

DOKTORI (PhD) ÉRTEKEZÉS

Varga Tamás

Nyugat-Magyarországi Egyetem

Sopron, 2008

**Nyugat-magyarországi Egyetem
ERDŐMÉRNÖKI KAR
Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola
Erdővagyon-gazdálkodás (E3) Program**

Doktori (PhD) értekezés

**Az állami erdőgazdálkodás közönségkapcsolatának vizsgálata
a parkerdőkön és az erdészeti erdei iskolákon keresztül**

Írta:

VARGA TAMÁS
okleveles erdőmérnök
okleveles mérnök-tanár

Témavezető:

DR. STARK MAGDOLNA
egyetemi docens
és
KOVÁTSNÉ DR. HABIL NÉMETH MÁRIA
főiskolai tanár

**Sopron
2008**

**Az állami erdőgazdálkodás közönségkapcsolatának vizsgálata
a parkerdőkön és az erdészeti erdei iskolákon keresztül**

Értekezés doktori (PhD) fokozat elnyerése érdekében

*a Nyugat-magyarországi Egyetem, Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok
Doktori Iskola Erdővagyon-gazdálkodás programja keretében

Írta: Varga Tamás

**Készült a Nyugat-magyarországi Egyetem
Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola
Erdővagyon-gazdálkodás programja keretében

Témavezető: **Dr. Stark Magdolna**

Elfogadásra javaslom (igen / nem)

.....
(aláírás)

Témavezető: **Kovátsné Dr. habil Németh Mária**

Elfogadásra javaslom (igen / nem)

.....
(aláírás)

A jelölt a doktori szigorlaton 94% -ot ért el,

Sopron/Mosonmagyaróvár.....

.....
a Szigorlati Bizottság elnöke

Az értekezést bírálóként elfogadásra javaslom (igen /nem)

Első bíráló (.....) igen / nem

.....
(aláírás)

Második bíráló (.....) igen / nem

.....
(aláírás)

(Esetleg harmadik bíráló (.....) igen / nem

.....
(aláírás)

A jelölt az értekezés nyilvános vitáján.....%-ot ért el

Sopron/Mosonmagyaróvár,

.....
a Bírálóbizottság elnöke

A doktori (PhD) oklevél minősítése.....

.....
Az EDT elnöke

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	7
1.1. Az erdőgazdálkodási ágazat közönségkapcsolat fejlesztésének szükségessége	7
1.2. Kutatási hipotézisek	8
1.3. A kutatás módszertana	9
2. A kommunikáció fogalma és jelentősége	11
2.1. A public relations írásmódja	11
2.2. A public relations kialakulása	12
2.3. A public relations kezdetei.....	13
2.4. A public relations szakma kialakulása Magyarországon	13
2.5. A public relations funkciója és eszközei.....	14
3. Az erdészeti kommunikáció hagyományos módszerei	16
3.1. A magyarországi parkerdők kialakulása, közönségkapcsolati szerepe.....	18
3.1.1 A természetjárás kezdetei	18
3.1.2 A szervezett turizmus kialakulása	19
3.1.3 A Magyar Turista Egyesület.....	20
3.1.4 Erdei turizmus 1945 után.....	23
3.2. Erdészeti egyesület.....	25
3.3. Kiadványok	26
3.4. Kiállítások	28
3.5. Természetvédelmi folyamatok mint a kommunikáció eszközei	29
3.6. A szocialista erdőgazdálkodás kommunikációs sajátosságai.....	30
3.7. Az erdészeti kommunikáció hagyományos módszereiből levont következtetések ...	33
4. Új irányok az erdészeti kommunikációban.....	35
4.1. E-pr: A Magyar Információs Társadalom Stratégia.....	35
4.2. A kommunikáció éve	38
4.3. Az erdészeti tudomány kommunikációja.....	39
4.4. Az Erdők Hete.....	39
4.5. A Nemzeti Erdőprogram	40
4.6. Erdészeti ágazati Pr-stratégiák, tanulmányok	42
4.6.1 PR- stratégia az ÁPV RT. Erdészeti Portfóliója számára (1998)	43
4.6.2 Erdészeti Ágazat Kommunikációs Stratégiája (2006).....	44

4.6.3 Erdő Kutatás	45
4.6.4 Előterjesztés az Erdészeti Kommunikáció fejlesztésére (2008)	46
4.7. Erdészeti tanúsítás	46
4.8. Klímaváltozás, CO2 kereskedelem	49
4.9. Közösségi portálok	50
4.10. Kalandparkok, tematikus parkok, terepmotorozás, quadpályák	51
4.11. Következtetések	52
5. Az erdészeti kommunikáció jelenlegi gyakorlata	53
5.1. Az erdőgazdálkodási ágazat szereplői, részvételük a kommunikációban.....	55
5.1.1 Magyar Nemzeti Vagyonkezelő Zrt (MNV Zrt)	57
5.1.2 Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MgSzH).....	58
5.1.3 Országos Erdészeti Egyesület (OEE)	59
5.1.4 Magán Erdőtulajdonosok és Gazdálkodók Országos Szövetsége (MEGOSZ)	60
5.1.5 Nyugat-magyarországi Egyetem, Erdőmérnöki Kar	60
5.1.6 Erdőgazdasági Zrt.-k	61
5.2. Az erdei iskolák	64
5.2.1 Az Erdészeti Erdei Iskolák előzménye és megjelenése	64
5.2.2 Az erdészeti erdei iskolák elméleti háttere	65
5.2.3 Az Erdészeti Erdei Iskolák gyakorlata	67
5.2.4 Az erdei iskola eredményei a társadalom véleményformálásában	68
5.2.5 Az erdészeti erdei iskolák pr-értékének elemzése	69
5.2.6 Az Erdészeti Erdei Iskolák üzemeltetési, tájékoztatási alapadatai	71
5.3. Az erdőgazdálkodásban megjelent kiadványok tételes értékelése.....	73
5.3.1 A kiadványok értékelésének szempontjai.....	73
5.3.2 A vizsgálat eredményei	75
5.4. Az erdőgazdálkodással foglalkozó honlapok elemzése	76
5.4.1 Az értékelésnél felhasznált szakkifejezések definíciói.....	77
5.4.2 A honlapok értékelésének szempontjai	79
5.4.3 A vizsgálat eredményei	79
5.5. Az erdőgazdasági parkerdők mint a kommunikáció eszközei	93
5.5.1 A hazai parkerdők jellemzői.....	93
5.5.2 Műszaki létesítmények	96
5.5.3 A parkerdők információs táblákkal való ellátottsága	98
5.5.4 A parkerdőkben szervezett közönségkapcsolati programok.....	99
5.5.5 A parkerdők üzemeltetésének anyagi háttere (költségek, források).....	100
5.5.6 A parkerdők látogatottságának regisztrálása	104
5.5.7 A magyar parkerdők pr-érték kihasználtsága	104
5.5.8 A parkerdők pr-értékének megítélése	105
5.5.9 Következtetések, ajánlások.....	106

5.6. Erdészeti kommunikáció az írott és elektronikus sajtóban	107
5.6.1 A kutatás célkitűzései	107
5.6.2 A vizsgálat eredménye.....	108
5.7. Következtetések	111
6. Összefoglalás	113
7. Az értekezés tézisei	115
8. Javaslatok az ágazati pr-tevékenység fejlesztésére.....	118
Köszönetnyilvánítás	120
Irodalomjegyzék	121
Jogszabályok:.....	123
Internetes források:.....	123
Melléletek	125
1. melléklet: A felmérés.....	126
2. melléklet: Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály programja.....	129
3. melléklet: Erdőgazdálkodási ismeretek korosztályok szerinti oktatása	131
4. melléklet: Erdészeti Erdei Iskolák Jegyzéke	136
5. melléklet: A kiértékelt kiadványok listája	138
6. melléklet: A kiértékelt weboldalak listája és az értékelési szempontok szerint elért értékek	140

1. Bevezetés

1.1. Az erdőgazdálkodási ágazat közönségkapcsolat fejlesztésének szükségessége

A magyar erdőgazdálkodás eddigi története során több válságos időszakot és fénykort élt át. Az 1990-es évek végére az erdőgazdálkodási ágazat egyre kedvezőtlenebb pozícióba került, mind a kormányzati ágazati finanszírozás, mind pedig a közvélemény megítélése szempontjából. Annak ellenére, hogy Magyarországon az erdőterület folyamatosan növekszik, a gazdálkodás tartamossága biztosított, az erdőgazdálkodók folyamatos támadásnak vannak kitéve a politika és a közélet oldaláról egyaránt.

Az erdőgazdálkodás szakmai és irányítási rendszerében több sajátosság is található, amely megnehezíti az egységes, átfogó, ágazati kommunikáció bevezetését. Az állami erdőgazdasági részvénytársaságok felügyeletét tulajdonosként az Magyar Nemzeti Vagyonkezelő Zrt. (MNV Zrt.) látja el, szigorú gazdasági követelményeket állítva az erdőgazdaságok felé. Az erdészeti szakmai tervezést, irányítást, felügyeletet a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium Erdészeti Hivatala, majd Erdészeti, Vadászati Főosztálya, jelenleg pedig a Természeti Erőforrások Főosztálya végzi.

A többszintű elvárások és a különböző szakmai, pénzügyi prioritások miatt a részvénytársaságok gazdálkodásukban, különös tekintettel a non-profit tevékenységekre – mint pl. közjóléti erdők, erdészeti erdei iskolák fenntartása, működtetése – sokszor kerülnek nehéz helyzet elé. Az ágazat termelésének nagyságrendje elenyésző a GDP-hez képest, amely szintén kedvezőtlenül befolyásolja az erdőgazdálkodás érdekérvényesítő képességét hazánkban.

Számos kiváló lehetőség kínálkozik azonban az erdészet pozíciójának erősítésére. Magyarországon az erdők területe Trianon óta folyamatosan növekszik, és mára meghaladta a kétmillió hektárt. Kiemelkedő az erdőgazdálkodás közcélú feladatainak nagyságrendje és sokrétűsége is. Az erdőgazdálkodási szervezetek által működtette parkerdők, erdészeti erdei iskolák behálózzák az egész országot. Az erdőgazdálkodás sok helyen kiveszi részét a természetvédelmi tevékenységből, és nem elhanyagolható, hogy a magyar természetvédelem intézménye erdészek kezdeményezésére az erdőgazdálkodásból nőtte ki magát. Jelentős az erdőgazdálkodás térségfejlesztésre gyakorolt hatása is. Ezeket az előnyöket és pozitívumokat

egy hatékony és tervszerűen felépített kommunikációval kiválóan fel lehet használni az ágazat érdekében, az erdők, az erdőgazdálkodás, az erdőszet mint szakma meg- és elismertetésében, az ágazat támogatásának és érdekérvényesítő képességének növelésében.

1.2. Kutatási hipotézisek

Az erdőgazdálkodási ágazatot visszatérő és elhúzódó kommunikációs válság jellemzi.

Feltételeztem, hogy a magyar erdőszet története folyamán több, nagyszabású közönségkapcsolati akció is lezajlott, amelyek nem értek el átfogó és hosszútávú eredményt az ágazat pozitív megítélése szempontjából.

A tudatformálás, nevelés leghatékonyabb színtere az iskola. Ezen a színtéren az erdőgazdálkodási közönségkapcsolatnak is számos lehetősége kínálkozhat.

Valószínűsíthető, hogy az erdőszeti kommunikációs válság okai a kihasználatlan kommunikációs potenciálokban, a meglévő kommunikáció elemeinek (kiadványok, weblapok, médiamegjelenés) hiányosságaiban, és az erdőgazdálkodás szervezeti, irányításának és érdekeltégi viszonyainak ellentmondásosságában keresendő.

A társadalom és az erdőgazdálkodás egyik legnagyobb érintkezési felülete a parkerdők. Feltételeztem, hogy a parkerdő, mint hatékony kommunikációs színtér fontos szerepet játszhat az erdőgazdálkodók közönségkapcsolatában.

Az egységes és tudatos kommunikációnak fontos eleme a kommunikációs stratégia. A stratégia hiánya, vagy szakmán belüli megosztottsága negatívan befolyásolhatja az ágazati kommunikáció egészét.

Feltételeztem, hogy az erdőgazdálkodási közönségkapcsolatnak lehetnek a mai kor, társadalom sajátosságait figyelembe vevő új, eddig kihasználatlan irányai, lehetőségei.

Dolgozatomban az állami tulajdonú erdőgazdaságok, erdőszeti szervezetek, kommunikációs tevékenységének – különös tekintettel a parkerdőkre és az erdőszeti erdei iskolákra – elemzésével tárom fel az ágazat kezében lévő, kevésbé kihasznált közönség-kapcsolati lehetőségeket, azok formáit és tartalmát. A kutatás során a következő kérdésekre kerestem válaszokat:

- Az erdőgazdálkodási pr-munka során a szakmában milyen kommunikációs elemeket használnak, ezek mennyire felelnek meg a pr szakmai előírásainak?

- A vizsgált területeken milyen a kommunikációs lehetőségek kihasználtsága, hatékonysága?
- Mely területek fejlesztésével lehet javítani az erdészeti pr-tevékenységet?
- Melyek a legnagyobb hatást elérő kommunikációs elemek az erdőgazdálkodási ágazatban?

1.3. A kutatás módszertana

Az erdőgazdálkodás és a társadalom kommunikációjának számos módja, színtere van. Ennek megfelelően több kutatási módszertani elemet is alkalmaztam. A kutatás formája értékelő kutatás, amely formatív és szummatív értékelést is tartalmaz. A kutatásom kvalitatív jellegű. Első lépésként deduktív kutatási módszer alkalmazásával azt vizsgáltam, hogy a public relations mely elemei jelentek, jelenhetnek meg az erdőgazdálkodási kommunikációban.

- A kommunikációs szakirodalom összegyűjtése és ide vonatkozó fejezeteinek áttanulmányozása után, kigyűjtöttem az Erdészeti Lapokban az életre hívásától (1862) megjelent, az erdőgazdálkodás társadalmi kapcsolataival foglalkozó írásokat, híreket. Hasonló szempontból vizsgáltam meg a szakmatörténettel foglalkozó erdészettörténeti közleményeket, az Országos Erdészeti Egyesület kiadványait is.
- Az erdészeti kommunikáció történetének feldolgozása után a parkerdők, az erdőgazdálkodás közjóléti tevékenységének kialakulását tártam fel. Ebben a kutatási szakaszban a turisztikai történeti kiadványokat, az erdőgazdaságok történetét feldolgozó írásokat, könyveket és az interneten e-témakörben fellelhető cikkeket dolgoztam fel.
- A történeti rész utolsó fejezeteként az erdészeti erdei iskolák létrejöttének dokumentumai alapján mutatom be az iskolák megalakulásának kihatását az erdészeti kommunikációra.
- Induktív kutatási módszer alkalmazásával a közelmúlt erdészeti kommunikációjának helyzetértékeléséhez összehasonlító elemzést végeztem el, melynek célja volt feltárni a sajtóban megjelent, erdőgazdálkodással, természetvédelemmel kapcsolatos cikkek előfordulási gyakoriságát, a médiában megjelent szakmai üzenetek minőségét és értékét. Az elemzést a Magyar Nemzet és a Népszabadság c. napilapok két-két évfolyamában, a 168 óra hetilapban, illetve az internet magyar nyelvű oldalainak vizsgálatával végeztem, 2002-2004 és 2005-2007 között.

- A szakmai kommunikáció fontos elemei az erdőgazdálkodási szervezetek által készített információs anyagok, kiadványok. Az utóbbi években született kiadványok közül ötvenkilenc kiadványt elemeztem ki részletesen, a kommunikáció hatékonyságának szempontjából. Több tényezőt vizsgáltam, a kivitelezés, minőség, esztétika, szakmai tartalom témakörökben, amelyek meghatározók egy közönségkapcsolati kiadvány esetében.
- Megvizsgáltam az állami erdőgazdaságok honlapjait és más, erdőgazdálkodással foglalkozó honlapot (összesen 29-et), hogy mennyire felelnek meg az elektronikus kommunikáció alapvető szabályainak. Értékelő táblázatot szerkesztettem, ahol külön elemeztem a honlapok egyes oldalainak elemeit több szempont (erdőgazdálkodási szakmai és az e-pr szabályai) szerint. Az egyes értékelési szempontokhoz pontszámokat rendeltem, melyek jellemzik a vizsgált elem helyzetét kommunikációs szempontból.
- A kutatás teljesebbé tételéhez kérdőívet szerkesztettem, amelyeket az állami erdészeti részvénytársaságoknak küldtem el.
- A Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium Erdészeti Főosztálya 2007-ben országos közjóléti leltárt készített. A leltár a közjóléti berendezések számát mérte fel különböző kategóriákban. A parkerdei eszközök összetételének, országos eloszlásának elemzésével vontam le következtetéseket a kommunikációban való használhatóságukról.
- Kigyűjtöttem a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium által 2002-2006 között, támogatásként kifizetett éves parkerdő üzemeltetési, beruházási pénzügyi keretszámait. Elemeztem a vizsgált időszakban kifizetett támogatások éves eloszlását, belső szerkezetét. Az adatokat összevettem az erdőgazdálkodóknak kiküldött kérdőívekben szereplő beruházási, üzemeltetési számokkal.
- Az erdészeti ágazat elmúlt tíz évében különböző szervezetek végeztek a vizsgált témában kutatásokat, illetve több ágazati kommunikációs stratégiát dolgoztak ki. Öt különböző kutatást, illetve stratégiát dolgoztam fel, vettem össze egymással, vizsgáltam meg eredményességüket, valós hatásukat az erdőgazdálkodás kommunikációjára.

2. A kommunikáció fogalma és jelentősége

A „public relations” az a tudományterület, amely a hírnevet gondozza. A hírnév (reputation) – összetett fogalom (elfogadottság, elismertség, megbecsülés) – annak az eredménye, amit teszünk, amit mondunk, és amit mások mondanak rólunk. A „public relations” tevékenység tervszerű és tartós erőfeszítés azért, hogy egy szervezet és környezete között a vélemény és a viselkedés befolyásolásával kölcsönös megértést, jóakaratot és támogatást építsen és tartson fenn. (http://hu.wikipedia.org/wiki/Public_relations)

A CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques - Európai PR Konföderáció) által ajánlott meghatározás:

„A public relations a kommunikáció tudatos szervezése. A public relations menedzsmenti, irányítási tevékenység. A public relations célja elérni az egyének, a szervezetek és környezetük közötti kölcsönös megértést és létrehozni a kölcsönös előnyökön alapuló kapcsolatokat, a kétirányú kommunikáció útján.” (<http://www.fibraco.hu>)

2.1. A public relations írásmódja

A public relations kifejezést a szakirodalomban és különösen a köznyelvben számos különféle módon közlik. Dolgozatomban a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézetének állásfoglalása szerinti írásmódot követem, amely hivatalos nyilatkozatra a Magyar PR Szövetség kérte fel a szakmai testületet. Eszerint:

“A public relations angol kifejezés a többi idegen eredetű köznyelvi szóhoz hasonlóan kis kezdőbetűvel írandó. Hasonlóképpen a rövidítése is kisbetűs: pr. A kifejezés a magyar helyesírás szabályai szerint nem rövidíthető, csupán szóösszetételekben. Különösen nem írható nagybetűvel. Tehát helyesen: pr-tevékenység, pr-szemléletmód, pr-gondolkodás, pr-szakreferens, stb. Ejtésmódja a magyar fonetika szerint péér.” (<http://www.mprsz.hu>).

2.2. A public relations kialakulása

Kezdetben a füstjelek, dobok, később a futár és a postagalamb jellemezte az emberek közötti kommunikáció fejlődésének beindulását. A Guttenberg találmánya a könyvnyomtatás, forradalmasította az információközlést. A XX. században a nyomtatott kommunikáció uralmát felváltotta a film és a rádió. Ettől kezdve a fejlődés robbanásszerű és megállíthatatlan lett. Hamarosan a televízió és mára a számítógép által közvetített kommunikáció természetes életelemmünké vált. Ma már elképzelhetetlen a nem is túl távoli múlt, amikor irodáinkban számítógép, szövegszerkesztő nélkül folyt a munka. Jelen századunk a telefon és a számítógép százada, kommunikáció elsődlegesen a telefonvonalak, a világháló segítségével folyik. Néhány év alatt általánossá vált az internetes vásárlás, számlakezelés, elterjedtek a különböző információs weboldalak. Ma már több száz, elsődlegesen a kommunikációt segítő web oldal létezik. (Skype, Messenger, iwiw stb.) A kommunikáció sebessége olyan nagy, hogy a gondolat – a pr-szakma nyelvén szólva, az üzenet – kitalálásának pillanatában jelenik meg a befogadó számítógépének képernyőjén. Az üzenet – a hírértékűvé vált üzenet – kibocsátása pedig egyre inkább a profi kommunikációs szakemberek feladata.

A public relations eredetében nem egységes a nemzetközi szakma. Régészek az időszámításunk előtti 1800-ból arra találtak bizonyítékokat, hogy már akkor létezhetett a public relations egy alapeszköze. Olyan, a földművelők számára készült, ún. bulletin maradványaira leltek, amelyben a földművelők a mezőgazdasági műveléshez kaptak tanácsokat. Ilyen kiadványok ma is megjelennek.

Több mint 350 évvel ezelőtt a Katolikus Egyház létrehozta a Propaganda Kongregációt. 1622-ben XV. Gergely pápa, az akkor már sikertelenül zajló kereszties háborúk, illetve a reformáció miatt, veszélyben érezte az egyház hatalmát. Úgy gondolta, hogy az egyház befolyását a hívők között meg kell erősíteni. Ezért egy komoly – mai szóhasználattal élve – komplex pr-akciót hirdetett, és ezt propagandának nevezte.

A propaganda, a tömeges befolyásolás, a történelem során többször is előtérbe került. Például a propaganda és a kezdeti public relations segített hozzá az amerikai alkotmány ratifikálásához is. A kezdeti public relations fontos szerepet játszott az Amerikai Egyesült Államok megalakulásában. Ennek volt része a híressé vált 85 „Szövetségi levél”, amelyet 1787-88 között jelentettek meg a korabeli sajtóban (<http://www.ceo.hu>).

2.3. A public relations kezdetei

A public relations mai értelemben vett felhasználásával először a XIX. század végén találkozunk: az első vállalati pr-osztályt az Egyesült Államokban, 1889-ben George Westinghouse hozta létre saját cégénél. Amikor 1888-ban New York államban bevezették az elektromosságot, Westinghouse felismerte, hogy kapcsolatot kell teremtenie a közvéleménnyel. Így felkért egy híres újságíró, hogy szervezze meg sajtókapcsolatait.

A public relations mai felfogás szerinti történetét a XX. század elejére vezetjük vissza. Ekkor jelentek meg az első sajtóirodák, sajtóügynökségek, reklámügynökségek, pr-tanácsadók, és pr-ügynökségek, természetesen elsősorban az Egyesült Államokban. Az első pr-céget 1900-ban (Publicity Bureau) Bostonban alakították meg. Ez a cég alapvetően sajtókapcsolatokkal foglalkozott, de már több volt, mint egy sajtóügynökség.

A második világháború után a fejlődés gyorsulása a pr-szakma fejlődésének gyorsulását hozta magával. A kommunikáció gyors fejlődése nem lett volna lehetséges a század forradalmi találmányai nélkül. Ezek a találmányok a mozi, rádió, televízió és a számítógép.

A felgyorsult élet, a gyors kommunikáció igénye és lehetősége azonban új követelményeket, kihívásokat állított a szakemberek elé. Ilyen volt a világ globalizációjának kihívása. A globalizáció elsőként a multinacionális vállalatoknál jelent meg. Ezen vállalatok működésében meghatározó volt a kommunikáció gyorsasága. "Az idő pénz" szemlélet egyre inkább az üzleti élet motorjává vált. Ez pedig magával hozta az egész világra kiterjedő kapcsolatrendszerek megteremtését. Egy ilyen igény is hozzájárult már az 1950-es évek végén az IPRA (International Public Relations Association - Nemzetközi PR Szövetség) és a CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques- Európai PR. Konföderáció) létrejöttéhez is. Ezek a szervezetek viszont egyértelműen meghatározzák a szakma etikai és magatartási szabályait, (Athéni, Velencei, Római kódexek, Helsinki, Európai Charták stb.) Amíg a világban a pr-szakma a XIX. század legvégén indul fejlődésnek, addig nálunk Magyarországon csak a rendszerváltás idején született meg hivatalosan (Barát 2005).

2.4. A public relations szakma kialakulása Magyarországon

A pr-szakma és annak mai értelmezése gyakorlatilag a XX. századdal egyidős. Magyarországon jóval később, 1989-ben hozták létre az első - magyar tulajdonosok által jegyzett pr-ügynökséget, a PublicPress-t, majd 1990. decemberében harmincöt magyar pr-szakember

megfogalmazta, hogy szükség van egy független szervezetre, amely önálló szakmaként elismerteti a public relations-t. Ez lett a Magyar PR Szövetség. Azóta a pr-szakma elfogadottá vált hazánkban.

Az Egyesült Nemzetek Szövetsége már 1948-ban elfogadta az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatát, egyértelműen rögzítve, hogy:

„Minden személynek joga van a vélemény és kifejezés szabadságához, amely magában foglalja azt a jogot, hogy véleménye miatt ne szenvedjen zaklatást, és hogy határookra való tekintet nélkül kutathasson, átvihessen és terjeszthessen híreket és eszméket bármilyen kifejezési módon”;

A Nyilatkozat már akkor lefektette a public relations alapjait, ezért kijelenthetjük, hogy a szakma legalább félévszázados késéssel startolt Magyarországon.

A Magyar Public Relations Szövetség 1992-ben megpróbálta magyarra átültetni – nem pusztán lefordítani – a pr-szakma lefordíthatatlan szakkifejezéseit.

E szakmát hazánkban 1992. január 1. óta ismerik el hivatalosan. Ekkor deklarálta a Statisztikai Hivatal, hogy a public relations önálló szakma, az Üzletviteli tanácsadás címszó alatt található (Barát 2005).

2.5. A public relations funkciója és eszközei

Egy vállalat (vagy egy ágazat) pr-tevékenysége a vezetői által koordinált, minden részterületre kiterjedő tájékoztatási tevékenység, amelynek célja, hogy a vállalat (ágazat), illetve a termékei, szolgáltatásai iránt bizalmat keltsen, majd tevékenységét értékelve a megszerzett bizalmat fenntartsa, ápolja (Németh 1992).

A fenti tevékenységet egy vállalat csak a vállalati külső-belső imázs és az úgynevezett vállalati tudat, egységes cégarculat (corporate identity) kialakításán és fenntartásán keresztül képes elvégezni.

A pr-tevékenységek szerteágazó voltát tekintve, voltaképpen minden lehet pr-eszköz, ami információink kifejezésére és eljuttatására alkalmas. Az eszközök osztályozása hatásaik alapján a legelfogadottabb. E szerint megkülönböztetünk személyes-, csoport- és tömegkommunikációs eszközöket és az ezeket egyesítő komplex pr-akciókat.

Az erdőgazdálkodási kommunikációnak mindhárom csoportba tartozó eszközök alkalmazására van lehetősége.

A személyes kommunikáció során az egyénekkal való írásbeli és szóbeli kapcsolattartás jellemző. E csoportba tartoznak a leggyakrabban használt kommunikációs eszközök. Fontos elem az erdőgazdálkodási politikában, az ágazati lobbierdekek képviselésében, de előkerül pl. egy erdőjáró és egy erdész találkozásánál is. Formai és tartalmi követelményei: a világos, üzenetértékű tartalom, érthető, udvarias, nyelvtanilag helyes fogalmazás, amely érvelésében megalapozott, személyes hangvételű.

A csoportkommunikáció eszközrendszerébe a rendezvények, a pr-kiadványok, weblapok, speciális írásbeli közlemények, pr-filmek, beszámolók tartoznak. Az erdőgazdaságok mindegyike használja a felsorolt eszközöket. Dolgozatomban fő elemzési részei a csoportkommunikáció körébe tartozó eszközök kiértékelését tartalmazzák.

Az általánosan ismert médiákon (televízió, rádió, országos sajtó) túl tömegkommunikációs eszközök közé sorolandók még a közterületi objektumok, a vásárok és kiállítások is. A közterületi objektumok – ilyenek pl. a parkerdei berendezések – elsősorban rövid impulzusjellegű közlésre alkalmasak. A már közvetített információk felelevenítésében, aktivizálásában játszanak nagy szerepet. A vásárok és kiállítások koncentráltan, széles, különböző társadalmi rétegeket mozgósítanak, így kiválóan alkalmasak az erdőgazdálkodási üzeneteket hatékonyan célba juttatni. A speciális, erdő témakörétől távol álló szakvásárok közönsége is lehet az erdőgazdálkodási kommunikáció célcsoportja. Ezzel a módszerrel a társadalom olyan rétegei is elérhetők, amelyek hagyományos kommunikációs módszerekkel nehezen megszólíthatók.

A komplex pr-akciók közönségkapcsolati offenzívák, amelyet egy meghatározott kommunikációs cél társadalmi méretű elérésére indítanak. Egyik legfontosabb eleme a „nyílt ház politikája”. Ez az adott cégnek, ágazatnak azt a készségét bizonyítja, hogy nem csak gazdasági partnerként, hanem társadalmi tényezőként is kapcsolatot teremt belső és külső környezetével. Lehetővé teszi, hogy az érdeklődők szabadon és saját szemükkal tekintsék meg belső életét. Ez az egyik legmeggyőzőbb módszer a helyi és társadalmi környezettel való kapcsolattartásban, a pozitív kép kialakításában és fenntartásában. Az erdőgazdálkodási kommunikációnak egységes, hosszú ideig tartó, ágazati komplex pr-akcióra van szüksége, hogy kitörjön jelenlegi szakmai, politikai és társadalmi paradigmáiból.

3. Az erdészeti kommunikáció hagyományos módszerei

Kollwentz Ödön a magyar erdőgazdálkodás vizsgálata során tíz jelentős kategóriát különített el, főként a jogszabályalkotás által meghatározott időintervallumok alapján (Kollwentz 1994).

1. Az erdőkiélés kezdetei (-1000)
2. Az erdőtulajdon kialakulása, a mellékhasználatok jelentősége (1000-1486).
3. Az erdők területi csökkenése, a primitív erdőgazdálkodás kezdete, erdőértékelés (1486-1565).
4. Törekvések a rendszeres erdőgazdálkodás irányában (1565-1791).
5. A rendszeres erdőgazdálkodás kezdete (1791-1849).
6. Az elnyomás évei, az osztrák uralom hatása a magyar erdőgazdálkodásra (1849-1867).
7. Az üzemterv szerinti erdőgazdálkodás kiteljesedésének kezdete (1867-1920).
8. Az üzemterv szerinti gazdálkodás kitejesedése (1920-1945).
9. A II. világháború végétől a rendszerváltozásig (1945-1990).
10. A tulajdonosi struktúra megváltozása (1990-).

A fenti korszakok közül az utolsó négy esetében merül fel a célzott erdészeti kommunikáció lehetősége, ezért a dolgozatban is ezt a korszaki tagolást alkalmazom.

Az erdők, az erdőgazdálkodás helyzetét, elismertségét, támogatottságát a szakembergárdán túl mindig is befolyásolta a társadalmi, politikai kommunikáció aktivitása, minősége. Az államforma, a kül- és belpolitikai háttér, a gazdaságpolitikai viszonyok mind erős ráhatással bírtak az erdőgazdálkodás életére. Az erdő a történelem során különböző jelentőséggel bírt a társadalom életében. A szervezett erdőgazdálkodás fejlődésével (XIX. sz. közepén) felmerült az igény az erdőgazdálkodás társadalmi kapcsolatainak kiépítésére, szervezett kommunikáció, pr-tevékenység beindítására. A különböző korszakok kommunikációjának természetesen más igényei más eszközrendszerei voltak az elérendő célok függvényében.

Az erdészettörténet közönségkapcsolati elemeinek vizsgálata után a fenti korszakok kommunikációs sajátosságait az 1 táblázatban mutatom be.

1. táblázat: Az erdőgazdálkodási korszakok kommunikációs sajátosságai

Korszak	A kommunikációt kiváltó igények, célok	Eszközök	Eredmény
Az üzemterv szerinti erdőgazdálkodás kiteljesedésének kezdete (1867-1920).	Magyar szaknyelv megteremtése, védelme. Természetjárás tömegmozgalommá válása. Erdőirtás mint az árvízkárok kiváltója.	Társadalmi kapcsolatok kialakítása, erdők megnyitása, felszerelése turisztikai berendezésekkel, nagyszabású kampány, kiadványokkal, közoktatás bevonásával az erdészeti ismeretterjesztésért.	Jelentős társadalmi háttérbázis kialakulása, széleskörű tájékoztatás erdőgazdálkodási témában. Parkerdők létrejötte, felszerelése. Az ember-erdő kapcsolat fejlődése.
Az üzemterv szerinti gazdálkodás kitejeseése (1920-1945).	Alföldfásítás, Erdőgazdálkodás súlyának növelése, a „fához való kötődés” kialakítása. Természetvédelem megjelenése.	Új erdészeti politika Kaán Károly helyettes államtitkár irányításával.	Az új irányvonal Kaán Károly megbuktatásával és a háború kitörésével eredménytelen maradt.
A II. világháború végétől a rendszerváltozásig (1945-1990).	Az ország újraépítésének faanyag szükséglete. Erdők államosítása. A társadalom alulinformáltsága az erdőgazdálkodás rohamos fejlődéséről, eredményeiről. Közjóléti igények felerősödése.	Szocialista propaganda. Propaganda- és ismeretterjesztő filmek, fásítási mozgalom beindítása, Madarak és Fák Napja mozgalom felélénkítése, közjóléti erdők felújítása, tanösvények alakítása.	Az átfogó propaganda és kommunikációs munka a várakozáshoz képest kevéssé változtatott az erdőgazdálkodás ismertségén. A széles társadalmi bevonás rövid ideig tartott ahhoz, hogy átütő, tartós eredményt hozzon.
A tulajdonosi struktúra megváltozása és paradigma váltás az erdőgazdálkodás célrendszerében (1990-)	Az erdők egy részének privatizálása, kárpótlásba vonása. Fokozott-látványos fakitermelések. Természetvédelmi szervezetek megerősödése, erdészellenes támadások, erdőgazdálkodás szerepének, érdekérvényesítő képességének erőteljes csökkenése.	Társadalmi kapcsolatok szélesítése, kommunikációs stratégiák kidolgozása. Erdészeti erdei iskolák fejlesztése, jeles napok, akciók szervezése. Közjóléti fejlesztések, beruházások.	A megsokszorozódott közönségkapcsolati elemek alacsony hatásfokkal, szigetszerűen fejtették ki hatásukat. A nagyszabású akciókkal sem sikerül áttörést elérni és a társadalomban, politikában számottevően növelni az erdőgazdálkodás súlyát.

3.1. A magyarországi parkerdők kialakulása, közönségkapcsolati szerepe

A polgárosodás, a városi életmód az erdővel szemben a faanyagnyerésen kívül teljesen új igényeket is támasztott. Egyre fontosabb lett az erdő pihenés, üdülés terén nyújtott lehetőségeinek kiaknázása. A parkerdők kialakulása szorosan összefügg a természetjáró mozgalmak megjelenésével. A parkerdők kialakulásának folyamatát a turista mozgalmak, a Budapest és a Sopron környéki erdők történetén keresztül mutatom be. Tekintettel arra, hogy a tágan értelmezett turizmus gyökerei korábbiak, mint a disszertáció kérdéskörét érintő időintervallum, mindenképpen célszerűnek tartom a korai kezdetek áttekintése is.

3.1.1 A természetjárás kezdetei

A történeti források szerint Magyarországon a természetjárás, a turistaság első jeleivel a XVI. században találkozunk. 1565-ben Laszky késmárki várkapitány felesége pünkösdi kirándulást szervezett a Zöldtő völgyébe. 1615-ben Fröhlich Dávid, későbbi késmárki rektor, 15 éves korában tátrai túrákat tesz, amelyekről földrajzi munkájában (1639-ben *Medulla geographiae practicae* címmel) részletesen ír. 1664-ben Buchholz György lelkész egy kisebb csoporttal megmássza a nagyszalóki csúcsot. 1724-ben ifj. Buchholz György kirándulásokat vezet a Tátrába.

Buda és Pest város lakói a XIX. században szintén kihasználják a természet adta lehetőségeket: majáliskor és egyéb ünnepeken sokan kirándulnak a budai hegyekbe, a környező erdőkbe.

A XIX. század közepére már kedvelt szórakozássá, időtöltéssé vált a természetjárás, számos kisebb-nagyobb csoport alakult az ország különböző vidékein, amelynek tagjai, ha nem is rendszeresen, de gyakran keresték fel a lakóhelyük közelében fekvő hegyeket, erdőket. Ezek a csoportok még nem szervezettek, a természetjárás, a kirándulás egy-egy lelkes híve gyűjti maga köré alkalomszerűen őket. (<http://www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm>)

Sopron környékén pl. Braun Nándor szappanfőző mester a közéletben a „Liederkranz” nevű dalegylet elnöke volt. 1856-ban saját költségen erdei utat épített a soproniak kedvelt kilátóhelyéhez, majd példájára, az ő irányításával, de már városi összefogással több sétautat, erdei pihenőt létesítettek. Néhány évvel később szintén az ő kezdeményezésére az addig is rendszeres dalversenyek helyszíne a város környéki erdő lett. (Ennek emlékéét őrzi a Dalos hegy elnevezés.) 1863-ban közel hatszáz dalnok vett részt a dalosversenyen, akiket Braun

Nándor saját költségén látott vendégül. Ő szorgalmazta az idegenforgalom felkarolását is. Ez volt az első utalás arra, hogy a környezet fejlesztése, szépítése, nemcsak esztétikai, hanem gazdasági szempontból is kívánatos (Csapody 1974).

3.1.2 A szervezett turizmus kialakulása

Az erdei turizmus továbbfejlesztése Sopronban a Városszépítő Egyesület nevéhez fűződik, amelynek tagjai 1865-től kezdve tíz év alatt 35 hidat építettek, elültettek több mint 3700 fát, rendbe hozták a városi erdő leghíresebb forrását a Deák kutat és a hozzá vezető utat, padokat, pihenőket létesítettek az erdőben. Sopron környéke mindinkább alkalmassá vált idegenforgalmi célpontnak.



1. ábra: Deák kút 1872

Forrás: _ Erdészeti múzeum

Ennek eredménye volt egy bécsi vállalkozó kezdeményezése, aki szervezett vonatokat akart indítani Sopronba mintegy 400-500 fő részvételével. A kezdeményezés felpezsdítette az idegenforgalmi fejlesztési szándékot, de mivel a vonatok nem érkeztek meg, a lelkesedés is alábbhagyott. A látogatottság ennek ellenére óriási volt, így az erdei (lővereki) sétálóknak védelmében vasárnap és ünnepnap délutánonként megtiltották a szekerek közlekedését a kedvelt sétautakon (Csapody 1974).

Ebben az időben (1873) Döllér Antal vezetésével Tátrafüreden megalakult a Magyarországi Kárpát Egyesület (MKE) 180 taggal. Ez tekinthető az első állandó magyar természetjáró csoportnak. Ekkor még csak öt országban működött hasonló jellegű egyesület.

Ezek az egyesületek inkább a magasabb hegységek megmászására alakultak, amely tevékenység költséges felszerelést igényelt. Így érthető, hogy az első egyesületek tagjai a gazdagabb polgárság és az arisztokrácia köréből kerültek ki.

Az első olyan szervezet, amely a középhegységek feltárását, megismerését tűzte ki céljául, és foglalkozott a mai értelemben vett turistáskodással, az 1882-ben Selmechányán alakult MKE Szitnya Osztálya volt. Eötvös Loránd, a világhírű magyar fizikus vezetésével alakult meg 1888-ban 273 taggal az MKE Budapesti Osztálya. A kiváló tudós a természetjárás lelkes híve és szervezője volt. Évtizedekig részt vett a turistamozgalom szervezésében. Budapesten a század végén még egy egyesület alakult: a Budapesthegyvidéki Egylet, a későbbi Svábhegyi Egyesület (<http://www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm>).

3.1.3 A Magyar Turista Egyesület

1889-ben megindult a Turisták Lapja c. közlöny, Thirring Gusztáv szerkesztésében. 1891-ben alakult meg az egész ország területére kiterjedő túra-mozgalmat támogató egyesület, a Magyar Turista Egyesület (MTE), Eötvös Loránd elnöklete alatt. Az önálló MTE megalakulása után egymás után jöttek létre az Egyesület osztályai. Első volt a Budapesti Osztály, ezt követte a Mátra Osztály, a Szitnya Osztály és a Vasvár-megyei Osztály. Ezek a Magyarországi Kárpát-Egyesületből váltak ki, és csatlakoztak a Magyar Turista Egyesülethez, de nyomban utánuk más új osztályok is alakultak, sorrendben: a Tanítói Osztály, a Vág völgyi Osztály, a Tátra Osztály, a Kőszegi Osztály, a Fiumei Osztály, az Egyetemi Osztály és Turóc vármegyei Osztály, a Műkedvelő Fényképészek Köre, a Borsodi Bükk Osztály, a Kassavidéki Osztály és az Eperjesi Jogász Osztály (www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm).

Az osztályok elnevezései is beszédesen mutatják, hogy milyen széles társadalmi réteg érintett az erdők turisztikai célú hasznosításában.

Az MTE Tanítói Osztálya új folyóiratot indított, Turista Közlöny címmel. Ennek az osztálynak köszönhető, hogy a természetbarát mozgalom a tanuló ifjúság körében is egyre jobban elterjedt. A tanulók megismerkedhettek lakóhelyük környezetével, az ország legszebb vidékeivel. 1896-ban összeült az első Országos Turista Kongresszus, itt javasolták először egy országos szövetség létrehozását is. A század elején az ipari munkásság is bekapcsolódott a természetjáró mozgalomba. Először önálló egyesületet létrehozni nem tudtak, így a már

meglévő egyesületek munkájában vettek részt. A szervezett munkásság azonban hamarosan maga alakított kisebb csoportokat, amelyek ünnepeken kirándulásokat tettek a városkörnyéki hegyekbe. Különösen az ifjúmunkások vettek részt nagy számmal ezeken a túrákon. (www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm)

A XX. század elejére a természetjárás tömegmozgalommá vált. Munkásotthonokat építettek, ahol a munkások, a fiatalok művelődhetnek, rendezvényeket szervezhetnek. Ez lehetővé tette, hogy a munkás természetbarátok önálló egyesületet hozzanak létre. Az erdőgazdálkodás sem hagyhatta figyelmen kívül ezt a nagy tömeget megmozgató turista szerveződést.

Sopron környékén az 1890-es évek végén a városi erdők gondnoka, Muck Endre végzett úttörő munkát az erdők többcélú hasznosítása terén is. Az erdőfelújításoknál, erdészeti munkáknál arra törekedett, hogy az átalakítások során biztosítsa az erdő feltártságát, turisztikai célokra való hasznosíthatóságát. A soproni erdőkben modern turistaút-hálózatot hozott létre, lovaglásra is alkalmas utak létesítésével. Az utakat irányjelző táblákkal látták el. A tudatos feltárásnak köszönhetően szinte minden természeti és kultúrtörténeti emlék kijelölt, kitisztított sétaúton megközelíthetővé vált. A turistaút-hálózat hossza már ekkor elérte a negyven kilométert. Közben Romwalter Károly nyomdász támogatásával fakilátó épült, melynek utódja a Károly kilátó ma is a legnépszerűbb célpontja a soproni erdőkben barangolóknak (Csapody 1974).

1903-ban megalakult a Dunántúli Turista Egyesület, amely fő célul az erdei utak gondozását és újak létesítését tűzte ki. 1913-ig nem volt olyan szerv, amely képviselte volna az összes turista egyesület érdekeit, összehangolta volna működésüket, és segítette volna a közös problémák megoldását. A turista egyesületek 1913. november 29-re országos gyűlést hívtak össze. A jelenlevő küldöttek tizenegyezer természetjáró egyesületi tag érdekeit képviselték. Ekkor Magyarországon már 22 turista egyesület volt, pontosan 11662 taggal, melynek közel egynegyede a munkásság köréből került ki. Az országos gyűlésen megalakították a Magyar Turista Szövetséget (MTSZ), amely ezek után képviselte a tageszervezetek közös érdekeit, határozott az egyesületeket érintő kérdésekben. Szakbizottságok alakultak: túra, egészségügyi, jogügyi, műszaki, sajtó és propaganda, utazási, útjelző, vezetőképző, vízi és ifjúsági.

1918-ban az MTSZ vándorközgyűlést tartott Sopronban, ahol megszövegezték a "Turista tízparancsolat"-ot.

TURISTA TÍZPARANCSOLAT

1. Szeresd a természetet, s áhítattal lépj szentélyébe!
2. Turistamezben is kultúrember maradj!
3. Ne feledd, hogy turistához méltatlan magaviseleteddel a turistaság ügyének ártasz!
4. Ne élj vissza a vendégjoggal, és tiszteld mások vagyont!
5. Turistaútról le ne térd, tiltott területen csak engedéllyel járj!
6. Légy vidám, de ne lármás; az erdőben ne a turisták, hanem a madarak énekeljenek!
7. Tartsd tisztán a forrásokat, patakokat, pihenőhelyeket és a hulladékot rejtse el!
8. Égő tárgyat el ne dobj, erdőben tüzet ne rakj!
9. Kíméld az erdő vadjait s a mező virágait; gyümölcsfákról még virágot se szakíts!
10. Becsüld turistatársadat s bajban el ne hagyd, mert az becstelenség!

A tízparancsolat jelentősége, hogy szabályrendszert állított fel, az erdőjárás szabályait, amelyek az erdőgazdálkodók számára a turizmussal jelentkező problémákat is csökkenteni voltak hivatottak.

Az I. világháború alatt természetszerűleg a turista mozgalmak is erősen visszaszorultak, az egyesületek működése formálissá vált.

(http://termeszet.red-one.hu/_old_sites/www.mtsz.hu/tortenel/torbaz.htm)

A háború után a „Turistaság és alpinizmus” című újságban az 1921-ben megjelenő, Thirring Gusztáv és Heimler Károly által írt munka (Sopron és környéke részletes kalauza) lendítette fel ismét az erdők látogatottságát.

Ezzel egyidőben a turista szervezetek ismét rohamos gyarapodásnak indultak. A gazdasági konjunktúra további lökést adott az egyesület-alakításhoz, építkezésekhez. Majd mindegyik szervezet menedékházak, menedékkunyhók építésébe, nagyobb beruházást igénylő forrásfoglalásokba kezdett. Számos új, kis taglétszámú egyesület is alakult, s ez bizonyos szétaprózódást váltott ki. Igen sok volt a szakmák szerint megalakult egyesület. 1925-1930 között 37 egyesület lépett be az MTSZ-be, bár nagyobb részük rövid idő után megszűnt működni.

A természetjárásba bekapcsolódott tömegek számára az egyik legégetőbb probléma volt a tilos területek "erdővédelmi" előírások béklyója. Ezek a rendelkezések hatalmas gátat állítottak a turista mozgalom útjába. Nemegyszer a legszebb tájak, források kerültek a tiltott területek listájára. A természetjárók, főként a munkásturisták hosszú küzdelmet folytattak a tilos területek csökkentéséért, a turizmus nemzetközileg elismert normáinak hazai

kodifikálásáért. Különös súllyal tűzte napirendjére ezt a kérdést az 1929-ben megtartott országos turistaértekezlet, amelyen a minisztériumok és az érdekelt testületek részvételével, az MTSZ képviselőinek javaslatára törvénytervezetet dolgoztak ki és terjesztettek fel a minisztertanácshoz a természetjárás törvényszerű szabályozásáról.

Lényegében a tervezet egyik melléktermékeként ugyanebben az évben egységesítették az útjelzések rendszerét, és erre vonatkozó szabályzatot adtak ki. A turista törvényért folytatott küzdelem következő állomását jelentette 1930-ban az MTSZ kérelme az Országos Testnevelési Tanácshoz, amelyben a törvényjavaslat ismételt előterjesztését és támogatását sürgették. Ezt a kérést 1933-ban a Földművelésügyi Miniszterhez címezve is megismételték azzal, hogy az előkészítés alatt álló erdőtörvényben térjenek ki a turistaügyre.

A földművelési miniszter 1934 októberében nyújtotta be törvényjavaslatát "Az erdőkről és a természetvédelemről". Ebben eredetileg nem esett szó a természetjárásról, mígnem az általános interveniálásnak engedve, egy utolsó ponttal kiegészítették a miniszteri javaslatot. Ez a paragrafus (312) azonban csak időleges, halogató megoldást tartalmazott, s lényegében nem vitte előre a természetjárás ügyét. Egyetlen, az addigiakhoz képest szerény szabályozást, előrelépést jelentő tény tartalmazott a rendelkezés, amennyiben kimondta, hogy a használatban lévő turista utakat, turista helyeket a földművelésügyi miniszternek nyilvántartásba kell venni, s az azok elzárására irányuló szándékot a tulajdonosnak fél évvel előbb be kell jelenteni. A törvény, melyet a képviselőház az 1935. év IV. törvénycikként fogadott el, az ország megváltozott természetföldrajzi viszonyainak megfelelő erdőtörvény, és egyben az első magyar természetvédelmi törvény is volt. A turizmust érintő rész gyakorlati alkalmazására azonban, miniszteri rendelet elmaradása miatt, sohasem került sor (http://termeszet.red-one.hu/_old_sites/www.mtsz.hu/tortenei/torbaz.htm).

3.1.4 Erdei turizmus 1945 után

A második világháború hosszú időre ismét visszavetette az erdei turizmus fejlődését. Az erdőkben felépített emlékhelyek, kilátók nagy része megsérült, sok teljesen megsemmisült. A társadalmi szervezetek többségét betiltották (pl. a Soproni Városszépítő Egyesületet is).

Az erdők iránti társadalmi igény azonban továbbra is erős összefogást eredményezett, így a polgárok az országban több helyen a lerombolt örökséget igyekeztek régi színvonalán helyreállítani. Sopronban, Budapesten, Debrecenben ennek keretében kiemelten foglalkoztak az ifjúság természetszeretetre való nevelésével is.

Az államosítást követően az erdők tulajdonviszonyai is átalakultak. Az állami erdőgazdasági szervezetek legfőbb feladata a hagyományos „erdőgazdálkodás” volt, a társadalom faigényének kiszolgálása. A kezdeti időkben az erdők közjóléti szolgáltatásai háttérbe szorultak.

A hatvanas évek elején a hazai erdőgazdálkodást azonban olyan kihívások érték, mint a világméretűvé vált tömegturizmus belépése az országba, a fellángoló környezetvédő mozgalmaknak az erdőre irányuló figyelme. Ezek a hatások a fővárossal szinte szimbiózisban élő pilisi erdészeket érték a legagresszívebben, mert Budapest az ország idegenforgalmi centrumává vált, s az ide összpontosult ipar, valamint a kétmillió lakos az ország egyik legszennyezettebb környezetét hozta létre.

E folyamat eredményeképpen 1969. I. 1-i hatállyal a Pilisi Állami Parkerdőgazdaságot és a Visegrádi Vadgazdaságot összevonták, Pilisi Állami Parkerdőgazdaság elnevezéssel, önálló költségvetési szervvé alakították át.

Az alapító rendelet szerint: "A gazdaság tevékenységi köre az erdő közjóléti és kulturális szerepének, parkerdő jellegének, a tájvédelemnek előtérbe helyezése, a dolgozók kulturált pihenésének előmozdítása, a korszerű erdő- és vadgazdálkodás megvalósítása." (www.fsz.bme.hu/mtsz/termved/pilis01.htm)

Egy, a társadalmat közvetlenül szolgáló erdőgazdaság felállításának gondolatát elsőként Dr. Balassa Gyula, az Országos Erdészeti Főigazgatóság akkori vezetője vetette fel 1962-ben. Az elképzelést Fehér Lajos, a Minisztertanács elnökhelyettese karolta fel és támogatta a megvalósulásig.

Az alapítás évében elkészült a Parkerdőgazdaság közjóléti és tájvédelmi programja, amely időtállóan bizonyult, és a további tájfejlesztési és erdőfeltárási tervek alapjául szolgált. A tájban öt kirándulógócot jelöltek ki, amelyeket úgynevezett zöld folyosók kapcsolnak össze.

A Parkerdőgazdaságnál összesen 8760 ha erdőterület elsődleges rendeltetése lett az üdülés, az erdőrészekben a vágásfordulót 120-150 évre emelték fel.

Az mindjárt kiderült, hogy a közjóléti erdőgazdálkodást csak az eddiginél sokkal nyitottabb erdészeti politikával lehet megvalósítani, ezért az erdészek a nagy nyilvánosság előtt ismertették a parkerdő programját. Ez a nyitottság kíséri végig azóta is a Budapest környéki erdészek munkáját. A pilisi parkerdő megalakítása magával hozta az ország más részein is a közjóléti tevékenység felerősödését (www.fsz.bme.hu/mtsz/termved/pilis01.htm).

1970-ben a Tanulmányi Állami Erdőgazdaság kezelésében lévő erdőkre Dr. Mollay Jánosné tízéves parkerdő fejlesztési tervet készített, melynek megvalósításával a soproni erdők újabb fénykora következett, megépítették az ország első természetvédelmi tanösvényét, a Ciklámen

Tanösvényt, az első erdei tornapályát, szánkó és sípályát jelöltek ki, bővítették a kijelölt turistaút-hálózatot, esőbeállókat, erdei pihenőhelyek épültek (Csapody 1974).

Már a kezdeteknél jelentkezett az a probléma, hogy a közjóléti beruházásokat, fenntartásokat milyen forrásból kell, lehet finanszírozni az erdőgazdálkodásnak. 1970-ben a MÉM – a többi érdekelt minisztériummal egyetértésben – eldöntötte, hogy a hagyományos erdőgazdálkodás faanyagtermesztésből származó jövedelme nem fedezheti a jóléti erdőgazdálkodás többletköltségeit, ezért azok jelentős részét egyéb pénzügyi forrásokból (költségvetés, célcsoportos beruházás, erdőfenntartási alap stb.) kell fedezni.

A rendszerváltás idejére kiteljesedett az ország legnagyobb parkerdejének felszerelése. A Budapest környéki erdőkben több mint 700 km jelzett turistaút-hálózat szolgálja a gyalogos turizmus, az aktív pihenés igényét. Megvalósult az egységes tájékoztató és eligazító-rendszer, továbbá számos parkerdei berendezést létesítettek (Király 2000).

3.2. Erdészeti egyesület

A magyar erdészek társadalmi szervezete 1851 óta működött Ungarischer Forstverein, (Magyar Erdészegylet) néven. A kizárólag német nyelven, osztrák-német szellemiségű alapító okirattal, zömmel külföldi tagokkal működő, csak nevében magyar egyesület reformer erdészei változást sürgettek.

„...Divald és Wagner urak irányzatától egyáltalában nem kell félni, mivel az erdészeti szakemberek között az új magyar erdészeti egyesülethez kevés hívet fognak találni és egyedül a nagybirtokosok pénzével – erdészeti értelmiség nélkül – nehezen valósítható meg...”

E sorok Bécsben, az Allgemeine Forst und Jagdzeitung-ban jelentek meg 1862-ben. A sorok ismeretlen írója szerencsére tévedett még a kételkedő cikk megírásának évében a Magyar Erdészegyletből kiválva, megalapították az Erdészeti Lapokat (Király 1996).

Ezzel megteremtődött az erdészet szakmai és külső kommunikációjának lehetősége magyar nyelven. Az alapítás évében az Erdészeti Lapok cikkeinek fő témája a szakma „magyarítása” volt. Az addigi tapasztalatok átültetése azonban nem volt egyszerű:

”...A kár melly így az erdőszetre háromolnék, roppant nagy lenne, föltéve hogy minden új divattá lett eszme, melly a könyvekben érvényre jutott, mindjárt az erdőben is fogatba vétetnék...Valamint a ruhánál a sok mindenféle viselet közül egyet választott a ki a nép,

melly czélszerűbb a régiebbeknél, úgy fejlődött a jelen erdőszet számára abból a sok phantasticus eszméből jobb alapeszme, mint a minővel az előkor valaha bírt...., (Balás 1862).

A cikk a külföldi „divatok” esztelen átvételétől óvja a magyar erdészeket, rámutatva a „gondolatnélküli tömeg” helytelen irányításának veszélyeire. Itt találkozhatunk először, (bár nem konkrétan megfogalmazva) a társadalmi kommunikáció szükségességével az erdő ügyében.

Néhány évvel később megérett a helyzet arra, hogy létrejöjjön a történelmi jelentőségű magyar nyelvű, alapszabályú és irányítású Országos Erdészeti Egyesület. Az egyesületet 1866-ban 43 tag jelenlétében Bedő Albert, Divald Adolf és Wágner Károly irányításával alapították. Hivatalosan működését 1867. június 25-én miniszteri jóváhagyás után kezdte meg, akkor már 759 taggal (Király 1966).

Az egyesület legsürgősebb teendője a magyar erdészeti szakma kialakítása volt. Az alapítás utáni évek a magyar erdészeti szaknyelv, a magyar szakkönyvtár és az erdészképzés létrehozásával teltek. Kevés idő és energia maradt a külső kommunikációra. Ezekben az években a társadalmi kapcsolatok a szakmai feladatok körére korlátozódtak, pl. a szaknyelv kialakításakor a népi kifejezéseket gyűjtötték össze, és azok egy részét használták fel.

A társadalmi kommunikáció elindulását kényszer szülte: 1879 márciusában a Tisza elöntötte Szegedet, és gyakorlatilag elpusztította Dorozsma, Algyő és Tápé községgel együtt. Az árvíz okai között az erdők elpusztítása is szerepelt (Király 1966).

3.3. Kiadványok

Az alapfeladatok megoldása, a magyar erdészeti irodalom alapjainak megteremtése után hamarosan felvetődött a társadalmi szervezett kapcsolatok, a köznek szóló tájékoztató jellegű kiadványok szükségessége is. Az úttörő jellegű felvetést Arató Gyula tette: „erdőgazdasági vonatkozású népolvasmányokat” javasol kiadni, ingyenes terjesztéssel a nép körében. Arató az „Erdészet és népnevelés” című munkájában kész akciótervet tár a szakma elé, akkori módszerei, megállapításai ma is helytállóak.

„...Mert nem számíthatunk-e a kulturális jelentőségű kezdeményezések hivatott támogatójára a vallás-és közoktatásügyi minisztériumra? ...s másodsorban, ...a tanfelügyelők a néptanítók útján az iskolába járó gyerekek számára... kiosztott füzetek

tartalma a legjobbaknak kínálózó utak egyikén furakodik a nép gondolatvilágába...” (Arató, 1894).

Az akcióterv részletesen meghatározza a programba bevonandó támogatókat (minisztériumok, földbirtokosok, vármegyék, közművelődési egyesületek), a megcélózandó rétegeket, és megadja a kiadványok keretét:

„...egyenes vidékek viszonyhoz mért szűkebb körű és így is az éppen időszerű kérdésekkel foglalkozzék...” (Arató 1894).

Foglalkozik a kiadás szervezetével - állandó bizottság kialakítását javasolja (a jóval későbbi szakosztályok elődje?), illetve kimondja az alapgondolatát: „...egy a létező gazdasági és tudományos egyesületek és társulatok erkölcsi, szellemi és anyagi támogatásával létesítendő közös intézménynek...” (Arató 1894).

Talán ez az első megfogalmazása az 1948-ban létrejövő MTESZ-nek. A szerző figyelmét a nehézségek sem kerültk el. Fő kérdései: lesz-e olyan aki tud a nép nyelvén írni, fogalmazni, s vajon a nép elolvassa-e a kiadványokat?

Ez a munka tekinthető az első hosszú távú, minden részletében átgondolt erdészeti kommunikációs stratégiának. A szakma kétkedése, sőt gúnyos ellenszenve dacára még 1894-ben létrehozták az Erdészeti Ponyvairódmalmi Vállalatot, amely hivatott volt összegyűjteni a megírandó témákat, támogatókat szerezni a kiadáshoz, megoldani a kiadást és a terjesztést. A vállalat a munkáját az említett akcióterv mentén végezte.

„...igen üdvös volna megtudni, hogy a baj egyes vidékeken mennyire fejlett s mennyire gyökerezett meg a népfelfogásban, hogy a téves fogalmak a nép eszejárásában hogyan jelennek meg s hogyan volnának tehát ahoz mért okoskodással legsikeresebben megközelíthetők s a nép lelkéből kigyomlálhatók...” (Arató 1894).

A vállalat az állapotfelmérésre a területi szaktársakat vonta be, a kiadványok megírásához többek között megnyerték a kor sikeres íróját, Mikszáth Kálmánt is. Hamarosan meg is jelent az első ponyvaregény, 30 ezer példányban!: „Cseres Józsi és Boros Rózsi szép históriája - avagy ki mint vet úgy arat”, melyet mintául ajánlottak. A könyvről szóló cikkben Arató javaslatot tett a művek hosszára, cselekményére, stílusára, illetve felvetette, hogy a népiskolai olvasókönyvekben is lehetne egy-egy történetet, mesét megjelentetni (Arató 1895).

A ponyvairódmalmi további két megjelent kötete mellett Fekete Lajos tollából öt erdészeti ismeretterjesztő könyv is született (Király 1966).

3.4. Kiállítások

Az erdészeti egyesület közéleti erősödését mutatja, hogy az 1885-ös budapesti országos kiállításon az erdőgazdálkodás több csarnokban, hatalmas anyaggal vett részt. Ennek a kiállítási anyagnak egy része képezte az egy évvel később átadott új budapesti székház erdészeti múzeumának anyagát. Az első – nagyközönségnek szóló – erdészeti szakgyűjtemény, bár csak hat évig volt látogatható a székházban, fontos mérföldköve az erdészeti kommunikációnak (Király 1966).

A századfordulón az erdészet közönségkapcsolati lehetősége kitérült, megkezdtek a Mezőgazdasági Múzeum bővítését, benne pedig helyet kapott az erdőgazdálkodás, a vadászat és a halászat is, azaz: „...az erdőgazdaságot különféle nyilvánulásaiban állandóan a nagyközönség elé fogja tárni ...” (Erdészeti Lapok 1900).

1900-ban Párizsban rendezték meg a világiállítást, amelyen természetesen a magyar erdészet is bemutatkozott. A kiállítás egyik része a nemzetközi erdészeti csarnokban Ausztria és Oroszország mellett, másik része pedig szabad ég alatt, Franciaország és az Egyesült Államok pavilonjainak szomszédságában került elhelyezésre. Magyar részről összesen 139 kiállító, bent 866 darab, kint pedig 413 darab tárgya került kiállításra. A külső kiállításon elsősorban a faanyagok, a kereskedelmi áruk kerültek bemutatásra.

„Fő eredetisége az volt, hogy maga az építmény, melyben a kiállítási tárgyak helyet találtak, minden részletében szintén kiállítási tárgyként szereplő szálfákból, fűrészárúkból, dongákból, vagyis a kereskedelemben előforduló különféle faválasztékból volt összeállítva.” (Arató 1900).

A belső kiállítás az erdészettudomány és az erdőgazdasági gyakorlat korabeli helyzetét, fejlettségét mutatta be. A kormány részéről a Földművelésügyi Minisztérium, a társadalom részéről az Országos Erdészeti Egyesület, a szakoktatás részéről a selmecbányai akadémia, az érdekeltség részéről pedig az erdőbirtokosok, fakereskedők és faipari vállalatok voltak a fő kiállítók.

A magyar erdészet sikerét mutatja, hogy az erdészeti kiállítás összesen 125 kitüntetésben részesült. Ebből 9 grand prix (nagydíj), 24 arany-, 24 ezüst- és 40 bronzérem valamint 28 elismerő oklevél. (Pottere 1900).

A párizsi világiállítást követően a magyar erdészek hasonló sikereket értek el 1902-ben és 1908-ban Londonban megrendezett világiállításon is.

Nagyarányú politikai, diplomáciai és szakmai előkészületek után 1936. augusztus 25.–szeptember 4. között Magyarországon rendezték a II. Erdészeti Világkongresszust és a

IUFRO IX. Kongresszusát. A rendezvényen a magyar szakemberek mellett, 21 ország több mint 70 küldötte vett részt. Ilyen méretű nemzetközi tanácskozásra a magyar erdészet történetében addig még nem volt példa. A világgongresszus védnökségét maga az államfő vállalta, a kongresszus elnöke báró Waldbott Kelemen volt az OEE elnöke és a korszak nemzetközileg is elismert erdész szakembere. A jelentős nemzetközi esemény újabb erőt adott az erdészet társadalmi befolyásának növelésére. (www.mek.oszk.hu)

1971-ben Budapesten 33 ha-os területen rendezték meg a Vadászati Világkiállítást, amely Magyarország történetének egyik legrangosabb kiállítása lett. A nemzetközi sikert arató kiállítás rendezői, szereplői nagyrészt erdészek voltak, mégis a kiállításon kevés szerepet kapott az erdőgazdálkodás-vadgazdálkodás kapcsolata (Jerome 1969).

Ezt mutatja az is, hogy az Erdészeti Lapokban a Világkiállítás eredményeiről, tanulságairól egyetlen írás sem jelent meg.

1990-ben új erdészeti, faipari szakmai kiállítás indult útjának Ligno Novum néven. Az évente Sopronban rendezett kiállításon hosszú ideig szinte kizárólag a szakmai közönség vett részt, így a kiállítás kommunikációra gyakorolt hatása csekély volt.

3.5. Természetvédelmi folyamatok mint a kommunikáció eszközei

Az 1900-as évek elején vetődött fel erdészekben a természetvédelem gondolata. Kaán Károly kezdeményezésére mozgalom indult a ritka természeti értékek megmentésére. Az I. világháborúig több természetvédelmi tárgyú könyvet is megjelentetett. A háború után a kormány Kaán Károlyt helyettes államtitkárként az ország legmagasabb beosztású erdész vezetőjévé nevezte ki. A trianoni béke előtti évben jelent meg „Jövő erdőgazdasági politikánk” című értekezése, amelyben több helyen foglalkozik a társadalmi kommunikációval:

„...Sajnos a magyar nép az erdő jelentős nemzetháztartási szerepét a múltban nem tudta kellőképp felismerni.a múlt gazdasági politikája nem is törekedett arra, hogy a természet iránt oly fogékony magyar népléleknek alkalmat adjon az erdő megkedvelésére és gazdasági jelentőségének felismerésére... Magyar költészet színpompájából hiányzik az erdő díszje, a magyar népeletből hiányzik az erdő kultusza...” (Kaán 1920).

Kaán a fenti sorokat az alföldi erdőtelen vidékekkel indokolja és felveti, hogy az alföldet eddig szinte teljesen elkerülték az erdőtelepítések. Mivel az erdősítési munkák, propaganda zömmel a hegyvidékeken folyt, így az alföldi emberekben nem alakulhatott ki szoros kötődés az erdő iránt. Szorgalmazza az Alföld fásítását, elsősorban a városok, nagyobb falvak környékén. A szakma és a társadalom felé a terjedő tüdővérszt, az árvizeket, és az alföld faigényét hozza fel meggyőzésül:

„...Gondoskodnunk kell, hogy már az iskolában megszeretessük az ország népével a fát és az erdőt. Megismertessük annak nagy közgazdasági jelentőségével s ezuton valamint egyéb társadalmi akcióval biztosítsuk hazánk lakosságában az erdő megbecsülését...”(Kaán 1920).

A mű szakmai és kommunikációs stratégia az erdőgazdálkodás felvirágoztatására. Miután Kaán Károlyt politikai ellenfelei megbuktatták, nem állt olyan erős egyéniség a szakma élére, aki folytatni tudta volna a munkákat, így a terv végrehajtása el sem kezdődött.

3.6. A szocialista erdőgazdálkodás kommunikációs sajátosságai

A második világháború után az újjáépítés volt a legfőbb feladat. Nagy nyomás nehezedett az erdész társadalomra, biztosítani az építéshez szükséges faanyagot, ellátni a lakosságot tűzifával.

Az új politikai rendszer új állapotokat teremtett. Az erdők nagy része az erőszakos államosítás, a gazdák termelő szövetkezetekbe való kényszerítésének hatására állami, szövetkezeti tulajdonba került. Az állami erdők kezelésére a Magyar Állami Erdészetet, a MÁLLERD-et hozták létre. Az akkori erdőgazdasági vezetők óriási eredménye, hogy az újjáépítéshez szükséges fakitermeléseket csak tervszerűen engedték elvégezni, a megnövekedett igényeket a választékolás és a k hozatal javításával igyekeztek kiszolgálni. (Király 1966). Az állami szervezet azonnal nekilátott az erdészeti propagandának, amelynek eredménye az első erdészeti propagandafilm, a „Szeresd az erdőt” bemutatása volt 1947-ben. Megújult az „Erdészeti Lapok” is. Új formában, új tartalommal jelent meg, ami a kommunikációs irányvonal változását is jelentette:

„...Az Erdészeti Egyesület szakított a múlt politikájával, amely a szak teljes elszigetelődéséhez vezetett...” (Osváth 1949)

Nagy változás, hogy az Erdészeti Lapokat a laikus közönségnek is ajánlják:

„...Mindenkié, aki szakunkban olvasni, tanulni, művelődni kíván: erdészé, munkásé, paraszté, bárkié aki szereti az erdőt...” (Király 1966).

Az újság céljai közé is tűzte: „...közelebb vinni az erdőt a nép szívéhez.” A következő év végén egy hibás intézkedés folytán megszüntették az Erdészeti Lapokat, majd 1952-ben „Az Erdő” címmel megalapították az új tartalmú erdészeti egyesületi újságot, amelyet egészen 1990-ig ezen a címen adtak ki.

A kommunikációs stratégia a szocialista propaganda lett, az újság pedig a felső vezető káderek elsődleges tájékoztatója. Az 1950-es években a szakma nagyarányú fejlődésbe kezdett: rohamosan nőtt a kiadott szakirodalom mennyisége, nagyban folyt az erdőtelepítés, megalakították az erdőgazdaságokat az Országos Erdészeti Főigazgatóság alá rendelve. Az erdőgazdálkodási szervezetek jelentős támogatásokat kaptak az államtól az erdőművelés céljaira, kidolgozták az egységes faanyaggazdálkodást stb.

Az erdészet egyik fénykora volt ez az időszak. A támogatottság, a nagyméretű fejlődés nem tette szükségessé, hogy az erdészeti politika a társadalmi kommunikációval foglalkozzon. A párt az eredményeket szocialista propagandaként, mint újabb győzelmet a munka frontján jelenítette meg. Az erdészek gyakorlatilag nem fordítottak figyelmet elért eredményeik jelentőségének tudatosítására a közvéleményben. Ez a folyamat egészen az új, 1961-es erdőtörvény megjelenéséig tartott. Igaz, hogy még 1947-ben „Erdőgazdaság és Faipar” címmel új állami folyóiratot indítottak, de ez elsősorban állami rendeleteket, később az Országos Erdészeti Főigazgatóság utasításait jelenítette meg.

A kommunikáció hiányossága hamar megmutatkozott:

”...lázás igyekezet csak a szakembereinkben volt meg, a nagyközönség észre sem vette munkánkat. Közömbösen mentek el és lépten nyomon kárt okoztak a verejtékes munka eredményében... éppen ezért az Országos Erdészeti Főigazgatóság – a keserű tapasztalatokat leszűrve – céltudatosan tervbe vette az ország közvéleményének rendszeres tájékoztatását...” (Vágó 1962).

Ennek a tájékoztatási tervnek az elemei közé tartozott az újságírókkal, szerkesztőkkel ápoltság, sajtószolgálat felállítása, tájékoztató szakmai kisfilmek készítése, erdész filmújság létrehozása.

Hamarosan felmerült a társadalom igényeinek kiszolgálása érdeinkben: „...A közeljövőben nagy tömegű, szinte népvándorlás jellegű roham fogja érni területeinket, melyre fel kell készülnünk...” (Czebe 1967).

A várt roham az 1970-es években be is következett. A tájékoztatási program, az erdészek haladó gondolkodása, nyitottsága mégsem hozta meg a kívánt eredményt.

„...vitathatatlan tény az is, hogy erdészeti főhatóságunk és társadalmi szervünk az Országos Erdészeti Egyesület vállalva követett el mindent az erdő népgazdasági jelentőségének a sajtó, rádió, tv útján történő propagálása terén. Ennek ellenére... költségvetési expozékban, kormány-nyilatkozatokban, népgazdasági távlati tervekben ma is igen kevés szó esik az erdőről, erdőgazdaságról...” (Szilas 1968).

A cikk írója 1928-ból idéz, tehát szó szerint akkor is ugyanezen problémával küszködtek. Az 1968-as évfolyam egy későbbi számában megtalálhatjuk a társadalom erdő felé fordulásának jeleit is, Ghimessy (1968) „Az erdő csendje a civilizált ember létszükséglete” c. írásában.

A társadalom hamarosan, az 1870-es évekhez hasonlóan, újra felfedezte az erdő közjóléti szolgáltatásait. Főképp állami támogatás segítségével az erdészeket nem érte felkészületlenül a kirándulóroham. Az új tanösvények épültek, megnyílt az első erdei oktatóközpont Visegrádon, sorra újították fel az elhasználódott erdei berendezéseket, új, a kor szellemének megfelelő pihenőhelyeket hoztak létre. Az erdei kisvasutak egyre gyakrabban álltak a turizmus szolgálatába. Az emberek kijöttek az erdőbe, az erdészhez. Sajnos az erdészeti kommunikáció ezt az érdeklődést sem tudta maradéktalanul kihasználni. A nagyközönségnek átadott információ főleg a természeti környezetről szólt, nem hangsúlyozta az erdőgazdálkodás, az erdész szerepét, így a társadalom „természetesnek” vette az erdőben látható állapotokat. A természetvédelem erősödésével, az első Nemzeti Park megalakulásával az erdőről közvetített ismeretek még inkább nélkülözték a gazdálkodó erdészt.

1975-re több mint 20 oktatófilm készült el, amelyek között több erdészeti propagandafilm is szerepelt (pl. „Erdő adj menedéket!”), ennek ellenére a társadalmi megítélés lassan változott (Farkas 1975).

Az erdészek felismerték, hogy a fejlesztésekkel párhuzamosan több fronton kell a tájékoztatást beindítani, nem szabad elhanyagolni a társadalom mellett a politikai élet szereplőit sem. A hosszú előkészítő munkának, valamint annak a szerencsés ténynek köszönhetően, hogy egy időben hat erdész-faiparos képviselő került a parlamentbe, a világháború óta akadozó kapcsolat kiújult az erdész szakma és a politika között.

A hat képviselővel folytatott tanácskozásnak a megállapítási között kiemelten szerepelt a kommunikációs program kidolgozása, a széles körű társadalmi kapcsolatok megvalósítása.

„Az elmúlt évek társadalmi kapcsolatok terén tapasztalt sikertelenségének egyik oka lehetett, hogy nem volt a politikai életnek meghatározó erdész egyénisége, illetve az erdész társadalom nem tudott az erdészet ügyének meghatározó politikust megnyerni.” (Solymos 1988)

Tanulmányozva az erdészet fénykorait láthatjuk, hogy azon időkben az erdőgazdálkodásnak a politikai életben államtitkári, államtitkár-helyettes képviselői is voltak.

A fenti véleményt írja le Berdár Béla, aki a rendszerváltás évében mutat rá a társadalom erdővel szembeni igényeinek ellentmondásaira:

„...a társadalom egyrészt egyre több fa nyersanyagot és energiahordozót vár az erdőtől, másrészt viszont követeli a védelmi funkció bővítését, a rekreációs szolgáltatások szélesítését, vagyis a kitermelések jelentős korlátozását...” (Berdár 1989).

Az 1990-es évek változásai kedvezőtlenül érintették az erdőgazdálkodás társadalmi kapcsolatainak továbbfejlesztését. A természetvédelem felerősödése következtében (állami szervezetek megerősödése, NGO-k megalakulása) olyan mértékű támadás érte az erdőgazdaságokat, amelyre az amúgy is átalakulóban lévő, közben privatizációban, kárpótlásban résztvevő, leterhelt szakma nem volt felkészülve. A részvénytársasági forma tovább fokozta az erdőgazdálkodás negatív társadalmi megítélését. A számos természetvédelmi akció, sajtóhadjárat az erdészek ellen gyorsan rombolták le a társadalmi kapcsolatok terén fáradtságos munkával elért, egyébként is ingatag eredményeket.

3.7. Az erdészeti kommunikáció hagyományos módszereiből levont következtetések

Az erdőgazdálkodásban a XIX. század közepétől kezdve folyamatosan, bár változó intenzitással, szervezettséggel folyt társadalmi kommunikáció. Már a kezdeteknél felismerték a társadalmi tájékoztatás, közönségkapcsolat szükségességét, kidolgozták módszereit, meghatározták a kommunikáció szintjeit, célcsoportjait. Megállapíthatjuk, hogy az erdőgazdálkodás már százötven évvel ezelőtt is mai aktuális problémákkal küzdött, a társadalmi ismertség és elismertség hiányával, csekély érdekérvényesítő képességgel, az erdők, az erdőgazdálkodás jelentőségének társadalmi és politikai alábecsülésével. Ezek megváltoztatására szervezett, kampányszerű, jól átgondolt és megvalósított pr-munka

azonban épp a kampány jellege és rövid időtartama miatt már a kezdetekkor sem hozta meg a várt eredményeket.

Trianontól a második világháború végéig az aktuális politikai, gazdasági viszonyok között az erdőgazdálkodók számára nem volt igazán nagy kommunikációs nyomás.

A társadalom számára közismert és elfogadott tény, hogy az erdő elsősorban gazdálkodási célokat szolgál, a fakitermelés szükségessége mindenki számára nyilvánvaló volt. (Trianon, kisantant, ellátási nehézségek, fahiány). A gazdálkodással egy időben jelentkező igények a védelmi funkciók, homokmegkötés, árvízvédelem stb. még inkább felértékelték az erdőgazdálkodás szerepét.

Az erdészeti kezdeményezésre ekkor kialakuló természetvédelem és rekreációs tevékenység nem veszélyeztette az erdőgazdálkodás pozícióját. Az úttörő jellegű új erdészeti politikai irányvonal mögé a kiváló lehetőségek ellenére, nem állt fel egységes szakmai támogatottság, ezért az nem is valósulhatott meg.

A II. világháború utáni intenzív erdőtelepítések kezdeti kommunikációja állami kommunikáció, propaganda volt. Az állami kommunikáció a szocialista eszmeiség sajátosságainak megfelelően elsősorban a nehéziparra, másodsorban a mezőgazdaság eredményeire (TSZ-ek létrehozása, nagyüzemi mezőgazdaság stb.) koncentrált.

Az erdőgazdálkodás, az erdész szakembergárda kiemelkedő eredményeit nem kommunikálták intenzíven, mivel az állam megítélése szerint az erdészeti teljesítmény nem meghatározó az ellátásbiztonság érzet, az életszínvonal növekedés szempontjából.

Ez a mesterséges társadalmi kommunikációs elszigetelődés alapozta meg az erdőgazdálkodás pozícióvesztését, amely a 90-es éveket jellemezte és amelyet a természetvédelem fokozatos felerősödése, elkülönülése az erdészeti ágazattól, a nemzeti parkok, védett területek kialakítása, erdőgazdálkodási korlátozásai még inkább elmélyítettek.

4. Új irányok az erdészeti kommunikációban

4.1. E-pr: A Magyar Információs Társadalom Stratégia

A kommunikáció fejlődése megállíthatatlan. Az Internet már behálózta, és egyre inkább meghatározza mindennapjainkat. A kommunikáció kormányzati szinten is kiemelten figyelmet kapott.

Az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) még 2003-ban meghatározta a Magyar Információs Társadalom Stratégiát, amelyben kitűzte a kommunikáció fejlesztési irányait:

A megvalósítandó stratégiának mind az öt területén jelentős előrelépést sikerült elérni.

1. Szabályozás. Aktuálissá vált egy új, egységes hírközlési törvény, amelyet a parlament 2003-ban el is fogadott. A törvény alapvetően három fontos tényezőre fókuszált. Először is a távközlési piac szabályozásával foglalkozik. A másik tényező az intézményi rendszer, amely mára szintén kiépült. A harmadik terület, amelyre a törvény kiterjedt, az internet világa. Olyan szabályozásra volt szükség, amely növeli a széles sávú internetpenetrációt, mégpedig a felhasználók, a beruházók és a tartalomközvetítők indirekt ösztönzése révén.

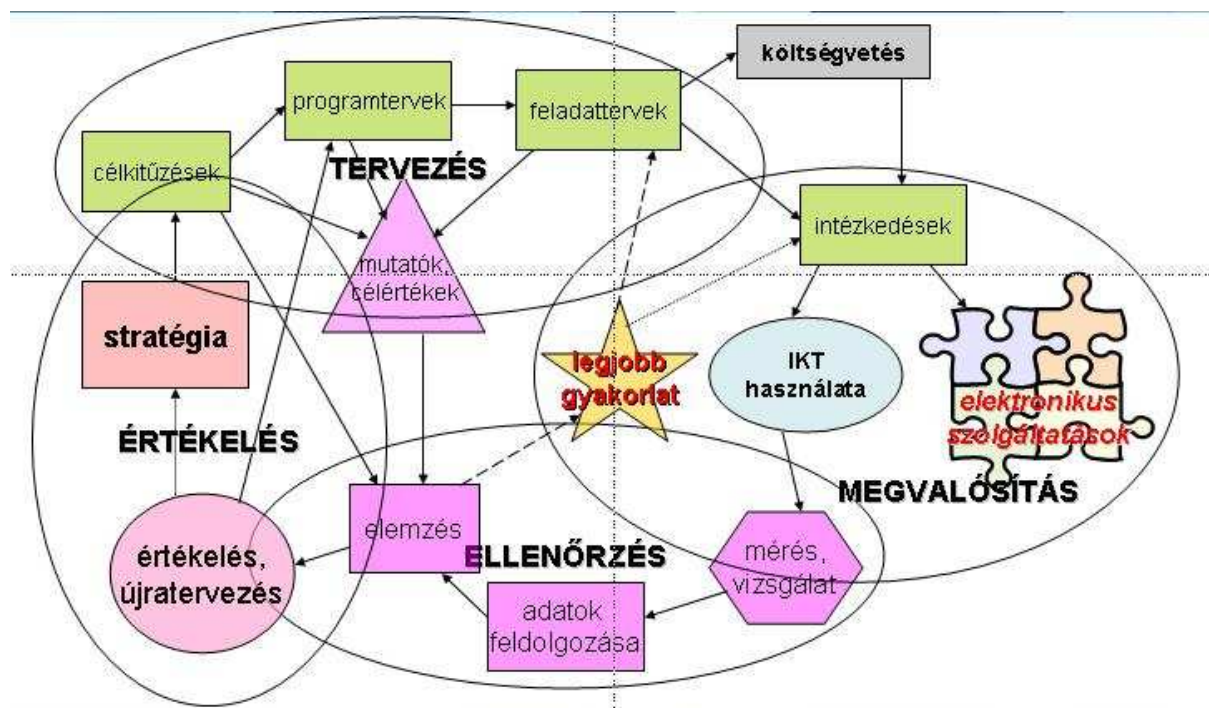
2. Infrastruktúra. Ezen belül két alirány volt: Első az internetnek a háztartásokhoz való eljuttatása. Magyarországon 2003-ban a háztartások 12 százaléka rendelkezett internethozzáféréssel, 2006-ra ez a szám közel megháromszorozódott, 34%-ban a háztartások rendelkeznek internet kapcsolattal. A másik alirány a közösségi internet-hozzáférés biztosítása. A szorosán vett eMagyarország program arra irányult, hogy ne legyen olyan település Magyarországon, ahol nem lehet rákapcsolódni a világhálóra. Ez a program magában foglalta az iskolákat, a postahivatalokat, a közkönyvtárakat, a művelődési otthonokat, a teleházakat, az internetkávézókat, amelyek internet hozzáférési lehetőségei a hiányos háztartási ellátást kiegészítették.

3. Tartalom. Hiába van ugyanis jó szabályozás, jó infrastruktúra, ha nincs megfelelő, az emberek számára vonzó, igényes tartalom. Már 2003-ban megszületett az elhatározás az eGovernment-alkalmazások bevezetésére, amelyek az állam és a polgár viszonyát az internet közbeiktatásával lényegesen egyszerűbbé, áttekinthetőbbé és olcsóbbá tehetik. Ennek következtében a digitális ügyfélkapu rendszer 2006-tól mindenki számára elérhető, sőt jelentős társadalmi csoportok számára (pl. vállalkozók) kötelező.

4. Felhasználói kultúra. A stratégia központi eleme. A szociológiai felmérések azt mutatják, hogy szakadék van az információs társadalomban már benne lévő, illetve még benne nem lévő polgárok között. E szakadék legfőbb oka az életkor: a 18 év alattiaknak 80-90 százaléka már érintkezett az új rendszerrel, az életkor növekedésével azonban drasztikusan csökken azok aránya, akik hajlandók és képesek az információs társadalom legkülönbözőbb eszközeinek alkalmazására.

5. Az üzlet és a piac fejlesztése. Megfelelően strukturált üzleti hálózatot kell kiépíteni, segíteni kell a szolgáltatók bővülését a számítástechnika, az internet terén (Barát 2007).

A részletesen tárgyalt Magyar Információs Társadalom létrejöttével az erdőgazdálkodási kommunikációnak is számolni kell. A digitális kommunikáció új dimenziókat nyitott meg a társadalom eléréséhez, amelyet a kezdetektől fogva intenzíven és egyre nagyobb mértékben kell, lehet kihasználni.



2. ábra: Az információs stratégia kapcsolódási pontjai.

Forrás: IHM. 2003.

Fő irány	Program	Felelős	Finanszírozása
Gazdaság	e-munka	FMM	IHM-FMM
	e-üzlet	IHM	NFT
	e-közlekedés	GKM	IHM-GKM
	e-agrárium	FVM	IHM-FVM
Közigazgatás	e-kormányzat	MEH	MeH
	e-önkormányzat	IHM	IHM-BM (FPH)
Kultúra	NDA	NKÖM	IHM-NKÖM
Oktatás	e-oktatás	OM	OM,NFT
Egészség	e-egészség portál	ESZCSM	IHM-ESZCSM
Környezet védelem	e-környezetvédelem	KVVM	IHM-KvVM
Szélessáv	Közháló	IHM	IHM
	NIIF	IHM	IHM
Hozzáférés	eMagyarország-Pont	IHM	IHM
	IT mentor		IHM
Infrastrukturális szolgáltatások	Közcélú, közhasznú információk „infrastruktúrája”	IHM	IHM
Tudás, ismeret	Digitális írástudás	IHM	IHM
Jogi- és társadalmi környezet	e-biztonság	IHM	IHM
	e-demokrácia	IHM	IHM-IM
IT K+F	IT K+F	IHM	IHM
Esélyegyenlőség	e-ernyő	IHM	IHM

2. táblázat: A Magyar Információs Stratégia fő irányai, felelősei és finanszírozói

A stratégia által meghatározott fő irányok többségében az erdőgazdálkodás határozottan megjeleníthető, kommunikálható. A gazdaság, kultúra, oktatás, egészség, környezetvédelem, tudás, ismeret fő irányokban az erdők az erdőgazdálkodás érintettsége vitathatatlan.

A fő irányok többféle finanszírozási forrása is az erdőgazdálkodási források bővítését eredményezheti. A politikai struktúra változásával az Információs stratégia átfogó megvalósítása 2004-ben megrekedt, a programot elemeire szedve több felelős kormányzati szervezethez rendelték. Mivel a kezdeteknél az erdőgazdálkodás nem képviseltette magát a stratégiában, így a program szétbontásakor sem kerülhetett pozícióba.

4.2. A kommunikáció éve

Az Országos Erdészeti Egyesület több oldalról támogatva a 2000. évet az erdészeti kommunikáció évének nyilvánította. Az Erdészeti Lapok közérthetővé tételével, színesítésével elérték, hogy egyre több nem szakember is elolvassa a szakmai újságot. Meghatározták a kommunikáció leghatékonyabb színtereit: ezek az erdei iskolák, az Erdők Hete rendezvénysorozat, a tanulmányi versenyek, az erdészeti múzeumok, a melyekből az erdei iskolákkal együtt egyre több nyílt az utóbbi években.

Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály a kidolgozott program mentén haladva évente több százezer emberhez juttatta el a céljaiban megfogalmazott üzeneteket. Az oktatási program erdészeti ismeretek részében átfogóan mutatta be az erdőgazdálkodást. Felvázolták az erdészeti információ lehetséges szintjeit, módszereit, helyszíneit.

Új erdészeti társasjátékot adtak a köz számára (Gerely Gábor készítése), amelyben játékos formában a laikus is végigélheti az erdő gazdasági életét (Gerely 2000).

Az erdészek kezdték megtanulni a kommunikáció mikéntjét. Számos közéleti eseményben vettek részt, ott voltak szervezőként, adományozóként a társadalom mindennapjaiban. Élenjáró példája a kommunikációnak, amikor jórészt állami támogatással közel kétszáz millenniumi emlékkeresztet adományozott a Kisalföldi Erdőgazdaság Rt. a térségi önkormányzatoknak (Pápai 2000). Az akció megsokszorozta az erdőgazdálkodásról szóló sajtóhíreket (sajnos zömmel csak a helyi sajtóban), a rendezvényeken azonban több ezer ember vett részt.

A hatékony társadalmi, politikai kommunikációhoz azonban még mindig nem volt elég a szakma összefogása. Az Országos Erdészeti Egyesület még abban az évben új stratégiai tervet dolgozott ki, amelyben leírja, hogy a külső kommunikáció elemei mellett a belső kapcsolatok, a belső-pr is kiemelt szerepet játszik. Az erdőgazdálkodásban a társadalmi kapcsolatok terén a sok-sok eredmény ellenére sem sikerült megvalósítani az áttörést, amellyel sikeresen és hatékonyan lehetett volna a társadalom erdőképét befolyásolni. A politikai, gazdasági körülmények elszigetelték egymástól az erdőgazdaságokat, bizonyos területen szembeállítva őket egymással.

2001-ben a tájékoztatási munka tovább folyt. Budapesten megnyitotta kapuját az Erdészeti Információs Központ (Erdészeti Lapok 2001). Itt főállású tájékoztatási munkatárs feladatát képezte a társadalommal, médiával való közvetlen és rendszeres kapcsolattartás. A tevékenység elsősorban Budapestet és környékét célozta meg, ahol is a magyar lakosság közel egyharmada él. Több sikeres, önálló kezdeményezést indítottak el, s villámhárítóként jó

néhány erdőgazdasági megítélést negatívan befolyásoló társadalmi akciót oldottak meg párbeszéd útján. A társadalom tájékoztatásán túl a politikai erőket is igyekeztek saját eszközeikkel az erdőgazdálkodás mellé állítani.

Az OEE ebben az évben a harmadik részét adta ki az „Erdő és Ember” című tájékoztató kisfilmnek.

4.3. Az erdészeti tudomány kommunikációja

A tudomány terén is nyitott szakmánk. A Magyar Tudományos Akadémián már hagyományként megrendezett Erdész fórumon túl, az erdészek az Akadémia alapításának 175. évfordulóján emlékerdőt létesítettek Sopron mellett, a szintén erdészeti kivitelezésben létrejött Páneurópai Piknik Emlékhely mellett (Pápai 2000).

A sok közéleti, közcélú vállalatot nagyban elősegítette, hogy a magyar állami erdőgazdálkodás költségvetés részesedése 2000-ben 50%-kal magasabb lett, így mintegy hatmilliárd forint jutott az ágazatra: erdőtelepítésre, szerkezetátalakításra, közjóléti beruházásokra és fenntartásra (Erdészeti Lapok 2000).

Az elért eredmények mellett a tájékoztatás hiányosságára utal, hogy a kommunikáció évében létrehozott 10 ezer hektárnyi erdőtelepítés ellenére a Környezetvédelmi Minisztérium tájékoztatásában az alábbiak jelentek meg:

„...Az elmúlt tíz évben egyetlen hektárral sem nőtt a magyarországi erdők területe, a zöldövezetek nagysága évente 5-5,5 ezer hektárral csökkent...” (Erdészeti Lapok 2000).

4.4. Az Erdők Hete

Az erdei iskolák a szervezői az Erdészeti Erdei Iskola szakosztály kezdeményezésére 1997-ben elindított „Erdők Hete” rendezvénysorozatnak. Évről-évre a rendezvények több tízezer aktív résztvevőt foglalkoztatnak. Ezzel egyidőben a főleg a helyi, de az országos médiákban is kampányszerűen sok cikket, riportot jelentetnek meg az erdőről, erdőgazdaságról. Összességében elmondhatjuk, hogy az Erdők Hete az erdészeti erdei iskolák legnagyobb kampányakciója, amellyel több százezer embernek irányítja rá a figyelmét az erdőre, az erdőgazdálkodásra, legalább a probléma felvetés szintjén.

Az Erdők Hete programsorozat várható eredményei:

- a rendszerszemléletű, környezettudatos gondolkodás társadalmi és szakmai közegben való fejlődése;
- kiemelt célcsoportok: városi lakosság, pedagógusok, erdőhöz kötődő szakmai szervezetek, oktatás, kutatás és szakemberek;
- a környezettudatos magatartás kialakulásának javulása;
- az erdő témakörének és jelentőségének az oktatásban való kellő súlyú megjelenése;
- javuló és összehangolt ágazati és ágazatközi kommunikáció az erdőről;
- közjóléti erdőfunkció és hasznosítás javítása a társadalmi igényekkel összhangban, ezen belül kiemelten a városkörnyéki erdőkben és a közjóléti funkciójú erdőkben, új erdőgazdálkodási gyakorlat bevezetésével és kutatási, pr-bázisának megteremtésével;
- szakmai és civil szervezetek, illetékes intézmények együttműködésének javulása és intézményesülése;
- társadalmi és politikai támogatottság fokozása az egyes erdőt érintő célok eléréséhez.

Az Európai Erdők Hete rendezvénysorozat 46 európai ország erdőkért felelős minisztereinek közös elhatározása alapján 2008 őszén kerül megrendezésre, melyet az Európai Bizottság, az ENSZ, a FAO és számos nemzetközi szervezet is támogat. A római és brüsszeli központi rendezvények mellett a résztvevő országok az Európai Erdők Védelme Varsói Miniszteri Konferenciáján, 2007-ben vállalták, hogy saját rendezvényekkel kapcsolódnak a közös Európai Erdők Hete programsorozathoz. A rendezvénysorozat kiemelt témái és üzenetei: Erdőgazdálkodással a klímaváltozás ellen. A fa, a legrégebbi megújítható, környezetkímélő nyersanyag és energia forrás, így a fa felhasználása a XXI. században is a legjobb választás a környezetvédelem terén (www.fvm.hu).

4.5. A Nemzeti Erdőprogram

Időközben, 2001-ben elkészült a Nemzeti Fejlesztési Terv helyzetelemzése, amely újból megerősíti szakmánk érdekérvényesítési nehézségeinek okait. Főbb megállapításai a megítélést illetően:

„...az erdő sokrétű szolgáltatásainak nem kis hányadát a társadalom egésze élvezi, az erdőgazdálkodás finanszírozási forrásösszetételében ez nem tükröződik vissza., ... az ágazat csak az erdészeti tevékenység alapján kerül megítélésre gazdasági teljesítését illetően (GDP) és nem kerül számbavételre a kapcsolódó tevékenységek pénzügyi közvetlen és közvetett hozama...” (OEE 2001).

A terv felvetése egy régóta meglévő problémára hívta fel a figyelmet: a finanszírozás kérdésére és a közjóléti szolgáltatások latens értékére. Ismét sürgetően vetődik fel a többször megfogalmazott igény: Magyarországnak szüksége van egy új szellemű, társadalmi támogatottságú erdőstratégiai programra.

A program szakmai meghatározása:

„...egyrészt olyan technikai folyamat, amely magában foglalja a politika és a stratégia prioritásait és céljait, valamint ezeknek a pontos információkon alapuló tervezését és megvalósítását, másrészt egy politikai folyamatnak olyan programja, amely konzultációk és nyilvános rendezvények útján átláthatóságot teremt... folyamatos konszenzushoz vezet.” (Solymos 2002)

Az erdészeti történelem során egyedülálló program indult 2001-ben, a fenti elveken alapuló, „Nemzeti Erdőprogram és Erdőstratégia” kidolgozása. A stratégia elkészítését sokan üdvözték a szakmán kívülről is. A természetvédelmi szervezetek, a társadalom, érezve a konszenzusteremtő készséget, pozitívan nyilatkoztak az erdészet kezdeményezéséről.

„A Nemzeti Erdőprogramnak a Magyar Köztársaság Parlamentje általi elfogadásával és a széles előkészítő munkával a társadalom elkötelezettségét nyilvánítja az erdő ügyében. Annak minden érintett véleményét tükröző elfogadása után, társadalmi konszenzussal indulhat meg az erdőgazdálkodás ágazati fejlődési pályára állítása, és kommunikáció alakul ki a szakmai és egyéb erdő iránt érdeklődő érdekcsoportok között. Evvel lehetőség nyílik az erdőgazdálkodást érintő belső és külső konfliktusok megelőzésére, ill. a létezők oldására.” (Solymos 2002)

A megjelent Fehér könyv, az egyeztetések során megrendezett fórumok óriási nyilvánosságot adtak az erdő ügyének. A bevont szakértők, szakmai csoportokban dolgozva az erdő-erdőgazdálkodás minden elemére részletes és rendszerbe foglalt javaslatot adtak a szakma és a köz számára. A végleges programot a Parlament helyett a Kormány fogadta el és helyezte érvénybe.

Az erdőgazdálkodási kommunikáció történelmében ez a legnagyobb olyan kezdeményezés, amely politikai és társadalmi támogatottságot is élvezve, alapvetően megváltoztathatja az erdő az erdőgazdálkodás alulértékelt szerepét Magyarországon.

A feltárt konfliktushelyzetek megoldási javaslatainak beépítésével az Erdőprogramba, segítségével minimálisra csökkenthető az erdőgazdálkodás támadási felülete. A széles körű nyilvánosság tervezési munkákba való bevonása sokszorosára növeli azok számát, akik magukénak érzik-érezhetik az erdő ügyét.

A Nemzeti Erdőprogram külön fejezetben foglalkozik a közönségkapcsolattal. A stratégia feltárja azokat a területeket, ahol az erdőgazdálkodási kommunikációnak szerepe van, illetve kell legyen.

A NEMZETI ERDŐPROGRAM 2006 - 2015. évi megvalósításának tervében (Kormány határozat 2004) célprogramot dolgoztak ki. Ezek között megtalálható az Ember-erdő viszonyának javítása érdekében hatékony kommunikáció az erdőről célprogram: Eszerint az ember felelőssége megnőtt a természeti folyamatok megértésében, működőképességének megőrzésében és a környezeti állapot javításának és fenntartásának terén. Ezért kívánatos az erdővel, az erdőgazdálkodással - ezeknek a vidékfejlesztésben, településkörnyéki erdőgazdálkodásban betöltött szerepével - kapcsolatos ismeretek bővítése, a környezetbarát faanyag felhasználási lehetőségeinek megismertetése. A közvélemény számára be kell mutatni a tartamos erdőgazdálkodás környezetbarát hatásait, az erdő szolgáltatásainak pozitív hozzájárulását a környezeti állapothoz és a társadalmi igények kielégítéséhez.

Alcélok:

- a) a közvélemény bizalmának erősítése az erdő kérdésében,
- b) társadalmi, politikai és szakmai szervezetek kooperációs készségének fokozása (ágazatközi kommunikáció),
- c) erdőgazdálkodási ágazati kommunikáció fokozása,
- d) környezettudatos vásárlói szokások kialakítása,
- e) szemléletformálás, oktatás, nevelés megerősítése,
- f) településkörnyéki erdőgazdálkodás kialakítása védelmi és tájrendező céllal,
- g) az erdő közjóléti funkciójának kiterjesztése, az egészségmegőrzés javítása és a társadalom kulturális értékeinek megőrzése.

A Program elindítása után a gyakorlati megvalósítás nem követte a javasolt intézkedéseket és ütemet. A Nemzeti Erdőprogram sem vált országos méretű erdészeti akcióvá. Egyes elemei beépültek a gazdálkodásba, de eddig a várva várt paradigmaváltást nem hozta meg.

4.6. Erdészeti ágazati Pr-stratégiák, tanulmányok

A Nemzeti Erdőprogramon kívül, azt megelőzően, illetve annak nyomdokain több, erdőgazdálkodási kommunikációról szóló kutatás, illetve stratégia látott napvilágot.

4.6.1 PR- stratégia az ÁPV RT. Erdészeti Portfóliója számára (1998)

Az ÁPV RT felismerve az erdőgazdálkodási szektor társadalmi kapcsolatainak, kommunikációjának hiányosságait, e hiányosságok okozta kedvezőtlen folyamatokat, a Phare Mezőgazdasági Keretszerződés adta lehetőségeket kihasználva háromfős szakértői munkacsoportot bízott meg az állami erdőgazdaságok közönségkapcsolatainak elemzésével, PR-stratégiájának kidolgozásával. A szakértők, a műhelybeszélgetések és az érintettekkel való egyeztetés után kilenc fő kérdéskört állított fel, melyeket a készítendő PR-stratégiának érintenie kell:

1. A nemzeti erdészeti politika és stratégia, illetve a megfelelő finanszírozási mechanizmus hiánya.
2. A közvélemény nem ismeri, és nem ismeri el az erdészet szerepét, és fontosságát.
3. A közvélemény nincs tisztában a magyar erdőgazdálkodás jellegével és színvonalával.
4. Nem kellően tisztázott az állam különböző szerepe, mint erdőtulajdonos, mint részvénytulajdonos, mint szabályozó és mint környezetvédő.
5. Az illetékes hatóságokkal tartott kapcsolat – vízügyi, vadgazdálkodási, környezet és természetvédelem stb.
6. A közvélemény bevonása a döntéshozatalba.
7. A társadalmi (civil) szervezetekkel tartott kapcsolat.
8. Kommunikáció-menedzsment.
9. Az alkalmazottak PR-oktatása és képzése.

A fenti kérdésköröket figyelembe véve a szakértők konkrét feladata az erdőgazdálkodási szektor teljes körű elemzése volt közönségkapcsolati oldalról.

A fő feladatcsoportok közé tartozott a célzott társadalmi rétegek meghatározása, a társadalom erdővel szembeni igényeinek feltárása, az állami erdőgazdálkodás bemutatása, „gondos és jó gazda” pozitív erdészkep kialakítási lehetőségeinek kidolgozása, az erdésztársadalom szemléletének korszerűsítése, az állami erdőgazdálkodás arculatépítése. A Nemzeti Erdő Programot megelőzően ez a munka volt a legátfogóbb, legrészletesebb vizsgálat és stratégia, amelyet az elmúlt évtizedekben erdészeti kommunikáció területén megalkottak.

A használt pr-eszközöket elemezve a tanulmány megfogalmazta, hogy a közérthető kiadványok, a parkerdei lehetőségek, az internetes kommunikáció terén komoly hiányosságok, kihasználatlan potenciák rejlenek.

A helyzetfeltárás és elemzés után a szakértők az erdőgazdálkodás szereplőivel kidolgozták az új stratégiai pozíciókat, lefektették az egyes kérdéskörökben elérni kívánt pozíciót 2 illetve 5 éves viszonylatban.

Megvizsgálva a leírt célokat sajnálattal kell megállapítani, hogy ma, tíz év múltával a teljes szakmai konszenzuson alapuló leírt jövőkép kilenc kérdésköréből egyetlen kérdésben sikerült megvalósítani a célt ez pedig az erdő tulajdonlása témakörében az akkori állami erdők ma is állami kezelésben vannak. A további kérdéskörök nagy részében semmilyen előrelépés nem történt, az egyes kisebb részeredmények regionális hatásúak maradtak, az alapvető problémákat nem tudták pozitív irányba befolyásolni. A stratégia ötven tevékenységet jelöl meg, konkrét szervezeti, módszertani ajánlásokkal, melyek a kitűzött célok megvalósításához vezethetnek. A stratégiai terv végül a szakmai munka eredményességének nyomon követhetőségét is bemutatja. Összességében a stratégia egyértelműen alkalmas volt arra, hogy megvalósításával az erdészeti ágazat alapvető változásokat érjen el kommunikációs, érdekérvényesítési tevékenységeinek minden szintjén. Most is, mint az erdészeti pr-történetében már oly sokszor, a terv megvalósítását a megrendelő központi szervezésben nem kezdte meg, a megfogalmazott ajánlásokat, tevékenységeket nem kezelte a stratégiában többször hangoztatott rendszerszemlélettel. Így a munkában megjelentetett módszerek, javaslatok csak szórványosan és lassan jelentek meg az erdészeti ágazatban, ezért a kívánt eredmények egyáltalán nem, vagy csak minimális szinten jelentkeztek.

4.6.2 Erdészeti Ágazat Kommunikációs Stratégiája (2006)

Az FVM Erdészeti Főosztálya, (időközben Természeti Erőforrások Főosztálya) által létrehívott Állami Erdészeti Szolgálat (jelenleg Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal Erdészeti Igazgatóság) keretei közt működő Ágazati Kommunikációs Munkacsoport a NEP kommunikációról szóló célprogramja alapján 2006-ban elkészítette az erdészeti ágazat újabb kommunikációs stratégiáját. A stratégiában a rövid helyzetértékelés után a munkacsoport meghatározta az erdészeti kommunikáció alapelveit kitérve a tartalmi, formai szervezési keretekre. Foglalkozik a kommunikációt segítő eszközökkel és a kommunikációs csatornákkal is. A finanszírozásra tett javaslataik a terv megvalósításának forrásoldalát próbálják feltárni. A kommunikációs munkacsoport működését az FVM irányításával képzei el.

4.6.3 Erdő Kutatás

A Mecseki Erdészeti Zrt. megbízásából a pécsi székhelyű Ferling Kft. nagyszabású, összetett, országos kutatást végeztet 2007-ben, hogy feltárja a magyar lakosság attitűdjeit és viszonyulását a magyar erdőkhöz valamint az erdészekhez.

A kutatás 2 részből állt. Fókuszcsoporthoz beszélgetések zajlottak Budapesten, Győrött és Szegeden, ahol a résztvevők 1,5-2 órán keresztül beszélgettek az erdőkről, a magyar lakosság erdőkhöz való viszonyáról, valamint az erdészekről;

800 fős országos megkérdezés CATI (számítógéppel támogatott telefonos megkérdezés) módszerrel, országos szinten nem, kor és iskolai végzettség alapján reprezentatív.

A kutatás eredménye még inkább megerősítette, hogy komoly hiányosságok tapasztalhatók az erdőgazdálkodási kommunikáció terén. Alapvető megállapításai az alábbiak:

- *Nincs társadalmi tudat és felelősségvállalás.*

A magyar lakosságnak nincs az erdőkkel és az erdészekkel kapcsolatban társadalmi tudata, felelőssége és véleményalkotása. Mindenki fontosnak tartja az erdőket, de tenni a nagy többség nem akar és nem tud.

- *Nincs elég erdő, lopják a fákat, de mit lehet tenni?*

Az a tény, hogy Magyarország erdőterületének aránya majd egy évszázad alatt közel duplájára emelkedett, egyáltalán nem közismert. Sőt: a többség úgy gondolja, folyamatosan csökken az erdőállomány, aminek a minősége rossz, nem gondozott, kevés benne a turista-út, azok sem jó minőségűek.

- *Szeretjük az erdészeket, bár egyet sem ismerünk.*

Az erdészekkel kapcsolatos attitűdök egyértelműen pozitívak: szeretjük őket, és fontosnak tartjuk a munkájukat. Az erdészeket felkészültnak, szakmailag megfelelőnek tartja a magyar lakosság, ugyanakkor „láthatatlannak” (ritkán lehet találkozni velük), így a munkájukkal sincsenek tisztában.

- *Általánosságban nincs jó vélemény az erdőkről.*

Valamiért úgy érezzük, kevés erdőnk van és azok is rossz minőségben.

- *Kevesen tudják, ki is a tulajdonosa az erdőnek.*

A megkérdezettek nagy része meglepően fogadta, hogy vannak magántulajdonban is erdők, szinte mindenki úgy vélte, az erdő állami tulajdonban van, legtöbbször azt sem tudják nagyon, hogy az erdőket ki kezeli, ki gondozza.

- *Kevés az erdő és nem is jó állapotú.*

Az elmúlt évek változásait erdeink állapotában a megkérdezettek nagy többsége negatívan ítéli meg.

- *Az erdők megvédése az erdészek, az állam és mindenki feladata.*

A megkérdezettek nem tudtak egyértelmű meghatározást adni arra, hogy kiknek a feladata az erdők rendben tartása.

- *Az erdészek, az erdészeti munka mindenképpen szükséges.*

Talán a kutatás legörvendetesebb eredménye, hogy habár a lakosság igen keveset tud az erdészekről, viszont szükségesnek tartják őket.

A fenti eredmények ismeretében a kutatást végzők is megfogalmazták ajánlásait az erdészeti kommunikációval kapcsolatban:

Egyértelmű, rövid és egyszerű üzenetekkel lehet a leginkább elérni a laikus közönséget, melyek mindenki mikro környezetében értelmezhetőek lehetnek. Szólhat az erdők állapotáról, nagyságáról, vagy az erdészek munkájáról, a lényeg, hogy az ország bármely részén élő magyar találkozhasson ezekkel az információkkal, azokat gyorsan megélhesse, értelmezhesse és kezelje.

Az összetett, tudományos üzenetek csak a szakmának szólhatnak, a laikusoktól nem várható el, hogy azokat kezelje, sőt tisztában kell azzal lenni, hogy a lakosokat mindez nem is érdekli. Nekik rövid, tömör, könnyen kezelhető üzenetek, szlogenek kellenek (Ferling 2007).

4.6.4 Előterjesztés az Erdészeti Kommunikáció fejlesztésére (2008)

Az Országos Erdészeti Egyesület 2008-ban elkészítette az erdészeti ágazat kommunikációs stratégiáját, amelyet előterjesztés formájában a MNV Zrt. Vagyongazdálkodási Tanácsához nyújtottak be. A terv sajátossága, hogy a nemzeti erdőgazdasági társaságokra koncentrált, még partner szinten sem említi a magánerdő gazdálkodási szektor résztvevőit, a további társadalmi szervezeteket, partnerintézményeket. Ennek megfelelően a stratégia az állami erdőgazdasági társaságoknak szóló ajánlásokat tartalmaz az Országos Erdészeti Egyesület és a FAGOSZ mint kiemelt közvetítő részvételével.

4.7. Erdészeti tanúsítás

A globális környezeti problémák az utóbbi évtizedben egyre nagyobb társadalmi nyilvánosságot kaptak. A levegőszennyezés, globális felmelegedés, vízszennyezés stb.

hatásait az emberek saját bőrükön tapasztalhatják. A negatív környezeti folyamatokat csak világméretű gazdasági és társadalmi összefogással lehet lassítani vagy visszafordítani. A társadalom egyéneinek legfőbb szerepvállalása a környezettudatos életmód. Ennek egyik fontos eleme a környezettudatos vásárlói szokások, amelynek segítésére már 1978-ban Németországban környezetbarát minősítést és jelzést, a „Der blaue Engel”-t vezették be. Európában az egyes országok 1986-1996 között sorra alakították környezetvédelmi szempontú termékminősítésüket, öko-címkéiket. Az öko-címkézés – más néven környezeti címkézés – információt nyújt a termék vagy szolgáltatás környezetbarát jellegéről, tehát értéknövelő sajátosságot tükröz. Világszerte alkalmazott, független módszer a kedvező környezeti tulajdonságok igazolására és jelölésére.

Az Európai Unió egységesen 1992-ben létesített környezeti címkét. A „Virág” Európa szerte a kiváló termék minőség szimbólumává vált, amely egyszerű és pontos tájékoztatást nyújt a vevőknek. Valamennyi „Virággal” jelzett termékről független testület állapította meg, hogy megfelel a szigorú követelményeknek. Pályázni jelenleg 24 termékcsoporthoz lehet, és eddig több mint 250 pályázó nyerte el a címkét több száz termékére. Az Öko-címke Bizottság tagjai többek között az ipar, a környezetvédő szervezetek és a fogyasztóvédelmi szervezetek képviselői.

Megvizsgálva a termékcsoportokat azt tapasztaltam, hogy bennük erdőgazdálkodást is érintő faipari, papíripari termék kategória nem található.

A környezetvédelmi szempontú minősítési rendszerek fejlődése az erdőgazdálkodásra mint elsődleges nyersanyagot szolgáltató „iparágra” is hatást gyakorolt.

1993-ban természetvédelmi szervezetek, faipari vállalatok, erdőgazdaságok és helyi közösségek az FSC (Forest Stewardship Council - Felelős Erdőgazdálkodás Tanácsa) című minősítést hozták létre. Az FSC az egyik legelterjedtebb nemzetközi minősítés, amely garanciát jelent az ökológiailag fenntartható gazdálkodásra és a helyi lakosság jogainak és érdekeinek figyelembevételére. A tanúsítvány célja a világviszonylatban zajló környezetpusztító erdőgazdálkodás visszaszorítása. A független akkreditált testülettől származó minősítés egyrészt garantálja, hogy az adott termék (fa- és papíráru) olyan erdőgazdaságból származik, ahol a kitermelés és erdő újratelepítés során figyelembe veszik a biodiverzitás és az ökológiai egyensúly



A tanúsítás emblémája

fenntartását, ugyanakkor garantálja a helyi lakosság jogainak és érdekeinek figyelembe vételét, illetve a döntéshozatalba való bevonásukat. Az alapítás óta eddig összesen 60 ország kapcsolódott be, és mintegy 50 millió hektárnyi erdőterület nyert ilyen tanúsítványt; ebből 15 millió hektár Európa 21 országában található. Magyarországon jelenleg három területen (Mecsek, Nyírség, Somogy) összesen mintegy 140 ezer hektáron folyik FSC minősítésű erdőgazdálkodás.

Az erdőgazdálkodási folyamatok összetettsége, a különböző piaci elvárások több erdő tanúsítási rendszer bevezetését tették lehetővé.

A **PEFC** 1999. évi alapításakor a szervezet neve Pan-European Forest Certification System volt, és lényegében Európán belüli működésre tervezték, azonban hamarosan kiderült, hogy ez a rendszer jó, és a világ más térségiben is van rá igény, illetve a világméretű alkalmazása érdekében lett az új név: Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes, tehát Erdőtanúsítási Rendszerek Jóváhagyási Programja. Mára a PEFC vált a világ legnagyobb erdőtanúsítási ernyőszervezetévé, magába foglalva számos nemzeti rendszert az egész világon. Több száz millió tonna olyan fát dolgoz fel az ipar, amely a már több mint 200 millió ha e rendszer szerint tanúsított erdőkből származik. Ez a 200 millió ha több mint az EU tagországok összes erdeje együtt. A PEFC-nek széles támogatottsága van az erdészeti szektortól, a kormányoktól, szakmai szövetségektől, szakszervezetektől és nem kormányzati szervezetektől. A tanúsítás a fenntartható erdőgazdálkodást és birtoklási láncolat kezelését takarja és annak biztosítéka, hogy a fa tartamosan gazdálkodott erdőből származik. (Möcsényi 2008)

Magyarországon több éve megalakult a PEFC Magyarországi Egyesület is, azonban hazai erdőgazdálkodók e rendszer működésbe hozása iránt eddig csekély érdeklődést mutattak, annak jelentős nemzetközi elterjedtsége és előnyei ellenére.

Európában egyre többen gondolják úgy, hogy vásárlóként is szeretnének tenni valamit a természet és a helyi közösségek védelméért, ugyanakkor több nemzetközi (FSC, PEFC) és nemzeti minősítési (pl. Németországban Naturland) rendszer is létezik, amelyek között bizony néha nehéz eligazodni. Az utóbbi években folyamatosan nő a fenntartható használatú erdők területe, ami egyrészt a piaci keresletnek, másrészt pedig annak tulajdonítható, hogy a bankok, biztosító társaságok az erdők tulajdonosaival, kezelőivel kötött biztosítási, hitelnyújtási szerződések esetén előnyként vagy feltételként tüntetik fel az FSC tanúsítvány meglétét (Andacs 2006).

A tanúsítások világméretű térhódítása ellenére kijelenthetjük, hogy a magyar erdészeti ágazat kevésbé használja ki az erdőtanúsítási rendszerek kínálta társadalmi kommunikációs

lehetőségeket. Az állami erdőgazdaságok a tulajdonos követelményére és részfinanszírozásával a kilencvenes évek végén bevezették az ISO minőségbiztosítási rendszert. Az ipari zárt termelésű folyamatokra kidolgozott minősítés erdőgazdálkodásra történő alkalmazása, a minősítés járulékos költségei, nagy munkaigénye, ellenérzést váltott ki szakmánkban. A sokszor végigkínlódott minősítés leggyakrabban nem váltotta be a hozzá fűződő reményeket. Nem növelte számottevően a piaci részesedést és a közvélemény pozitív reakcióját sem sikerült kimutatni. (Ennek egyik oka lehet a minősítések újdonság volta, társadalmi ismeretlensége.)

4.8. Klímaváltozás, CO2 kereskedelem

A klímaváltozást mint a globális környezeti problémák kiemelt területét a Föld országai az ENSZ Éghajlatváltozási Keretegyezménye hatálya alatt 1992 óta próbálják hivatalos keretek között kezelni. A Keretegyezmény – melynek többek között a klímaváltozás megállítása, ill. a hozzá való alkalmazkodás a célja – egy általánosan fogalmazott dokumentum, amely szintén általánosságban ugyan, de utal az erdőkre is. A gazdaságilag erősebb országok 1997-ben konkrét, számon kérhető vállalásokat is tettek a klímaváltozás mérséklésére. E vállalásokat az ún. Kyotoi Jegyzőkönyvben fogalmazták meg, amely 2005-ben lépett hatályba. A jegyzőkönyv célja csökkenteni a klímaváltozás előidézésért felelő 6 üvegház hatású gáz kibocsátását. A Kyotói egyezményhez csatlakozó országok vállalták, hogy a 2008-2012-es időszakra 1990-hez képest összességében 5,2%-kal csökkentik e gázok kibocsátását. A Kyotói Jegyzőkönyvet aláíró országoknak évente ún. üvegház hatású gáz leltárban kell elszámolniuk e gázok aktuális kibocsátásáról és (a szén esetén, amely erdőgazdálkodási szempontból a legfontosabb) elnyeléséről. Az üvegház hatású gáz leltárban minden ágazat minden kibocsátását és elnyelését külön-külön szerepeltetni kell, majd ezeket össze kell adni, és a fenti vállalást e teljes (nettó) kibocsátás csökkentésével kell teljesíteni. A vállalások ezek alapján úgy is teljesíthetők, hogy a kibocsátásokat csökkentik, de úgy is, hogy a szénelnyelést növelik pl. erdőgazdálkodási módszerekkel, vagy pedig mindkét módszert alkalmazzák. Nem mellékes tehát, hogy milyen szabályok vonatkoznak az erdőkre.

A fentiekből adódóan az erdők elismert funkciói közé tartozik szénlekötő képességük mind külföldön, mind hazánkban. Ez fontos fejlemény, amely hatással lehet az erdők társadalmi megítélésére, de kezelésére is. A szénlekötési funkció ugyanakkor kivételes a tekintetben,

hogy értékét akár pénzben is ki lehet fejezni – legalábbis a 2008-2012-es időszak vonatkozásában –, s így akár összevethető más értékekkel is (Somogyi 2007).

Az Európai Unió - igen erős környezetvédelmi elkötelezettségének köszönhetően - a kiotói törekvéseken is továbblépve egy nemzetközi szinten önkéntes, de a tagállamai számára kötelező hároméves emisszió kereskedelmi rendszert (Emission Trading System - ETS) indított el 2005-ben. A Kiotói Jegyzőkönyvtől eltérően a vonatkozó direktíva hatálya alá nem az egyes országok, hanem hat ipari ágazat CO₂-kibocsátói, az ún. üzemeltetők tartoznak.

Az EU által meghatározott CO₂-kibocsátási egység (European Union Allowance, EUA) Magyarországon vagyoni értékű jog, amely a tulajdonosát egy tonna CO₂ gáz kibocsátására jogosítja fel azzal, hogy amennyiben ezzel a jogával nem kíván élni, azt el is adhatja, vagy – a kibocsátást megakadályozandó – kezdeményezheti a jog törlését. Ez a vagyon az erdőgazdálkodás alá vont területeken is megnyilvánul, az erdő értékét növelő piacképes új tényezőként jelentkezett.

A társadalmi kommunikációban az erdők CO₂ kereskedelmi szerepének hangsúlyozása felértékelte az erdőgazdálkodók munkáját, az erdőket. Ugyanakkor veszélyeket is rejt magában, mert az értékelési rendszer csak a lábon álló, 1990. évnél korábbi telepítésű erdőket engedi figyelembe venni, a kitermelt faanyagban raktározott szenet, a kitermelés pillanatától negatív előjellel, mint emisszió számolják. Ez egy újabb érv lehet a fakitermeléssel szemben. Ezt azonban fel lehet oldani azzal, ha kihangsúlyozzuk a kitermelt erdők jogszabályba foglalt felújítási kötelezettségét.

4.9. Közösségi portálok

A közösség portálok lényege a kapcsolatfelvétel és annak ápolása egy website-on keresztül. A közösségi portálok kommunikációs felületet biztosítanak a regisztrált felhasználók számára. E portálokban belül a levél küldésén kívül gyakran indítanak blogokat, fórumokat, chatszobákat, amelyek lehetőséget kínálnak a véleménycserére. Számos nagysikerű közösségi portál működik a magyar és nemzetközi weboldalakon.

Jelenleg nem található magyar erdőkkel, erdőgazdálkodással foglalkozó önálló közösségi portál, illetve a működő közösségi portálokban belül sem jelenik meg sehol erdőgazdálkodás. A erdőgazdálkodási szervezetek honlapjai és az erdészeti hírportálok korántsem pótolják egy vagy több közösségi interaktív erdészeti honlap hiányát. Az egyetlen átfogó erdőgazdálkodási linkgyűjtemény a www.erdogazdalkodas.lap.hu cím alatt található.

Kellően szervezett, folyamatosan karbantartott, laikusok számára készült, erdővel, erdőgazdálkodással foglalkozó közösségi portálok, vagy a meglévő portálokon belül tematikus „erdőbarát” csoportok, klubok létrehozása az erdőgazdálkodási kommunikációnak kiváló szinterei lehetnének.

4.10. Kalandparkok, tematikus parkok, terepmotorozás, quadpályák

A XX. század utolsó harmadában a turizmus új irányvonalaként több új turisztikai termék is született. Egyre fokozódó igény lépett fel extrém jellegű, koncentrált, intenzív élményt nyújtó, aktív programokra. Ezen igények kielégítésére sorra alakulnak a kalandparkok, tematikus parkok, és a hagyományos hegyikerékpár és motorpályák mellett egyre több quadtulajdonos igényel teret erdei környezetben hobbijának. Az említett turisztikai attrakciók zömében erdőterületen valósulnak meg. Az erdőgazdaságok az újonnan jelentkező társadalmi igényre eltérően reagáltak. Néhány erdőgazdaság, – hivatkozva az 1996. LIV törvényre (erdőtörvény) – vagy teljesen elzárkózott, vagy erős korlátokat szabva engedélyezett erdei létesítményeket, pályákat. A másik oldalról viszont a Mecseki Erdészeti Zrt. felismerve az új irányvonalban rejlő üzleti és kommunikációs lehetőségeket, főként saját beruházásban valósította meg Magyarország 11 kalandparkjának legnagyobbikát a Mecsextrém parkot. A kalandparkok fő attrakciói a fákra szerelt drótkötél mászópálya, erdei bob, quadpálya, íjászat, vagy Paint ball pálya. A Mecsextrém parkban ezeken túl az erdő egyes elemeit élményszerűen dolgozzák fel, ezzel ismereteket is szolgáltatnak (pl. az odú-tanoda). E téren nagyon sok lehetőség kiaknázatlan még, hiszen a park interaktív módszereivel jóval több erdőgazdálkodási ismeretet lehetne közvetíteni.

A tematikus parkok az utóbbi évtized legdinamikusabban fejlődő turisztikai ágazatai. A parkok elsődleges feladatai, mint a kalandparkok esetében, koncentrált, intenzív élmény nyújtása, ám mindezt egy meghatározott téma (pl. történelem, néprajz stb.) köré csoportosítva. Az erdőgazdálkodási kommunikáció egyik nagy áttörése lehetne erdőgazdálkodási tematikus park létesítése, ahol a látogatók az erdész, vadgazda „bőrébe bújva” élményszerűen érezhetnék át az erdőgazdálkodás rendszerét. A park animátorai, erdészeti szakemberek segítenék a hiteles ismeretanyag átadását. Interaktív erdő és vadgazdálkodási tanösvények létrehozásával jelentős tömegekhez lehetne eljuttatni szakmánk üzeneteit.

4.11. Következtetések

Ebben a fejezetben azt mutattam be, hogy számos új lehetőség kínálkozik az erdőgazdálkodás társadalmi kapcsolatainak szélesítésére. Ezek egy része szorosan kötődik az internethez, mint napjaink legfontosabb információs és kommunikációs csatornájához, de a hagyományos módszerekben is rengeteg kiaknázatlan lehetőség van.

Az erdőgazdálkodási ágazat nagyszerű eredményeit nem sikerült meggyőző módon kommunikálni a társadalom felé, annak ellenére sem, hogy egy évtized alatt minimum öt megalapozott ágazati pr-stratégia látott napvilágot. A kutatások, stratégiák többsége konkrét ajánlásokkal szolgál, amelyek mentén hatékony véleményformálás érhető el.

Ezekből következik, hogy az erdészeti kommunikáció sikertelensége nagyrészt nem a „vevő” oldali társadalom fogadókészségén, hanem az ágazat szereplőinek megosztottságán, a sokszor ellentétes szakmai és gazdasági érdekek között vergődő gazdálkodókon, illetve egy minden erdőgazdálkodási szereplő által elfogadott, egységes szakmai kommunikációs stratégia hiányán múlik.

Tény, hogy mindenképpen a társadalmi vélemény jelentős megváltoztatására van szükség az erdőgazdálkodásnak a társadalom életében betöltött tényleges helyének és szerepének elismertetéséhez. Ebben nagy segítséget nyújthatnak azok a globális folyamatok, mint pl. a klímaváltozás, a nyersanyagok árának drasztikus növekedése, az erdők szénmegkötő képességének piacra kerülése, az új turisztikai igények, amelyek a jövőben jelentősen átformálhatják a társadalmi véleményt a természeti erőforrásokkal való gazdálkodás hasznosságáról. A honi erdőgazdálkodásnak mindenképpen aktív szerepvállalással kell elősegítenie a társadalmi véleményformálást.

Ezt a szerepvállalást és a hatékony kommunikációt a hagyományos módszerekkel, nézetekkel véghezvinni nem lehet. Az erdőgazdálkodás résztvevőinek a felsővezetői szinttől a termelői szintig alapvető paradigmaváltásra van szüksége. A hagyományos nézeteken, beidegződéseken túl változtatni kell a gazdálkodás és a kommunikáció módszerein is.

Fel kell vállalni az erdőgazdálkodás ipari módszereit, az ültetvényeket, a tarvágásos erdőgazdálkodást, világosan bemutatva indokait, és élesen el kell különíteni a természetközeli erdőgazdálkodástól.

A politikában kemény érdekképviseléssel pozícionálni kell az erdőgazdálkodási ágazatot, az erdőt a társadalomban, gazdaságban, környezet és természetvédelemben betöltött valós szerepe szerint.

5. Az erdészeti kommunikáció jelenlegi gyakorlata

A rendszerváltás után, rövid időn belül jelentős változások zajlottak le az erdőgazdálkodásban is. A kárpótlás és privatizáció során az addig zömében állami erdők 40%-a magántulajdonba került. Ezt a változást egyáltalán nem készítették elő kommunikációs szempontból, így az erdők, erdőgazdálkodás ügye ismét vegyes, jobbára negatív társadalmi reakciót váltott ki. Aki nem vált tulajdonossá, az – nem ismerve a gazdálkodás jogi kereteit, szabályozását – féltette az erdőt az új magántulajdonosoktól, aki viszont tulajdonossá vált, hirtelen olyan szövevényes, ismeretlen folyamat kellős közepébe került, legtöbbször osztatlan közös tulajdonosként, mely tovább bonyolította a helyzetét. Az erdészeti tájékoztatás hiányának egyik következménye, hogy az újdonsült erdőtulajdonosok nagy részének fogalma sem volt, hogy milyen lehetőségekkel, milyen kötelezettségekkel jár az erdőtulajdon, milyen gazdálkodási folyamatok zajlanak ez erdőben. Ez komoly problémát okozott az erdészeti igazgatás rendszerében is.

Ezzel párhuzamosan az erdészeti igazgatás sem tudott előre felkészülni a változásokra, nem volt képes átalakulni, és az állami szektorra, állami gazdálkodási viszonyokra kidolgozott rendszert erőltetette a magánszektorban is.

Ezen időszak alatt a természetvédelem, az állami és különösen a civil szféra megerősödött, jelentősen nőtt társadalmi és média háttérbázisuk, finanszírozásuk nagyságrendileg bővült, sokszor intenzív nemzetközi támogatással (pl. WWF). A természetvédelmi szervezetek összehangolt támadást intéztek az „erdő védelme az erdőgazdálkodástól” filozófiával az amúgy is több sebből vérző, megosztott, rendezetlen ügyek sokaságát maguk előtt görgető erdőgazdálkodási ágazat ellen. Az ágazat kommunikációs tehetetlenségét mutatja, hogy sokszor még a minden szakmai alapot nélkülöző, érzelmi alapon kezdeményezett támadások komolytalanságáról sem sikerült a közvéleményt meggyőzni. A média, különösen a kezdeti időszakban teljes szélességgel a divatos, és a laikusok érzelmeire könnyen ható természetvédelem mellé állt. Ennek is köszönhető, hogy a természetvédelem ügye és szervezete olyan törvényi jogosítványokat, politikai képviselést kapott, hogy egyes térségekben meghatározója lehet az erdőgazdálkodási folyamatoknak is.

Közben az Erdészeti Hatóság kétfrontos küzdelmet vívott, egyrészt a magántulajdonosokkal, a rendezetlen birtokviszonyok tisztázásával, másrészt a természetvédőkkel, akik minden alkalmat kihasználva támadták az erdőgazdálkodás rendszerét. Az erdészeti hatóság a

kialakult helyzetben az ellentétes igényeket nem volt képes sem feloldani, sem hatékonyan kommunikálni.

Az állami erdőgazdaságok a rendszerváltás óta három fő kérdéskörrel szembesülnek:

1. Milyen szervezeti keretek között lehet a leghatékonyabban működtetni az állami erdőket? A szóba került lehetőségek szerint az elképzelhető formák: holdingként, egy nagy központi államerdészeti, vagy a hagyományos sok kisebb erdőgazdaságként. Ez utóbbi, a jelenlegi erdőgazdálkodási szervezeti rendszer megosztott, gyakoriak az ellenérdekeltségek és többszörösen bebizonyosodott, hogy nem képesek hatékonyan képviselni az erdészeti egységes ágazati érdekeket.
2. Milyen stabil pénzügyi rendszer alakítható ki az állami erdők kezelésére. Az erdőgazdaságoknak jelenleg is, rendezetlen, bizonytalan finanszírozási helyzetben kell gazdálkodni, nem különül el markánsan az állami és a magánerdő finanszírozása, többször keresztfinanszírozás történik.
3. Hogyan viszonyuljanak a természetvédelmi oldalról jövő támadásokkal szembe. A természetvédelem folyamatosan kezdeményezi a védett erdőterületek kezelésének átvételét, nem finanszírozza a természetvédelmi korlátozások okozta bevételkieséseket. A természetvédelem a társadalmi érdek képviselőjének szerepkörében lép fel, és az erdőgazdaságokat mint profitéhes rablóbandát, az erdő ellenségét ábrázolja.

A fentiek következtében az erdőgazdálkodás társadalmi megítélése fokozatosan tovább romlik, mind rosszabb pozícióba sodorva az erdőgazdálkodás szereplőit.

A kérdés régóta az, hogy milyen kommunikációs stratégiát lehet folytatni a fenti szituációban?

Disszertációm további részében bemutatom az erdőgazdálkodás különböző szereplőit, érdekcsoportjait, a továbbiakban az állami erdőgazdaságok kommunikációs tevékenységét vizsgálom meg részletesebben.

Az állami erdőgazdaságok legfontosabb kommunikációs eszközei:

erdei iskolák

honlapok

parkerdők

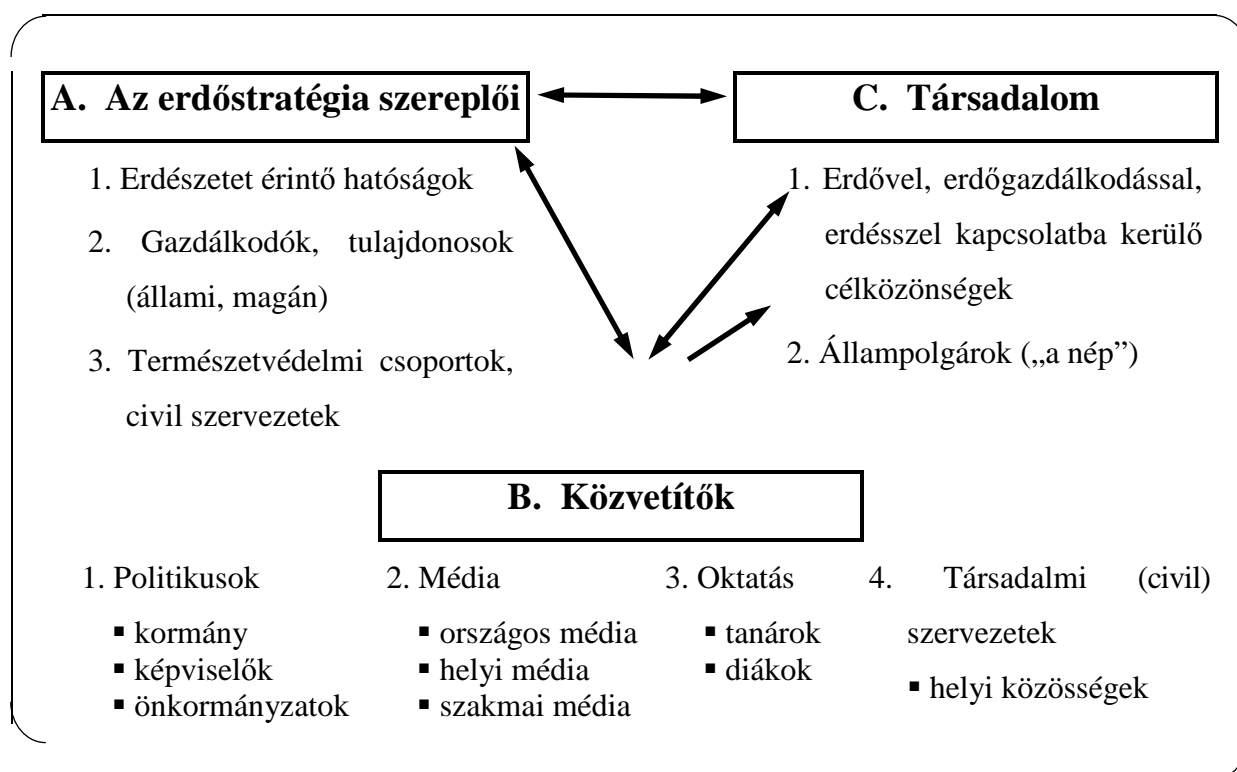
kiadványok

Az erdészeti kommunikáció általános és részletes elemzésével vizsgálom a fenti kommunikációs csatornák hatékonyságát.

5.1. Az erdőgazdálkodási ágazat szereplői, részvételük a kommunikációban

Véleményem szerint nem találunk Magyarországon még egy olyan ágazatot, melynek annyi szereplője lenne, olyan sokrétű, kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkezne, mint az erdőgazdálkodás. Az alábbiakban az erdőgazdálkodásban, illetve az erdőről szóló kommunikációban részt vevő szervezeteket mutatom be. Az erdővel valamilyen szinten az egész társadalom kapcsolatban van, rengeteg NGO, civil szervezet tekinti feladatának az erdővel való törődést. Teljesség igényével sorra venni mindegyiket szinte lehetetlen feladat.

A későbbiekben részletesen tárgyalt Nemzeti Erdőprogram és erdőstratégia alkotói, az erdőgazdálkodási kommunikációs kapcsolatokban résztvevőket a program kommunikációjához három fő csoportba sorolták (3. ábra).



3. ábra. A kommunikációs kapcsolatokban résztvevő csoportok (Stark 2003)

A. Az erdőstratégia szereplői

1. Erdészetet érintő hatóságok: mindazon hatóságok és ezek háttér szervezetei, amelyek az erdőtulajdonosokkal és erdőgazdálkodókkal közvetlen kapcsolatban állnak (pl. FVM, MGSZH, KöViM, Nemzeti Park Igazgatóságok, PM stb.).

2. Gazdálkodók, tulajdonosok: az erdőhöz, fához közvetlenül kötődő szakmai szereplők az erdőgazdálkodók, a faipari és fakereskedelmi cégek, vállalkozások, valamint az erdők, illetve e cégek tulajdonosai.

3. Természetvédelmi csoportok, civil szervezetek

B. Közvetítők

Ide tartoznak mindazon szervezetek és személyek (politikusok, média, oktatás, társadalmi szervezetek), akik az állampolgárok felé kommunikációs csatornaként működnek.

C. A társadalom

Ezen belül is két csoportot különböztettek meg.

1. Az erdővel, az erdőgazdálkodással, az erdőszel kapcsolatba kerülő réteg (erdőlátogatók, turisták, üzleti partnerek, stb.), akiknek közvetlen ráhatása van az erdészeti kommunikációra.

2. Általában az állampolgárok.

(Stark 2003)

Dolgozatomban mindhárom fő csoportban zajló kommunikációs folyamatokat érintem.

Az erdőgazdálkodási kommunikáció résztvevőinek az alábbi szervezetek közül az állami erdőgazdálkodással foglalkozó, főleg az erdészeti Zrt-k kommunikációjával foglalkozom, ezért a természetvédelmi szervezetek részletes bemutatásától eltekintek.

természetvédelem) a vagyontörvény nem írja felül, azokat az államot képviselő tulajdonosi joggyakorló szervezetnek is be kell tartania éppen úgy, mint bármely más tulajdonosnak.

A törvény elvi élel mondja ki, hogy az állam tulajdona egységes, az állam központi költségvetési szervei önálló tulajdonjoggal nem rendelkeznek, központi költségvetési szerv bármely dolog tulajdonjogát, gazdálkodó szervezet részesedését, vagy valamely vagyoni értékű jogot a Magyar Állam javára szerezheti meg. Az államot – mint tulajdonost – a Nemzeti Vagyongazdálkodási Tanács, illetve az irányítása alatt álló vagyonkezelő szervezet személyesíti meg, az állami vagyon feletti tulajdonosi jogok és kötelezettségek összességét a Tanács az állami vagyonkezelő szervezet útján gyakorolja. Ezen elvet juttatják érvényre a törvénynek az állami vagyon hasznosítására, az állami tulajdonú gazdasági társaságok alapítására, az állami tulajdonszerzésre vonatkozó előírásai (www.mnvzrt.hu).

5.1.2 Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MgSzH)

A MGSZ Hivatalt 274/2006. (XII. 23.) kormányrendelettel alapították és az egykori Állami Erdészeti Szolgálat utódjaként hozták létre az Erdészeti Igazgatóságokat.

Az Erdészeti Igazgatóság feladata az erdőgazdálkodás és az erdővagyon védelem igazgatási feladatainak ellátása, más hatóságok erdőt is érintő hatósági eljárásában szakhatósági közreműködés. Az MgSzH a földművelésügyi miniszter irányítása és felügyelete alatt álló, önállóan gazdálkodó, központi költségvetési szerv.

Az MgSzH szervezetében tíz területi Erdészeti Igazgatóság működik, amelyek az ország teljes területét lefedik (www.mgszh.hu).

Az Erdészeti Igazgatóságok kezelik az erdőgazdálkodási támogatási, pályázati alapokat is. Az MgSzH és területi igazgatóságai pályáztatás útján nyújt támogatást a bejegyzett erdőgazdálkodási szervezeteknek közjóléti tevékenységéhez, erdei iskola beruházásaihoz, üzemeltetéséhez. 2007. évig a támogatások (beruházási, üzemeltetési) a központi költségvetésben elkülönült fejezetként szerepeltek, azonban ezeket a támogatási jogcímekeket a kormány megszüntette. Az évtizedekig működő, közjóléti feladatok állami támogatási rendszere ezzel megszűnt.

Az MgSzH és főleg az elődje, az Állami Erdészeti Szolgálat az erdészeti kommunikációban közvetlenül és közvetve is vezető szerepet játszik, játszott. Nagyrészt az Erdészeti Igazgatóságok jóváhagyásával, támogatásával valósultak meg a parkerdei, erdei iskolai beruházások, jöttek létre a szakmai, közönségkapcsolati kiadványok, rendezvények. Számos

saját kiadványt is készítettek az erdőgazdálkodásról laikusoknak és szakmabelieknek egyaránt. Annak ellenére, hogy e szervezet eszközrendszerével meghatározó szerepet játszott az erdőgazdálkodási kommunikációban, nem volt egységes kidolgozott ágazati kommunikációs stratégiája, még egységes irányelve sem. A támogatások odaítélésében az egyes igazgatóságok, illetve a központi szervezet vezetőinek szakmai, illetve személyes irányultsága határozta meg a támogatott projektek belső összetételét. 2006-2007-ben saját kidolgozásban készítettek egy erdőgazdálkodási pr-tervet, amely azonban a mai napig nem került a szakmában meghirdetésre, sem átfogó megvalósításra.

5.1.3 Országos Erdészeti Egyesület (OEE)

A több mint 150 éves múltú visszatekintő Országos Erdészeti Egyesület a célkitűzéseit elfogadó természetes és jogi személyek közhasznú erdészeti szakmai érdekképviseleti szervezete. Az Egyesület a társadalom és az egyén közös érdekeinek kielégítésére irányuló alábbi közhasznú tevékenységeket végzi: természetvédelem; környezetvédelem; tudományos tevékenység, kutatás; kulturális tevékenység; kulturális örökség megóvása; nevelés és oktatás, képességfejlesztés, ismeretterjesztés; szociális tevékenység, családsegítés (időskorúak gondozása); euroatlanti integráció elősegítése.

Az Egyesület szakmai tevékenysége során a fenntartható (tartamos) erdőgazdálkodás megvalósításáért tevékenykedik, pártoló tagsága, helyi csoportjai, szakosztályai és együttműködő partnerei, szimpatizánsai támogatásával.

Az OEE egész országot behálózó területi szervezetekben működik. Huszonhárom szakosztálya van, amelyek között többnek is szerepel az alapprogramjában az erdészeti kommunikáció. (Erdészeti Erdei iskola Szakosztály, Erdők a Közjóért Szakosztály, Közönségkapcsolatok Szakosztály).

Az Egyesület tulajdonában, kiadásában jelenik meg az Erdészeti Lapok, amely az országos szakmai belső kommunikáció egyik legjelentősebb eleme, de az utóbbi években, a tudatos átalakításnak köszönhetően, az újság egyre több közönségkapcsolati elemet is tartalmaz

Az OEE kezdeményezésére rendkívül sok erdőgazdálkodási pr-akció valósult meg, számtalan közönségkapcsolati rendezvényt szervezett, jelentős mennyiségű információs kiadványt hozott létre, vagy indukált. Kiemelkedő jelentőségűek közönségkapcsolati szempontból a Madarak és Fák napja, a Fásítási Hónap, és az Erdők Hete, keretében végzett erdőgazdálkodási propaganda akciók. Szakmai iránymutatásai megjelentek az egyéb szervezetek kommunikációjában, parkerdei, erdei iskolai tevékenységében (www.oee.hu).

5.1.4 Magán Erdőtulajdonosok és Gazdálkodók Országos Szövetsége (MEGOSZ)

A Magán Erdőtulajdonosok és Gazdálkodók Országos Szövetsége a társas erdészeti termelő egységek, társaságok, társulatok országos érdekképviselői szerve, az 1994-ben alapított Társas Erdőgazdálkodók Országos Szövetségének jogutódja. A szövetség célja: tagjainak gazdasági és szakmai érdekképviselője, érdekegyeztető feladatainak ellátása, a tartamos erdőgazdálkodás megvalósítása, tagjai erdővagyonának megőrzése, növelése, az erdővagyon működtetésének segítése a tulajdonosok hasznára. Célja továbbá az erdészeti és az erdőhasznosítási szakmai kultúra fejlesztése a magánerdőkben Együttműködik és kapcsolatot tart fenn más szakma, tulajdonosi, államigazgatási és érdekképviselői szervezetekkel, oktatási és kutatási intézményekkel hazai és nemzetközi szinten egyaránt. A MEGOSZ az erdőgazdálkodás szakmai színvonalának fejlesztése céljából bemutatókat, előadásokat, tanfolyamokat, találkozót, bel- és külföldi tanulmányutakat szervez.

Erdészeti kommunikációban betöltött szerepe jelentős, élénk kapcsolatot tart fenn az írott és elektronikus sajtóval. Kommunikációjának céljai az erdőgazdálkodás pozitív társadalmi megítélésének segítése, valamint a magán-erdőgazdálkodás helyzetének bemutatása.

A MEGOSZ országos központján kívül hét régiós központtal rendelkezik, és minden megyében található irodája vagy képviselője. Az országban bejegyzett valamennyi erdészeti integrátor egyben a szövetség tagja is. Taglétszáma jelentős, 30 ezer MEGOSZ tagot regisztrálnak (www.megosz.hu).

5.1.5 Nyugat-magyarországi Egyetem, Erdőmérnöki Kar

A Nyugat-magyarországi Egyetem tíz karral rendelkező felsőoktatási intézmény. Az egyetem karai nagy múltú oktatási intézmények, amelyekben az oktatás évszázados hagyományokra tekint vissza.

Az Erdőmérnöki Kar jogelődje a Selmecbányán III. Károly által 1735-ben alapított Bányatisztképző Iskola, amelyet Mária Terézia 1762-ben akadémiai rangra emelt. A felsőfokú önálló magyar erdészeti oktatás 1808-ban az Erdészeti tanintézet megalapításával kezdődött. 1919-ben, miután Selmecbánya a megalakuló Csehszlovákiához került, a főiskola Sopronba települt át. Az Erdőmérnöki Karon belül 1957-ben elindult a faipari mérnökök képzése, majd az önálló Faipari Mérnöki Kar létrehozásával 1962-ben megalakult az Erdészeti és Faipari Egyetem. Az Erdőmérnöki Karon jelenleg erdőmérnöki, környezetmérnöki, környezettani, természetvédelmi mérnöki és vadgazda mérnöki diplomákat szerezhetnek a hallgatók.

A Kar oktatói, kutatói és hallgatók is szervesen részt vesznek a magyar erdőgazdálkodás minden szereplőjének munkájában. A kari kutatások eredményei, tervezési és fejlesztési munkák, szellemi termék beépülnek az ágazat szinte minden elemébe. Az erdészeti kommunikációban való részvétele is jelentős. A szakmai intézetek többsége különböző intenzitással, de szerepet vállal a belső és a külső kommunikációban is.

A Kar intézetei közül a kommunikációval kiemelten foglalkozik az Erdővagyon-gazdálkodási Intézet. Az Intézet munkatársai ott voltak kezdeményezőként, szakértőként, kutatóként az erdészeti kommunikációs stratégiák elkészítésében, a parkerdők, erdei iskolák tudományos és gyakorlati kidolgozásában. Az utóbbi évek legátfogóbb erdészeti programjának a Nemzeti Erdőprogramnak kidolgozása is az Erdővagyon-gazdálkodási Intézethez köthető. Komoly pénzügyi és humán forrásokat mozgósítottak az említett témákban kutatásokra, saját kezdeményezésű kommunikációs tevékenységekre (kiadványokra, továbbképzésekre stb.) (www.nyme.hu).

5.1.6 Erdőgazdasági Zrt.-k

Vagyonkezelői szerződés keretében az állami erdőket 100%-os állami tulajdonban lévő erdészeti Zrt.-k kezelik. Tizenkilenc Zrt. tartozik az MNV Zrt.-hez, három a Honvédelmi Minisztériumhoz. Az erdőgazdaságok a meghatározott szakmai és pénzügyi keretek között önálló gazdálkodási egységek. Területükben, éves árbevételükben az egyes Zrt.-k jelentősen különböznek egymástól. Az állami erdőgazdaságok alakításának időszakában (1950-1954) a földrajzi egységeket vették alapul, így jöttek létre a jelentős eltérések.

A Zrt.-k a tulajdonos elvárásai alapján kell, hogy dolgozzanak. Ez néha nehezen összeegyeztethető a többi szakmai szervezet előírásaival, korlátozásaival.

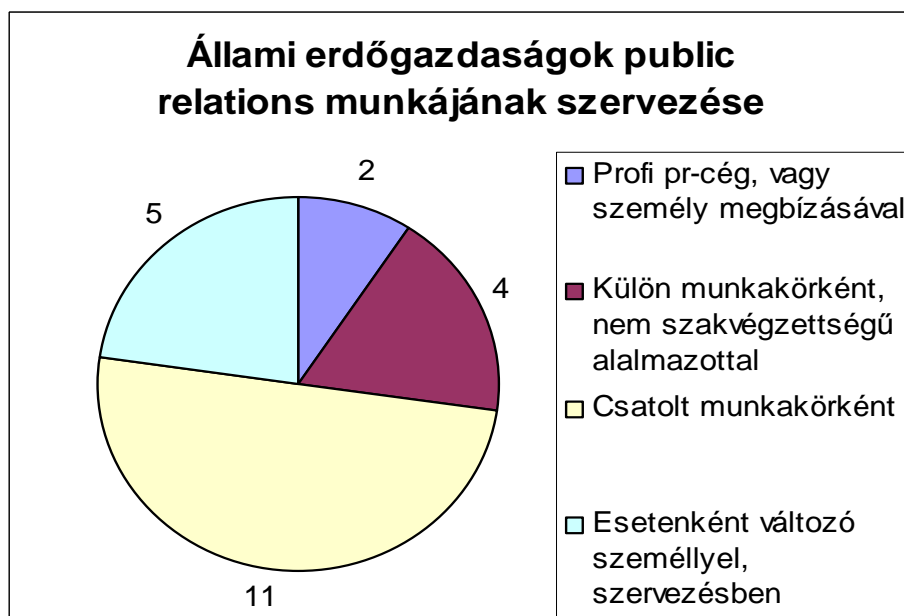
Az állami erdőgazdasági társaságok kommunikációjukban is önállóak. Az egyes Zrt.-k közönségkapcsolati, parkerdei, erdei iskolai tevékenységében jelentkező eltérések felderítése képezi kutatásom egyik célját. Ennek érdekében kérdőíves felmérést végeztem a 22 állami erdőgazdaság körében.

A kérdőív célja feltárni az egyes erdőgazdaságok közönségkapcsolati tevékenység szervezésének részleteit, parkerdő és erdei iskolai üzemeltetési adatait. A kiküldött kérdőíveket 15 erdőgazdasági részvénytársaság küldte vissza. A többi cégtől, az adott terület felelősét megkeresve, személyesen tudakoltam meg a válaszokat. A telefonos beszélgetések egy új problémát is felszínre hoztak a cégek belső kommunikációja terén, amelyre az elemzések átfogó értékelésénél térek ki. (1. melléklet)

A közönségkapcsolati tevékenység szervezésénél a felhasznált humán erőforrásra, illetve a pr-munka tervszerűségére kérdeztem rá. A kommunikáció személyi hátterére a következők jellemzők. Mindössze kétféle erdőgazdálkodás alkalmaz, bíz meg a kommunikáció szervezésével profi céget vagy személyt. Ez azonban nem garancia arra, hogy a cég kommunikációs munkája feltétlen sikeres. Szükséges hozzá a személyi, a szaktudási erdőgazdálkodási szakmai háttér, amelyet professzionális módon kommunikálni lehet. Ha az erdőgazdálkodások közép és felsővezetői felismerik a kommunikáció jelentőségét, elsajátítják a legalapvetőbb szabályait, akkor válik igazán teljessé egy-egy cég pr-tevékenysége.

Négy szervezet főállásban foglalkoztat a pr-munkára nem szakképzett alkalmazottat. Ezek a szervezetek felismerték a kommunikáció fontosságát. Több helyen az alkalmazott személy erdőgazdálkodási szakmabeli, a térségben és a szakmában is kiterjedt kapcsolatokkal rendelkezik, így személyes csatornákat működtet a pr-munka során. A kommunikáció hatékony, gyors. A kritikus tényezője az ilyen szervezésnek az, hogy a szakmabeli üzenetek közvetítése, azok átültetése a laikusok számára nem mindig sikerül. A személyes kapcsolatok egyfajta korlátot is jelenthetnek, behatárolva a célcsoportok irányát. Önmagában a főállású pr-munkakörrel nagyot léptek a cégek előre a kommunikáció terén. Ahhoz, hogy a munka hatékony legyen, alapvetően szükség van egy jól kidolgozott, részletes kommunikációs programot tartalmazó stratégiai, illetve operatív tervre is. (Mind a négy cég saját készítésű pr-stratégiai tervvel rendelkezik.)

A társaságok zöme (11 Zrt) a társadalmi kommunikációt csatolt munkakörben megbízott személy útján látja el. Általában humánpolitikai osztályhoz, esetleg marketing osztályhoz, vagy erdei iskolához tartozó, nem pr-szakmai képesítéssel rendelkező személy felel a kommunikációért. Mindegyik esetben fontos a kommunikátor személyisége, de ebben a rendszerben ez különös figyelmet érdemel. Csatolt munkakörként számos más feladat mellett nehéz tervszerű, felépített és rendszeres pr-tevékenységet folytatni. A média, a közönségkapcsolati megkeresésekre való reagálás már önmagában is leterheli az adott személyt. Szerencsés eset, ha a megbízott pl. erdei iskolai tevékenységet végez, mert akkor a két munka egy időben végezhető, hatékony. Megfelelő elhivatottság és szaktudás esetén csatolt munkakörként is lehet kiválóan szervezni a közönségkapcsolatot. Fontos, hogy az erdőgazdálkodáson belül a pr-tevékenységgel megbízott személynek állandó, napi kapcsolata legyen a szakmai történésekkel, és ne neki kelljen „felkutatni” a hírértékű eseményeket, hanem folyamatosan kapja az információs anyagokat, amiből válogatás után dolgozhat.



5. ábra: Az erdőgazdasági Zrt.-k pr-munkájának szervezése

Öt erdőgazdaságnál a kommunikáció szervezése eseti. Ez azt jelenti, hogy a sajtó-média megkeresésére a vezérigazgató vagy helyettese jelöli ki az éppen adott témakör felelős vezetőjét nyilatkozat adásra. Az eseti kommunikáció nagy veszélye, hogy sokszor a magas szakmai színvonalon megválaszolt kérdések a laikusok számára érthetetlenek, sőt ellenszenvet is kiválthatnak.

A másik gond, hogy ha nincs olyan személy az erdőgazdaságnál, aki meglátja, vagy tudatosan keresi a kommunikációs lehetőséget, a hírértékű történéseket, akkor pr-munkáról egyáltalán nem beszélhetünk. Ebben az esetben csak a média megkeresésére reagálnak. Ez a megkeresés általában társadalmi oldalról indul, olyan kérdéseket vet fel, amely széles rétegeket érint. Azt is kijelenthetjük, hogy sokszor ezek a kérdések az erdőgazdálkodásra nézve negatív kicsengésűek (erdőirtás, vadászat, szemét stb.). Ilyenkor az erdőgazdálkodó, ha mégoly hitelesen és lelkiismeretesen is válaszolja meg a felvetett problémát, félő, hogy az mentegetőzésnek, a „mundérbecsület” védelmének tűnik kommunikációs csatornán keresztül. Az erdőgazdaságok szinte mindegyike rendelkezik a pr-tevékenység szervezésére stratégiai tervvel. Két cégnél csak az erdőgazdaság stratégiai tervében egy szakasz tartalmazza a kommunikációval kapcsolatos stratégiai leírásokat. Ezek általánosak és nem alkalmasak arra, hogy rájuk pr-tevékenységet építsenek. Két erdőgazdaság szakértők által készített pr-stratégiával és operatív pr-programmal rendelkezik, ez biztosítja a közönségkapcsolati munka magas színvonalú szervezettségét, hatékonyságát. A többi erdőgazdaság saját, nem pr-szakember által készített kommunikációs tervvel rendelkezik.

5.2. Az erdei iskolák

5.2.1 Az Erdészeti Erdei Iskolák előzménye és megjelenése

Az erdei iskolák Európában a XIX. század elején jelentek meg először. Az iparosodás, a munkáscsaládok rossz életkörülményei a társadalomban számos egészségügyi problémát, betegséget indukáltak. Az első erdei iskolát Charlottenburgban (Berlin mellett) 1904-ben alapították, ahol a fő cél az egészséges környezet biztosítása volt. Az oktatást nagy része szabad levegőn folyt, az iskolát „Freiluftschule”-nak, szabadlevegős iskolának nevezték. Magyarországon az első bentlakásos erdei iskolák, köztük a soproni brennbergvölgyi Erdei Iskola is, az 1910-es évek végén jöttek végre (Kovátsné 1997).

Mind a turistaegyletek, mind pedig a magyar erdőgazdálkodás már az 1800-as évek második felében is kiemelt feladatának tekintette az ifjúság erdő- és természetszeretetre való nevelését. Az első környezeti nevelést tartalmazó erdészeti kezdeményezés Arató Gyula nevéhez fűződik, aki „Az erdészet és a népnevelés” című, 1894-ben megjelent cikkében kifejtette az ifjúság erdővel kapcsolatos nevelésének szükségességét. Az általa kidolgozott akciótervben a tanfelügyelőket és a néptanítókat bevonva, kiadványok útján képzelte el a környezeti tudat formálását. Mégis közel száz évnél kellett eltelnie ahhoz, hogy az erdészek maguk is aktív szerepet vállaljanak a gyermekek természeti oktatásában. Ez idő alatt komoly erdei iskola hálózatot építettek a pedagógusok, illetve a természetvédelmi szervezetek (Arató 1894).

Az erdészeti erdei iskolák alapjait a Pilisi Parkerdőgazdaság Ifjúsági Táborának megalapítása tette le az 1970-es évek elején. Ez volt az első olyan erdészeti üzemeltetésű szervezet, ahol a diákokat a természetismereten túl megismertették az erdőgazdálkodás elemeivel is. Később Szolnokon, majd pedig a Mecsekben ismerték fel az erdőgazdálkodók egy saját erdészeti üzemeltetésű erdei iskola szükségességét. Az Országos Erdészeti Egyesület Erdészeti Erdei Iskola Szakosztályának megalakulásával (1996) új fejezet kezdődött az erdészeti, környezeti nevelésben. A szakosztály programjában három kiemelt témakört jelenített meg:

- a természet ismeretére, szeretetére való oktatást, nevelést,
- az erdőgazdálkodás megismertetését,
- az erdőgazdálkodási közönségkapcsolatok fejlesztését.

Az alapítandó erdészeti erdei iskolának alapfeltétele, hogy rendelkezzen saját adottságaira szabott oktatási programmal, amely tartalmazza a három kiemelt témakört. Ezen túl minden intézménynek saját specialitása van, amely növeli a vonzerőt, és kiegészíti az erdei iskolai oktatást. (OEE 1996)

Az erdőgazdaságok csak lassan ismerték fel az erdészeti erdei iskolákban rejlő lehetőségeket. Minta értékű programot indított be a Kisalföldi Erdőgazdaság, ahol a Győri Apáczai Csere János Tanítóképző Főiskolával (Jelenleg a Nyugat-magyarországi Egyetem Főiskolai Kara) 1996-ban közösen egy mind szakmailag, mind pedagógiaiilag megalapozott, kiváló színvonalú, közös üzemeltetésű erdei iskolát hoztak létre.

Ez is, illetve az állami finanszírozás kedvező változása azt eredményezte, hogy az erdőgazdaságok nagy része erdei iskolát alapított. Az erdei iskolák fejlesztési terveit zömmel a Balatonfüredi Zöldövezettervező Iroda munkatársai készítették, ami közel egységes arculatot eredményezett. Mára csak néhány erdőgazdaság nem működtet ilyen jellegű intézményt, viszont több, nem állami erdőgazdálkodási szervezet magáncég, alapítvány stb is alapított erdészeti erdei iskolát.

5.2.2 Az erdészeti erdei iskolák elméleti háttere

1995-ben a Tanulmányi Erdőgazdaság Rt. erdei iskola konferenciát hívott össze, hogy az erdész társadalom bekapcsolódjon a már működő erdei iskolák rendszerébe. A konferenciára elsősorban az erdészeti környezeti nevelők jöttek el, így az egy belső szakmai rendezvény lett..

A konferencia tanulsága az volt, hogy a nem szakemberek által vezetett erdei iskolákban sokszor szakmailag hibás ismereteket, tévképzeteket tanítanak, ami hozzájárul a társadalom erdészekről való eltávolodásához.

Itt kell megemlíteni a kilencvenes években alakult természetvédelmi, nem hivatalos szervezeteket, amelyek zöme természetvédelmi oktatóközpontként üzemelt.

Az oktatóközpontok környezeti nevelési tevékenységet szerveztek, amelyek erősen érzelmi alapon a természeti környezet megóvására (érintetlenül hagyására) neveltek, egyoldalú információkat közvetítve az erdőgazdálkodás, az erdész káros tevékenységéről.

Egy évvel később német támogatással egyhetes szemináriumra gyűltek össze a magyar erdész környezeti nevelők. E szeminárium alatt kristályosodott ki a gondolat, hogy az OEE-n belül új szakosztály szülessen: Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály (Ormos 1996).

A szakosztály feladatának tekinti a természet megismertetésén és védelmére nevelésén túl az erdészeti ismeretek közvetítését, az erdő mint gazdasági színtér bemutatását. (Varga 1996). A Szakosztály folyamatosan aktualizált programmal rendelkezik. (2. melléklet)

Ugyanebben az évben elindult Magyarországon is az „Év Fája” mozgalom, mely a hazai fafajokat hivatott bemutatni és népszerűsíteni.

Az erdész szakma ismét összefogott, és nagyszabású programot indított el a társadalmi kapcsolatok fejlesztése felé. Az új szakosztályban kételkedő erdész szakmai vezetők – látva a szakosztály kezdeti, látványos sikereit – csatlakoztak a kezdeményezésekhez. Az országban sorra nyíltak az erdészeti erdei iskolák, erdészeti oktatóközpontok.

A szakosztály alapításakor Visegrádon, Szolnokon, Pécsen működött oktatóközpont, egy év múlva már számuk megkétszereződött, ma szinte minden erdőgazdaság területén működik legalább egy ilyen létesítmény.

1996-ban sikerült ismét tervszerű munkával, több vonalon is elindítani a kapcsolat megváltoztatását. Létrejött a FAGOSZ (Fagazdaságok Országos Szövetsége), az OEE (Országos Erdészeti Egyesület), és a Társas Erdőgazdálkodók Országos Szövetsége alapításában a „Szövetség a jövőért, az erdőért” mozgalom. Célul tűzték ki az erdőgazdálkodás, a fából készült termékek megítélésének jobbítását, tudatos marketingprogram készítésével és végrehajtásával. Az első lépésként végrehajtott állapotfelméréskor a lakosság erdőgazdálkodásról alkotott fogalmát mérték fel. Az eredmény kísértetiesen hasonlít a több mint száz évvel ezelőtti megállapításokra:

”...az erdőgazdálkodással kapcsolatos ismeretek rendkívül hézagosak... Jelentős tévképzetek élnek mind az erdőgazdálkodásról, mind a fa hasznosítását illetően...”
(Mócsényi 1996).

A munka eredménye a „Marketingprogram az erdőgazdálkodás és a fából készült termékek társadalmi megítélésének jobbítására” című tanulmány, amely alapján egy „Erdő és Fa” marketing stratégia készült el. Ebben feltárták a legjelentősebb tévképzeteket, pl.:

„Kevés fa van az országban. Jelenleg is rendszeres erdőirtás folyik. Gyakorlatilag nincs faültetés. Nem látni az erdő gondozásának jeleit. ...” (D&T Marketing Iroda 1996).

A marketing stratégia meghatározta a reálisan elérhető célcsoportokat:

- 2-18 éves korosztály és pedagógusai,
- 18-40 év közötti városi érettségizett csoport.

A csoportokhoz hozzárendelte a programokat is, amelyben hangsúlyosan megjelentek az erdészeti erdei iskolák is. A stratégia tárgyalja a társszervezetek, minisztériumok bevonhatóságát is. A program operatív részeinek kidolgozása pénzügyi okok miatt elmaradt, így a kezdeményezés nem hozta meg a várt eredményt.

5.2.3 Az Erdészeti Erdei Iskolák gyakorlata

Az iskolák általában minden korosztály számára szerveznek programokat, de az elsődlegesen megcélzott réteg az általános iskolások. Az ő részükre szervezett erdei iskola programokon közvetlen környezeti tudatformálást érhetünk el, és a gyerekeken keresztül aktívan bekapcsoljuk az információáramlásba a szülőket, testvéreket, rokonokat.

Az erdei iskola program az iskolai oktatási rendszerhez igazodik, kiegészítve azt erdőgazdálkodási szakmai információkkal, erdő- és természetismereti tananyaggal.

Leghatékonyabb módja az erdőről, erdőgazdálkodásról szóló üzenetek széles körű megismertetésének a munkafüzet, munkanapló, amelyeknek szerves részét képezik az erdőgazdálkodás ismereti információk. Külön hangsúlyos az oktatás folyamatában a tervezés, az erdőfelújítás, a tartamosság kérdése. Az osztályok általában egy-egy hetet töltenek el szorgalmi időszakban az erdei iskolában. Ez lehet bentlakásos, ahol lehetőség nyílik terepi erdőgazdálkodási munkák megtekintésére, sőt erdei munkák gyakoroltatására is. Gyakran ennyi idő alatt kell megvalósítani egy fél éves környezetismereti tananyag és az aktuális erdőgazdálkodási információk feldolgozását. Az erdei iskolai foglalkozások komplexek, több tantárgyat is magukban foglalnak, mint például a matematika, történelem, magyar nyelv és irodalom. Az erdei iskola foglalkozások alatt a vezetőknek pozitív képet kell közvetíteniük az erdészről mint egyénről és az erdőgazdálkodás rendszeréről, folyamatáról. Minden lehetőséget meg kell ragadni az aktív nevelés megvalósítására. Rendkívül fontos a megfelelő szakvezető, akinek kiváló pedagógia érzékkel kell rendelkeznie, megfelelő természetismerettel, erdőgazdálkodással szembeni elkötelezettséggel. Az egy hét alatt egy jó vezető hosszú időre meghatározhatja a csoport hozzáállását az erdőhöz, az erdőgazdálkodáshoz. Különösen fontos a pedagógusok bevonása a munkába, hiszen az év többi részében ők közvetítik a gyerekek felé az információkat. Az életkori sajátosságokból adódóan az iskolás korosztályra érzelmi oldalról könnyű hatni, a megszerzett élményszerű tudás tartós marad. Az egész erdei iskolarendszer úgy épül fel, hogy évről-évre a csoportok visszatérnek, egyre mélyebb ismereteket szereznek az erdőről, az erdőgazdálkodásról. A hazavitt munkafüzeteket a szülőknek megmutatva, élményeiket továbbadva a felnőtt korosztály is bekapcsolódik az információs láncba.

Az erdei iskola rendezvények folytatásaként családi napokat szerveznek, ahol az élményszerűség még kifejezőbb.

Az általános iskolán kívül az erdei iskolák megszólítják a többi korosztályt is.

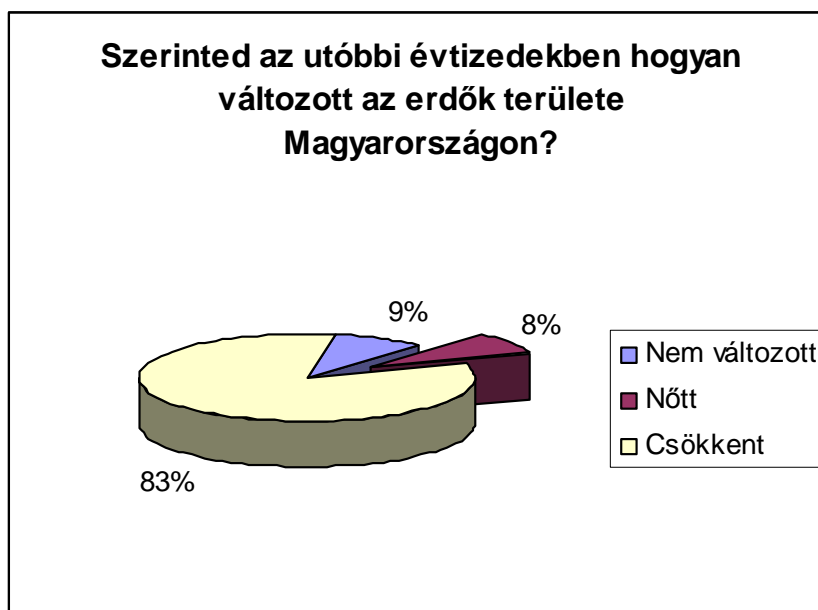
Az óvodás korosztálynak az erdei óvodában, saját szintjükön játékos formában folyik az ismeret átadás. Erdőgazdálkodási, erdei környezeti folyamatokat feldolgozó játékokat játszanak, az élményeket rajzos formában dolgozzák fel.

Középiskola: A középiskolás korú csoportoknak elsősorban erdőgazdálkodás ismeret és erdőismeret témakörben tartanak foglalkozásokat. Nehezíti a folyamatos oktatást a középiskolák speciálódása különböző szakok, illetve előkészítők felé.

5.2.4 Az erdei iskola eredményei a társadalom véleményformálásában

Az OEE Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály 2002-ben kérdőíves felmérést kezdeményezett, hogy felmérje az erdőgazdálkodással, az erdőszel, az erdővel kapcsolatos ismerethiányokat, tévképzeteket. A kérdőíves felmérés általános iskolások körében készült el. A beérkezett, kiértékelhető kérdőívek száma 1983 volt. A kérdőív az ország minden területére eljutott.

A kiértékelés során többek között azt vizsgálták, hogyan vélekednek a gyerekek az erdőterület változásáról:



6. ábra: Vélemények az erdőterület változásáról

A gyerekek mindössze 8,3%-a adott helyes választ, 83,1%-uk a tényleges folyamattal ellentétesen, csökkenőnek tartja az erdőterületeket hazánkban.

A statisztika módszereivel kimutatható, hogy azok a gyerekek, akik a régebben működő erdészeti erdei iskolák környékén élnek, szignifikánsan nagyobb arányban ítélték meg helyesen a magyarországi erdőterület arányok változását. Ez az ott tevékenykedő kollégák munkáját dicséri. Egyben felhívja a figyelmet arra, hogy helyes kommunikációval lehet változtatni a jelenlegi helyzeten.

Itt kell megemlíteni azt is, hogy ha ezt az összefüggést úgy vizsgáljuk meg, hogy valamennyi erdei iskolában - tehát nemcsak erdészeti erdei iskolában - járt gyereket vesszük figyelembe, a kapcsolódás nem szignifikáns. Ez az eredmény azzal magyarázható, hogy az erdei iskola fogalma rendkívül sokféle kezdeményezést takar. Ezeknek nyilvánvalóan más-más céljaik vannak. Nem véletlen tehát, hogy az Erdészeti Erdei Iskolák Szakosztálya az „erdészeti erdei iskola” megkülönböztetett jelzős szerkezetet használja önmaga meghatározására.

„...Összefoglalásként ki kell emelni azt a két üzenetet, ami a szociológiai felmérés eredményeként fogalmazható meg.

Szaktanárnak összefogott és jól felépített közönségkapcsolat-fejlesztési munkára van szüksége. Ezzel részben sok évtizedes elmaradását tudja majd pótolni, részben pedig az új társadalmi folyamatoknak részesévé és nemcsak kullogó követőjévé válik. A kívánt célnak nagy hatékonyságú eszköze lehet az erdészeti erdei iskola hálózat.

A gyerekek környezeti nevelésével foglalkozó pedagógusoknak nagyobb hangsúlyt kell helyezni a magyar erdők ismeretére és megszerettetésére. Reálisan kell értékelnit az erdész szakmát, hibáit is, erényeit is megismerve, megismertetve. Meg kell teremteni a fejekben a rendet és a harmóniát, amelyben egyébként békésen megfér egymás mellett az erdők féltése és a fából készült berendezési tárgyak szeretete.” (Puskás 2002)

5.2.5 Az erdészeti erdei iskolák pr-értékének elemzése

Az erdészeti erdei iskolák deklaráltan erdőgazdálkodási közönségkapcsolati tevékenységet folytatnak. Az iskolák célja a környezeti nevelés eszközeivel a társadalom és egymás életprogramjának tiszteletben tartásával rávilágítani, hogy a fa a leginkább környezetbarát alapanyag, amely újratehermelhető, és természeti körfolyamatok része. További céljuk az erdő, valamint hozamainak szélesebb körben való tudatosítása, az erdészeti kultúra terjesztése és a valós értékek szerinti kedvező társadalmi megítélés elérése. A szakmai gyakorlati munkában dolgozók bevonásával munkahelyek megtartása, kapcsolódó tevékenységek révén további munkahelyek teremtése. Az ágazat eredményesebb pénzügyi támogatásának szorgalmazásával az oktatás, továbbképzés, kutatás feltételeinek hosszú távú megteremtése.

Az Erdészeti Erdei Iskolák látogatottsága

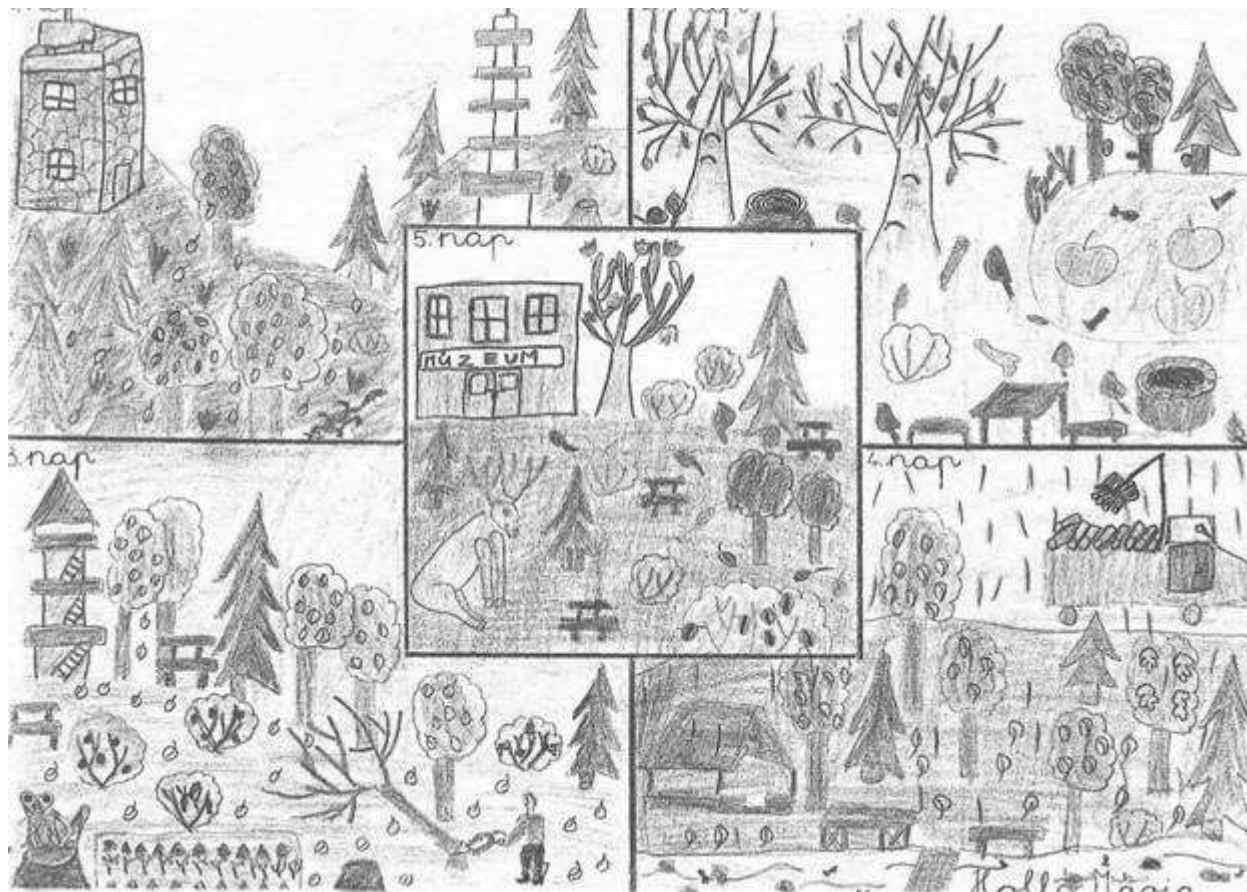
Az iskolák mindegyike regisztrálja az oktatási programjaikon részt vevők számát. Kevésbé pontos információkkal rendelkeznek az akcióikat, rendezvényeiket meglátogatók létszámáról. Éves szinten 140-145 ezer fő vesz részt az iskolák által szervezett programokon. Ha

feltételezzük, hogy a résztvevők, akik zömmel iskolások, átlagosan két embernek – szüleiknek – mesélik el (közvetítik) az erdei iskolában tanultakat, akkor az erdei iskolák évente 400-420 ezer emberhez juttathatják el az erdőgazdálkodási információkat, a lehető leghatékonyabb módon, a személyes kapcsolat útján.

Az erdei iskolák potenciális üzenet értékének kihasználása

A több napos erdei iskolai programok mély és hosszú távú tudatformálást tesznek lehetővé. A résztvevők megismerhetik az erdő mint csodálatos rendszer életét, az erdőgazdálkodás folyamatát, céljait, összefüggéseit. A résztvevőknek lehetőségük van kérdezni, a kérdésekre legtöbbször azonnali, hiteles választ is kapnak.

A 7. ábrán látható rajzot egy kilenc éves kislány (Holló Mária, Erkel Ferenc Általános Iskola Sopron) készítette, – tanári, szülői segítség nélkül – egy egyhetes erdei iskolai program lezárásaként. Az erdei iskolai programot én vezettem 2001- őszen.



7. ábra: Erdői iskolás emlékrájk
Holló Mária (9 éves), Erkel Ferenc Általános Iskola Sopron

A rajz az erdei iskolában tanultakat ábrázolja naponkénti bontásban. Az első két nap az ismerkedéssel telt. A gyerekek megismerkedtek az erdő életével, az erdőjárás szabályaival, a parkerdei berendezésekkel, az ehető és mérgező termésekkel. A harmadik-negyedik nap az

erdőgazdálkodási témaköröket dolgoztuk fel. A bemutatott tananyagból a tanuló a közjóléti tevékenységet, a csemetekertet és a fakitermelési munkálatokat (egészségügyi termelést) örökítette meg, úgy, hogy a képen a fakitermelés mellett az erdő élővilágának jelzéseként egy békát is odarajzolt. Az esős napon (4. nap) a faanyag rakodását elszállítását tanulmányoztuk, és az eső elől parkerdei esőbeállóban kerestünk menedéket. Az utolsó napot a vadgazdálkodással, az Erdészeti Múzeum megtekintésével és az ismeretek megszilárdításával töltöttük. A rajz házi feladatként készült arra a kérésre, hogy a tanulók jelenítsék meg, azt ami az erdei iskolában a legjobban tetszett nekik.

A fenti kép is bizonyítja, hogy az erdei iskolák milyen hatékonyan tudják a reális erdészeti információkat közvetíteni, és ezzel az erdőgazdálkodás társadalmi háttérbázisát megalapozni. Ez a tevékenység kiváló pr-eszköz az erdészeti ágazat kezében.

Az erdőgazdálkodási ismereteket az adott célcsoport szintjén kell közvetíteni, ügyelve arra, hogy a tanulók minden üzenet értékű információt hozzá tudjanak kapcsolni meglévő ismeretanyagukhoz, ezáltal tartós tudás alakulhasson ki.

Ennek biztosítása érdekében kidolgoztam az erdészeti erdei iskola programon belül az erdőgazdálkodási ismeretek témakör korosztályok szerinti oktatásának témabeosztását, ismeretanyagát. A témaköröket a Nemzeti Alaptanterv és a használatban lévő pedagógiai programok alapján készítettem el, figyelembe véve a helyi, Soproni sajátosságokat, ami természetesen nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy országban működő többi erdészeti erdei iskola ne tudja adaptálni saját körülményeire. Az oktatási témakörök beosztása feltételezi, hogy a diákok rendszeresen jönnek erdő-múzeumpedagógia foglalkozásokra évszakonként.

(3. melléklet) A korosztályonkénti felépítésű tananyag a változó oktatási rendszer miatt nem minden oktatási intézményben használható, ezért az erdészeti erdei iskolák egy része a modul rendszerű oktatást alkalmazza. Modul módszerrel dolgozik többek között a Mecseki Mókussuli Erdészeti Erdei Iskola is.

5.2.6 Az Erdészeti Erdei Iskolák üzemeltetési, tájékoztatási alapadatai

Öt erdőgazdaság nem működtet szervezett erdészeti erdei iskolát, de eseti szakvezetések, erdei programok náluk is előfordulnak. Az erdészeti erdei iskolák mindegyike tagja az Országos Erdészeti Egyesület Erdészeti Erdei Iskola Szakosztályának, ahol több kritériumnak kell eleget tenni. (Saját oktatási program, erdészeti ismeretek oktatása stb.) Mindösszesen 30 erdészeti erdei iskola működik az országban, amelyeknek zöme erdőgazdasági üzemeltetésű

(4. melléklet). A felmérésben az előzőek miatt csak az üzemeltetési és beruházási alapadatokat kérdeztem.

Az erdei iskola vezetője

A vizsgált harminc iskola közül hat működik nem erdész végzettségű vezetővel. Általában pedagógus végzettségűek, környezeti nevelésben jártasak vezetnek ezeket az iskolákat. Nincs azonban olyan iskola, amelynek a munkájában ne venne részt erdész. Ez alapvető követelmény, hiszen az átadott erdészeti információk így a leghitelesebbek, és a társadalom megítélésében is az erdész foglalkozás, személy pozitívan jelenik meg. Az Erdészeti Erdei Iskolák alapvető kritériuma, hogy oktatásukban erdészeti program, illetve valós erdész szakember jelenjen meg. Optimális esetben az erdei iskola vezetője mind tanári, mind erdész szakmai végzettséggel rendelkezik. A mérnök-tanári képesítéssel rendelkezők kiválóan ötvözik a szakmai és pedagógiai munkát, hiteles partnerei az erdei iskolába érkező pedagógusoknak is. Mindenképp célszerű az erdei iskolák személyi állományában erdőmérnök tanárokat alkalmazni.

Az erdészeti erdei iskolák látogatottsága

A különböző erdei iskolák kapacitásuktól függően más-más nagyságrendben fogadják a látogatókat. A szervezett programok az egy-két órás túrától az egyhetes bentlakásos táborig terjednek. Az erdei iskolák programjain résztvevők száma így csak tájékoztatásul használható arra, hogy hányan részesültek a szakmai információkból, hányan kaptak képet az erdőgazdálkodásról. A felmérés során kapott válaszokból összesített látogatói létszám: 140-145 ezer fő/év. A forgalom kb. 85%-a tevődik a Budapest közvetlen közelében működő erdei iskolákra.

Az erdészeti erdei iskolák üzemeltetési költségei

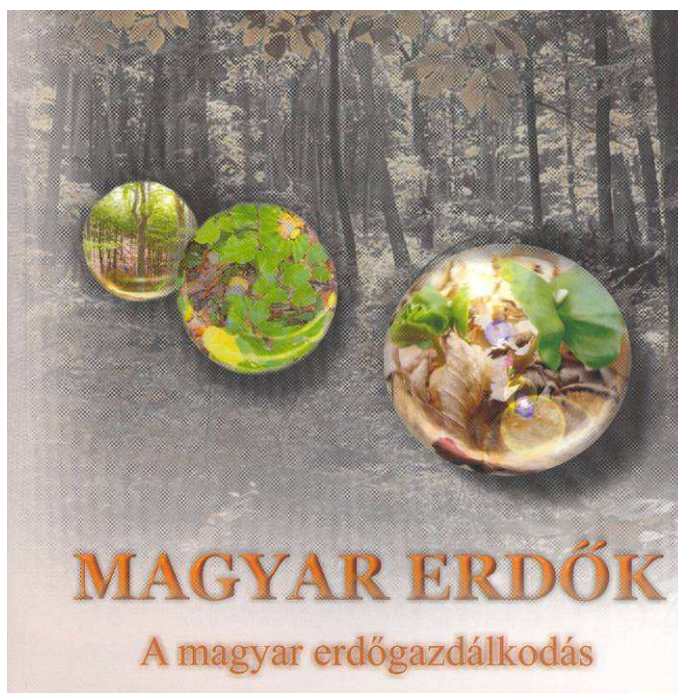
Az erdei iskolákat az erdőgazdaságok általában külön önelszámoló egységként működtetik. Ezzel viszonylag pontosan követni lehet a megjelenő költségeket. A kérdőíves felmérésben az egység teljes üzemeltetési költségeit kérdeztem. Az erdőgazdasági társaságok nagy részénél elvárás, hogy az erdei iskolai ágazat közel önfenntartó legyen, ami a szezonális miatt nem könnyű feladat. Éves szinten az erdőgazdálkodók által üzemeltetett összes iskola összköltsége 220-230 millió forint. A programok fizetősek, illetve számos pályázati lehetőség adódik az erdei iskola finanszírozására. Az üzemeltetési költségek átlag 70-75%-át tudják az erdei iskolák kitermelni. Ez azt jelenti, hogy az erdőgazdálkodási ágazat éves átlagban saját forrásból 55-65 millió forintot költ az erdészeti erdei iskolák fenntartására.

5.3. Az erdőgazdálkodásban megjelent kiadványok tételes értékelése

5.3.1 A kiadványok értékelésének szempontjai

Szakmánkban számos, a laikus közönségnek szóló erdészeti kiadvány látott napvilágot, amelyek több csoportba sorolhatók. Az egyszerű, egylapos, figyelemfelkeltő szórólaptól kezdve, a leporellókon keresztül, a több oldalas, színes erdőgazdálkodási cégismertetőig, illetve erdészeti ágazatot bemutató információs kiadványig. A csoportokat ezen vizsgálati fázisban nem különítettem el, mivel az értékelési szempontok mindegyikre értelmezhetőek.

Az értékelésnél nem az egyes kiadványok összehasonlítása volt a cél, hanem az ágazattal foglalkozó nyomtatott közönségkapcsolati megjelenések egységes – kommunikáció, pr-hatékonyasági – szempontból történő értékelése, az erősségek, gyengeségek feltárása.



8. ábra: Laikusoknak szóló erdőgazdálkodást népszerűsítő kiadvány az Állami Erdészeti Szolgálat kiadásában

Az elemzés, értékelés hangsúlyos szempontja volt, hogy az egyes kiadványok mennyire használják ki a parkerdők és az erdei iskolák adta tömegbázist mint célcsoportot. Az értékelésbe bevont kiadványok listáját az 5. melléklet tartalmazza.

A kiadványok külalakja

Itt a kiadvány címlapjának, illetve beltartalmának megjelenését, egyediségét értékeltem abból a szempontból, hogy mennyire alkalmas figyelemfelkeltésre, pozitív élmény kialakítására. Napjainkban elárasztja világunkat a nyomtatott reklám, szórólap, információs anyag. Így a közönségkapcsolati kiadványoknál meghatározó az első kép, amelyenél már meg kell jelennie annak az elsődleges arculatnak és szakmai üzenetnek, amelyet erdészeti szempontból a kiadvány megfogalmaz. Az értékelés során az alábbi elemeket vizsgáltam:

A kiadvány

mérete, terjedelme (praktikussága, használhatósága),
anyagának minősége, (papír, esetleg kötés, fűzés minősége),
színei, (nyomdai kivitelezése, háttérszín, színgazdagsága),
szöveg olvashatósága,
esztétikuma, (arányok, színek, formák harmóniája),
képek, ábrák minősége,

A kiadványok szakmai értékelése

A kommunikáció egyik legfontosabb tényezője a szakmai üzenetek „lefordítása”, hírértékűvé tétele a célszemély, célcsoport felé. Az erdőgazdálkodásnak is megvan a maga speciális szaknyelve, amelyet laikusok csak kevéssé értenek. Nagyon fontos, hogy a kiadvány, ha használ is szakkifejezést, azt világosan, érthetően magyarázza meg, ellenkező esetben az olvasó számára a teljes információ kárba vész. Ugyanilyen fontos a felhasznált képek és ábrák „beszédessége”. A kiadványban szereplő ábráknak és képeknek is egyértelműeknek és informatívoknak kell lenniük. Például a szakmabeliek számára szemet gyönyörködtető fotó egy természetes felújítás bontóvágásáról megfelelő magyarázat nélkül a laikusokban könnyen az erdőirtás képzetét ébresztheti.

Az értékelés a következő egységekre terjedt ki:

általános szakmai üzenete (van-e, helyes-e, kedvező logikájú, érthetősége),
a szöveg közérthetősége, egyszerűsége, stílusa,
ábrák, fotók közérthetősége,
a szöveg és illusztráció megfelelő aránya,
a kiadvány „tartóssága” (van-e benne tartós információ, vagy „egyszer olvasatos”),
szakmai logikai felépítése (rávezeti-e az üzenetre az olvasót),
célcsoport meghatározottsága (milyen széles körű a felhasználhatósága),
egyedisége.

A kiadványok ágazati pr-értékelése

A megjelenített információk értékelését az alapján végeztem, hogy a kiadvány milyen mélységű és mennyiségű szakmai üzenetet tartalmaz. Vizsgáltam továbbá, hogy ezek az üzenetek milyen formában jelennek meg, mennyire alkalmas a kiadvány a teljes erdészeti ágazat szakmai üzeneteinek közvetítésére. Értékelési szempontok a következők: A kiadvány információinak tartalma lokális, vagy kisugárzó a teljes társadalomra, a helyi információkba beépül-e a szakmai üzenetek rendszere, az üzenetek mennyire emelkednek ki az egyéb információk közül.

5.3.2 A vizsgálat eredményei

A kiadvány külső megjelenése

Az erdőgazdasági kiadványok nagy többsége külső megjelenésre kiváló. Válogatott természetfotók és igényes nyomdai kivitelezés jellemzi őket. Az egyes cégek kiadványsorozatai azonos arculatúak, egységes felépítésűek. Az 59 elemzett kiadványból csak nyolc esetben tapasztalható, hogy a külső megjelenés a viszonylag kicsi feliratok, illetve a címlap egyszerűsége miatt kevésbé alkalmas a figyelem felkeltésére.

A kiadvány szakmai értékelése

A kiadványok szakmai tartalmát vizsgálva számos hiányosságot tapasztaltam. Azok a kiadványok, amelyek laikusoknak készülnek „tömény” szakmai nyelvezetűek. Számos olyan információt tartalmaznak, amelyet a nem szakember kevésbé, vagy egyáltalán nem ért meg (pl. a „termőhelyi tényezők kedvezőtlen változásai...”). A kiadványok fogalmazási stílusa inkább egy jelentés szövegezéséhez hasonló, kevésbé kedvcsináló. A kiadványok nagy része nem „szólítja” meg az olvasót, így a benne közölt információk kevésbé hatékonyan érvényesülnek.

Súlyos hiányosság, hogy a kiadványok közel felénél nem tüntették fel a kiadás évét, így a kiadvány aktualitása nem értelmezhető. Az ábrák, diagrammok, illetve az illusztrációhoz használt képek általában arányosan vannak elhelyezve, jól illeszkednek a szöveges tartalmi részhez. A tanösvényekhez kötődő kiadványok érdekesek, „tartós” információkat tartalmaznak. A cégbemutató kiadványok egy része adatok tömegét tartalmazza, amelyek a laikusok számára nem mindig érthetőek. Ezek a kiadványok szakmai tájékoztatási céllal készültek, de mivel a cégeknél nincs laikusoknak szóló, hasonló tartalmú kiadvány, így ezeket a brossúrákat adják kézbe. Kevés a viszonyítás, a nagyságrend érzékeltetése, így a számok önmagukban csak szakembereknek nyújtanak információt. Ez a kiadványok logikai

felépítésében is tükrözi az erdőgazdálkodás „szakmaiságát”. Az egyes ágazatokat külön-külön mutatják be a kiadványok, legtöbbször nem egyértelműsítve a közöttük lévő kapcsolatrendszer, kölcsönhatásokat.

A kiadványok nagy részénél a kiadók törekedtek arra, hogy a prospektus minél szélesebb célcsoportnak legyen használható. Legtöbbször ezzel azt érik el, hogy a laikusok számára bonyolult, a szakmabelieknek pedig triviális információkat tartalmazó vegyes kiadvány jött létre.

A kiadvány ágazati pr-értékelése

A kiadványok a közönségkapcsolati érték szempontjából mutatják a legnagyobb hiányosságokat. A tényyszerű leírásokban sokszor nincs üzenet értékű információ, vagy ha van is, az nem emelkedik ki a többi információ közül. A magyarázat nélküli adatok ismertetése negatív hatásként jelentkezhet (pl. 50.000 köbméteres fakitermelés áll 200 hektáros erdőfelújítással szemben). A kiadványok közül csupán kettő tartalmazza azt az információt, hogy minden kivágott erdő helyén maradéktalanul új erdőt hozunk létre. Több helyen az éves kitermelt faanyag mennyiségét az üzemtervi lehetőségekhez hasonlítják. Ezek a kiadványok azonban nem mutatják be, hogy mit is jelent ez, így ez az információ megint csak szűk körnek üzenet értékű. A kiadványok nagy részénél nincs hangsúlyos üzenet, kiemelt elem. A vizsgált, tetszetős, szép kivitelű kiadványok ágazati pr-értéke, társadalmi tudatformáló hatékonysága viszonylag csekély.

5.4. Az erdőgazdálkodással foglalkozó honlapok elemzése

Az információs forradalom következtében az elektronikus kommunikáció napjainkban kiemelt jelentőséggel bír. Az e-pr a kommunikáció mindazon formáit magában foglalja, ahol a kommunikációban résztvevők elektronikus úton, interaktívan kommunikálnak egymással, akár a szervezeten kívüli, akár a szervezeten belüli környezetükkel teszik ezt az internet, vagy az intranet segítségével. Csak akkor nevezhetjük az internetet e-pr eszköznek, ha egyidejűleg felel meg az alapvető három kritériumnak, az „e-pr” által közvetített, hírértékűvé formált üzenet

- 1) a közvélemény számára tájékoztatást nyújt,
- 2) a közvéleménnyel megérteti az üzenet tartalmát és célját,

- 3) a szervezet és a közvélemény, illetve a közvélemény és a szervezet közötti magatartás koordinálására szolgál.

„Bármely kritérium hiánya esetén az elektronikus kommunikáció nem éri el a pr-célját, haszontalanná válik.” (Barát 2006)

Az erdőgazdálkodási honlapok értékelésének szempontjai több ponton egyeznek a nyomtatott kiadványok szempontjaival, azonban alapvető különbség, hogy az elektronikus-pr lehetőséget ad aktív, dinamikus tartalmak megjelenítésére, sőt interaktív kommunikációra is. Így ezeket az elemeket az elemzésnél hangsúlyosan vettem figyelembe.

5.4.1 Az értékelésnél felhasznált szakkifejezések definíciói

Statikus honlap

A honlapon elhelyezett információk többé-kevésbé állandóak, hosszú távra érvényes információkat közölnek. Az oldalt ritkán frissítik. Ilyenek általában a bemutatkozó oldalak. Ide tartoznak azok a felületek is, amelyeken leíró, jellemző jellegű információk találhatóak (9.ábra).



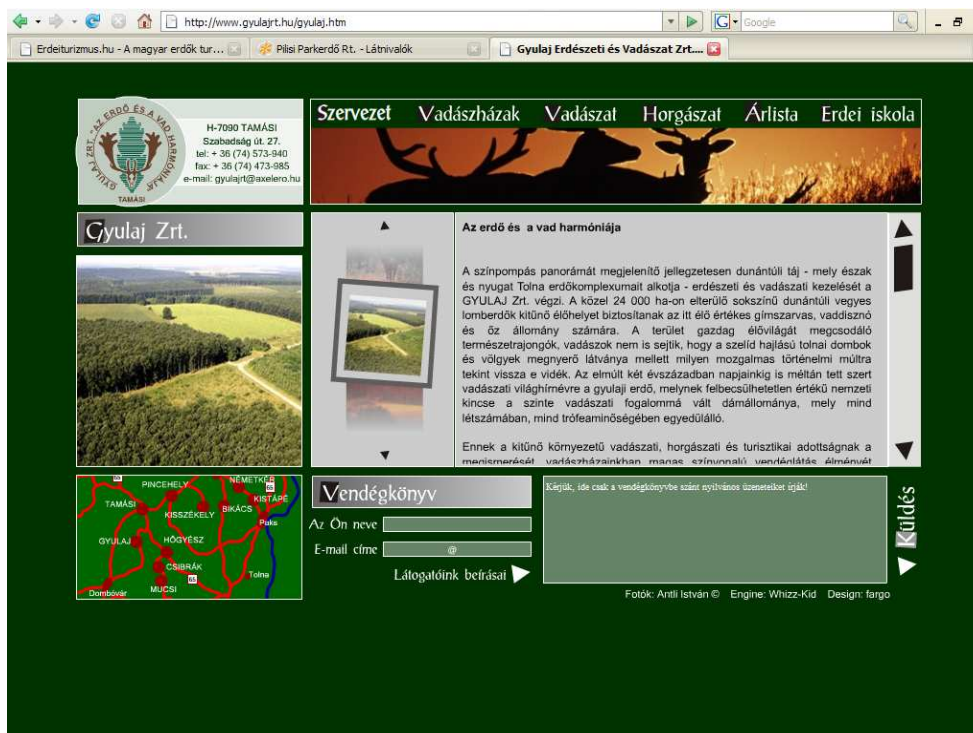
9. ábra: Statikus honlap

Dinamikus honlap: Az oldal információi folyamatosan újulnak, pl. hírportálok, naprakész üzenetekkel, információkkal rendelkeznek (10. ábra).



10. ábra: Dinamikus honlap

Interaktív honlap: Az oldal egyszerű, gyors interaktív kapcsolat lehetőségét kínálja (11. ábra).



11. ábra: Interaktív honlap

5.4.2 A honlapok értékelésének szempontjai

Főlap:

- 1) Első benyomás (esztétikuma, vizuális megjelenése, esetleges animációk, Flash-ek).
- 2) Alkalmos-e az oldal a látogatók „széleskörű” megnyerésére, készítve a további lapok megtekintésére?
- 3) A főoldalon elhelyezett információk, képek üzenetértéke.
- 4) A weboldal megjelenésének gyorsasága.

További weboldalak:

- 1) A weboldalak szerkezete, átláthatósága, kezelhetősége,
- 2) A weboldalak arculata, esztétikuma,
- 3) Az oldalon elhelyezett információk strukturáltsága,
- 4) A weboldalak üzenet tartalma, az üzenetek közvetítésének mikéntje,
- 5) A weboldal képeinek, ábráinak értelmezhetősége, minősége,
- 6) A weboldalak kategóriája (statikus, dinamikus, interaktív),
- 7) A weboldalak aktualitása,
- 8) A weboldal látogatottságának regisztrálása, nagyságrendje,
- 9) A weboldal képes-e „visszahívni” a látogatót?

A kiértékelésnél 1-10 skálán osztályoztam minden egyes *értékelési* szempontot, majd ezekből vontam le következtetést az adott honlap pr-értékét tekintve. A leggyakoribb hibákat, hiányosságokat külön is kiemeltem. A honlapokat 2007.03.05. - 2007.03.20. közötti időben elemeztem. Azóta egy vizsgált honlap újult meg. A teljes elemzés részletes anyaga a 6. mellékletben található.

5.4.3 A vizsgálat eredményei

Főlap kiértékelése

1) Első benyomás (esztétikuma, vizuális megjelenése, animációk, flash-ek).

(Átlagérték: 7,7 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	2	3	3	4	8	8	1

3. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása I.

A főoldal megjelenése alakítja ki a látogató első véleményét, kelti fel érdeklődését. A pr-szempontról értékes honlap az, amely szépsége, különlegessége folytán megragadja a látogatót és a további információk megtekintésére ösztönzi.

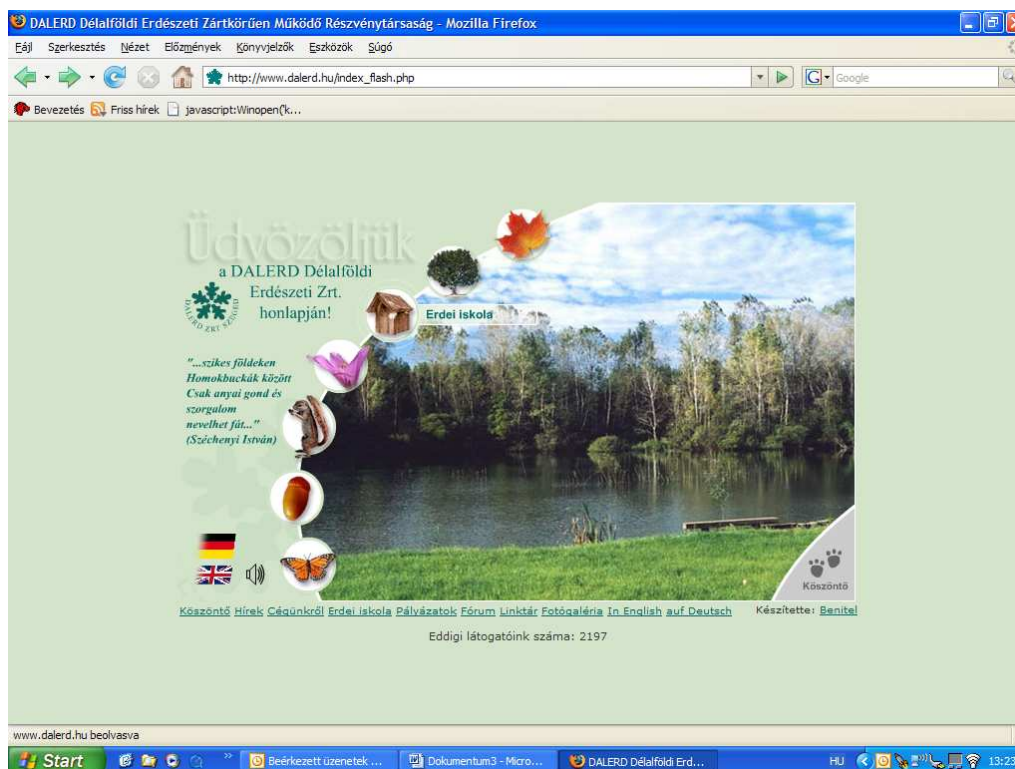
A vizsgált honlapok mindegyike különbözik felépítésében, megjelenésében, de három csoportba sorolhatók a főlap elkészítését illetően:

1. **A főlapon minimális információ található**, egy jellemzően kiválasztott kép, vagy animáció mutatja be az adott társaságot. (6 honlap)

„Kedvcsináló honlap”: A vizuális megjelenés mellé hangot is csatoltak, jellemzően az erdő hangjait (2 honlap). (12. ábra).

Tekintve, hogy a külföldi példák, illetve a hazai tapasztalatok szerint a leghatékonyabb erdészeti kommunikáció úgy valósítható meg, ha érzelmi kötődést alakítunk ki a célszemélyekben, az ilyen típusú honlap pr-szempontról a követendő példa. A főlapon elhelyezett vers, versrészlet, ízléses, esztétikus képi megjelenés a látogatók megnyerésének záloga.

A vizsgált honlapok mindegyike az értékelési szempont szerint kitűnő. Az egyik „hangos” oldal esetében szerencsés lenne más zene választása, amely „természetközeli” élményt nyújthat.



12. ábra: Példa a „kedvcsináló” látványos kezdőoldalra

- 2. A főoldalon azonnali információ átadás jelenik meg.** Statikus honlap, az információk a cégszövegeket, gazdálkodási adatokat tartalmazzák, köszöntő formájában vagy a fő tevékenység azonnali bemutatásával (12 honlap).

Közönségkapcsolat szempontjából a legkisebb hatékonyságú. A szöveges információt nehéz esztétikusan, különlegesen elhelyezni, a hasábok megtörik a főoldal egységét.

A leggyakrabban előforduló hibák: Néhány helyen a túl sok információ átadására való törekvés teljesen átláthatatlanná tette az oldalt (A látogató elmenekül...). Több helyen fordul elő, hogy a szöveg elhelyezése, a szövegdozsa felületének stílusa erősen eltér a keret arculatától, így a lap „szétesik”.

- 3. A főoldalt hírfelületként használják.** Dinamikus oldal (8 honlap). A hírek lehetnek egy vagy több hasábos elhelyezésűek, esetleg futó címsorosak.

Ezek az aktív-interaktív dinamikus oldalak a modern e-pr eszközei lehetnek. Folyamatosan aktuális információkkal, hírekkel, tudósításokkal vonzzák a látogatókat.

A leggyakrabban előforduló hibák: Esztétika, megjelenés szempontjából fontos, hogy az egyes blokkok, vizuálisan is jól elkülönüljenek egymástól. Ez több honlapon nem így van, a közölt információk nehezen átláthatók, osztályozhatók.

Összességében megállapítható, hogy az erdőgazdálkodási honlapok főoldalának esztétikumán, szerkezetén van mit javítani. A jó nyitó oldal pr-érték szempontjából kiemelten fontos.

- 2) Alkalmos-e az oldal a látogatók „széleskörű” megnyerésére, készítve a további lapok megtekintésére? (Átlagérték: 7,9 pont)**

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db	0	2	6	5	6	9	1

4. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása II.

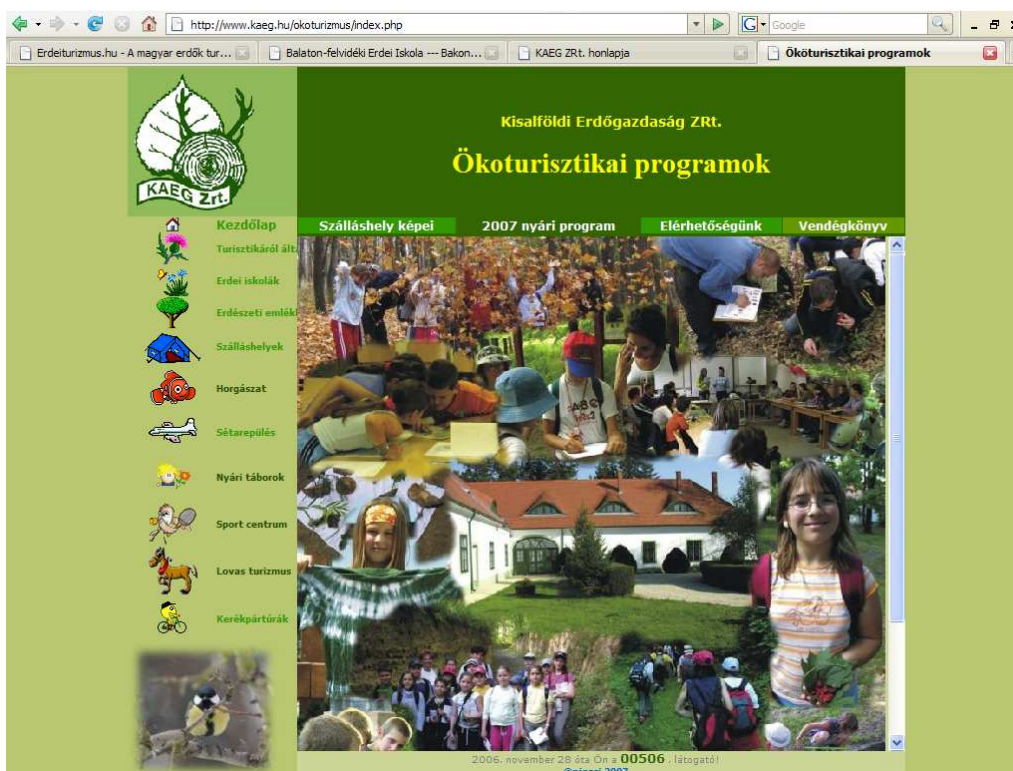
Itt azokat az elemeket vizsgáltam, amelyek arra készítik a látogatókat, hogy továbblépjenek, és a honlap többi részével is megismerkedjenek, elérve a nekik szánt információt.

A látogatók megnyerésének két fő eleme van:

A főlap olyan megjelenése, amely animációkkal, egyéni megjelenítési megoldásokkal vonzza a látogatót a továbblépésre.

A főlap információi között olyan érdekes töredék információk elhelyezése, ami kíváncsiságot, érdeklődést kelt a látogatókban (13. ábra).

A vizsgált honlapok közül elsősorban a *dinamikus*, illetve a főoldal alapján az 1. csoportba tartozó honlapok alkalmasak a látogatók széles körű megnyerésére. A statikus erdészeti honlapoknál a főoldalon közölt információk, cégg adatok általában csak speciális réteget érintenek, így, ha nem konkrét információt keres valaki, akkor nagy valószínűséggel elveszíti érdeklődését.



13. ábra: Példa a látványos, érdeklődést felkeltő honlapra

3) A főoldalon elhelyezett információk, képek üzenetértéke. (Átlagérték: 6,6 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db	6	4	6	3	5	5	0

5. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása III.

Ebben a vizsgált témában több, tudatos tervezéssel elkerülhető pr-technikai hiányosságot tapasztaltam. A honlapok egy része (16 db) nem, vagy csak kevésbé mutatja be a cég valós erőnyeit, eredményeit, sőt, vannak olyan honlapok, amelyek pr-szemponjtjából negatív hatást fejthetnek ki.

Fontos, hogy a nyitóoldal is üzenet értékű legyen, mind képi megjelenésében és/vagy szövegében. Az erdőgazdaságok felének van kiválasztott szlogenje, amelyet a honlapon is megjelenítenek. Ezek az elsődleges üzenetek pl:

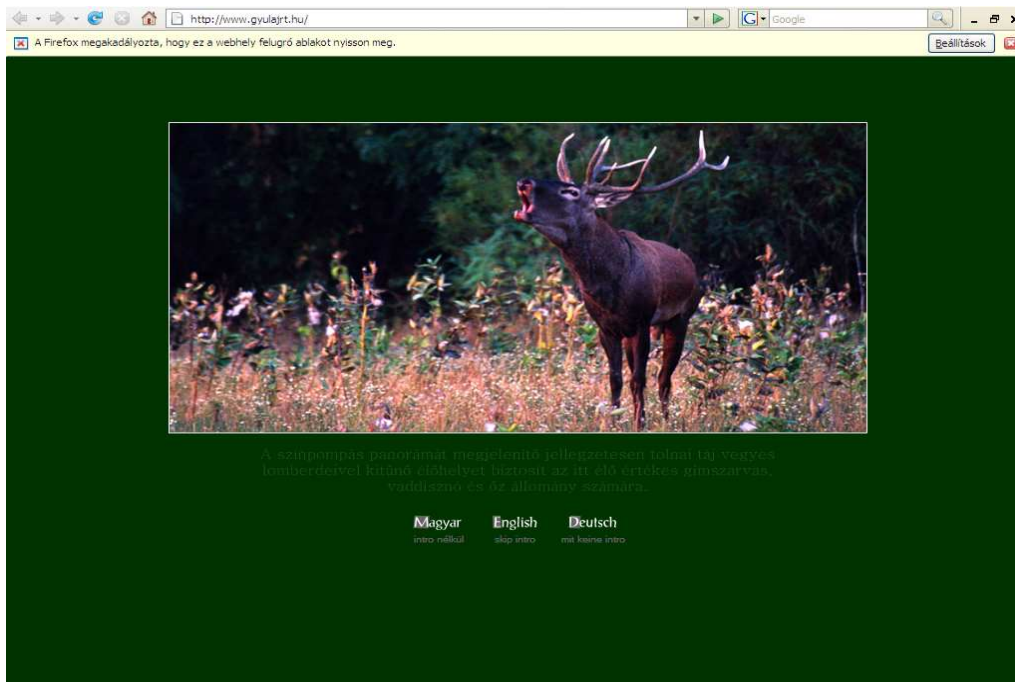
„Az erdő unokáink öröksége”; „... a természet szolgálatában”; „Az erdő és a vad harmóniája”; „A főváros és környékének zöld tüdeje - Parkerdő az emberért”

„Oktatással a Természet oldalán”; „Erdők jó kezekben”; „...természetes úton”

„A természet bizalmát őrizzük”; „... a környezetbarát Rt.”; „Erdőben otthon vagyunk”

A szlogenek kiválóak, ám alkalmazásuk során rendkívül ügyelni kell, hogy hitelesek legyenek, illetve a szlogenhez illő weblaptartalmat alakítsunk ki. Például az erdő mint zöld tüdő szakmailag helytelen hasonlat szlogenné tétele jól hangzó, ámde szakmai kompetenciát megkérdőjelező reklámfogás, amitől tartózkodni kellene. Több helyen előfordul, hogy a képi megjelenés, az oldal tartalma nem tükrözi a szlogen által sugallt eszmeiséget. Ezzel a látogatóban zavart kelthet, a bizalom építésének folyamata lelassulhat.

A „kedvcsináló” kategóriába sorolt honlapokon általában nagyszerűen oldották meg az üzenet megjelenítését. Esztétikus természetfotók elhelyezésével, esetleg azok vetítésével a látogatókat bevezetik az adott tájegység természeti értékeibe. Megjelenik az erdő sokszínűsége, összetettsége is.



14. ábra: Animált honlap

Néhány főoldal (5 db) kiváló animációja önmagában is pozitív pr-elem. A statikus honlapoknál a megjelenő céginformációk nagyobb terjedelmű szövege nem alkalmas első, célirányos üzenet eljuttatására, így akik nem olvassák végig a teljes oldalt, illetve a beköszöntőt, azokhoz a pr-üzenet nem jut el. Közönségkapcsolati oldalról nagyon negatívan hat, ha a főlapon az erdőgazdálkodást érő támadások fő elemét, a fakitermelést jelenítik meg az erdőfelújítás, újraültetés, tartamosság üzenete nélkül.



15. ábra: Negatív megítélést kiváltható honlap

Az erdőgazdálkodás fő feladata a társadalom fa iránti igényének kielégítése, de kommunikáció szempontjából hangsúlyosnak kell lennie, hogy ezt a faanyag igényt az erdők szakszerű kezelésével, a tartamos erdőgazdálkodással elégítjük ki, emellett jelentős közjóléti szerepet is vállalva.

A dinamikus honlapok az aktuális hírekre, információkra épültek. A látogatók több téma közül választhatnak, az oldalak általában interaktívak is. Jó példa a webes szavazás, véleménykérés, vendégkönyv nyitóoldalon való elhelyezése, hiszen így alakítjuk ki azt a képet, hogy az olvasó hozzájárulhat a cég, az erdő életéhez, személyesen is bevonva érezheti magát, ami érzelmi kötődést eredményez. A dinamikus honlapok alapvető kritériuma a gyakori frissítés. Már itt kiemelem, hogy vannak olyan dinamikus szerkesztésű erdőgazdálkodási weboldalak, amelyeket több mint egy éve nem frissítettek. Ez rendkívül károsan hat a cég megítélésére, a bizalom kiépítésére.

A másik fontos kritériuma a dinamikus honlapok főlapjának, a hírek, hírcsoportok jó megválasztása. Az a weblap, ami kizárólag vadászati híreket, még inkább hirdetéseket tartalmaz, meghatározza a cégről alkotott első benyomást, mégpedig a vadászati tevékenységen keresztül, mellőzve az erdőgazdálkodás többi elemét. A másik probléma, hogy a főoldali információk túlságosan szakmaiak és szinte kizárólag a cég dolgozói számára érdekesek. Ez fontos a belső-pr tekintetében, de így a honlap elveszti a széles laikus rétegeket, akik nem értik a szakmai kifejezéseket, vagy nem ismerik a cég belső életét.

4) A weboldal megjelenésének gyorsasága: (Átlagérték: 8,2 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db	0	0	3	4	17	2	3

6. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása IV.

A nagyfelbontású képekkel, animációkkal megjelenített oldalak letöltése lassú lehet, emiatt a látogatók egy része más honlapra vált, esetleg negatív benyomással. A letöltéseket ADSL modemmel, 512Kb/sec. sebességgel vizsgáltam. Az erdőgazdálkodási honlapoknál a megjelenés gyorsasága összességében jó. Ahol nagyobb mennyiségű információ jelenik meg, ott kiválóan megoldották, hogy a látogató a várakozás idején is láthatja a letöltés állapotát, esetleg egy kisebb kép betöltésével nem „ürül” ki a honlap a letöltés alatt.

Néhány honlapon előfordul, hogy az információk, képek nem megfelelő logikai sorrendben jelennek meg, ezzel kockáztatva azt, hogy a látogató tovább lép a honlap által felkínált menübe, mielőtt a főlap által közölni kívánt információk teljességét megnézné.

A további weboldalak értékelése

1) A weboldalak szerkezete, átláthatósága, kezelhetősége. (Átlagérték: 7,5 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db	1	2	6	4	12	4	0

7. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása V.

A főlapon, illetve az azt követő lapon találjuk a menüsört, ami az oldalak részletes megjelenítéséhez vezet. E témában azt vizsgáltam, hogy a menük, legördülő listák mennyire egyértelműek, átláthatóak, a laikus látogatók milyen könnyen igazodnak el bennük. A lapok megjelenésükben egyszerűen olvashatók, felépítésük logikus-e.

A „látogatóbarát” weboldal szerkezete könnyen kezelhető, egy-egy menüsorban egységes kategóriákat tartalmaz, átlátható, jól olvasható szöveggel. Amennyiben a szöveg nem fér el a képernyőn, a továbbgördítés, lapozás egyszerű, nem töri meg az oldalt.

Az átláthatóság szempontjából különösen érvényes a „kevesebb több lenne” szólás. Több honlap az oldalt telezsúfolja információval, sokszor a menüpontok közé átfedést téve, így ha valaki konkrét témában keres, nehéz rátalálni a megfelelő oldalra. A túlsúfolt honlap magával hozza a kezelhetőség romlását is. Kis hely marad az aktív szövegdozoknak, így a megjelenített információkat csak több darabban lehet olvasni, néha csak körülményes továbbléptető gomb közbeiktatásával. Egyes honlapoknál nem követhető, hogy a „felhasználó hol jár”, a szövegek közötti hivatkozások „dobják” a következő lapra, vagy sokszor az aktuális lap további részeire. Ez szintén zavarólag hat az információk hatékony célba juttatására, azok hasznosulására.

2) A weboldalak arculata, esztétikuma. (Átlagérték: 7,4 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db	0	4	6	5	10	3	1

8. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása VI.

A weboldalak megjelenésével esztétikai szempontból kevés probléma jelentkezik. Az esztétikum megítélése szubjektív. Az értékelési szempontok között helyet kapott, mert fontos viszont, hogy egy-egy honlap tartalmában, formájában egységes arculatot tükrözzön, használja – és jól használja – a digitális technika adta lehetőségeket a látogatók megnyerésére.

A fő javítanivaló ezen a téren véleményem szerint a sablonosságból való kilépés. Az egységes arculat jó néhány honlapon a sablonok túlzott alkalmazásával járt együtt. A lapok közötti váltásnál zavarólag, majd unalmasnak hat, ha a képek és a szöveg ugyanabban a sematikus elrendezésben jelenik meg. Szerencsére ebben a kategóriában számos pozitív példa is található. A fejlécben, az oldalsávon folyamatosan változó képek, jelenetek érdekessé teszik az oldalt. Ezt az eljárást is el lehet azonban túlozni, a mellékinformációk, képek elnyomják a honlap fő tartalmát, így az azon közölt információk kevésbé érvényesülnek.

3) A weboldalakon elhelyezett információk strukturáltsága. (Átlagérték: 6,6 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	1	8	7	2	8	3	0

9. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása VII.

A honlapokon óriási mennyiségű információ jeleníthető meg. Az információk fellelhetőségét a megfelelő strukturáltság biztosítja. A jól strukturált honlapon az információk tematikus, és/vagy időrendi csoportokba rendezettek. A látogatók, akik meghatározott információkat keresnek, egy jó struktúrával szerkesztett honlapon gyorsan néhány lépésben célhoz érhetnek. Következetlen struktúra, helytelen tagolás esetén az információkat nehéz megtalálni, a látogató több „zsákutcába” kerül és fennáll a veszélye, hogy bosszúsán lemond a honlapon elhelyezett információkról.

4) A weboldalak üzenet tartalma, az üzenetek közvetítésének mikéntje.

(Átlagérték: 6,2 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Db	3	12	5	3	3	3	0

10. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása VIII.

Közönségkapcsolati szempontból a legfontosabb elem. Sajnos, ki kell jelenteni, hogy az erdőgazdálkodási e-pr ebben a leglényegesebb kérdéskörben hordozza a legnagyobb hiányosságokat.

Hiányosságok:

A weboldalak többsége pr-szemponjtjából nemhogy még csak nem is semleges, hanem egyenesen negatív üzenetet hordozó. A pozitív, hatékony, üzenet értékkel bíró információk nem kapják meg a kellő kiemelést, megkülönböztetést, vagy pedig az üzenet közvetítésének módja, nyelvezete nem megfelelő (általában túl szakmai). A vizsgált honlapoknál alapvetően az alábbi problémákat tártam fel:

- A közérdekű honlaprészek, hivatkozások egy része üres, vagy nem elérhető.
Több weboldalnál a menüpontból a közjóléti, turisztikai részre mutatva azt tapasztaljuk, hogy a weboldal nem található, vagy teljesen üres, esetleg nem igazán odavaló, „töltelék” információkat tartalmaz. Előfordul természetesen, hogy a weblap frissítés alatt áll, ilyenkor azonban célszerű jelezni azt. Sajnos a vizsgált honlapok egy részénél (3 db) több éve nincs feltöltve az oldal. Az információt kereső látogató azzal a képzetel távozhat, hogy az adott cégnél nincs ilyen jellegű tevékenység, vagy ami még rosszabb, olyan színvonalú, mint a róla szóló üres, félig üres weblap.
- A cégbemutatók, leírások aránytalanok, a kommunikáció szempontjából negatívan emelnek ki tevékenységeket, adatokat.

A weblapok nagy részénél részletes bemutatót találunk a cég fakitermeléséről, kereskedelméről, vadászatáról, konkrét termelési adatokkal. Nagyon kevés helyen egyáltalán nem szerepel, vagy csak szövegekői említésben, de többnyire az erdőgazdálkodási kommunikáció kiemelt üzenetének a tartamosságának a részletes bemutatása, kifejtése. A legtöbb honlap tartalmazza, hogy a cég tartamos erdőgazdálkodást folytat, ám ezt nem magyarázza. A laikusok nagy része nem tudja, mit jelent a tartamos erdőgazdálkodás. Az elemzett honlapok elenyésző része hangsúlyozza közérthető módon, hogy minden egyes kivágott erdőterület helyén 100%-ban új erdőt ültetünk. Szintén nem jelenik meg közérthetően az az áldozatos munka, ami az erdőápolást jellemzi. A laikusok számára az ilyen hiányosságokkal bíró honlap a csak „aratni akaró”, erdőt kirabló erdőgazdálkodást sugallja, ami ellen szakmánk több mint egy évszázada küzd.

Hasonló hiányosságokat tapasztalni vadgazdálkodási oldalak tartalmát vizsgálva. Szakmai köröknek beszédes kilövési tervszámok, trófeaadatok, nem pótolják a vadgazdálkodás vadvédelmi, természeti egyensúly érdekében végzett tevékenységének kiemelését, bemutatását.

- Az üzenetek közvetítésénél már a menüsor összeállításában is hiányosságok tapasztalhatók. Több weblapnál vadgazdálkodás helyett vadászat, erdőgazdálkodás helyett fatermesztés menüpontot találunk. A beltartalom hiába tartalmazza, hogy a vadászatban mennyi védelmi, ápolási feladatot lát el az adott cég, a menüpont üzenetét nehéz megváltoztatni.

Vannak azonban pozitív példák is. Erdészeti pr-szempontról is követendő az egyik gazdálkodói honlap, amely az erdőgazdasági tevékenységet a gondozni, védeni és gazdálkodni logikai sorral vezeti be.



16. ábra: Pozitív kommunikációs hatású honlap

Az erdőhasználati bemutatásnál is a hangsúlyt a tájegység erdeinek sajátosságaira helyezi a gazdálkodási adatok ismertetése helyett.

5) A weboldal képeinek, ábráinak értelmezhetősége, minősége: (Átlagérték: 6,7 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	2	4	11	4	6	2	0

11. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása IX.

A weblapok képeinek megjelenítésének korlátot szab a terjedelem. Minél több képet, minél jobb minőséget választunk, annál lassabban töltődik be a honlap. Fontos, hogy a képek beszédesek legyenek, kis méretben is látni lehessen tartalmukat. A vizsgált honlapoknál ez utóbbival sokszor van probléma. A kiválasztott képek kis méretben nem láthatók jól, sokszor a honlap a nagyítást nem teszi lehetővé. A közjóléti tevékenységeket bemutató oldalaknál gyakran a képek csak a parkerdei berendezéseket ábrázolják. Kommunikáció szempontjából fontos lenne, hogy a fotókon emberek is látszódnak, ezzel válik személyessé az adott kép.

Az ábrák, a grafikonok és diagrammok az átfogó információk, a trendek bemutatásának fontos elemei. Itt is gondot jelent a honlapok némelyikénél, hogy a kis méret miatt az ábrák nehezen láthatók. A feliratok, számok összeecsúsznak, vagy nagyon közel kerülnek egymáshoz.

A térképek megjelenítésénél a honlap készítői sokszor nem ügyeltek arra, hogy az adott térképi tartalom egyértelműen kitűnjön, könnyen azonosítható legyen. Többször (6 db) találkozunk vázrajzszerű, elnagyolt bemutatásokkal, ami indokolható lenne, ha erre a felületre kattintva teljes nagyságában és jobb felbontásban kapnánk a képet.

6) A weboldalak kategóriája (statikus, dinamikus, interaktív), ezek arányai.

(Átlagérték: 6,6 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	6	6	4	2	8	3	0

12. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása X.

Ebben a fejezetben vizsgáltam egységenként a honlapokat az e-pr szempontjából. A hatékony kommunikációs weblapoknak tartalmazniuk kell dinamikus, statikus, aktív és interaktív részeket. A statikus honlapok alkotják természetesen a weblapok nagyobbik részét, ám a többi kategória nélkül a honlap nem pr-eszköz, csupán digitális adattárnak tekinthető.

A vizsgált honlapok mindegyike rendelkezik a kapcsolat lehetőségét felkínáló linkkel, ez azonban korántsem elegendő. Néhány (8 db) weblap tartalmaz vendégkönyvet, ami csak

egyoldalú információ közlést tesz lehetővé a látogató számára. Ezen vendégkönyvek bejegyzéseinek csekély száma is mutatja, hogy ez nem a legnépszerűbb és leghatékonyabb kommunikációs elem. A honlapok kis hányada (3 db) üzemeltet fórumot, ami az interaktív, dinamikus kapcsolat legmegfelelőbb formája. Ebben az esetben a honlap üzemeltetőjének folyamatosan párbeszédben kell állnia a fórum résztvevőivel, ekkor a digitális közönségkapcsolat magas fokú.

A public relations, így az e-pr kiemelt eleme is, hogy a felek közösen alakítsák egymás tevékenységét, folyamatos kölcsönhatásban legyenek. Ennek az egymásra hatásnak kiváló eszköze a digitális kérdőív, szavazólista, amelyet csak egyetlenegy erdészeti portál esetében találtam.

7) A weboldalak aktualitása. (Átlagérték: 7 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	3	5	4	6	6	5	0

13. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása XI.

Nincs általánosítható szabály, hogy a honlapokat milyen gyakran kell frissíteni. A statikus lapokat akár éveken át változatlanul lehet hagyni, míg a dinamikus lapok egy-két héten belül elévülhetnek. Leggyakrabban az aktív, dinamikus honlapokat kell frissíteni, azoknak általában követelmény a „naprakészség”. Az erdőgazdálkodási honlapok aktualitását vizsgálva mind pozitív, mind elrettentő példát találhatunk. Ma már alapfokú felhasználói ismerettel is lehet a weblapot frissíteni. A fő gond véleményem szerint az, hogy az erdészeti intézmények nehezen formálják hírré, hírértékű üzenetté az aktuális információkat.

Egy dinamikus honlapot évenkénti frissítéssel nem szabad üzemeltetni. A fórumot, vagy a hírportált szintén nem szabad hosszú időn keresztül „magára hagyni”, ahogy azt egy-két portálnál tapasztaltam.

Másik jellemző probléma, hogy a honlapon olyan mennyiségű információt helyeznek el gyakori frissítéssel, hogy az aktuális hír, üzenet csak rövid ideig látható a weblapon. Ez abban az esetben hátrányos, ha a honlap az archiválást nem témacsoportonként oldja meg, hanem az archivált elemeket egy mappában jeleníti meg.

8) A weboldal látogatottságának regisztrálása, nagyságrendje. (Átlagérték: 5,3 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	15	8	0	2	3	0	1

14. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása XII.

A vizsgált weblapok közül összesen hat él annak a lehetőségével, hogy visszajelzést kapjon és adjon a weboldala látogattságáról. Ez a regisztrálás jelzés értékű. A látogatónak jelzi a honlap használatát, a látogatók magas száma előrevetíti, hogy érdemes belépni a honlapra, és feltételezi a honlap jó minőségét is. Az üzemeltetőnek visszajelzés, hogy hány emberhez ért el az üzenete, hányan érdeklődnek cégük, tevékenységük iránt.

A látogatottság megjelenítési formájában is tapasztaltam hiányosságot. Van honlap, amely a pillanatnyi látogatottságot jelzi, amely információ bármilyen elemzés, vagy következtetés levonására alkalmatlan. Több honlap megjeleníti ugyan a látogatószámot, de nem rendeli hozzá azt, hogy ez a nagyságrend mekkora időtartamhoz tartozik.

9) A weboldal képes-e „visszahívni” a látogatókat. (Átlagérték: 7,1 pont)

Pontérték	4	5	6	7	8	9	10
Honlap /db/	5	6	0	3	8	6	1

15. táblázat: Honlapok pontértékeinek megoszlása XIII.

Ahhoz, hogy a látogatók újra és újra felkeressék a weblapot, az alábbi feltételek legalább egyikének teljesülnie kell:

- a honlap olyan statikus információkat tartalmaz, amire többször van szükség (pl. kisvasúti menetrend),
- olyan dinamikus információkat tartalmaz, amelyek közérdekűek, érdekesek. (hírportálok),
- olyan érdekes fórumot, internetes szavazást, játékot üzemeltet, amely vonzza a látogatókat,
- olyan szerkezeti elemeket tartalmaz, amelyekért a honlap önmagában is élményszerűvé, érdekessé válik (animációk, egyedi megjelenések, hangok).

A vizsgált honlapokon mindegyikre találunk jó példát. Van, ahol több tényezőt is sikerült beleszerkeszteni a portálba. A honlapok több, mint egyharmada (11 db) viszont kevésbé alkalmas arra, hogy a látogatót többször is visszavonzza, így a célba juttatandó pr-üzenetek nem hatékonyak.

Összességében megállapíthatjuk, hogy az erdészeti internetes portálok több szempontból is az e-pr lehetőségeinek csak kevés hányadát használják ki. Egyes weboldalak az erdészeti ágazat szempontjából hibás kommunikációs gyakorlatot követve a közönségkapcsolatban akár negatív hatást is kiválthatnak.

A weboldalak felépítése, tartalma, sokszor túlzott szakmaisága nem tükrözi közérthető módon az erdőgazdálkodás társadalmi szükségességét, a végzett munka összetettségét és eredményeit.

5.5. Az erdőgazdasági parkerdők mint a kommunikáció eszközei

5.5.1 A hazai parkerdők jellemzői

Magyarországon az elsődlegesen egészségügyi, turisztikai rendeltetésű erdők területe az Állami Erdészeti Szolgálat nyilvántartása szerint 2006-ban 20637 ha (www.aesz.hu). A felmérésben nem az elsődleges rendeltetés szerinti parkerdők területét kérdeztem meg, hanem azoknak az erdőknek a hozzávetőleges területét, amelyeket az erdőgazdaság parkerdőként kezel. Így az erdőgazdaságok a kb. 58200 ha erdőt jelenítettek meg parkerdőként. Ezeken kívül még megbecsülni is nehéz azon gazdasági rendeltetésű erdőrészek területét, ahol jelzett utak vezetnek, kilátók állnak, egy-egy létesítmény (erdei pihenőhelyek, tűzrakó stb.) található. A felmérésben közölt parkerdők területe közel háromszorosa az erdőgazdálkodási üzemtervekben szereplő parkerdőknek. Gyakorlatilag Magyarországon nincs olyan erdészet, amely által kezelt erdőkben legalább jelzett turistaút, erdei pihenő ne szolgálná a nagyközönséget.

A parkerdők berendezéseit a 2007-ben elkészült országos közjóléti leltár feldolgozásával mutatom be. A leltár megyénként és kezelőnként tartalmazza a parkerdei berendezések megnevezését, számát, eszközeit, állapotát.

A leltár az erdőgazdálkodók nyilvántartása és aktuális felmérése alapján készült. Ellenőrzésként néhány közjóléti objektumot felkerestem és összevettem a felmérés adataival. Több helyen találtam eltérést, amelynek egyik oka, hogy állami erdőterületen közjóléti erdőkben nem csak az erdő kezelője helyezett el parkerdei berendezéseket, hanem

természetjáró egyesületek, környezet és természetvédő szervezetek, önkormányzatok is hozzájárultak a parkerdő gazdagításához. Az eltérés másik oka, hogy sok helyen az adatokat a könyvelésben nyilvántartott objektumszámok alapján írták be, és így az ott összevontan szereplő, vagy nem nyilvántartott tételek kimaradtak. Így a felmérés a berendezések számában a minimum darabszámot jelzi. Összesítve az adatokat még így is jelentős nagyságrendű számokat kapunk. Országos szinten a parkerdei berendezések számát a 15. táblázat tartalmazza.

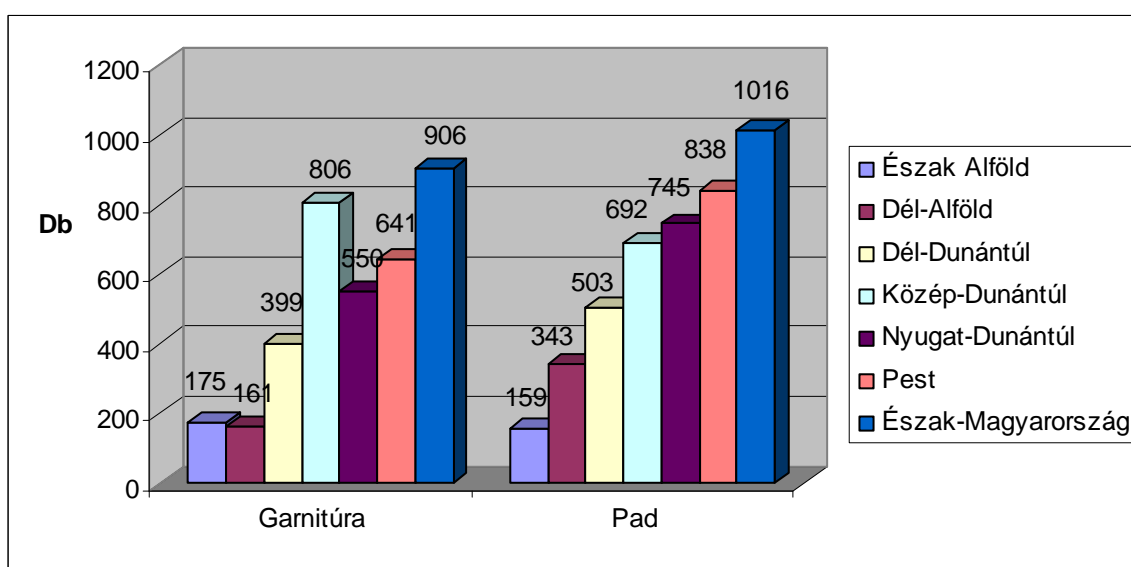
16. táblázat: A parkerdei berendezések száma országos szinten (db)

Garnitúra	Pad	Szemégyűjtő	Tűzrakóhely	TáblaA	TáblaB
3639	4259	3319	1161	954	2630

Jelmagyarázat: TáblaA – nagyméretű, átlagosan 180x90-100 cm felülettel rendelkező táblák
TáblaB – 90x90 cm-es vagy annál kisebb méretű táblák

A garnitúra két padból és egy asztalból áll, általában 6 személy részére. Legtöbbször csoportosan helyezik ki őket a pihenők, források mellett.

A padok nyilvántartásánál az erdei utak, pihenők menti, különálló bútorokat mérték fel. A leltár ellenőrzésekor ebben a kategóriában tapasztaltam az egyik legnagyobb eltérést. Jólal több pad található kint a helyszínen, mint ami a felmérésben szerepel. A leltár adatait alapul véve, a padok férőhelyeit átlagosan 3 fővel számolva, országos szinten több mint harmincezer férőhelyet jelent!



17. ábra: Padok és pihenőgarnitúrák eloszlása régióként

A szemétgyűjtők számát vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a többi berendezéshez képest viszonylag kevés. Az erdőgazdaságok között megosztott a vélemény az erdei kukák szükségességéről. Tény, hogy a parkerdő fenntartás egyik problémás eleme a hulladék kérdése. A parkerdei területeken elszórt szemét összegyűjtése nehezen megoldható, költséges feladat. Egyes vélemények szerint, a kihelyezett kukák arra ösztönzik az embereket, hogy szemetüket hagyják kint az erdőben a szemétgyűjtőben, illetve gyakran nagyobb mennyiségű kommunális hulladékot is kihordanak a „legálisnak” tekintett szemétkukák helyéhez. A kukák ürtése, a szemét elszállítása a parkerdő fenntartási költségeinek jelentős tétele. Az Országos Erdészeti Egyesület 2007-ben az Erdők Hete rendezvénysorozat keretében országos kampányt indított az erdei szemetelés ellen. A média bevonásán túl, több ezer matricát helyeztek el országszerte a parkerdőkben, amelyben felhívták a figyelmet az erdei szemét problémájára, arra ösztönözték az olvasót, hogy saját szemetét ne az erdőben hagyja, hanem otthon dobja el. A kezdeményezés nem új keletű, már az erdei turizmus kialakulása után hamarosan megjelentek az erdőjárás szabályai között (pl. „Csak a lábnyomodat hagyd az erdőben és csak az emlékeidet vidd magaddal”). A legjárhatóbb útnak az tűnik, ha a frekventált, nagy látogatottsággal bíró parkerdei részekben, megfelelő sűrűséggel ürített szemetest üzemeltet a fenntartó, a többi területen pedig kellő tájékoztatással felhívja a látogatók figyelmét, hogy a saját hulladékát magával kell vinnie.

A tűzrakóhelyek kérdésében sem egységes a szakmai megítélés. Sok helyen azért nem létesítenek kiépített tűzrakóhelyet, mert az ösztönzi a látogatókat a tűzgyújtásra, ami felelőtlen magatartás esetén komoly erdei tüzet okozhat, illetve már számosat okozott is. A túrázással a köztudatban összeforrt a tábortűz hangulata, a szalonnasütéses piknikek, így a tűzrakást megakadályozni nagyon nehéz. A turisták által okozott erdőtüzek megelőzésében nagy előrelépés, ha széleskörű informálással irányítják a látogatókat a jól kiépített, tűzpásztával ellátott biztonságos tűzrakóhelyekhez. Az erdőterület egyéb részein való tűzgyújtást tiltani kell, de úgy, hogy szemléletesen be kell mutatni, meg kell magyarázni a látogatóknak az elszabadult, magára hagyott tábortűz lehetséges következményeit.

TáblaA, TáblaB információs táblák. Az „A” jelű táblák nagyméretűek, átlagosan 180x90-100 cm felülettel rendelkeznek. Főként fogadó táblának, parkerdei főutak elején, tanösvények, erdei iskolák bemutatására használják. Sok információ elhelyezésére alkalmas, látványos parkerdei elem. A „B” jelű táblák 90x90 cm-es, vagy annál kisebb méretűek. Tanösvények, egyes objektumok bemutatására szolgáló információs felületek. A táblák nyilvántartása is hiányos, a terepen jóval több található, mint a kimutatásban. A kisméretű táblák átlagméretét

60x60 cm-nek számolva a nyilvántartás szerinti darabszám alapján országos szinten a parkerdőkben több mint 2500m² információs felület szolgálja az erdőlátogatók tájékoztatását.

5.5.2 Műszaki létesítmények

A parkerdők berendezései között jelentősebb műszaki létesítményeket is találunk.

A forrásfoglalások az egyszerű termésköves kiépítéstől az ülepítővel, szivárgóval, mellvéddel ellátott műtárgyig változatos műszaki építmények. A felmérésben a kiépítettség mértékére és minőségére nincs információnk.

A hidak szintén változatos kivitelezésűek. A nyilvántartásban egy kategóriába sorolták az egyszerű rúdfa ácsolatot az autós forgalmat is lehetővé tévő vasbeton építménnyel.

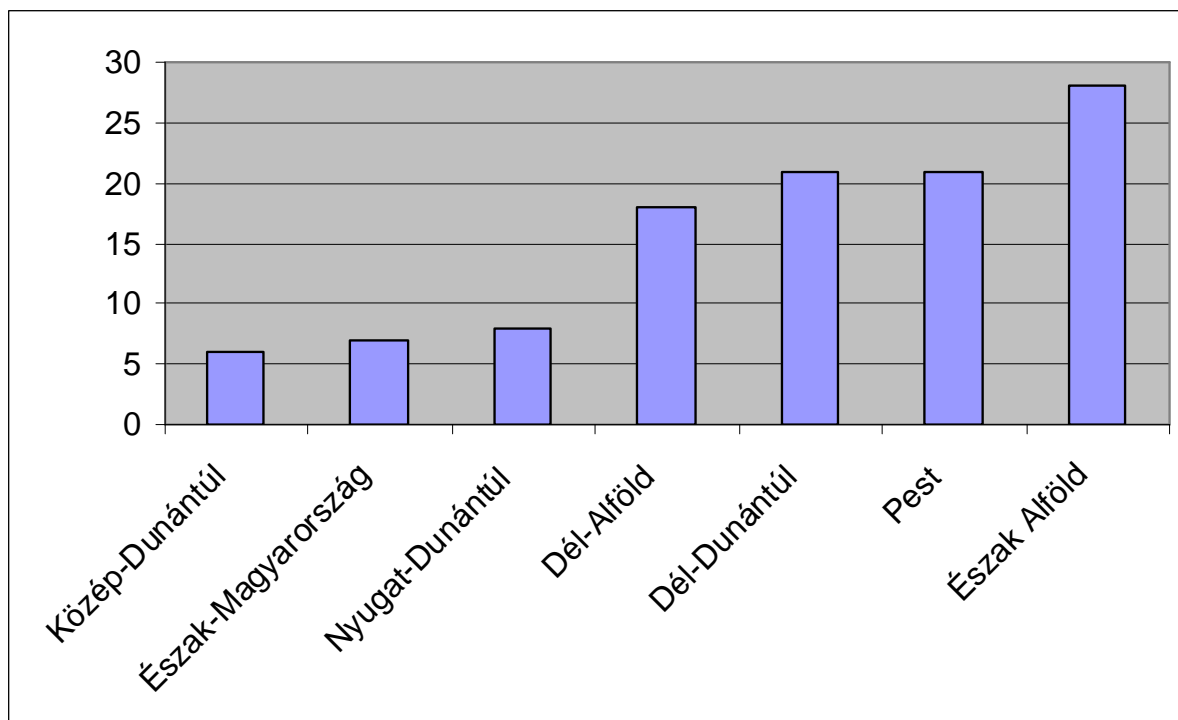
A kilátók a parkerdők közkedvelt objektumai. Kommunikációs lehetőségeit az erdőgazdaságok nem használják ki. A kilátók méreteiknél, elhelyezkedésüknél fogva kiválóan alkalmasak nagy mennyiségű információ elhelyezésére. Az általam felkeresett kilátók egyikén sem volt információ, még az építetőről, üzemeltetőről sem.

Az erdei emlékművek a legváltozatosabb témában készültek. Történelmi, szakmai, politikai, vallási vonatkozásuk is található köztük. A különböző műszaki létesítmények számát összesítve a 3. táblázat tartalmazza.

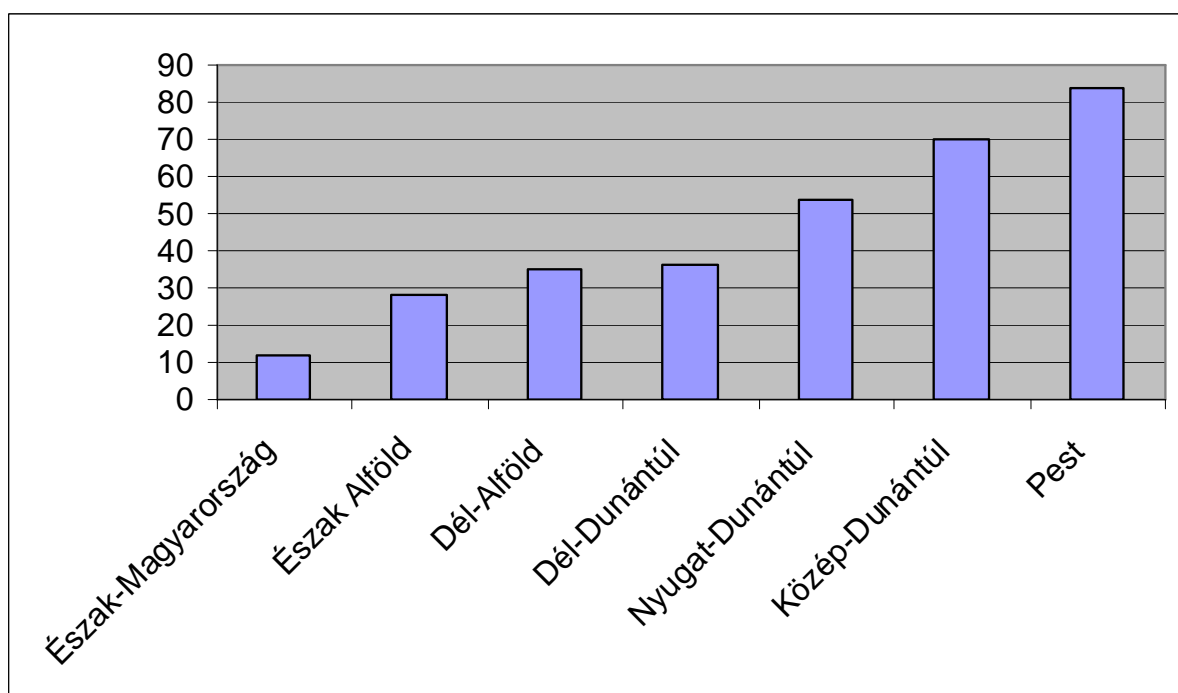
17. táblázat: A parkerdei műszaki létesítmények száma országos szinten (db)

Forrásfoglalás	Híd	Kilátó	Emlékmű	Tornaszer	Játszószér
452	1618	106	316	323	523

Az egyes megyékben, régiókban előforduló műszaki létesítmények száma erősen változó. A továbbiakban a parkerdei berendezések elemzését Magyarország régiói alapján végzem. Az erdei pihenők, kilátók és az erdei emlékművek régiónkénti eloszlását a 18-19. ábra szemlélteti.



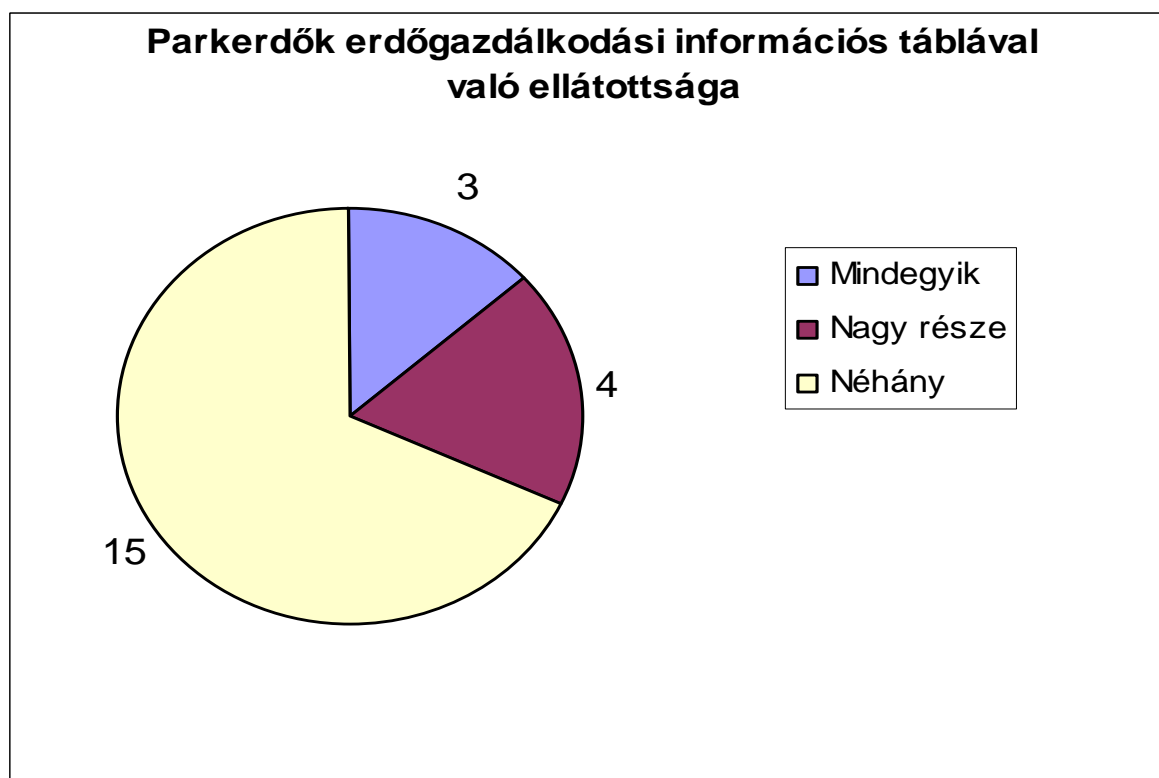
18. ábra: Kilátók eloszlása régióként



19. ábra: Erdői emlékművek eloszlása régióként

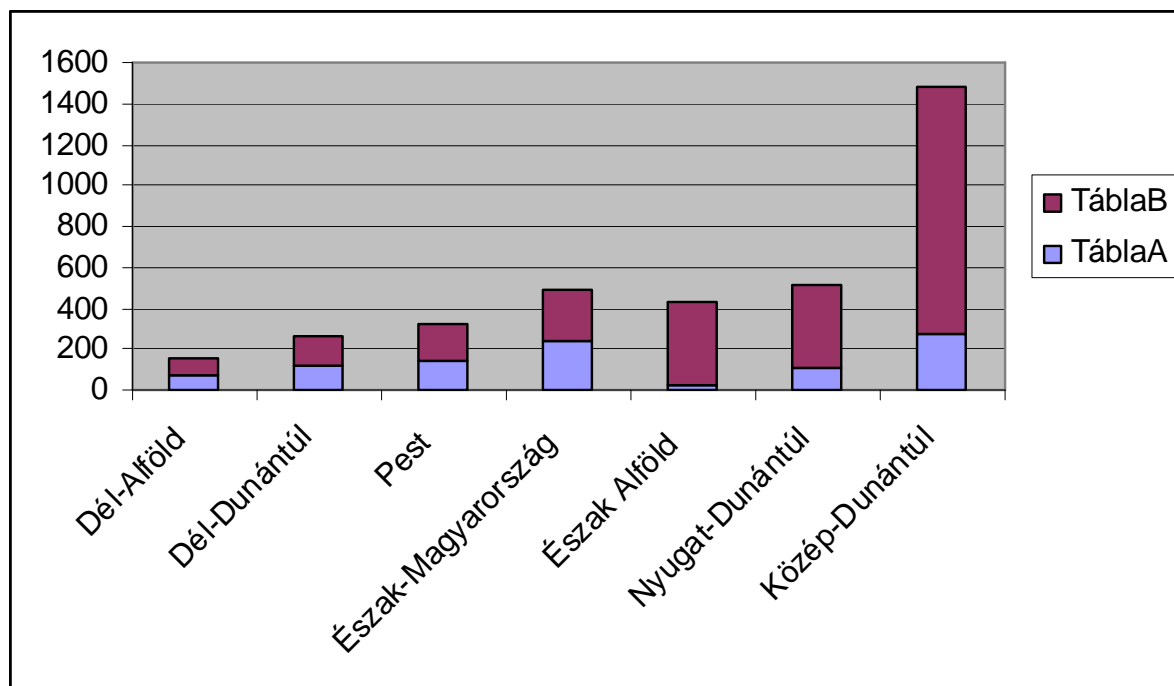
5.5.3 A parkerdők információs táblákkal való ellátottsága

A kérdés felmérése olyan információs táblák létre vonatkozott, ahol az erdőgazdálkodásról, az erdők kezelőjéről szóló információval találkozhatnak a látogatók. Három erdőgazdaság a kiemelt parkerdei területeinek mindegyikét ellátta ilyen jellegű táblával, ami követendő példája a parkerdőkön keresztüli kommunikációnak.



20. ábra: Az erdőgazdálkodásról, az erdő kezelőjéről szóló információs táblák a 22 állami erdőgazdasági társaság parkerdeiben

A leltár szerint az összes erdőgazdaságnál találhatunk erdészeti információkat tartalmazó fogadótáblát. Országos szinten 954 nagyméretű információs és 2630 kisebb tábla található. A felmérés ez irányú kérdésére mégis a leggyakoribb válasz a „néhány helyen található” kategóriát jelölte meg. Ez jelzi, hogy a táblák nagy száma ellenére csak kevés esetben jelenítik meg az erdőgazdálkodót mint az erdők kezelőjét, a parkerdő fenntartóját.



21. ábra: Parkerdei ismertető táblák eloszlása régióként

Jelmagyarázat: TáblaA – nagyméretű, átlagosan 180x90-100 cm felülettel rendelkező táblák
TáblaB – 90x90 cm-es vagy annál kisebb méretű táblák

Az ÁESZ megyei Igazgatóságoknál lévő állami erdőgazdálkodóknál nyilvántartott ismertető táblák eloszlását tekintve kiugró a Közép-Dunántúl ellátottsága. (21. ábra). Mind nagyméretű, mind a kis információs táblából a legtöbb itt található, köszönhetően a Veszprém megyei Igazgatóság támogatásának és a gazdálkodók fogékonyságának.

5.5.4 A parkerdőkben szervezett közösségkapcsolati programok

A médiát is bevonva négy erdőgazdaság rendszeresen szervez közösségkapcsolati programot, rendezvényt a parkerdejében. Nagyon jó kezdeményezések az évente megismétlődő fesztivál jellegű programok, amelyek kulturális és művészeti rendezvényeken keresztül szólítják meg a nagyközönséget. A saját szervezésű programokon az erdőgazdaságok közvetlen kommunikációt valósíthatnak meg a célcsoportokkal, közvetlen kontaktus, párbeszéd alakulhat ki a társadalom szereplőivel. Kiemelkedően jó példa a Mátrában évről évre nagyobb érdeklődés mellett szervezett „Muzsikál az erdő” című rendezvényt sorozat.



22. ábra: Parkerdei rendezvények a 22 erdőgazdaság parkerdeiben

Kilenc erdőgazdaság esetenkénti szervezéssel tart parkerdei társadalmi rendezvényeket, a többi erdőgazdaság fenntartja, kezeli parkerdeit, de nem szervez programot. Az eseti szervezésű programok általános tapasztalata, hogy általában a vártnál alacsonyabb a résztvevőszám, főleg azok jelennek meg, akik egyébként is kapcsolatban vannak az erdővel, erdőgazdálkodással. Így ezen rendezvények kevésbé hatékonyak az erdőgazdálkodás társadalmi bázisának növelésében. Azok az erdőgazdaságok, amelyek nem szerveznek programokat, önként mondanak le arról a lehetőségről, hogy házigazdaként megszólítsák, saját „birtokon belül” közvetlen, személyes hatást gyakoroljanak az emberekre.

5.5.5 A parkerdők üzemeltetésének anyagi háttere (költségek, források)

Az erdőgazdaságok a parkerdeik üzemeltetésére évente változó összeget fordítanak. Ez az összeg függ az adott év rendezvényeitől (pl. vándorgyűlés), a támogatási források nagyságától. A fenntartási költségeknél egy átlagszámot kértem az egyes válaszadóktól, ami az elmúlt három évet reprezentálja. Ugyanezt a módszert követtem a külső források %-os arányának megkérdezésénél.

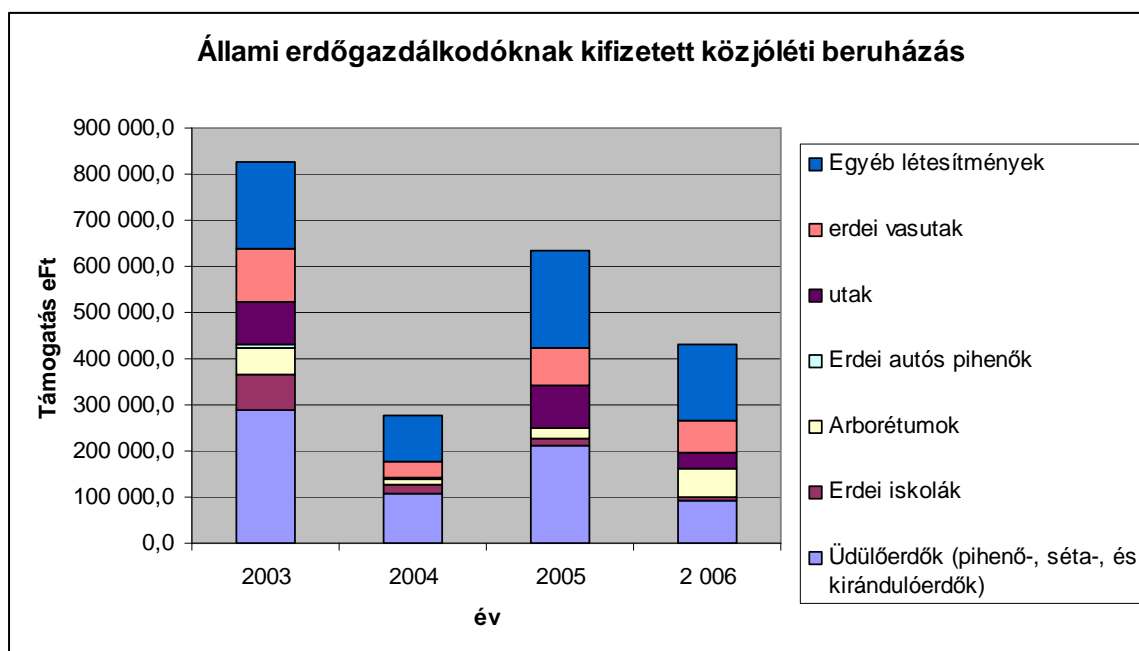
A felmérés szerint az erdőgazdálkodók 300-320 millió forintot költenek éves szinten a parkerdeik üzemeltetésére. Ez a pénzügyi nyilvántartásokban külön a parkerdei költségek között szereplő összeg. A tényleges ráfordítás biztosan nagyobb, mert sok erdőszetnél a kisebb munkák, pl. pihenőhelyek kaszálása, tűzrakóhelyek, tűzvédelmi pászta készítése stb. nem jelenik meg külön sorban. Az erdőgazdaságok a parkerdei ráfordításaikat saját bevallásaik szerint átlagban 75-80%-ban külső forrásból oldják meg.

A parkerdők üzemeltetésére központi költségvetési forrásból a K3 jelű támogatási keret érhető el, ami a legjelentősebb, sokszor egyedüli forrás az erdőgazdálkodók számára. Az elmúlt években a K3 forrás kerete 200-220 millió forint volt évente. A többi forrás saját bevételből, önkormányzatoktól, egyéb pályázatokból származik. Öt erdőgazdaság a parkerdő üzemeltetését 100%-ban külső forrásból látja el, szinte teljes egészében a K3-támogatásra hagyatkozva.

Az erdőgazdaságok részvénytársasági formája magában hordozza az eredményorientáltságot. A részvénytársaságoknak a tulajdonos ÁPV Rt. (MNV Zrt.) minden évben meghatározza az eredményelvárást, amelyet teljesíteni kell. Az erdőgazdaságok a közjóléti erdek üzemeltetéséből nem tudnak bevételt produkálni, így a gazdasági érdekük mindenképpen az, hogy a parkerdeik üzemeltetését kizárólag külső forrásból oldják meg. A központi költségvetési támogatás közel sem elegendő a nagyszámú parkerdei létesítmény fenntartásához. Több erdőgazdaság saját forrásból nem tudja kiegészíteni a kapott támogatást, így a parkerdei létesítmények állapota sok helyen leromlott. Ez pedig újabb kritikákat eredményezhet az erdőgazdálkodás felé. Több kezdeményezés született az erdőgazdasági részvénytársaságok közjóléti feladatvállalásainak megnyugtató finanszírozására, ezt azonban a mai napig nem sikerült megoldani.

A parkerdőkben végzett beruházások nagysága

A parkerdei beruházások mértékét 2003-2006 között vizsgáltam. Összegyűjtöttem az Állami Erdészeti Szolgálat területi Igazgatóságainak K22-közjóléti beruházások kifizetési adatait. A támogatások nagy része állami tulajdonú erdőgazdálkodókhoz került, de történtek kifizetések nonprofit szervezetek, magáncégek részére is. Ezekből csak az állami erdőgazdálkodó szervezeteknek juttatott támogatásokat elemeztem részletesen.

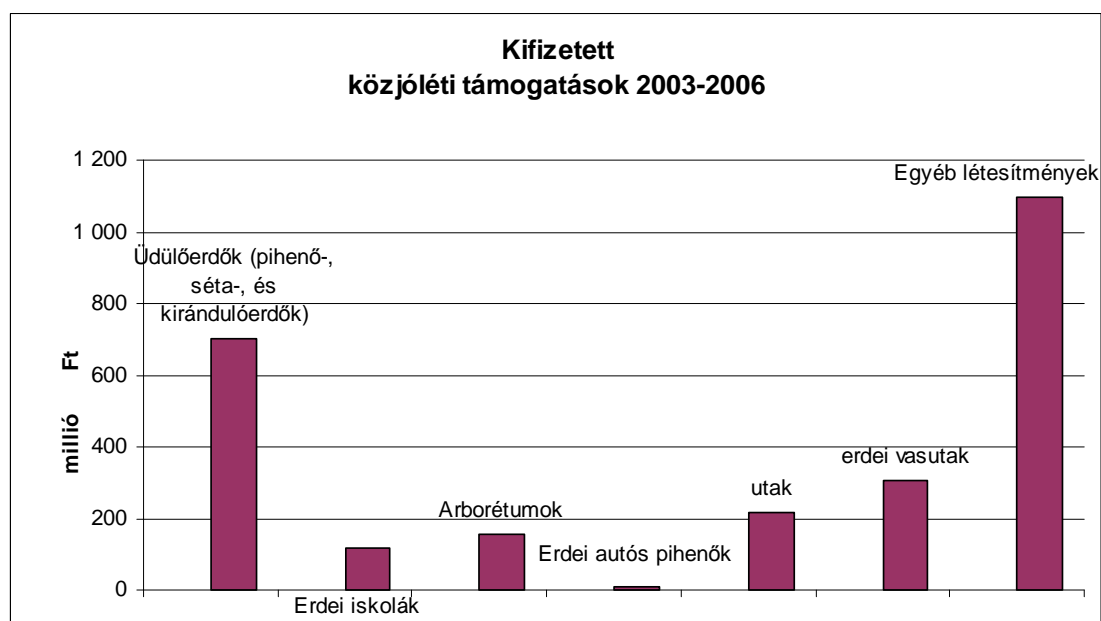


23. ábra: Közjóléti beruházások állami támogatása

Forrás: FVM 2007

A kifizetett támogatások mértéke évenként jelentősen változott, a mindenkori költségvetési tárgyalások sikerességének függvényében (23. ábra). A négy év alatt a támogatott állami erdőgazdálkodók 2,2 milliárd Ft kifizetésben részesültek! A támogatások egyes csoportokra fordított arányai nagyságrendileg azonosak.

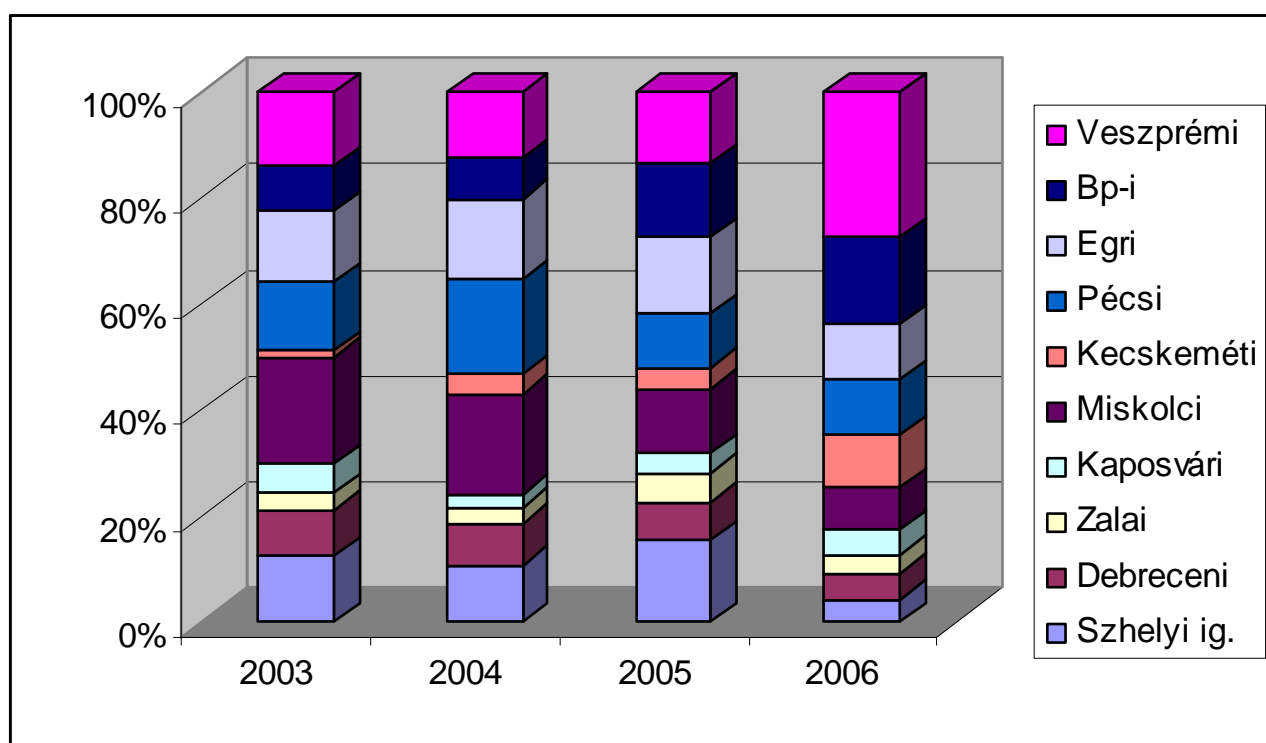
A támogatási célokban a klasszikus értelemben vett parkerdei objektumokon túl szerepelnek az erdei kisvasutak fejlesztési beruházásai és az erdészeti erdei iskolák és arborétumok bekerülési költségei is.



24. ábra: Közjóléti beruházások szerkezete (Forrás: FVM 2007)

A 24. ábra a vizsgált időszak összesített kifizetéseinek belső szerkezetét mutatja be. A kifizetések legnagyobb részét, mintegy 700 millió Ft-ot az üdülőerdők létesítményeire (padok, pihenők, asztalok, információs táblák stb.) fordítottak. A második helyen az egyéb létesítmények szerepelnek 663 millió Ft-os támogatással. Ebbe a kategóriába tartoznak a kilátók, erdészeti kiállítóhelyek, közjóléti szakmai kiadványok, (prospektusok, könyvek), illetve minden olyan beruházás, amelyet nem lehet a többi kategóriába besorolni. A közjóléti erdők „klasszikus” beruházásaira” (erdei pihenők, sétautak stb.) az összeg legfeljebb 20-25%-át fordították.

A következő diagram a támogatások Igazgatóságok közti arányait ábrázolja (25. ábra).



25. ábra: Támogatások igazgatóságokénti eloszlása

Forrás: FVM 2007

A támogatások elosztása jórészt területarányosan történik. Az egyes évek közötti különbség arra a gyakorlatra vezethető vissza, hogy az évenként más-más erdőgazdaság rendezésében megvalósuló erdészeti vándorgyűlés helyszínei kiemelt támogatást kapnak. Ez jó alkalom arra, hogy egy-egy térség közjóléti célú területei látványos elemekkel gyarapodjanak, komplex fejlesztések valósulhassanak meg. Ez az adott térségben hosszú évekre érezhető pozitív hatását a látogatottságban, illetve a kommunikációs munkában is

A vándorgyűléseken túl egyes térségek kiemelt fejlesztési koncepciónak támogatásai befolyásolják a kifizetések igazgatóságokénti arányait. Az évenkénti elosztások keretszámait az Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal Központjában határozzák meg. A támogatott projekteket a területi Igazgatóságok javaslatai alapján szintén a Központ választja ki.

5.5.6 A parkerdők látogatottságának regisztrálása

Az erdőgazdaságok a felmérés szerint általában nem tartják nyilván a parkerdei látogatottságukat. Ahol belépőjegyes kiállítás, szolgáltatás van, ott ebből lehet következtetni az éves összes látogatottságra. Egyes kiemelt helyeken, ahol az adott erdőgazdaság nagyobb hangsúlyt fektet a parkerdők társadalmi kommunikációjában való használatára, figyelik és becsülik a látogatók nagyságrendjét. Ez hét erdőgazdaságra jellemző.

A parkerdei látogatottságról a NYME Erdővagyon-gazdálkodási Intézet 2002-ben a Széchenyi Terv Erdő-Vad programjában felmérést készített. Az 1100 kérdőíves felmérés kiértékelése után az éves (országos) parkerdei látogatottság 172 millió alkalomnak mutatkozott. További érdekes eredménye az említett felmérésnek, hogy az összlátogatottság 54,2%-át a lakosság mindössze 5,2%-a teszi ki. (EVGI 2002.) Ők a rendszeres erdőjárók, akik a leggyakrabban szembesülnek az erdőgazdálkodás eredményeivel.

Az általam készített felmérésben a hét válaszadó cég becslése szerint az éves összes látogatószám 13-15 millió fő. Bármelyik adatot tekintjük, látszik, hogy olyan mértékű közönségkapcsolati lehetőségről van szó, amely hatékony, egész társadalmat érintő tudatformálási tevékenységet tehetne lehetővé.

5.5.7 A magyar parkerdők pr-érték kihasználtsága

A kiadványok, a honlapok és a felmérés kiértékelése során bebizonyosodott, hogy a parkerdők fontos közönségkapcsolati elemei az erdőgazdálkodásnak. Az értékelés több helyen tárt fel hiányosságokat, kiaknázatlan pr-lehetőségeket a parkerdőkkel kapcsolatban. Elsőként a parkerdők látogatottságában rejlő pr-potenciákat mutatom be.

A parkerdők éves látogatottságának becslését a kutatási adatokat, illetve részleges tényadatokat tekintve joggal feltételezhetjük, hogy elenyésző, vagy pedig egyáltalán nincs olyan társadalmi csoport, vagy réteg, amely legalább egy alkalommal egy évben ne fordulna meg valamely erdőgazdaság által kezelt parkerdőben. A kommunikáció szempontjából ez azt

jelenti, hogy a társadalom nagy része elérhető, megszólítható a parkerdőről szóló kiadványokkal, honlapokkal, a parkerdőben elhelyezett információs táblákkal. Számos csoport, akik gyakran keresik fel az erdeinket üdülés, sportolás céljából, eljut a parkerdőktől távolabbi gazdasági célokat szolgáló erdőrészletekbe, személyesen szembesülve az erdőgazdálkodás nyomaival, munkafolyamataival.

A parkerdők potenciális üzenet értékének kihasználása

A parkerdők tehát az erdészeti kommunikáció egyik legfontosabb csatornájaként funkcionálhatnak. Az elemzések azonban azt mutatják, hogy a bennük rejlő üzenet értékeit az erdőgazdálkodók kevéssé használják ki. A parkerdei fenntartási költségeket kivetítve a látogatási alkalmak számára, érdekes viszonyszám adódik: 300 millió Ft / 13-15 millió erdőlátogatási alkalom = 20-23 Ft/látogatási alkalom.

Ennyibe kerül az erdészeti ágazatnak, hogy egy alkalommal a parkerdei látogatóhoz pr-üzenetet juttasson el szakmánkról, az erdőről, az erdőgazdálkodásról. Ehhez természetesen előzetes beruházásként a parkerdők mindegyikét fel kellene szerelni kiválóan megszerkesztett, érthető szakmai üzenetet hordozó, információs fogadó táblákkal.

5.5.8 A parkerdők pr-értékének megítélése

Az utolsó kérdésben arról kértem véleményt, hogy az egyes cégek milyen fontosnak ítélik meg a parkerdőkön keresztüli közönségkapcsolat lehetőségét az ágazat szempontjából.

Az erdőgazdaságok több mint egyharmada (9 válaszadó) kiemelten fontosnak tartja a parkerdőt kommunikációs szempontból, további kilenc esetben pedig a „fontos” kategóriájú válasz érkezett. Ezek alapján kijelenthetjük, hogy a gazdálkodók többsége felismerte a parkerdő kommunikációs erejét.

Megnézve azonban az előző kérdésekre adott válaszokat, több ellentmondás is mutatkozik. Azon erdőgazdaságok közül, amelyek kiemelten fontosnak tartják a parkerdő szerepét, több cég csak néhány információs táblát helyezett ki erdeibe. Nem, vagy csak esetenként szerveznek parkerdei közönségprogramokat, nem regisztrálják a látogatottságot és jellemzően 100%-ban a külső források függvényében végzik a fejlesztéseket, üzemeltetést. Ez azt mutatja, hogy a gazdálkodók felismerték a parkerdőkben rejlő kommunikációs lehetőségek fontosságát, ám többen még nem jutottak el odáig, hogy valóban kihasználják ez irányú adottságaikat. Ez a tény is azt mutatja, hogy szükség van egy olyan erdőgazdálkodási public relations-szel foglalkozó szervezetre, amely segíti az egyes gazdálkodókat, hogy közjóléti tevékenységük pr-értékét a lehető leghatékonyabban ki tudják használni.

5.5.9 Következtetések, ajánlások

Az állami erdőgazdaságok évről-évre átlagosan több mint egymilliárd forintot fordítanak parkerdő fejlesztésre és fenntartásra. A fenti összeg nagy részét központi költségvetési támogatásokból szerzik. A támogatások elnyerésénél és a megvalósításnál nincs központi követelményrendszer arról, hogy a támogatás felhasználásánál, a megépített létesítményeknél milyen közönségtájékoztatási elveknek kell megfelelni. Sok helyen előfordul, hogy az erdőlátogató egy jól karbantartott, felszerelt parkerdei létesítményt használva nem tudja, hogy azt a helyi erdőgazdaság létesítette, kezeli. Megfelelő információ híján a turistautak, erdei pihenők létrehozását és üzemeltetését a természetvédelemnek, illetve a természetjáróknak tulajdonítják. Hatékony javulást lehetne e téren elérni, ha a pályázati támogatások kiírásánál az Erdészeti Hatóság feltételként határozná meg a megfelelő társadalmi tájékoztatást.

A nagy számú parkerdei berendezés is hatékony üzenetközvetítő felületként használható. Minimális befektetéssel a padok, asztalok akár mindegyikén könnyedén elhelyezhető a kezelő erdőgazdaság logója, weblaplalappal. Ügyelni kell arra, hogy a reklámozott weboldalnak viszont meg kell felelnie a weboldalak elemzésénél leírt alapkövetelményeknek, ellenkező esetben a látogatóra gyakorolt hatás akár negatív is lehet.

A parkerdők területén zajló erdőgazdasági munkálatok tudatos kommunikálása ritka, esetszerű. A tájékoztatás célja legtöbbször nem a társadalmi szemlélet formálása, tájékoztatás, hanem a támadások kivédése, megelőzése. Előre megszervezett, tudatos kommunikációval, információs táblákkal, programok szervezésével a parkerdők frekvenciáltabb részein zajló fakitermelések kiváló alkalmak arra, hogy a látogatók betekintést kapjanak az erdőgazdálkodás folyamatába, szembesüljenek az erdő gazdasági értékével, folyamataival. Ez esetben az ajánlott közönségkapcsolati munka szervezése és technikája a következő:

- A tájékoztatásnak meg kell előznie a munkák tényleges megkezdését. Információs táblán kell bemutatni, hogy az adott erdőben miért fogják megkezdeni a termelést. A kommunikáció során végig fokozottan figyelni kell az egyszerű, közérthető, logikus megfogalmazásra. (Pl. Az erdő elérte azt az állapotot, amikor belőle a legértékesebb faanyag adható a társadalomnak, ha tovább is fenntartanánk, akkor a faanyag károsodása indulna meg.) Be kell mutatni a fakitermelési módszert is, megmagyarázva az esteleges szakmai kifejezéseket. (Pl. Az elmúlt években ebben az erdőben rengeteg kis facsemete kezdte meg növekedését. Ha nem kapnak elég fényt, csapadékot, akkor a sok ezer fiatal magonc egy-két éven belül elpusztul. Télen, amikor a magas hó védi a

fiatal fákat, kivágjuk fölülük az öreg erdőt. Tavasszal megindul a versengés, és a fiatal fácskákból néhány év múlva sűrű erdő fejlődik.)

- A fakitermelés során a kitermelt faanyag sarangok, máglyák mellé szintén információs táblákat kell kihelyezni, ahol a faanyag hasznosítását lehet szemléletesen bemutatni. (Pl. Ezek az értékes tölgyfa törzsek a bútorgyártás alapanyagául szolgálnak.)
- Az erdészeti munka befejeztével tájékoztatni kell a közönséget az erdő fejlődési állapotáról, várható fejlődéséről.

5.6. Erdészeti kommunikáció az írott és elektronikus sajtóban

5.6.1 A kutatás célkitűzései

A lakosság jelentős része az írott és elektronikus sajtóból informálódik. Nem elhanyagolható tehát ezek szerepe a tájékoztatásban, szemléletformálásban. Nyilvánvalóan jó tudnunk, hogy a az erdészeti ágazat megjelenése milyen ebben a médiában. E területen folytatott kutatásom arra irányult, hogy az erdészeti kommunikáció állapotát vizsgáljam meg média megjelenés szempontjából. Az elemzéshez a Magyar Nemzet és a Népszabadság c. napilapot, valamint a 168 óra című közéleti hetilapot, illetve az internet magyar oldalait választottam ki

Első lépésben vizsgáltam az erdőgazdálkodás és az erdész szavak megjelenési gyakoriságát, összehasonlítva a természetvédelem és természetvédő szó szereplésével. A kontroll kiválasztásával nem volt céloom az erdész-természetvédő ellentét újbóli kiélezése, de úgy gondolom, hogy a rokon szakmánkkal való összehasonlítás jól mutatja a kommunikáció jelenlegi helyzetét.

A második lépésben végzett vizsgálat a kommunikáció minőségét tárta fel. Az újságok 2002-2004 illetve 2005-2007 évfolyamaiban kutattam a számunkra kulcsfontosságú kifejezések előfordulási gyakoriságait, kontrollként pedig az erdőgazdálkodás megítélését negatívan befolyásoló kifejezéseket kerestem elő.

Az elemzést az újságok archívumából, az interneten pedig a google keresőprogram tárgyszó keresőjével végeztem el. Ezzel a módszerrel a találatokat csak korlátozottan tudtam megvizsgálni, hiszen a több ezres találati tételszám nem tette lehetővé a tételes elemzést. Így egy találatnak számít pl. az erdőgazdálkodást bemutató honlap csakúgy, mint az a lap, ahol az erdőgazdálkodást csak mellékesen megemlítik. Ennek ellenére az eredményekből használható következtetéseket vonhatunk le, különösen a trendek, illetve a nagyságrendi összehasonlítások terén.

5.6.2 A vizsgálat eredménye

A vizsgálat során kapott értékeket a 4. táblázatban foglaltam össze. A számok az újságok esetében a cikkek számát jelentik, amelyekben az adott kifejezés előfordul, az interneten viszont az abszolút előfordulást.

18. sz. táblázat: Az erdőgazdálkodással, természetvédelemmel kapcsolatos szavak megjelenési gyakorisága az írott és elektronikus sajtóban

Média	Erdő-gazdálkodás		Természet-védelem		Erdész		Természet-védő	
	I.	II.	I.	II.	I.	II.	I.	II.
Magyar Nemzet	58	33	157	91	215	184	258	161
Népszabadság	26	10	102	66	80	37	100	76
168 óra	2	3	4	24	4	10	1	24
Internet	4040	135000	22700	462000	6910	132000	7270	139000

Jelmagyarázat:

Vizsgálat időintervalluma: I. Újságok: 2002.09.01-2004.09.01

II. Újságok: 2005.09.01-2007.09.01

Internet: 2004.09.01.

Internet: 2007.09.01.

Az első vizsgálati adatsor (I. jelű oszlop) időintervalluma a 2002.09.01-2004.09.01 tartó kétéves időszak. Az első internetes vizsgálat időpontja: 2004.09.01.

A második vizsgálati adatsor (II. jelű oszlop) időintervalluma 2005.09.01-2007.09.01 tartó kétéves időszak. A második internetes vizsgálat időpontja: 2007.09.01.

Az első vizsgálati időszak adatsoraiból következő megállapításokat tehetjük:

A kétéves időtartam alatt, mind a napilapokban, mind a hetilapban az erdőgazdálkodásról szóló cikk, tudósítás rendkívül kevés. A Magyar Nemzetben átlagban kéthetente, a Népszabadságban pedig havonta jelent meg egy-egy írás a vizsgált témában.

Figyelembe véve az adott időszak erdőgazdálkodási közönségkapcsolati eseményeit, (közel egymilliárd forint értékű közjóléti fejlesztés megvalósulása, Országos Erdészeti Információs Központ működése, Madarak és Fák Napja rendezvénysorozat, tizenhat erdészeti erdei iskola működése, három új iskola létesítése, Erdők Hete stb.) megállapítható, hogy a két legnagyobb példányszámú napilapban szinte egyáltalán nem kommunikált az ágazat a társadalommal.

A megjelent erdőgazdálkodási írások nagy részét természetvédelmi probléma indukálta. A természetvédelmi témájú megjelenés ebben az időszakban mindkét újságban háromszorosa az erdőgazdálkodási cikkek számának.

A közéleti hetilap két évi példányait megvizsgálva összesen két alkalommal van szó erdőgazdálkodásról, és akkor is csak megemlítés szintjén. (Egy törvényi hivatkozásban és egy

Trianon hatásait bemutató cikkben.) Ezek a megjelenések ágazati kommunikáció szempontjából semlegesek, tehát kimondhatjuk, hogy e hetilapban az ország erdőgazdálkodásáról a vizsgált időszakban nem esett szó.

Az interneten talált előfordulásokat tekintve is kedvezőtlen a kép: az erdőgazdálkodás, a maga mintegy négyezer megjelenésével kevesebb, mint egy ötöde a természetvédelmi honlapoknak. A természetvédelmi honlapok nagy számához természetesen hozzájárul a sok természetvédelmi célú társadalmi szervezet is, de ennek ellenére is a természetvédelem fölénye elsöprő.

A második vizsgálati időszakból következő megállapításokat tehetjük:

Látható, hogy az első vizsgálati időszakhoz (2002-2004) képest a találatok, megjelenések száma még inkább csökkent. A napilapokban való megjelenés felére esett vissza! Ez az eredmény megdöbbentő, hiszen a második vizsgálati periódusban az erdőgazdálkodási ágazat úgy tűnt, óriásit lépett előre a kommunikációval kapcsolatban. Elindult a Nemzeti Erdőprogram, az Országos Erdészeti Egyesület keretében megalakult a Közönségkapcsolati Szakosztály, az Állami Erdészeti Szolgálat irányításával kommunikációs munkacsoport jött létre, három egymástól jórészt független kommunikációs stratégiai terv készült el, teljes kihasználtsággal üzemeltek az erdészeti erdei iskolák, számos új közjóléti beruházás készült el stb.

Az internethasználat fejlődését jellemzi, hogy a világhálón való megjelenési gyakoriság többszörösére nőtt. Az erdőgazdálkodási találatok számát összehasonlítva a természetvédelmi találatokkal megállapíthatjuk, hogy a különbség nőtt. A vizsgált médiákban a természetvédelem 3-8-szor gyakrabban fordul elő, mint az erdőgazdálkodás. Az erdész, illetve természetvédő mint személy megjelenésében nem tapasztalható egyik vizsgálati időszakban sem ilyen nagymértékű eltérés.

A kiválasztott újságokban és az interneten azt is megvizsgáltam, hogy az előfordulások milyen üzeneteket közvetítenek. Négy, az erdőgazdálkodási public relations szempontjából pozitív és három megfelelő magyarázat nélkül a közvélemény szemében negatív kifejezés előfordulási gyakoriságát gyűjtöttem ki, hasonlóan az előző vizsgálatához, két időszakban. Pozitív üzenetet közvetít: erdőtelepítés, erdőfelújítás, erdővédelem, tartamos erdőgazdálkodás, míg a laikusok szempontjából lehetséges negatív üzenetként értékeltem a fakitermelés, fakivágás, erdőirtás fogalmakat.

19. táblázat: Az erdőgazdálkodás szakmai üzenet kulcsszavainak megjelenési gyakorisága az írott és elektronikus sajtóban I.

Média	Erdő-telepítés		Erdő-felújítás		Erdő-védelem		Tartamosság		Fa-kitermelés		Fa-kivágás		Erdő-írtás	
	I.	II.	I.	II.	I.	II.	I.	II.	I.	II.	I.	II.	I.	II.
Magyar Nemzet	45	22	6	6	0	6	1	1	70	43	32	18	53	33
Népszabadság	6	3	3	0	3	0	0	0	32	16	6	7	19	25
168 óra	2	1	0	0	0	0	0	0	1	4	2	0	1	10
Internet	615	23100	204	869	189	901	63	584	2810	64000	6640	108000	2190	30000

Vizsgálat időintervalluma: I. Újságok: 2002.09.01-2004.09.01

II. Újságok: 2005.09.01-2007.09.01

Internet: 2004.09.01.

Internet: 2007.09.01.

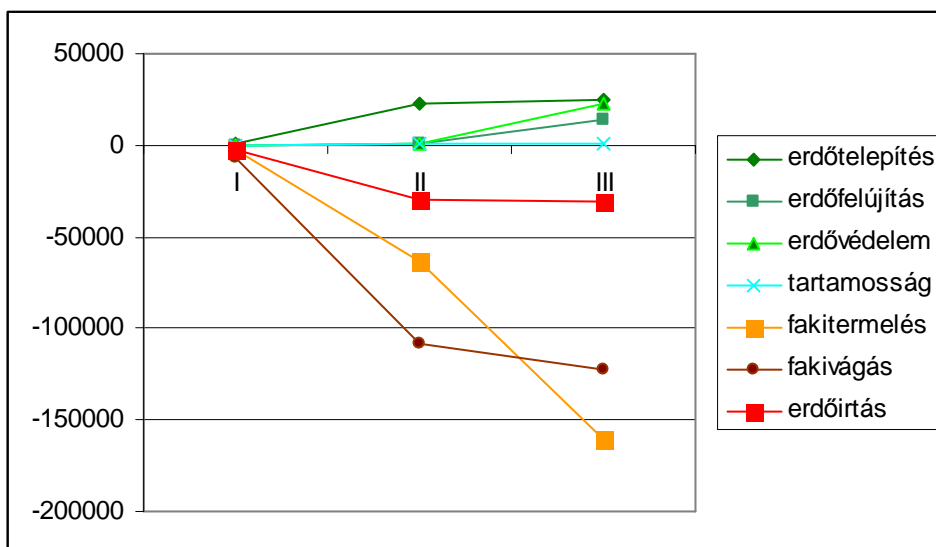
Az újságokban az erdőtelepítést kivéve gyakorlatilag nem esett szó a vizsgált négy évben tartamos erdőgazdálkodásról, és csak igen kevésszer (9 alkalommal) az erdő védelméről és (15 alkalommal) az erdő felújításáról. A két időszakot összevetve nem találunk előrelépést a pozitív fogalmak gyakoriságában. Ezekkel szemben az erdészeti szempontból negatív üzenettartalmú kifejezések megjelenése többszöröse a pozitív fogalmaknak. Átlagban a különbség 3-5-szörös.

Az internetes találatok számában is ez az arány tükröződik. A számok önmagukért beszélnek. A felmérés nem teljes, de az arányok mindenképpen elgondolkodtatóak. Mindamelllett, hogy a szakmai lapjainkban számos dokumentációja található elvégzett kommunikációs munkáinknak, annak ellenére, hogy az elmúlt években meghatározója volt az erdőgazdálkodás irányvonalának a társadalom felé való közeledés, a fentiek azt tükrözik, hogy még mindig nem sikerült igazán megtalálni a hatékony csatornát az erdőgazdálkodás elfogadtatásához, reális megismertetéséhez.

Az internetes vizsgálatot III. alkalomként 2008. május 15-én is elvégeztem, amely adatok alapján szerkesztett függvény látványosan mutatja be, hogy a kedvezőtlen folyamatok nem álltak meg, bár meg kell jegyezni, hogy a pozitív kommunikációs üzenetek, különösen az erdővédelem nagyobb előfordulást ért el.

20. táblázat: Az erdőgazdálkodás szakmai üzenet kulcsszavainak megjelenési gyakorisága az írott és elektronikus sajtóban II.

	I	II	III
erdőtelepítés	615	23100	25000
erdőfelújítás	204	869	14200
erdővédelem	189	901	23000
tartamosság	63	584	469
fakitermelés	-2810	-64000	-161000
fakivágás	-6640	-108000	-122000
erdőirtás	-2190	-30000	-30900



26. ábra: Az erdőgazdálkodás szakmai üzenet kulcsszavainak megjelenési gyakoriság változása az írott és elektronikus sajtóban

5.7. Következtetések

Az erdészeti kommunikáció hagyományos módszereit, szerveződését, szintereit, elért hatásait megvizsgálva bebizonyosodott, hogy a kommunikáció nem hatékony.

A közjóléti szolgáltatások, parkerdők létezését az emberek már természetesnek, társadalmi alapjuttatásnak tekintik, nincsenek tisztába a parkerdők működtetőivel, szervezeti finansziális háttereivel. Ez a parkerdőkben rejlő tömegkommunikációs lehetőségek kihasználatlanságának, a kommunikáció nem megfelelő üzenettartalmának tudható be. Nincs hatósági és tulajdonosi elvárás a közjóléti tevékenység társadalmi kommunikálásával kapcsolatban.

Az erdészeti erdei iskolák az erdőgazdálkodási kommunikáció leghatékonyabb eszközei. A tudatformálást oktatáson keresztül, élményszerűen, erdőpedagógiai módszerekkel éri el. Fő hátránya, hogy a társadalom legfiatalabb rétegét célozza meg, így az üzenet társadalmi

kihatása sok időt, (generációváltásnyit) vesz igénybe. Másik veszélye, hogy az országban számos erdei iskola rendszer működik, ahol az erdőgazdálkodás negatívumait kiemelve ellentétes hatást gyakorolnak a gyermekekre.

A kommunikáció forradalmi időszakában a közember óriási információs dömpingnek van kitéve. Ebben a közegben nagyon nehéz az erdőgazdálkodási pr-üzeneteket célba juttatni. Nem elég a jó szándék, profi kommunikációs kivitelezés szükséges, hogy egyáltalán megmaradjon az informális versenyképesség. Az erdőgazdálkodási kiadványoknál, weblapoknál, pr-akcióknál maximálisan alkalmazni kell a pr-szakma kutatásainak eredményeit, gyakorlatának tapasztalatait. A vizsgált kommunikációs eszközök nagy része, a kiadványok, a weblapok a profi információs hadszíntéren jóindulattal is csak a középmezőnyben foglalnak helyet.

Korunk kommunikációs jellegzetességei a szenzációhajhászás és a negatív üzenetek kiemelése a kommunikációban sem tesznek jót a pozitív kommunikációt folytatni kívánó erdőgazdálkodási ágazatnak. A negatív hírek hatása többszöröse egy hasonló témájú pozitív megnyilatkozásnak. Ez a tény is feltételezi az offenzív jellegű, pozitív erdőgazdálkodási kommunikáció szükségességét.

Az erdőgazdálkodási kommunikációnak fel kell ismernie a drasztikus változtatás szükségességét, és új módszereket, új irányokat kell keresni.

6. Összefoglalás

Az erdőgazdálkodás közönségkapcsolatának parkerdőkön és erdészeti erdei iskolákon keresztüli vizsgálatát 1999-ben kezdtem el. Az elmúlt kilenc évben az erdészeti kommunikációban számos pozitív változás, előrelépés történt. A pozitív eredmények ellenére az erdőgazdálkodási ágazat súlya, szerepe, érdekérvényesítési ereje azonban tovább csökkent. Két meghatározó országos napilap, egy hetilap és az internet cikkeinek, oldalainak elemzése alapján feltártam, hogy az erdőgazdálkodási kommunikáció nem vagy csak alig működik annak ellenére, hogy az ágazat átfogó kommunikációs stratégiájával több szakmai szervezésű csoport is foglalkozott. Dolgozatomban főként az állami erdőgazdálkodás parkerdőkben és az erdészeti erdei iskolákban rejlő kommunikációs lehetőségeinek kihasználtságát vizsgáltam.

Az elemzés kiterjedt az erdőgazdálkodásban megjelent kiadványok, erdőgazdálkodási honlapok tételes vizsgálatára, az egyes erdőgazdaságok kommunikációs szervezési, parkerdei, erdei iskolai sajátosságaira, az erdőgazdálkodási kommunikáció régi és új irányvonalaira, a kommunikációs tér szereplőire.

Az elemzések elvégzése előtt a public relations szakmai előírásait tanulmányoztam, amely szempontok szerint értékeltem a kiadványok és a honlapok erdészeti ágazati pr-értékét. A tételes vizsgálat során kitűnt – amit később a kérdőíves felmérés is igazolt – hogy az erdőgazdaságok többsége kiadványokon, weblapjaikon át történő kommunikáció szervezéséhez kis mértékben alkalmazta, illetve sokszor nem vette figyelembe a public relations szakma eredményeit, ajánlásait. Ennek tükrében a kiadványok tényleges üzenetközvetítő, tudatformáló hatása messze elmarad a lehetőségektől. Az erdészeti ágazatnak a kiadványokon keresztüli kommunikációra sincs általános, egységes szempontrendszere, ami mentén egységes közönségkapcsolati arculatot tudnának kialakítani. A kiadványokban elhelyezett közönségkapcsolati üzenetek sokszor hiányoznak, nem jelennek meg markánsan, vagy pedig túl szakmai megfogalmazásúak. Hiányosságokat tapasztaltam a kiadványok megjelenési idejének feltüntetésében, ami az információk aktualitásának felmérését teszi nehezzé.

A weblapok elemzése is hasonló tapasztalatokkal zárult. Az e-pr-nak, a digitális kommunikációnak speciális pr-szakmai elemei vannak, amelyeket az erdőgazdaságok zöme nem alkalmaz. Az internet megjelenés egyre fontosabb lesz a társadalmi kommunikációban, ezért téren összehangolt, nagyléptékű fejlődésre van szükség. Ebben a témában is hiányosságok jelentkeztek az erdőgazdálkodási üzenetek markáns, egyértelmű

megjelenítésében. Több céges honlap nem egyéb, mint a nyomtatott kiadvány digitális formában történő megjelenítése, kihasználatlanul hagyva az e-pr legfőbb erényét, a digitális technika nyújtotta interaktív kommunikáció lehetőségét.

Az erdőgazdaságok körében végzett felmérésre kapott válaszokból kiderült, általános gyakorlat, hogy a céges közönségkapcsolati feladatokat csatolt munkakörként oldják meg. Ott, ahol külön főállású kommunikációs munkakört tartanak fent, az alkalmazott személy, két kivételtől eltekintve nem pr-szakmai végzettségű.

A parkerdőkre vonatkozó információk elemzésével megállapítottam, hogy az erdőgazdaságok jóval nagyobb (kb. háromszoros) területű parkerdőt tartanak fenn, mint az elsődlegesen közjóléti rendeltetésű erdőterületek nagysága. A parkerdőkben kevés olyan információs táblát találunk, amelyek bemutatják a parkerdő kezelőjét, az általuk végzett közcélú tevékenységeket.

Biztató momentum, hogy az erdőgazdaságok felismerik, fontosnak tartják a parkerdők közönségkapcsolati szerepét.

Az erdészeti erdei iskolák a közönségkapcsolati tevékenységet szervezett oktatási keretek között valósítják meg, a leghatékonyabb – személyes – kommunikáció útján. Az erdei iskolák által közvetített üzenetek közvetlenül 140-145 ezer iskoláshoz, közvetve közel félmillió emberhez jutnak el évente. Egyúttal az erdőgazdaságok társadalmi rendezvényeinek legfőbb szervezői is általában az erdei iskolákhoz kötődnek (pl. az Erdők Hete rendezvénysorozat).

7. Az értekezés tézisei

1. Az erdészettörténet erdőgazdálkodási közönségkapcsolati eseményeinek vizsgálatával feltártam, hogy az elmúlt 140 évben az ágazat átlag húsz évente kommunikációs válságba került. A válság megoldására kidolgozott és különböző módszerekkel megvalósított nagyszabású társadalmi kommunikációs kezdeményezések, kampányok egyikének sem sikerült több generáción keresztül ható pozitív tudatformálást elérni az erdő, erdőgazdálkodás megítélésében.
2. Az erdészeti erdei iskolák vizsgálatával kimutattam, hogy hosszú távon az erdei iskolák lehetnek az átfogó ágazati pr-tevékenység leghatékonyabb megvalósítói. Az oktatás közvetlenül évente 140-145 ezer embert, jórészt gyermeket érint. Az ő közvetítésükkel az információ, az üzenet kisugárzása két-háromszoros lehet, ami összességében majd félmillió embert jelent évente. A szakmai üzeneteket közvetlenül és hitelesen átadó iskolák tartós tudásszintet és valós szemléletformálást tudnak elérni. Az Erdészeti Erdei Iskolában az erdőgazdálkodási üzeneteket az oktatási program erdőgazdálkodási ismeretei közé kell beépíteni.

A Nemzeti Alaptanterv és az általános és középiskolákban használatos pedagógiai programok alapján kidolgoztam az óvodai, általános-és középiskolai korosztálynak az erdőgazdálkodás ismereti témakörök jegyzékét, az ismeretanyag meghatározásával.

3. Az erdőgazdálkodási kiadványok (59 kiadvány) részletes vizsgálatával több hiányosságot mutattam ki public relations szempontból: a legtöbb kiadványban hiányoztak a célzott üzenetek, vagy pedig a fontos kommunikációs elemek nem jelentek meg markánsan. Sokszor a kiadvány szövegezése, a szakmai kifejezések magyarázat nélküli alkalmazása miatt laikusok számára érthetetlen. A nagyközönség számára elérhető erdőgazdálkodási kiadványok száma kevés, amelyek rendelkezésre állnak, többségüknek szakmai üzenettartalma csekély.

4. Az erdőgazdálkodási honlapok (30 honlap) tételes elemzése során kimutattam, hogy az örvendetesen fejlődő erdészeti témájú weboldalak ellenére a cégek nagy része az e-pr adta lehetőségeknek csak töredékét használja ki. A honlapkészítés általános szabályait sem mindig sikerül betartani. A honlapok sokszor túl szakmaiak, kevés közérdekű információt tartalmaznak. Több erdőgazdaság honlapjainak egy része nem működik. A kétirányú kommunikáció sok helyen csak formális, nincs igazán társadalmi párbeszéd a honlapokon keresztül.
5. Az állami erdőgazdaságoknak kiküldött kérdőíves felmérések kiértékelésével és az országos közjóléti adattár elemzésével megállapítottam, hogy az erdőgazdaságok annak ellenére, hogy kommunikáció szempontjából kiemelt jelentőséget tulajdonítanak a parkerdőknek, közvetett és közvetlen public relations értéküket nem használják ki. A magyar parkerdők látogatási adatait és a közjóléti leltár adatait összevetve kimutattam, hogy fajlagosan a legkisebb költségű és a legtöbb embert elérő erdőgazdálkodási közönségkapcsolati színterek a közjóléti célú erdők, parkerdők..
6. Az erdőgazdálkodási kommunikáció hatékonysága az elmúlt évek nagyszabású közönségkapcsolati akciói ellenére is alacsony. Két országos napilap, egy hetilap és a magyar weboldalak vizsgálatával kimutattam, hogy az erdőgazdálkodási ágazat média megjelenése az utóbbi négy évben csökkenő tendenciát mutat. A média megjelenésben a közvéleményben negatív reakciót kiváltó tartalmú előfordulások száma viszont emelkedett. Összehasonlítva a természetvédelmi témájú média megjelenéssel azt tapasztaltam, hogy a különbség 3-5-szörös a rokon szakmánk javára.
7. Az utóbbi évtizedben négy erdészeti közönségkapcsolati országos stratégiai terv is készült (ÁPV Rt, NEP, OEE, ÁESZ Kommunikációs Munkacsoport) A stratégiai tervek azonosságát-különbségét vizsgálva megállapítottam: Az ÁPV RT. anyaga és a NEP részletesen kidolgozott társadalmi és szakmai konszenzuson alapuló kommunikációs irányt kínál. A másik két terv általánosabb érvényű, a kommunikációs eszközrendszer tekintve saját eszközeit vetíti az ágazatra. A kérdőívek kommunikációs szervezésre vonatkozó válaszaiból kimutattam, hogy e tervek nyilvános volta ellenére az erdőgazdálkodók nagy része a pr-munkát saját készítésű tervek alapján, csatolt munkakörben alkalmazottal végzi. Ez tovább csökkenti az ágazati kommunikáció hatékonyságát.

8. Összegezve az elemzések és vizsgálatok eredményeit megállapítottam, hogy a magyar erdőgazdálkodási ágazatnak mindenképpen aktív szerepvállalással kell elősegítenie a társadalmi véleményformálást. Ezt a szerepvállalást és a hatékony kommunikációt a hagyományos módszerekkel, nézetekkel véghezvinni nem lehet. Az erdőgazdálkodás résztvevőinek a felsővezetői szinttől a termelői szintig a közönségkapcsolat területén alapvető paradigmaváltásra van szüksége. A hagyományos nézeteken, beidegződéseken túl változtatni kell a gazdálkodás és a kommunikáció módszerein is.
Fel kell vállalni az erdőgazdálkodás ipari módszereit, az ültetvényeket, a tarvágásos erdőgazdálkodást, világosan bemutatva indokait, és élesen el kell különíteni a természetközeli, vagy a természetvédelmi célú erdőgazdálkodástól.
9. A kommunikáció új irányait vizsgálva az erdészeti ágazat paradigmaváltását követő kommunikációs kitörési pontoknak: az erdők környezetvédelmi szerepét (CO₂ megkötés), környezetvédelmi tanúsítás és benne kiemelten a fenntarthatóság, tartamosság tanúsítás átfogó bevezetését és kommunikálását, az újszerű extrém igények erdészeti kommunikációra való felhasználását találtam.
10. Az erdőgazdálkodási kommunikáció egyik nagy áttörése lehet erdőgazdálkodási, faipari tematikus parkok létesítése, ahol a látogatók az erdész, vadgazda „bőrébe bújva” élményszerűen élhetnék át az erdőgazdálkodás rendszerét. A park animátorai, erdészeti szakemberek segítenék a hiteles ismeretanyag átadását. Interaktív erdő és vadgazdálkodási tanösvények, mint turisztikai attrakciók létrehozásával jelentős tömegekhez lehetne eljuttatni szakmánk üzeneteit.

8. Javaslatok az ágazati pr-tevékenység fejlesztésére

Az erdészeti kommunikáció története során számos átfogó ágazati public relations program megvalósítási kísérlet történt. A dolgozat elemzéseinek eredménye igazolja, hogy szakmánknak ismét szüksége van a közönségkapcsolati tevékenységének megreformálására, intenzívebb kommunikáció beindítására. A feltárt ágazati-pr helyzet megoldására az alábbi intézkedési tervet javaslom.

1. Egységes ágazati pr-stratégia meghatározása: a meglévő stratégiai tervek összevetésével ágazati párbeszéd keretében egy minden gazdálkodó által elfogadott és felvállalható közös terv elkészítése, ami mentén az egyes erdőgazdálkodók a saját pr-tevékenységüket is szervezhetik, összhangban az ágazati pr-érdekekkel. Az utóbbi időszakban több hasonló kísérlet volt. Ezek hatása azonban korlátozottan jelentkezett, mert a szakma képviselői nem fogadták el egységesen az ajánlásokat. Így fordulhatott elő, hogy az erdőgazdálkodási szakmában olykor egy időben két-három egymástól függetlenül dolgozó „ágazati” pr-stratégia kimunkálásával foglalkozó szakembergárda is tevékenykedett. A terv készítésébe profi kommunikációs szakembert is be kell vonni, aki kellő ismerettel és affinitással rendelkezik az erdőgazdálkodás témakörében. Ebben a tervben kell meghatározni az ágazati üzenetek tartalmát, formáját. Az egyes célcsoportok elérésének módját, specialitásait. Az erdőgazdálkodási ágazat meghatározó szereplői között meg kell osztani a pr-stratégia elemeit, figyelembe véve a szervezet tényleges feladatát, érdekeit.
2. Egy rugalmas, de mégis egységes megjelenés, erdőgazdálkodási arculat, kialakítása szükséges, (kiadványok, weboldalak, információs táblák stb.) amit keretként az egyes erdőgazdálkodók saját speciális információikkal megtölthetnek.
3. Az erdőgazdálkodásnak a kommunikáció terén is paradigmaváltást kell végrehajtania. Intenzív belső pr-tevékenységet kell szervezni az erdőgazdasági ágazatban dolgozóknak a kommunikáció szükségességének elfogadtatására, hatásának, területeinek, lehetőségeinek felismertetésére. A belső-pr-nak kiemelt eleme a döntéshozó felsővezetők egységes viszonyának kialakítása, a kommunikációhoz. E nélkül átfogó ágazati public relations tevékenységet szervezni nem lehet.
4. Tartalmas továbbképzések szervezése az egyes cégek pr-munkatársainak, a közönségkapcsolati szakma újdonságainak, lehetőségeinek megismertetésére.
5. Központi, teljes szakmai elfogadottsággal rendelkező, erdőgazdálkodási ágazati kommunikációs csoport létrehozása, amelynek tagjai folyamatosan kapcsolatban vannak a

gazdálkodókkal, a médiával, társadalmi szervezetekkel, politikai élet szereplőivel elősegítve az egyes térségek kommunikációs munkájának szervezését. A csoport szervezeti formája célszerűen egy, az erdőgazdálkodás résztvevői által alapított és finanszírozott nonprofit szervezet lehetne. Megvizsgálandó, hogy az Országos Erdészeti Egyesületen belül létrehozható-e egy legitim részleg kizárólag erre a feladatra. A csoport javasolt létszáma három fő: egy fő, kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkező, a szakma szereplői által elismert és elfogadott erdőmérnök, egy fő profi kommunikációs szakember és egy kommunikációs asszisztens.

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozom az Erdővagyon-Gazdálkodási Intézet munkatársainak, kiemelten prof dr. Mészáros Károlynak, hogy hosszú doktoranduszi időm alatt kollegaként-barátként fogadtak be az intézmény keretei közé.

Az erdőgazdálkodási közönségkapcsolat felé való orientációt Ormos Balázsnak köszönhetem, aki a Tanulmányi Erdőgazdaság vezérigazgatójaként biztosította számomra a külföldi és hazai tanulmányutak lehetőségét, a széleskörű tapasztalatszerzést.

Köszönöm témavezetőmnek, Dr. Stark Magdolnának, hogy türelemmel viselte „el-el tűnéseimet” és a munka folytatásakor maximális jóindulattal egyengette utamat.

A dolgozatban felhasznált adatokat Wisnovszky Károly és munkatársai, az erdőgazdasági részvénytársaságoknál dolgozó erdész kollégák biztosították.

Hálás vagyok kollegáimnak, hogy a dolgozat készítése alatt átvették munkahelyi feladataimat és zavartalanul dolgozhattam.

Legfőképpen köszönöm feleségemnek – akinek biztatása nélkül e dolgozat nem jött volna létre – a sok segítséget, kitartást, és gyermekeimnek, hogy elviselték a fáradtságból adódó hangulatingadozásaimat.

Ezúton mondok köszönetet a sok barátoknak, munkatársnak, ismerősnek, akik tanácsaikkal, érdeklődésükkel, támogatásukkal elősegítették az értekezés létrejöttét.

És végül a dolgozatot nagymamám emlékének ajánlom, aki többgenerációs „erdész lányként” hallatlan büszke volt arra, hogy tovább folytatom a családi hagyományokat és szerető aggódásával, biztatásával végigkísérte az egyetemi éveket, a doktoranduszi tanulmányaimat. Sajnos e munka elkészültét nem élhette meg...

Sopron, 2008. május 10.

Varga Tamás

okleveles erdőmérnök
okleveles mérnök-tanár

Irodalomjegyzék

- ANDACS N. (2006): Mit jelent az ökológiai erdőgazdálkodás? National Geographich 2006. január
- ARATÓ GY. (1894): Az erdészet és a népnevelés. Erdészeti Lapok. 33. évf. 593-606. p.
- ARATÓ GY. (1895): Az erdészeti ponyvairódalom ügyében. Erdészeti Lapok. 34. évf. 776-778. p.
- ARATÓ GY. (1900) Magyarország erdőgazdasági kiállítása. In: Magyarország mezőgazdasága a párisi világiállításon. Budapest, Hornyánszky Viktor, 1900. p16.
- BALÁS Á. (1862): Az erdészeti tudományban és az erdészetben uralkodó divatokról. Erdészeti Lapok. I. évf. 379-383.p.
- BARÁT T. (2005): A PR múltja, jelene és jövője. CEO Magazin. 2. sz.
- BARÁT T. (2006): Új fogalom a public relations területén, az „epr”. In: A Magyar Tudomány Napja az Általános Vállalkozási Főiskolán
- BEDŐ A. (1879): Tiszteljétek és gondozzátok az erdőket! Erdészeti Lapok. 18. évf. 145-147. p.
- BERDÁR B. (1989): Az erdő és a társadalom. Erdő. 38. évf. 94-96. p.
- BAZ megyei Természetjáró Szövetség jubileumi évkönyve 1992.:100 éves a szervezett miskolci természetjárás, 1892 - 1992.
- CEBE Z. (1967): Erdeink előkészítése az idegenforgalomra. Erdő. 16. évf. 470-473. p.
- Csapody István (1974) A soproni parkerdők történeti kialakulása. In: Gimes Endre szerk. Barangolások a soproni erdőkben, Panoráma kiadó.9-17 p.
- D&T MARKETING TANÁCSADÓ IRODA (1996): Marketing Program az Erdőgazdálkodás és Fából készült termékek társadalmi megítélésének jobbítására. Budapest. 31 p.
- EGAN, G. - STARK M. - PHILLIPS, H. (1998): Public Relations Strategy for ÁPV Rt. Forestry Portfolio. Final Report. [PR stratégia az ÁPV Rt. Erdészeti portfóliója számára. Zárójelentés] HU9506 01.01-005 sz. Phare Project: 85. p.
- Előterjesztés az MNV Zrt. Vagyongazdálkodási Tanácsa részére 2008. OEE Budapest, kézirat
- Erdészeti múzeum (1900): Erdészeti Lapok. 39.évf. 194, 1208. p.
- Erdészeti Ágazat Kommunikációs stratégiája 2006. aug. 16. Ágazati Kommunikációs Munkacsoport kézirat
- ERDŐTELEPÍTÉSEKRE volna szükség. Gazdasági értesítő. 2000. 36. heti száma
- EVGI (2002): NEMZETI ERDŐSTRATÉGIA ÉS ERDŐPROGRAM, Fehér könyv.
- FARKAS P. (1975): Szakfilmek az erdő szépségéről, hasznáról. Erdő. 24. évf. 73-76. p.
- Ferling Kft (2007) Erdő Kutatás-Kutatási jelentés kézirat
- FVM (2007): K2-2 pályázati adatlapok igazgatóságokként
- GERELY G. (2000): Készül az erdész társasjáték. Erdészeti Lapok évf 194. p.
- GHIMESSY L. (1968) Az erdő csendje a civilizált ember létszükséglete Az Erdő 17. évf. 512-516 p.

- Jerome R. (1969) Vadászati vilákiállítás Az Erdő 18. évf. 9. füzet 420-421 p.
- KAÁN K. (1920): Jövő erdőgazdasági politikánk feladatai. Erdészeti Lapok. 59. évf. 97-125. p.
- KIRÁLY P. (1966): Az Országos Erdészeti Egyesület története 1866-1966. OEE. Budapest. 31-34. p.
- KIRÁLY P. (2000): A velünk élő múlt. OEE. Budapest
- KOVÁTSNÉ NÉMETH MÁRIA (1997) szerk. Erdőpedagógia 16 p.
- Megnyílt az Erdészeti Információs Központ. Erdészeti Lapok. 2001. 92. p.
- 6 milliárd az erdőkért. Erdészeti Lapok. 2000. 295. p.
- MŐCSÉNYI M. (1996.): Marketingprogram az erdőgazdálkodás és a fából készült termékek társadalmi megítélésének jobbítására. FAGOSZ
- NÉMETH M. (1992): Külkereskedelmi marketing kommunikáció II. jegyzet Külkereskedelmi Főiskola, Budapest
- A NEMZETI FEJLESZTÉSI TERV agrár-és vidékfejlesztési helyzetelemzés részanyagának véleményezése. Erdészeti Lapok. 2001. 155-166. p.
- ORMOS B. (1996): Megalakul az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály. Erdészeti Lapok. 1996. 246. p.
- Országos Erdészeti Egyesület (OEE) (2001) A Nemzeti Fejlesztési Terv agrár-és vidékfejlesztési fejezete helyzetelemzés részanyagának véleményezése. Erdészeti Lapok 86. évf. 5. szám p.155-156
- OSVÁTH I. (1949): Új Erdészeti Lapok. Erdészeti Lapok. 85. évf. 1.
- ÖSTERREICHES WALDPROGRAM. Lebensministerium 2006.
- PÁPAI G. (1997): Erdész Újságírók találkozója Kardosfán. Erdészeti Lapok. 242. p.
- PÁPAI G. (2000): A Magyar Tudományos Akadémia jubileumán. Erdészeti Lapok évf. 339. p.
- PÁPAI G. (2000): Millenniumi emlékkereszt. Erdészeti Lapok évf. 269. p.
- de POTTERE G.(1900): A magyar erdőszeti kiállítás Parisban. In: Erdészeti Lapok 39. évf.VIII. füzet p.729-747
- PUSKÁS L. (2002): Szociológiai felmérés eredménye az általános iskolások körében. OEE. Budapest.
- SOLYMOS R.(1988): Megbeszélés "erdész" országgyűlési képviselőinkkel. Erdő. 37. évf. 374. p.
- SOLYMOS R.(2001): Magyarország Nemzeti erdőprogramja, erdőstratégiája. Erdészeti Lapok évf. 105-108. p.
- SOMOGYI Z. (2007): A Kyotoi Jegyzőkönyv és az erdők. Erdészeti Lapok CXLII: 152-154
- STARK M.(2003): Konfliktusok és ezek forrásai az erdőgazdálkodás és természetvédelem területén. MTA Elnökségi Környezettudományi Bizottság kibővített ülése. Budapest, 2003. december 11. Konferencia kiadvány CD-n. 12. p
- SZILAS G. (1968): Tudatosítsuk jobban az erdő jelentőségét! Erdő. 17. évf. 83-84. p.
- VÁGÓ Ö. (1962): Az erdőszeti propaganda. Erdő. 11. évf. 370-373. p.
- VARGA. T. (1996): Gondolatok a környezeti nevelésről. Erdészeti Lapok évf. 1996 -246. p.

Jogsabályok:

1110/2004. (X. 27.) Korm. határozat

1935:IV. törvénycikk az erdőkről és a természetvédelemről

274/2006. (XII. 23.) korm. rendelet a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal létrehozásáról és működéséről

2007. évi CVI. törvény az állami vagyonról

Internetes források:

BARÁT T. (2007): e-világunk. www.fibraco.hu/evilag.htm

WALDDIALOG: www.walddialog.at

http://hu.wikipedia.org/wiki/Public_relations

<http://www.fibraco.hu>

<http://www.mprsz.hu>

<http://www.ceo.hu>

<http://www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm>

www.fsz.bme.hu/mtsz/termved/pilis01.htm

[WWW.aesz.hu](http://www.aesz.hu)

www.fvm.hu – a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium hivatalos honlapja

www.mvh.gov.hu – a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal hivatalos honlapja

www.oee.hu – az Országos Erdészeti Egyesület hivatalos honlapja

http://hu.wikipedia.org/wiki/Public_relations

<http://www.fibraco.hu>

<http://www.mprsz.hu>

www.fsz.bme.hu/mtsz/termved/pilis01.htm

<http://www.fsz.bme.hu/mtsz/tortenel/torbaz.htm>

<http://www.bakonyerdo.hu>

<http://www.dalerd.hu>

<http://www.egererdo.hu>

<http://www.eszakerdo.hu>

<http://www.gemencrt.hu>

<http://www.gyulajrt.hu>

<http://www.bp-erdo.hu>

<http://www.kaszort.hu>

<http://www.ipolyerdo.hu>

<http://www.kaeg.hu>

<http://www.kefag.hu>

<http://www.mecsekerdo.hu>

<http://www.nefag.hu>

<http://www.nyirerdo.hu>

<http://www.parkerdo.giganet.hu>

<http://www.bp-erdesztet.hu>

<http://www.sefag.hu>

<http://www.szherdeszet.hu>

<http://www.taegrt.hu>

<http://www.vadex.hu>

<http://www.verteserdo.hu>

<http://www.zalaerdo.hu>

<http://www.aesz.hu>

<http://www.oec.hu>

<http://www.teach-net.hu/erti>

<http://www.forestpress.hu>

<http://www.erdesztetilapok.hu>

<http://www.erdostrategia.hu>

<http://www.aeszveszprem.t-online.hu>

Mellékletek

1. melléklet: A felmérés

Tisztelt Kollégák!

A felmérés „Az erdőgazdálkodás közönségkapcsolata a parkerdőkön, és az erdészeti erdei iskolákon keresztül” című doktori dolgozat vizsgálati részéhez szolgáltat alapadatokat.

A dolgozat és a jelen kérdőív célja, hogy:

- o feltárja az erdőgazdálkodási ágazat két, közönségkapcsolati szempontból jelentős elemének magyarországi helyzetét, a bennük rejlő esetlegesen kiaknázatlan pr-lehetőségeket,
- o javaslatokat tegyen a fenti tárgykörökbe fektetett humán és anyagi erőforrások minél hatékonyabb hasznosulására az erdőgazdálkodási ágazati közönségkapcsolat terén.

Az elemzésnek és a dolgozatnak semmi esetre sem célja, hogy összevetést, (rangsort) készítsen az egyes Zrt-k közönségkapcsolati, közjóléti, erdei iskolai tevékenységéről, emiatt a kiértékelésnél, a publikációknál csak az ágazati összesített adatok, viszonyszámok, tendenciák jelennek meg.

Kérem, hogy a felsorolt válaszlehetőségeknél karikázza be a megfelelő válasz jelét, illetve töltse ki a megfelelő rovatokat!

Cég:Zrt.

1. Hogyan végzi a Zrt. a közönségkapcsolati pr- tevékenységét?
 - a. profi PR. szakember/cég megbízásával (alkalmazásával)
 - b. saját, főállásban foglalkoztatott nem pr- szakemberrel
 - c. csatolt munkakörben megbízott nem pr-szakemberrel
 - d. esetenkénti változó szervezéssel
 - e. egyéb és pedig:
2. A Zrt. a közönségkapcsolati tevékenységre:
 - a. Rendelkezik profi pr-cég/személy által készített több éves pr-stratégiai és operatív programmal
 - b. Rendelkezik saját készítésű (nem profi pr-cég/személy által készített) több éves pr-tratégiai és operatív programmal
 - c. Eseti szervezésű
 - d. Egyéb, és pedig
3. A Zrt. által kezelt közjóléti erdők (parkerdők) területe:ha

4. Ellátottak-e a Zrt- által üzemeltetett parkerdők frekventált része információs fogadó-táblával, amelyen a látogató tájékoztatást kap a parkerdő kezelőjéről, a parkerdő által nyújtott szolgáltatásokról?
- a. Mindegyike
 - b. Nagy része
 - c. Néhány
 - d. Egyik sem
5. A Zrt. az általa üzemeltetett parkerdőkben:
- a. Rendszeresen szervez közönségprogramokat, akciókat, rendszeres médiaszerepléssel (híradással, felhívással) irányítja a látogatókat.
 - b. Esetenként szervez közönségprogramokat, média megjelenést.
 - c. Fenntartja a parkerdőt, de nem vesz részt aktívan a látogatók szervezésében.
 - d. Egyéb:
6. A Zrt. három év (2004-2006) átlagát tekintve évente mekkora összeget költött parkerdeinek fenntartására, üzemeltetésére?
-eFt
7. Ebből kb. hány százalék volt átlagban a külső forrásból származó finanszírozás? (K3, közcélú, más külső forrás)
-%
8. A Zrt. Az elmúlt három év 2003-2005, vagy 2004-2006 átlagát tekintve évente mekkora összeget költött parkerdeinek fejlesztési beruházásaira?
-eFt
9. Ebből kb. hány százalék volt átlagban a külső forrásból származó finanszírozás? (K2-2, közcélú, más külső forrás)
-%
10. A Zrt -rendelkezik-e parkerdeinek becsült vagy regisztrált látogatottsági adataival?
- a. Igen: kb:fő/év
 - b. Nem

11. Milyennek ítéli a Zrt. a parkerdőkön keresztül alakuló (szervezett) közönségkapcsolati tevékenységet a cég, illetve az erdőgazdálkodási ágazat szempontjából:

- a. Kiemelkedően fontosnak
- b. Fontosnak
- c. Közepesnek
- d. Indiferensnek

12. A Zrt. keretében működő Erdészeti Erdei Iskola vezetője:

- a. Erdész végzettségű
- b. Egyéb
- c. Nem működtet erdei iskolát

13. Az erdei iskola éves (cégszintű) összlátogatói száma:

.....fő

14. Az erdei iskolai ágazat éves fenntartási költsége

.....eFt

15. Ebből kb. hány százalék volt a saját bevétel és egyéb külső forrás?

.....%

Az elemzés kiterjed az erdőgazdálkodási, parkerdei, erdei iskolai témakörben megjelentetett nyomtatott kiadványokra, illetve elektronikus megjelenésre is. Ezért tisztelettel kérnélek, hogy számomra aktuális erdőgazdasági kiadványaitokból egy-egy példányt küldeni szíveskedjete. (Ezek az Erdészeti Múzeum gyűjteményébe kerülnek).

Nagyon köszönöm segítségedet!

Tisztelettel:

Varga Tamás
Erdészeti Múzeum
9400 Sopron, Templom u. 4.

2. melléklet: Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály programja

I. Erdészeti Erdei Iskola program célja

Elősegítse az ifjúság és a társadalmi szereplők környezetbarát magatartásának kialakulását, fejlődését az erdészeti erdei iskola oktatási-nevelési módszer alkalmazásával.

II. Erdészeti erdei iskola program oktatási-nevelési módszere

Az erdészeti erdei iskola a környezetbarát magatartás kialakulásának eléréséhez erdei iskola oktatás-nevelési módszerhez illesztett erdészeti ismereteket alkalmaz, egyeztetve a nemzeti oktatási programokkal, gyakorlati megvalósítása pedig az arra legalkalmasabb helyszínen, az erdőben történik.

Erdészeti ismeretek tartalma: Az erdészeti erdei iskola összefüggő ismereteket nyújt az erdő és az ember kapcsolatáról, az erdő megújítható termékeiről, védelmi és az ember egészségét megőrző szolgáltatásairól. Megismertet az erdő gondozójával, az erdősszel és munkájával. Bemutatja az erdei életközösséget, a fafajokat, az erdőben lévő történeti emlékhelyeket. További ismeretek nyújt a fenntartható erdőgazdálkodás fogalmáról és ismérveiről, a „zöld” törvényekről, az erdészeti oktatásról és kutatásról valamint az erdőesztétikáról.

III. Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály programjának eszközrendszere

A) *Minősített oktatóhelyek működtetése*

1. Erdészeti Erdei Iskola

Éves környezeti nevelési és oktatási programmal rendelkezik, amely megfelel a Szakosztály célkitűzéseinek, kapcsolódik a nemzeti oktatási programhoz, és tartalmazza az erdészeti ismereteket. Lehetőleg minősített erdei iskola szolgáltató legyen (Oktatási Minisztérium - IUCN)

Legalább egy csoportot befogadó fedett oktatási, közösségi hellyel rendelkezik. Ajánlott szabadtéri foglalkoztató helyek kialakítása is. Erdei oktató helyekkel, berendezésekkel rendelkezik. (erdei tematikus bemutatóhely, tanösvény, tájékoztató táblák, stb.) Megfelelő gyakorlattal rendelkező erdészti és környezeti nevelésben jártas szakembert foglalkoztat. A Szakosztály által akkreditált és ez által védjegyének használati jogát megszerezte.

2. Erdészeti Erdei Oktatóhely

Környezeti nevelési, oktatási programmal rendelkezik, amely megfelel a Szakosztály célkitűzéseinek, kapcsolódik a nemzeti oktatási programhoz, és tartalmazza az erdészeti ismereteket. Erdei oktató helyek, berendezések használatával rendelkezik. (erdei tematikus bemutatóhely, tanösvény, tájékoztató táblák, stb.) A programokba erdész szakembert is bevon. A Szakosztály által akkreditált és ez által védjegyének használati jogát megszerezte.

B) Nyitottság, együttműködés más szervezetekkel

Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály a hazai és nemzetközi erdőpedagógiai, környezeti nevelési, erdei iskolai szervezetekkel, a környezeti nevelésben munkálkodókkal, kiemelten a pedagógusokkal működik együtt, képviselve az erdészeti programunkat. Az Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály tagsága és együttműködő partnerei bíznak abban, hogy évek múlva a felnövekvő ifjúság természetszerető, természetfélő és természettudatos gondolkodást, cselekvést megvalósító, a természettel harmóniában élő felnőtté válik.

Budapest, 2006. február 15.

Országos Erdészeti Egyesület
Erdészeti Erdei Iskola Szakosztály

3. melléklet: Erdőgazdálkodási ismeretek korosztályok szerinti oktatása

Erdőgazdálkodás ismereti témakörök	
ÓVODA	
A korosztály sajátosságait figyelembe véve az oktatás játék-mese központú, cél az érzelmi kötődés kialakítása, általános alapismeretek kialakítása.	
Témakör	Ismeretanyag, kulcsszavak, kulcsmondatok, üzenetek
Tavaszi	
A víz, a mező, az erdő.	A természet változatossága, az erdő mint a legösszetettebb természeti elem megmutatása.
Magok csírázása, „erdő óvoda” (újulat)	Az erdő életének összehasonlítása az emberek életével.
Az erdész munkája: a faültetés.	Az erdész mint az új erdők létrehozójának bemutatása.
Nyári	
Az erdész munkája az erdei munkák tervezése, kivágandó fák kijelölése.	Az emberi beavatkozás szempontjai, tervszerűség, válogatás.
A fiatalos (erdő).	A fiatal erdő sajátosságai, erdőkép, élővilága.
A szálerdő.	A szálerdő sajátosságai, erdőkép, élővilága.
Őszi	
Az erdész munkája a fakitermelés.	Az erdei „aratás” bemutatása. A fakitermelés szükségessége, céljai.
A fák terméseiről.	Termésbábok, termések, magok jellegzetességei.
Téli	
Mi lesz a fából?	A fa felhasználása mindennapjainkban.
Erdei munkások.	Élet, munkavégzés az erdőn. Az erdei munka nehézségei.

Erdőgazdálkodás ismereti témakörök ÁLTALÁNOS ISKOLA		
Évszak	Témakör	Ismeretanyag, kulcsszavak, kulcsmondatok, üzenetek
<i>Első osztály</i>		
Tavaszi	Az erdő szerepe életünkben.	Ez erdő fontossága. Mire „jó” az erdő? Mi lenne, ha nem lenne erdő?
	Az erdész munkája: Új erdők létrehozása.	Erdőtelepítés, erdőfelújítás fontossága. Az erdőültetés gyakorlata.
Nyári	Erdei munkák tervezése.	A tervszerűség fontossága az erdei munkák során.
	Az erdész munkája: az erdőápolás.	Az erdővel való törődés szükségessége, a fiatal erdő segítése.
Őszi	Az erdész munkája: a fakitermelés	A fakitermelés, mint erdei aratás. A fakitermelés céljai, szükségessége. A munka folyamata, eszközei.
	Termékek, maggyűjtés.	Az erdei fák termései. A maggyűjtés a mesterséges erdőfelújítások, telepítések első lépése.
Téli	A fa felhasználása.	A faanyag sokoldalú hasznosítása. A fa felhasználásának előnyei, korlátai.
<i>Második osztály</i>		
Tavaszi	Erdővédelem fogalma.	Miért, mitől kell védeni az erdőt? Az erdővédelem egyszerűbb módszerei.
	”Az erdő fohásza” című vers.	A vers elemzése, megtanulása.
Nyári	Soproni erdők régen és ma.	Környezetünk erdeinek kialakulása, története.
	Facsemeték termesztése.	Csemetekertek sajátosságai, feladatai.
Őszi	Az erdő „emeletei”.	Az erdők színtettség, különféle erdőállományok szintjeinek elemzése, összehasonlítása.
	Talajlakó állatok.	Az erdei avar élővilága, szerepük, fontosságuk az erdő életében.
Téli	Az erdész munkája: A választékok, készletezés.	A kitermelt fa „további életének” meghatározója: a választékolás. Rönk, oszlop, papírfa, tűzifa, sarang, máglya fogalmának megismertetése.

Évszak	Témakör	Ismeretanyag, kulcsszavak, kulcsmondatok, üzenetek
Harmadik osztály		
Tavaszi	Vízparti társulások.	A vízpart sajátos növényzete, élővilága.
Nyár	Hegy-és dombvidék erdőtársulásai.	Hegy-dombvidéki fafajok.
	Erózió, véderdő.	Fogalmuk, jelentőségük. Erdőgazdálkodási sajátosságok a véderdőkben.
Ősz	Égtájak kitétsége, erdőtípusok.	Az erdőállományokat meghatározó tényezők.
	Erdőgazdasági térképek.	Az erdőgazdasági térképek sajátosságai. Az erdők felosztása erdőtag, részlet fogalma.
Tél	Az erdész munkája: A fa szállítása.	A kitermelt faanyag útja. Közéltés, kiszállítás, szállítás fogalma, különbsége, eszközei.
Negyedik osztály		
Tavaszi	Magyarország tájainak erdőképe.	A magyar tájegységek jellemző erdei.
	Tájegységek erdőgazdálkodása.	Erdőgazdálkodási különbségek különböző adottságú területeken.
Nyár	Őshonos és nem őshonos fafajok, erdők.	Őshonosság fogalma. Őshonos erdők jellemzői, élőviláguk.
Ősz	Sopron környéki erdők története.	A múlt tükröződése a mai erdőképben. (Lucfenyvesek, sarjerdők, elegyes erdők.)
	Szarvasbögés.	Az őszi erdő hangulata szarvasnásszal.
Tél	Téli vadetetés.	A vadvédelem formái. Vadgazdálkodás szükségessége.
Ötödik osztály		
Tavaszi	Talaj kialakulása, fejlődése	Talajképző kőzetek. A talajféleségek. A talaj és az erdőállományok összefüggése.
	Ártéri erdőtársulások	Az árterek erdőtársulásai. Őshonos, adventív fafajok az ártéren.
Nyár	Természetvédelmi területek, Nemzeti Parkok	Meghatározásuk, jellemzőik. Nemzeti Parkok feladata, szerepe.
	A talajtípusok, erdőtípusok	A talaj jelentősége az erdőgazdálkodásban. Erdőtípusok, változatosság.
Ősz	Különböző erdei élőhelyek	Az erdő, mint élőhely. Biológiai sokféleség különböző erdőállományokban.
	Apróvadás vadászat	Az apróvad fogalma, vadászati módjai.
Tél	Földtörténet erdők története	Erdők a különböző földtörténeti korszakokban.

Évszak	Témakör	Ismeretanyag, kulcsszavak, kulcsmondatok, üzenetek
Hatodik osztály		
Tavas	Erdei növények térhódítása: a szukcesszió	Az erdő megújuló, térfoglaló tulajdonsága
	Mesterséges létesítmények erdővé alakítása: a rekultiváció	A tájsebek gyógyítása erdővel.
Nyár	Az erdő élővilága	Erdei fajok, jellemzőik.
Ősz	Erdőtervezés, erdőfelügyelet	Erdőtervek fajtái, tervezés folyamata, az üzemterv. Az erdőfelügyelő szerepe.
Tél	Az erdőgazdálkodás szervezete	A magyar erdőgazdálkodási szervezetek felépítése. Erdészkerület, erdészet, erdőgazdaság. Erdésztechnikus, erdőmérnök munkája.
Hetedik osztály		
Tavas	Erdőrezervátumok	Szerepük, jellegzetességeik.
	Erdőgazdálkodás módszerei, lehetőségei	Természetközeli erdőgazdálkodás jellemzői.
Nyár	Fa szöveti felépítése, műszaki tulajdonságok	Faanyag szerkezete. A fafajok faszerkezet szerinti csoportosítása.
Ősz	Fafeldolgozás	A fa mint megújuló nyersanyag. A fafeldolgozás szintjei.
	Üzemtervezés	Az üzemterv készítés folyamata, elemei, jelentősége.
Tél	Erdészeti mérőműszerek	Geodéziai, dendrometriai alaplakások.
	Erdészeti gépek	Az erdei munkák gépesítésének eszközei.
Nyolcadik osztály		
Tavas	Természetvédelem-erdőgazdálkodás-vadászat	Az ágazatok kapcsolódási pontjai. Ellentétek, megoldásaik.
	Erdőgazdálkodás-ökológia	Ökológia alapú erdőgazdálkodás – fenntartható, tartamos gazdálkodás
Nyár	Parkerdőgazdálkodás	Parkerdő fogalma, kezelésének sajátosságai, közjólét
Ősz	Erdészeti képzés Magyarországon	Szakmai orientáció, iskolák, hagyományaink
Tél	Az erdész tevékenységköre (ismétlés)	

Erdőgazdálkodás ismereti témakörök KÖZÉPISKOLA	
Évszak	Témakör
<i>Első osztály</i>	
Tavaszi	A talaj és az erdő (termőhelyismeret)
	Az erdőtelepítés
Nyári	Erdőtervezés, erdőfelügyelet
	Az erdősítés ápolása
	Erdőtársulások
Őszi	Fakitermelés
	A természetes felújítás lehetőségei
Téli	A fafeldolgozás
	Vadgazdálkodási alapismeretek
<i>Második osztály</i>	
Tavaszi	Erdővédelem fogalma.
	Cseregetekerti munkák
Nyári	Tájtípusok erdői
	Erdőnevelés
	Erdőkárok
Őszi	Erdei faválasztékok
	Erdei melléktermékek
Téli	Az erdőgazdálkodás történeti formái
<i>Harmadik osztály</i>	
Tavaszi	Az erdőmérnökök munkája
	Az erdész feladatai
Nyári	Az erdő rendeltetése
	Az erózió, a véderdő fogalma
	Az erdőgazdálkodás és a természetvédelem kapcsolata
Őszi	A hegy-és dombvidék erdő-társulásai
	Az erdőgazdasági térképek
Téli	Az erdőgazdálkodás szervezetei
<i>Negyedik osztály</i>	
Tavaszi	Magyarország tájainak erdőképe
	A tájegységek erdőgazdálkodása
Nyári	Faültetvények, őshonos és idegen fafajok- erdők
Őszi	A Sopron környéki erdők története
	Vadgazdálkodás, vadászat.
Téli	A fa az ökológiában és a gazdálkodásban.

4. melléklet: Erdészeti Erdei Iskolák Jegyzéke

ÁLLAMI ERDŐGAZDASÁGOK ÁLTAL MŰKÖDTETETT ISKOLÁK

- Erdei Művelődés Háza Természet- és Erdővédelmi Tábor
Pilisi Parkerdő Rt. Visegrádi Erdészet
(Némedy Zoltán műszaki vezető, Békefi Andrásné, Györgyi)
- Fenyvespusztai Erdészeti Erdei Iskola
EGERERDŐ Rt., Bátonyterenyei Erdészet (Szabó Lajos)
- Szilvásvárad Erdészeti Erdei Iskola
EGERERDŐ Rt. Szilvásvárad Erdészet (Antal József)
- Mátrafüredi Erdészeti Erdei Iskola
EGERERDŐ Rt. Mátrafüredi Erdészet (Dudás Béla)
- Szilágyi Erdei Iskola
SEFAG Rt., Nagyatádi Erdészet (Göndöcs Rudolf), Rinyabesenyő
- Bagoly-vár Erdészeti Erdei Iskola
ÉSZAKERDŐ Rt., Varbó-Fónagyság (Rusz Béla)
- Bikk-makk Erdészeti Erdei Iskola
ÉSZAKERDŐ Rt. Répáshutai Erdészet (Rusz Béla)
- Borz-alom Erdészeti Erdei Iskola
ÉSZAKERDŐ Rt. Szin-SzelcepusztaErdészet (...)
- Csanyiki - Csemete Hátizsákos Erdészeti Erdei Iskola
ÉSZAKERDŐ Rt. MiskolcErdészet (...)
- Stájer-házi Erdészeti Erdei Oktatóközpont
Szombathelyi Erdészeti Rt. Szombathelyi Erdészeti Igazgatóság (Kun Margit)
- Turisztikai és Természetismereti Központ
Gyulaj Rt. Hőgyészi Erdészet (Gál László), Lengyel-Annafürdő
- Pákozd -Sukoró Arborétum Erdei Iskola
VADEX Rt. (Emmerlingné Köhler Marietta)
- Hubertusz Erdei Iskola
HM VERGA Rt., Kabhegyi Erdészet (Pintér Eszter, Hujber János)
- Balaton-felvidéki Erdei Iskola
Bakonyerdő Rt. Monostorapáti Erdészet (Farkas Zsuzsanna iskola vezető)
- Eszterházy Oktatási Központ (Tallós Pál tanösvény)
Bakonyerdő Rt. Pápai Erdészet (Kemendy Géza iskola vezető)
- Ravazdi Erdei Iskolai Oktatóközpont
KAEG Rt. Ravazdi Erdészet (Czimmermann Zsuzsanna)
- Kikerics Természetismereti Központ
MEFA Rt. Szigetvári Erdészet (..), Almamellék
- Árpádtetői Természetismereti Központ MókuSuli Erdei Iskola
MEFA Rt. Árpádtetői Erdészet (Adorján Rita), Árpádtető

Vackor Vár Erdei Iskola

KEFAG Rt. Kecskeméti Erdészet (Makra Zsuzsa), Kecskemét

Erdői Művelődés Háza

NEFAG Rt. Szolnoki Erdészet (Horváth Ernő), Szolnok

Erdészeti Tájékoztatói Központ Erdészeti Erdei Iskola

DALERD Rt. (Puskás Lajos), Gyula -Városerdő

Gemenci Erdei Iskola

GEMENC Rt. Vasúti Erdészet (Barabás Tibor erdészeti vezető)

KÖZÖS MŰKÖDTETÉSŰ ISKOLÁK

Diószegi Sámuel Erdei Művelődés Háza

Regionális Környezet- és Természetvédelmi Oktatóközpont

Nyírerdő Rt, Debrecen város, ...?(Csapóné Tábori Hajnalka)

CIVIL SZERVEZETEK, ALAPÍTVÁNYOK ÁLTAL MŰKÖDTETETT ISKOLÁK

Árnika Erdei Iskola Sopron (Szabó Miklós)

MAGÁNTULAJDONÚ ISKOLÁK

- Hajagi Erdei Iskola Dr. Péti Miklós
- Dósa Gyula Bt.
- Budakeszi Vadaspark Kht.
- Harangodi Erdei Iskola - Napkor
Napkori Erdőgazdák Szövetkezete

ÁLLAMI INTÉZMÉNYEK ISKOLÁI

Kaán Károly Természetismereti és Továbbképzési Központ

NYME EMK Erdészeti Múzeum - Varga Tamás igazgató

Mátrakeresztesi Erdei Iskola

Dózsa György Általános Iskola, Pásztó

NEM MŰKÖDTETNEK ISKOLÁT

- VÉRTES Rt.
- TAEG Rt. (alapítványa van)
- ZALAERDŐ Rt. (GÖCSEJ KINCSEI, AZ ERDŐ ÉS A FA kiállítás) Lenti Erdészeti
- HM Budapest
- HM Kaszó
- Mocz és Társa Magánerdészeti - készülében

5. melléklet: A kiértékelt kiadványok listája

	Kiadvány címe	Kiadó	Dátum
1	A Jeli Arborétum	Szomathelyi Erdészeti Rt.	2005
2	Szombathelyi Erdészeti Rt. (cégismertető)	Szombathelyi Erdészeti Rt.	2005
3	Vándorgyűlés programfüzet	Szombathelyi Erdészeti Rt.	2005
4	Erdei Művelődés Háza (cégismertető)	Pilisi Parkerdő Rt.	
5	"Muzsikál az erdő" Mátrai Művészeti Napok	Egererdő Rt.	2005
6	Cuha-völgyi pihenőpark és erdei tanösvény	Bakonyerdő Rt. (Bakonyszentlászlói Erdészet)	2002
7	Hajagi Erdei Tábor	Hajagi Véderdő Erdőbirtokossági Társulat	2002
8	A Ravazdi Erdei Iskola programja	Kisalföldi Erdészeti Rt.	1998
9	Varbói Erdei tanösvény	Északerdő Rt.	2005
10	Ciklámen Tanösvény	Soproni Erdőkért Környezetkultúra Alapítvány (Taeg Rt.)	2003
11	Turisztikai És Természetismereti Központ Lengyel-Annafürdő	"Gyulaj" Erdészeti és Vadászati Rt. (Hőgyészi Erdészet)	2002
12	Szilvásváradai Erdei Iskola	Egererdő Rt. (Szilvásváradai Erdészet)	
13	Erdei Művelődési Ház	Nefag Rt.	2002
14	Erdei Tájékoztatási Központ	Dalerd Rt.	2004
15	Gyulai Erdészet	Dalerd Rt.	2004
16	Körösvidéki Erdészet	Dalerd Rt.	2004
17	Ásotthalmi Erdészet	Dalerd Rt.	2004
18	Kisteleki Erdészet	Dalerd Rt.	2004
19	Szegedi Erdészet	Dalerd Rt.	2004
20	Mezőföld	VADEX Mezőföldi Rt.	
21	Erdőtelepítés, parképítés	VADEX Mezőföldi Rt.	
22	Erdőgazdálkodás	VADEX Mezőföldi Rt.	
23	Vadászat, üdülés (Tímár, Soponya, Vál, Fehérvárcsurgó)	VADEX Mezőföldi Rt.	
24	Gyöngyvirág Tanösvény	FM Erdészeti Hivatal	1996
26	Erdők a Bakonyban és a Balatonfelvidéken	Veszprémi Erdőtervezési Iroda, Veszprémi Erdőfelügyelőség	
27	Zalaerdő Rt. (cégismertető)	Zalaerdő Rt.	
28	Eger Erdészeti Rt. (cégismertető)	Egererdő Rt.	
29	Pilisi Parkerdő Részvénytársaság	Pilisi Parkerdő Rt.	
30	Park Forest for the People (angol nyelvű cégismertető)	Pilisi Parkerdő Rt.	

31	Nemzeti Erdőstratégia	FVM Erdészeti Hivatal, NYME EMK Erdővagyon- gazdálkodási Intézet	2002
32	Somogyi Erdészeti és Faipari Részvénytársaság	SEFAG Rt.	
33	Magyar erdők - A magyar erdőgazdálkodás	Ipoly Erdő Rt.	2005
34	Erdők Győr-Moson-Sopron megyében	ÁESZ Szombathelyi Igazgatóság	2002
35	Erdők Vas megyében	ÁESZ Szombathelyi Igazgatóság	2002
36	Így is lehet fát vágni (Budai -hegyég füzetek 2.)	Pilisi Parkerdő Rt., Duna- Ipoly Nemzeti Park, WWF Magyarország	2004
37	Vackor vár Erdei Iskola (cégismertető)	Kefag Rt. (Észak-Kiskunsági Erdészet)	2004
38	A monostorapáti erdészet bemutatása	Bakonyerdő Rt. (Monostorapáti Erdészet)	
39	Szentgotthárdi Erdészeti Igazgatóság	Szombathelyi Erdészeti Rt.	
40	A Kupi- erdő Tallós Pál tanösvény (Bakonyerdő-füzetek1.)	Bakonyerdő Rt.	2003
41	Sárvári Erdészeti Igazgatóság	Szombathelyi Erdészeti Rt.	
42	Szombathelyi Erdészeti Igazgatóság	Szombathelyi Erdészeti Rt.	
43	Vasvári Erdészeti Igazgatóság	Szombathelyi Erdészeti Rt.	
44	Az erdőgazdasági társaságok elmúlt 10 éve	ÁPV Rt.	2004
45	TAEG Rt. (cégismertető)	Taeg Rt.	
46	Erdőjáró (a Dalerd Rt. Tájékoztatói Központjának lapja)	Dalerd Rt.	
47	Marketingprogram az erdőgazdálkodás és a fából készült termékek társadalmi megítélésének jobbítására	A Szövetség az erdőkért, a jövőért program (FAGOSZ, OEE, TEOSZ)	
48	Délalföldi Erdészeti Tájékoztatói Központ	Dalerd Rt.	
49	Kecskeméti Arborétum	ÁESZ Kecskeméti Erdőfelügyelőség	1995
50	Erdei iskola - Erdei Művelődési Ház	Nefag Rt.	
51	Vöröskő-völgyi erdei tanösvény	Egererdő Rt. (Felsőtárkányi Erdészet)	
52	Sárcsikúti tanösvény	Verga Rt. (Kabhegyi Erdészet)	
53	Nagyvillámi Erdészeti Tanösvény (vezetőfüzet)	Pilisi Parkerdő Rt.(Visegrádi Erdészet-Erdei Művelődési Ház)	
54	Mogyoróhegyi Természetismereti Tanösvény (vezetőfüzet)	Pilisi Parkerdő Rt.(Visegrádi Erdészet-Erdei Művelődési Ház)	
55	Pisztráng tanösvény	Északerdő Rt.	
56	Útikalauz a Mókus tanösvényhez	Mecseki Erdészeti Rt.	
57	Erdők Baranyában és Tolnában	ÁESZ Pécsi Igazgatóság	
58	Erdei Művelődés Háza Természet-és Erdővédelmi tábor	Pilisi Parkerdő Rt.(Visegrádi Erdészet-Erdei Művelődési Ház)	
59	Stájer-házi Erdészeti Erdei Oktatóközpont	Szombathelyi Erdészeti Rt.	

6. melléklet: A kiértékelt weboldalak listája és az értékelési szempontok szerint elért értékek

Vizsgált honlap	Első benyomás (esztétikuma, vizuális megjelenése, esetleges animációk, Flash-ek)	Alkalmas-e az oldal a látogatók „széles-körű” megnyerésére	A főoldalon elhelyezett információk, képek üzenetértéke	A weboldal megjelenésének gyorsasága	A weboldalak szerkezete, átláthatósága, kezelhetősége	A weboldalak arculata, esztétikuma	Az oldalon elhelyezett információk strukturáltsága
www.bakonyerdo.hu	5	7	8	10	6	7	5
www.dalerd.hu	9	10	9	8	8	8	6
www.egererdo.hu	4	6	6	10	6	5	5
www.eszakerdo.hu	4	6	7	10	8	6	5
www.gemencrt.hu	8	8	7	8	8	8	6
www.gyulajrt.hu	8	8	6	8	8	9	8
www.bp-erdo.hu	7	6	6	8	8	7	6
www.kaszort.hu	5	6	4	8	8	6	5
www.ipolyerdo.hu	7	7	5	7	6	6	5
www.kaeg.hu	8	8	6	8	8	8	8
www.kefag.hu	9	9	9	6	8	8	6
www.mecsekerdo.hu	6	6	5	6	6	5	5
www.nefag.hu	5	6	4	8	4	5	4
www.nyirerdo.hu	6	5	4	8	6	6	8
www.parkerdo.giganet.hu	9	9	8	6	7	8	6
www.bp-erdeszeti.hu	9	9	9	8	9	8	8
www.sefag.hu	7	7	6	8	5	6	6
www.szherdeszeti.hu	8	8	7	8	8	7	7
www.taegrt.hu	6	7	4	8	7	5	5
www.vadex.hu	7	5	4	7	7	7	6
www.verteserdo.hu	8	8	5	8	8	7	7
www.zalaerdo.hu	8	7	5	7	5	6	5
www.aesz.hu	9	9	8	7	6	8	8
www.oee.hu	9	9	8	8	9	9	9
www.teach-net.hu/erti	9	9	6	8	8	8	8
www.forestpress.hu	8	9	8	8	8	8	8
www.erdeszetilapok.hu	8	8	4	8	7	8	8
www.erdostrategia.hu	9	9	9	9	9	9	9
www.aeszveszprem.t-online.hu/Valaszto.htm	10	9	9	9	9	10	9
Összesen	215	220	186	230	210	208	185
Átlag	7,7	7,9	6,6	8,2	7,5	7,4	6,6

Vizsgált honlap	A weboldalak üzenet tartalma, az üzenetek közvetítésének mikéntje	A weboldal képeinek, ábráinak értelmezhetősége, minősége	A weboldalak kategóriája (statikus, dinamikus, interaktív)	A weboldalak aktualitása	A weboldal látogatottságának regisztrálása, nagyságrendje	A weboldal képes-e „visszahívni” a látogatókat	Összesen
www.bakonyerdo.hu	6	6	6	5	4	5	80
www.dalerd.hu	6	8	8	6	8	8	102
www.egererdo.hu	5	5	5	5	4	5	71
www.eszakerdo.hu	5	5	4	4	4	4	72
www.gemencrt.hu	5	6	5	6	4	8	87
www.gyulajrt.hu	5	8	8	7	5	8	96
www.bp-erdo.hu	8	8	5	7	4	5	85
www.kaszort.hu	5	4	4	4	4	4	67
www.ipolyerdo.hu	5	4	4	5	4	5	70
www.kaeg.hu	5	8	8	8	4	8	95
www.kefag.hu	6	6	8	8	4	8	95
www.mecsekerdo.hu	4	6	7	7	4	8	75
www.nefag.hu	4	5	7	7	5	7	71
www.nyirerdo.hu	5	6	4	7	4	5	74
www.parkerdo.giganet.hu	7	7	9	9	5	9	99
www.bp-erdesztet.hu	9	8	8	8	5	9	107
www.sefag.hu	5	7	5	7	5	7	81
www.szherdesztet.hu	7	6	5	5	4	4	84
www.taegr.hu	5	6	4	4	4	4	69
www.vadex.hu	6	6	4	5	4	4	66
www.verteserdo.hu	5	7	6	6	5	7	87
www.zalaerdo.hu	4	5	5	6	4	5	72
www.aesz.hu	8	6	9	9	10	10	107
www.oe.hu	8	8	9	9	5	9	109
www.teach-net.hu/erti	6	6	6	8	8	8	98
www.forestpress.hu	7	6	8	9	8	9	104
www.erdesztetilapok.hu	5	7	9	9	7	9	97
www.erdostrategia.hu	9	9	6	8	5	9	109
www.aeszveszprem.t-online.hu/Valasztó.htm	9	9	8	8	7	8	114
Összesen	174	188	184	196	148	199	2543
Átlag	6,2	6,7	6,6	7,0	5,3	7,1	87,7

