Biró A. Zoltán

DIGITÁLIS VAGY NEM DIGITÁLIS? IKT ESZKÖZÖK ÉS TARTALMAK A FIATAL GAZDÁK GYAKORLATÁBAN

1. Bevezetés

Az agrárium digitalizációjának térségi térnyerése kapcsán az egyik fontos elemzési és értelmezési feladat annak nyomon követése, hogy az agrárinnováció legfontosabb térségi szereplői – maguk az innovatív agrárvállalkozók – milyen módon, milyen mértékben, milyen gyakorlati feladatok megoldása érdekében alkalmaznak az agrárium digitalizációs folyamatához (AD) sorolható megoldásokat. Ehhez a témakörhöz kapcsolható célirányos vizsgálat a térségben eddig nem történt, azonban a PAHRU agrárinnovációs programsorozata korábbi moduljaiban (Biró – Magyar 2016) az interjúkészítések keretében – egyéb témák mellett – a digitális eszközök, eljárások és tartalmak használatával kapcsolatban is megfogalmaztunk kérdéseket. Az innovatív gazdálkodást folytató fiatal gazdák körében készített interjúsorozat keretében négy olyan tevékenységi forma kapott hangsúlyos szerepet (1. A tevékenység indítása, kezdeti információszerzés, 2. Szakmai ismeretszerzés, tanulás, 3. Kapcsolatépítés és kapcsolat menedzsment, 4. A saját tevékenység megjelenítése, piaci értékesítés, marketing) amelyek során az AD-hoz sorolható megoldások is szerepet kaphattak. Jelen kutatási program keretében az interjúanyagok másodelemzése révén azt vizsgáltuk, hogy az előbbiekben jelzett négy tevékenységi körben milyen arányban és milyen problémamegoldásokhoz kapcsoltan jelennek meg az AD-hoz sorolható megoldások és a más jellegű megoldások. Mind a négy tevékenységi körben nagyon szerephez jutnak azok a cselekvési formák, amelyeket a gazdálkodók IKT eszközök, technológiák és tartalmak igénybevétele nélkül végeznek, az AD-hoz sorolható megoldások száma és szerepe jóval kisebb. Az elemzés során ebbe a nem AD jellegű kontextusban mutatjuk be a digitális eszközök, technológiák és tartalmak megjelenését és funkcióját. Hangsúlyozzuk, hogy elemzésünk alanyai fiatal gazdák, akiknek tevékenysége – nem csupán a gazdál-

kodás tartalmát illetően – a térségre jellemző gazdálkodási gyakorlat égészéhez viszonyítva innovatív. Életkoruknál és tevékenységük újszerűségénél fogva ők lehetnek a leginkább nyitottak az AD-hoz sorolható megoldásokra, illetve az IKT kompetenciák tekintetében ennek a csoportnak a tagjai állnak közelebb az IKT eszközök és tartalmak gyakorlati alkalmazásához. Mivel ez a célcsoport a térségben egyelőre csak kis számban van jelen (a célcsoport jellemzését lásd: Biró 2016. 17-19), elemzésünk arról nyújt tájékoztatást, hogy az AD-hoz sorolható megoldások a leginkább innovatívnak nevezhető (innovatív agrártevékenység, fiatal életkor) gazdálkodók csoportjának gyakorlatában miként vannak jelen.

2. Módszertani szempontok

A 2016-os kutatási program keretében az innovatív gazdálkodást folytató fiatal gazdák körében 19 interjú készült. Az anyaggyűjtés során tíz témakörhöz kapcsoltan igyekeztünk feltérképezni az innovatív tevékenység indulását, tartalmát, a tevékenység társadalmi kontextusát, innovatív szerepét (Biró 2016. 30). A vizsgált témák körében négy olyan terület van, amelyek kapcsán az interjúalanyok IKT eszközök és tartalmak hasznosítását is említették:

- Milyen ösztönzők, információk, tapasztalatok alapján döntöttek az innovatív tevékenység indítása, kialakítása mellett.
- A működtetés során milyen forrásokat használnak szakmai ismeretek szerzésére, tanulásra.
- Hogyan és milyen kapcsolatokat alakítottak ki, illetve tartanak fenn a tevékenység jó működtetése érdekében.
- Miként oldják meg a saját tevékenység nyilvános megjelenítését, az értékesítést, milyen marketing eljárásokat építettek be a tevékenységükbe.

Az adatfelvétel során értelemszerűen nem kérdeztünk rá direkt módon az IKT eszközök és tartalmak használatára, mert az adatfelvétel célja az innovatív tevékenység egészének feltérképezése volt. Ezért minden olyan említésnek, amely a négy megjelölt tevékenységi körben IKT eszközök, eljárások vagy tartalmak használatára utal az AD-hoz kapcsolható megoldásokra vonatkozóan fontos üzenetértéke van, hiszen az interjúalanyok rákérdezés nélkül tartották fontosnak azt megemlíteni. Az interjúk másodlagos feldolgozása során kivonatoltuk a négy tevékenységi körhöz kapcsolódó kijelentéseket, és mennyiség, illetve funkció szempontjából összegeztük az AD-hoz nem sorolható, illetve sorolható eljárásokat. Elemzésünk

célja annak kimutatása, hogy annál az innovatív csoportnál, amely életkoránál fogva a leginkább lehet nyitott a digitális eszközöknek és tartalmaknak a saját gazdálkodói tevékenységbe való integrálására, az adott tevékenységi terület egészén belül az AD megoldások milyen arányban és milyen szerepkörben jelennek meg, a kiválasztott tevékenységi területen a digitális megoldások helye, szerepe mekkora az egyéb jellegű megoldások kontextusában. A térségi agrárinnovációs folyamattal kapcsolatos korábbi kutatási eredményeink alapján (Biró – Magyar 2017, 2018) azt vártuk, hogy (1.) a személyes jellegű, fizikai találkozásokon alapuló megoldásoknak, eljárásoknak lesz sokkal nagyobb szerepük, a digitális megoldások ott működnek ahol nincsen lehetőség fizikai kapcsolatra, (2.) a nem digitális megoldások gyakoribbak, rutinszerűbbek, rendszerezettebbek, míg a digitális megoldások inkább alkalmi jellegűek, véletlenszerűbbek lesznek.

Megítélésünk szerint mindez a térség jellegéből adódik, mert ebben a térségben a kapcsolatépítéshez és kapcsolatmenedzsmenthez tartozó kulturális minták – társadalomtörténeti hatások eredményeként – ma is a fizikai kontaktusra, személyes fizikai jelenlétre alapozó tevékenységformákat értékelik fel. Példa: szívesebben tanulnak tanfolyamon, mint Internetes oldalakon vagy digitális tananyagból. Magasabbra értékelik, hitelesebbnek és megbízhatóbbnak tartják a személyes tapasztalatot, mint a közvetített tudást vagy az előadás formájában közvetített szakmai tudást. Trendszerűen magasabbra értékelik az erős kapcsolatokat (nem jelent gondot, ha kevés van belőlük), mint a gyenge kapcsolatokat. Ez utóbbinak az a következménye, hogy a közvetlen fizikai környezeten kívüli kapcsolatokban az „erős kapcsolat" kialakításába ruháznak be (legyen kevés ilyen kapcsolat, de az biztos, „sajátnak tudott"). Fontos jellemző az is, hogy kevésbé bíznak az intézményes kapcsolatokban, ideértve a szolgáltatásokat is, és jobban bíznak a személyessé tett (antropomorfizált) hivatali, szakmai relációkba. Mindezek a társadalomtörténeti tényezők által alakított és ma is támogatott magatartások olyan kulturális patterneket működtetnek, amelyek korlátozzák a digitális megoldások elfogadását. A térségi agrárinnovációs folyamat további alakulása szempontjából fontos kérdés, hogy a leginkább innovatívnak nevezhető csoport mennyire tud vagy nem tud kilépni a fentiekben jelzett, jelentős társadalomtörténeti előzményekre alapozó térségi kulturális mintából? A digitális eszközök, eljárások, tartalmak a vizsgált vidéki térségben is egyre nagyobb mértékben beépülnek a mindennapi életvezetésbe, és az IKT eszközöknek ez a térnyerési folyamata minden bizonnyal jelentős nyomást gyakorol a vizsgált célcsoportra is. Nem utolsó sorban ösztönző hatást fejt ki ebbe az

irányba az innovatív agrártevékenység jellegének általános változása is. Az azonban továbbra is kérdés, hogy az IKT eszközök és tartalmak használatát szorgalmazó tényezők milyen mértékben tuják megváltoztatni azt a térségi gazdálkodási modellt, amely mögött a termelői tevékenység, az információszerzés és az ügyvitel, a tudásszerzés, a kapcsolatkezelés és a saját tevékenység társadalmi pozícionálása terén több évtized alatt állandósult kulturális pattern-ek állnak. Nem kétséges, hogy a digitális megoldások alkalmazását strukturálisan korlátozó vagy késleltető kulturális pattern-ek lebomlanak, háttérbe szorulnak, az azonban a térségi agrárinnovációs folyamat alakulása szempontjából nem mindegy, hogy mikor és milyen ütemben fog ez megtörténni. Az AD-hoz sorolható megoldások jelenlegi helyzetének ismerete fontos lehet mindazon szakmai, szakpolitikai megközelítések és programok számára, amelyek a térségi agrárinnovációs folyamat térnyerését ösztönözni vagy támogatni próbálják.

3. Elemzések

3.1. A tevékenység indítása[1]

A térségi innovatív agrárkezdeményezések alapvető jellemzője az, hogy az önfenntartó családi gazdálkodási szemlélethez és gyakorlathoz viszonyítva nevezhetők innovatívnak. A kezdeményezők „valami mást" szeretnének elindítani, mint ami a térségre eddig jellemző volt, ugyanakkor arra is törekednek, hogy „másként" működjenek, mint az önfenntartó családi gazdasági modell fenntartói. Erre a másságra (akár a tevékenység tartalmáról, akár annak módjáról legyen is szó) a közvetlen családi vagy lokális környezet nem kínál kiindulópontokat, ösztönző vagy támogató elemeket. Majdnem minden vállalkozó megjegyzi, hogy a családi tapasztalat (mezőgazdasági termelési gyakorlat), örökség (földterület, gazdasági épületek) stb. fontos volt számára, ez azonban csak az indulási feltételek egyik részét képezte, és nem volt benne innovatív elem. Innovációs ösztönzéseket a családon, lokális közösségen vagy a térségen kívüli forrásokból kaptak. Ilyen ösztönzésekre, követhető modellekre elvben széleskörű lehetőséget kínálhatna az internet, a nyomtatott vagy az elektronikus média, azonban a vizsgált célcsoport esetében azt tapasztalhatjuk, hogy az IKT alapú lehetőségek szerepe nagyon csekély. Az ösztönző tényezőkkel való találkozás kétféle felülethez kapcsolható. Az első és a

[1] A vállakozás indítását meghatározó tényezőkről Kovács Judit-Tünde készített elemzést (Kovács 2017).

fontosabb a külföldi agrárjellegű tapasztalat. Ennek több formája is előfordul. A gyakoribb eset az, hogy külföldön valamilyen agrárjellegű munkakörben dolgoztak, és itt szereztek olyan tapasztalatokat, amelyek nyomán hazatérve újszerű tevékenységbe fogtak. Emellett a szervezett, csoportos tapasztalatcserén való részvétel is említést kapott. Nem ritka ugyanakkor alkalmi jellegű, az esetek többségében véletlenszerű egyéni tapasztalat ösztönző hatása sem. A külföldi (elsősorban svájci, magyarországi, ausztriai) tapasztalatok mellett helyet kapnak az ösztönző tényezők között a székelyföldi térségen kívüli romániai tapasztalatok, illetve a térségen belüli innovatív kezdeményezésekkel való személyes találkozások is. Talán kissé egyszerűsítve azt lehetne mondani, hogy a külföldi hatások a vállalkozói ötletek megszületésében játszanak nagyobb szerepet, a romániai vagy a térségen belüli kezdeményezések megismerése már a tényleges, a gyakorlati kivitelezés módozatainak kialakításában hasznos.

Az ösztönző szerepet játszó hatások számbavétele mellett azonban érdemes felfigyelni arra is, hogy a térségi innovatív szereplők milyen módon oldják meg a tájékozódást. Az ösztönző tényezők említésekor szinte kivétel nélkül jelzik azt, hogy valamilyen személyesebb, sok esetben ismerősi/baráti kapcsolat képezte a keretet a vállalkozásra ösztönző információval, tapasztalattal való találkozáshoz. Olyan esetekben pedig, amelyekben a kapcsolati keret nem volt személyes, baráti, bizalmas jellegű, akkor többszöri utazással vagy találkozással igyekeztek személyessé, bizalmassá tenni a kapcsolatot. Jellegzetes példákra utalnak az alábbi szövegrészek:

> *„A férjem … több helyen is járt, megnézett más halastavakat. Brassóban is vannak ismerősei, akik ezzel foglalkoztak. Oda elment, megnézte ez hogy működik, és ő is megcsinálta, ahogy látta ott és gondolta vagy megcsináltatta, s aztán fejlesztette a tenyészetet…"*

> *„Egy ismerősnél volt pár tő ribizli, és csinált belőle bort. Rájöttünk, hogy ez milyen jó dolog, és lehet szörpöt is készíteni belőle. Utána néztünk, megérdeklődtük. Az érdeklődés folyamán rájöttünk arra, hogy nem is annyira nehéz, mert eléggé jól bírja akár a hideget, akár a meleget. A szárazságot is bírja. Inkább ennek fogtunk, mint a pityókatermesztésnek. Ez így alakult ki. … Az egyik fajta Magyarországról van, a másik is Magyarországról származik, de itteni termelő már kipróbálta, és tőle kaptuk. A harmadikat egy Brassó melletti kertészetből vettük…"*

„Egy barát, egy ismerős ajánlotta, aki már 8 éve foglalkozik ezzel. Tőle kaptuk az információkat. Elmentünk megnézni az ültetvényt, és ott kaptunk kedvet, mikor láttuk, hogy működik. Ő is egyszer a kertben kezdte, aztán megvette a szomszéd kertjét, aztán a másik szomszéd kertjét. Láttuk a folyamatot, és rájöttünk, hogy ezt mi is meg tudjuk csinálni…"

Az „ismerős" szerepének hangsúlyozása nem csupán azt jelzi, hogy a térségi szereplők sajátos kulturális pattern-ek mentén szervezik és működtetik a maguk számára fontos kapcsolatokat, hanem arra is magyarázatot kínálnak, hogy – ilyen kapcsolatépítési, kapcsolatmenedzsment gyakorlat mellett – miért kapnak kisebb szerepet az innovációk ösztönzésében a digitális felületek és tartalmak. Ez utóbbiakat ugyanis nem lehet, vagy sokkal nehezebb az „ismerős személyes kapcsolat" kontextusába belehelyezni. Nem véletlen, hogy egyetlen interjúalany sem említ elsődleges, meghatározó hatásként digitális felületet, médiaanyagot. A biztató ötlet, az ösztönző információ megszerzése tekintetében a személyes jellegű ismeretszerzés dominál.

A digitális felületek és tartalmak szerepe ebben a vonatkozásban egyfelől alkalmi jellegű, másfelől pedig komplementer funkciója van. Az alkalmi megnevezéssel arra kívánunk utalni, hogy a tevékenység indításával kapcsolatos ösztönző tényezők között a digitális információk csak kevés esetben kerülnek említésre, és akkor sem minősítik fontosnak, meghatározó jellegűnek. A komplementer jelleg arra vonatkozik, hogy a digitális felületeket kiegészítő, ellenőrző jellegű információk szerzésére használják olyan esetekben, amikor más jellegű (alapvetően személyes tapasztalatszerzésen alapuló) hatások eredményeként elkezdenek komolyabban foglalkozni az innovatív kezdeményezés tervezésével vagy kivitelezésével.

„Aztán utána olvasgattam interneten és utána jártam, elérhetőségeket kerestem, akik foglalkoztak ilyennel, s akinek már van, s akik már régebb foglalkoznak ilyen mezőgazdasággal, s pályázatokkal. Azoktól jött az ötlet, de legfőképp innen a községből, a helyi egyesülettől…"

Magától adódik a kérdés, hogy az agrárjellegű ismeretek és innovációk egyébként nagyon gazdag, tartalmas digitális kínálata miért nem jelent ösztönző tényezőt a térségi agrárinnováció szereplői számára? A kérdés indokolt, hiszen ezek a térségi szereplők valóban változtatni próbálnak a térségre általánosan jellemző családi gazdálkodási gyakorlaton, ehhez a változtatáshoz a közvetlen térségi környezet nem kínál ösztönző elemeket, ugyanakkor a digitális eszközök és

felületek bárki számára könnyen és költségmentesen elérhetőek. A válaszhoz három tényezőre szeretnénk felhívni a figyelmet:

a.

A térségi agrárszereplőkhöz számottevő mennyiségben és rendszeresen nem jutnak el azok az ismeretterjesztő, ágazati-szakmai, reklámjellegű kiadványok és műsorok, amelyek az ismeretterjesztést és az agrártevékenységben érintett cégek reklámanyagait látványosan, hatásosan kombinálják, és amelyek az agrártevékenységek minden területén erőteljesen ösztönzik a változást, a műszaki-technológiai beruházásokat. Ennek elsődleges oka nyilván az, hogy a térségi agrártermelők többsége családi léptékű tevékenységet folytat, nem célcsoport a korszerű gépeket, termelési vagy feldolgozási technológiákat kínáló szolgáltatók számára. Hasonló a helyzet a rendkívül gazdag internet alapú kínálattal is, amelyről a térségi termelőknek – térségi ismeretterjesztő hálózat és gyakorlat híján – vagy nincsen tudomásuk, vagy pedig a szakmai-tájékoztató anyagok profizmusát érzékelve a kínálatot nem tartják a maguk számára relevánsnak. Mindez tulajdonképpen azt jelenti, hogy az agrárium fejlesztéséhez kapcsolódó, a fejlesztést ösztönző üzleti jellegű vagy szakmai információk, tudáscsomagok, eszköz és technológia kínálatok halmaza a térségi szereplők számára nem jelenik meg, nem működik kínálatként. Következésképpen ösztönző tényezőként sem.

b.

Az Internet alapú tájékozódás gyakorlata ebben a kontextusban érdekes módon megfordul: a gazdag tartalmi kínálatban való keresés/tájékozódás, válogatás helyett az eseti, alkalmi, véletlenszerű megoldás keresési gyakorlat kerül előtérbe, amely a digitális információs kínálatot csak rendkívül szűk szegmensben, mintegy véletlenszerűen hasznosítja. Egyéni, egyedi helyzetek megoldásához járulhat hozzá, ami a maga során nyilván hasznos, de nincsen ösztönző funkciója.

c.

Nem utolsó sorban számításba kell venni azt, hogy a digitális kultúra jelenlegi térségi szintje mellett a térségi szereplők nem tudják megoldani a digitális információk bizalmas kapcsolati keretbe helyezésének feladatát, ezért a fizikai találkozásokat, a valós személyes tapasztalatokat helyezik előtérbe a digitális világ által kínált információszerzési, kapcsolatépítési megoldásokkal szemben. A digitális felületek,

információk, kapcsolati módok fontosak, de csupán kiegészítő, pontosító, bővítő jellegűek.

A fenti észrevételek arra utalnak, hogy a vizsgált térségben a digitális eszközök és tartalmak minimális szerepet játszanak az innovatív agrárvállalkozások tervezésének, indulásának ösztönzésében. Ugyanakkor fontos módszertani szempontokat kínálhatnak azoknak a fejlesztéspolitikai vagy szakpolitikai programoknak a számára, amelyek ebben a térségben az innovatív agrárszereplők vagy agrárkezdeményezések számát gyarapítani kívánják, illetve az agrárinnováció térségi folyamatának társadalmi elfogadtatására törekednek.

3.2.Szakmai ismeretszerzés, tanulás

A vizsgálatba bevont agrárkezdeményezések a saját környezetükhöz képest innovatívak, ezért nem csupán az induláskor, hanem a későbbi működés során is szükség van olyan szakmai ismereteke, tudásra, amelyet a saját környezetben domináns önfenntartó gazdálkodási modell nem tud kínálni. A szakmai ismeretszerzés forrása lehet valamilyen tanfolyam vagy egyéb szakképzési (felnőttképzési) program, külföldön szerzett személyes tapasztalat, a térségben hasonló tevékenységet folytató vállalkozóval kialakított kapcsolat, a térségben kialakított szakmai egyesületben való részvétel, illetve az agrárinnovációval kapcsolatos ismeretek széleskörű és gazdag digitális kínálata. A következőkben az interjúkban megfogalmazott állítások alapján ismertetjük az egyes tudásszerzési módozatok súlyát és funkcióját. Az interjúkészítés során direkt módon kérdeztünk rá a tudásszerzési módozatokra, a 19 interjúalannyal rögzített teljes szövegkorpuszban 36 szövegrész foglalkozik a tudásszerzés forrásainak vagy módozatainak a konkrét megjelölésével.

a. Formalizált képzések

A vizsgált célcsoportra a szakirányú alapképzés nem jellemző, a vállalkozók egy esetben említettek olyan középfokú, illetve két esetben felsőfokú szakmai képesítést, amelyet az agrártevékenység elindítása előtt szereztek. A tudásszerzéssel kapcsolatos szövegek nagyobb része (15 szöveg) a térségben elérhető tanfolyamokon, képzési programokon való részvétellel kapcsolatos. A képzési programokon való részvétel indoklása többféle, említik a részvétel kötelező jellegét (szükség volt a képzésre a pályázathoz), a próbálkozás jellegű kíváncsiságot, illetve a programszerű tudásszerzési törekvést is. A képzési programok tartalmával, hasznosságával kapcsolatos értékelésekben mindig van pozitív elem, az azonban nagyon ritkán

fordul elő, hogy a képzési tartalmat a saját tevékenység működtetésével szorosabb összefüggésbe hozzák.

> *„Voltam kétszer tanfolyamra a megyeházánál, mert kérték, meg kellett legyen a tanfolyam, de viszont jó volt, szerintem hasznos volt, ilyen-olyan információkat lehetett gyűjteni."*
>
> *„Tanfolyamokon vettem részt. Ezek ilyen mezőgazdasági témájú tanfolyamok voltak, növénytermesztés, állattenyésztés. Úgy gondolom hasznos volt, hogy elmentem. Tanultunk újabb dolgokat, hogy hogyan jobb termelni, hogy kijövedelmezőbb. Mindig lehet valami újat elsajátítani. Ha ezzel nem foglalkozol, akkor nem tudsz fejlődni, s előre haladni."*
>
> *„Voltam továbbképzésen is tavaly. A LEADER által vettem részt, egy-két hetet, tizennégy-tizenöt napot, de az úgy be volt osztva, hogy mentünk két hetet egymás után, s akkor szünet, s két nap, s megint szünet. Az alapoktól átvettünk mindent."*
>
> *„Erre a méhész tanfolyamra csak úgy eljöttünk, mert voltunk a bio tanfolyamra is, és ott mondták, hogy lesz méhész tanfolyam is, s a férjem mondta, hogy jöjjünk el erre is."*
>
> *„Tudtunk mi is alapból dolgokat, de tanultunk a bio tanfolyamon is, ezen a méhész tanfolyamon is, de tapasztalat kell ahhoz, hogy működjenek a dolgok, mindenhez kell. Érteni kell hozzá egy kicsit, és oda is kell figyelni. Szeretni kell, akarni kell, másképp nem működik. Jártam még egy számítógépkezelői tanfolyamra, mert az is fontos most már ugye. Az ingyenes volt, mert az egy pályázaton belül volt. Még ételt is adtak, elvittek Szebenbe egy három napos kirándulásra. Ott is elég sok mindent tanultunk, még új embereket ismertünk meg, ez is hasznos volt."*

A fenti szövegrészek szemléletesen jelzik, hogy a képzési programokon (mint formalizált, intézményesített tanulási alkalmakon) való részvétel ambivalens jellegű. Jó ha van, „lehet valamit tanulni", „mindig hall az ember valami hasznosat" stb., de az így szerzett tudásanyag és a saját tevékenység közti átfedés strukturálisan kismértékű. Ez részben adódhat abból, hogy ezeknek a képzési programoknak az anyaga és módszertana külföldi mintákat követ (vagy a képzési anyag csak átvett külföldi anyag, nem kevés esetben külföldi szakemberek is tartják), a képzési tartalmakat más országok jogi-adminisztratív-szakmai kontextusában alakították ki, ezért a térségben folytatott tevékenységek számára csak kisebb-nagyobb részleteket lehet belőle hasznosítani. De adódhat az ambivalens jelleg abból is, hogy a térségi szereplők távolságtartóak a formalizált képzési formákkal szemben, elsősorban azok újszerűsége, legitimitás hiánya okán. De távolságtartási attitűdöket alakít ki a képzéseken való részvétel kötelező jellege is. Összességében azt látjuk, hogy a formalizált keretekben történő térségi tudásterjesztés szerepe mennyiségi szempontból

jelentős, funkció szempontjából azonban ennek a tudásátadási formának egyelőre részleges hatása van. Opcionális kínálatként működik, amelyből a résztvevők a saját elképzeléseik, igényeik szerint választanak ki részinformációkat, de nem alakult ki egyelőre a tudásátadás olyan térségi formalizált gyakorlata, amely a saját tevékenységbe strukturálisan beilleszthető, a saját tevékenység tartalmát, működését meghatározó tudás anyagok (pl. technológiai folyamatok) átvételére kínálna módot.

Nem utolsó sorban pedig a formalizált tudásszerzési alkalmak ambivalens megítélést támogatja az a térségi beállítódás is, amely a tudásszerzés személyes módozatait a formalizált programok elé helyezi.

b. A tudásszerzés egyéni módozatai

Az innovatív kezdeményezés működtetéséhez szükséges szakmai tudás megszerzésének másik fontos módozata a formalizált tudásszerzés ellenpólusa, a személyes tapasztalathoz és személyes kapcsolatokhoz köthető ismeretszerzési gyakorlat. Az ilyen jellegű gyakorlatra utaló 20 szövegrészből hétben külföldi forrást jelöltek meg az interjúalanyok, 13 esetben pedig térségi személyes kapcsolatra vagy személyes tapasztalatszerzésre utalnak. A külföldi tapasztalatszerzésre jellemző a sokféle tevékenység kipróbálása, valamint a hosszabb időtartamú vagy az időszakosan ismétlődő külföldi munkavégzés.

> *„Az alapvető kiindulópont az volt, amit külföldön tanultam meg, mert ha akarod tartani a lépést, akkor muszáj követni a külföldi módszereket, az európai normákat…"*
>
> *„Mindenféle munkát végeztem attól függően, hogy hol milyen munka volt. Németországban mezőgazdaságban dolgoztam, Svájcban is, csak ott növénytermesztés és gyümölcstermesztés volt. Angliában lófarmon voltam mindenes, kellett minden csinálni a sofőrködéstől a kertészkedésig."*
>
> *„…mezőgazdaságban dolgoztam külföldön, legtöbbet Németországban, 5-6 éven keresztül jártam kétszer-háromszor havonta."*

Ezek a személyes tapasztalatszerzési formák nem kapcsolódtak a később indítandó saját vállalkozáshoz, tartalmukban sokfélék. Megítélésük pozitív abban az értelemben, hogy az interjúalanyok a személyes tudásuk gyarapodásaként értelmezik a tapasztalatokat, és ezt az itthoni környezethez viszonyítva személyes többletként kezelik.

A külföldön szerzett személyes tapasztalok kétféle módon hatottak az itthoni kezdeményezésre. Egyfelől általános jellegű ösztönző, támogató kontextusként, másfelől pedig konkrét referenciapontként abban az értelemben, hogy az itthoni

tevékenység végzése során a külföldi tapasztalat egyik vagy másik konkrét elemét igazoló hivatkozásként hasznosítják. Ami minden szövegben hangsúlyt kap a tapasztalatszerzés személyes jellegének kiemelése.

Hasonló jellemzőkkel írhatók le a térségi személyekhez vagy tapasztalatszerzési helyzetekhez kapcsolódó ismeretszerzési, tanulási alkalmak is. Tartalmi szempontból a tudásszerzés térségi formái is sokfélék, ezek két alapvető modellbe rendeződnek: az egyikben tapasztalatszerzési helyzetre, eseményre utalnak a szövegek, a másikban egyediesített, személyessé tett tudásszerzési kapcsolatra valamilyen szakemberrel. Arra a kérdésre, hogy honnan szerzi a tevékenység működtetéséhez szükséges tudást, szakmai információkat a jellegzetes válaszok a következők:

„Sokat érdeklődtük, mert most már elég sokan foglalkoznak ilyennel, és olyanoktól, akik még régebbről foglalkoznak ezzel…"

(Honnan fogod beszerezni a további információkat?) „Inkább spontán módon…"

„Amikor elkezdtük mi egyszer kiolvastunk két könyvet, hogy tényleg mit kell csinálni."

„Meg kell próbálni mindenfelőlről információkat szerezni, aztán mindenki próbálkozik, és vagy összejön, vagy nem…"

„Az egyesület elnökének megnéztük a méhészetét, ott láttam, hogy ő hogy csinálja…"

„Más gazdáktól is szoktam informálódni, amikor ilyen tanfolyamokon vagyunk, vagy valamilyen összejövetel van, gyűlés vagy ilyesmi. Ugye olyankor az ember beszélget, s tapasztalatcserék történnek.

„…s ha elakadunk valamivel, akkor tájékozódunk..."

A szakemberektől való tanulás mintázataira az alábbi szövegrészletek utalnak:

„Felfogadtunk egy fiatal kertészmérnököt, és akkor ő tervezte meg az ültetvényt. Ő ajánlotta honnan vegyük ribizli töveket, elmondott több lehetőséget. Ezt ő tervezte meg, mi csak asszisztáltunk. Ő segített az ültetvénynek a kialakításában, az ültetésnél…."

„Mondjuk itt az állatorvosok ha jönnek, egyfolytában kérdezek, s jegyzetelek, hogy tudjam, hogy mit kell csinálni…"

„Fontos tanácsot kérni szakembertől, ugyanakkor fontos, hogy nem csak egy szakember legyen megkérdezve, és akinek van erre ambíciója, és legyen, az járjon utána egy kicsit."

„… mindig ott voltam, valahányszor az állatorvos kijött, elmondják, hogy mit hogy kell csinálni. Egyszerűen csak megjegyzem a dolgokat. Nem jártam idáig tanfolyamokra…"

„Ha betegség, állategészségügyi gond merül fel, akkor állatorvoshoz fordulunk, egyéb nincs, amit ne tudnánk mi megoldani. Az a tudásunk, ami van most elég, ennél több nem szükséges."

Egy interjúrészlet, amely a formalizált és a személyes tudásszerzés viszonyát is jelzi:

> *„Voltam tanfolyamokon is. Részt vettem sajtkészítő tanfolyamon. A pályázat kapcsán is volt kötelező tanfolyam, amire el kellett menni. Azok is mind hasznosak voltak. De inkább nem ezekből informálódtam, hanem ismerősöktől, szomszédoktól, akik itt ezzel foglalkoznak. Érdeklődtem állatorvostól is, szóval mindenkitől, akitől lehetett. Csak kell kérdezni, s akkor lehet információt szerezni. A tanfolyamok inkább azért voltak jók, mert ötleteket adtak, amelyek még nem feltétlenül valósultak meg, viszont a fejemben megvannak, s aztán majd valamikor gyakorlatba lehet ültetni őket. Ilyen a biogazdálkodás például. És tanultam is új dolgokat is, de a leginkább az ötletek miatt volt hasznos…"*

A vállalkozás működéséhez kapcsolódó tudásszerzési gyakorlat kapcsán két fontos megjegyzést lehet tenni:

- A tudásszerzés hangsúlyozott személyessé tétele nem csupán a személyes birtoklás és a személyes gazdagodás (tudásnövelés) jelzése, hanem annak igazolása is, hogy az így megszerzett tudáselem hiteles. A tudásszerzési helyzettel (személyes tapasztalatot lehetővé tevő helyzet) vagy a tudást hordozó személlyel való egyedi és bizalmas viszony egyszerre termel személyes tulajdont (tudás, ami csak az enyém) és hitelességet. Ez a két komponens igazolja a megszerzett tudáselemnek a saját gyakorlatba való beépítését. Az interjúszövegek vagy ennek a gyakorlatnak a sikeres voltára utalnak (megszerzett tudás) vagy a törekvésre, hogy a tudásszerzési ilyen módozata kialakuljon.
- A személyes tapasztalatszerzés vagy a szakemberrel kialakított kapcsolat személyessé, bizalmassá tétele mindig valamilyen probléma megoldására irányul. A megszerzett tudás nem a tevékenység egészére vonatkozik, nem olyan tudás, amely átrendezi a saját tevékenységet, hanem a tevékenység folyamatában felbukkant (vagy nagy valószínűséggel felbukkanó) problémák helyzeti kezelésére irányul. A megszerzett tudás olyan „rész" ami beépíthető a tevékenységbe, mint „egészbe", és ez a beépítés rendszerint korrekciós, problémamegoldó jellegű. Tudásszerzés alatt célirányos, koncentrált tevékenységet kell ez esetben érteni, amely folyamatát és tartalmát tekintve teljesen más jellegű, mint a tanfolyamszerű formalizált tudásszerzés. Funkcióját tekintve emlékeztet a szaktanácsadás

igénybevételére, azonban ez a térségi tudásszerzési gyakorlat a vállalkozók saját, egyediesített tevékenysége, amelynek során a megszerzett tudás nem csupán a tevékenységükbe illeszkedik bele, hanem személyes identitásukba is.

c. Digitális eszközök és felületek, média

Témánk szempontjából a fontos kérdés az, hogy a tudásszerzés fentiekben bemutatott két domináns térségi formája (tanfolyamok, formalizált keretben, illetve egyediesített személyes tudásszerzés) milyen teret ad (még pontosabban: mennyit teret hagy) a médiafelületek és az IKT felületek által kínált tudásszerzési lehetőségeknek, gyakorlatoknak. Az előző elemzési pontokban elmondottak alapján arra számíthatunk, hogy keveset.

(Tájékozódtok az ***Internetről?****)* *„Az elején mindenképp a borcsinálást is, és a szörpcsinálást is. Nagyon sok féle van. De aztán csak visszatértünk a gyökerekhez és úgy döntöttünk, hogy azt, amit mostanig is tudtunk, azt fogjuk csinálni, mert az úgy lesz jó. De utánanéztünk, hogy esetleg más, hogy csinálja."*

(Honnan szerzel új ismereteket?) „Szerzek kollégáktól, tehát más gazdálkodóktól sok információt. Egymás között megosztjuk a problémákat, tapasztalatokat. Én azt szoktam mondani, hogy jobb más kárán tanulni, mint a sajátomon. Ezen felül járunk képzésekre is, ilyen-olyan mezőgazdasági felkészítőkre. Jelenleg is járok ondózó tanfolyamra, szaporítás terén próbálok ismereteket szerezni. Mindezek mellett könyvekből és internetről is tanulok…"

„Voltam valamikor régen egy gazda tanfolyamra, ott is szereztem, és a nyáron voltam képzésen, amit a (…) szervezet csinált, az is nagyon jó volt. De más méhészektől is szoktam érdeklődni. Van egy A…i bácsi, akihez jártam, hogy el tudjak lesni ezt-azt tőle. Mindezek mellett sokat olvastam méhész könyveket, és ***internetről*** *is olvastam, amit lehetett, folyóiratokat. „*

„Megvannak a források, ***internet****, szakemberek, szakkönyvek, úgy gondolom, hogy nem szabad csak egy forrásra támaszkodni…"*

„Véleménycserére is sor kerül bemutatkozás során, és eléggé sok tapasztalatot lehet szerezni. Az új területekről, kormányhatározatokról, sok mindenről lehet értesülni ott, amiket magyar nyelvre lefordítanak. ***Ha a médiából értesülsz dolgokról, akkor az román nyelven van, és nem biztos, hogy megérted, vagy jól értelmezed****."*

(Honnan lehetett beszerezni a gépeket?)" Külföldről. Vannak gépek, amelyeket külföld gyártott, de vannak kirendeltségek, méhész üzletek. ***Vannak lapok, interneten…***

most millió egy módja van annak, hogy kapcsolatba kerüljünk a gyártókkal.”

(Igényel-e valamilyen tudtást ezeknek az új technológiai eszközöknek a használata?) „ Percek alatt el lehet sajátítani. ***Számítógépes vezérléssel működik, be lehet programozni, van egy minimális számítógép rajta, de ebben a világban ez már nem egy kihívás. Fél óra-óra alatt el lehet sajátítani ezt a tudást****.”*

A szövegrészek egyértelműen jelzik, hogy a vizsgált célcsoport a médiafelületeket és a digitális felületeket csak kismértékben használja tudásszerzésre. A székelyföldi térségben végzett korábbi programjaink tapasztalatai alapján azt mondhatjuk, hogy az innovatív agrárvállalkozások működtetői között vannak olyanok, akik a digitális eszközöket és felületeket nagymértékben igénybe veszik, de számuk elenyésző. Természetesen, ha az interjúkészítés során kizárólag a médiafelületek és a digitális felületek használatának mennyiségére és módozataira koncentrálunk, akkor nagyobb mennyiségű és változatosabb használat fog mutatkozni. Fejlesztéspolitikai szempontból azonban a fontosabb kérdés nem a digitális eszközök és tartalmak hasznosításának a mértékbe, hanem az, hogy ezeknek az eszközöknek és tartalmaknak a használata milyen helyet és milyen szerepet foglal el az egyéb használati módok kontextusában. Az ebben a tanulmányban vizsgált célcsoport (fiatal vállalkozók) esetében sokkal inkább az látszik, hogy a tudásszerzés más formái (a tanfolyamok mint formalizált tanulási alkalmak, illetve a személyes és egyediesített tapasztalatszerzés) mellett a digitális felületeknek csak mellékes, kiegészítő szerep jut. Ez megítélésünk szerint kapcsolatba hozható azzal, hogy a térségi szereplők a tudásszerzési helyzetek és módozatok személyesített formáit inkább preferálják, és a szereplők jelenlegi IKT kompetenciakészlete nem elegendő vagy nem alkalmas arra, hogy a digitális tanulás alkalmait és módozatait perszonifikálja. (Csak zárójelben jegyezzük meg, hogy a digitális tanulás módozatainak hasznosítása – eltekintve a problémamegoldást szolgáló információk és eljárások megtanulásától – a vizsgált térségben nem csupán az agrárinnovációs folyamat számára jelent gondot, hanem olyan területeken is, mint a pedagógusok oktatási gyakorlata). Mindez arra utal, hogy a digitális eszközöknek és tartalmaknak a térségi agrárinnovációs folyamatban való hasznosítása nem egyszerű feladat, számolni kell – még az IKT eszközök és tartalmak használata iránt nyitottabb fiatal generáció esetében is – a térségre jellemző tudásszerzési minták korlátozó szerepével.

3.3.A kapcsolatok jellege

Az innovatív agrártevékenység működtetésében szerepet játszó kapcsolatok kialakítása és menedzselése sok tekintetben átfedést mutat a szakmai ismeretek szerzése kapcsán bemutatott eljárásokkal. Ennek magyarázata természetesen az, hogy a vizsgált célcsoport tagjai a tudásszerzésben előtérbe helyezik a személyes kapcsolatokat, és ez érvényes az agrárszakemberektől való tanulás helyzeteire is. Amint azt az előző elemzési fejezetben láttuk, kevés kapcsolatot alakítanak ki, ezeket viszont igyekeznek minél jobban elmélyíteni, stabilizálni és személyes, bizalmi jellegűvé tenni. A kapcsolatokban szerepet játszó, gyakran említett és fontosnak nevezett személyek köre kibővül a könyvelő szakemberrel, a helyi közösség tagjaival (elsősorban azokkal, akikkel időszaki vagy állandó jelleggel együtt dolgoznak), a hasonló tevékenységet folytató helyi gazdákkal. Elemzésünkben a kapcsolatok kialakításának és működtetésének fontosabb modelljeit vesszük számba a kapcsolati végpontok típusai, illetve a kapcsolatok funkciói szerint

a. Kikkel állnak kapcsolatban?

Az elemzett interjúkban 32 szövegegységben foglalkoznak a megkérdezettek a kapcsolati végpontok megjelölésével, és összesen 41 megjelölés fordul elő. Az említések a kapcsolati végpontok szerint a következőképpen alakultak:

Sorszám	Kapcsolatok típusa	Kapcsolatok száma
1.	más gazdálkodók, akik ugyanígy fiatalok,akik ilyesmikkel foglalkoznak, egyesületi tagok, helyi termelők, nagyobb méhészek, nagyobb termelők	11
2.	Haverok, barát, jó barátaink, barátnő, kolléga	9
3.	könyvelő, technikus, állatorvos, hozzáértő szakember, egyesületi elnök	10
4.	akik közel állnak hozzánk, ismerőseim, szomszéd, szomszédság, egy fiatal srác a közelben, vásáron szomszédok, fizikailag közel vannak hozzánk, akik fontosak	11

A kapcsolati végpontok megjelölése, valamint sok esetben a megnevezésben a birtokos személyragok használata egyértelműen utal arra, hogy ez a fiatal vállalkozói csoport egyértelműen a személyes kapcsolatoknak ad prioritást, és a kapcsolatot igyekszik minél jobban perszonifikálni, egyediesíteni, sajátként megélni vagy legalábbis feltüntetni. Ebben a beállítódásban nagy szerepet kap a közelség, legyen szó térbeli közelségről, szociális-érzelmi közelségről, foglalkozásbeli azonosságról

vagy éppen ezek halmozásáról. A közelségre való törekvésben a kapcsolatok erőssége, magas bizalmi foka és stabilitása fejeződik ki.

> *„Tartom a kapcsolatot* ***a nagyobb termelőkkel*** *is, ezzel-azzal, segítséget kérek örökké, és információt a vegyszerekről. Vannak* ***jó barátaim****, akik vegyszereket forgalmaznak, most már ez így kialakult, és tudnak tanácsokat adni."*
>
> *„Hát vannak* ***barátaink*** *a környéken, tőlünk szoktak információt kérni, ha valami baj van."*
>
> *„Szerencsére van* ***egy fiatal srác a közelben****, aki gyakorlatilag ugyanabba a hajóba evez, mint én, csak egy pár évvel előrébb jár. Ő már megcsinálta a fiatal gazda pályázatot, már gépekre pályázik, tehát pont azokat csinálja, amiket én szeretnék idővel megcsinálni. Ezeken mind túl van, csak kérdezem, mit csináljak, hogy csináljam, mikor csináljam, s ő mondja, hogy mit hibázott, mit csinált jól, s abból próbálok tanulni."*

A kapcsolatokban nagy szerep jut az informális együttműködés olyan módozatainak, amely ebben a térségben hosszú időn át az önfenntartó családi gazdálkodás fontos szerkezeti eleme volt. A csereformák kialakulása és működése az együttműködés olyan mintázatait hordozzák, amelyek nagyon távol állnak az intézményesített, formalizált kooperációs formáktól.

> *„Nyáron nagyon fontos összedolgozni. A szénakészítésről mondok egy példát. Egyik sodorja össze, a másik bálázza be, nem kell hazamenni, és kicserélni a gépeket, időt lehet nyerni. Nagyon jól lehet haladni így. Érdemes. A másik dolog pedig, hogy ilyen formában* ***van egy barátság****, amit az ember fenntart eközben is, nincs besavanyodva az udvarára."*
>
> *„Minden gépet nem tudok megvásárolni magamnak. Neki, ha van valamije, akkor ideadja, nekem, ha van valamim, odaadom."*
>
> *„Van, aki tehenekkel foglalkozik, tőlük szoktam venni a trágyát, cserébe adunk szirupot…"*

A bizalmi fok, kapcsolat tartósságnak jelzése a szakemberekkel kialakított kapcsolatokban is megjelenik.

> ***„Szakemberhez járunk****. Van a cégalapításnál is* ***ismerősünk****. Most a* ***könyvelőhöz*** *járunk. Ott is megnézni, hogy mit érdemes csinálnunk a jogi formát illetően. Mindenképp ezeket a kapcsolatokat meg kell mozgassuk, ahhoz, hogy hatékonyan tudjunk haladni. Azért jó, hogy egy* ***hozzáértő*** *segít abban, hogy merre indulj el."*
>
> *„A könyvelés az nem olyan nagy gond. A* ***barátnőm könyvelő,*** *így ez megoldódott…"*

Digitális kapcsolatra egyetlen esetben történik utalás: *„Ha adódik információ, vagy e-mailbe leküldik, mert benne vagyunk az adatbázisba, és szoktak e-mailbe erről-arról értesíteni."*

b. Funkciók

Ha a funkciók oldaláról vizsgáljuk a fentiekben bemutatott kapcsolatokat, akkor azt tapasztaljuk, hogy ezek a személyes jellegű és bizalmas kapcsolatok többféle módon, szervesen beépülnek a mindennapi gyakorlatba. Háromféle funkció látszik elkülöníthetőnek, bár sok esetben ezek halmozódnak is:

- Ismeretszerzést, alkalmi problémamegoldást elősegítő kapcsolatok. Ide sorolódik a szakemberekkel kialakított kapcsolatok nagyobb része.
- Együttműködési és csereformákat kialakító és fenntartó kapcsolatok.
- Kapcsolati tőkefelhalmozások, kapcsolatokba való beruházások részint a biztonságérzés, részint a későbbi hasznosítás céljából.

A kapcsolattartás és kapcsolatmenedzsment fentiekben bemutatott módozata és az agrárvállalkozások működésében betöltött szerepe több fejlesztéspolitikai kérdést is előtérbe hoz. Az első kérdés az, hogy ez a kapcsolati kultúra (amelyet térségi fiatal és innovatív gazdák képviselnek!) milyen fogadó közeget jelent az olyan együttműködési és ismeretterjesztési kezdeményezések számára (tájékoztatási hálózatok, szaktanácsadási gyakorlat, termelési és értékesítési láncok kialakítása, szövetkezeti együttműködési keretek megszervezése, térségi szakmai hálózatok létrehozása stb.) amelyekre már vannak térségi kísérletek, és amelyek teljesen más alapokon szerveződnek és működnek? Milyen mértékben lesz hitele a térségi szereplők számára ezeknek a szervezeti formáknak, ha azok a formalizált működés logikájából adódóan nem tudnak teret adni a kapcsolati hálókban a személyességnek, a bizalmasságot termelő tényezőknek, a kapcsolatok egyediesítésére és személyes kisajátítására irányuló törekvéseknek és rutinoknak? Meg lehet-e tervezni és lehet-e működtetni a kétféle kapcsolati kultúra egymásra hangolását? A digitális eszközök, kapcsolattartási eljárások és tartalmak térnyerése napról napra nagyobb súlyt ad ezeknek a kérdéseknek. Az egészen bizonyos, hogy a digitális eszközök és eljárások szerepe ma nagyobb, mint amit az interjúalanyok a vizsgált szövegekben megjelöltek. De pontosan ez a mellőzés jelzi a személyes és informális kapcsolati kultúra erejét és társadalmi szerepét. Okkal feltételezhetjük, hogy térségi léptékű, IKT alapú programok kialakításkor a ma még dominánsnak mutatkozó kapcsolati kultúrát figyelembe kell venni.

3.4. A saját tevékenység megjelenítése, értékesítés, marketing

A térségi agrárinnovációs kezdeményezésekben két olyan tevékenységi terület van, ahol a digitális eszközöket és eljárásokat nem lehet megkerülni: az értékesítés és a saját tevékenység pozícionálása. Természetesen az agrárszereplők dönthetnek úgy, hogy a termékértékesítésben figyelmen kívül hagyják a reklámozás kézenfekvő megoldásait, és elvben azt is megtehetik, hogy mellőzik a saját tevékenység lokális vagy szélesebb körű pozícionálásával kapcsolatos megoldásokat. Tevékenységük innovatív jellege azonban rákényszeríti őket arra, hogy legalább minimális mértékben foglalkozzanak ezzel. Ennek az az oka egyfelől, hogy a termékek újszerűsége miatt az értékesítés megszokott, ismert térségi módozatai nem működnek, másfelől pedig az, hogy ha innovatív tevékenységük társadalmi pozícionálásától teljes mértékben eltekintenének, akkor saját munkájuk és ahhoz kapcsolt identitásuk legfontosabb elemét, az újszerűséget iktatnák ki. Amint ezt a témával kapcsolatban korábban kifejtettük (Biró 2016) a térségi önfenntartó gazdálkodási gyakorlat jellemzője az, hogy a sikeres gazdálkodáshoz szükséges négy alapvető feltétel közül (lásd: van der Ploeg 2000, Ventura et al.2008) az üzleti komponens hiányzik. A térségi innovatív vállalkozók tevékenységének újszerűsége – a termékeknek és a termelési technológiáknak a térségi kontextushoz viszonyított újszerűsége mellett – épp abban lelhető fel, hogy tevékenységükben megjelennek (ha csupán kísérleti jelleggel is) az üzleti komponensek. Ezek számára pedig az IKT eszközök, eljárások és tartalmak használata kézenfekvőnek tűnik.

a.

A reklámhoz, a termék marketinghez sorolható megoldások, valamint az ilyen jellegű tevékenységhez való viszonyulások esetenként nagyon eltérőek és gyakran ellenmondásosak. Ha az interjúszövegekben a távolságtartó kijelentéseket vesszük szemügyre, akkor érzékelhetővé válik az is, hogy a reklámtevékenység mellőzésének indoklásában – a kevés termékre vagy a vállalkozás szerény méretére való hivatkozás mellett – a térségre szélesebb körben jellemző kulturális mintáknak fontos szerepük van. A reklámüzenet ellenében értékesebb a személyes kapcsolat, az értékesítés informális rendje.

> *„Nincs reklámja. Nem is gondoltam erre, mert én úgy gondolom, hogy ha valamit csinálsz, s egyszerűen jó a minősége vagy a milyensége, akkor az saját magát reklámozza, s terjed a híre akár szájról-szájra."*

> *„…község szinten elterjedt, hogy mi ennek nekifogtunk és foglalkozunk…"*

„(Hogyan történik az értékesítés?) Tiszta családi és baráti körön belül. Ez még csak ennyi. Erre elég. Szólunk nekik, hogy van, és jönnek, és vásárolnak. Nagyban még nem tudunk eladni, mert nincs is annyi…"

„Kérdezik, hogy mikor lesz ribizli, szeretnének vásárolni…"

„(Reklámozod-e a tevékenységedet?) Egyáltalán nem. Ha kérdeznek, válaszolok, vagy, hogy ha látom, hogy egy fiatalabb barátom neki akar fogni, akkor tanácsokat tudok adni."
„Egyelőre szóban, mert ez a legjobb reklám, meg egy elégedett kliens, ha úgy vesszük. Én nem hiszek abban, hogy szükség van túlzott média kampányra. Én abban hiszek, hogy bármilyen termék vagy szolgáltatás, amit valaki előállít, annak a reklámja szűk körben történjen meg".
„Nincs amit reklámozni, mert nagyon sok munkával jár."

A gyakorlatban az értékesítés egyedi módon, többféle formában zajlik. A termelők térségi léptékben keresik meg azokat a megoldásokat, amelyek nem túlságosan költségesek, nem igénylik szakember vagy szakmai tudás igénybevételét, megtartják a személyes jelleget (törekvés arra, hogy minél kevesebb megoldással kelljen foglakozni, és azok legyenek tartósak, biztosak) és az értékesítési folyamat feletti személyes kontrollt. Ha a termék nem újszerű például tej), akkor betagolódnak a felvásárlási hálózatba.

„Bio boltokban vannak. Most már tizenöt boltban bent van. Meg hát vásárokra járunk. Azok is szinte minden hétvégén vannak valamilyen városban. Ezekre szoktunk járni. Meg itthonról, akik jönnek ide, megfordulnak itt körülöttünk, meg régi vásárlók is sokat kérnek. Néha postán is szoktunk küldeni."

„Üzletekben is van, mert üzletekben is csak kell, mert több elfogy, és azok a biztos pontok."

„Honlap nincs, de szinte egész évben nekem kilenc faluban megy a helyi tévében a hirdetés".

b.

A tevékenység és a személyiség pozícionálása terén a térségi szereplők tartózkodóak, kevés megoldást alkalmaznak, a digitális megoldásoktól idegenkednek. Az ezzel kapcsolatos szövegrészekre is jellemző a pro és kontra érvelés, egyfelől érzik az ilyen megoldások szükségességét, korszerűségét, másfelől pedig tartózkodóak.

„Van Facebook oldal is. Ott is valamilyen szinten ez működik. De más nincs. A honlap is most készül, még nincs kész teljesen. Az utolsó simítások most vannak. A termék lista még nincs fent. Van mondjuk még szórólap. A szórólap most azóta van, hogy el kezdtem én is csinálni. Akkor legyen egy weboldal, legyen egy kézzel fogható anyag."

„Mi ezt amatőr szinten csináljuk, így. Tehát a Magyarországról és magyar vidékről érkező, vagy magyar oldalakat néző turistákat a székelyszállás.hu, a szállás.hu, booking.com oldalak által érjük el, és van Facebook oldalunk is, az az, amivel kapcsolatban úgy látjuk, hogy jól működik. A romániai vendégek számára pedig a turistinfo.ro, lapensiuni.ro, infoturism.ro, cautacazare.ro, hirdetes.ro, szekelyhirdeto.info, és a Facebook oldal szolgáltat reklámot. Ezek az online felületek, ahol vagyunk."

Ebben a témakörben is azt tapasztalhatjuk, hogy a térségi agrárszereplők narratív viszonyulásaiban a távolságtartás a domináns, a gyakorlatban többféle megoldást alkalmaznak, mint amennyiről a szövegekben utalás esik. A vélemények és a gyakorlati megoldások közti eltérés egyfelől a kulturális minták erejét mutatja, másfelől pedig arra is ráirányítja a figyelmet, hogy az IKT eszközök, eljárások, tartalmak hasznosítási gyakorlata ebben a térségben követő, kényszer jellegű. A digitális eljárások nem kihasználható lehetőségként, tervként, programként jelennek meg a szövegekben, hanem olyan változtatási kényszerként, amelynek valamilyen mértékben, legalább formálisan eleget kell tenni. Az agrárium digitalizációját szorgalmazó, támogató térségi kezdeményezések, programok számára ez az utóbbi hozzáállás képezhet olyan korlátot, amelynek a lebontása időigényes és térségi léptékű fejlesztéspolitikai beruházást tesz szükségessé. Az interjú szövegekben egy vélemény képviseli a tervezést és a nyitottságot:

„Igazából én reklámban nem gondolkoztam, hanem összefogásban a gazdák között, és még ha kell, akkor egy szakembert is alkalmaznék, aki az értékesítés terén tudna segíteni, azzal létrehoznék egy társulást is akár."

* * *

Elemzésünk eredményei azt mutatják, hogy az innovatív tevékenységet folytató fiatal gazdák a digitális eszközöket, eljárásokat hasznosító kapcsolattartás, információszerzés, tanulás formáit akkor működik, amikor az egyéb megoldások nem állnak rendelkezésre vagy nem elégségesek. A digitális megoldások a kapcsolattartásban és a saját tevékenység pozícionálásban ismertek, de inkább csak úgy

működnek, mint szükség esetén elérhető megoldások. Amikor gyors problémamegoldásra van szükség, akkor jó az Internet, de egyébként a személyes, egyediesített megoldásoknak van prioritása. Egyfajta bizalomhiány, továbbá pedig kompetencia-, és tapasztalathiány jellemzi a fiatal vállalkozók gyakorlatát.

Az elemzett tevékenységi területeket egyszerre jellemzi a kifele való nyitás, térségen kívüli ismeretszerzés, kapcsolatépítés, illetve a vállalkozások működtetésben a térbeli-társadalmi belterjességre való törekvés.

Az értékesítés kis mérete (vagy csekély szerepe) miatt a formalizált kapcsolatos száma és szerepe kicsi, holott ezekhez sokkal jobban kapcsolódnának a digitális megoldások. A nem formalizált (személyes) kapcsolatok rendszerint sűrű kapcsolatok, ezek esetében a személyes együttlét a fontos. Hárítják a pályázatot, a hiteligénylést is, ami a formalizált kapcsolatoknak a tevékenységbe való beépítésében szintén késleltetést okoz. A pályázatok és banki megoldások mellőzésében minden bizonnyal szerepet játszik a formalizált kapcsolatoktól való tartózkodás is.

A térségi innovációs folyamatban az IKT beépülési folyamata kedvezőtlenebb helyzetben van, mint a market komponens beépülési folyamata (ez utóbbi hellyel közzel egyre nagyobb szerephez jut). **A korábbi fontos hiány (a market szempont hiánya) lassan számolódik fel, és közben egy újabb fontos hiánnyal egészül ki**: az IKT eszközök, eljárások, tartalmak hasznosításának hiányával. Mindez paradox módon akkor történik, amikor minden az IKT megoldásokat kínálja és ösztönzi. Ennek ellenére az innovatív vállalkozók többsége csak az okostelefon passzív használatáig jut el. Akár térségi paradoxonként is értelmezhetjük ezt a helyzetet, amikor a gazdálkodási tevékenység versenyképességnek megszerzéshez fontos korábbi hiányosság (az üzleti szempont érvényesítése) fokozatosan felszámolódik, és közben a helyét újabb fontos hiány foglalja el.

4. Összefoglalás helyett

Miért döntenek ebben a térségben az innovatív agrártevékenységet folytató fiatal gazdák az esetek többségében a nem digitális megoldások mellett? Az interjúk anyagainak elemzése két olyan tényezőre hívja fel a figyelmet, amely az innovációk térségi elfogadási folyamata kapcsán több területen is előtérbe kerül, nem csupán az agrárinnováció vagy a digitális kultúrához kapcsolható innovációk terén. Nagy a valószínűsége annak, hogy az AD térségi tematizációja, illetve az AD térségi léptékű szakpolitikai tervezése és támogatása során is figyelembe kell venni ezt

a két térségi tényezőt. A két tényező közül az egyik a térség vidéki, félperiferikus jellegéhez kapcsolódik, a második pedig erre a térségre jellemző sajátos társadalmi minta. Röviden elemezzük ennek a két tényezőnek a megjelenési módját és térségi szerepét.

4.1.

A térségi szereplők számára a társadalmi-műszaki innovációk megjelenésének kétféle modellje ismert. Egyik esetben (ilyen volt például a kollektív gazdaságok működéséhez kapcsolódó technológiai innováció, például gépesítés, növényvédelem stb.) az innováció mögött külső, hatalmi-adminisztratív akarat és intézményrendszer áll, ilyen esetben az egyéni, családi vagy lokális közösségi léptékű elfogadás mindig távolságtartással vagy ellenkezéssel jár, maga az elfogadás folyamata időben nagyon elhúzódik. Az sem ritka, hogy az adminisztratív-hatalmi erő gyengülése esetén az innovációs megoldásoktól a helyi szereplők elfordulnak. A másik megoldás a spontán és diszperz jellegű innovációs folyamat, amelynek során az innováció kínálatként, egyénileg választható opcióként jelenik meg, ennek újabb és jellegzetes példája az IKT eszközök és tartalmak kínálata (társadalomtörténeti vonatkozásban az életforma váltáshoz kapcsolódó fogyasztási innovációk tartoznak ide, például lakóház építési divatok, lakásberendezés, a rádió és a tévé elfogadási folyamata stb.)

Mindkét innovációs modellre az jellemző, hogy nem alakulnak ki az innováció elfogadási folyamatát ösztönző, támogató, térségi érdekeltségű szerkezeti-intézményi keretek. Nincsenek olyan térségi intézményi vagy szakmai szereplők, amelyek a térségi társadalom számára pozitív mintaként jelennének meg, amelyek kialakítanák, forgalmaznák, támogatnák a szóban forgó innovációval való azonosulás térségi társadalomra szabott mintázatait. Ezért olyan helyzet áll elő, amelyben az egyén, a család, a helyi közösség az innovációhoz való viszonyulás tartalmát és módozatait illetően magára marad, magára van utalva. Ösztönző külső, felső minták vagy kényszerek nyilván vannak, de ezek – mint fentebb láttuk a kollektivizáláshoz kapcsolódó innovációk példáján – inkább ellenállást váltanak ki a térségi szereplőkből. A közvetítő szerepű, térségi azonosulást támogató transzfer szerkezetek hiánya jellemzi az IKT eszközök és tartalmak által hordozott innováció térségi folyamatát is. Ebben a térségben nem alakultak olyan IKT vállalkozások, amelyek munkaerőpiaci előnyként jelenítenék meg az új technológiát vagy az ahhoz kapcsolódó tudást, nem szerveződtek ilyen funkciót ellátó intézmények,

stratégiai vagy operatív programok, a térségi hivatalok és intézményi szolgáltatások pedig különösen tartózkodóak ezen a téren.

Ilyen vidéki környezetben mindenki maga dönti el, hogy az elérhető IKT eszközök, kompetenciák, fogyasztási tartalmak köréből mi, mikor, mennyi és mire kell neki. Ha magatartási modellek alakulnak ki, akkor azok vagy külső mintákat követnek felületes módon, vagy szűkebb körű referencia csoportok gyakorlata szerint alakulnak. Ennek a helyzetnek a következménye az, hogy az IKT eszközöknek, tartalmaknak és kompetenciáknak az életvezetési modellbe való strukturális beépülése lassan halad, részleges és az egész folyamat alakulása bizonytalan. Át lehet térni az Internet alapú banki ügyvitelre, de „biztosabb" a személyes ügyintézés. Lehet hirdetni a terméket digitális felületen, létre is lehet hozni ilyen felületet, de biztosabb a személyes értékesítési csatornára alapozni. Lehet Internetről eszközt vásárolni, de előbb ki kell kérdezni azt az ismerőst, akinek ilyen már van. Fontos lehet a szakmai előadás az új technológiáról, de kell menni oda ahol azt személyes meg lehet nézni. A példák hosszan sorolhatók. Az olyan tevékenységi területeken, mint az információszerzés, szaktanácsadás, kapcsolatteremtés, marketing és értékesítés hasznosak lehetnek a digitális megoldások, de az esetek többségében a nem digitális megoldást választják. Megbízhatónak tekintett térségi transzfer intézmények/szerkezetek hiányában az innovatív megoldáshoz való viszonyulás minden esetben egyéni döntésként, teherként, kockázati tényezőként jelenik meg, és az innovatív megoldást csak akkor választják magától értetődő megoldásként, amikor már nincsen más lehetőség, vagy a tapasztalat szerint „már mindenki azt teszi".

4.2.

A különböző területeken végzett kutatások eredményei alapján (fiatalok iskoláztatása, munkaerőpiaci kihívásokra adott válaszok, műszaki innovációk befogadási gyakorlata, munkamigráció, kultúrafogyasztás) azt a következtetést fogalmazhatjuk meg, hogy a térségben a társadalmi kihívásokra adott válaszok két alapvető magatartási modell köré sűrűsödnek. Az egyik megoldást (kezelési módot) azokban a helyzetekben tapasztalhatjuk, amikor a szóban forgó kihívás kezeléséhez a lokális közösségi tudásban választípusok állnak rendelkezésre. A másik kezelési mód azokhoz a helyzetekhez kapcsolódik, amikor választható közösségi megoldás hiányában egyéni, családi léptékű megoldást kell találni. Jellemző példa az első esetre az IKT eszközök beszerzése és használata, a másodikra pedig az IKT

kompetenciáknak az egyéni/családi életvezetésbe való beépítésének a feladata. A mobilitási és információszerzési lehetőségek bővülése, az életvezetési modellek individualizálódása növeli azon helyzetek számát, amelyekben nem állnak rendelkezésre lokális közösségi tudásban felhalmozott megoldások.

A térségi magatartási modellek egyik nagyon fontos, társadalomtörténeti hagyományokban is gyökerező jellemzője az, hogy egyéni mérlegelések, döntések helyzeteiben (amikor nem lehet a lokális közösségi tudásban rendelkezésre álló megoldási modellekre támaszkodni) a társadalmi szereplők az erős kapcsolatokat (Granowetter fogalmai értelmében) preferálják a gyenge kapcsolatokkal szemben. Mégpedig abban az értelemben, hogy a számításba vehető, számukra elérhető gyenge kapcsolatok köréből kiválasztanak egyet, arra koncentrálnak, azt építik, erősítik, abba fektetnek időt, energiát és (ha szükséges) anyagi erőforrást, és a többi lehetőségtől eltekintenek. A problémamegoldás, a válaszkeresés ebben a formában az esetek többségében egyetlen kapcsolati végponthoz kötődő ügyintézési folyamattá válik. A kapcsolatépítésnek és kapcsolatmenedzsmentnek ilyen típusú egyedíesítése, perszonifikálása azt eredményezi, hogy az adott kapcsolati végpont az egyéni „saját világ", a személyes identitásszerkezet részévé válik. Ez a tevékenység megjelenhet „eredmény" (bebiztosított, személyessé tett kapcsolat) vagy „kísérlet", törekvés formájában. Függetlenül attól, hogy melyik formával találkozunk a gyakorlatban, az agrárium digitalizációjának ösztönzésével és fejlesztésével kapcsolatos programok működtetőinek számolniuk kell azzal, hogy ezek a kapcsolatépítési és kapcsolatmenedzselési kulturális minták strukturálisan szemben állnak az IKT paradigmával, vagy legalábbis annak ellenében működnek. Az olyan folyamatok vagy törekvések, mint a kapcsolati hálónak erős kapcsolatokra való redukálása, a formalizálás ellenében a személyes jelleg preferálása, a dinamika helyett a stabilitásra való törekvés mind olyan tényezők, amelyek a digitális paradigma ellenében hatnak, vagy kisebb-nagyobb mértékben korlátot képezhetnek a digitális paradigmához sorolható kezdeményezések és megoldások számára. A térségi agrárinnovációs folyamat szemszögéből nézve olyan átmeneti helyzettel állunk szemben, amelyben az agrárjellegű tevékenységek tartalmi és formai diverzifikációja és individualizálódása nyomán (az innovatív kezdeményezések számának és térségi ismertségének növekedése) *a közösségi struktúrák (közösségi tudás, közösségi megoldások) szerepe csökken. A kialakuló új, formális hálózatok (szakmai egyesületek, termelési és értékesítési láncok, szövetkezetek) még nem hálózatok a szó szoros értelmében, nem termelnek hálózati tudást és megoldási gyakorlatokat (ahogyan a lokális közösségek közösségi tudást termeltek),*

ezért a szereplők az egyéni, egyediesített, személyes megoldásokat helyezik előtérbe. Mivel a digitális megoldások a gyenge kapcsolatok modelljét, a nyitottságot, a változatosságot promolválják, a térségi szereplők gyakorlatában a második vonalba szorulnak. Ambivalens helyzetet eredményez az a tény is, hogy a digitális megoldások elfogadása a gyakorlatban nagyobb léptékű, mint a mentalitás szintjén. Ez az ellentmondás a digitális innovációkkal való azonosulása visszafogott mértékére utal, első sorban arra, hogy a digitális megoldások kényszerűségből követendő gyakorlatoknak látszanak, nem részei a tervezésnek, a jövőképnek.

* * *

Összességében azt mondhatjuk, hogy az agrárium digitalizációja témakörben a térségben lassú elfogadási folyamatra kell számítani. Ez elsősorban azért van így, mert a digitalizációs folyamat társadalmi elfogadása egy jóval tágabb körű társadalmi innovációs folyamat része. Ebben a folyamatban nagyon fontos szerepe lehet az olyan térségi intézményépítésnek, amely nem kivitelező, hanem bizalomtermelő, modellforgalmazó, legitimáló szerepet tud felvállalni. Az agrárinnovációs folyamat alakulása, a digitális megoldásokkal kapcsolatos viszonyulások modellje arra figyelmeztet, hogy ebben a térségben a korábbi társadalomtörténeti folyamatokban megalapozott kulturális minták újratermelődése legalább olyan mértékű, mint az innovációs megoldások térnyerése. Ez az ambivalens térségi kontextus behatárolja az agrárium digitalizációja terén is a kampányszerű, technicista megoldások eredményességét.

Szakirodalom

Biró A. Zoltán 2016

A fiatal gazdák innovációs szerepe a székelyföldi térségben. In: Biró A. Z., Magyar F. (szerk.) Agrárinnováció – térségi esély. Fiatal gazdák a székelyföldi térségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda, 13-56.

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2016

Agrárinnováció – térségi esély. Fiatal gazdák a székelyfölditérségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2017

A generációváltás esélyei. Agrárvállalkozók innovatív szerepe a székelyföldi térségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2018

Kísérlet vagy modell? Az agrárinnováció, mint székelyföldi fejlesztési paradigma. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Kovács Judit-Tünde 2017

Innovatív agrárvállakozások indítását meghatározó tényezők Székelyföldön. Pro Scientia Ruralis, 2017. 1. 166-180.

Van der Ploeg et al. 2000

Rural development: from practices and policies towards theory. In: Sociologia Ruralis 40:391 – 408.

Ventura, F et al. 2008

The rural web: A synthesis. In: Van der Ploeg J.D.- Marsden T.J. (eds). Unfolding Webs. The Dynamics of Regional Rural Development. Van Gorcum. Assen.149-174.