarosan már csak hamut talál önnönmaga helyén.

10. Gazdasági értékerőforrások és jelentőségük

Fel kell ismerni, hogy közösségeink elsőrendű, legkézenfekvőbb erőforrásai, amelyekkel gazdálkodhatnak, és amiből jövőt építhetnek, azok a specifikus értékeik. Ebben a megközelítésben a hungarikum törvény elsősorban egy lehetőség, egy eszköz, amely elősegítheti közösségeink megerősödését,

önmagára találását. A kérdés, hogy képesek vagyunk-e jól használni az eszközt, élni a lehetőséggel? Az értékek egyaránt alkalmasak a közösségek társadalmi, illetve gazdasági szempontú megerősítésére. Társadalmi szempontból erősödhet az identitástudat, a belső kohézió, a szolidaritás, a népességmegtartó képesség, míg gazdaságilag helyzetbe hozhatjuk a helyi termékeket, termelőket, ezáltal plusz munkalehetőséget biztosítva. Turisztikai szempontból a helyi értékek – legyen az egy népszokás bemutatása, gasztronómiai különlegesség, egyedi természeti vagy épített örökség – számbavételén és a bennük rejlő lehetőségek kiaknázásán keresztül javulhat a desztináció vonzereje, arra ösztönözve az oda érkező turistákat, hogy helyben több időt töltsenek, és több pénzt költsenek, illetve majd vissza is jöjjenek.

A manapság olyannyira elterjedt programozás világában, amikor minden település, közigazgatási egység, illetve ágazat – hosszabb, rövidebb időtávú – fejlesztési tervben, stratégiában gondolkodik és ilyeneket dolgoz ki, nem lehet eltekinteni a helyi erősségektől, amelyek legtöbb esetben egybeesnek a helyi értékekkel. Nem reális, hogy úgy készüljön egy reális, megvalósítható és fenntartható fejlesztési terv, hogy az elsődlegesen nem a helyi készségekre, képességekre, értékekre alapul.

A gazdaság és az ökológia közötti harmónia megteremtéséhez nélkülözhetetlen a megfelelő termelési és gazdálkodási módok megtalálása. A tájban egymással összhangban kell az emberek alapszükségleteit kielégíteni, ipari tevékenységet végezni, biztosítani a mezőgazdasági nyersanyagok megtermelését és óvni a természeti értékeket. A modern intenzív mezőgazdasági termelési technológiák lehetőséget biztosítanak arra, hogy olyan területeket hasznosítsunk extenzív módon, amelynek agrárgazdasági jelentősége már nem számottevő, lehetőséget biztosítva így a természetvédelem és az idegenforgalom számára. Magyarország ugyanis szerfelett gazdag természeti kincsekben, számos helyen megmaradtak az ősi növény- és állatvilágot magában rejtő erdők, legelők, puszták, és árterek érintetlen területei.

A táj védelme és a nemzeti örökségünk megőrzése egymásra épülő és egymást erősítő feladatok. Csak a felületes szemlélő számára tűnhet úgy, hogy a tájvédelemnek semmi köze a hungarikumokhoz és a kiemelkedő nemzeti értékeinkhez. A következő egyedülálló természeti értékek szerepelnek a Hungarikumok Gyűjteményében: az Aggteleki- és Szlovák-karszt barlangjai, a Hortobágyi Nemzeti Park – a Puszta, vagy Fertő/Neusiedlersee kultúrtáj, Tokaji történelmi borvidék kultúrtája.

A település értékeinek felmérésében és megőrzésében elengedhetetlen fontosságú a helyi közösség bevonása, hiszen a helyben élők akarátán, elhivatottságán, lelkesedésén múlik az értékek megőrzése, ápolása. A szülőföldhöz való ragaszkodás, az identitástudat elmélyítése érdekében még nagyobb hangsúlyt kell fektetni a fiatalok bevonására. Az önkéntesen végzett felmérő munka alkalmával a helyi ifjak megismerkedhetnek településük értékeivel, aktív társadalmi részvételük révén pedig be tudnak kapcsolódni lakóhelyük életébe.

A nemzeti értékeket számbavételük mellett, megfelelő eszközökkel olyan formában kell kihasználnunk, hogy a magyar emberek nemzeti identitásának erősítése mellett Magyarország gazdasági és társadalmi fejlődését is segíteni kell.

Fogyasztási, kulturális és turisztikai szokások eltolódhatnak a hazai termékek irányába. Magyarországon a jó minőségű termékek adottak, de népszerűsítésüket folyamatossá kell tenni, ehhez nyújthat az évek óta nagy segítséget hungarikum pályázati rendszer kiterjesztése.

Mindezekkel összefüggésben mindenképpen meg kell említeni a hungarikumokban rejlő társadalmi és szellemi lehetőségeket. Ha az emberek megbecsülik saját hagyományait és értékeit, ha azokat előtérbe merik helyezni a külföldi termékkel, és a tőlük idegen életérzéssel szemben, úgy az gazdaságilag is előnyös az országnak.

Az identitásunk megtartásánál, vagy újjáalakításánál a turizmus is nagy szerephez juthat. A hazánkba látogató külföldiek ugyanis a számukra különlegesen számító helyi értéket keresik, melyek egyre nehezebben elérhetők a globalizmus termékazonosságának világában. Előnyt kell kovácsolnunk a hátrányból. Az identitás megőrzésének harmadik dimenziója a külföldi termékértékesítés is lehet. Ez közvetett módon erősítheti a belső gazdaságot.

A Magyarországra irányuló turizmus évről-évre elképesztő ütemben nő, s egyre több azon fesztiválok, rendezvények száma, ahol kelendő árucikknek számít minden, ami a „helyi specialitás” kategóriájába sorolható. A hungarikum jelzőnek olyan brandet, védjegyet kell fémjelnie, melyet akkor is felismernek külföldön, ha több konkurens árucikk társaságában található. Az új kihívásokra új választ kell találni ahhoz, hogy a jó minőségű magyar termékek, elsősorban élelmiszeripari hungarikumok mellett a többi szakágazathoz tartozó értékek is megtalálják a piacaikat.

11. Fogalomtár

Ágazati értéktár: Az egyes ágazatokért felelős miniszterek által azonosított nemzeti értékek adatainak gyűjteménye.

Hungarikum: Gyűjtőfogalom, amely egységes osztályozási, besorolási és nyilvántartási rendszerben olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye

Hungarikum Bizottság: A Hungarikum Bizottság 2012. október 18-án alakult és megkezdte a törvényben foglalt működését. Elsődleges szerepe, hogy a nemzeti értékek, kiemelkedő nemzeti értékek és hungarikumok megőrzése, fenntarthatósága, széles körű megismertetése és hasznosítása érdekében lássa el feladatát. 2015. július 3-án hatályba lépett a Htv. módosításáról szóló 2015. évi LXXX. törvény, ezzel a jelenleg hatályos a magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény, mely alapján a korábban 16 tagú HB 21 tagúra bővült. A tagok delegálás útján kerülnek a testületbe, így ott vannak a Magyar Országgyűlés, a Magyar Állandó Értekezlet (MÁÉRT), a különböző minisztériumok, a Magyar Tudományos Akadémia (MTA), a Magyar Művészeti Akadémia (MMA), a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalának (SztNH) elnöke által delegált tagok. A bizottság elnöke az agrárpolitikáért felelős miniszter.

Hungarikumok Gyűjteménye: A kiemelkedő nemzeti értékek köréből a Hungarikum Bizottság által hungarikummá nyilvánított nemzeti értékek gyűjteménye.

Kiemelkedő nemzeti érték: Olyan nemzeti érték, amely nemzeti szempontból meghatározó jelentőségű, a magyarságra jellemző és közismert, jelentősen öregbíti hírnevünket, növelheti megbecsülésünket az Európai Unióban és szerte a világon, továbbá hozzájárul új nemzedékek nemzeti hovatartozásának, magyarságtudatának kialakításához, megerősítéséhez

Külhoni nemzetrész értéktár: Az országhatáron túl, egy adott ország területén élő magyarságra jellemző nemzeti értékek közül az adott Külhoni Nemzetrész Értéktár Bizottság által külhoni értékévé nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény

Magyar Értéktár: A nemzeti értékek köréből a HB által kiemelkedő nemzeti értékévé nyilvánított értékek gyűjteménye.

Megyei értéktár: A megye területén fellelhető nemzeti értékek közül a Megyei Értéktár Bizottság által megyei értékévé nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény; ahol e törvény megyei értéktárat említ, az alatt a fővárosi értéktárat is érteni kell.

Nemzeti érték: A magyarság és a magyarországi államalkotó nemzetiségek tevékenységéhez, termelési kultúrájához, tudásához, hagyományaihoz, a magyar tájhoz és élővilághoz kapcsolódó, nemzetünk történelme, valamint a közelmúlt során felhalmozott és megőrzött minden szellemi és anyagi, természeti, közösségi érték vagy termék, illetve a tájhoz és élővilághoz kapcsolódó materiális vagy immateriális javakat magába foglaló tájérték, amely tanúskodik egy emberi közösség és az adott terület történelmi kapcsolatáról,

Tájegységi értéktár: Több szomszédos település, illetve földrajzi, történelmi vagy néprajzi szempontok alapján egységet alkotó tájegység területén fellelhető nemzeti értékek közül az adott Tájegységi Értéktár Bizottság által tájegységi értékévé nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény.

Települési értéktár: A települési önkormányzat területén fellelhető nemzeti értékek adatait tartalmazó gyűjtemény

12. Jogszabálytár

A magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény

IV. MODUL: HELYI IDENTITÁS

Dr. Kárpáti Árpád – Dr. Rigó Róbert

A helyi értékek gyűjtésének módszertana, a helyi identitástudat erősítése

1. A térhez, közösséghez kapcsolódó identitás szintjei és jellemzői. A helyi identitás és a helyi érték fogalma, típusai, jelentősége

A 21. században Magyarországon a demográfiai folyamatok, az Európai Unió nyitott munkaerőpiaca és a globális kapitalizmusnak az egyenlőtlen elosztásra és munkabérekre gyakorolt hatása sajátos migrációs folyamatokat indított el. Magyarországon egyre jelentősebb a munkaerőhiány, egyre több munkakört nem tudnak betölteni, ugyanakkor nálunk is megjelent az a – Nyugat-Európában évtizedek óta jól ismert – folyamat, hogy az alacsony jövedelemtermelő képességgel rendelkező ágazatokban, mint például a mezőgazdaságban, a helyi munkaerő a kitermelhető bérszínvonal mellett nem kíván dolgozni. A globális és az Európai Unió belüli migrációs folyamatok mellett egyre jelentősebb az országon belüli vándorlás és ingázás is. Mára az iskolai végzettség mellett a lakóhely típusa, – annak mérete és a globális gazdasági folyamatokba történő bekapcsolódásának sikere alapján – lett a társadalmi egyenlőtlenségek egyik meghatározó tényezője. Az ország egyes régiói, térségei a globális termelési folyamatokba sikeresen tudtak bekapcsolódni, mások leszakadtak. A prosperáló térségekben alacsonyabb a munkanélküliség, nagyobbak a bérek, jóval magasabbak az ingatlanárak és több új lakás is épül, a népesség egyre inkább ezekbe a térségekbe igyekszik költözni (például Budapest és agglomerációja, Észak-Dunántúl, Kecskemét és agglomerációja). Az ország más térségeiben a gazdasági és munkaerőpiaci lehetőségek beszűkülése miatt az ott élő lakosság lehetőségei záródnak. Az országban a gazdasági prosperitásból kieső, a perifériális térségekben lévő kisvárosokban, falvakban az ingatlanok szinte eladhatatlanok, a közlekedési infrastruktúra rossz állapota miatt az ingázás is rendkívül időigényes. A rurális térségekben a mezőgazdaság tőke- és birtokkoncentrációja, valamint a technológia gyors fejlődésének következtében a munkaerő szükséglete is erősen lecsökkent, elsősorban az idényjellegű, magas minőségű gyümölcs betakarításra korlátozódott.

A mai fiatalok globális környezetben, tanulásban, munkavállalásban gondolkodnak. A felmérések szerint a fiatalok 20%-a tervezi, hogy hosszabb-rövidebb időre, külföldre megy és ott vállal munkát. „A migrációs potenciál 90-es évektől kezdve növekszik, a növekedés pedig egyre gyorsuló tendenciát mutat.”⁴³ A legújabb adatok szerint mára megállt a migrációs potenciál növekedése, összefüggésben az egyre komolyabb kihívásokat jelentő hazai munkaerőhiánnyal.

Ebben a gazdasági és munkaerő-piaci környezetben egyre több település vezetése, gazdasági, oktatási, egészségügyi intézmények vezetői érzékelik, hogy a települések népességmegtartó képességének erősítése és az adott térség közlekedési infrastruktúrájának fejlesztése a település létkérdésévé vált. Ezért egyre fontosabbá válik a helyi, lokális vagy területi identitás tudatos építése, megerősítése. A területi identitás és a regionális identitás mára jelentős tudományos elméletté és témává vált, főként az Európai Unió regionális politikájának és jelentős forrásaink következtében.

⁴³ Szeitl Blanka: Helyzetkép a mai magyarországi migrációs folyamatokról. Forrás 2015/7. szám 214-224.

„A területi identitás olyan társadalmi alapokon nyugszik, melynek legfontosabb összetevője az összetartozás érzése, amelyet a területileg egy helyen élő emberek egymás és az adott terület iránt éreznek, és kognitív módon az adott térséghez kötnek. Fontos elemei továbbá az emberek egymásba és a térségi intézményekbe vetett bizalma; a társas kapcsolatok térségi szinten jól működő rendszere, valamint az azonnali viszonzás reménye nélküli önzetlen segítség az adott hálózaton belül.”⁴⁴ Tehát az emberek ahhoz kötődnek erősen, amit jól ismernek, ahol biztonságban élnek és ahová helyileg, területileg a korai, kisgyermekkorai szocializációs élményei kötik. Ráadásul ez az érzés az életkor előrehaladtával az emberek jelentős részében erősödik, és jellemző, hogy azok a magyar származású emberek, akik külföldön éltek le az aktív éveik többségét, nyugdíjas korukra hazajönnek a szülőföldjükre. A térnek, az épített és táji környezetnek, valamint az azon élő emberekkel való szoros kapcsolatnak meghatározó kötőereje van az emberek életében.

A területi identitás főbb szintjei és jellemzői:

- Lokális, helyi identitás: az utóbbi évtizedekben ismét erősödik a lakóhelyhez, helyi közösséghez tartozás élménye. A lakóhely különböző méretű és jellegű területi egységeket jelenthet, a néprajzi tájegységtől a járason át a kistérségig, de akár városrészt, kerületet is magába foglalhat. „Közös sajátosságuk azonban, hogy az országnál kisebb, közvetlenebbül meg tapasztalható és legalább részben közvetlen emberi kapcsolatokon alapuló közösségekről van szó, erejük és jelentőségük éppen ebben rejlik.”⁴⁵ A helytörténet kutatása és oktatása, a helyi értékek összegyűjtése és tudatosítása manapság fontos településarculat és helyi identitásformáló tényezővé vált, amit a magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvény is felerősített.⁴⁶
- Kisebbségi identitás: az ország számos részén élnek hazánkban nemzeti kisebbségek, a legutóbbi népszámlálás alapján növekszik a kisebbségi identitástudattal élők száma, ami szintén a többségitől eltérő kultúrát és azonosságtudatot jelent. A többnemzetiségű lakosság színesebbé, változatosabbá formálja egy-egy település kultúráját, jellegzetességeit, a kultúrák sajátos egymásra hatása speciális, csak a településre jellemző egyedi arculatot termelhetett ki.
- Nemzeti identitás: a 19. századi nemzetállamok megszületése óta az identitás kitüntetett szintje az állam, a történelemtanítás egyik fő törekvése ennek megerősítése. A nemzeti összetartozás tudata a közös identitáson, nyelven, történelmen, kultúrán alapul és határokon átnyúlóan létezik.
- Közép-európai identitás: Európa makro régióit tekintve a történelem, a kultúra, a politika, a gazdaság és társadalom fejlődése erős hasonlóságokat mutat, ezek jól megfigyelhetők a balti országoktól az Adriai-tengerig nyúló térségben. Ezen országok főként területi elhelyezkedésük és nagyhatalmi kiszolgáltatottságuk okán, az általuk bejárt történelmi út számos rokon vonást mutat. A poszt szocialista, közép-európai országok a különbségek, a meglévő ellentétek mellett, ma is számos közös vonással, problémával rendelkeznek – ezt felismerve egyre intenzívebb és sikereket elérő együttműködési formájuk a viseigrádi négyek, röviden V4-ek tömörülése (Csehország, Lengyelország, Magyarország, Szlovákia).
- Európai identitás: az európai integráció előrehaladásával és hazánk Európai Unióhoz történő csatlakozásával egyre fontosabb – bár mindig is meglévő – identitásformáló szintté és erővé lépett elő. Fontos cél az európai népeket összekötő közös múlt, sajátosságok kiemelése és Európa közös kulturális, szellemi, alapjainak és sajátos gazdasági, társadalmi fejlődésének tudatosítása.
- Globális identitás: az emberiség egészével való azonosulás eszméje a felvilágosodás óta jelen van Európában, mára ez már nem elvont ideológia. A globális kihívások felismerése és

⁴⁴ Nagy Gábor Dániel: Területi szintek, területi identitás és kötődés. *Belvedere Meriodnale* 2012/1. http://acta.bibl.u-szeged.hu/5333/1/belvedere_2012_001_006-021.pdf (utolsó letöltés: 2018. május 21.)

⁴⁵ Knausz Imre (szerk.) (2001): *Az évszámokon innen és túl...* Műszaki Könyvkiadó, Budapest.

⁴⁶ 2012. évi XXX. törvény.

hatásai okán az emberiség csak együttesen tud fellépni e problémák mérséklése érdekében. A globalizáció, a Föld egyes térségeinek eltérő demográfiai folyamatai és az erősödő migrációs nyomás is együttes fellépést igényel, a kommunikációs és technológiai forradalom pedig az információáramlást és közlekedést gyorsított fel soha nem tapasztalt mértékben a Glóbusz egyes pontjai, országai között.

A család, a barátok, a helyi közösség, a településhez való kötődés az, ami a legmarkánsabb kötőerő lehet, ami mind a külföldi, mind a belföldi migrációs döntés ellen szólhat. Amit jobban megismerünk, megszeretünk, ahhoz erősebben kötődünk, az megtartó erő lehet.

A közösségi identitás azt jelenti, hogy az egyéni emlékeinken túl közösségi emlékeink, élményeink is vannak, amelyek túlmutatnak létezésünk tér- és időbeli korlátain. Ennek alapvető formája a generációról generációra szálló, családi történetek elmesélése időről-időre a családi ünnepek, találkozó alkalmával, ezekhez gyakran tárgyi emlékek (fényképek, személyes tárgyi emlékek) is kapcsolódnak. Az emlékek gyűjtése és felidézése az adott közösség – jelen esetben a család – összetartozás tudatát ápolja, erősíti. Nem véletlen, hogy napjainkban egyre népszerűbb a családfa-, családtörténet kutatás, e téma – gyakran amatőr – kutatói a levéltárak ügyfélforgalmának egyre növekvő részét alkotják, valamint civil szervezeteik tagsága is erősen gyarapodó tendenciát mutat. A közös emlékek, utalások felidézése és időről-időre történő elmondása, megbeszélése megerősíti a közös értékrendet és alapvető funkciója van az érzelmi közösség kialakításában is. Ezek a kulturális sémák, utalások nagyobb közösségekben, generációs és nemzeti vonatkozásban is működőképesek, gondoljunk csak egy-egy népszerű szépirodalmi mű, film, kabaréjelenet, zeneszöveg részleteinek felidezésére és kulturális kapocs funkciójára.⁴⁷

A szociológusok vizsgálják a területi identitás különböző szintjeinek erősségét. Például Bóhm Antal „Területi identitás Magyarországon” című tanulmányában empirikus módszerekkel vizsgálta a lokális, regionális, nemzeti, európai identitásérzés, kötődés mértékét egyes országok példáin. Megállapította, hogy Magyarországon a térségi identitás a nyolcvanas évek óta erősödik, ezen belül leginkább a települési szintű. Növekvő identitástudat figyelhető meg a kistérségi szinten is, és az európai identitás érzete is megjelent. Hangsúlyozta a témában az elit és a média közvélemény formáló szerepét és további kutatások fontosságát.⁴⁸

2. A helyi értékek gyűjtése oral history módszerrel és azok felhasználási lehetőségei a helyi közösség erősítésére

A magyar nemzeti értékekről és hungarikumokról szóló törvény 1. §-ának, 1. bekezdése i. pontjában definiálja a nemzeti érték fogalmát. Eszerint „*nemzeti érték*: a magyarság és a magyarországi államalkotó nemzetiségek tevékenységéhez, termelési kultúrájához, tudásához, hagyományaihoz, a magyar tájhoz és élővilághoz kapcsolódó, nemzetünk történelme, valamint a közelmúlt során felhalmozott és megőrzött minden szellemi és anyagi, természeti, közösségi érték vagy termék, illetve a tájhoz és élővilághoz kapcsolódó materiális vagy immateriális javakat magába foglaló tájérték, amely tanúsodik egy emberi közösség és az adott terület történelmi kapcsolatáról;” A törvény 3. §. 2. bek. szerint az adott településen, helyi szinten található nemzeti értékekből állítják össze a települési értéktárat.

A jogszabály elég széleskörűen határozza meg a helyi értéket mind formáját (eszközök, ismeretek, szellemi és közösségi értékek, termékek, materiális és immateriális javak), mind tartalmát (te-

⁴⁷ Knausz Imre (szerk.) (2001): Az évszámokon innen és túl... Műszaki Könyvkiadó, Budapest.

⁴⁸ Bóhm Antal (2000): Térségi identitás Magyarországon, In: Területfejlesztés és közigazgatás-szervezés, MTA, Budapest.

vékenységhez, termelési kultúrához, tudáshoz, hagyományhoz, történelemhez, tájhoz és élővilághoz kapcsolódó) tekintve. Az immateriális érték lehet a tudás, a termelési kultúra, a szóbeli hagyományok, ismeretek, a történelem le nem írt, a szóbeliség útján megőrzött és fennálló értékek. Ebben a fejezetben a szóbeli, orális források összegyűjtésének és felhasználásának sajátosságait tekintjük át a következőben a tárgyi emlékekét.

Az elbeszélte történelem a történelem elmondásának, megismerésének legősibb formája. Minden bizonnyal már az írásbeliség megjelenése előtt is történeteket mondtak el egymásnak az emberek az őseikről, a korábbi generációk hőstetteiről és tudunk arról, hogy különféle kultúrákban speciálisan felkészített személyek mondták, énekelték el a közös emlékezet különféle történeteit, például a regősök. Ezeket a történeteket az írásbeliség megjelenését követően leírták és ezek fennmaradt átíratát ismerjük ma, mint például Homérosz eposzait. Évszázadokon át a múlt megismerése, az ősökrol való megemlékezés elsődlegesen elbeszélte formában öröklődött nemzedékről nemzedékre, majd az írott források száma folyamatosan emelkedett, különösen Gutenberg találmányának elterjedését követően. Később a 19. század pozitívista történetírói meg voltak győződve arról, hogy az írott forrásokra, a tényekre alapozva a múlt teljes egészében feltárható, megismerhető és leírható. Ekkortól kezdve kezdtek el abszolutizálni az írott forrásokat. A történelemről is empirikus tudományként gondolkodtak, aminek elsődleges módszere az, hogy összegyűjti a tényeket, tehát az írott forrásokat majd rendezi azokat és levonja belőlük a következtetéseket. A tények szerintük objektíven megismerhetők és teljesen függetlenek a történész személyétől. Ennek az irányzatnak a legjelentősebb teoretikusa Leopold von Ranke volt, szerintük a múltat leginkább a korabeli írott forrásokra alapozva lehet feltárni, ezekből a megfelelő forráskritika alkalmazásával, eljuthatunk a puszta tényekig, ami alapján a történész megírhatja a történelmet.⁴⁹

Ma már többségében másként vélekedünk a történelem és a történész viszonyáról, mert pontosan tudjuk azt, hogy a megismerhető tények közül a történész válogatja ki azokat, amelyeket ő maga fontosnak tart, és azokat saját elgondolásai alapján rendezi és értelmezi. Már 1910-ben Carl Becker amerikai történész egyenesen így fogalmazott: „a történelmi tények a történész számára csak akkortól léteznek, amikor megteremti őket”.⁵⁰ Carr szerint a történelem „szakadatlan kölcsönhatás a történész és a tények, soha véget nem érő párbeszéd a múlt és a jelen között.”⁵¹

A 19. század végén, a 20. század elején más társadalomtudományok, a kulturális antropológia és a néprajz fordult a szóbeli források felé és kezdték el gyűjteni az interjúkat.⁵² Az oral history módszertanához szükséges technikai eszközök a 20. század közepére tökéletesedtek arra a szintre, hogy hangszalag segítségével, egyszerűbben és gyorsabban tudták rögzíteni az elmondottakat. Ezzel az interjúkészítés és feldolgozás módszerei is sokat tökéletesedtek. Az 1940-es évekre a módszer elnevezése az oral history is egyre elterjedtebb lett, az Amerikai Egyesült Államokban 1948-ban felállították az első oral history archívumot. Az interjúkészítést, mindenekelőtt az életútinterjú a szociológia, a néprajz, a kulturális antropológia és a történettudomány is gyakran alkalmazza, nem kizárólagos forrásként, hanem elsősorban az írott források kiegészítésére, a történetek narratív formába öntéséhez.

A kutatások egyre inkább a hétköznapi történelem, az „átlagember” története felé fordultak és a közvélemény érdeklődése is ebbe az irányba hatott. A hetvenes években az angolszász országokon túl is egyre népszerűbbé vált az oral history kutatási módszere. A nyolcvanas években az oral historyt már a múzeumokban⁵³ és az oktatásban is széleskörűen alkalmazni kezdték.

Annak ellenére, hogy az oral history források alkalmazása a közelmúlt történetének kutatásában egyre népszerűbb és egyre jelentősebb szerepet kap, említést kell tennünk a módszer nehézségeiről és alkalmazásának sajátosságairól is. Az oral history módszerével gyűjtött információkat is megfe-

⁴⁹ Vértési: 160.

⁵⁰ Carr: 11.

⁵¹ Carr: 28.

⁵² Magyarországon Kodály Zoltán és Bartók Béla gyűjtötte ebben az időben a népdalokat.

⁵³ Gyakori fogás a modernebb múzeumokban, hogy különféle történelmi események szemtanút is megszólaltatják és a látogatók fejhallgatóval meghallgathatják az oral history módszerével rögzített visszaemlékezéseket.

lelő forráskritika mellett lehet csak alkalmazni és lehetőleg több interjúból vagy írott forrásokból is ellenőrizni kell az információk valóságtartalmát. Még problematikusabb az egyéni narrációk értelmezése, az egyén helyzetének, álláspontjának, véleményének a nyomon követése, elemzése. Ennek a legfőbb oka az, hogy az elmondott életút, az emlékekre épül és az egyén emlékei a mindenkori jelen különféle hatásainak függvényében változhatnak, átértelmeződhetnek, új jelentéstartalommal telítődhetnek, tehát a kollektív, társas környezetben változó és szubjektív. Az egyén saját identitásának megőrzése érdekében gyakran átírja, átértelmezi a múltat, különösen jellemző ez olyan időszakokban, amikor gyakran követik egymást a különféle rendszerek, berendezkedések változásai.⁵⁴ A 20. századi Magyarország történetében kilenc többé vagy kevésbé radikális változás, váltás volt. Ugyanakkor megállapítható, hogy a jó színvonalú, történeti jellegű életútinterjú elkészítése komoly feladat, komoly módszertani felkészültséget és alapos ismereteket követel, hiszen az interjú egy interakció eredményeként jön létre és az interjúkészítő jó kérdéseire tud az interjúalany alapos, informatív és érdekes válaszokat adni. Tehát míg a történész az írott források esetében felfedezi és elemzi a forrásokat, az interjú készítés során maga is részese azok létrehozásának. Megállapítható, hogy a történészek az oral historyt elsősorban a hagyományos írott források kiegészítésére, árnyalására használják napjainkban.

Az oral history az elbeszélte történeti források összegyűjtésével, azok tudományos elemzésével, feldolgozásával segít a múlt jobb megismerésében, megértésében, pontosításában. A településen élők, elsősorban a fiatalok idősebb családtagjaikkal, rokonaikkal, lakóhelyük ismertebb, jelentősebb személyeivel készíthetnek interjút. Így a módszer elsősorban a családtörténet feltárásában, alaposabb megismerésében és a település történetének feldolgozásában juthat jelentősebb szerephez. Természetesen igen lényeges, hogy a kutatókat megfelelően felkészítsük az interjúkészítés fogásaira, sajátosságaira, továbbá azok elemzésére, feldolgozására. Lényeges a forráskritika helyes alkalmazása, az információk ellenőrzése több, lehetőleg írott forrásból is. Emellett fontos beillesztenünk a témát, az interjú egyes részeit az adott korszak sajátos viszonyaiba is.

Vértesi Lázár megemlíti tanulmányában azt a lényeges szempontot, módszertani sajátosságot, ami az oral history-t jellemzi: „*a szubjektív bizonyítékok felhasználásával nem pusztán előbbé próbálja tenni a történelmet, hanem a múlt megismerésének és vizsgálatának lehetőségét a közösség tagjainak kezébe visszahelyezve, élővé kívánja tenni azt a hétköznapi emberek számára, megerősítve őket abban, hogy e történelemnek maguk is formálói.*”⁵⁵ Szintén lényeges érv az elbeszélte történelem mellett, hogy a diákok megérthessék, hogy a történelem nem egy elvont, távoli tudomány, hanem a mindannyiunk által megélt múlt leírásának és megértésének a tudománya. Mindannyiunk közös ügye.

Az oral history arra is kiváló eszköz, hogy bebizonyítsa a múlt értelmezésének különféle lehetőségeit. Például könnyen találhatunk ma még olyan interjúalanyokat, akik a szocialista rendszerre pozitívan és olyanokat is, akik negatívan emlékeznek vissza. Az ilyen interjúk feldolgozásával és értelmezésével megvilágítható a rendszer előnyös és hátrányos oldala is.⁵⁶

3. A tárgyi emlékek gyűjtése, feldolgozása és kiállítása. Tájházak, helytörténeti gyűjtemények, múzeumok szerepe a helyi identitás erősítésében

Magyarország Alaptörvénye szerint a kulturális értékek a nemzet közös örökségét képezik, amelyek védelme, fenntartása és a jövő nemzedékek számára való megőrzése az állam és mindenki kötelessége. Magyarországon ma mintegy 900 muzeális intézményi működési engedéllyel rendelkező

⁵⁴ A témát bővebben tárgyalja Gyáni Gábor több írásában is. Ld: Emlékezés és oral history című írást az Emlékezés, emlékezet és a történelem elbeszélése című kötet 128-145. oldalán.

⁵⁵ Vértesi: 172.

⁵⁶ Sági-Rigó (2011). Forrás 2011/7. szám

intézmény van, ezeknek azonban a hazai jogszabályok szerint csak egy része tekinthető valóban múzeumnak. A magyarországi múzeumok jogállását a többször módosított 1997. évi CXL. törvény határozza meg, ez alapján beszélhetünk országos múzeumról, országos szakmúzeumról, megyei hatókörű városi múzeumokról, és városi múzeumokról. A legtöbb, de nagyságát tekintve a legkisebb a közérdekű muzeális gyűjtemény és a közérdekű muzeális kiállítóhely. A törvény megfogalmazása szerint: „Múzeum a kulturális javak tudományosan rendszerezett gyűjteményeiből álló muzeális intézmény”.

A múzeum feladata a kulturális javak meghatározott anyagának gyűjtése, nyilvántartása, megőrzése, restaurálása, tudományos feldolgozása és publikálása, valamint kiállításokon és más módon történő bemutatása. A törvényi előírások szerint a múzeumnak rendelkeznie kell az e feladatok ellátásához szükséges tárgyi és anyagi feltételekkel, megfelelő épülettel, szakirányú felsőfokú végzettségű alkalmazottakkal. A múzeumok története során a középpontban hosszú ideig a megőrzés számított az elsődleges funkciónak, később a gyűjteménygyarapítás, a katalogizálás, a tudományos feldolgozás és a közreadás feladatai egymással arányos súlyt képviseltek, mára a hangsúly eltolódott a bemutatás, azon belül is az élményszerű megjelenítés irányába. A múzeumok egyre nagyobb szerepet játszanak a tudásközvetítésben, s ehhez a modern technológiai eszközök alkalmazására, széles körű partnerségre és nyitottságra van szükség, például a közoktatási intézmények felé.⁵⁷

A településhez, adott térséghez kapcsolódó tárgyi emlékek gyűjtése, rendszerezése és kiállítása a 19. században jelent meg hazánkban, mára a települések jelentős része – számos falu is – rendelkezik helytörténeti gyűjteménnyel. A nagyobb városokban, például a járási székhelyeken volt elegendő forrás és szakember háttér a helyi múzeumok kialakítására és működtetésére. A kisebb falvakban gyakran néhány lelkes ember kezdeményezésére kezdtek a „régii” vagy annak vélt tárgyak, emlékek gyűjtését. Ezek állapota és minősége nagy különbségeket mutat.

A tájházak az adott település vagy tájegység hagyományos tárgyi kultúráját, a népi építészet szempontjából jelentős épületekben berendezett lakásbelsőket, műhelyeket, gazdasági épületeket vagy egyszerűbb ipari létesítményeket mutatják be. A tájháznak legalább egy, meghatározó helyisége eredeti, a településről származó tárgyakkal berendezettnek kell lennie. A jól működő tájházak és rendezvényeik, az iskolai oktatás számára nyújtott szolgáltatásaik a helyi hagyományos tudás, a szellemi örökség megismerését, megőrzését és élővé tételét szolgálják.

Az 1962-ben felállított megyei múzeumi szervezetek támogatásával jöttek létre az első tájházak, majd az 1970-es évek második felétől számuk gyorsan növekedett, létrehozva a tájházak hazai hálózatát. Ez az 1980-as évek végéig tartó fellendülés a becslések szerint mintegy 100 épületet jelentett. Ez a rendszer többségében jól megőrzött, építészetileg többnyire hitelesen helyreállított, karban tartott épületeket, szakszerűen berendezett helyiségeket és múzeumi nyilvántartásba vett, restaurált tárgyállományt jelentett. A tájházak fenntartását a megyei múzeumi intézményrendszer biztosította, a tárgyállomány is gyakran a múzeum gyűjtéséből származó, kihelyezett anyag volt. A muzeológusok elsősorban a gyűjtés, létrehozás fázisában működtek együtt a helyi közösségek meghatározó személyiségeivel, tanárokkal, a közösség meghatározó lokálpatriótáival. A megnyitás után a tájház többnyire pusztán klasszikus értelemben vett kiállítóhelyként működött, rendszerint a tájháznak nem voltak saját rendezvényei, így a helyi érdeklődés törvényszerűen csökkent.

A rendszerváltást követően a tájházak többsége átkerült a helyi önkormányzathoz, így a megyei múzeumok által korábban biztosított szakmai, muzeológusi felügyelet gyakorlatilag megszűnt. 1997-ben újabb változás történt: az 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézmények legalacsonyabb kategóriájába, kiállítóhely státuszba sorolta a tájházakat, ami gyakorlatilag napjainkig megnehezíti a gyűjteménygyarapítás lehetőségét.

A rendszerváltás után, a kilencvenes éveket a helyi identitás megerősödése jellemezte, és a helyi közösségek egyre több helyen figyeltek fel saját kulturális értékeikre, múltjuk értékeire és őrzőire,

⁵⁷ Bereczki Ibolya: A tájház mint muzeális intézmény – Múzeum, kiállítóhely, tájház http://www.tajhazszovetseg.hu/sites/default/files/tajhazi_akademia/04_bereczki_bolya_a_tajhaz_mint_muzealis_intezmeny.pdf (utolsó letöltés: 2018. május 24.)

és az 1980-as évek elejéhez hasonlóan tájház alapítási hullám indult el. Ekkoriban kisebbségi önkormányzatok, civil szervezetek váltak tájház-fenntartókká, magánszemélyek is szép számmal hoztak létre tájházakat.

A Magyarországi Tájházak Szövetsége fogja össze szakmailag a tájházakat. Napjainkban a tájházak száma Magyarországon belül, körülbelül 300-350, közülük muzeális intézményi működési engedéllyel mintegy 200 rendelkezik. Az utóbbi években az épületállomány és a kiállítások megújításával, a műtárgyvédelmi tevékenység és a modern eszközökkel történő nyilvántartásba vétel támogatásával szakszerűbbé váltak a tájházak. A hozzájuk kapcsolódó szakmai programok, oktatási csomagok megteremtése lehetővé tette, hogy a helyi közösség felé nyitottabbakká váljanak az intézmények, ne csak passzív, hanem aktív látogatóik számát is növelni legyenek képesek.

A tájházak, helyi múzeumok akkor tudják betölteni a funkciójukat, ha a helyi közösség számára fontosak és élők, kihasználtak. A település lakói számára fontos a közösség kultúráját megtartó hagyomány, amelyet a tájház őriz, megtart és közvetít. „A szakszerű kiállításokkal, a látogatóbarát programokkal a tájház kulcsszerepet kell szerezzen a helyi identitás, a helyi kulturális értékek megőrzésében és továbbadásában, egy olyan szintéren, ahol az oktatási funkciók és kiállítások megújítása fő szerepben van.”⁵⁸

A múzeumok többségében ma már elérhetők a múzeumpedagógiai foglalkozások. A múzeumpedagógia döntően pedagógiai jellegű tevékenység, helyszíne a múzeum és legfontosabb tartalma a tudásközvetítés. Leginkább az iskolai csoportok fogadására, az életkori sajátosságoknak megfelelő programok szervezésére, a jövő múzeumlátogatóinak nevelésére terjed ki. A múzeumpedagógia legfontosabb jellemzője az élményszerűség. Az élmény hatására a gyermekekben felszabadulnak a gátlások, és a múzeum megszűnik „kötelező rossznak” lenni, helyébe pedig az élményt adó, élvezhető múzeum kerül. A múzeumi komplex élménynek tartalmaznia kell a múzeum által keltett hangulatot, az eredetiségükben, közelről megsejmelített tárgyak varázsát, valamint a múzeumpedagógussal való találkozást.⁵⁹

4. A településre vonatkozó írott források gyűjtése a könyvtárban, levéltárban. A forráskritika jelentősége. A helytörténeti szakirodalmi gyűjtemény

A történészek elsősorban az írott forrásokból, dokumentumokból dolgoznak. A települések történetével rendszerint a helyi történelem tanárok és más lelkes, gyakran amatőr kutatók foglalkoznak. A település méretétől, jelentőségétől függően több vagy kevesebb szakirodalom található róluk, de megállapítható, hogy szinte minden településről született már szakirodalom (újságcikk, szakdolgozat, tanulmány, tanulmánykötet, monográfia). Ezek gyakran csak a település egy adott korszakát, részét (például az iskola intézménytörténete, vagy a termelőszövetkezet története, egy nevesebb épület vagy család története) dolgozzák fel, és gyakran magukon hordozzák egy-egy korszak politikai szemléletét is.

A helytörténet ma egyre népszerűbb, a települések támogatják ezek megírását és kiadását. A helytörténeti tankönyvek, tankönyvcsaládok kiadása és az iskolai oktatásba történő beemelése nagyon fontos, hiszen a lakóhely múltjának megismerésében kiemelt szerepet játszhat és a településhez való kötődés kialakításának egyik legközvetlenebb formája lehet. „A lakóhely, a szülőföld ismerete és a

⁵⁸ Bereczki Ibolya: Tájházak Magyarországon.

http://www.tajhazszovetseg.hu/sites/default/files/tajhazi_akademia/01_bereczki_ibolya_tajhazak_magyarorszagon.pdf (utolsó letöltés: 2018. május 24.)

⁵⁹ Kántor-Rigó: Kompetenciafejlesztési lehetőségek a hon- és népismeret területén.

http://www.jgypk.hu/mentorhalo/tananyag/Kompetenciafejlesztési_lehetsgek_a_hon-_s_npismeret_terletnV2/index.html (utolsó letöltés: 2018. május 24.)

hozzá fűződő megértő, óvó, ápoló viszony a polgárrá válás alapja, a viszonyulás érzelmi hozadékát szokták hazaszeretetnek nevezni. Teljes, ép személyiségről is akkor beszélhetünk, ha az egyén nem gyökértelen, tisztában van családjá, rokonai, környezete múltjával, elsajátítja azok értékeit – gyökeret ereszt és növeszt.”⁶⁰ Rendszerint amit jobban megismerünk, azt jobban megértjük, és ahhoz erősebben kötődünk. Az egyetemes és nemzeti szintű történelem gyakran unalmas és érdektelen a fiatalok számára, a helytörténet közvetlenebb, megtapasztalhatóbb és megfoghatóbb. A történelmi mélyfúrás, az utánajárás, a helyi források, dokumentumok, múzeumok jól felhasználhatók egy-egy történelmi esemény, személy jobb megismerésére, a témában való elmélyedésre. A helytörténetben rejlő személyes érintettség – legalábbis az ősök vonatkozásában – egyfajta érzelmi többlet, motiváció lehet a megismerésre, tanulásra.

Az adott település történetére vonatkozó szakirodalmat rendszerint megtalálhatjuk a helyi, települési könyvtárakban. A nagyobb városi, megyei könyvtárakban helytörténeti gyűjteményt kezelnek, melynek munkatársai rendszerint jól ismerik az ott fellelhető könyveket, irodalmat, sajtóanyagot.

A település történetére vonatkozó dokumentumokat a Magyar Nemzeti Levéltár megyei, városi levéltárai őrzik. A megye minden településének dokumentumait őrzik, és a biztosítják a kutatók számára. A levéltárakban folyó kutatásokhoz kutatási engedély és támogatói nyilatkozat szükséges. Az egyházi jellegű dokumentumok gyakran az egyházi levéltárakban érhetők el. A levéltárakban a fondjegyzék segítségével tudunk tájékozódni az ott fellelhető dokumentumok témájáról, mennyiségéről, amit iratfolyóméterben szoktak megadni.

A múltra vonatkozó szakirodalom és források szakszerű értelmezéséhez elengedhetetlen a forráskritika és a keletkezési körülmények, időpont tisztázása. Az egyes történelmi korszakokban írt szakirodalmakban, dokumentumokban erős a politikai ideológia szerepe. Minél erősebb az ideológiai nyomás a dokumentumokban, sajtótermékeken, sőt gyakran a szakirodalom egy részében is ezek markánsan és a korra jellemző speciális fogalomhasználattal jelentek meg (például a Rákosi-korszakban). A dokumentumok elemzése során a forráskritikai alapvető kérdéseit tisztáznunk kell: Mikor született a dokumentum, az írás? Ki írta? Mit tudunk az adott személyről? Milyen céllal, szándékkal írta?

5. A helyi értékek feltárásának módszertana. A Helyi értéktárak kialakításának gyakorlata

Települési értéktár kialakítása lépésről lépésre

A települési értéktárak kialakításában kulcsfontosságú a helyi hagyományok, művészeti értékek, új kezdeményezések bemutatása, a lokálpatriotizmus növelése, továbbá a speciális közösségek és jeles személyiségek közbecsülésének erősítése.

Fontos módszertani alap, hogy minden egyes települési értéktár kialakításakor a lakosság minél szélesebb körű bevonására és aktivizálására kell törekedni. Ennek szakmai folyamata a következő:

1. Egyeztetés a település döntéshozóival, aktív embereivel, a közösségi értéktárak kialakításának elfogadása.
2. Aktivisták, értéktárak kialakítását kezdeményező emberek bevonása.
3. Helyi szervezetek, intézmények (állami, piaci és civil szektorból) együttes bevonása.
4. Községi feltárási felkészítő képzés, tréning megvalósítása.
5. Személyes megkeresések alapján, interjúk, esetleg kérdőívvezéssel keresztül a település, szomszédság lakóinak, az értéktárak felkeresése.

⁶⁰ Foki Tamás: Helyismeret, helytörténet. In Knausz Imre (szerk.): 213. o.

6. A személyes kapcsolat megteremtése után közösségi beszélgetések szervezése.
7. A személyes interjúk készítése az értéktárás folyamatához bővülő körrel.
8. Értékcsoportok (munkacsoportok) megalakulása.
9. Közös közösségi alkalmak sorozata, értékeket bemutató rendezvények kezdeményezése és megvalósítása.
10. A települési értéktár bizottság megalakulásának segítése.
11. Értékek dokumentálása és felvétele az értéktárba.
12. Értéktár klubok létrehozása, működése.
13. Gazdaságfejlesztési lehetőségek megkeresése.
14. Pályázati támogatások igénybe vétele.
15. Helyi cselekvési programok kezdeményezése.

Egyeztetés a település döntéshozóival, aktív embereivel, a közösségi értéktárás folyamatának elfogadása

Első lépésként fontos elérni, hogy a település vezetése megismerje és elfogadja azokat a szempontokat és azt a folyamatot, amely a települési értéktár és a bizottság működésének alapja, ügyelve arra, hogy a hungarikum törvény céljai megfelelően érvényesüljenek. Amennyiben már megalakult és elkezdte működését az értéktár bizottság, a közreműködőket is bevonva ugyanúgy el tud indulni a közösségi értéktárás folyamata.

Ha egy település vezetése nem támogatja az értéktáró tevékenységeket, lehetőség van egyéb módszerekkel a gyűjtőmunka megkezdésére és a dokumentálásra, bízva abban, hogy a döntéshozók véleménye a későbbiekben pozitívan változik, s az addig feltárt anyagok helyi értéktárba való felvétele megtörténhet. Civil kezdeményezésként is alakítható települési értéktár, akik a települési önkormányzat támogatása hiányában a megyei értéktár bizottsághoz, vagy a területi szintű közművelődési szakmai szolgáltatóhoz is fordulhatnak segítségért.

Aktivisták, értéktárás kezdeményező emberek bevonása

A feltárás első főszereplői – legyen szó lokálpatriótákról, vagy más településekről érkezőkről – akik a kezdeti lendületet adják a folyamatnak, elköteleződtek az értékek feltárásában, fontos számukra az, hogy minél többen vegyenek részt a közös kutatásban. Lényeges, hogy a résztvevők jól ismerjék a tervezett program lépéseit, következetesen tudjanak gondolkodni és cselekedni. A gyűjtőmunkára nézve szerencsés is lehet, ha az értéktárásban nem az érintett település (nagyobb települések esetén jól lehatárolható településrész) – a továbbiakban szomszédság – lakosai vesznek részt a kezdeti szakaszban, mivel a helyben élők a tapasztalatok alapján hamarabb megnyílnak egy ismeretlennek.

Helyi szervezetek, intézmények, a három szektor szereplőinek bevonása

Amennyiben a közösségi értéktárás folyamat támogatott, és adottak a folyamatot „beindító” szereplők, kulcsfontosságú lehet a település szerveződéseinek, civil szervezeteinek, intézményeinek a tájékoztatása és a bevonása. Egy település akkor lehet sikeres, ha az állami, a vállalkozói és a civil szféra szereplői hatékonyan tudnak együttműködni. Amellett, hogy a bevont szervezetek résztvevőket (ezzel együtt értékeket) biztosítanak, a feltárás végső szakaszában a társadalmi és gazdasági hasznosulás motorjai lehetnek.

Közösségi feltárásra felkészítő képzés, tréning megvalósítása

Fontos, hogy tervezzük az értéktárásban részt vevő, aktív emberek szakmai felkészítését. Az egy-két napos tréning során a résztvevők elsajátítják a közösségi feltárás eszközeit és szakaszait, valamint

megismerik a módszert, amely kereteket ad az értékfeltáró munkához. Az aktív részvételre és közös tudásra építő képzés során megismerhető a törvényi szabályozás és háttér, az NMI Művelődési Intézet Npkft. szerepe, valamint a közösségfejlesztés és a közösségi tervezés módszerei.

Amennyiben a feltárást az intézet által kidolgozott kérdőív segítségével kezdeményezik, úgy a dokumentum kérdéseinek kidolgozása is feladatként jelentkezik a képzésen. Az alkalmak során az értékfeltárás iránt elkötelezett, aktív személyek megerősödnek céljaikban, ugyanakkor a kezdeményezéssel kevésbé azonosulók visszaléphetnek.

Személyes megkeresések alapján, interjún, kérdőívezésen keresztül a település, szomszédság lakóinak, az „értékgazdák” felkeresése

A feltárást végző és segítő emberek megtalálása és azonosítása után kezdetét veszi a konkrét feltáró tevékenység. A felkészített értékfeltárók interjúkat készítenek, kérdőívet töltenek ki a helyiekkel. Házról-házra, lakásról-lakásra járva személyes ajánlásokkal dolgoznak. A cél minél több nyilatkozót elérni, s ezáltal felszínre hozni az értékeket, amelyeket a kérdőív rögzít, interjú esetében pedig leírás is taglal. Az első feltáró szakaszban nagyjából húsz-harminc személyes interjú után már közösségi beszélgetés tervezendő.

Közösségi beszélgetések

A személyes kapcsolatfelvétel végén az értékfeltárást vezető tájékoztatja és meginvitálja az értékgazdát egy közösségi alkalomra, ahol találkoznak a megkérdezett, értéket ajánló lakosok. A közösségi beszélgetések résztvevői megismerik az interjúk és kérdőívek eredményeit. Itt van elsődleges lehetősége az értékek közösségi alapú elfogadására, társadalmasítására, illetve elvetésére, esetlegesen kiegészítésére.

A résztvevők felismerik közös értékeiket, új megközelítésben és szempontok szerint látják azokat, továbbá a közösség támogatásának tudata megerősítő hatású, így jön létre közösségi felelősségvállalás és elköteleződés. Lehetőség szerint több ilyen alkalmat kell teremteni, optimális esetben közművelődési intézményben, színtérben, ahol körvonalazódnak a közösségi megoldások és feladatok, megteremtődhet egy szélesebb kör bevonásának igénye. A közösségi beszélgetések levezetéséhez moderátor szükséges, akinek a fő feladata, hogy betartsa és betartassa a beszélgetés kereteit, szót adjon minden résztvevőnek, kereteket adjon az összejövételnek.

Személyes interjúk készítése, az értékfeltárás folyamatához bővülő körrel

Az egyéni és közösségi beszélgetések alkalmait követően folytatni szükséges az értékek feltárására irányuló folyamatot. Nagyobb településen újabb húsz-harminc ajánlás után ismét következhet egy közösségi beszélgetés. A lemorzsolódások a résztvevők körében elkerülhetetlenek, de megfigyelhető új szereplők megjelenése is.

Értékcsoportok (munkacsoportok) megalakulása

A közös értékeknek nyilvánosságot biztosító alkalmakon az idő előrehaladtával egymásra találnak azok az emberek, akik bizonyos témájú értékek ismerői vagy birtokosai, érdeklődésük is hasonló. Ezen közös pontok, vagy a törvény által szabályozott kategóriák mentén, kisebb munkacsoportokat érdemes alakítani. A tematikus csoportmunkának azért van különös jelentősége, mert a közösségi beszélgetések, az egyre több résztvevővel egy idő után nem tudják a rengeteg információt egyben kezelni. Csoportokra bontással hatékonyabban és eredményesebben lehet tovább dolgozni. A csoportok vezetőt választanak és önállóan, ugyanolyan metódus alapján, saját munkatervvel végzik tovább tevékenységüket. Szakértő bevonásával szükséges koordinálni az így kialakult csoportok munkáját.

Közös közösségi alkalmak sorozata, értékeket bemutató rendezvények kezdeményezése és megvalósítása

Az eddigi folyamatok eredményeként feltárt értékeket célszerű kisebb ünnepeken, rendezvényeken bemutatni a szélesebb közönség, közösség felé. A közösségi beszélgetések során cselekvési irányok és kezdeményezések is megmutatkoznak, felszínre törnek: ennek a folyamatnak az eredménye szerencsés esetben olyan események megvalósításának gondolata, amely további cselekvésre buzdít: az értékeink megmutatására, megünneplésre, erre kiállítások, rendezvények szervezésére. Az értékünnepek sikeréhez nagyban hozzájárul, ha a településen dolgozó közművelődési és közösségi szakemberek a szervezési feladatok egy részét átengedik az aktív és elköteleződött értékfeltáróknak – természetesen szakmai tanácsadás, iránymutatás mellett, erősítve a közösségi művelődés koncepcióját.

Egy-egy ilyen közösségi ünnep különösen nagy hatást gyakorol a településen élőkre, sikerélményt, büszkeséget, tartást ad a polgároknak.

Értéktár bizottság megalakulása

Ideális esetben az értéktár bizottság a feltárás folyamatának kései szakaszában alakul meg a folyamat hatására és eredményeképpen. Így nagy eséllyel olyan emberek alakítják a bizottságot, akik már bizonyították elkötelezettségüket az ügy iránt. A bizottság munkája megalapozott és kellően támogatott, működésének folyamatossága garantált. Működése adekvát pályázati támogatások révén fejlődhet, erősödhet tovább.

Értékek dokumentálása és felvétele az értéktárba

A már feltárt és nyilvánosságra hozott értékek hivatalos formában felterjesztésre kerülnek a bizottsághoz. A kormányrendelet vonatkozó mellékletének beszerzése és kitöltése nem mindenki számára megoldott. A folyamat segítése érdekében is célszerű a közösségi alkalmakat folytatni, ahol az értékfeltárásban részt vevők segítenek egymásnak a fogalmazásban, felterjesztésben.

Értéktár klubok létrehozása, működése

Az értéktár klub az értéktár bizottság szakmai munkájának támogatását, valamint a feltárás folyamatosságának biztosítását szolgáló önkéntes szerveződés, amely képes a közösségi aktivitásokat fenntartani, közösségi alkalmakat összehívni, az értékcsoportok munkájának koordinálását végezni, valamint fejlesztési irányokat mutatni. A klub a helyi értéktár bizottság társadalmi beágyazódottságát mutatja. Működését tekintve lehet formális és informális is.

Gazdaságfejlesztési lehetőségek felmérése

Az eddig megvalósult folyamatokkal elérhető a hungarikum törvényben is megfogalmazott társadalomfejlesztő hatást. Az adott településen vagy szomszédságban az emberek részvételi szándéka növekszik, aktivizálódnak, egyetértés, együttműködések és a társadalmi kölcsönhatások erősödnek a feltáró munkában.

A passzív(abb) állapotból az érintett emberek cselekvő állampolgárrá válnak. A település nem szolgáltat nekik, hanem velük együtt, aktív, cselekvő részvételükkel körvonalazódik újabb szolgáltatás(ok) lehetősége. A gazdaságfejlesztés változatos formái jelenhetnek meg. A hangsúlyt továbbra is a közösségi tervezésre kell helyezni, a három szektor együttműködése elengedhetetlen a fenntartható fejlesztéshez, fejlődéshez. Ennek koordinálásában az értéktár bizottságnak és az értéktár klubnak elköteleződése fontos.

6. A közművelődés szerepe a helyi identitástudat erősítésében

A Nemzeti Fejlesztés 2030 – Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptió (1/2014. (I.3.) OGY határozat) a következőkben összegzi a szakterület fontosságát:

„A közművelődést a magyar kulturális kormányzat olyan személyiség-, közösség- és társadalomfejlesztő programnak tekinti, amely feltételezi a polgárok aktív közösségi művelődését.

A közösségi művelődés a helyi problémák saját erőből történő megoldásához szükséges képességek elsajátításával, a helyi életminőség javításával elősegíti azt a nemzetstratégiai és nemzetgazdasági fordulatot, amelynek révén hazánk az itt élő emberek értékeire, erőforrásaira alapozva sikeres országgá válik.”

A 2017 nyarán módosított 1997. évi CXL. törvény – a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről – rögzíti, hogy a kulturális örökséghez tartozó javak múltunk és jelenünk megismerésének pótolhatatlan forrásai, a nemzeti és az egyetemes kulturális örökség egészének elválaszthatatlan összetevői; szellemi birtokbavételük minden ember alapvető joga. Az e fogalomkörbe tartozó értékek különös védelme, megőrzése és fenntartása, valamint a nyilvánosság számára történő széles körű és egyenlő hozzáférhetővé tétele a mindenkori társadalom kötelezettsége.

A társadalom közös érdeke a nemzeti, nemzetiségi kulturális hagyományok megőrzése, méltó folytatása, a közösségi és egyéni művelődés személyi, szellemi, gazdasági feltételeinek javítása, a polgárok életminőségét javító, értékhordozó tevékenységek, valamint az ezek megvalósulására létrejött intézmények és szervezetek működésének elősegítése, amely törekvés a kulturális alapellátás rendszerében testesül meg.

A törvény 76. §-a felsorolja a települési önkormányzatok közművelődési feladatait, amelyeket immár közművelődési alapszolgáltatásoknak nevezünk:

- a) művelődő közösségek létrejöttének elősegítése, működésük támogatása, fejlődésük segítése, a közművelődési tevékenységek és a művelődő közösségek számára helyszín biztosítása,
- b) a közösségi és társadalmi részvétel fejlesztése,
- c) az egész életre kiterjedő tanulás feltételeinek biztosítása,
- d) a hagyományos közösségi kulturális értékek átörökítése feltételeinek biztosítása,
- e) az amatőr alkotó- és előadó-művészeti tevékenység feltételeinek biztosítása,
- f) a tehetséggondozás és -fejlesztés feltételeinek biztosítása, valamint
- g) a kulturális alapú gazdaságfejlesztés.

Ezen feladatok többségének ellátása közvetlenül járul hozzá a helyi identitás erősítéséhez, a településen élők helyi kötődéséhez, a helyi lét tartalmasabb megéléséhez.

A kulturális szakterület szabályozó törvény mellett a hungarikum törvényben megfogalmazott szakmai kategóriák (agrár- és élelmiszergazdaság, egészség és életmód, épített környezet, ipari és műszaki megoldások, kulturális örökség, sport, természeti környezet, turizmus) több pontja is illeszkedik a közművelődési szakmai feladatokhoz. A közművelődési szakterület értékfeltáráshoz köthető küldetésének lényege az egyéni, közösségi, települési, megyei és az országos léptékben is mérhető identitástudat erősítésében rejlik.

A szakterület kiemelt céljának tekinti a magyar értékek – helyi termékek, szellemi és tárgyi hagyományok – felkutatását és megőrzését, továbbá a kulturális tradíciókat ápoló alkotó közösségek szakmai támogatását, s a kapcsolódó tevékenységek mögött rejlő turisztikai lehetőségek felismertetését.

A szakterület meghatározó tevékenysége az emberi alkotókészséghez kötődik, legyen az szellemi vagy tárgyi produktum. A körülöttünk lévő értékek megismertetésén, továbbörökítésén, megőrzésén túl a közösségi művelődés szellemisége jegyében az értéktár mozgalom jelentősége és célja a társadalmi szövetek megerősítésében rajzolódik ki. Az aktív részvételen alapuló művelődési formák módszertani eszköztárával számos, a közösségek életét meghatározó területre, helyzetre és problémára kereshetünk megoldásokat.

A közművelődés feladatellátásában meghatározó eszköz a „cselekvés” kultúrájának kialakítása és erősítése, melynek révén hozzájárul:

- a lokális társadalomfejlesztéshez,
- a településfejlesztéshez,
- a gazdaságfejlesztéshez,
- az önfoglalkoztatás elősegítéséhez,
- a munkanélküliség csökkentéséhez,
- a települések népességmegtartó képességének erősödéséhez,
- az egészségügyi állapot javításához (fizikai, lelki),
- a generációk közötti „távolságok” csökkentéséhez,
- a helyi és a nemzeti identitástudat megerősödéséhez.

A szakterület vallja, hogy a helyi értékek feltárása és gyűjtése nem végcél, hanem a társadalom megtartó erejének egyik eszköze, mely elv egyben a kapcsolódó szakmai tevékenységek prioritását is magában foglalja.

Az önszerveződések, szabadidős tevékenységek mentén szerveződő művelődő közösségek gyakran a helyi értékek, helyi események, felmerülő igények, helyi adottságok, vagy helyi problémák megoldására mentén alakulnak és aktivizálódnak.

Az önszerveződés a lakóhely, munka, tanulás vagy érdeklődés/ érdekek, továbbá értékek, valamely ügy kapcsán összetartozó emberek körében meginduló szerveződés, amely az érintett kezdeményezésére indul be és szerveződik tovább, fejlesztői segítség nélkül, vagy kevés fejlesztői rásegítéssel.

Az önszerveződő aktivitások lehetnek fejlesztő módszerekkel segített tankatalógusok és a rájuk épülő tanulókörök, a szívesség-szolgálatok, az önkéntes szolgálatok, a KÖR-mozgalom (Közösségi Önszervező Rendszer), de a helytörténeti, településszépítő, környezetvédő, természetvédő és érdekvédő közösségi aktivitások is. Az önszervező közösségi cselekvés beindulását, a kezdeményezést tudatos fejlesztő-munkával is érdemes serkenteni, ösztönözni. (például a helyi értékek, helyi tudás feltárására és cseréjére).

Művelődő közösségnek a művelődési érdeklődési kör és az önképző, társas tevékenység szerint elkülönülő – jogi személyiség nélküli – lakossági csoportot nevezünk. Célja az azonos vagy hasonló érdeklődésű emberek közös művelődése, társas együttléte, szórakozása, amely önkéntességen alapul. A művelődő közösség együttléte során többnyire nem formális tanulási folyamat valósul meg. A csoport egy meghatározható résztvevői maggal működik, a csoport létszáma és összetétele az idő folyamán változhat. A csoport vezetője általában az adott területen kiemelkedő tudással, kompetenciával vagy szervezői képességgel rendelkezik, de nem feltétlenül van dokumentummal igazolható végzettsége.

Formái lehetnek:

- Alkotó művelődési közösségek:
- Amatőr művészeti csoport (előadó- és alkotóművészeti),
- Népművészeti csoportok
- Klubok:
- Például: korosztályi (ifjúsági, nyugdíjas) vagy érdeklődés alapján szerveződő klubok
- Szakkör:
- Szabadidős, hobbi tevékenység mentén szerveződő
- Például: bélyeggyűjtés, kézművesség, idegen nyelv

7. Nemzeti es helyi identitás a köznevelésben

A helyi identitásról, a nemzeti identitás tudatában érdemes és kell beszélni, amely a köznevelés területén is hangsúlyosan kell, hogy megjelenjen. A nemzeti hitvallás Magyarország Alaptörvényében került megfogalmazásra 2011. április 25-én. Ebben szerepel többek között, hogy vállaljuk, hogy örökségünket, egyedülálló nyelvünket, a magyar kultúrát, a magyarországi nemzetiségek nyelvét és kultúráját, a Kárpát-medence természet adta és ember alkotta értékeit ápoljuk és megóvjuk. Felelősséget viselünk utódainkért, ezért anyagi, szellemi és természeti erőforrásaink gondos használatával védelmezzük az utánunk jövő nemzedékek életfeltételeit.

A nemzetstratégiai célok elérésének alapja az, hogy a magyarság tagjai ismerjék meg és szeressék közös szellemi hagyatékunkat, örökségünket, hagyományainkat, törekedjenek ezek megvédésére és átadására. Ennek a szemléletnek a kialakítása már iskoláskorban el kell, hogy kezdődjön, ezért különösen fontos, hogy a fiatalabb generáció tagjai lehetőséget kapjanak arra, hogy ne csak tankönyvekből és órai keretek között tanuljanak egy-egy fontosabb történelmi helyszínről, eseményről, személyről, hanem lehetőségük legyen minél több ilyen emléket felkeresni. Hasonlóképpen a természettudományos oktatás során is cél az egyedülálló természeti és táji értékeink megismertetése, a természetjárás megszerettetése az általános iskolásokkal és középiskolásokkal. A most felnövekvő generáció válik ugyanis idővel utazási döntést hozó turistává, de belőlük kerülnek ki az ágazat későbbi dolgozói, vezetői is. Ezért a közneveléssel való szorosabb együttműködés nemcsak általánosan járul hozzá a nemzeti identitás kialakulásához, hanem az ágazat hosszú távú érdekeit is szolgálja.

A 2012-ben kiadott Nemzeti Alaptanterv köznevelés feladatát alapvetően a nemzeti műveltség, a hazai nemzetiségek kultúrájának átadásában, megőrzésében, az egyetemes kultúra közvetítésében, az erkölcsi érzék és a szellemi-érzelmi fogékonyság elmélyítésében jelöli meg. Feladata továbbá a tanuláshoz és a munkához szükséges képességek, készségek, ismeretek, attitűdök együttes fejlesztése, az egyéni és csoportos teljesítmény ösztönzése, a közjóra való törekvés megalapozása, a nemzeti, közösségi összetartozás és a hazafiság megerősítése.

A Nemzeti Alaptanterv fontos szerepet szán az egyetemes magyar nemzeti hagyománynak, a nemzeti öntudat fejlesztésének, beleértve a magyarországi nemzetiségekhez tartozók öntudatának ápolását is. Ebből következően a nemzetiségekre vonatkozó tudástartalmak főbb tartalmi jellemzői (illesszük a regionális és lokális sajátosságokhoz) a tartalmi szabályozás különböző szintjein, illetve az iskoláztatás minden szakaszában arányosan meg kell, hogy jelenjenek. Kiemelten kezeli az ország és tágabb környezete, a Kárpát-medence, különösen a környező országokban élő magyarság életének megismerését, ugyanakkor fontosnak tartja azokat a tartalmakat, amelyek Európához tartozásunkat erősítik.

Nemzeti öntudat, hazafias nevelés

A tanulók ismerjék meg nemzeti, népi kultúránk értékeit, hagyományait. Tanulmányozzák a jeles magyar történelmi személyiségek, tudósok, feltalálók, művészek, írók, költők, sportolók munkásságát. Sajátítsák el azokat az ismereteket, gyakorolják azokat az egyéni és közösségi tevékenységeket, amelyek megalapozzák az otthon, a lakóhely, a szülőföld, a haza és népei megismerését, megbecsülését. Alakuljon ki bennük a közösséghez tartozás, a hazaszeretet érzése, és az a felismerés, hogy szükség esetén Magyarország védelme minden állampolgár kötelessége.

A hon- és népismeret tananyag az 5-8. évfolyamban tartalmazza nemzeti kultúránk nagy múltú elemeit, a magyar néphagyományt, valamint a hazánkban élő nemzetiségek kulturális emlékeit, szokásait, kulturális jelenét.

Teret biztosít azoknak az élményszerű egyéni és közösségi tevékenységeknek, amelyek a család, az otthon, a lakóhely, a szülőföld tiszteletét alapozzák meg. Segíti az egyéni, családi, közösségi, nemzeti, nemzetiségi identitástudat és történelmi tudat kialakítását.

Tudatosítja a tanulóiban, hogy saját hagyományaik, nemzeti értékeik megismerése, elsajátítása révén nyitottá válhatnak a velünk élőkönkéntiségek, vallási közösségek, a szomszéd és a rokon népek, valamint a világ többi népének kultúrája, az egyetemes értékek iránt is.

A 9-12. évfolyamon oktatott Társadalmi, állampolgári és gazdasági ismeretek tantárgy keretei között több olyan témakör szerepel, amely hozzájárul a tanulók nemzeti és helyi identitástudatának erősítéséhez (például a helyi társadalom, civil társadalom, önkéntesség).

A formális oktatás mellett a köznevelési intézmények gyakran szerveznek olyan nem formális tanulási alkalmakat, amelyek kapcsolódva a Nemzeti Alaptanterv célkitűzéseivel, segíti a tanulók nemzeti és helyi identitásának erősítését (például műveltségi vetélkedő, versenyek, helytörténeti kiállítások, rajzpályázatok, helyi ünnepek, színdarabok előadása).

8. A Civil szervezetek szerepe a helyi identitás őrzésében

A modern civil társadalom a gazdaság és az állam közötti társadalmi interakció szférája; a nyilvánosságból és különböző szabad társulásokból tevődik össze. A polgári kezdeményezés és önmozgósítás változatos formái hozzák létre és a jogrendszer (különösen az alanyi jogok megléte) intézményesíti. Politikai szerepe nem a hatalom megszerzése, hanem annak építő jellegű befolyásolása, kontrollja.

A civil társadalom állampolgári mozgásformák és attitűdök társadalmi összessége. A civil cselekvés alapja az öntevékenység, az önkéntesség. Központi szereplője az aktív cselekvő polgár. A civil társadalom megjelenhet spontán és nem formalizált módon (például klubok, körök) de szervezeten és jogi keretek között is (egyesületek, alapítványok).

A részvétel olyan aktus vagy folyamat, amelynek során az információáramlásból vagy a társadalom működéséből kimaradó emberek közvetlenül bekapcsolódnak a társadalmi, közösségi, politikai és kulturális életbe, bevonódnak a közjéért folytatódó közösségi cselekedetekbe, és beleszólnak az őket érintő döntések meghozatalába is, hogy ezen keresztül javítsák az érték létrejött intézmények (közösségi szokások, civil szervezetek, közszolgálati intézmények) működési mechanizmusait.

Helyi, települési vagy kisebb térségi szinten gyakran alakulnak olyan civil kezdeményezések, formális vagy nem formális keretek között, amelyek a természeti vagy épített örökség, a hagyományok, kulturális értékek megőrzését, átadását, fenntartását tűzték ki célul. Teszik mindezt felelősségtudatból, ismeret és tudásátadás céljából vagy akár szórakozásból. Mindezzel tudatosan vagy közvetett módon hozzájárulnak saját maguk és a helyben élők életminőségének javulásához, a helyi szolgáltatások bővüléséhez, a helyi identitástudat erősítéséhez.

A helyi kötődés és a helyben történő megélhetés alapja is minél alaposabb helyismeret. Általános érvényű az a megállapítás is, hogy ahhoz, hogy tervezni tudjuk a jövőnket, ismerni kell a múltunkat.

Helyismeret: Egy adott helyre (település, tájegység, térség) vonatkozó információk, illetve az őket hordozó dokumentumok összessége. Könyvtári fogalomként a könyvtári tevékenységnek (gyakorlatnak) az a része, amely ezeknek az információknak, dokumentumoknak a felkutatásával, összegyűjtésével, rendszerezésével, feltárásával, közvetítésével és közreadásával foglalkozik.

Helytörténet: Egyrészt jelöli az adott hely társadalmi fejlődésének folyamatát, a múltra vonatkozó, feltárt vagy a forrásokban rejtőző információkat – ennyiben a helyismeret része. Másrészt a történettudomány azon ágának, területének megnevezésére szolgál, amely e hely (vagy valamely intézménye stb.) történeti múltját, a helyhez kötődő valamely személy életét, történeti szerepét tanulmányozza, illetve a történeti események, helyi tényezőit, sajátosságait mutatja be.

Honismeret: A legkorábbi, még reformkori fogalom. Tartalma többször módosult, ma a közművelődési és a pedagógiai gyakorlat részeként értelmezhető. Az információk felkutatását és gyűjtését, vagyis az ismeretszerzést, valamint az ismeretnyújtást tekinteti feladatának, témájában földrajzilag túlnyúl az adott hely határain, gyakorlatilag az egész országra, az egész nemzetre kiterjed. Három sajátos

jellemzője van: az öntevékenységre épít, mozgalmi vonásokat hordoz; az élősavas információkat, az iratlan ismeretanyagot is felöleli.

Fontos kifejezés továbbá a helyi aktív állampolgársághoz kapcsolódóan, ha valakire azt mondjuk, hogy lokálpatrióta. Ezt az elnevezést gyakran halljuk, olvassuk kevésbé pozitív kicsengésű beszélgetésekben, és írásokban egyaránt. Egyszerű értelmezésben helyi hazafit jelent. Lokálpatrióta minden ember, aki elfogultan szereti szülőhelyét, környezetét.

Aki szereti szülőhelyét, szűkebb és tágabb értelemben is – ha még nem feltétlenül van abban a helyzetben, hogy hathatósan több emberhez, vagy tömeghez szólva a lokálpatriotizmus fő területein, például településfejlesztés, rendezés, környezetvédelem, oktatás, kultúra, gazdaság, érdekképviselet – de megbecsüli a település értékeit, megőrzi és ápolja múltját, egyenlőként bánik embertársaival, az a szó legpozitívabb értelmében is lokálpatrióta.

Az emberek többsége legtöbbször azonban nem magukra és a magán emberek hazafiságára gondolnak, hanem szervezetekre. Minden településen vannak civil szervezetek, akik az országban, világban zajló társadalmi, gazdasági folyamatokra a civil társadalom megerősítéséért cselekvő fórumokat hoznak létre, helyi közösségek, kultúrák, fennmaradására és gazdagítására. Ezeknek a civil szervezeteknek felelősségteljes a tevékenysége, segítik a helyi információáramlást, a párbeszédet a helyi szereplők között.

Negatív értelemben akkor használják a lokálpatrióta kifejezést, jelzót, amikor egyéni érdekek mentén alakuló túlfűtöttség, köztisztület teremtés vezérli a személyt.

Mindazok, akik éreznek magukban igényt, és éreznek magukban tenni akarást, hozzájárulni vágyást, a településük, környezetük védelmében és érdekében, a helyi közösség hasznára, a helyi értékek megbecsülésére azoknak érdemes bekapcsolódnuk a településükön jelen lévő civil szervezetek tevékenységébe.

A hungarikum mozgalom elindítása során egyértelmű cél volt, hogy a civil szervezetek, közösségek bekapcsolódjanak az értékek gyűjtésébe, feltárásába. Az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy ideális esetben a képviselőtestület és a civil közösségek közösen valósítják meg a helyi értéktár létrehozását és működtetését.

A helyi civil szervezetek tagjai lehetnek a legalkalmasabbak arra, hogy elindítsák a helyi értékek gyűjtését, dokumentálását, archiválását. Az országban számos olyan példát is láthatunk, amely során a helyi képviselőtestület civil szervezetet bízott meg a települési értéktár bizottság feladatainak ellátásával.

9. A Helyi nyilvánosság szerepe

Helyi nyilvánosságnak nevezzük egy település, vagy településrész nyilvános kommunikációjának összességét mindazokról az ügyekről, amelyek a helyi közösséget bármilyen módon érintik. A helyi nyilvánosság alapja az információ, az információk nyilvános közzététele, befogadása, feldolgozása, megvitatása és az így kialakult vélemények, álláspontok közvetítése. A helyi nyilvánosság működésének alapfeltétele, hogy az információkhoz és a kommunikációban való részvételhez minden helyi lakos hozzáférjen. A hozzáféréshez tartozik a kommunikáció „akadálymentesítése” is, vagyis annak biztosítása, hogy az információ a helyi lakosok számára érthető legyen, a kommunikációban pedig adottságaitól függetlenül mindenki részt vehessen.

A helyi nyilvánosság szereplői a helyi lakosok és csoportjaik, a helyi intézmények, szervezetek, cégek és a helyi önkormányzat. A kommunikáció a helyi lakosok között, illetve a lakosság és/vagy a többi szereplő között folyik minden irányban. Ideálisan a helyi nyilvánosság a helyi demokrácia működésének garanciája, mely biztosítja, hogy a tájékozott állampolgárok érvényesíthessék akaratukat és kontrollálni tudják a közhatalmat.

A nyilvánosság teret nyújt a legkülönbözőbb véleménycseréknek, információkhoz juttat, illetve segíthet az információk közötti eligazodásban, az öntudatosabbá válásban. Hozzájárulhat az önkifejezés- és az önmeghatározás kifejlődéséhez, az önszerveződés és az együttműködés feltétele, biztosíthatja az erőforrások mozgósítását és általában a közmegegyezés, a racionálisabb döntés létrejöttét.

A helyi nyilvánosság jelentősége az is, hogy kiegészítve a települési önkormányzat kommunikációját, rálátást ad a közérdekű információkra, felszínre hozza a problémákat, lehetőségeket, így segíti azok megoldását, a kínálkozó lehetőségek jobb kihasználását.

A helyi nyilvánosság kommunikációs csatornáit kiszélesítik az infokommunikációs eszközök elterjedésével. Míg korábban a falvakban a „kisbíró” dobolta ki a közérdekű híreket, addig napjainkban a közösségi internet eléréssel, a köztereken biztosított „hot-spotok” segítségével honlapokon, blogokon, közösségi portálokon is értesülhetünk a helyi információkról, helyi eseményekről. Zárt vagy nyílt virtuális csoport is képesek felkarolni egy-egy olyan helyi közügyet, amely erősíti a települési közösség kötődését.

Ilyenek lehetnek többek között a településszépítő akciók, adománygyűjtések, középületek vagy természeti érték megmentésére szerveződő programok, helytörténeti gyűjtések.

Természetesen a hagyományos médiumoknak (helyi újság, helyi televízió, helyi rádió) is van szerepe és kiemelt jelentősége van továbbra is a közvetlen, személyes kommunikációnak is. Így a helyi nyilvánosság gyakran alkalmazott eszközei a lakossági fórumok, közmeghallgatások, tematikus egyeztetések, kerekasztal beszélgetések stb.

Mindezen csatornákat nem tudja kiváltani a virtuális világ, az eredményesség záloga, hogy komplexen kell használni több eszközt. A helyi nyilvánosságot is meg kell tervezni és tudatosan kell alkalmazni, alakítani vagy éppen élni a benne rejlő lehetőségekkel. A helyi identitástudat erősítésének fontos alapja a helyi nyilvánossággal való tudatos foglalkozás.

Helyi identitást erősítő települési jó gyakorlatok bemutatása

Számos jó gyakorlat létezik a helyi, települési kötődések, a szűkebb hazaszeretet erősítésére.

Ezek egyik lehetséges tematizálása:

- Közösségi tervezés a településfejlesztésben
- Települési értéktár létrehozása
- Helyi ünnepek, jeles napok, néphagyományok megélésének eseményei
- Helytörténeti gyűjtemény létrehozása
- Helyi kötődésű alkotóművészeti pályázat megszervezése
- Helyismereti játékos vetélkedő szervezése
- Helyi kötődésű alkotótáborok szervezése
- Értékfeltérés a média eszközeivel
- Rendhagyó irodalom, vagy történelem órák szervezése
- Helyben élő sikeres emberekkel, példaképekkel szervezett beszélgetős estek
- Helyismereti túrák, kirándulások, akadályversenyek
- Helytörténeti séták
- Főző- sütő versenyek
- Településmarketinget szolgáló kezdeményezések
- Imázsfilmek készítése
- Falunap szervezése

A falunap leképezi a helyi társadalmat, valódi közművelődési eseménye egy településnek. Egy olyan nap, amely a közösség, a falu napja, az együttlét, a találkozások lehetősége és ünnepe. A helyi társadalom és közösségfejlesztési folyamat fontos állomása.

A falunapok jelentősége:

- Helyi összefogás, kooperáció erősödése
- Térségi, szomszédosági kapcsolatok fejlődése
- A település közösségeinek erősödése
- Helyi értékek megbecsülésének megjelenése a közösség életében
- Közösségi gondolkodás és tervezés erősödése
- Vállalkozások, helyi munkaadók megjelenése
- A helyi identitás erősödése, kötődés
- Önkéntesség megjelenése

10. Fogalomtár

Helyi identitás: A helyi közösség tagjainak önmagukról mint közösségről alkotott képe, önmeghatározása, amely a tagok között folyamatosan zajló párbeszéd, a közös cselekvés és a közös értékek felfedezése révén jön létre. A múltat a jelennel összekötő érzelmi kapcsolat, amely az egyén számára az „odatartozás” érzését, a kötődés képességét biztosítja.

11. Irodalomjegyzék

Közösségfejlesztés módszertani útmutató (2017). Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ, NMI Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. Országos Széchényi Könyvtár, Budapest.

Értékekre hangolódva – A nemzeti értékgyűjtés módszertani kézikönyve (2016) Nemzeti Művelődési Intézet, Budapest.

Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.)

Nemzeti Alaptanterv (110/2012. (VI.4.) Kormányrendelet)

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről

A Nemzeti Közszolgálati Egyetem kiadványa.



Kiadó:

Nemzeti Közszolgálati Egyetem;
Közigazgatási Továbbképzési Intézet
www.uni-nke.hu

Felelős kiadó:

Prof. Dr. Kis Norbert rektorhelyettes
Címe: 1083 Budapest, Üllői út 82.

Kiadói szerkesztő:

Császár-Biró Anna

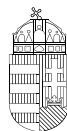
ISBN 978-963-498-472-6 (PDF)

A kiadvány

a KÖFOP-2.1.1-VEKOP-15-2016-00001

„A közszolgáltatás komplex kompetencia,
életpálya-program és oktatás technológiai
fejlesztése” című projekt keretében készült
el és jelent meg.

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE