

## **DIGITALIZÁLT KÉPILLUSZTRÁCIÓK A MŰSZAKI MENEDZSER-MARKETING KÉPZÉSBEN**

### **ELŐSZÓ**

Az előadás végére kiderül, hogy milyen oktatást támogató rendszerről van lényegében szó. Mint az napjainkban oly gyakran előfordul, előbb használunk valamit az oktatási gyakorlatban, legalábbis jó-magam, és csupán később kerítünk sort annak „elméleti” megalapozására. Ennek magyarázata, vagy a kényszerűség, vagy a kihívás. Ez utóbbi történt e téma előadójával is.

### **ÁBRÁK, ILLUSZTRÁCIÓK SZEREPE A KÜLÖNBÖZŐ OKTATÁSI KOROKBAN**

Az ábra, kép jelentése fogalmilag általánosan: ha a megismerés tárgyáról a szóbeli leírás helyett, esetleg mellett egy képet, vagy ábrát mutatunk be. Az előadásban a fogalom kiegészül olyan tartalmi elemekkel, mint a problémamegoldás és kreativitás, amelyek a marketing gondolkodásmód fontos részei. A bemutatás eszközei és módszerei igen változatosak, és az oktatás témája, kora, technológiai színvonala szerint változóak. A témával részletesen az oktatástechnológia témaköre foglalkozik. A képi információáramlás az un. közvetett tapasztalatszerzés, ami a tantermi képzési keretekben – és a legtöbb szükségszerűen ilyen – dominál. Az ábrák, képek az ókori kezdetek óta általában szemléltető funkciót töltenek be, így fejezve ki bizonyos tudást. Napjainkban a taneszközök IV. nemzedékének közrendszerénél járunk. Ide tartoznak a számítógépes rendszerek is, mégpedig kifejezetten a didaktikai feladatok kreatív megoldásában. Természetesen a többi technikai eszköz alkalmazása sem ellenjavalt, amennyiben adott kritérium rendszer szerint hatékonyan célravezető.

### **A MAI OKTATÁSI RENDSZEREK ÉS AZ ILLUSZTRÁCIÓK KAPCSOLATAI, JELLEMZŐI**

Az felsőoktatási rendszerek tartalmait, tantárgyait vizsgálva a következő általános megállapítások tehetők. Az ábrák, képek, illusztrációk használatát, alkalmazását tekintve szignifikáns különbségek a különböző oktatási területeken nem fedezhetők fel. Természetesen az alkalmazások a tárgyakhoz igazodnak, de didaktikai különbségek nincsenek. Ez alól kivétel a nők humán oktatása, ahol kultúrtörténeti okokból a férfi ábrázolások dominálnak. Általában ott használnak illusztrációkat, ahol azok kifejezőbbek, mint a szöveg.

### **KÜLÖNBÖZŐ OKTATÁSI TERÜLETEK ILLUSZTRÁCIÓS MÓDSZEREI ÉS HATÉKONYSÁGA**

Az illusztrációs módszerek gazdag tárházából a téma, tárgy szerinti válogatások és alkalmazások figyelhetők meg. Vegyesen alkalmazottak a hagyományos és a legkorszerűbb digitális technikák is. Az alkalmazások általában megfelelnek az ismert kommunikációs, tipológiai, ábrázolás tartalmi követelményeknek. A gazdasági, műszaki, természettudományi képzésben az ábrák, a bölcsészettudomány területén a képek dominánsak. Hatékonyság, hatásosság vizsgálatról bizonyos szubjektív esztétikai illusztráció megfelelőségi skála értékelésektől eltekintve – de egy komplex tartalmon belül – nem beszélhetünk. A hatékonyság mérésére alkalmas lehet a befogadói oldal mintájában egy következő kérdés és skálarendszer. A fő faktorok: kommunikáció, esztétika, cél, tartalom, tipológiai- szerkesztési kivitel.

---

<sup>149</sup> Dr. Szabó György PhD, docens, Budapesti Műszaki Főiskola.

## **A MŰSZAKI MENEDZSEREK, MINT BEFOGADÓ KÖZEG SAJÁTOS VONÁSAI**

A kérdés úgy merül fel, hogy milyen jellegű és szellemű képzésben részesül egy műszaki menedzser.

A nappali tagozat életkor szerint homogén, szinte kizárólag fiatal férfiak csoportja. A női hallgatók létszáma minimális. Az érdeklődési kör jellemzően műszaki tartalmú. A gazdasági irányú érdeklődés perifériálisnak mondható, a vizsga követelmények teljesítésére irányul. A befogadó közeg ilyen irányultságából adódó – téma szerinti – következményekre a későbbiekben még visszatérünk. A képzés 6 + 1 féléves. A marketing aránya az összes óraszámban 4%, a szakmai törzsanyagban pedig 8%. A tárgy a 6. félévben helyezkedik el. A levelező hallgatói csoport más ugyan más összetételű közeg, de a téma szempontjából nem releváns. A képzés megfelelősége – egy közelmúltbeli felmérés alapján – szakmailag jó, a kompetenciákat tekintve megfelelő, a gyakorlati tapasztalatszerzést tekintve gyenge.

## **A MARKETING KÉPZÉS HELYE ÉS SZEREPE, JELLEMZŐ VONÁSAI**

A marketing oktatásának célja, hogy ismereteket közvetítsen a piacról, annak működéséről, megadja a marketingmenedzserment eszköztárának ismeretét és alkalmazását. A tantárgy kreditértéke 5, hetente 2 óra plenáris előadásból és 2 óra kiscsoportos gyakorlatból áll. Tantervi követelmény két zárthelyi dolgozat teljesítése és egy egyéni marketing terv elkészítése, a félévet kollokvium zárja. A tárgyat körülvevő témakörök: controlling, üzleti kommunikáció, vállalati gazdaságtan, HRM.

## **ÁBRÁKRÓL ÉS ILLUSZTRÁCIÓKRÓL ÁLTALÁBAN**

Kérdés, hogy az ábrák és illusztrációk milyen szerepet töltenek be a tárgyalt képzési rendszerben, azaz mit, hogyan, milyen módon, milyen célból kell ábrázolni, illusztrálni.

Ábrákat, képeket különböző célokkal alkalmazunk általában a rendszerben. Ilyenek az olyan általánosan követett követelmények, mint például magyarázó, a szöveg értelmezését könnyítő- feldolgozó, elméleti- gyakorlati összefüggést kifejező, jelenséget-folyamatot bemutató, a mondanivaló rögzítését segítő illusztráló, a figyelmet ébren tartó stb. A piaci, viselkedési, szituáció bemutatását, vizsgálatát, értelmezését fényképek, dokumentumok, filmek támogatják. A különböző prezentációs technikák komplex, célorientált alkalmazása oktatási gyakorlat. Az elméleti mondanivaló támogatására inkább a különböző eszközökön alkalmazott ábrák, míg a problémák érzékeltetésére és a megoldások generálására inkább a filmek, képek, fényképek alkalmasak. Az illusztráció kiválasztásának és használatának módja természetesen függ a befogadó közeg (hallgatók) tulajdonságaitól, az oktatás infrastrukturális feltételeitől, a dokumentumtártól stb.

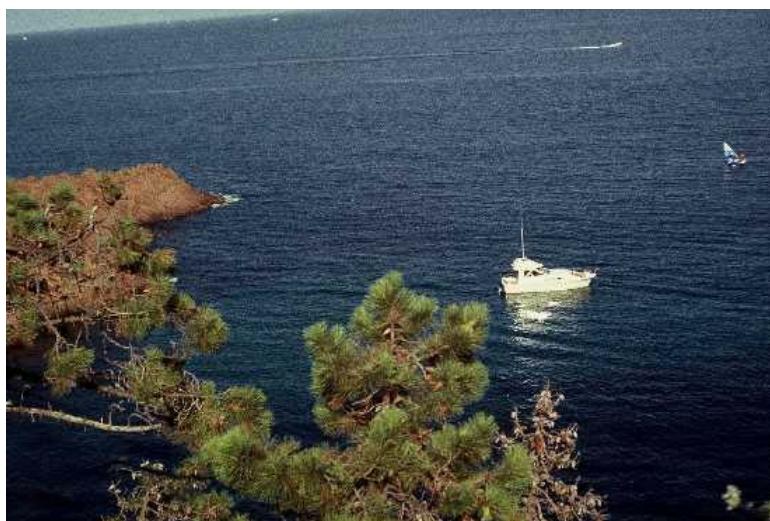
## **A DIGITALIZÁLT ILLUSZTRÁCIÓK KIALAKÍTÁSÁNAK KÖVETELMÉNYEI**

Digitalizált illusztrációkon színes diaképekből (fényképekből) készített CD-romot, vagy számítógépes feldolgozást értünk. A képek elkészítésénél az általánosan (oktatástechnológia, képkészítés) ismert követelményeket kell szem előtt tartanunk. Nem feltétlenül szükséges azonban itt és most új felvételeket készítenünk – bár a digitalizált fényképezés esetében ez ma már viszonylag egyszerű – megfelelő lehet a korábbi ilyen felvételekből történő válogatás, majd a tesztelést követő digitalizálás is. Törekedjünk arra, hogy a feldolgozandó témataralmakat egy homogén képi vonulattal, sorozattal le tudjuk fedni. Viszonylag kevés, de ismételtető képet használjunk, esetenként mindig új, kreatív közelítéssel, magyarázattal. Ez esetben jómagam ezt a később bemutatandó hajózással kapcsolatos képsorozat összeállításában találtam meg. Tapasztalataim szerint hatásosabbak a témával csak a magyarázatot követően kapcsolatot kifejező képi anyagok, mint a közvetlenül összefüggést kifejezők. (Ez a prezentációban érzékelhető lesz.)

## **A NAPI OKTATÁS GYAKORLATA ÉS PÉLDÁI – ALKALMAZOTT KÉPILLUSZTRÁCIÓK**

A napi oktatási gyakorlatban persze néha sok minden a véletlenül múlik – például a kurzuson résztvevő hallgatók száma, világítási körülmények –, az általunk alkalmazott képillusztrációkat azonban elő-

zetes felkészüléssel, teszteléssel folyamatosan vezessük be, és közben figyeljük a reakciókat, kívánt hatásokat, eredményességet. Jómagam a „navigare necesse est” ókori bölcsesség marketing gondolkodásmódbeli alkalmazásának mintájára, egy öt darabból álló, korábbi utazásaim során jó néhány évvel ezelőtt készített hajókat, kikötőket, tengereket ábrázoló diasorozatot állítottam össze, majd később ezeket digitalizáltam. Ezeket villantjuk most fel egymás után.







## **AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK MARKETING KÉPZÉSI ESETEI ÉS KÖVETELMÉNYEI**

A fentebb említett öt digitalizált fénykép „éles” alkalmazása, bemutatása következik, néhány konkrét marketing terület esetére értelmezve. A digitalizált képalkalmazás néhány marketing alapesete is bemutatásra kerül. A digitalizált képek használatának kézzelfogható, szemmel fogható előnyeire is fény derül.

## **A DIGITALIZÁLT ILLUSZTRÁCIÓK ÁLTALÁNOS ALKALMAZÁSI KÖVETELMÉNYEI ÉS HASZNAI**

A digitalizált illusztrációk tulajdonképpen minden olyan esetben, helyen, témában alkalmazhatók, ahol az elérendő célok között megtalálható a probléma feltárás, probléma megoldás és a kreativitás igénye. Az alkalmazási követelmények között megemlíthetők olyan un. puha tényezők is, mint például a témára való visszatérő emlékeztetés igénye, a szóbeli, írásos mondanivaló képekben, képekhez való rögzítése, a kedvezőbb tudati tárolás lehetőségének kihasználása, vagy a könnyebb tanulás. (A memóriafogások példája közismert.) A marketing területén különösen érvényes létjogosultsága, e gondolkodásmód kreativitás, intuíció, sokféleség, nyitottság igényessége okán. Az alkalmazásnak természetesen vannak technikai eszköz oldalról feltételei, de ezek a legtöbb felsőoktatási intézményben általában adottak, ill. adott helyszínen megteremthetők.

## **AJÁNLÁSOK A BEMUTATOTT MÓDSZER TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE, ELTERJESZTÉSÉRE**

Az előadás hallgatóságával közösen, kérdések, konzultáció során kerül a konferencián megfogalmazásra. Előjáróban néhány ajánlás elem: csak ott alkalmazzuk, ahol a témában valóságos kreativitás igény van, a mondanivaló példaszerű illusztrálására csak konkrét esetben alkalmas, törekedjünk a témával kapcsolatos egyre apróbb részletek bemutatására, a téma elmélyítésére (erre alkalmas a kevés, de digitalizált képanyag), legyen egy vezérgondolat, egy szlogen, amire a teljes témát és illusztrációt felfűzhetjük.

## **IRODALOM**

- BME (2003): Oktatástechnológia CD-rom. BME Humánfejlesztési és Módszertani Intézet, Budapest.  
BMF (2004): Oktatástechnológiai alapismeretek. BMF-KGK Mérnökpedagógiai Intézet, Apertus Közalapítvány, Budapest.  
Nyíri Kristóf (2001): Virtuális pedagógia. Új Pedagógiai Szemle 2001/6–8, Budapest.  
Szabó György és alkotótársai (2004): Képkötő orvos diagnosztikai oktatási rendszer bevezetése a felsőfokú egészségügyi oktatás rendszerébe. PTE, Kaposvári Képzési Központ, Kaposvár.  
Szabó Katalin (1997): Kommunikáció felsőfokon. Kossuth, Budapest.  
Thun Éva (2005): Az oktatásról női szemmel. Google, Budapest.