

Nyugat-magyarországi Egyetem

Doktori értekezés tézisei

**AZ ÁLLAMI ERDŐGAZDÁLKODÁS KÖZÖNSÉGGKAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA
A PARKERDŐKÖN ÉS AZ ERDÉSZETI ERDEI ISKOLÁKON KERESZTÜL**

Varga Tamás

Sopron

2008

Nyugat-magyarországi Egyetem
Erdőmérnöki Kar

Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola
Doktori Iskola vezető: prof. Dr. Faragó Sándor egyetemi tanár

Erdővagyon-gazdálkodás program
mb. programvezető: prof. Dr. Lett Béla egyetemi tanár

Témavezetők:

DR. STARK MAGDOLNA
egyetemi docens

és

KOVÁTSNÉ DR. HABIL NÉMETH MÁRIA
főiskolai tanár

1. Az erdőgazdálkodási ágazat közönségkapcsolat fejlesztésének szükségessége, célkitűzések

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 a Magyar Nemzeti Vagyonkezelő Zrt. (MNV Zrt.) látja el, szigorú gazdasági követelményeket állítva az erdőgazdaságok felé. Az erdészeti szakmai tervezést, irányítást, felügyeletet, finanszírozást a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium Erdészeti Hivatala, 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 és 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 erdészet mint szakma meg- és elismertetésében, az ágazat támogatásának és érdekérvényesítő képességének növelésében.

A dolgozat az állami tulajdonú erdőgazdaságok, erdészeti szervezetek, kommunikációs tevékenységének – különös tekintettel a parkerdőkre és az erdészeti erdei iskolákra – elemzésével mutatja be az ágazat kezében lévő, kevésbé kihasznált közönség-kapcsolati lehetőségeket, azok formáit és tartalmát. A szerző kutatása során a következő kérdésekre kereste a 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?

2. Kutatási hipotézisek

Az erdőgazdálkodási ágazatot visszatérő és elhúzódó kommunikációs válság jellemzi.

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

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

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

A tudatformálás, nevelés leghatékonyabb színtere az iskola. Ezen a szintén az erdészeti erdei iskolákon keresztül, az erdőgazdálkodási közönségkapcsolatnak is számos lehetősége kínálkozhat.

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

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

3. A kutatás módszertana

Az erdőgazdálkodás és a társadalom kommunikációjának számos módja, színtere van. Ennek megfelelően a disszertáció több kutatási módszertani elemet is felhasznál. A kutatás formája értékelő kutatás, amely formatív és szummatív értékelést is tartalmaz. A kutatás kvalitatív jellegű.

Első lépésként deduktív kutatási módszer alkalmazásával a disszertáció készítője azt vizsgálta, hogy a public relations mely elemei jelentek, jelenhetnek meg az erdőgazdálkodási kommunikációban.

A kommunikáció szakma ide vonatkozó fejezeteinek áttanulmányozása után, kigyűjtötte az Erdészeti Lapokban az életre hívásától (1862) megjelent, az erdőgazdálkodás társadalmi kapcsolataival foglalkozó írásokat, híreket. Hasonló szempontból vizsgálta 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 tárta fel. Ebben a kutatási szakaszban a turisztikai történeti kiadványokat, az erdőgazdaságok történetét feldolgozó írásokat, könyveket és az interneten e témakörben fellelhető cikkeket dolgozta fel. A történeti rész utolsó fejezeteként az erdészeti erdei iskolák létrejöttének dokumentumai alapján mutatja be az iskolák megalakulásának kihatását az erdészeti kommunikációra.

A közelmúlt erdészeti kommunikációjának helyzetértékeléséhez a szerző összehasonlító elemzést végezett 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 végezte, 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 a disszertáció ötvenkilenc kiadvány elemzését tartalmazza a kommunikáció hatékonyságának szempontjából. A szerző több tényezőt vizsgált, a kivitelezés, a minőség, az esztétika, a szakmai tartalom témakörökben, amelyek meghatározók egy közönségkapcsolati kiadvány esetében.

Az internet használata ma a társadalom közel felének természetes, szinte napi szintű elfoglaltság. Az itt folyó pr-munka az e-pr rohamosan fejlődő területe a kommunikációnak. A szerző megvizsgálta az állami erdőgazdaságok honlapait, és néhány erdőgazdálkodással foglalkozó web oldalt (összesen 29 honlapot), mennyire felelnek meg az elektronikus kommunikáció alapvető szabályainak. Értékelő táblázatot szerkesztett, ahol külön elemezte a honlapok egyes oldalainak elemeit több szempont, (erdőgazdálkodási szakmai és az e-pr szabályai) szerint.

A kutatás teljesebbé tételéhez a dolgozat készítője kérdőívet szerkesztett, amelyeket az állami erdészeti részvénytársaságok töltöttek ki. A kérdőív három fő témában tartalmazott kérdéseket: az erdőgazdálkodási kommunikáció szervezése, a parkerdő tájékoztatási, üzemeltetési alapadatai, a cég által üzemeltetett erdészeti erdei iskolák üzemeltetési alapadatai.

A szerző a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium Erdészeti Főosztályának országos közjóléti leltára (2007) alapján a parkerdei eszközök összetételének, országos eloszlásának elemzésével vont le következtetéseket a kommunikációban való használhatóságukról.

A Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium által 2002-20006 között, támogatásként kifizetett éves parkerdő működési, beruházási pénzügyi keretszámaiból a disszertáns elemezte a támogatások éves eloszlását, belső szerkezetét és az adatokat összevetette az erdőgazdálkodók által a kérdőívekben megadott beruházási, üzemeltetési számokkal.

4. A kutatás eredményei, összefoglalás

A szerző az erdőgazdálkodás közönségkapcsolatának parkerdőkön és erdészeti erdei iskolákon keresztüli vizsgálatát 1999-ben kezdte 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.

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.

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 kommunikáció terén, ezért ebben a témában összehangolt, nagyléptékű fejlődésre van szükség. E téren 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 felmérésre adott válaszaiból 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 információkból megállapítható, hogy az erdőgazdaságok jóval nagyobb (kb. háromszoros) területű parkerdőt tartanak fenn, mint az elsődlegesen közjóléti rendeltetésű erdőterületek nagysága. A parkerdőkben rendkívül kevés olyan információs táblát találunk, amelyek bemutatják a parkerdő kezelőjét, az általuk végzett közcélú tevékenységeket.

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, 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).

A vizsgálatok során tapasztaltakat figyelembe véve a szerző ágazati pr-intézkedésekre tett javaslatot, amelynek legfőbb elemei:

- egységes ágazati pr-stratégia meghatározása,
- egységes kommunikáció arculati, tartalmi kidolgozása,
- intenzív belső pr-tevékenység,
- központi ágazati kommunikációs csoport létrehozása.

Végül megállapításra került, hogy jelen viszonyok között az erdőgazdálkodás közönségkapcsolati munkájának kitörési pontjai a parkerdők, az erdészeti erdei iskolák és a tematikus parkok lehetnek. Szervezett, rendszeres pr-programokkal e csatornákon széles tömegek érhetők el és állíthatók az erdő, az erdőgazdálkodás ügye mellé.

5. Tézisek

1. Az erdészettörténet erdőgazdálkodási közönségkapcsolati eseményeinek vizsgálatával a szerző feltárta, 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, az erdőgazdálkodás megítélésében.
2. Az erdészeti erdei iskolák vizsgálatával szerző kimutatta, hogy hosszú távon az erdei iskolák lehetnek az átfogó ágazati pr-tevékenység egyik 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 kidolgozásra került az óvodai, általános- és középiskolai korosztálynak az erdőgazdálkodás ismereti témakörök jegyzéke, az ismeretanyag meghatározásával.

3. A dolgozat készítője az erdőgazdálkodási kiadványok (59 kiadvány) részletes vizsgálatával több hiányosságot mutatott 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 (29 honlap) tételes elemzése során a szerző kimutatta, hogy az örvendetesen fejlődő erdészeti témájú weboldalak ellenére a társaságok 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 erdőgazdaságoktól beérkezett kérdőívek kiértékelésével és az országos közjóléti adattár elemzésével a szerző megállapította, hogy az erdőgazdaságok annak ellenére, hogy kommunikáció szempontjából kiemelt jelentőséget tulajdonítanak a parkerdőknek, a közvetett és közvetlen public relations értéküket nem használják ki. A magyar parkerdők látogatási adatait és a közjóléti leltár adatait összevetve kimutatta, hogy fajlagosan a legkisebb költségű és a legtöbb embert elérő erdőgazdálkodási közönségkapcsolati szinterek 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 vizsgálata kimutatta, 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, 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 a szerző megállapította: 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 eszközrendszert tekintve saját eszközeit vetíti az ágazatra. A kérdőívek kommunikáció szervezésre vonatkozó válaszaiból a szerző kimutatta, 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 a szerző megállapította, 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, kapcsolatán 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 pontok: az erdők környezetvédelmi szerepe (CO₂ megkötés), környezetvédelmi tanúsítás és benne kiemelten a fenntarthatóság, tartamosságon alapuló tanúsítás átfogó bevezetése és kommunikálása, az újszerű extrém igények erdészeti kommunikációra való felhasználása.
10. Az erdőgazdálkodási kommunikáció egyik nagy áttörése lehet az 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.

6. Javaslatok az ágazati pr-tevékenység fejlesztésére

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

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 témaköréhez. 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, a 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, aki kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkezik, a szakma szereplői által elismert és elfogadott erdőmérnök, egy fő profi kommunikációs szakember és egy kommunikációs asszisztens.

7. Publikációk:

Kiadványok, cikkek:

Varga T. (1996): Gondolatok a környezeti nevelésről. Erdészeti Lapok CXXXI. évf. 7-8 sz. 243. p.

Varga T. (2000): Az erdészeti erdei iskolák. Soproni újság 6. p Tanulmányi Erdőgazdaság Rt., Sopron

Varga T. (2002): Az erdő rendeltetései. Környezeti nevelés az erdőben. Könyvrészlet. Ökofórum Alapítvány, Budapest. p. 37-44

Varga T. (2004): Soproni erdők, soproni emberek. Erdészvilág Sopronban Könyvrészlet. Tanulmányi Erdőgazdaság Rt. Sopron. p. 5-9.

Varga T. (2004): Sopron az erdők ölelésében. Erdészvilág Sopronban Könyvrészlet. Tanulmányi Erdőgazdaság Rt. Sopron. p. 10-16.

Varga T. (2005) Az Erdészeti Múzeum: Erdő és fa régészete és néprajza. Konferenciakiadvány szerk. Gömöri J. Sopron. 28-30. p

Előadások:

Varga T. (1999): Erdei iskolák szerepe az oktatásban. Országos Logopédiai Napok konferencia, Sopron

Varga T. (1999): Az Erdészeti Erdei Iskolák. Országos Mezőgazdasági Konferencia, Budapest

Varga T. (2002): Az erdő értékei. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, KEFAG Rt. Bugaci Erdészet, Bugac, 2002. szeptember 23-28.

Varga T. (2003): Ember és erdő. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, Sarkadremete, Erdészeti Tájékoztatási Központ, 2003. szeptember 15-20.

Varga T. (2004): Famitológia, erdő és hiedelem. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, NYME EMK EVGI, Sopron 2004. október 11-16.

Varga T. (2004): Élő múzeum: az erdő. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, Paks, Paksi Főiskola, 2004. október 25-30.

Varga T. (2004): Az erdő funkciói. Környezeti nevelés az erdőben - Pedagógus továbbképzés Öko-Fórum Alapítvány, Sopron, Brennbergi Ifjúsági Tábor

Varga T. (2004): Erdészeti Erdei Iskolák Magyarországon. Környezeti nevelés az erdőben Pedagógus Továbbképzés Országos Találkozója Öko-Fórum Alapítvány Sopron, Erdészeti Múzeum

Varga T. (2005): Az erdőkép kialakulása. Környezeti nevelés az erdőben - Pedagógus továbbképzés Öko-Fórum Alapítvány, Sopron, Brennbergi Ifjúsági Tábor

Varga T. (2005): Erdő és játék. Környezetvédő pedagógusok találkozója Sopron.

Varga T. (2006): Az erdők védelme. Környezeti nevelés az erdőben Pedagógus Továbbképzés Öko-Fórum Alapítvány Sopron

Varga T. (2006): Élő múzeum: az erdő. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, Paks, Paksi Főiskola, 2006. április 24-29.

Varga T. (2007): Erdő-és múzeumpedagógia az Erdészeti Múzeumban. Múzeumpedagógiai ankét Sopron.

Varga T. (2008): Erdő a mindennapjainkban. „Környezetünk az erdő” akkreditált pedagógus továbbképzés, NYME EMK EVGI, Sopron 2008. október 16-22.