anyagi emelkedését és társadalmi cselekvőképességének erőgyarapodását szolgálja, ugyanakkor szolgálnia köteles a maga faluja és a magyar nemzetközössége erkölcsi és kulturális erőgyarapodását azzal, hogy új építkezéseiben öntudatosan érvényesíti azt a hagyományos építő szellemet s a magyar képzőművészeti kultúra egyik legjellegzetesebb értéke."[10]

Kós Károly a Mezőgazdasági építészet című munkáját 1957-ben a Mezőgazdasági és Erdészeti Állami Könyvkiadó gondozásában jelentette meg, pótolandó azt a hiányt, amely a mezőgazdasági építészet szakoktatása területén jelentkezett, ugyanis szükségessé vált a tanintézetek számára olyan szakkönyv kiadása, mely a mezőgazdasági építészeti problémáinak elméleti és gyakorlati megoldására nézve megadja a legszükségesebb szakmai ismereteket.

Emlékeztetőnket Czine Mihály (Kortárs, 1973. december) leveléből[11] idézve zárjuk, amelyben így ír Kós Károly születésének 90. évfordulójára: „Már régóta szimbólum: hűség és szolgálat szimbóluma. Megélt 90 esztendejében országok, trónok omoltak, földrengések és csillaghullások voltak – ő hű maradt ifjú álmaihoz. Épített, mindig épített: kőből, vonalból, betűből; épített otthont az embereknek, otthont a léleknek. Építette az új Déva várát, erejét, szívét, idegzetét rakva a mindig omlással fenyegető falakba. Írt regényt és drámát, épített házat, szervezett könyvkiadót és szerkesztett folyóiratot. A kő, a tus, a szó: minden engedelmeskedett akaratának. Mindenre szüksége volt, hogy kitöltsön valami űrt, hogy megtartson valamit, hogy ráébresszen az otthonépítés és megmaradás kötelességére. Áldozatosabban senki nem szolgálhatta népét."

A Kós Károly-i életvezetés azt üzeni a mának, hogy megvan bennünk jövőnk alakításának ereje, nem a kishitűség, és a kiábrándultság kell legyen sorsunk irányítója, hanem az önbizalom, a cselekvési erő, az akarás, a gazdag hagyományokon nyugvó kultúránk, művészetünk, viseletünk, szokásaink, balladáink, s mindaz, ami csak egyedül ránk vall, az menthet át a jövőnek.

A Kós Károly-i életmű idézése a cselekvő erő optimizmusát sugallja a mai szellemi világunk éltetésére. A Kós Károly-i élethangulat ma is a nép, a föld, a művészet, a kultúra, a cselekvés szeretetének légkörét hozza közénk.

[10] Kós Károly: Falusi építészet, Józsa Béla Athenaeum kiadása, 1946, 90–91.
[11] A Kós Károly levelezése Czine Mihállyal című kötet megjelent 2000-ben a Magyar nyelv és Kultúra Nemzetközi Társaság – Anyanyelvi Konferencia – kiadásában, 166.

A XXI. század néhány főbb trendje

DOMOKOS ERNŐ, KRÁJNIK IZABELLA

A menedzsment gyakorlatnak szembe kell néznie azokkal az új kihívásokkal, „megatrendekkel", amelyek meghatározzák a XXI. század konfigurációját.

A század- és ezredfordulón az emberiség olyan globális kihívásokkal szembesül, amelyeket igyekszik megérteni, amelyekre keresi az elméleti és gyakorlati válaszokat. „Egy új civilizáció van születőben" – állítja Alvin és Heidi Toffler jövőkutató (CREATING A NEW CIVILIZATION), a saját új értékrendjével. Ha csak az utóbbi évtizedek egyik alapvető, rendkívüli horderejű súlypont-eltolódására utalunk, amelyet e cikk szerzői is igyekeztek alátámasztani saját kutatásaikkal az informatika és a távközlés területén, és amely szerint az áru értékében nő a „soft", a szellemi, tudásalapú összetevők részaránya, a „hard", az anyagi összetevők rovására, a következmények annyira újszerűek, annyira sokrétűek, hogy pontos előrejelzésük ma még számtalan elméleti és gyakorlati akadályba ütközik. A menedzsment – a hatékony vezetés tudománya és művészete – sajátos módszereivel és eszközeivel igyekszik választ adni korunk számos kérdésére, támpontokat nyújtani a világ megértéséhez, a követendő úthoz.

A menedzseri gyakorlat a jövőben nem kerülheti meg a harmadik évezred láthatárán uralkodó irányzatokat, fő trendeket.

Az ismert német kutató, Gerd Gerken 1989-ben megjelent nagysikerű könyvében, a Die Trends für das Jahr 2000. Die Zukunft des Business in der Informations-Gesellschaft (A 2000. év trendjei. Az üzleti világ az információs társadalomban) megpróbálta összegezni nagyon megragadó stílusban azokat a mélyreható változásokat, amelyeknek mindannyian szereplői vagyunk, a jövő társadalmának képét. A szerző azokat a fő irányzatokat, „metatrendeket" veszi górcsöve alá, amelyek alapvetően meg fogják határozni a jövő társadalmának konfigurációját. Víziója alapjában véve derűlátó, arra a reményre épít, hogy a társadalom, az üzleti világ megoldásokat talál majd a mostani „átalakulási válság" feloldására, és sikerül egy magasabb minőségi szintre lépnie. Amíg John Naisbitt és Patricia Aburden megatrendjeinek az erő a legfőbb jellemzője, a Gerken által leírt metatrendek összetettségükkel és alapvető jellegükkel körvonalazhatók.

Bevezetésként vegyük számba ezeket a metatrendeket:

• Az első metatrend egy új gondolkodásmódot kínál a vállalkozók és menedzserek számára – az ökológiai etika, az ökoszocializmus elvei szerintit.

• A második a globális paradigmaváltás az iparban – áttérés a klasszikus tömegtermelésről egy információs gazdaságra.

• A harmadik egy teljesen új dimenzióba vezet, egy új szellemiség modelljéhez, amelynek megnő a szerepe az Ázsia és Európa közötti versengésben.

• A negyedik a szociális dinamika változása – elmélyülnek a különbségek, megváltozik a társadalom tagolódása.

• Az ötödik a látomásos konzervativizmus – a demográfiai robbanás generációjának a gondolkodásmódját és szándékait jellemzi.

• A hatodik a termelés, az értékesítés, a marketing globális kérdésköréhez kötődik, azoknak a megoldásához egy rugalmas piaci párbeszéddel, a CIM-marketinggel (Computer Integrated Marketing).

Természetesen feltevődik a kérdés: mekkora hitelt előlegezhetünk ezeknek a fejlődési irányzatoknak?

Általában elmondható róluk, hogy nem szubjektív elmeszülemények, látványos tervek avagy egyszerű spekulációk. Ezek a trendek körvonalazhatóak, fellelhetőek a valóságban, empirikusan bizonyíthatóak is. Megfogalmazásukat tudományos kutatási módszerek használata tette lehetővé (módszeres megfigyelés, tartalomelemzés, szakértői vélemények stb). Csak Németországban a Trendkutató Intézet 160 trendet, 26 metatrendet definiált. Hisszük, hogy a hat metatrend részletes bemutatása izgalmas összefüggések kutatására ösztönözheti a kedves olvasót, az emberi társadalom jövőjét illetően.

A menedzserekből ökológusok lesznek

Lassan kirajzolódik az egyetértés a politikai és gazdasági gondolkodásban arra vonatkozóan, hogy a géntechnológia, a robotizálás, az adatok számítógépes feldolgozása, a telekommunikáció és a mesterséges intelligencia fejlődése alapvető újrarendeződéshez vezet.

Ebben az összefüggésben előtérbe kerülnek az ökológiai fenyegetettség összes vetületei, teljes bonyolultságukban: az üvegházhatás (az átlaghőmérséklet néhány fokkal való emelkedése az ipar hatalmas mennyiségű szennyezése miatt), az energetikai és a nyersanyagválság.

Egyre több kutató ért egyet abban, hogy a gazdasági, társadalmi és ökológiai kérdéseket csak együtt lehet tárgyalni. Így alapozódott meg az „ökoszocializmus" fundamentuma, a bűvös háromszög, amely e nevet a berlini Meinolf Dierkes professzortól kapta. Ennek az elméletnek a támogatói szerint az ökológiai gondokat eddig csak tudatosítottuk, reagáltunk rájuk, felfogtuk, de nem találtunk megoldásokat, s a környezetünk ökológiai mutatói csak romlottak. Következésképpen a bűvös háromszög egy új látásmódot és cselekvési formát követel. Bizonyos szociális és ökológiai követelmények elsődlegessége vezérlő szemponttá kell váljon. Ebben a helyzetben fel kell adnunk a klasszikus módszereket, egy új menedzsment követeli a helyét, a „trend-menedzsment."

A gazdaságtan fontos változásainak lehetünk szemtanúi: most írják az ökológia felé forduló gazdaságtan első fejezeteit. A St. Gallen-i Hans Christoph Binswanger professzor a termodinamika második, az entrópia törvényének az új gazdasági elméletekre való hatását hangsúlyozza („a nyersanyagok értékesebbek, mint a hulladék").

Heidelbergi közgazdászok, Faber, Niemens és Stefan Entropie, Umweltschutz und Rohstoff-Verbrauch (Entrópia, környezetvédelem és nyersanyagfelhasználás) című könyvükben rámutatnak arra, hogy az entrópikus folyamatok irreverzibilisek.

Ez a felfogás rokonságot mutat Hazel Hendersonnak, az alternatív gazdaságtudomány ismert személyiségének eszméivel is. A közgazdaságtudomány alkonya című könyvében kifejti, hogy ha a gazdaság entrópikus jellegű folyamatait figyelmen kívül hagyjuk, a környezetünk leépül, hulladékká értéktelenedik.

Kézenfekvő a következtetés, hogy a gazdasági növekedés klasszikus elmélete a jövőnek már nem felel meg. Kétféle forgatókönyv állítható fel. Az egyik pozitív, és a technikai fejlődést olyan irányba tereli, amely új, a kőolajnál drágább, de kimeríthetetlen energiaforrást talál, és így lehetővé teszi a gazdasági növekedést. A második negatív, megszorításokat vezet be, és lemond a gazdasági struktúra átalakításáról.

Ezek az eszmék néhány megszívlelendő vészjelet küldenek a gazdaság irányítói felé, éspedig hogy hatalmas szükség van:

1. a szelektív, minőségi növekedésre;
2. a munka újjászervezésére;
3. az új termékek tervezésének és reklámozásának környezetbarát szemléletű irányítására.

Az „ökológus menedzsereket!" jelszó nem puszta formalitás: egy új gondolkodásmód meggyökerezését szolgálja, nem csak akadémiai körökben, hanem politikusok, üzletemberek között is, minden vezetési szinten.

Az információs társadalom a láthatáron

A modernista törekvések érvényesülésének idejét éljük. Ez az új modernizmus megfogalmazza azt az igényt, hogy a technikát az emberhez kell szelídíteni, hajlítani, ugyanakkor kiemelt szerepet szán az elektronikának, a high tech fogalmának.

Karl-Werner Brand, Detlef Büsser és Dieter Rucht az Indulás egy másik társadalomba (Aufbruch in eine andere Gesellschaft) című munkájukban hangsúlyozzák, hogy a technikai haladást a humánökológia útjára lépett társadalom szol-

gálatába kell állítani.

Alvin Toffler a számítástechnika és a biológia összekapcsolódásának határtalan lehetőségeiről beszél. Nem is olyan rég az új gazdaság elnyerte az információs gazdaság nevet.

Paul Hawken a The next economy (Az eljövendő gazdaság) című könyvében alapos elemzésnek veti alá ennek az új gazdaságnak a születését, és arra a következtetésre jut, hogy a tömeggazdaság (mass economy) széthullásának és az információs gazdaság (informative economy) születésének vagyunk tanúi.

Ennek a problematikának a globalizálódásáról beszélt egy brüsszeli konferencián a gazdasági és politikai élet számos markáns képviselője, előrevetítve a jövő újszerű érzékelésének a képét.

Előtérbe került a tudomány-technológia-iparosodás paradigma nyilvánvaló eróziója, a termelési tényezők között egyre inkább az információ nyer teret.

De mi is voltaképpen az információs társadalom, és melyek a fő jellemzői?

Ennek a társadalomnak a gazdasági alapjai a következő tényezők tükrében ragadhatók meg:

- az alapképlet – mennyiség helyett információ;
- a korlátlan energiafelhasználás helyett a minimális energia-felhasználásra való törekvés, a termékekben rejlő intelligencia részarányának párhuzamos növelésével;
- az egységnyi termékre jutó költségek csökkentése nem a mennyiség növelésével, hanem az intelligencia-tényező hatására;
- az információs gazdaság krédója: a munka és az energia mennyiségének csökkentése a környezet és a jólét javára;
- fokozatos átalakulás a három – technikai, szociális, erkölcsi – dimenzió egymáshoz való közelítésével, a high tech és a new age jegyében;
- az elektronika segítségével valósítjuk meg a minőséget, a takarékosságot, a minimális energiafelhasználást;
- az elavult business is business-etika helyébe az életért, a Földért való általános felelősségvállalás lép.

Az információs gazdaság paradigmája egy sor újítást hoz a menedzsmentben, a következő tényezők megváltoztatásával:

1. a hatalmi tényező (információs átláthatóság, közvetlen kooperáció, egyeztetés);
2. a munkafaktor (robotizálás, állandó tanulás, szervezeti kultúra);
3. a pénzfaktor (csökken a tőke szerepe, megjelenik a munkavégzés nélküli jövedelem);
4. a termelés tényező (CIM – Computer Integrated Marketing, robotizálás);
5. a nyersanyag (a tömeg csökkentése);
6. az energia (csökkenés);
7. a szolgáltatási faktor;
8. a vállalkozói faktor (áttérés a menedzsertársadalomból a vállalkozói társadalomba);
9. a piac faktor (a közvetítői hálózat csökkentése);
10. a menedzsment faktor (new age menedzsment);
11. a tudati faktor (intuíció, meditáció);
12. a szociális tényező (életminőség, becsületesség).

A tömegtermeléstől és a tékozlástól a társadalom az értelem és az etika irányába közeledik.

Marylin Ferguson leírja az új típusú vállalkozó épp kirajzolódó alakját: magasabb szabadságfok; érdeklődés a fokozott részvétel irányában; a szerepek pontos érzékelése.

Az ifjú generációnak döntő szerepe lesz az információs gazdaság kialakításában.

Az ázsiai szellemiség szemtől szemben az európaival

A Csendes-óceán térségében egyre világosabban körvonalazódik egy új gazdasági hatalom képe. A kreativitás, az innovációs hullámok súlypontja fokozatosan Keletre tolódik el.

A trendvizsgálatok kiderítették, hogy ez a problematika nem csak gazdasági, hanem Ázsiának és Európának egy új szellemi-kulturális erőpróbája.

Dieter Senghaas brémai professzor szerint az európai fogantatású gazdasági etika az aszkézisre, a takarékosságra, valamint a fegyelemre épít. Hosszú ideig tartotta magát az a vélemény, hogy a keleti gazdasági etika, amely a taoizmusban, a buddhizmusban és a konfucianizmusban gyökerezik, akadálya lehet a gazdasági fejlődésnek. De íme, Japán, Tajván, Dél-Korea, Kína egyre aktívabbak, agresszívebbek a nemzetközi piacokon. Pontos jelzések érkeznek arról, hogy Kalifornia is a csendes-óceáni térség felé nyitott.

Az elemzések arra mutatnak, hogy a természet meghódításának és leigázásának protestáns paradigmája, amely tipikusan európai, napjainkban fejlődést gátló tényező lett.

Cserében a konfucianizmus, a Zen filozófia nem a dominanciát, hanem az alkalmazkodást hirdeti (Max Weber a konfucianizmust a „világhoz való racionális alkalmazkodásnak" nevezi). Úgy tűnik, hogy az alkalmazkodó etika sokkal jobban felszívódhat egy környezetbarát gondolkodásban, mint a dominanciára építő.

Az átalakulások vajúdása közepette az ázsiai kultúra integráló képessége meghatározóvá válhat.

A ma uralkodó tendenciák, amelyek az ember és a robot szimbiózisát hirdetik, az információs gazdaság hatalmát, együttműködését, mind-mind a dualista racionalizmus, az alkalmazkodással elnyert hatalom térnyerését igazolják.

De vizsgáljuk meg az ázsiai menedzsment-modell jelenlegi

fő áramlatait:

1. a felsőbbrendű önszervezés trendje, áttérés a hierarchikus szervezésről a „hálózati" típusúra (folyékony struktúrák);

2. a bonyolultság és a bizonytalanság feletti uralom intuíció által;

3. adaptáció a paradoxális helyzetekhez;

4. a menedzsment harmóniára és egyetértésre való alapozása.

Előrelátható, hogy az informatikai nyelv segítségével sikerül visszaszorítani a „hardvert" a kulturális „szoftver" előnyére.

A vállalkozói menedzsment új eszközökkel fog dolgozni: szellemiekkel, az idővel és az összefüggések elemzésével.

Lester Thurow amerikai professzor kihangsúlyozza, hogy „Európa számára az amerikai út járhatatlan". Az adaptációt Európának Japántól kell megtanulnia.

Mindenesetre a két kultúra versenyében állandósítani kell a dialógust, az integráló tendenciákat.

A fogyasztói társadalom fragmentálódása

A jólét növekedésével párhuzamosan a fogyasztói modell rugalmassága is növekszik. A fejlett országokban az utóbbi időben felfigyeltek a fogyasztók viselkedési normáinak szétdarabolódására: nem léteznek már jól elkülöníthető szegmensei a piacnak, a fogyasztói társadalom fokozottan tagolódik.

Gerd Gerken A kereskedelem jövője (Die Zukunft des Handels) című könyvében tizenkétféle fogyasztói kultúrát ír le: 1. élvezetorientáltság; 2. szerénység; 3. szakértelem; 4. környezetvédő felelősség; 5. takarékosság; 6. én – transzcendencia; 7. kísérletező kedv; 8. presztízs; 9. nárcizmus; 10. regionalizmus; 11. kozmokultúra; 12. egészségmegőrzés.

A fogyasztói modelleknek eme komplexitása a tömegmarketing elértéktelenedéséhez vezet, az ún. hálózati (networking) munkához és a személyre szabott termékek irányába – tehát közelebb a fogyasztóhoz.

Egyre több szociológiai tanulmány bizonyítja új társadalmi rétegek, az „új szegények" és az „új nomádok" megjelenését.

Friss, az USA-ban végzett felmérés igazolja, hogy a szegények jövedelmük több mint 50 százalékát lakbérre és élelemre fordítják.

Noha nem ismerjük pontosan az alternatív értékek hatásmechanizmusát, a „zöldek" életmódjában, a fiatalokéban fokozatosan teret nyer a fogyasztásban gyakorolt visszafogottság, a környezet növekvő megbecsülése.

Rendkívül érdekesek azok a tanulmányok, amelyek az idő és a pénz kategóriáihoz való újfajta viszonyulást kutatják.

Itt kell megemlítenünk S.B. Linder axiómáját: a jólét növekedésével párhuzamosan az embereknek egyre kevesebb idejük lesz.

„Minél szegényebb vagy, annál szabadabb vagy" – írja E. F. Schumacher. Ez az állítás egyre inkább realitássá válik, a tudatos visszafogottság tényezői hatására is, mint: 1. a pénzügyi gondok (új szegénység); 2. ökológiai gondok; 3. a pszeudoaszkézis mint életstílus-modell.

Természetesen ez az új, tudatos visszafogottság két különböző stratégia képében jelentkezik:

– a gazdagok számára a szabadságfok növekedésének formájában;

– a szegények számára helyzetük feldolgozásaként, kész tényként való elfogadásaként, ami bizonyos elégtétel is számukra.

Duane S. Elgin az „egyszerű élet" központjába öt értéket állít: • az anyagi egyszerűséget; • az emberi mértéket; • az önrendelkezést; • az ökológiai tudatot; • az individuális növekedést.

Hangsúlyozzuk, hogy ez a trend nem sima jelszó csupán, több kutató bizonyította életképességét.

A látomásos konzervativizmus

A látomásos konzervativizmus fejlődési irányzata abból a feltevésből indul ki, hogy a hatvanas-hetvenes évek népességrobbanásának gyerekei jelentősen befolyásolhatják a századvég népességének arcélét.

John Kettle kanadai kutató szerint ezt a generációt néhány, jól megkülönböztethető jegy alapján jellemezhetjük:

1. a tiltakozók, a hippik, a diákmozgalmak résztvevőinek gyerekeiről van szó;

2. ők a valódi jólét szülöttei;

3. hisznek a technikai és a technológiai fejlődésben ;

4. a formális és hivatalos intézményeket nem tartják megbízhatóknak;

5. nagyfokú önállóságra nevelték őket;

6. ennek a generációnak a házasságról és az életről való felfogása deformálódott;

7. a mass media erős befolyása alatt állnak, elsősorban a tévé rabjai;

8. ez az urbanizáció nemzedéke;

9. nem ismeri a fizikai szenvedést, az orvostudomány fejlődésének köszönhetően.

Miféle fejlődésre számíthat ez a generáció?

Elsősorban anyagiakban szerényebb körülményekre, mint a szüleik. Ez a perspektíva frusztrációhoz, óvatos optimizmushoz, feszültségekhez vezethet. Bizonyos vélemények szerint ennek a generációnak 20–30 százaléka hajlamos az elidegenedésre. Az ökoszocializmus egy alternatívát jelenthet számukra.