

MIT  ÉRDEMES
TUDNI...

A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

MIT ÉRDEMES TUDNI A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A „GYAKORLAT ÉS KUTATÁS” PROGRAM TÁMOGATÓJA
A CHARLES STEWART MOTT FOUNDATION

A PROGRAM TANÁCSADÓ TESTÜLETE

BENKŐ ÁGOTA
CSIZMÁR GÁBOR
CZIKE KLÁRA
FARKAS ISTVÁN
GAZDAG GYÖRGY
KÜRTI SÁNDOR
NÁDASDY ANDREA
SEBESTÉNY ISTVÁN
SÍK LÁSZLÓ
SZÁVAI TAMÁS

A PROGRAM VEZETŐI

HARSÁNYI LÁSZLÓ
KUTI ÉVA
TÖRÖK MARIANNA

MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?



NONPROFIT KUTATÓCSOPORT
BUDAPEST, 2003

SZERZŐK

Baranyi Éva
Bartal Anna Mária
Csegény Péter
Czike Klára
Liling Tamás
Péterfi Ferenc
Török Marianna

SZAKMAI LEKTOROK

Jagasics Béla
Kuti Éva
Nemoda István
Párdi Zsófia
Sebestény István

NYELVI LEKTOROK

Orosz Éva
Soltész Judit

KARIKATÚRÁK

Marabu
Szmodis Imre

Ezen a helyen mondunk köszönetet mindazoknak, akik észrevételeikkel, tanácsaikkal segítettek a füzet összeállításában, és részt vettek az azt előkészítő vitákban: Andrassy Lászlóné, Angyal Szabolcs, Ballai Éva, Bayer Ilona, Benkő Ágota, Bényei Andrásné, Bíró Péter, Bódi György, Buda Annamária, Forgó Györgyné, Hábcenczius Judit, Hargitai Henrik, Horvát János, Jónás István, Kirschner Péter, Korom Pál, Kovácsné Tóth Edit, Kovácsné Varga Zsuzsa, Kristóf Imre, Krizsó Szilvia, Majdik Zoltán, Mérő Éva, Nagy Bálint, Nagy Mária, Nógrádi Gábor, Péterné Göndics Olga, Poór Tünde, Rézmovics Ádám, Szabó Gyula, Tánczos Zsuzsa, Torda Júlia, F. Tóth András, Urvári Sándor, Varsányi Gyula, Victor András, Vidos Tibor, Weyer Balázs.

TARTALOM

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA	6
BEVEZETÉS	9
AZ ÚJSÁGÍRÓK ÉS A CIVIL TÁRSADALOM	
Mikor sikeres egy újságíró?	10
Mikor könnyű a munkája?	10
Mi kell egy „jó” anyaghoz?	10
Mit adhat az újságírónak a civil világ, a civil szektor?	11
Mit adhat a civil társadalom az egyénnek (a sajtóban dolgozónak is)?	11
Mit nyújt a szektor a társadalomnak?	12
ÉRDEKKÖZÖSSÉG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEK	
Milyen közös érdekek, indítékok mozgatják a médiát és a nonprofit szektort?	13
A sajtó munkatársai szerint mit várnak tőlük a civilek?	13
A valóságban mit kínál a nonprofit világ a sajtó munkatársai számára?	13
Mi szükséges a média és a nonprofit szektor együttműködésének javításához?	16
FOGALMI ZŰRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN	
Fogalomhasználat	17
Ritka botrányok, sűrű előítéletek	18
A politikai és gazdasági surranópálya sztereotípiája	19
Az államfüggő nonprofit szektor tévképzete	20
Alábecsült magántámogatások	21
Mire jó és mennyit ér az önkéntes munka?	22
Félreértések a közhasznúság, a közhasznú státusz és a közhasznú társaság körül	24
Említhető-e a sajtóban egy nonprofit esemény támogatója?	24
Feltétele-e a hírérték a média-megjelenésnek?	25
A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA	
Információs források	27
Hogyan olvassunk ábrákat és táblázatokat?	28
Hogyan olvassunk kutatásokat?	30
FELHASZNÁLT IRODALOM	32
NONPROFIT KISSZÓTÁR – ALAPFOGALMAK ÉS ALAPADATOK	34

MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

A nonprofit kutatás a kilencvenes években a szektor fejlődésével párhuzamosan bontakozott ki. Eredményei – legalábbis részben – beépültek a különböző szakmai, kormányzati és politikai dokumentumokba, előterjesztésekbe, ajánlásokba, törvénykoncepciókba, megjelentek a sajtóban és a nonprofit szervezetek hírleveleiben, az ernyőszervezetek és érdekképviseletek vitaanyagaiban. Gyakorlati felhasználásuk azonban korántsem teljes körű, mi több, számos fontos tudományos megállapítás egyáltalán nem jut el a potenciális felhasználókhoz. A kutatási programok nem mindig illeszkednek a civil szervezetek, valamint a nonprofit szektorral kapcsolatban álló adományozók, médiaszakemberek, állami döntéshozók igényeihez. Ezeket az igényeket a kutatók nem feltétlenül ismerik, és nem mindig tudják kielégíteni.



MIT ÉRDEMES TUDNI A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

Ahhoz, hogy a kutatók és a gyakorlati szakemberek megtanulják egymás nyelvét, partneri viszonyt alakítsanak ki, és kiépüljenek az együttműködés mechanizmusai, mindkét félnek sok fontos lépést kell megtennie. Ezek egyikének szántuk a Nonprofit Kutatócsoport Egyesület „Gyakorlat és kutatás” programját, amelyet a Charles Stewart Mott Alapítvány támogatásával 2001. májusában indítottunk el. A program legfontosabb céljai a következők voltak:

- a nonprofit kutatások alapján megfogalmazható, gyakorlati szempontból is fontos tanulságok levonása;
- a tudományos elemzések iránti kielégítetlen szükségletek feltárása, a felhasználók szempontjait előtérbe helyező kutatási irányok felvázolása;
- a gyakorlati szakemberek és a kutatók közötti kommunikáció és együttműködés javítása;
- a kutatási eredmények „felhasználó-barát” közzététele, mindennapos alkalmazásuk megkönnyítése.

E célokat egész sor különböző módszer és eszköz alkalmazásával próbáltuk elérni. Interjúkat készítettünk olyan szakemberekkel, akiknek szerepkörükönél fogva szükségük lehet a nonprofit kutatásokból származó ismeretekre. A tőlük hallott véleményeket, elképzeléseket és az általuk megfogalmazott igényeket is szem előtt tartva a szektor néhány vezető kutatója és meghatározó gyakorlati szakembere rövid tanulmányokban foglalta össze a gyakorlati szempontból relevánsnak látszó kutatási eredményeket. Végül elkészült négy részletbe menő áttekintés azokról az információkról, amelyek az adományozók, a nonprofit vezetők, illetve a civil szférával kapcsolatban álló kormányzati szakemberek és újságírók munkáját segíthetik.

Párhuzamosan összeállítottuk a rendszerváltás óta a nonprofit szektorról magyar nyelven megjelent könyvek és folyóiratcikkek bibliográfiáját. A hozzáférhető anyagokat fizikai valójukban is összegyűjtöttük, ezek a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Könyvtárában az érdeklődők rendelkezésére állnak. Elkészült a program honlapja (www.nonprofitkutatás.hu) is. Ezen a fentiekben felsorolt anyagok mindegyike megtalálható, sőt, teljes egészében letölthető róla számos olyan korábbi kiadvány (például a nemzetközi összehasonlító ku-



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

tatások 1990-es és 1995-ös eredményeit ismertető két könyv, a nyugati szakirodalom meghatározó tanulmányait tartalmazó kötet, az utóbbi 10 év folyamatait elemző statisztikai összefoglaló) is, amely nyomtatott formában egyáltalán nem érhető el. Szintén kint van a honlapon a bibliográfia, ebben tárgyszó, címek és szerzők szerint egyaránt lehet keresni. A „Fórum” rovat arra is lehetőséget kínál, hogy az érdeklődők felvegyék a kapcsolatot a kutatókkal, véleményt és információkat cseréljenek.

Munkánk utolsó, egyben „legkézzelfoghatóbb” eredménye ez a füzet, amely a médiában dolgozók számára próbálja röviden (a honlapon elérhető tanulmányoknál sokkal rövidebben és vázlatosabban) összefoglalni a nonprofit kutatással összefüggő ismereteket. Arra természetesen nem vállalkozhat, hogy minden fontos tudományos megállapítást felsoroljon. Törekszik viszont a célközönség szempontjából legnagyobb érdeklődésre számot tartó és a leginkább vitatott, legtöbb tévhit és bizonytalanság övezte kérdések kutatási adatokon alapuló megválaszolására. Útmutatást ad a továbblépéshez azok számára, akik a részletesebb információk megszerzése érdekében mélyebben is meg kívánnak ismerkedni a nonprofit kutatásokkal. A füzet végén található kisszótár nemcsak a nonprofit szektor szervezeteinek és jelenségeinek leírására használt fogalmak rövid meghatározását, hanem az adott jelenség méreteinek jellemzésére alkalmas elemi statisztikai adatokat is tartalmazza.

Őszintén reméljük, hogy a rendelkezésre álló – nemzetközi összehasonlításban is kivételesen gazdag – kutatási anyagból sikerült olyan információkat összegyűjtenünk és a gyakorlat nyelvére lefordítanunk, amelyek nemcsak a napi tapasztalatok tágabb összefüggésekben való elhelyezését és a többi nonprofit szereplő magatartásának megértését segítik, hanem a hétköznapi munkában is hasznosak lesznek.

Harsányi László



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

BEVEZETÉS

Nagyon kevés híradás, tudósítás szól ma Magyarországon a civil kezdeményezésekről, az összefoglaló néven többnyire nonprofit vagy harmadik szektorként emlegetett alapítványokról, egyesületekről és egyéb nonprofit szervezetekről. Ennek magyarázatát legalább két irányból kereshetjük.

Az egyik maga a harmadik szektor, amely nem ért ahhoz, hogy híreit megfelelően tálalja, kínálja a nyilvánosság számára. Fontos, hogy az újságírók megértsék ennek okait. Ezen a téren a nonprofit szervezetek tagjainak, vezetőinek általában nincs megfelelő szakismeretük, tudásuk, most tanulják (ha tanulják), hogyan építenek és ápoljanak folyamatosan sajtókapcsolatokat. A szervezetek gyakran nem helyeznek erre megfelelő hangsúlyt, mert túl szemérmesek, szerények, s – *tévesen* – úgy gondolják, nem illik tevékenységük tartalmához a nagy felhajtás, a füst, a látványosság. Ezen kívül idejük, megfelelő kapacitásuk sincs, mert valamennyi energiájukat felemészti a küldetésük, a hétköznapi munkájuk. Ez a helyzet természetesen tarthatatlan, hiszen gátja a fejlődésnek és a hatékonyság növelésének. Megváltoztatásáért – különféle képzések, kiadványok és más módszerek segítségével – a civil oldal is komoly erőfeszítéseket tesz.

A civil szféráról szóló híradások és tudósítások elmaradásáért ugyanakkor a média is felelős. Alapvetően nekik, Önöknek készül most ez a tájékoztató füzet. Újságíró, rádiós, tévés ismerősök és barátok erősen óvtak bennünket attól a nagy-nagy kísértéstől, hogy olyan kiadványt készítsünk, amelyben „hevült jószándékkal” tanítani, kioktatni, „megtéríteni” akarnánk a média bármely területén dolgozókat. Megfogadtuk ezt a tanácsot, s inkább azt a célt tűztük ki, hogy az eligazodást segítő elemi információkkal legyünk azok szolgálatára, akik esetenként előtanulmányokkal és napi gyakorlati ismeretekkel, vagy éppen azok nélkül kívánnak a nonprofit szektossal foglalkozni.

A sajtónak és a civil társadalomnak van legalább egy közös jellemzője, szándéka: mindkettő kontrollálhatóvá, ellenőrizhetővé, átláthatóvá és beszámoltathatóvá akarja tenni a kormányzatot, az államot, az önkormányzatokat és a gazdasági élet szereplőit. Talán több dolog is, *de ez a közös cél mindenképpen összeköt, s elegendő ok lehet arra, hogy a média és a civil szervezetek szorosabb együttműködést alakítsanak ki egymással.*



AZ ÚJSÁGÍRÓK ÉS A CIVIL TÁRSADALOM

Mikor sikeres egy újságíró?

- Ha folyamatosan jelen van a médiumokban.
- Ha „felfedez” valakit vagy valamit.
- Ha szenzációt hoz.
- Ha képviselni tud valamilyen kíváncsiságot, értékrendet.
- Ha „leleplez”, „feltár”, kiderít, utánajár, megold.
- Ha szembe megy a hatalommal, az előítéletekkel, ha kell, bárkivel.
- Ha egyéni, ha szenvedélyes, ha kedélyes.
- Ha alapos.
- Ha mindig más.
- Ha kiszámítható.
- Ha kiszámíthatatlan...

Mikor könnyű a munkája?

- Ha pontos, bejáratott informátorai vannak.
- Ha megbízható, naprakész szakértői háttérrel rendelkezik.
- Ha első kézből, azonnal tud információkat, adatokat szerezni.
- Ha házhoz szállítják neki a „témát”.
- Ha bombázzák ötletekkel, kényeztetik anyagokkal.
- Ha szinte „nyomdakész” beszállítói vannak.
- Ha kiterjedt élő kapcsolatai vannak.

Mi kell egy „jó” anyaghoz?

- Új téma, eddig meg nem jelent információ.
- Egy „lerágott” téma új megközelítése, új dokumentumok, szereplők, összefüggések.
- Frissesség.
- Pontosság.
- Szenzációs téma, személy vagy helyzet.
- Szuper személyes, már-már intim megnyilatkozások.

MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

AZ ÚJSÁGÍRÓK ÉS A CIVIL TÁRSADALOM

Mit adhat az újságírónak a civil világ, a civil szektor?

Új, (pártpolitikától és üzleti világtól) független szakértői bázist.

Új, több szempontú kontroll lehetőségét.

Politikai és pénzügyi lobbitól független informálódást.

Problémák nyomon- és utókövetésének lehetőségét.

Problémaérzékenységet.

A beavatottság és az érintettség okán speciális információkat.

Emberi történeteket, drámákat, sikereket.

Érdekes, elhivatott (megszállott), hiteles személyiségeket.

Alternatív, újszerű ötleteket, hozzáállásokat, megvalósítási módokat.

Sajátos energiaforrásokat (az önkéntesség speciális hozadékait).

Újszerű élmények, helyzetek, kalandok sorát.

Folytonosan bővülő, életközeli témákat.

(A civil szférában nemigen van „uborkaszazon”!)

Szakmai megújulást is jelentő kísérletező terepet

(módszertani, műfaji, stíláriis stb. területen).

Alternatív kommunikációs lehetőséget.

Mit adhat a civil társadalom az egyénnek (a sajtóban dolgozónak is)?

Alternatív önmegvalósítási terepet.

A másokért való felelősség megélését, gyakorlását.

Önismeret-fejlesztést.

Közösségi létet és terepet.

Újabb célokat.

Problémamegoldási teret.

Alternatív szemléletmódot.

Alternatív megközelítési lehetőségeket.

Új, bővülő kapcsolatokat.

Értelmes munkát.

Új tudást.

Karriert.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

AZ ÚJSÁGÍRÓK ÉS A CIVIL TÁRSADALOM

Világlátást, világlátást.
Multikulturális ismereteket.
(Új) készségek elsajátítását.
Társadalmi ismereteket és gyakorló terepet.
Egyéni zsákutcából való kijutás esélyét.
Segítséget és a segítségnyújtás lehetőségét.
Örömszerzési formákat.
Sikereket, népszerűséget, szereplési lehetőséget.

Mit nyújt a szektor a társadalomnak?

Hihetetlenül nagy humán erőforrást.
Lendületet.
Innovativitást.
Vitalitást.
Kontrollt.
Problémaérzékenységet.
Szolidaritást.
Demokráciát.
Mozgékonytságot.
Katasztrófa-elhárításban segítséget.
Óriási plusz anyagi erőforrást.
Új munkahelyeket – foglalkoztatást.
A társadalmi problémák megoldásainak alternatív módszereit.
A nemzeti identitás elmélyítését.
A kulturális hagyományok élővé tételét, ápolását.
A környezet és a kultúra felelős megőrzését.
A kultúra és a művészet megújulásának lehetőségét.

MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

ÉRDEKKÖZÖSSÉG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEK

Milyen közös érdekek, indítékok mozgatják a médiát és a nonprofit szektort?

Naprakész tájékoztatás és tájékozottság.

Társadalmi ellenőrzés és kontroll.

Felelős, szabad véleménynyilvánítás és véleményformálás.

A sajtó munkatársai szerint mit várnak tőlük a civilek?

Segítsenek a forrásteremtésben, kampányolásban, gyűjtésekben.

Nagy „durranásokkal” segítsenek a konkrétan felmerülő érdekek érvényesítésében.



Sűrűn megjelenő „kis színesekek” keltsék fel és tartsák ébren az emberek érdeklődését. Hosszanak az érzelmekre, tragikus esetek, egyéni sorsok bemutatásával ébresszék fel a lelkiismeretet, nyissák meg a lehetséges támogatók könnyecsatornáit, majd pénztárcáját.

Joggal felmerülhet a sajtóban dolgozóknak: csak erre kellünk? És mi lesz a szakmai önbecslésünkkel? A szakmai vágyainkkal, terveinkkel, a szakmai megújulással? Csak a sztereotípiák? Semmi szakmai kihívás? Csak a pénzre meg a könnyekre hajtsunk?!

A valóságban mit kínál a nonprofit világ a sajtó munkatársai számára?

Átéltető, elmondható emberi történeteket, emberi sorsokat, hiteles személyiségeket.

Sokat érintő, valós, sok esetben társadalmi méretű problémákra valódi megoldásokat kínáló utakat, példákat.

MIT ÉRDEMES TUDNI

A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

ÉRDEKKÖZÖSSÉG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEK

Lelkiismeretig ható üzeneteket, szolidaritásra, cselekvésre ösztönző indíttatásokat. Alternatívát, mozgásteret, új kapcsolatokat, innovatív lehetőségeket.

Ismert televíziós műsorvezető mesélte élményét: egy hazai alapítvány a tévétársaságukkal egy értelmi fogyatékos otthon kifestésére szervezett közös önkéntes napot. Ez a nap nagy élményt jelentett a televíziós stábnak: átélhették a közösen végzett, értelmes munka élményét. Megismerkedtek az értelmi sérülteket segítő intézmény hétköznapi életével, szoros emberi kapcsolatok jöttek létre, fontos tapasztalatokkal gazdagodva mentek vissza a munkahelyükre: „megnyílna”, „érezkennyé téve” az értelmi fogyatékkal élő emberek világára. Azt mondta, mint médiában dolgozó nem tudja még, hogy mit tud tenni az értelmi fogyatékosokért, de azt biztosan tudja, hogy másként „lát” és „érez”, érzékennyé vált, s másként gondolkodik felőlük. Ha lesz valami lehetősége, élni fog vele.

A nonprofit világ a médiában nemcsak támogatót keres, hanem a szellemiségét, törekvéseit, speciális társadalmi üzeneteit „felhangosító”, „kihangosító”, „megjelenítő” társat is. A médiában dolgozók szakmai felkészültségük, társadalmi helyzetük révén alkalmasak erre a partnerségre, ha megértik a szektor működésének „titkát”, tudatosan keresik és feltárják a civil szervezetek egyedi vonásait és az általuk képviselt értékeket. Sajátos szakmai eszközeikkel képesek részt venni abban a társadalmi megújulást előmozdító vállalkozásban, amely egyúttal a saját szakterületükön való megújuláshoz is hozzájárulhat.

E kölcsönös érintettség és érdekeltség felismerése teszi nyilvánvalóvá a kölcsönös tudás- és tapasztalatcserén alapuló közeledés és együttműködés lehetőségét és szükségességét. Ma már nem csak a civil szektornak kell megtanulnia, hogyan alakítsa sajtókapcsolatait, de a médiában dolgozóknak is érdekük, hogy építsék és bővítsék a nonprofit szektorhoz fűződő kapcsolataikat.

Az értő és érzékeny újságíró különféle műfajokban, műsorokban gondolkodva tud egy-egy folyamat, sorsokat jobbitó „ügy”, egyéni életeteket, vagy közösségeket segítő program mellé alkotótársként állni. Közvetít és formál, informál és cselek-

MIT ÉRDEMES TUDNI

A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

ÉRDEKKÖZÖSSÉG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEK

vésre, állásfoglalásra ösztökél, gondolkodtat és szembesít, egyszóval magas színvonalon gyakorolja hivatását. Teszi ezt egy serkentő, bátorító közegben, amely nemcsak tárgyat, de célt is ad munkájának, olyan partnerekkel együttműködve, akik egyúttal leghívebb kritikusi is. Az ilyen együttműködés magában rejtje az új kihívások, felelőségek, szakmai, műfaji megújulások lehetőségét.

Hallgatói levélben fordult valaki egy rádiós műsorhoz, segítséget kért a falujában magukra maradt, elesett emberek részére. A műsor szerkesztője az egyik hazai kommunikáció- médiaszakos iskolában tanít, s úgy gondolta, ez jó gyakorlati feladatot (lehetőséget) jelenthet tanítványainak egy társadalmi jószolgálati kezdeményezésre. Felvetette, hogy a főiskola hallgatósága szervezzen segítő akciót a kis falu több mint 50 rászoruló családja részére. Gyűjtöttek ruhákat, gyerekjátékokat és tartós élelmiszereket. A közvetlen adakozáson és gyűjtésen kívül a kommunikációs szakos hallgatók szakmai gyakorlatként ennek az ügynek a médiában való megjelenítését szervezték meg, az üzleti kommunikációsok pedig támogatókat kerestek.

A diákok a sikeren felbuzdulva hagyományt kívánnak teremteni: a következő évfolyamok már újabb települések segítségét, gondjaik részleges „örökbefogadását” tervezik.

Végezetül, érdemes pár szót ejtenünk a társadalmi kommunikáció felfoghatatlan gyorsasággal változó világáról. Mindenféle értékítéletektől és jóslásoktól óvakodva, tényszerűen meg kell állapítanunk, hogy míg a médiapiac egyre kegyetlenebb szorítása miatt a kínálat érzékelhetően egyfajta ízlés és kultúrigeny kielégítésének irányába tolódik, a társadalom egyre jelentősebb részében fokozódik a kommunikációs kielégítetlenség. Válaszul – számottevő civil közreműködéssel – alternatív tömegkommunikációs kísérletek (internet-csatornák, internet-rádiók, chat-birodalmak, közösségi rádiók, közösségi televíziók stb.) jönnek létre. A médiában dolgozók közül sokan mint „civiliek” vesznek részt ezekben a társadalmi kommunikációs kísérletekben. Ez a jelenség az eddig említett kapcsolódási lehetőségeknek új, izgalmas, jövőbe mutató eleme.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

ÉRDEKKÖZÖSSÉG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉSI NEHÉZSÉGEK

Mi szükséges a média és a nonprofit szektor együttműködésének javításához?

Mindenekelőtt egymás „működésének”, „nyelvének”, mozzasztórugóinak jobb megismerése, megértése. Ahhoz, hogy az információk „fogható” módon, viszonylag kis torzítással áramolhassanak a partnerek között, szükséges, hogy kiderüljön, melyek a „fontos” információk, és ezeket milyen kommunikációs nyelven és formában kell vagy lehet „becsomagolni”, hogy „célba” találjanak.

A médiában dolgozók sok esetben nem jutnak kellő mennyiségű és minőségű információhoz. Nem könnyű független, az adott témában elfogulatlan, hozzáértő szakembert, új arcot–hangot megszólaltatni, véleményét kikérni. Ilyen segítők nélkül azokat a kutatási eredményeket is nehéz megtalálni, amelyek hozzájárulhatnak az éppen aktuális történések, konkrét hírek hátterének, összefüggéseinek megismeréséhez, esetleg újabb nézőponttal, szakmai elemzéssel, kiegészítő információkkal gazdagíthatják az újságírói munkát.

A civil szektoron belül az elmúlt pár évben elindult egy intenzív tanulási folyamat. A nonprofit szervezetek képviselői igyekeznek elsajátítani azokat a szakmai ismereteket, amelyek a médiával kiépítendő kapcsolat kezdeményezéséhez és fenntartásához szükségesek. (Ebben kiemelkedő szerepet vállal a Nonprofit Média Központ Alapítvány.) A kapcsolatépítési folyamatot a médiában dolgozók is előmozdíthatják azzal, ha az őket megkereső szervezetek munkatársait potenciális szakmai partnerként kezelik, segítik a „közös nyelv”, a hatékony egymás közötti kommunikáció elsajátításában. Cserében pontosabb, szakszerűbb információkra, friss és folyamatos tájékoztatásra számíthatnak.

A civil szervezetekkel létrejövő, állandósuló partneri együttműködés számottevően hozzájárulhat ahhoz, hogy a médiában dolgozó szakemberek eligazodjanak a civil társadalom és a nonprofit szektor területén. A tisztánlátáshoz azonban arra is szükség van, hogy az újságírók az elkötelezett civil szereplőktől származó információk mellett tárgyilagos elemzésekhez, szakértői véleményekhez, tényadatokhoz is hozzájussanak. Ez utóbbiak időnként a közhiedelemmel merőben ellentétes képet mutatnak a magyar nonprofit szektorról, máskor a meglehetősen következtetlenül használt, sok félreértésre alkalmas fogalmak közötti eligazodáshoz és a jelenségek megértéséhez szolgálnak nélkülözhetetlen adalékokkal.



FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Fogalomhasználat

Azon társadalmi és gazdasági szervezeteket, amelyek nem államiak, nem profitorientáltak, és amelyeket bizonyos fokú intézményesültség, önkéntesség és a közjó szolgálata jellemz, *nonprofit szervezeteknek*, összességüket *nonprofit szektornak* nevezzük. A magyarországi fogalomhasználatban ma ez a legerjedtebb elnevezés. Ugyanakkor a köznyelvben gyakran találkozhatunk egy leszűkített értelmezéssel is. A hétköznapi szóhasználatban a nonprofit szervezet megnevezés esetenként arra szolgál, hogy a professzionális, fizetett alkalmazottakkal dolgozó, többé-kevésbé intézményesült szervezeteket a civil társadalom spontán szerveződéseitől megkülönböztesse.

Civil szervezet alatt néha a civil társadalom képviselőjében fellépő, máskor csak az önkéntes alapon, általában fizetett munkaerő nélkül működő szervezeteket értik, de a *civil szféra* elnevezés a nonprofit szektor szinonimájaként is használatos. Gyakran felmerülő kérdés, hogy milyen kapcsolat van a civil társadalom és a nonprofit szektor között, mennyiben tekinthető civilnek a szektor, illetve egy-egy nonprofit szervezet. A *civil társadalom* fogalma egyrészt tágabb, másrészt szűkebb, mint a nonprofit szektoré. Tágabb, mert nemcsak a hivatalosan bejegyzett nonprofit szervezetek tartoznak bele, hanem az állampolgárok nem intézményesült önkéntes szerveződései is (például informális közösségek, társadalmi mozgalmak, szomszédsági együttműködések stb.). Ugyanakkor szűkebb is, mert nem foglalja magában azokat a nonprofit szervezeteket (közalapítványokat, köztestületeket, közhasznú társaságokat), amelyek nem civil kezdeményezésre jöttek létre.

Lényegében a nonprofit fogalom szinonimájának tekinthetők az olyan elnevezések, mint a *harmadik szektor*, az önkéntes szervezetek és a nem kormányzati szervezetek (NGO = non-governmental organization), mivel ezekben ugyanazon jelenség értelmezésének árnyalati különbségei tükröződnek. A harmadik szektor megnevezés az állami és a piaci szektortól való megkülönböztetést szolgálja, azt hangsúlyozza, hogy a nonprofit szervezetek önálló szektort alkotnak. *Önkéntes szervezetekről* rendszerint akkor beszélünk, ha a tagok és támogatók által végzett önkéntes munka fontosságára kívánunk rávilágítani. Az NGO elnevezés azoknak a nemzetközi szervezeteknek (például ENSZ, Világbank) a dokumentumaiból került át a hazai szóhasználatba, amelyek – bár elsődleges partnereik továbbra is a nemzeti kormányok maradtak – a társadalom más képviselői felé is nyitni kívántak, s így számukra az új partnerszervezetek nem kormányzati jellege különös jelentőséggel bírt.



MIT ÉRDEMES TUDNI A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

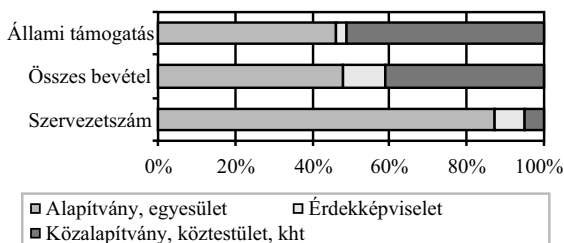
A kutatási anyagok gyakorlott olvasói számára már a fogalomhasználat is elárulja, hogy az egyes tanulmányok milyen megközelítésből vizsgálják a szektor jelenségeit. Például a harmadik szektor, nonprofit szervezetek elnevezést általában a statisztikai, közgazdaságtani, szociológiai, a nem kormányzati szervezetek, civil társadalom elnevezést pedig főképp a politológiai irodalomban használják.

Ritka botrányok, sűrű előítéletek

A nonprofit szektor, s főként az alapítványok kapcsán gyakori előítélet, hogy ezek a szervezetek a gazdasági visszaélések és a pénzmosás színterei. Akik ezt az előítéletet osztják, valószínűleg igen keveset tudnak a mintegy 47 ezer szervezetet számláló magyar nonprofit szektor tényleges összetételéről és jövedelmi viszonyairól.

A szektor két domináns szervezeti formája az egyesület és az alapítvány, ezek teszik ki az összes nonprofit szervezet 87 százalékát. Ugyanakkor az összes bevételnek és az állami támogatásoknak egyaránt kevesebb mint fele jut el hozzájuk. Körükben igen magas (több mint 50 százalékos) azoknak a kisméretű, helyi szervezeteknek az aránya, amelyek működésüket főleg a hozzájuk kötődő tagok és támogatók befizetéseire és önkéntes munkájára alapozzák.

A nonprofit szektor szerkezete, 2000



Forrás: Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000

Az alapítványok és egyesületek több mint felének az éves bevétele 50 ezer Ft alatt marad. Ugyanakkor a valóban nagy összegekkel gazdálkodó, 500 millió Ft feletti bevételű szervezeteknek több mint kétharmada az államközeli nonprofit szervezetek (közalapít-



MIT ÉRDEMES TUDNI A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

ványok, köztestületek, közhasznú társaságok) kicsiny csoportjába tartozik. Ez a csoport az állami és önkormányzati támogatások legnagyobb felhasználója, s a pénzügyi problémák, botrányok, döntéshozatali visszasságok legnagyobb része ebben a körben jelentkezik.

A politikai és gazdasági surranópálya sztereotípiája

Meglehetősen elterjedt és nehezen csökkenthető az az előítélet, mely szerint a civil szféra tipikus résztvevői, szereplői olyan emberek, akik a politikában és a komolyabb üzleti tevékenységekben nem tudnak sikeresek lenni. Politikai ambícióikat ezért mintegy „vigaszágon”, civil szervezetek létrehozásával igyekeznek érvényesíteni, a nonprofit szervezetekben szerzett pozíciók révén próbálnak bekerülni a döntéshozatalba, befolyásra szert tenni az elosztás szférájában.

Bár előfordulnak kivételes példák, amelyek e sztereotípiákat igazolják, aki alaposabban megismeri és megérti a nonprofit szektor szerkezetét és működését, az könnyen átláthatja ezeknek az előítéleteknek a hamisságát. Az utóbbi évtizedben számos társadalmi-gazdasági probléma éppen a civil kezdeményezések nyomán vált kezelhetővé, számos fontos cél kizárólag a nonprofit szervezetek közreműködésével valósulhatott meg. Az itt dolgozó emberek többsége az ügy iránti szimpátiája, elkötelezettsége miatt vállalt szerepet a szektorban.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZŰRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
– A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Máig is nagyon sok kisebb-nagyobb alapítvány erőfeszítései járulnak hozzá a közintézmények (iskolák, kórházak, múzeumok, könyvtárak stb.) talpon maradá-sához és fejlődéséhez. Számtalan innovatív civil kezdeményezés szolgálja az okta-tás, a szociális ellátás és az egészségügy korszerűsítését és fontos társadalmi prob-lémák (környezetszennyezés, hajléktalanság, munkanélküliség, alkoholizmus, drogfogyasztás stb.) enyhítését. Még az alapvetően rétegigényeket kielégítő tevé-kenységekről (avantgárd művészeti produkciók, hagyományörzés, sport és rekre-ációs szolgáltatások stb.) is elmondhatjuk, hogy közvetve fontos közösségi funk-ciókat (a kultúra fejlesztése, a nemzeti és kisebbségi identitások erősítése, az egészség megőrzése stb.) töltenek be. Ugyanez érvényes az elsősorban saját tagja-ikat szolgáló jog- és érdekvédelmi, önszervező és klubjellegű szervezetekre is, amelyek többsége felbecsülhetetlen társadalmi integrációs és indikátor szerepet játszik.

Az államfüggő nonprofit szektor tévképzete

Kétségtelen, hogy a kormányzati szervezetek a kilencvenes években egymás után hozták létre a nagy állami alapítványokat, amelyeknek a kulturális élet, az if-júságvédelem, a vállalkozásfejlesztés, a munkahelyteremtés, a szociális ellátás stb. területére szánt állami támogatások pályázati úton történő elosztásáról kellett gondoskodniuk. Országos jelentőségű tudományos, kulturális és szociális intéz-ményeket alakítottak át előbb alapítvánnyá, majd közalapítvánnyá, közttestületté, közhasznú társasággá. A helyi önkormányzatok szintén követték a központi kor-mány példáját. Mindez sokakban azt a benyomást keltette, hogy a magyar non-profit szektor az „állami köldökzsinóron függ”, a kezdeményezések és a szektor-ba áramló pénzek egyaránt igen nagy részben a kormányzati oldalról jönnek. Ezt a hiedelmet az adatok egyértelműen cáfolják.

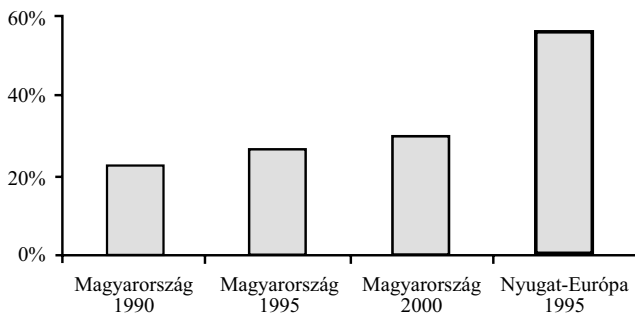
A kormányzat, az önkormányzatok és a költségvetési intézmények a nonprofit szervezetek alig egytizedének alapításában vettek részt, s körülbelül kétötödének nyújtanak kisebb-nagyobb támogatást. A szektor állami támogatottsága, bár lassú növekedést mutat, még mindig messze elmarad a nyugat-európaítól.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
– A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Az állami támogatások százalékos aránya
a nonprofit szektor összes bevételeéhez viszonyítva



Forrás: Salamon és szerzőtársai, 1999; Kuti, 1996; Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000.

Ezek az adatok egyértelműen azt mutatják, hogy az állami pénzek nonprofit szektorba való átcsoportosítása fontos volt ugyan, de nem játszott meghatározó szerepet a szektor fejlődésében.

Alábecsült magántámogatások

A magánszemélyektől, vállalatoktól, más nonprofit szervezetektől és külföldről érkező támogatások – a közhiedelemmel ellentétben – jelentős szerepet játszanak a nonprofit szektor finanszírozásában. A szektor teljes bevételeéhez viszonyított arányuk összességében 16, ha csak a hazai adományokat vesszük figyelembe, 10 százalékos. Ez az arány – bármily meglepő is – jóval magasabb, mint Nyugat-Európában. (A fejlett országok közül az Egyesült Államokban és Izraelben a legnagyobb a magánadományok súlya, de ott sem éri el a 13 százalékot.)

A hazai jó példák közül a Nonprofit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány 1995 óta minden évben kiemelt, egy adakozásban élen járó vállalati adományozót illetve egy magánszemélyt, és eszmei értékű díjakkal jutalmazza őket.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZŰRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
– A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

A NIOK Alapítvány díjazottjai, 1995–2002

<i>Év</i>	<i>Az Év Vállalati Adományozója</i>	<i>Az Év Egyéni Adományozója</i>	<i>Az Év Civil Szervezete</i>	<i>Különdíjak</i>
1995	Inter-Európa Bank Rt.	Fischer Lenke, nyugdíjas	Drog Stop Budapest	Gayer Gyuláné, szociológus (Életműdíj)
1996	P + P Pékáru Kft.	Andor György Károly, ferences pap	Egri Alternatív Kulturális egyesület	
1997	Shell Hungary Rt.	Koczka Ferenc, karmester	Európa Jövője Egyesület	
1998	MATÁV Rt.	Darmstadter Sándor, nyugdíjas	Megosztott díj az Utcai Szociális Segítők Egyesülete, Tatabánya és az Óbuda-Békásmegyer Gyermekeinek Egészségéért Alapítvány között	
1999	ÁB-Aegon Általános Biztosító Rt.	Friderikusz Sándor, műsorvezető	Miskolci Speciális Felderítő és Mentőcsoportért Közalapítvány	Bartha Viki (A Jövő Adományozója Díj)
2000	Siemens Rt.	Lakatos Mihály, nyugdíjas	Nők a Balatonért Egyesület	
2001	Levi Strauss Magyarország	Dr. Frimpong Manso Sámuel, gyógyszerész	Magyar Hospice Alapítvány	
2002	Alcoa-Kőfém Kft.	Dr. Tamás István, IBS főigazgató	Peter Cerny Alapítvány	

Forrás: www.nonprofit.hu

A díjazottak kiválasztásában esetenként más és más szempont a meghatározó: hol az adomány jelentősége, hol az elkötelezettség, hol a jótékonyág innovatív volta, hol a példamutatás. A pozitív példák változatossága mindenestre a társadalmi felelősségvállalás, jótékonyág, nemes adományozás jelenlétét és fontosságát igazolja.

Mire jó és mennyit ér az önkéntes munka?

Az önkéntes munkára máig is árnyékot vet a hajdani társadalmi munka emléke, ami akadályozza, hogy a civil szféra működésének ezt a kulcsfontosságú összetevőjét valódi értékén vegyük figyelembe.



MIT ÉRDEMES TUDNI A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Pedig az önkéntesen vállalt, ellenszolgáltatás nélkül végzett munka egyszerre kínálja az aktív társadalmi részvétel lehetőségét, fejleszti a kezdeményező- és a cselekvőkészséget, s ugyanakkor a szó anyagi értelmében is komoly értéket termel. A közösségi munkavégzés során többnyire erősödik a résztvevőkben a felelősségvállalás, az állampolgári elkötelezettség, a bizalom, a mások szempontjainak figyelembevétele, a kölcsönösség és a szolidaritás. Az önkéntes munka sok esetben mentális, lelki szükségleteket is kielégít. Esélyt kínálhat továbbá a társadalom perifériájára szorult különféle embereknek és csoportoknak a bekapcsolódásra, az integrációra.

A civil szervezeteket önkéntes munkával segítők száma 2000-ben meghaladta a 400 ezer főt. Az általuk teljesített közel 35 és fél millió munkaóra körülbelül 17 ezer főállású foglalkoztatott munkaidejének felelt meg. Munkájuk értéke a KSH becslései szerint megközelítette a 18 milliárd forintot.

Az önkéntes munka becsült értékének aránya a különböző nagyságú nonprofit szervezetek összes bevételehez képest, 2000



Forrás: Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000

Különösen fontos a lakossági segítség a kisebb szervezetek számára. Értéke az 50 ezer Ft alatti bevételi kategóriában meghaladja a pénzbevétel 13-szorosát, s hajszálnyival még az 51 és 500 ezer Ft közötti összeggel gazdálkodó szervezetek esetében is nagyobb a tényleges bevételek összegénél.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
– A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Félreértések a közhasznúság, a közhasznú státus és a közhasznú társaság körül

A félreértések és a szóhasználatban jelentkező zűrzavar oka két jogszabály, amely a köznyelvben már korábban is használatos „közhasznú” melléknévnek új, speciális, még-hozzá erősen leszűkített jelentést adott. Az egyik a Polgári Törvénykönyv, amely az 1994-től bevezetett új nonprofit szervezeti formák egyikeként definiálta a közhasznú társaságot; a másik a nonprofit törvény, amely 1998-tól lehetővé tette a nonprofit szervezetek számára a közhasznú és a kiemelkedően (nem kiemelten, ahogy tévesen említeni szokták) közhasznú státus megszerzését.

A közhasznú társaság olyan szolgáltató nonprofit szervezet, amely működési és szabályozási jellemzőit tekintve nagyon hasonlít a gazdasági társaságokra, de társadalmi közös szükségleteket elégít ki, és profitját nem oszthatja szét a tulajdonosok között. A közhasznú státusért – mint minden más nonprofit szervezet – akkor folyamodhat, ha eleget tesz a nonprofit törvény szabta feltételeknek. (Ezek a feltételek a tevékenységi körhöz, a szolgáltatások általános hozzáférhetőségéhez és a működés nyilvánosságához kapcsolódnak.)

Magyarán: nem minden közhasznú társaság számít hivatalosan is közhasznú szervezetnek, és megfordítva, közhasznú státusra korántsem csak a közhasznú társasági formában működő nonprofit szervezetek tehetnek szert. 2000-es adatok szerint az egyesületeknek 30, az alapítványoknak 60, a közhasznú társaságoknak 69 százaléka kapta meg a közhasznú vagy kiemelkedően közhasznú minősítést.

Mivel a közhasznú státus különböző adókedvezmények igénybevételére jogosít, megszerzése főleg az ilyen kedvezményekre számot tartó szervezetek számára vonzó. Hiánya nem jelenti azt, hogy az adott nonprofit szervezet tevékenysége egyáltalán nem szolgálja a közjót, a tágabb közösség érdekeit.

Említhető-e a sajtóban egy nonprofit esemény támogatója?

Az újságírók és szerkesztők körében közkeletű az a tévedés, hogy a sajtóban nem említhető a támogató, mert az reklámnak számítana. A médiatörvény (1996. évi I. törvény) rendelkezései ezzel már korábban is ellentétesek voltak, s most az uniós, jogharmonizációs célú módosítás megerősítette, hogy nem számít reklámnak, tehát megnevezhető valamely nonprofit esemény támogatója. Amit nem lehet: „A támogatói üzenet terméktulajdonságra, árra, kereskedelmi elérhetőségre való utalást nem tartalmazhat.” (ORTT 1473/2002. (X.3.) számú határozata.)



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZÚRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
– A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN



Az egyszerű tájékozatlanság mellett ebben a tárgykörben a szemléleti problémák is előfordulnak. A médiumok tulajdonosai gyakran azért ellenzik a támogató megnevezését, mert ezt ingyen reklámnak tekintik, s úgy hiszik, hogy ennek kapcsán bevételektől esnek el. Előfordul, hogy ilyenkor az óvatosságra intéssel igazából a saját szerkesztőiket is félrevezetik.

Feltétele-e a hírvérték a média-megjelenésnek?

A hírek területe az egyik lehetséges, de nem az egyetlen megjelenési kerete a nonprofit szektor történéseinek. Tévhit, hogy kizárólag a hírműsorokon keresztül kell és lehet a közönséghez eljutni, illetve hogy aminek nincs hírvértéke, annak nincs helye a médiában.

MIT ÉRDEMES TUDNI

A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

FOGALMI ZŰRZAVAR, TÉVHITEK ÉS ELŐÍTÉLETEK – A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

A halálos betegségben szenvedők lelki gondozására vállalkozó Hospice Alapítvány egyik képviselője mesélte pár éve, hogy megke-resték valamelyik televíziót, nem adnának-e hírt a közelmúltban elindult munkájukról. A riporter gondolkodott kicsit, majd azt aján-lotta, halottak napja körül keressék őt, akkor lesz ennek hírértéke.

Adományozás esetén például nem a támogatásnak, hanem az eredménynek lehet hírértéke. A sajtó felelőssége lehetne ezeknek a hatásoknak a nyomon követése, a visszatérés az ilyen esetekre, a hosszabb távú eredmények utólagos vizsgálata, elemzése. Az ilyen beszámolóknak inkább a rétegműsorokban kellene helyet találni. Nem a hír az egyetlen adekvát műfaj, a nonprofit szervezeteknek nem a híradások-ba kellene minden áron bekerülniük, hiszen többségüknek nem az a dolga, hogy valami bombasztikust produkáljon.

A nonprofit szektorról szóló beszámolóknak jobban kellene igazodniuk a tevé-kenység hatóköréhez, célcsoportjához. A civil ügyek ismertetésére a helyi és regio-nális szintű médiumok gyakran megfelelőbb terepet kínálnak, mint az országos média. Hatékonyabb is, ha a nonprofit szektor – többnyire helyi kötődésű – szerve-zeteinek megszólalásai kisebb szórású, de a célcsoporthoz jobban kötődő orgánu-mokban jelennek meg.

A fentiekben – szándékaink szerint – számos olyan adatot és kutatási eredményt ismertettünk, amely nemcsak a tisztánlátás, hanem a gyakorlati munka szempontjából is hasznos lehet. Természetesen nem tudtunk azonban minden fontos tudományos megállapítást felsorolni, inkább csak azt illusztrálhattuk, hogy a mindennapokban felmerülő kérdések megválaszolásához, döntések meghozatalához, problémák meg-oldásához célszerű a mások által felhalmozott ismereteket mozgósítani.



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

Információs források

A továbbiakban ahhoz próbálunk támpontokat adni, hogy az olvasó megtalálja a munkájához szükséges szakmai, kutatási, információs anyagokat, és el is igazodjon közöttük.

A szakmai és kutatási információk forrásai

<i>Mire van szükségünk?</i>	<i>Hol találjuk meg?</i>
<i>A nonprofit szektor mennyiségi jellemzői, nonprofit statisztika</i>	1992 óta évente megjelenik a „Nonprofit szervezetek Magyarországon...” című kiadvány, amelyet a nonprofit szektor különböző részterületeivel (például kultúra, környezetvédelem, településfejlesztés stb.) foglalkozó statisztikai összeállítások egészítenek ki. Az önkormányzatok és a nonprofit szervezetek kapcsolatairól négy évenként publikálnak adatokat. A friss kiadványok megvásárolhatók a Központi Statisztikai Hivatal könyvesboltjában: 1024 Budapest, Keleti Károly u. 10. Tel.: 212-4348 A korábbi anyagok a www.ksh.hu/Társadalomstatisztikai főosztály honlapról letölthetők.
<i>Jogi információk, a jogszabályok változásainak értelmezése</i>	Csizmár Gábor – Bíró Endre: Nonprofit jogi kézikönyv, a Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó rendszeresen frissített kiadványa. Használhatók még az általános jogszabálygyűjtemények, a CD-jogtár vagy a következő honlapok: www.civili.hu ; www.emla.hu ; www.jogismeret.hu ; www.jogtar.hu ; www.mkogy.hu
<i>Tudományos elemzések, a szektor egészét vagy egyes részterületeit leíró kutatások, esettanulmányok. Kézikönyvek, menedzsment szakismeretek nonprofit vezetők számára</i>	Teljes bibliográfia található a Nonprofit Kutatócsoport Egyesület honlapján, ahonnan számos kutatási anyag le is tölthető: www.nonprofitkutatas.hu Nonprofit szakkönyvtárak: Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Könyvtára: 1093 Budapest, Közraktár u. 18-20. NIOK-NSZK könyvtár Penna-Kulturtrade Könyvesbolt: 1013 Budapest Krisztina krt. 34. Kisebb nonprofit könyvtárak és esetenként könyvadásító helyek működnek a megyei civilházakban is. Címadataik a www.civilhazak.hu portálon fellelhetők.
<i>Aktuális információk, konkrét civil szervezetek, kezdeményezések adatai</i>	Nonprofit Információs és Oktatási Központ: www.niok.hu Megyei civilházak www.civilegyuttmukodes.hu ; www.civilradio.hu ; www.ngo.hu ; www.nonprofit.hu ; www.nonprofit.lap.hu ; www.nonprofitmedia.hu ; www.onkenteskozpont.hu ; www.pafi.hu ; www.sansz.hu .
<i>Nonprofit sektort érintő kormányzati és önkormányzati anyagok, javaslatok, előterjesztések</i>	Magyar Országgyűlés Civil Iroda Miniszterelnöki Hivatal Civil Kapcsolatok Főosztálya A különböző minisztériumok civil kapcsolatokkal foglalkozó osztályai, főosztályai, titkárságai, irodái A nagyobb városok önkormányzatai által alkalmazott civil referensek



MIT ÉRDEMES TUDNI
A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

Hogyan olvassunk ábrákat és táblázatokat?

Kutatások felhasználóiként számtalanszor érezhetjük: egy-egy grafikon vagy táblázat olyan bonyolultnak tűnik, hogy az értelmezése túl sok időt és energiát igényelne. Az alábbi példán keresztül a kutatási összefoglalókban található ábrák és táblázatok olvasását és elemzését szeretnénk megkönnyíteni.

A nonprofit szektor bevételeinek alakulása folyó és változatlan áron, 1993–2000

Év	A bevételek alakulása folyó áron		Fogyasztóiár-index az előző év %-ában	A bevételek alakulása változatlan áron	
	összeg, millió Ft	az előző év %-ában		összeg, millió Ft	az előző év %-ában
1993	118 475,4	-	-	118 475,4	-
1994	139 265,7	117,5	118,8	117 227,0	98,9
1995	181 916,3	130,6	128,2	119 446,0	101,9
1996	239 037,9	131,4	123,6	127 012,7	106,3
1997	284 362,2	119,0	118,3	127 745,8	100,6
1998	358 689,5	126,1	114,3	140 883,5	110,3
1999	415 582,4	115,9	110,0	148 422,3	105,4
2000	495 508,0	119,2	109,8	161 193,2	108,6

Forrás: Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000.

A táblázatosítás lépései a következők:

1. Olvassuk el figyelmesen a címet, ebből tudjuk meg, hogy miről kapunk információkat. A fenti táblázat a nonprofit szektor teljes bevételeinek alakulásáról közöl évenkénti adatokat az 1993 és 2000 közötti időszakban, s nemcsak a ténylegesen mért forintösszeget adja meg, hanem egy olyan (változatlan árasnak nevezett) mutatót is, amelyből már kiszűrték az infláció hatását, tehát a bevételek reálértékének változását tükrözi.

2. Olvassuk el a táblázat alján található „forrásmegjelölést”, mert ez elárul valamit arról, hogy mennyire megbízhatóak az adatok. Ha a táblában megjelenő mutatók – mint a példánkban is – egyetlen hivatalos statisztikai forrásból származnak, akkor valószínűsíthető, hogy tartalmi és módszertani szempontból egységesek, vagyis jól összehasonlíthatók. Más a helyzet, amikor – erre az állami támogatások alakulását leíró korábbi ábránk lehet a példa – szinte minden adat más kutatás eredménye. Ilyenkor számítani kell arra, hogy összegyűjtésük nem feltétlenül azonos fogalomrendszer és metódus szerint történt. Ha az alakulásukból levonható következtetések valóban fontosak számunkra,



MIT ÉRDEMES TUDNI

A MÉDIA MUNKATÁRSAINAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

akkor célszerű elolvasni a módszertani információkat, mert azokból kiderül, hogy biztosított-e az adatok összehasonlíthatósága. (A kérdéses ábra esetében egyébként igen, mert az ehhez szükséges tartalmi korrekciók megtörténtek.)



3. Olvassuk el a táblázat felső részében (fejrovat), illetve bal oldalán (oldalrovat) található információkat. Példánkban a bal oldalon az évszámokat találjuk, a fejrovatban pedig azokat az megnevezéseket, amelyekből kiderül, hogy az adott oszlopban a (millió Ft-ban megadott) folyó illetve változatlan áras bevételi összegek szerepelnek-e, vagy a bevételek illetve az infláció százalékban megadott változásai. Ha a fej- és az oldalrovatokban nem szerepel mértékegység, akkor valószínűleg az összes adat azonos (rendszerint a címben vagy a tábla jobb felső sarka fölött feltüntetett) mértékegységben van kifejezve.

4. Gyakori jelölések a táblázatokban: N.a. = nincs adat; N.v. = nincs válasz, nem válaszolt; * = valamilyen plusz információ található a táblázat alján. Különösen fontos a tábla alatt megjelenő N = esetszám, mert ebből láthatjuk, hogy hány megfigyelés szolgáltatta az alapot a teljes sokaságot jellemző értékek becsléséhez. Az alacsony esetszámok alapján levont következtetések megbízhatósága erősen kérdéses.

5. A táblázat értelmezése, következtetések levonása: Az első oszlop adataiból jól látszik, hogy a nonprofit szektor bevételei a hét év alatt nominálértékben több mint meg-négyszereződtek. Növekedési ütemük az inflációs rátánál tartósan magasabb volt, az árak csak 1994-ben nőttek gyorsabban, mint a bevételek. Így aztán a szektor – ha nem is látványosan – reálértékben mért jövedelmi pozícióit is javítani tudta. Bevételei 2000-ben ténylegesen 36 százalékkal értek többet, mint 1993-ban.

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

Hogyan olvassunk kutatásokat?

A kutatási anyagok jelentős része nem közvetlen gyakorlati felhasználásra készül. Az alapkutatások nyomán megszülető tudományos művek rendszerint a nonprofit jelenség elméleti megértésére, a legfontosabb tendenciák felismerésére, a törvényszerűségek és a mélyebb összefüggések feltárására törekuszenek. Nyelvezetük gyakran bonyolult, nehéz belőlük kihüvelyezni a számunkra értékes információkat. Az alkalmazott kutatások megközelítése többnyire gyakorlatiasabb, vizsgálati körük viszont szűkebb, így eredményeik kevésbé általánosíthatóak. Érvényességük gyakran egy-egy részterületre vagy részkérdésre korlátozódik, ami felhasználásuk lehetőségeit is behatárolja.

Mindebből az következik, hogy a kutatási anyagok olvasása során nem nélkülözhetünk bizonyos kreativitást. Gyakorlati kérdéseinkre (hacsak nem mi magunk rendeltük meg a kutatást) ritkán kapunk kész, minden szempontból teljes választ. Sokkal gyakoribb az, hogy a tudományos művek olyan általános megállapításokkal, támpontokkal szolgálnak, amelyek segítségével – saját tapasztalatainkat is mozgósítva – mi magunk vonhatjuk le a konkrét helyzetben érvényes következtetéseket.

A tudományos elemzések áttekintését és értelmezését megkönnyítheti, ha ismerjük a kutatás szokásos lépéseit. Ezek a következők:

1. *A vizsgálni kívánt kérdéssel kapcsolatos korábbi kutatások áttekintése, másodelemzése.* Ennek a legelső munkafázisnak az eredményei gyakran a zárótanulmányban (többnyire annak első fejezetében) is megjelennek. Az adott témakörben felhalmozott ismereteknek ezek a rövid összefoglalói (és a hozzájuk tartozó szakirodalmi hivatkozások) nagyon hasznosak lehetnek számunkra. Segítenek az éppen olvasott szerző álláspontjától esetleg eltérő vélemények megismerésében, a különböző megközelítések közötti eligazodásban, a számunkra leginkább hasznosítható forrásanyagok fellelésében.

2. *A kutatási probléma körülhatárolása:* A kutatási ötlettől a kutatás hipotéziséig (kiinduló feltevéséig) hosszú út vezet. Az ötlet egy társadalmi probléma vagy jelenség felismerése, a hipotézis jól körülhatárolható feltételezés arról, hogy a jelenségek hogyan függenek össze. A hipotézist a szerzők általában a bevezetőben

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

ismertetik, majd a tanulmány egy későbbi pontján visszatérnek rá, s leírják, hogy a kiinduló feltevést a vizsgálati eredmények alátámasztották vagy megcáfolták-e.

3. *A kutatási terv* annak érdekében készül, hogy a munka menete pontosan körülhatárolt, irányított legyen. A hipotézis megfogalmazása után kiválasztják az alkalmazni kívánt módszereket, meghatározzák a célcsoportot és a mintavétel módját, előkészítik az eszközöket (kérdőív, interjúvázat stb.). Ezeknek a megismerése azért fontos, mert a felhasznált módszerek sokszor erősen befolyásolják az eredményeket, vagy legalábbis azok megbízhatóságát. A legfontosabb módszertani információk rövid összefoglalását rendszerint már a kiadványok bevezetője is tartalmazza. A részletes módszertani leírást esetenként a tanulmányok függelékében találhatjuk, máskor a lábjegyzetek adják meg a szükséges eligazítást.

4. *A kutatás elvégzése*, vagyis az a folyamat, amelynek során a vizsgálat elkészül, az olvasó számára általában láthatatlan marad, legfeljebb bizonyos mozzanatairól (például a válaszadás megtagadásának gyakoriságáról, az adatok javításáról, teljeskörűsítéséről) kerül be néhány információ a módszertani mellékletekbe.

5. *Összegzés: az összegyűjtött adatok, információk elemzése, a következtetések levonása.* Ennek a munkának az eredményei teszik ki a kutatási anyagok döntő hányadát. Többnyire ezekben a fejezetekben található meg a részletes elemzések, a hétköznapi munkában leginkább hasznosítható megállapítások. Amennyiben a kutatóknak az eredmények gyakorlati felhasználásának lehetőségeiről és a kormányzati politika számára adódó tanulságokról is van mondanivalójuk, ez általában a tanulmány záró fejezetében jelenik meg.

Ezek a fázisok természetesen nem mindig követhetők nyomon ennyire pontosan, gyakorlott kutatók a különböző szakaszokat felcserélhetik, a folyamatba más elemeket is beiktathatnak, a kiadványokban másképp rendezhetik el az információkat.

A fent bemutatott kutatási–elemzési lépések ismerete nemcsak akkor lehet hasznunkra, amikor felhasználóként a publikált anyagokban szeretnénk eligazodni, hanem akkor is, ha tudományos elemzések megrendelőiként fogalmazzuk meg az elképzeléseinket, vagy ha magunk akarunk egy kisebb kutatást elvégezni.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Adirondack, Sandy: Mindennapi receptek civil szervezeteknek. NIOK Alapítvány, Budapest, 1999.
- Az Európai Közösség Bizottságának közleménye az önkéntes szervezetek és alapítványok szerepének erősítéséről Európában. Európa Ház, Budapest, 1998.
- Balogh Bence – Mészáros Geyza – Sebestény István: Módszer és gyakorlat. A nonprofit statisztika 10 éve. 1992-2002. www.nonprofitkutatas.hu
- Bartal Anna Mária: Nonprofit alapismeretek kézikönyve. Ligatura Kiadó, Budapest, 1999.
- Bíró Endre: Nonprofit szektor analízis. Civil szervezetek jogi környezete. EMLA Egyesület, Budapest, 2002.
- Bódi György: Hogyan szerezzük meg az állampolgárok adójának 1%-át? KJK-KERSZÖV, Budapest, 2002.
- Csegény Péter: A civil referensi szerepkör megjelenése és problémái a helyi önkormányzatokban. In: Dr. Wellmann György (szerk.): Nonprofit tanácsadó A-tól Z-ig. Verlag Dashöfer Kiadó, Budapest, 2001.
- Csegény Péter – Kákai László (szerk.): Köztes helyzet? I-II. A civil szervezetek és az önkormányzatok kapcsolatában. Miniszterelnöki Hivatal Civil Kapcsolatok Főosztálya, Budapest, 2000, 2002.
- Csizmár Gábor – Bíró Endre: Nonprofit jogi kézikönyv. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1998.
- Csizmár Gábor – Nemoda István: Hogyan szerezzünk pénzt? KJK-KERSZÖV, Budapest, 2001.
- Czakó Ágnes – Harsányi László – Kuti Éva – Vajda Ágnes: Lakossági adományok és önkéntes munka. Központi Statisztikai Hivatal és Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1995.
- Czike Klára: Önkéntesség számokban. Esély, 2001/6.
- Farkas István – Török Marianna: A hazai adományozó magánalapítványok helyzete. Felmérés húsz alapítványról 2002-ben. www.nonprofit.hu
- Harsányi László: A nonprofit szektor szerepe a közszolgáltatások átalakításában. Európa Fórum, 1997/1.
- Harsányi László: Az állam és a nonprofit szektor. INFO Társadalomtudomány, 1997. 42. sz.
- Jagasics Béla: Civil történet. Landorhegy Alapítvány, Zalaegerszeg, 2001.
- Kákai László: Civil szervezetek lehetőségei az önkormányzatok döntéshozatali folyamatában. In: Dr. Wellmann György (szerk.): Nonprofit tanácsadó A-tól Z-ig. Verlag Dashöfer Kiadó, Budapest, 2001.
- Kondorosi Ferenc: Civil társadalom Magyarországon. Politika + Kultúra Alapítvány, Budapest, 1998.
- Kuti Éva: Hívjuk talán nonprofitnak... A jótékonyág, a civil kezdeményezések és az állami keretből kiszoruló jóléti szolgáltatások szektorra szerveződése. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1998.

- Kuti Éva: The nonprofit sector in Hungary. Manchester University Press, Manchester, 1996.
- Lévai Katalin – Straussman, Jeffrey D. (szerk.): Innovatív önkormányzatok. Helyi Társadalom Kutató Csoport, Budapest, 1996.
- Lévai Katalin (szerk.): Civil a pályán. Helyi Társadalom Kutató Csoport, Budapest, 1998.
- Logan, David: Companies in communities: Getting the measure. The London Benchmarking Group, London, 1997.
- Logan, David – Roy, Delwin – Regelbrugge, Laurie: Global corporate citizenship. Rationale and strategies. The Hitachi Foundation, Washington, 1997.
- Lomnici Zoltán: Az alapítványok és közalapítványok kézikönyve. HVG ORAC, Budapest, 1998.
- Lomnici Zoltán: Egyesületek. HVG ORAC, Budapest, 2000.
- Mészáros Geyza: Településfejlesztési célú nonprofit szervezetek. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2002.
- Nonprofit szervezetek Magyarországon 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002.
- Pavluska Valéria: A nonprofit szektor. JPTE FEEFI, Pécs, 1999.
- Salamon, Lester M. – Anheier, Helmut K.: Szektor születik. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1995.
- Salamon, Lester M. – Anheier, Helmut K.: Szektor születik II. Egy nemzetközi kutatás eredményei. Civitalis Egyesület, Budapest, 1999.
- Salamon, Lester M. et al.: Global civil society. Dimensions of the nonprofit sector. The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, Baltimore, 1999.
- Sebestény István: A nonprofit szektor funkcionális megközelítése – a nonprofit prizma. Statisztikai Szemle, 2001/4-5.
- Sebestény István: Az önkormányzatok és a nonprofit szervezetek kapcsolata 1996, 2000. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1998, 2002.
- Support of Philanthropy in the Czech Republic. Donor's Forum, Prague, 1996
- Szabó Máté: Az EU és a civil szervezetek. Politikatudományi Szemle, 1998/3.
- Széman Zsuzsa – Harsányi László: Halak és hálók. Kapcsolatok a helyi szociálpolitikában. Nonprofit Kutatócsoport és MTA Szociológiai Kutató Intézete, Budapest, 1999.
- Széman Zsuzsa – Harsányi László: Szociális kvartett. Civil szereplők négy magyar város szociális életében. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 2000.
- Török Marianna (szerk.): Alapfokú kézikönyv civil szervezetek számára. NIOK Alapítvány, Budapest, 1998.
- Zám Mária: Civilbarát önkormányzatok. Magyar Közigazgatás, 1997/7.
- 1%. „Forintszavazatok” civil szervezetekre. Tanulmányok. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 2000.

NONPROFIT KISSZÓTÁR – ALAPFOGALMAK ÉS ALAPADATOK

A társadalom három szektora: az állami (vagy kormányzati), az üzleti–piaci (vagy vállalati, for-profit) szektor és a „harmadik”, a → nonprofit szektor (ez utóbbit gyakran nevezik → NGO, → önkéntes vagy → civil szektornak is).

Adományozás: olyan támogatások nyújtása, amelyek fejében a támogató nem vár pénzben kifejezhető ellenértéket.

Alaptevékenység: a szervezet alapító dokumentumában meghatározott, alapvető céljai elérése érdekében kifejtett működése.

Altruizmus: önzetlenség, másokon való segítés.

Bevételtípusok:

Adományok, magántámogatások: származhatnak vállalati támogatásból, lakossági adományokból, külföldi támogatásból és nonprofit szervezetektől. 2000-es adatok szerint összegük 80 milliárd Ft, a nonprofit szektor összes bevételéhez (496 milliárd Ft) viszonyított arányuk 16 százalék volt.

Alaptevékenységből származó ár- és díjbevételek: magánszemélyek illetve szervezetek által befizetett egyesületi és érdekképviselői tagdíjak, valamint az alaptevékenység körében előállított termékek és szolgáltatások értékesítéséből származó bevételek. 2000-ben az összegük 183 milliárd Ft, arányuk 37 százalék volt.

Állami támogatások: normatív (fejkvótás) költségvetési finanszírozás, a központi költségvetésben nevesített, a minisztériumoktól és főhatóságoktól, központi alapoktól, illetve a helyi önkormányzattól és helyi költségvetési intézményektől elnyerhető támogatások. A statisztika ide sorolja az szja 1%-ából, az áfa-visszatérítésekből és a helyi iparűzési adó átengedéséből származó bevételeket is. Az állami támogatások összege 2000-ben 141 milliárd Ft, aránya 28 százalék volt.

Gazdálkodási tevékenységből eredő bevételek: kamatok, pénzügyi befektetések hozama és a vállalkozási tevékenység bevételei. 2000-es összegük 88 milliárd Ft, arányuk 18 százalék volt.

Caritas: többnyire vallásos indíttatású, a felebaráti szeretetre épülő segítségnyújtás.

Civil referens: települési önkormányzatoknál, a polgármesteri hivatal szervezetében alkalmazott munkatárs, akinek a település civil szervezeteivel való folyama-



tos kapcsolattartás a feladata. Főként nagyobb városokban, kerületekben kezdenek az utóbbi években ilyen munkatársat alkalmazni.

Civil társadalom: a civil kezdeményezések, szerveződések és mozgalmak együttese, amelynek működési lehetőségeit és formai sokszínűségét az elemi emberi jogok érvényesülését biztosító jogrendszer garantálja. A civil szervezetek közvetítenek az állam és polgárai, valamint a gazdasági hatalom és az állampolgárok között, létrehozzák azokat a mechanizmusokat, amelyek segítségével a kormány és a piac a közösség által ellenőrizhető és befolyásolható.

Civilházak: nonprofit információs és szolgáltató központok, amelyek valamennyi megyeközpontban működnek. Országos hálózatot alkotnak. Feladatuk a régiójukban tevékenykedő nonprofit szervezetek munkájának segítése tanácsadással, képzéssel és más szakmai szolgáltatásokkal.

Ernyőszervezetek: szakmai vagy területi elven szerveződő nonprofit szövetségek, koalíciók együttműködési fórumok, amelyek a nonprofit szektor egészének vagy különböző részterületeinek nevében lépnek fel, szakmai, gazdasági és szabályozási kérdésekben látnak el érdekképviseleti tevékenységet. Gyakori, hogy sok kisebb tagszervezettel rendelkeznek; helyi egyesületeknek kínálnak szakmai segítséget, szolgáltatást, esetenként anyagi támogatást is.

Filantropia: emberbaráti szeretet, segítség a rászorulóknak, a szegényeknek, az elesetteknek.

Jótékonyág: szolidaritáson alapuló önzetlen segítségnyújtás.

Közhasznúság szerinti minősítés, besorolás:

Közhasznú szervezet: az 1997. évi CLVI. törvényben „közhasznú”-ként megjelölt tevékenységet folytató, szolgáltatásait a tagjain kívül mások számára is elérhetővé tevő nonprofit szervezet, amelynek a közhasznú minősítést a bíróság saját kérésére hivatalosan is kiadta.

Kiemelkedően közhasznú szervezet: törvény vagy más jogszabály által állami feladatnak minősített tevékenységet ellátó nonprofit szervezet, amelynek a kiemelkedően közhasznú minősítést a bíróság saját kérésére hivatalosan is kiadta.

Közösségi média: azok a közösségi módon megszülető újságok, rádiók (ritkábban televíziók), amelyek meghatározott célcsoportnak, közösségnek, lakóhelyi egységnek készítenek és közvetítenek programjukat. Ezeknek a műsoroknak többnyire mások a szereplői



(jórészt önkéntesek), más a tematikájuk, mások az értékeik (többnyire a helyi kultúra és a tematikából következően a helyi önszerveződések), más a mentalitásuk és a hangnemük is, mint a kereskedelmi és a közszolgálati médiának. A közösségi médiumok jelentős része különös figyelmet fordít a nonprofit szektor szervezeteire, eseményeire, de a hátrányos helyzetűekre, a sérültekre, a máshonnan kimaradókra is.

NGO (Non-Governmental Organization – nem kormányzati szervezet): a → nonprofit szervezet olyan, főleg a nemzetközi szervezetek (ENSZ, Világbank stb.) dokumentumaiban használt elnevezése, amely a kormányzati intézményektől való különbözőséget, az államtól való függetlenséget hangsúlyozza.

Nonprofit szektor definíciója: a nonprofit szektornak a mai magyarországi gyakorlatban alapvetően kétféle, egy tágabb és egy szűkebb fogalma használatos, a jogi értelmezés és a tudományos/statisztikai definíció.

Jogi értelmezés: a nonprofit szektorba tartozik minden

- nem profitcélú szervezet, amely ugyanakkor
- nem költségvetési gazdálkodást folytató intézmény, és amelyet
- a Polgári Törvénykönyv rendelkezéseivel összhangban önálló jogi személyként jegyeztek be.

Tudományos és statisztikai definíció: a nonprofit szektort azok a szervezetek alkotják, amelyekre egyidejűleg jellemző, hogy

- nem profitszerzési célok vezérik őket, esetleg keletkező profitjukat nem oszthatják fel a tagok, alapítók, tulajdonosok között,
- autonóm módon, a kormányzati szektortól szervezetileg elkülönülve működnek,
- bizonyos fokig intézményesültek, önálló jogi személyiséggel bírnak,
- működésükben fellelhető az önkéntesség, öntevékenység, jótékonyság, civil kezdeményezések valamilyen eleme,
- közvetlenül vagy áttételesen a tágabb közösség érdekeit, a közjót (is) szolgálják,
- nem követnek pártpolitikai célokat, nem épülnek be a hatalmi struktúrába.

A jogi értelmezés a Polgári Törvénykönyvben definiált valamennyi nonprofit szervezeti formát (egyesület, alapítvány, közalapítvány, szakszervezet, szakmai, munkáltatói érdekképviselet, köztestület, közhasznú társaság, önkéntes kölcsönös biztosítópénztár, párt, egyház) magában foglalja. A tudományos/statisztikai definíció nem tekinti a nonprofit szektorhoz tartozónak a politikai pártokat, mivel azok célja a közhatalom és a kormányzati jogosítványok megszerzése; az egyházakat, szerzetesrendeket, mert a világi nonprofit szervezetek működési kereteit meghatározó szabályozás rájuk nem érvényes, valamint az önkéntes kölcsönös biztosítópénztárakat, mivel esetükben a profitszétosztás tilalma nem érvényesül.



Nonprofit szervezet: minden olyan hivatalosan bejegyzett nem-állami és nem-piaci szervezet, amely működési jellemzőit tekintve megfelel a → nonprofit szektor definíciójának.

Nonprofit szervezetek formái:

Egyesület: személyegyesülésen alapuló társas nonprofit szervezet (kör, klub, társaság, mozgalom, társadalmi szervezet). Tagsága rendszerint magánszemélyekből áll, de a jogi személyek által létrehozott egyesületek (szövetségek, hálózatok) sem ritkák. A vezetőséget a tagság választja, a legfőbb döntéshozó szerv a közgyűlés. A tagság számára nyújtott szolgáltatások mellett az egyesületek java része azt is céljának tekinti, hogy tevékenységével, szolgáltatásaival a közelebbi vagy távolabbi közösséget is elérje. 2000-ben Magyarországon 22 420 egyesület működött.

Érdekképviselő: A szakmai, a munkavállalói, illetve a munkáltatói, gazdasági érdekek védelmét szolgáló, tagsági viszonyon alapuló szervezetek. A szakszervezetek tagsága általában magánszemélyekből áll, a szakmai és a munkáltatói érdekek érvényesítésére létrejött szervezetek tagjai között a magán- és a jogi személyek egyaránt megtalálhatók. Az önálló jogi személyként bejegyzett érdekképviselők száma 2000-ben 3605 volt.

Alapítvány: valamilyen vagyon (kézpénz, ingatlan, tárgyi eszköz, vagyoni jog) ellenszolgáltatás nélküli, tartós közérdekű célra történő végleges átengedésével jön létre. Az alapítónak a célvagyon létrehozását és a kuratórium felállítását követően lényegében minden kapcsolata megszűnik a működő alapítvánnyal. Az alapítványnak tagjai nincsenek, a döntéseket a kuratórium hozza. Vagyonából, annak hozamából és/vagy a működés során megszerzett egyéb bevételekből az alapító által meghatározott célt próbálja elérni, támogatást, segítséget vagy szolgáltatásokat nyújt. A működő alapítványok száma a 2000-es adatok szerint 18 532 volt.

Közalapítvány: olyan speciális alapítvány, amely kizárólag állami és önkormányzati feladatok ellátására hozható létre. Alapítója csak az Országgyűlés, a kormány, illetve a települési önkormányzati testület lehet. Tevékenységei között egyaránt megtalálhatók a legkülönbözőbb közszolgáltatások, az adományosztási és az adománygyűjtési akciók. 2000-ben összesen 1168 közalapítvány működött.

Köztestület: törvénnyel létrehozott, tagsági viszonyon alapuló szervezet. Közfeladatokat lát el. Hatósági és felügyeleti jogosítványokkal is rendelkezhet. A szó klasszikus értelmében nem tekinthető civil szervezetnek. Esetenként kényszer-egyesülésként működik, amellyel az érintett magán- vagy jogi személyeknek a működési engedély megszerzéséhez kötelezően tagsági viszonyt kell létesíteniük. A hazai köztestületek a Magyar Tudományos Akadémia és a különféle kamarák. Számuk 2000-ben 472 volt.

Közhasznú társaság (Kht): olyan üzletszerű gazdasági tevékenységet folytató



szervezet, amely társadalmi közös szükségletet elégít ki (csak ilyen célból hozható létre). Tevékenységének elsődleges célja nem a nyereség- és vagyonszerzés, érvényes rá a profitszétosztás tilalma. 2000-ben Magyarországon 888 közhasznú társaság működött.

Nonprofit szervezetek nyilvántartása: a szervezetek legfontosabb azonosító adatait tartalmazó számítógépes regiszter.

Bíróági nyilvántartás: az Országos Igazságszolgáltatási Tanács Hivatala (OITH) által vezetett közhiteles nyilvántartás. Ebben a közhasznú társaságok kivételével minden olyan önálló jogi személyként bejegyzett nonprofit szervezet szerepel, amelyet hivatalosan nem szüntettek meg. Mivel a feloszlott egyesületek és a vagyonukat veszített alapítványok jelentékeny része nem tesz eleget a megszűnés bejelentésére vonatkozó kötelezettségének, a bírósági nyilvántartásban szereplő szervezetszám (körülbelül 60 ezer) messze meghaladja a ténylegesen működő szervezetek számát.

Statisztikai nyilvántartás: a Központi Statisztikai Hivatal számítógépes adatbázisa, amelyet évenkénti kérdőíves adatfelvétel segítségével, valamint az újonnan bejegyzett szervezetek bírósági nyilvántartásából nyerhető adatok felhasználásával rendszeresen frissítenek. Ebben a nyilvántartásban kizárólag azoknak az önálló jogi személyként bejegyzett nonprofit szervezeteknek az adatai szerepelnek, amelyek a → statisztikai definíciónak megfelelnek, és amelyekről az adatyűjtések során (vagy akár azoktól függetlenül) semmilyen forrásból nem érkezik a megszűnésükre vagy működésük szüneteltetésére utaló információ. Ezért a Központi Statisztikai Hivatal adatbázisa a bírósági regiszternél alacsonyabb, de a valóságot valamivel jobban megközelítő szervezetszámot (körülbelül 47 ezer) jelez.

Nonprofit szervezetek osztályozásai:

Statisztikai osztályozások: (Zárójelben az adott csoportba tartozó nonprofit szervezetek nonprofit szektoron belüli aránya – 2000-es adatok.)

Tevékenység szerinti csoportosítás: kultúra (10,5%), vallás (2,7%), sport (13,7%), szabadidő és hobbi (15,4%), oktatás (14,6%), kutatás (2,2%), egészségügy (4,5%), szociális ellátás (8,8%), polgárvédelem és tűzoltás (1,9%), környezetvédelem (2,2%) településfejlesztés (5,1%), gazdaságfejlesztés (1,9%), jogvédelem (1,2%), közbiztonság védelme (3,0%), többcélú adományosztás és nonprofit szövetségek (1,5%), nemzetközi kapcsolatok (1,4%), szakmai és gazdasági érdekképviselő (8,7%), politika (0,7%).

Szervezeti formák szerinti csoportosítás: alapítványok – magán- és köz-



lapítványok (41,8%), társas nonprofit szervezetek – egyesületek, érdekképviselőek, közhasznú társaságok (58,2%).

Bevételnagyság szerinti csoportosítás: 50 ezer Ft vagy kevesebb (17,0%), 51 és 500 ezer Ft között (31,5%), 501 ezer és 5 millió Ft között (35,2%), 5 millió Ft fölött (16,3%).

Településtípus szerinti csoportosítás: főváros (26,2%), megyeszékhely (22,4%), többi város (26,1%), község (25,3%).

Régiók és megyék szerinti csoportosítás.

Domináns tevékenység szerinti osztályozás:

adománygyűjtő,

adományosztó,

szolgáltatásokat nyújtó,

érdekvédelmi,

önsegélyző jellegű,

társadalmi érintkezést szolgáló, klubjellegű,

hatósági feladatokat átvállaló szervezetek.

Funkciók szerinti osztályozás:

szolgáltatások nyújtása,

érdekképviselő,

önsegélyezés,

támogatások és információk közvetítése, koordináció.

Nonprofit törvény: 1997. évi CLVI. törvény, amely a → közhasznú státusz megszerzésének feltételeiről, a közhasznú minősítéssel bíró nonprofit szervezetek kötelezettségeiről és az általuk igénybe vehető kedvezményekről rendelkezik.

Önkéntes szervezet: a → nonprofit szektor illetve a → civil társadalom azon szerveződése, amelyek működésüket elsősorban tagjaik illetve támogatóik minden anyagi ellenszolgáltatás nélkül végzett közérdekű tevékenységére, → önkéntes munkájára alapozzák.

Önkéntes munka: olyan tevékenység, amely személyes indíttatású, szabad, egyéni választáson alapszik; anyagi érdektől mentes; mások javát szolgálja. Elősegíti, hogy az egyének és a közösségek részesei legyenek saját problémáik megoldásának; tehát egyidejűleg hasznos a támogatásra szorulóknak és az önkéntes munkát végzőknek.

Öntevékenység, önszerveződés: a → civil társadalom kereteiben kifejtett aktivitás; az állampolgárok és csoportjaik saját akaratából szerveződő közösségi célú cselekvés.



QUANGO (Quasi Non-Governmental Organization): félállami/önkormányzati szervezet, amelynek az a funkciója, hogy az állami támogatások egy részét az államháztartás keretein belül, de az érintettekből és szakértőkből álló döntéshozó testületek bevonásával ossza el. Legismertebb hazai példája a Nemzeti Kulturális Alapprogram. Ilyen formában jön létre a Nemzeti Civil Alapprogram (NCA) is.

Szektorok közötti együttműködés – partnerség: az állami, az üzleti és a nonprofit szektor összefogása valamely probléma megoldása érdekében. A célok és a prioritások meghatározásában egyetértés van a felek között. Az egyenrangú kapcsolatban három fő alapelv érvényesül: a kölcsönös haszon elvárásának és kívánalmának az elve, az átláthatóság és a méltányosság, azaz egymás tisztelete és megbecsülése.

Szerződéses viszony – ellátási szerződés – közfeladat-átvállalás: közszolgáltatások biztosítására, állami/önkormányzati feladatok átvállalására a nonprofit szervezetekkel kötött írásbeli megállapodás. Ez a szerződés garantálja, hogy a szervezet megkapja az államtól/önkormányzattól a feladat ellátásához normatívaként megállapított pénzüsszeget.

Szomszédság: az egyének számára még átélhető, megélhető társadalmi, lakóhelyi – másutt építészeti – egység, amelyben kölcsönösségi alapon szerveződő társadalmi kapcsolatok alakulnak.

Szponzorálás: olyan vissza nem térítendő támogatások nyújtása, amelyek ellenében a támogató valamilyen reklámértékkel bíró ellenszolgáltatást kap.

Szubszidiaritás elve: a döntéseket polgárközelbe kell telepíteni, a társadalmi szükségleteket lehetőleg a keletkezésük helyéhez legközelebbi szinten kell kielégíteni. Az államnak csak akkor szabad (támogatóként, együttműködőként vagy a feladatot átvállalva) beavatkoznia, ha a helyi közösség nem képes a probléma megoldására. A szubszidiaritás az Európai Uniónak is az egyik legfontosabb alapelve.

Társas nonprofit szervezetek: az egyesületek, érdekképviselőek és közhasznú társaságok statisztikai adatközlésekben használatos összefoglaló elnevezése.

1%: az adózó állampolgárok az 1996. évi CXXVI. törvény rendelkezése alapján személyi jövedelemadójuk 1%-át felajánlhatják az általuk választott nonprofit szervezetnek. A 2004. január 1-től létrejövő Nemzeti Civil Alapprogram költségvetési támogatása megegyezik az adófizetők által felajánlott összeggel.

A Nonprofit Kutatócsoport Egyesület „Gyakorlat és kutatás” programjának eredményeként készült el négy tájékoztató füzet a nonprofit vezetők, a média, a politikusok, a kormányzati szakemberek és az adományozók számára.

A füzetek elkészítésével próbáltunk hasznos információkkal szolgálni az érintett szakterületek képviselőinek a nonprofit szektorról, illetve az eddig megjelent és általunk feltérképezett kutatások eredményeiről.

Reméljük, hogy hasznos ismeretekkel gazdagítjuk a nonprofit területtel kapcsolatban álló, illetve, majdan kapcsolatba kerülő szakemberek tárházát.