

Z. KARVALICS LÁSZLÓ

## ADALÉKOK A TUDÁSIPAR FINOMSZERKEZETÉHEZ – A KONFERENCIA-TUDÁSTRANSZFER TIPOLOGIAI VIZSGÁLATA

*Mivel az iparági klasszifikációk a konferenciaiparnak csak a kereskedelmi, illetve szektorspecifikus dimenzióival foglalkoznak, a tudásmenedzsment irodalma viszont alig vizsgálja ezt a különösen fontos tudástranszfer-területet, az elméleti adósságok megszüntetése felé vezető induló lépésként és a vállalati tudáskormányzás gyakorlatát inspiráló szempontok körülményének szándékával tesszük mérlegre a konferenciaipar tudásfolyamatait. A történeti áttekintés után (amelyben a tizenkilencedik század végétől négy szakaszt különböztetünk meg) javaslatot teszünk a konferencia-tudástranszfer stratégiai tipológiájára, amelyben hét különböző tudástípust (illetve a befektetésként felfogott konferencia-részvételhez viszonyítva tudáshaszonformát) különítünk el és mutatunk be, közülük a karbantartó és a diszruptív tudást tekintjük különösen meghatározónak.*

### BEVEZETÉS

A tudásiparra és a vállalati tudásmenedzsmentre vonatkozó szakirodalomban tipikusan és elsősorban a tudás és annak megosztásának természete, mérhetősége, a tudásfolyamatok tervezése és hatékonysága, a tudástőke megfoghatatlan természete azok a témák, amelyekkel a meghatározó szerzők nagy kedvvel és szenvedélyesen foglalkoznak. Az így eleve korlátozott látómezőből a problémakörnyezet számos lényeges objektuma „kiesik”: a tudásszektor nevezetes ágazatai közül elemzés tárgyaként a kutatás-fejlesztésen és a felsőoktatáson kívül szinte láthatatlan a tanácsadó- és konzultánsipar, az információszolgáltatások és a tudásbrókerség, a speciális oktatási piacok és szervezetek, az üzleti és szakirodalom termelésében élenjáró könyv- és folyóirat-kiadók világa, az adatbázis-szolgáltatók vagy a mind nagyobbra növekvő konferenciaipar teljesítménye.<sup>1</sup> Ne felejtjük el: ami egy oldalról a tudásipar szereplőinek *termelése*, az nagy részben a vállalatok és szervezetek világának egyedül vezetői döntéseken keresztül aktualizálódó *fogyasztása* is.<sup>2</sup> A legnagyobb

A tanulmány kutatási szakaszát a GOP-1.1.2.-07/1-2008-0007 sz. pályázata támogatta, a DEAK Kooperációs Kutatási Zártkörűen Működő Non-profit Zrt., majd az SZTE Interdiszciplináris Tudásmenedzsment Kutatóközpontjának projektjeként. Végül változata a TÁMOP-4.2.4.A/2-11/1-2012-0001 *Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program – Új Közép-Európa részprogram* keretében született meg. Köszönöm Kincsei Attila segítségét a tanulmányhoz tartozó, de abban nem szereplő empirikus vizsgálatokban.

1 Kivételek természetesen akadnak, ilyen például az idegennyelv-oktatási piac átalakulását bemutató kiváló áttekintés [Laki, 2006]. Magam az információ- és tudásszolgáltatások újfajta megközelítésével kísérleteztem [Z. Karvalics, 2009].

2 A továbbiakban az egyszerűség kedvéért csak a vállalat lesz a vizsgálódás tárgya, de minden esetben mellé értendő valamennyi „nagy (konferencia-) fogyasztó” szervezet és intézmény – az egyetemek, a kutatóintézmények, a közigazgatás szereplői és a nonprofit szektor alapítványai és egyesületei is.

deficitet és figyelemhiányt mégis itt, az ágazat- és vállalatspecifikus tudásmenedzsment igények kielégítéséhez szükséges elméleti, gyakorlati és módszertani fegyvertár kollektív megteremtésében tapasztalhatjuk. Hiába figyelmeztetett már a múlt század végén *Szabó Katalin* a tudástranzfer és tudásáramlás külső-belső és globális-lokális dimenzióinak fontosságára [Szabó, 1999], az egyébként lényeges és megkerülhetetlen innovációs kontextus feltárásán kívül kevesen [legújabbban: Horváth, 2010] kalandoztak a megjelölt irányba.

Bízunk abban, hogy tanulmányunk témaválasztása, a tudásjóságok egy speciális csoportjának nagy felbontású vizsgálata (amelyben a történeti szempontokra is kitérünk és újfajta tipológiát is kínálunk) ösztönző hatást gyakorolhat a tudásmenedzsment meglehetősen statikus fogalmi világára is.

## 1. KONFERENCIAIPAR ÉS A TUDÁSGAZDÁLKODÁS

A konferenciák<sup>3</sup> a legritkább esetben tárgyai bármilyen tudásmenedzsment irodalomnak. Szinte kizárólag az ún. MICE szektor (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) ágazati statisztikáiban és trendelemzéseiben válnak vizsgálat, kutatás illetve mérés tárgyává.<sup>4</sup> Mivel a „MICE-üzlet” és piac gazdaságilag *konferenciaturizmus* vagy *kongresszusi turizmus* néven a turisztikai iparághoz tartozik (conference and business travel market), jellemzően a konferenciák száma, típusa, a legkedveltebb desztinációk, a résztvevők száma és átlagos költsége<sup>5</sup> érdeklő leginkább a „szakmát” – ami elsősorban a konferencia- és kiállítás szervezőket, a kongresszusi központok és konferenciátartásra (is) szakosodott szállodák üzemeltetőit és a turizmusfejlesztés nemzetközi, regionális és nemzeti intézményeit jelenti.<sup>6</sup>

3 *Konferencián* a következőkben „olyan egy vagy több napos, tudományos, üzleti vagy közéleti rendezvényt értünk, ahol a részvétel előadásoktól és vagy többszereplős kerekasztaloktól, pódiumbeszélésektől és vagy tematikusan szervezett szekcióktól, poszterszekcióktól és/vagy a csoportos szellemi alkotó technikák kategóriájába tartozó más programkínálati elemektől várt tudáshozadék reményében történik”. Ennek megfelelően nem soroljuk ide azokat az eseményeket, rendezvényeket, ahol a marketingcélu megjelenés, láthatóság biztosítása (vásárok, kiállítások, börszék, fesztiválok), és azokat a sokszereplős találkozókat, ahol nem a tudáscsere, hanem valamilyen operatív kimenet elérése a cél. Természetesen konferenciák könnyűszerrel hibridizálódhatnak más eseménnytípussal is, és a „nyüzgés” (sprawl) elve miatt eleve célszerű is ezeket „egymásra szervezni”.

4 A legátfogóbb szakanyag számos szakmai szövetség összefogásával született, ebben három éven át tartó, rendkívül alapos kutatással igyekeztek mérni ill. tisztázni az iparág globális gazdasági jelentőségét [EIBTM, 2007].

5 2005-ben csak az összes regisztrációs díj 1,6 milliárd dollár, s a konferenciákhoz kötődő közvetlen költség pedig 7,4 milliárd dollár volt [Simonyi, 2006]. A piac teljes mérete már 1992-ben 61,4 milliárd dollárt tett ki [Felföldi, 2003], az ezredforduló óta pedig 70 milliárd fölé nőtt.

6 Az MPI (Meeting Professionals International) 22 ezernél több egyéni tagot számlál (www.mpiweb.org) a szakmai szervezeteket az ICCA (International Congress and Convention Association) tömöríti (www.iccaworld.com). E két legnagyobb szervezet mellett tucatnyi amerikai, európai és ázsiai szakmai szövetség létezik. A MICE-iparág önmagának is gyakran rendez eseményeket, találkozókat, kiállításokat és konferenciákat, amelyeknek tárgya éppen a konferenciaszervezés. (A legismertebb a spanyolországi EIBTM).

A konferenciáipar lassan két évtizede formálódó háttértudományát szakkönyvek<sup>7</sup>, szak(mai) folyóiratok,<sup>8</sup> sőt szakosított mesterképzés<sup>9</sup> segíti. A nagy szakmai szövetségek saját adattermelést és szakanyagkészítést végeznek, de 1997-ben, több szervezet összefogásával a minőségi adattermelés és kutatás támogatására létrehozták a washingtoni székhelyű nonprofit kutatási alapítványt, a DOME-ot.<sup>10</sup> S noha a DOME keretei között elindultak olyan kutatási programok is, amelyek a rendezvények hatékonyságmérését tűzték ki célul,<sup>11</sup> arra a kérdésre, hogy vajon a konferenciák a tudásközvetítés különböző rendszereinek és csatornáinak egyikeként miként és milyen hatékonysággal szolgálják a résztvevők és az oda őket delegáló vállalatok, intézmények illetve kutatóhelyek érdekeit, nagyon kevés tudományos igényű válasz született.

Hasonlóképpen adós az ilyen irányú elemzésekkel a menedzsmentszakma. A nagy méret miatt rendezvényt szervező társaságok esetén a vállalati beszerzésért felelős szakemberek mindinkább tudni szeretnék, hogy a részvényeseik forrásai hatékony módon kerülnek felhasználásra, vagyis egyre hangsúlyosabbá válik az ár-érték arány egy „meeting” megrendelésekor, megvalósításakor [Davidson, 2004]. A pénzügyi szigorból kinövő figyelem azonban még szinte egyáltalán nem „szűrődött le” a konferenciautazásokkal kapcsolatos belső döntésekig, pedig nagyon költségérzékeny területről van szó. A konferenciák az ún. *hivatásturizmushoz* tartoznak, a részvétel jellemzően intézményi költségre és munkaidőben történik. S mivel a konferencia résztvevői presztízs fogyasztók, akik szívesen vesznek igénybe nívós szolgáltatásokat, számlájuk majdnem minden esetben vállalatuk, a küldő intézmény, hivatal, cég, vagy a szponzor számláján jelentkezik kiadásként [Faragó-Karikás, 1999].

A konferenciárészvétel tartozási oldalának banális összetevői jól ismertek. A regisztrációs díj, az utazás, a szállás és aapidíj mellett azonban gyakorta marad ki a költségszámításokból a kieső munkaidő, a szervezésre, előkészületekre, prezentációkészítésre stb. fordított idő vagy a helyettesítés költsége. Jellemzően nem végzi el senki azokat a költségszámításokat, amelyek a konferencialátogatástól elvárt célfüggvények alternatív elérésére, azok csatornáira és költségére vonatkoznak, hogy megalapozottan lehessen választani, illetve dönteni. S noha a konferenciáipar dinamikája, a növekedés impozáns adatai egyértelmű visszajelzései annak, hogy feltételezhetően erős megtérülési makromutatók tartják mozgásban a piacot, a „nagy kalap” könnyűszerrel elfedheti azt, hogy mekkora a tétje az egyes szereplők egyes döntéseinek. Mikroszinten ugyanis nagyon nagy marad az esélye annak, hogy sok

7 A sok tucat kurrens kiadványból talán *Rob Davidson* könyvei a legismertebbek és legkeresettebbek [Davidson, 2002; Davidson-Rogers, 2007].

8 A teljesség igénye nélkül: *Convene, Meetings & Incentive Travel, Meeting and Incentive Media, Business Traveller, Association Meetings International, Convention International Das MAGAZIN, Conference and Incentive Management, Conference and Incentive Travel, Meetings & Incentive Travel, TW TagungsWirtschaft*.

9 A brit University of Westminster 2007 őszén indította el „konferenciamentedzsment” mesterképzését.

10 A DOME (Data on Meetings and Exhibitions) a George Washington Egyetemen indult el, de mára átköltözött Ausztráliába (Black Rockba). Ld. <http://www.domeresearch.com>.

11 A *DOME Group History Measurement Project* például a szakmai események hatáskövetkezményeinek mérhetővé tételét szolgáló módszerek kifejlesztése és népszerűsítése érdekében indult.

rossz döntés születik és az össz mérleg negatív lesz. Az érintettek kevés segítséget kapnak arra vonatkozóan, hogy hogyan válasszanak *jól* konferenciát. Hogy tudják: milyen piaci helyzetben lévő, milyen kompetenciájú szereplőnek mi a legjobb „konferenciamixe”. Hogyan „minőségbiztosíthatja” az adott cég vagy kormányintézmény a folyamatot, működnek-e visszacsatolások (értsd: a beruházásként felfogott konferencialátogatás „eredménye” miként jelenik meg a szervezet tudásfolyamataiban)?

A tudásmenedzsment irodalmában jól ismert, hogy milyen nehéz a tudásszakadékokat áthidalni [Goncalves, 2002] a vállalatok input információs és tudásfolyamataival való hatékonytalan gazdálkodási környezetben [Z. Karvalics, 2001].<sup>12</sup> A cégeknek ötévenként teljesen újra kellene építeniük adat- és tudásgyűjtési rendszerüket és stratégiájukat, legtöbbször mégis megelégszenek avval, hogy az új piaci helyzetekben *némiképp* használható, idejétmúlt forrásokkal dolgozzanak. Ez legtöbbször piacvesztést vagy termelékenységcsökkenést eredményez – végső soron pazarlást jelent az erőforrásokkal. Nem mindegy tehát, hogy a megtérülésérzethez milyen gazdaságossági mutatók társulnak: nyilvánvaló, hogy súlyosabban esik latba a pazarlás akkor, ha tevékenység- és forrásszűkülés időszakában tesszük mérlegre, és kevésbé tűnik fontosnak, ha az érintett cégnek bármely módon is, de sikerült innovációs vagy piaci előnyt szerezni.

Mint mindenütt másutt, itt is a tudásvagyon – pontosabban: a konferencián való részvétellel, mint beruházással megszerezhető tudásváltozás – mérése és mérhető-sége válik kulcsfontosságúvá.

## 2. A TUDÁSVÁLTOZÁS-MÉRÉS LEHETSÉGESSÉGÉRŐL

A tudásmegszerzés hatásmutatói roppant nehezen illeszthetőek be számszakilag a vállalati vagy intézményi mérlegekbe.<sup>13</sup> Nem a helyszínen megszerzett brosúrák karakterszáma, hanem *a fejekben előidézett változás mértéke* a lényeges. Ez azonban számos vonatkozásban nem mérhető. Könnyű belátni, mit ér a személyes jelenlét, ha valaki egy kiállítással egybekötött szakmai konferenciáról egy, a saját gyakorlatába azonnal átültethető ötlettel érkezik. De miképpen lehetne rekonstruálni, hogy egy, az adott gazdasági ágazat vagy tudományterület jövője szempontjából meghatározó trend helyes értékeléséhez használt elemzési szempontok közül melyik milyen forrásból és mikor költözött a döntéshozó fejébe?

A tudásszerzés abban az értelemben mindig pazarló, hogy a megszerzett ismeretek szükségszerűen nagyobb körben „szórnak”, mint amit a leszűkítő, mere-

<sup>12</sup> Az ezredfordulón a cégek az online szolgáltatóktól vásárolt adatok 70 százalékát nem használták fel - állította Leonard M. Fuld és Kent Potter, a vállalati információs folyamatok két ismert szakértője érdekes és provokatív írásában a CIO Executive Research Center oldalain (<http://www.cio.com/forums/executive>). Ez azt jelenti, hogy - amennyiben a connecticuti Simba Information 1999-es becslése helyes, és a vállalatok 30 milliárd dollárt költöttek online információs szolgáltatásokra, ebben az évben csak a hálózati adatok előfizetésével 21 milliárd dollárt pocsékolt el a „vállalati Amerika”.

<sup>13</sup> Úgy értsük mindezt, hogy a szellemi tőke mérésének általános problémáin [lásd legutóbb Lóre, 2011] túl jelentkező nehézségről van szó, amikor a tudásváltozás-mérés kerül a boncaszatra.

ven tárgyspecifikus megközelítés nyomán elvárni lehetne. Egyedül ez a garanciája ugyanis annak, hogy új, termékeny kapcsolatok jöhetnek létre a tudás egymástól lát-szatra távoli tartományai között. Ez a fajta, képességként felfogott abszorpciós erő – amit bátran nevezhetünk kreativitásnak, eredetiségnek is – fejleszhető, karban-tartható. Felépülése, működése megfelelő tudásmenedzsment módszerekkel befo-lyásolható. Vezető döntéshozóra, vezető fejlesztőre, vezető kutatóra jellemző legin-kább: nekik szervezetenként elvárt feladatuk is, hogy innovatívak legyenek.

A szakmai eseményeknek, találkozásoknak azonban csak elenyésző része felel meg ennek az igénynek – tudniillik hogy növelje a transzformációképességet. A konferenciák leggyakoribb, legtipikusabb tudásművelete (a befogadó oldaláról) a *tudásváltozás-követés* (a tudás megjelenítője szempontjából mindez: eredmény-vagy kompetenciakommunikáció). A konferencián kívüli térben felszaporodott, relevánsnak mondható új tudáselemek megjelenésének, rendszerezett bemutatásá-nak a szakmai találkozók megfelelő szinterei lehetnek, legfőbb riválisukkal, a kiadói iparral együtt. Egy esemény rangját, értékét, fontosságát az fogja eldönteni, hogy a tárgyidőszakra eső tudásváltozások mekkora részét képes saját szakmai programjában reprezentálni, megjeleníteni. Ez azonban már ismét „felmérhető”, házifeladat-szerűen kipipálható szakértői szintű tudásmenedzsment-feladat, amelynek a vége a friss ismeretek „betáplálása” a vezetői döntéstámogatás háttérrendszereibe.

A vállalatok esetében a piaci, a kormányzatok és a szervezeti világ más szereplői számára a technológiai kihívások természete dönti el, hogy a két tudásfajta közül éppen melyik értékelődik fel. A tudásváltozás-követés (a továbbiakban: *karbantar-tó tudás*) a megélénküléseket, paradigmaváltásokat követő „hullámvölgyek” tipikus feladata, és a szervezetben alacsonyabb szintre delegálható.

Egy rendszerszemléletű, professzionális tudásmenedzsment pontosan megter-vezi, hogy a vállalat, a szervezet melyik szereplője, milyen szituációban, miért és melyik konferencián vegyen részt. Nem esetlegességek döntenek el az utazásokat, hanem tudatos, terepismeretről tanúskodó választások. A mérhetőség hiánya nem érv: a bizonytalansági térben egyaránt lehet spontán, szokásszerű és emiatt pazar-ló, illetve megfontolt, jól előkészített, és emiatt a hatékonyság nagyobb ígérését hor-dozó döntéseket hozni. S ha ezt felismerjük, könnyű megérteni, hogy a konferencia-részvétellel kapcsolatos attitűd (is) a szervezeti kultúra része: annak az időszaknak a lenyomatát hordozza, amikor még valóban nem volt fontos a karbantartó tudások forráskínálatának elemzése, és a tudásváltozás követésének idősükséglete is kevés-bé volt meghatározó.

Mivel a mérés nehézkes,<sup>14</sup> a gyakorlatban a megfelelő aktorok – a külső informá-ciókat akár informálisan is becsatornázó személyek, az *információs angyalok* (information stars) – megtalálása és „helyzetbe hozása”,<sup>15</sup> a megfelelő tervezés érté-kelődnek fel. Egy elméleti áttekintésben azonban a kontextusképzés miatt az elke-rülhetetlen, hogy legalább vázlatos történeti áttekintést adjunk, honnan indult és merre tart ez az ágazat.

14 A Szabó Katalin és Hámori Balázs remek *Információgazdaság* c. szakkönyvében felsorolt, a megfog-hatatlan tőke számszerűsítését segíteni képes 11 fajta megközelítés közül egyedül a tudás auditjára vonatkozó tűnik alkalmazhatónak. [Szabó-Hámori, 2006: 368–371.]

15 Róluk legújabbán lásd Z. Karvalics [2012].

### 3. A TÖRTÉNETI KONTEXTUS: NÉGY SZAKASZ

#### 3.1. ELŐZMÉNYEK ÉS KEZDETEK

A szakmai szervezetek, a tudományos kongresszusok, az ipar és a kormányzatok szisztematikus tudásszerzésének gyakorlata a XIX. század végének terméke<sup>16</sup>: a Janus-arcú „bürokratikus forradalom” a professzionális államgépezetek és a korszerű termelésirányítás módszereit szülte meg, miközben a háttérben mind több aktort mozgósító innovációs gépezet dübörgött. A hagyományos mérnöki tudás, a kémiai tudományok felértékelődésének és a modern tudományosság megszületésének nagy, enyhén Németország-központú időszaka ez, a „technika csodáit” tagolatlanul a nagyközönség elé táró „világkiállításokkal” és a szisztematikus és tömeges információszolgáltatások megindulásával a tudományban („acták”, „abstractok”, egy-egy tudományterület „klasszikus” orgánumainak elindulása), a joggyakorlatban és a statisztikai adatszolgáltatásban. Ez az időszak a szakmai „vándorgyűlések” és a tudományos ismeretterjesztés fénykora is, amikor az ipar, a tudomány és a politika mellett a „civil társadalom”, a politika, a gazdaság és a tudomány mellett az ún. *Wilson-gyéánt* negyedik csúcsa is a tudásáramlás csomópontja tudott lenni. Ez az időszak az ipar és a tudomány összefonódásának „hőskora”, amelyben feltűnik, majd lassan megerősödik a modern egyetem, mint a tudástermelés és tudáscsere kulcsintézménye.

#### 3.2 KÉT VILÁG KÖZÖTT

A huszadik század harmincas éveitől, azaz „második szakaszban”, ennek a homogén tudástérnek a szereplői, szektorai és szakmái rohamos tempóban elkezdnek egymástól távolodni, erős specializáció, szakosodás és elkülönülés jellemzi a tudástermelés és tudásfogyasztás tereit. Az univerzális világkiállítások napja lassan leáldozik, az egyetemek domináns szerepbe kerülnek az új tudások létrehozásának térképen: azt a funkciót, amelyet majd egy következő szakaszban a szakmai találkozók és konferenciák biztosítanak, az adott tudásterületekhez tartozó csekély számú szakember „magánturizmusa”, tanulmányútja, egy-egy kutatási terület epicentrumaként

---

<sup>16</sup> A konferenciáknak a 3. lábjegyzetben közölt meghatározása alapján a történeti áttekintésnek valójában a történelmi Magyarországhoz tartozó Szklenobányán a bányászat akkori praxisának és tudományának prominensei számára 1786-ban megszervezett nemzetközi találkozóval kellene kezdődnie. Természetesen még korábbi időkből is találhatnánk analóg jelenségeket (a reneszánsz sodrában létrejött tudományos társaságok körül, a középkori arab egyetemek előadó-meghívásos aktivitásában, a sokszor komoly teológiai vitákkal fűszerezett katolikus zsinatokon), de az, hogy az események szervezése üzletté válik, a részvételi döntést pedig gazdasági/költségvetési racionalitás értelmezi, csak a huszadik század közepére alakul ki. Maga a konferencia-ipar emellett több, átfogó kontextus része: a konferencia-tudástranszfer az egyik aloscsoportja az intézményesített tudásszerzés-formáknak. Emiatt egy teljességre törekvő történeti rekonstrukcióban olyan diskurzusokkal együtt kellene/lehetne tárgyalni, mint a szakértelem szervezett importja (gazdasági, katonai, politikai és mérnök-szakértők irányított immigrációja), az ipari kémkedés vagy a korai tudáshálózatok működése. Ez utóbbi mindinkább a gazdaságtörténet-írás és a mikrohistória egyik felkapott területének számít.

szolgáló egyetemi műhely vagy rangos professzor meglátogatása tölti be. A „hálózat-képzés” módja az alap kutatásokban, az ipari fejlesztésben és a kormányzati üzem technikáját tekintve is az utazás<sup>17</sup> és az írásos kapcsolattartás: a korszak legkiválóbb koponyáinak (1930 és 1960 között) eminens tevékenységformája a tudóslevelezés.<sup>18</sup> A konferenciaturizmus inkább „tudományos hivatásrendek” arisztokratikus belföldi rendezvényeiből áll, alig néhány, rendszeresen megismétlődő, nagy tömeget vonzó nemzetközi szakmai találkozás akad. A releváns események, a véleményvezérek és a kiemelkedő műhelyek száma áttekinthető. Az innovációs ismeretek elsőrendű forrásai a szabadalmi értesítők. Németország központi szerepe fokozatosan megszűnik, egy illékony pillanatig a franciák látszanak átvenni a stafétabotot,<sup>19</sup> de nem kétséges, hogy ezek az átmeneti évtizedek lassan az angol nyelvet, mint a nemzetközi tudáscsere és tudástranszfer lingua francáját és az Egyesült Államokat, mint az információs társadalom pionírját emelik a térkép közepére.

### 3.3. AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM MEGSZÜLETÉSE

Az 1950-es évek közepén kezdődő évtized (a „harmadik szakasz”) az észak-amerikai kontinensen az információs univerzum (kiadvány- és könyvtömegben testet öltő) „robbanását”,<sup>20</sup> a tudás világának elképesztő méretű kitágulását, a tudástermelésben aktívan részt vevők (emiatt a tudást „iparszerűen fogyasztók”) számának ugrás-szerű növekedését hozta, szabályos innovációs lavinát indítva el, középpontban a számítástechnika, a távközlés és az anyagtudomány forradalmával. De ez az évtized a kibernetika, a genetika, az információtudomány, az úrkutatás, a modern pszichológia és a modern menedzsmenttudomány jellegadó, „nagy” periódusa is, a Szilícium-völgy, mint modell felfutásával, az ipar és az egyetemi kutatás-fejlesztés újszerű egymásra találásával. Az új, lassan egymásba fonódó tudományos eredmények, az ezek révén megjelenő termékek iránti óriási igény, a tömegesedő felsőfokú képzés révén a tudásáramlás csatornáinak kiszélesedése egy olyan, öngerjesztő folyamatot indított el, amely a hatvanas évek közepére szakadatlan növekedéssel támogatott keresleti tudáspiacot épített. A konferenciaipar is ekkor szakad ki a jellemzően belföldi találkozókra épülő lokalitásból, és válik globálissá. „Planetáris” méretű közös-

17 A számos tipikus példa közül egy hazai vonatkozást említünk: a közigazgatás-tudomány magyar kiválósága, Magyary Zoltán (1888–1945) az Egyesült Államokba utazik, hogy hosszú tanulmányúton ismerje meg az amerikai kormányzati üzem legjobb gyakorlatait és működési elveit.

18 Neumann Jánosról tudjuk például, hogy a levelezést végtelenül tudatosan művelte és a tudásszerzés legmagasabb rendű formájának tartotta: az általa „elcsöpögtetett” gondolatokért cserébe első kézből kapott levelező partnereitől olyan friss ismereteket, amelyek birtokában hihetetlen sebességgel gyarapodó „tudáspiramis” tetején találta magát.

19 Franciaország többek között a társadalomtudományok 30-as és 40-es évekbeli „reneszánszával”, a fizetés üzleti információszolgáltatások megindulásával [Levine, 1995; Z. Karvalics, 2006] párizsi „egyetemvárosainak” felfutásával és a tudáshoz való univerzális hozzáférésnek a könyvtártudomány felőli megfogalmazásával kiemelkedőt nyújtó *Paul Otlet* munkássága révén vált élővassá [Z. Karvalics, 1998].

20 A hatvanas évek közepén az Egyesült Államokban évi 100 ezer műszaki és tudományos jelentés születik, 900 ezer szakcikk lát napvilágot és 7000 könyv jelenik meg.

ségekben kezd feloldódni az adott tudásterületek művelése és multinacionális vállalatok kezdik saját képükre formálni a kereskedelem és a termelés számos képletét (ne felejtjük el: a légitrögzítés is a hatvanas évek elejére fejlődik a nemzetközi mobilitást biztosító iparággá). Az *agyelszívás*, a brain drain időszaka is ez, a tudás világa nyomasztó Amerika-túlsúlyosságának csalhatatlan jeleként. Egyedül a hatvanas évek első felében öt év alatt több mint tízezer európai tudós vándorol ki az USA-ba, intenzíven gerjesztve a tudásszolgáltatások iránti belföldi keresletet, majd ezt követi a hatvanas évek második felétől beinduló tajvani és kínai „agyimport”.

Csakhogya az amerikai dominanciából – elsősorban üzleti megfontolásokból – hamarosan amerikai „tudásexport” lesz, hiszen először (a hetvenes évekre) Japán, majd a skandináv országok és Nyugat-Európa is belépnek az információs társadalomba. A „kínálati tudásszektorok” így nagyszerű és nagyméretű új tudáspiacok nyílnak: az amerikai tudományos információszolgáltatók (mint a Eugene Garfield által alapított ISI) már nemcsak a belföldi piacra dolgoznak, a nagy amerikai tanácsadó irodák (a *Booz, Allen & Hamilton*, az *Arthur Little* és a *McKinsey*) megindulnak Európába,<sup>21</sup> (a hatvanas évek eleje óta sokáig évente megkértszerezték európai létszámukat) és a konferenciapiar nemzetköziesedéséből is a már nagy tapasztalatokkal rendelkező amerikai konferencia- és rendezvényszervezők, ill. amerikai székhegyű, de mindinkább nemzetközi szervezetek kezdenek hasznot húzni.

A konferenciapiar tehát a '60-as évek óta indul dinamikus növekedésnek, úgy, hogy fejlődési üteme meghaladja a szabadidő-turizmusét. Már 1958-ban létrejön a Konferenciaközpontok Nemzetközi Szövetsége (ICCA), amely rövid idő alatt a nemzetközi konferenciapiar első számú szervezetévé vált. S noha a konferencia-úticélok, a desztinációk versenyében évtizedek óta „kibillenthetetlenül” Európa vezet, a konferenciaturisták tömegében a mai napig az amerikai túlsúly jellemző, és kimagaslóan az USA vezeti a konferenciapiarból származó jövedelmek ranglistáját [Felföldi, 2003: 86]. A hetvenes-nyolcvanas évek a szaktudományos konferenciák nagy évtizedei, a vállalatok számára inkább a MICE-szegmens többi része volt meghatározó: az üzleti találkozók, szimpóziumok, kiállítások. A vállalati fejlesztőlaboratóriumok világának volt ugyan némi ozmózisa az akadémiai-egyetemi világgal, de annak jellemző „felülete” nem a konferenciapiar volt. Ez az időszak az orvosi és a gazdasági tématerületek felfutásának időszaka. Ebben az időszakban integrálódik a tudás világpiacára a dél-kelet-ázsiai térség, újabb lökést adva a „volumennek”. A rohamos elterjedés a 80-as évekre aztán véget ér, a növekedés lelassul, egyfajta konszolidáció megy végbe, s a több évtizedes „alapszerkezet” a kilencvenes évek elejéig megőrződik: a konferenciaturizmus egy jól kielégített és sokoldalúan szakosított keresleti tudáspiac része maradt, emiatt komoly tudásmenedzsment-problémát nem is jelentett.

### 3.4 A KÍNÁLATI TUDÁSPIAC KIALAKULÁSA

A mai napig tartó negyedik szakasszal azonban szinte minden lényeges jellegetesség megváltozott. Elképesztő méretű kínálati tudáspiac jött létre, a tudományos

21 Ennek felismerése és megfelelő kontextusba helyezése a francia *Jean-Jacques Servan-Schreiber* érdeme, lásd Z. Karvalics [2007].



folyóiratok és a szakmai rendezvények korábban soha nem tapasztalt méretű versenyével.<sup>22</sup> Átalakult a tudástermelés és -fogyasztás szerkezete, a mind nagyobb volumenű innovációs és fejlesztési folyamatok egyre kiterjedtebb méretű kooperatív közösségeket hoztak létre,<sup>23</sup> s mindennek az internet detonációja kínált kollaboratív felületet. Az agyszívást lassan felváltotta az *agyak visszanyerése* (brain gain), majd az *agyak ide-oda mozgása* (brain circulation), s végül a lokalitás jelentőségét lassan megszüntető *elosztott tudáspolitiká* (brain sharing). S miközben a szakmai folyóiratpiac az online lehetőségektől megmámorosodva a kiadványtípusok számát növelte elsősorban, a konferenciapiarban az egy rendezvényre jutó résztvevőszám növekedése lett a leglátványosabb fejlemény.<sup>24</sup> Felértékelődtek a szinte minden tudásterülettel kapcsolatba lépő, könnyen hibridizálódó informatikai témák, előtérbe kerültek a környezeti kérdések és a világproblémák. Milliónyi új konferencia-résztevő lépett be azáltal, hogy az üzlet és a tudomány képviselői mellé a fejlesztési ügynökségek árnyékában (ismét) felzárkóztak a civil szervezetek is. A gazdasági-politikai integrációs nyomás is a hivatásurizmust élénkítette Európában (az új csatlakozók hullámaival) és Dél-Kelet-Ázsiában. S mivel a tudáscsere és a tudásközzététel folyamatai az interneten keresztül felgyorsultak, a konferenciapiar a növekvő létszámú tudományos közösség mobilizálódásából és a multidiszciplináris metszéspontokon gombamód szaporodó új, induló (100 és 500 fő közötti) konferenciasorozatokból merített erőt. A vállalatok által szervezett események száma ugrásszerűen megemelkedett (már a kilencvenes évek közepén is 100 ezer felett járt), és ismét sokkal közelebb sodródott egymáshoz tudomány és üzlet, egyetem és ipar.

Ebben a kínálati közegben válik egyre fontosabbá az ipar és az egyes tudományok szereplői számára, hogy a konferenciák szerepével, hasznával tudásfolyamataik teljes rendszerének részeként legyenek tisztában. A kilencvenes évek közepétől megindultak tehát a konferenciák különböző előjelű hatékonyság- és eredményességmérései.

#### 4. A KONFERENCIA-TUDÁSTRANSZFER STRATÉGIAI TIPOLÓGIÁJA

Csak akkor lehet megfelelő módon konferenciaaktivitást tervezni, ha tisztán áll a vállalati tudásfolyamatok gazdái előtt, hogy mi a lehetséges tudásfolyamatok kínálata. Az jól látszik az ezzel foglalkozó felmérések eredményeiből, hogy annak a szerkezetnek, amelyben a konferencia-részvétel esetleges „haszna” megjelenik, a felbontása és a struktúrája kevésbé alkalmas operatív tervezésre. A résztvevők és nem a vállalat szempontjait tükrözi, nem rendszerszemléletű, erősen szubjektív, és nélkülözi a más tudásfolyamatokhoz való viszony kialakításának elemeit.

22 Ami korábban elképzelhetetlen volt: már „toborozzák” a résztvevőket, az ezredforduló óta tömegesen jelennek meg a világhálón a perszonalizált tudományos direkt marketing levelek.

23 Az Innocentive.com közel 150 ezer, a NineSigma.com közel félmillió kutatónak kínál részvételt problémamegoldásban.

24 1975-ben világszerte összesen 3300 nagy (300 főnél több résztvevővel zajló) nemzetközi rendezvényt tartottak, 1998-ban már 9500-at! [Felföldi, 2003]

## 1. táblázat: A kongresszusi részvétel indítékai és „népszerűségi-fontossági” felbontása

	Tevékenység	A neki tulajdonított fontosság százaléka
1.	Információszerzés	34,4
2.	Tapasztalatok, szakmai kapcsolatok szerzése	23,9
3.	Nemzetközi kapcsolatok	13,8
4.	Pihenés	10,1
5.	Vitán való részvétel	7,7
6.	Baráti kapcsolatok	5,5
7.	Tanulás	4,6

Forrás: Felföldi [2003: 58]

Némi interpretációs segítséggel kirajzolódik az érintettek attitűdje mögött, hogy a konferencia-részvételnek számukra – a tevékenység oldaláról – van egy

- *közvetlen ismeretszerzési rétege* (1., 5. és 7., együtt 46,7 százalék), egy
- *kapcsolatteremtő és fenntartó rétege* (2., 3. és 6., együtt 43,2 százalék) és egy látszatra irreleváns
- *rekreációs rétege* (4., 10,1 százalék)

Más felosztásban, immár sokkal inkább a vállalat oldaláról összepárosítva az egyes kategóriákat, azt látjuk, hogy egy konferencia-részvételnek három lényeges területen lehet „hozádeka”:<sup>25</sup>

- *individuális tudásfejlesztésben* (5., 7. és a 2. „tapasztalatszerzés” része, együtt 24,3 százalék)
- *információtranszferben* (1., 34,4 százalék)
- *a cég kapcsolati tőkéjének növelésében* (3. és a 2. fennmaradó része, együtt 25,7 százalék)

Zack [1999] tipológiájában a vállalati tudásnak három rétege van. Az *alaptudás*<sup>26</sup> (core knowledge), a *fejlett tudás* (advanced knowledge) és az *innovatív tudás* (innovative knowledge). A tudásszerzés kontextusában azonban nem a tudásállapot, hanem a tudásállapot-változás válik meghatározóvá. Ennek megfelelően azt a tudásfolyamatot, amely a „fejlett tudás” újonnan megszerzett komponenseivel frissíti fel az „alaptudást”, *karbantartó tudásnak* (maintainer knowledge); azt a tudást pedig, amelyik innovativitásánál, megoldó erejénél fogva részben újrendezi és újraértelmezi a megszokott ismeret- és viselkedésstruktúrákat, *diszruptív tudásnak* (disruptive knowledge) nevezem.<sup>27</sup>

25 Ha a „privát tevékenység” (pihenés és baráti kapcsolatok ápolása) jóléti-közérzetjavító funkcióját mint tudásmenedzsmenten kívüli elemet ezúttal kizárjuk a tárgyalásból.

26 Az alaptudásra vonatkozik minden bizonnyal a korábban bemutatott táblázatnak az a sora, amelyben a *tanulással* írták le a válaszadók azt a tevékenységet, amelyet messze a legkevésbé fontosnak minősítettek a konferencia-részvétellel kapcsolatban. Ne felejtjük el azonban, hogy ez individuális tudásra vonatkozik, és „üzenete” mindössze annyi, hogy a vállalati tudásspecialisták a számukra szükséges, tématerület-típusú alapismeretek megszerzésében nem tekintik lényeges csatornának a konferencia-részvételt.

27 A *disruptive knowledge* ritkán használt neologizmus. Clayton M. Christensen nyomán 1995 óta népszerű és elterjedt a *disruptive technology*, illetve a *disruptive innovation* kifejezés, ami Christensen-

Csakhogy a konferenciák révén formálható „tudástér” nem írható le e kétfajta tudásváltozással. A közvetlen tudásszerzés módozatain kívül számos, szintén kiválóan tervezhető megoldása lehet a közvetett tudásszerzésnek is. Vizsgálódásaink során emiatt hét jellegzetes tudástranszfertípust különítettünk el, s mivel felosztásunk a szakirodalomban újszerűnek mondható, részletes tárgyalásuk előtt táblázatos formában is bemutatjuk valamennyit.

## 2. táblázat: Konferenciatudástranszfer-típusok

Közvetlen tudástranszfer („jelen idő”)			
1.	<i>Networking</i>	Személyes diskurzusokon keresztül történő tudásgyarapítás és frissítés	
2.	<i>Közvetlen és explicit tudásszerzés</i>	<b>Karbantartó tudás</b>	Tudásváltozás-követés, trendspotting, versenytársfigyelés
3.		<b>Diszruptív tudás</b>	A tevékenységet ill. a tudást újrastrukturáló új ismeretek megszerzése
4.	<i>Implicit tudásszerzés</i>		A résztvevő munkatárs tudástökéjének és hallgatóságos tudásának (kéességeinek, jártasságainak) növekedése
Közvetett tudástranszfer („jövő idő”)			
5.	<i>Késleltett tudásgyarapítás</i>	<b>Hivatalos tudásátadás</b>	A tudás megjelenítőjének kompetenciakommunikációja, amely későbbi tudáscsere ill. tudásmegosztás megalapozója ( <i>reputációnövelés és a „tudásvaluta beváltása”</i> )
6.		<b>Tudásexternáliák a megnövelt kapcsolati tőke révén</b>	Tudásmegosztó rendszerekbe való bekapcsolódás, tudásszerzés lerövidülése, új tudás előállításához erőforrás nyerése
7.	<i>Domain spotting</i>		A konferencia napirendje, szekciók, előadáscímek, kulcsszavak tartalomlemzéséből kinyerhető másodlagos tudás (elsősorban „emergens” tudásterületek esetében)

Forrás: saját szerkesztés

A tudástranszfer e hét típusának részletes ismerete (itt: ismertetése) azért különösen fontos, mert a tervezéskor pontosan tisztában kell lenni vele, hogy milyen igény, milyen tudástípussal kapcsolatban, milyen közegben, milyen módszerrel „kezeltek”. Másképpen: minek az érdekében történnek a konferenciautazások és mindez miként „csatol vissza” a vállalat életébe.

nél egy régi technológiát illetve tudást leváltó új, nagy erejű (és általában olcsóságánál fogva is hódító) megoldást jelentett. A fogalom azóta általánosabban használt jelentésben terjed: diszruptív (bomlasztó) minden olyan új ismeret, amelynek ereje képes meglévő ismeretszerkezeteket „felszakítani”, hogy aztán immár a frissen megismert szempontok bevonásával rendezze azt új struktúrákba. A szó jelentésébe tehát nemcsak a „szétzúzást”, hanem az „újraépítést” is bele kell értenünk. *Oakes* és szerzőtársai [2006: 41] vállalati környezetben a szervezetet átalakítani képes közös célokkal (transformative goals) tárgyalják együtt: ami elmesélhető (story) a közös tudásból, az a diszruptív hatásra attól kezdve „másként mesélendő el”.

#### 4.1. NETWORKING

A kapcsolatteremtés, a kapcsolati tőke gyarapítása tipikus „érv” a konferenciákat érintő szakmai diskurzusban, de leginkább definiálatlan „öncélként” („*az jó, ha kiterjedt kapcsolatrendszerünk van*”). Ma már tudjuk, hogy ennek igazi jelentősége abban áll, hogy a szakmai találkozók, konferenciák aktualizálódnak egy szakmai közösség „kis világi” – a sokaság bármely pontját néhány nevezetes közösségek közötti kapcsolattal elérhetővé tevő „*hat lépés*” törvényén keresztül [Mayer-Kress, 2001].<sup>28</sup>

Nem szabad azonban elfelejteni, hogy a „networking” végső célja ismét csak maga a tudásszerzés. A kapcsolati hálóban való megjelenés csak eszköz ahhoz, hogy a legváltozatosabb csatornákon keresztül folyjon ismeretátadás és csere. Ma már egyre kevésbé igaz, hogy a kapcsolatépítés végső értelme egy-egy ennek (és csakis ennek) révén megszerezhető informális, bizalmas vagy originális értesülés volna.<sup>29</sup> Sok esetben a kapcsolati tér révén kialakuló „bizalmi rádiusz” már elég ahhoz, hogy a konferenciák valamely hivatalos vagy programon kívüli helyszíne más módon megjeleníteni nem szándékozott tudások átadásának legyen a színtere. („Az orvoskongresszusok igazi haszna, hogy *a szakma legjelesebb képviselői olyan eljárásokat, módszereket is megosztanak egymással, olyan „trükköket” is elmondanak, amelyek az orvosi közleményekből kimaradnak.*”)<sup>30</sup>

A networking révén elérhető tudások jellemzően a leginkább kollaborációra épülő és a leginkább multidiszciplináris háttérrel rendelkező területeken a legfontosabbak. Ezek a tudásterületek (illetve tudományos ágazatokban) a konferenciásemények sok esetben az információcsere legfontosabb színtereivé lesznek.<sup>31</sup>

#### 4.2. KÖZVETLEN ÉS EXPLICIT TUDÁSSZERZÉS: KARBANTARTÓ ÉS DISZRUPTÍV TUDÁS

Az alaptudások bővítése és folyamatos frissítése nélkülözhetetlen a „piacon maradáshoz”. A karbantartó típusú tudásokkal, vagyis a legfrissebb megközelítések, fogalmak, fejlesztések és fejlemények folyamatos *figyelemmel kísérésével* (trendspotting) kapcsolatos legfontosabb állítás az, hogy hiánya hátrány, de megléte nem előny. (A már korábban felismert tudáshiány megszüntetése,” ebben az összefü-

28 Emiatt különös jelentőségű – de nem témánk szempontjából – az a tény, hogy a terjedő streaming technológiáknak köszönhetően mindinkább kialakul a lokális konferenciákhoz való globális hozzáférhetőség mintázata, ami a személyes jelenlét (és az ennek révén kialakuló *kapcsolatiútvonál-rövidítések*, shortcuts) nélkül biztosítja a vonatkozó ismeretekhez való hozzáférést. Megnöveli tehát az ismeretszerzés rádiuszát, de csökkenti a hagyományos hálózati kötések erejét.

29 „*Ha valaki fel akarná kutatni a legeredetibb gondolatok felvetésének helyszínét, meglepő módon a kongresszusi központok kávézóinak egyébként kihalt sarkában találja magát.*” [Fragó-Karikás, 1999]

30 dr. Seffer Istvánt idézi Felföldi [2003: 56.o.]

31 A genetika vagy a részecskefizika tipikusan ilyen szakmai területek. „*Particle physics is extremely collaborative... It advances through the collective intelligence of the field.*” És: „*The fact is that most of the information exchange in our field today is through conferences.*” – idézi Chris Quigget, a Fermilab szakértőjét és Michael Witherell, a Fermilab igazgatóját Jackson [1999].

gésben *felzárkóztató tudásnak* minősül, pótolja az „elmaradt karbantartást”). Mivel a szektor valamennyi szereplője számára adottak lehetnek ugyanazok az információk és az ismeretbővítésnek ugyanazok a csatornái, a „karbantartás” egyfajta házi feladat, amelynek elmaradása információs aszimmetriát okozna.

A nagy kérdés (valójában a tudásszerzés „nagy misztériuma”) az, hogy az ismeretek monoton gyarapításából miképpen születik meg a diszruptív tudás, amely nemcsak növeli a tudásvagyont, hanem azt minőségi módon rendezi újra. Erre speciálisan konferenciakörnyezetben a tudásmenedzsmentnek a következő válaszai vannak.

A diszruptív tudásmintázatok megszületése mindig individuális tett. Noha létrejöttükben a véletlennek is szerepe van, az (utazásban) érintett szakértő kreativitása, termékenysége sokkal nagyobb valószínűséget rendel ahhoz, hogy szakértői szinten, vagy az új ismeretek megfelelő minőségű és felbontású közvetítése után döntéshozói szinten megtörténjenek a transzformációk. Ebből fakadóan a kiválasztás lesz kétszeresen is a kulcsmozzanat: a legnagyobb tudáskoncentrációt, így a potenciálisan a legtöbb diszruptív mozzanat megszerzését jelentő konferencia kijelölését, illetve annak a személynek a gondos kiválasztását, aki az adott eseményen a vállalatot képviseli. A konferenciák kiválasztását a különböző ranglisták, *rangsorok* (rankings) és korábbi személyes tapasztalatok segítik, a szakértő „kiválóságának” a szerepe pedig felmérhetetlen. Mivel a „diszruptív tettek” csak egyik eleme a szűk nyilvánosság előtt megjelenő transzformatív információ, a másik mindig az a strukturált tudástömeg, ami az érintett szakértő fejében van, a kettő találkozásakor ezek egyenrangúak.<sup>32</sup>

Ezen felül a tudásmenedzsment abban segíthet, hogy ügyesen kombinálja azokat a tudásterületeket, ahol a kreatív mozzanat megszületésére esély nyílik. A kreativitás par excellence egymástól távoli tudásdarabkák termékeny egymáshoz rendelése, ennek okán a diszruptív tudás megszerzésére gyakorta nyílik nagyobb esély olyan konferenciákon, amelyek témája látszólag távol áll az adott iparág vagy tudományterület „*magterületeitől*” (core fields), amelyeken a legtöbb esetben csak karbantartó jellegű tudásokra lehet szert tenni. Speciális és szakosított eseménytípusok (mint pl. vezető szakértők szemináriuma) természetesen még intenzívebb tudáscserét tesznek lehetővé.<sup>33</sup>

#### 4.3. IMPLICIT TUDÁSSZERZÉS: JELENÉRTÉKŰ BERUHÁZÁS A TUDÁSVAGYONBA

A konferencia-részvétel rendkívüli esemény: a mindennapi tevékenységhez képest sokkal intenzívebben érkeznek az információs impulzusok, emiatt a figyelem és a

32 Ezt az összefüggést messzemenően megerősítik személyes tapasztalataink egy korábbi projektünk, a Konferencia Tudásbank működtetésében – diszruptív tudásszerzésre kizárólag akkor mutatkozott esély, amikor szakmailag kiváló „rapporteur”-t sikerült az adott rendezvényre küldenünk.

33 „Az én személyes benyomásom, hogy nem a nagy konferenciák segítik igazán a kutatók közti tudásátadást, még kevésbé a cikkek, publikációk, hiszen azok akár több év késéssel jelennek meg. A szemináriumok a leghatékonyabbak, ahol elhívják az embert egy egyetemre, ott előadja az eredményeit és négy-nyolc másik kutatóval megbeszélik ezeket” [Koren, 2013].

fogékonyság szintje magasabb. Mint a jól előkészített szántó föld a vetés előtt – nem csoda, ha sok új ismeret rakódik le szinte észrevétlenül. A résztvevők „képet kapnak az adott szakterület élvezőnyéről” [Felföldi, 2003: 56]. Folyamatosan szakszavakkal szembesülnek az írásos anyagokban, a vetített kockákon és az előadásokon, amely erős értelmezési és értékelési „munkateljesítményt” követel. Mozgósítható előismereteik és az eseményen elvárt, illetve ténylegesen felvetődő tartalmak párosításából rendre reflektív felismerésekig jutnak. Van, aminek utána kell nézniük. Van, ahol kompetenciájuk megerősítéséről, van, ahol hiányairól kapnak jelzést. *Von Hippel* [1988: 77] szép elemzésben mutatja be, miként épít fel a konferencia-résztevő a fejében egy *szakértőtérképet* (expert map), rögzítve, hogy szükség esetén kihez miért fordulhat, milyen téma kapcsán mely tekintélyszemély környékén kell majd információt keresnie (s mindez az ismeretek egyfajta elmélyítését, az átlátás képességét eredményezi). Ezeknek a tapasztalatoknak egy része a Polányi-féle *hallgatolagos tudás* (tacit knowledge) kategóriájába esik, vagyis szinte „észrevétlenül” rakódik le és nehezen elmesélhető, nehezen „kinyerhető”. De a felismert vagy artikulált tapasztalatokra is jellemzően „másodlagosként” tekintenek a résztvevők, és amikor továbbítják az új ismereteket, ezeket a legkritikább esetben sorolják a megosztandók közé.

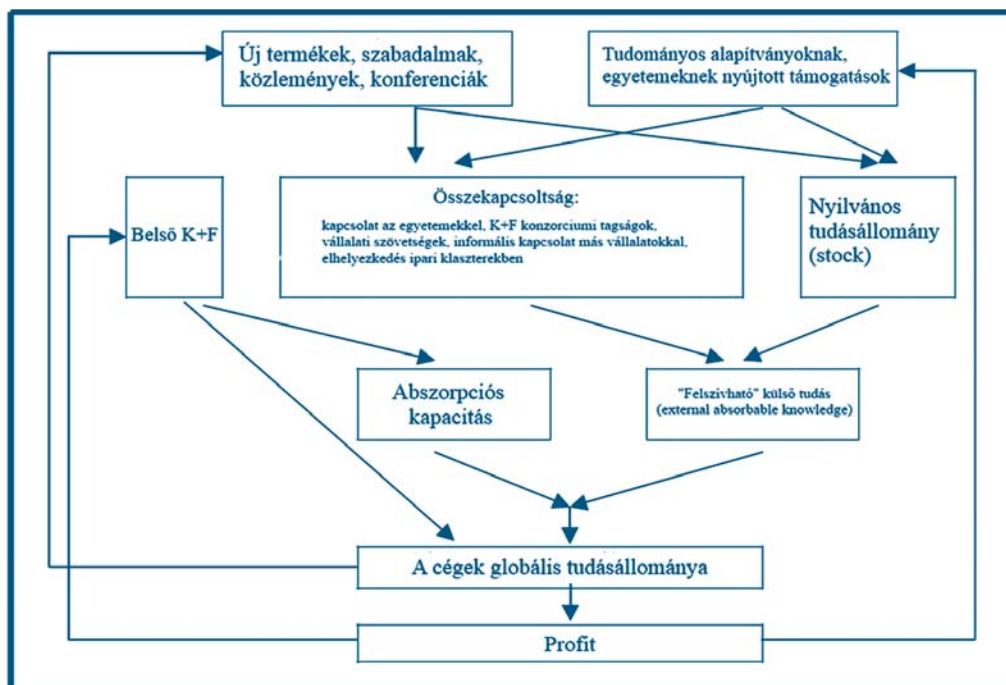
Az implicit tudásszerzés tudatos módszerként a hosszú távú humán erőforrás-fejlesztésben eltökélt, professzionális menedzsment eszköztárába épült a fiatal, tehetséges, de még kevés tapasztalattal rendelkező munkatársak „helyzetbe hozásának” gyakorlatával. A karbantartó tudás fórumain ideális „megbízottak” ők: miközben lelkiismeretesen gyűjtik az új ismereteket, hogy azokat minél attraktívabban közvetíthessék, maguk is sokat tanulnak és ezáltal a vállalat tudásvagyonát gyarapítják. *Davidson* [2004] arra is felhívja a figyelmet, hogy „kölcsonösen előnyös az idősebbek és a fiatal szakmabeliek közötti munkakapcsolat, ebben a gyorsan változó szakmában ugyanis elengedhetetlen az új információk, trendek, fejlesztések nyomán követés<sup>34</sup>”. Másképpen: a konferenciák *intergenerációs tudásterek*, s emiatt a „belépő” szakemberállomány fejlődésének ideális terepei is egyúttal.

#### 4.4. KÉSLELTETETT TUDÁSGYARAPÍTÁS: KOMPETENCIAKOMMUNIKÁCIÓ ÉS TUDÁSEXTERNÁLIÁK

Egy fiatal francia szakember, *Julien Penin* kutatásai világítottak rá az ezredfordulót követően [Penin, 2004 és Penin, 2007 – rövidebb, nyilvános változatban], hogy a piaci szereplők korábban irracionális viselkedésnek gondolt egymás közti tudásmegosztása valójában nagyon is racionális tett. A szakirodalom erre vonatkozó új hulláma a tudásmegosztás mögött álló felhajtóerők anatómiáját elemezve be is bizonyította, hogy ennek eredménye például a kutatás-fejlesztési kooperációk számának látványos növekedése. Ok-okozati összefüggés mutatható ki a megosztott tudás és az annak részeként „visszakapott” tudás között. Az új, szakirodalmi publikációként, esetleg honlapon megjelentetett tájékoztató szakanyagként (Website-release),

34 Érdekesen egészíti ki ezt az összefüggést a konferenciaturizmusnak az adata, amely szerint a huszadik század utolsó évtizedében tapasztalható látogatónövekmény legnagyobb részét az idősek és a nők teszik ki.

nyilvánossá tett szabadalomként vagy konferencián (előadás vagy poszter formájában) elhangzó ill. közzétett eredmény Penin szóhasználatával egyfajta „tudásvalutaként” funkcionál. A publikációk és a konferencia-előadások egyfajta *kompetenciajelzések* (signals of competence), amelyek az eredmények előállítójának reputációját növelik. A reputáció a hálózati gazdaságban networkképző, és természetes folyamánya a hálózat tagjai közti tudáscsere, ami voltaképpen a tudásvaluta beváltásának tekinthető. Így lesz a tudásmegosztás a tudásbővítés eszközévé, amit Penin folyamatábrája nagyszerűen láthatóvá is tesz számunkra:



Forrás: Penin [2004: 126]

1.ábra: A külső tudás abszorpciója a saját tudás megosztása révén

Penin azt is kimutatta, hogy a lehetséges kompetenciajelzés-típusok közül a legjobb és legnépszerűbb forma a konferencianyilvánosság [Penin, 2004: 237]. Ez annál is érdekesebb, mert a Penin által megkérdezett cégvezetők a bejövő információszerezés (inflow) forrásainak fontossági sorrendjében csak a harmadik helyre tették a konferenciákat! (Itt a szakirodalmi publikációk figyelemmel kísérése és feldolgozása vezet és a szabadalomfigyelés a második.) Ebből nagyjából ki is derül, hogy a legerősebb igénye a döntéshozóknak a versenytársfigyelésre és elemzésre van.<sup>35</sup> S noha a *kimenő információkért* (outflow) is fizetni kell a legtöbb esetben (szaba-

<sup>35</sup> Vagyis a saját kompetenciajelzések fordítottjára, a riválisok kompetenciajelzéseinek érzékelésére (awareness of competency of an other firm). *Gambardella* [1992] nyomán Penin [2004].

dalmi díjak, publikációs költségek, konferencia részvételi díj és utazási költségek), a cégeknek láthatóan megéri a tudásmegosztás. Hiába várnák a szokásos pénzügyi-gazdaságossági modelleik alapján a közgazdászok az inflow maximalizálását és az outflow minimalizálását, ha nem veszik figyelembe, hogy a drága outflow voltaképpen a külső tudásforrásokhoz való (olcsó) hozzáférés kulcsa: a cégek viselkedése erősen racionális.

*Hicks* [1995] további két fontos szempontra mutat rá. Nemcsak a céget hajtja előre a megosztástól remélt haszon, hanem erős és természetes a kutatók és a specialisták vágya is a kompetenciakommunikációra. A személyes motiváció így összefonódik a vállalati érdekekkel, és ez befelé „identitáserősítő”, kifelé viszont számos kedvező, másodlagos, járulékos hatással (tudásexternáliával) jár. Az erősen motivált kutató különösen érdekelt konferenciamegjelenésének attraktivitásában, és ezzel többek között nagy vonzóerőt gyakorol a fiatal kutatókra, egyetemistákra és más, nyitott érdeklődőkre: a sikeres konferenciamegjelenés valójában a cégek mindinkább felértékelődő tudásvonzó képességét is növelik, és a tudásvaluta ismételt beváltásával elősegítik kiváló „agyaknak” a céghez kerülését. Így válik a konferenciamegjelenésnek újabb értelmet adó, sokadlagos, de erősen felértékelt lehetséges célfüggvényé a mind fontosabbá váló *tehetségvadász* (talent hunting) is.

#### 4.5. DOMAIN SPOTTING

A konferenciák napirendje, a felhívások kulcsszavai és a kiemelt témakörök mögött egyfajta „kollektív bölcsesség” áll, amely a szervezők, a kiválasztást végző szakértők és az érintett szakmai közösség előadással jelentkező tagjainak köszönhetően párolódik végleges programmá. A sok szekcióval megrendezett nagy szakmai seregszemléknek emiatt különös megismerő értéke van, hiszen kellően gondos előkészítés esetén jó közelítéssel „képzik le” az adott szakmai közösség számára jelentős fejleményeket.

Minél inkább alakuló, formálódó, emergens tudásterületekről van szó, annál inkább igaz lehet, hogy a konferenciák *napirendje* a friss multidiszciplínák egyfajta taxonómiájaként szolgál. A „forró” területek, a felfutó diskurzusok, az új témahibridek valóságos „lelőhelyeinek” tanulmányozása (akár részvétel nélkül is) sok hasznos, új ismeret forrása lehet.

#### BEFEJEZÉS, KITEKINTÉS

A bemutatott tudástipológia messzemenően alkalmas arra, hogy vezérfonalként szolgáljon vállalatok és nagy szervezetek konferenciapraxisának tudáskormányzásközpontú auditjára, újratervezésére.<sup>36</sup> A bemutatott kontextusokra és a tudásformák tipológiájának egyes elemeire is igaz, hogy diskurzusképzővé válva új, alapo-

<sup>36</sup> Kutatásunk során erre elkészítettünk egy ajánlasegyüttest (*Új utak a konferencia-tudástranszfer stratégiai tervezésében*), amelyet nem elméleti szakfolyóiratban, hanem gyakorlati szakemberek által használt orgánumban tervezzük közzétenni.



sabb és kiterjedtebb kutatásokat inspirálhatnak. (Természetesen a kontextusok bővíthetőek, pontosíthatóak, a fogalom- és kategóriakészlet fejleszthető, alakítható, tovább szegmentálható.<sup>37)</sup> A legnagyobb hozadéka azonban minden bizonnyal annak lenne, ha a bemutatott elvek és tipológia alapján *nagymintás empirikus kutatások* indulhatnának. Ezek egyszerre szolgáltatnának fontos adalékokat a konferenciaipar üzleti szereplőinek, a konferenciaszervezések szakmai oldalában érintetteknek, de elsősorban a „tudásfogyasztóknak” és az őket delegáló vállalatoknak illetve intézményeknek.

Mindeközben maga a konferenciaágazat is erősödő versenytérbe kerül új, mind meghatározóbb „tudásdomain-riválisokkal”: a dinamikusan növekvő tudáspiacok – különösen az online tudáspiacok [Skyrme, 2002], valamint az ún. szektorális tudásközpontok világával, a direkt információs és tudáshálózat-építés és gondozás formagazdag képviselőivel [Johnson, 2009], a *nyílt tudás* (open knowledge) paradigma keretén belül kialakuló *innovatív tudáscsere-rendszerek* (knowledge bartering systems) és *tudástárak, tudásbankok* (knowledge banks) sorával.<sup>38</sup> Ezt a diverzifikálódást máris jól leképezi a *szakosított, új típusú vállalati tudáskezelő divíziók* létrehozása: ha valahol, ebben a fogyasztói körben nőni fog a kereslet a tudástranszfer operatív vizsgálatának friss eredményei iránt.

## IRODALOM

- Davidson, Rob [2002]: *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Pearson
- Davidson, Rob [2004]: *EIBTM Industry Trends & Market Share Report*  
<http://www.eibtm.com/files/eibtm06micereport.pdf>
- Davidson, R.–Rogers, T. [2007]: *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. Elsevier
- Davis, Bryan [2007]: Harnessing Knowledge Markets Research. *Project News Digest* Oct-Nov. KIKM, Toronto
- EIBTM [2007]: *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension*  
<http://www.eibtm.com/page.cfm/T=m/Action=Press/PressID=2>
- Faragó Hilda–Karikás Eszter [1999]: *A konferenciák világa*  
<http://www.hcb.hu/downloads/study1.doc>
- Felföldi Julienne [2003]: *Tudomány vagy gazdaság? Elemzés az orvoskongresszusok hazai piacáról* (szakdolgozat, BGF KKFK Elektronikus Könyvtár)  
[www.elib.kkf.hu/edip/D\\_10087.pdf](http://www.elib.kkf.hu/edip/D_10087.pdf)

37 Bizonyosan hasznos lehet például a *tudások különböző természetére* érzékeny felosztással kombinálni, amelyet az ODI (Overseas Development Institute) szakemberei dolgoztak ki *tudáspolitikai* (knowledge policy) kontextusban [Jones et al., 2009a]. Eszerint van (1) a kutatáson alapuló tudás (2) Projekt- és programtudás (3) Részvételi tudás (4) Komplex problémák köré rendezett integrált tudások.

38 Jó áttekintésüket adja egészen korán Davis [2007]. A torontói székhelyű *Kaiteur Institute of Knowledge Management* tudáspiacokkal foglalkozó projektjének a Szegedi Tudományegyetem is résztvevője volt.

- Gambardella, A. [1992] Competitive advantage from In-House Scientific Research: The US Pharmaceutical Industry in the 1980's. *Research Policy*, vol. 21. pp. 391–407.
- Goncalves, Marcus [2002]: *The Knowledge Tornado: Bridging the Corporate Knowledge Gap*. Blackhall Publishing
- Hicks, D. [1995]: Published Papers, Tacit Competencies and Corporate Management of the Public/Private Character of Knowledge. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 4. pp 401–424
- von Hippel, Ernst [1988]: *The Sources of Innovation*, Oxford University Press
- Horváth Márton [2010]: Tudásáramlás az ipari szakágazatokban – az egyetemi kutatások szerepe Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* LVII. évf., június (497–516. o.)
- Jackson, Judy [1999]: Let's Get Together and Talk Physics. *Fermi News* Volume 22, Friday, October 15, No. 20
- Johnson, David J. [2009]: *Managing Knowledge Networks*. Cambridge University Press
- Jones, N.-Datta, A.-Jones, H. [2009]: Knowledge, policy and power – Six dimensions of the knowledge-development policy interface, *Overseas Development Institute*,  
<http://www.odi.org.uk/resources/download/3790.pdf> (letöltve: 2009. 10. 20.)
- Koren Miklós [2013]: Fontos, hogy visszavár-e az ország. Szalai Bálint interjúja Koren Miklóssal [http://index.hu/gazdasag/2013/01/06/koren\\_miklos/](http://index.hu/gazdasag/2013/01/06/koren_miklos/)
- Laki Mihály [2006]: Az idegennyelv-oktatási piac átalakulása. *Közgazdasági Szemle* LIII. évf., október 880–901. o.
- Levine, Marilyn M. [1995]: A Brief History of Information Brokering  
<http://www.asis.org/Bulletin/Feb-95/levine.html>
- Lőre Vendel [2011]: Mit ér a tudás? – A tudástőke értékérvényesülési modellje In: *Tudásból várat. Tudásmenedzsment elméleti és módszertani megközelítésben* Szerk: Noszky Erzsébet. Magyar Tudományos Akadémia Vezetés- és Szervezéstudományi Bizottság Tudásmenedzsment Albizottság II. számú gyűjtéményes kötete 2009–2011 (2011).
- Mayer-Kress, Gottfried [2001]: *Time-Scales and the Historical Role of Conferences for the Emergence of Global Brains from Intelligent Networks to the Global Brain. Evolutionary Social Organization through Knowledge Technology* The First Global Brain Workshop, Brussels, July 3–5, 2001  
<http://pespmc1.vub.ac.be/Conf/GB-0.html>
- Oakes, J.-Rogers, J.-Lipton, M. [2006]: *Learning Power: Organizing for Education And Justice*. Teachers College Press
- Penin, Julien [2004]: Open knowledge disclosure, collective innovations and incomplete information (doctoral theses)  
<http://eprints-scd-ulp.u-strasbg.fr:8080/181/>
- Penin, Julien [2007]: „Open Knowledge Disclosure: An Overview of the Evidence and Economic Motivations” *Journal of Economic Surveys*, Vol. 21, No. 2, (April) pp. 326–347.
- Simonyi Norbert [2006]: A konferenciaturizmus nemzetközi piacának áttekintése. *Turizmus Bulletin*, X. évf. 4. sz. 1–9.o.

- Skyrme D. J. [2002]: Online Knowledge Markets: how do they work?  
<http://www.skyrme.com/insights/28kmkt.htm> Letöltve : 2009. október 5.
- Szabó Katalin [1999]: A tudás globális piaca és a lokális tanulás. *Közgazdasági Szemle* XLVI. évf., március (278–294.o.)
- Szabó Katalin–Hámori Balázs [2006]: *Információgazdaság. Digitális kapitalizmus vagy új gazdasági rendszer?* Akadémiai Kiadó, Budapest
- Zack, Michael D. [1999]: Developing a Knowledge Strategy *California Management Review* Vol. 41. No.3. Spring pp. 125–145.
- Z. Karvalics László [1998]: Mundaneum – a „másképp virtuális világgönyvtár” *Internet Kalauz* április 54–55.o.
- Z. Karvalics László [2001]: Quo vadis, input vállalati adatok? In: *Új és megújuló információs rendszerek*. Szerk: Egerszegi–Kiss. BME Információmenedzsment Tanszék 76–83.o.
- Z. Karvalics László [2006]: Információs és tudásbrókerek – egy tisztább tipológia felé. In: *Információból üzleti érték* Szerk: Mikulás Gábor, Magyar Információbrókerek Egyesülete, 2006 26–30. o.
- Z. Karvalics László [2007]: Az információs társadalom gondolat európai szálláscsinálója. In memoriam Jean-Jacques Servan-Schreiber (1924–2006) *Információs Társadalom*, 2007/1. 124–136.o.
- Z. Karvalics László [2009]: Információ- és tudásszolgáltatások: honnan hova? In: Hetesi, Erzsébet–Majó, Zoltán–Lukovics, Miklós: *Szolgáltatások világa*. JATE Press, Szeged, 143–156.o.
- Z. Karvalics László [2012]: Info-portrék 2. Információs angyalok (information stars) *It-Business Online Széljegyzet* 2012. május 30.  
[http://www.itbusiness.hu/Fooldal/publicisztika/Z\\_Karvalics\\_Laszlo/info\\_portrek\\_information\\_stars.html](http://www.itbusiness.hu/Fooldal/publicisztika/Z_Karvalics_Laszlo/info_portrek_information_stars.html)

### A KÖZ-GAZDASÁG CIKKEINEK LETÖLTÉSE IV.

	Letöltések száma
Palánkai Tibor (2010) Evaluation of the EU membership of the new member states. <i>Köz-gazdaság</i> , 5 (3). pp. 9–23.	206
Racskó Péter (2011) Informatika, telekommunikáció és gazdasági stabilitás (Information technology, telecommunications and economic stability). <i>Köz-gazdaság</i> , 6 (1). pp. 27–36.	201
Kazinczy Eszter (2013) The transition times of the banking system in South-eastern Europe. <i>Köz-gazdaság</i> , 8 (2). pp. 151–167.	199
Benczes István (2010) Fiscal adjustment and economic growth in the European Union. <i>Köz-gazdaság</i> , 5 (3). pp. 83–98.	199
Nagy Sándor Gyula and Somody Gábor (2011) Gazdasági versenyképességet támogató pályázatok eredményessége az NFT és az ÚMFT keretében = The effectiveness of grants supporting economic development under hungary's national development plans. <i>Köz-gazdaság</i> , 6 (2). pp. 105–120.	195
Nováky Erzsébet (2010) Negyven éves a magyar jövőkutatás. <i>Köz-gazdaság</i> , 5 (2). pp. 75–88.	190
Csaba László (2013) Válságkezelés Európában: új gazdaságfilozófia felé? (Towards a New Philosophy of Crisis Management in Europe?) <i>Köz-gazdaság</i> , 8 (2). pp. 47–61.	182
Szüle Borbála (2010) Közjavak optimális előállítás (Optimal production of public goods). <i>Köz-gazdaság</i> , 5 (4). pp. 165–177.	178
Vigvári Gábor (2013) Gazdasági kormányzás a gazdasági és monetáris unióban – a globális politika lehetetlen szentháromsága szemszögéből (Economic governance in the economic and monetary union – applying the trilemma of global politics). <i>Köz-gazdaság</i> , 8 (1). pp. 129–138.	177
Blahó András (2011) Az átalakuló globális pénzügyi szabályozórendszer kérdései = Dilemmas of the changing global financial regulation system. <i>Köz-gazdaság</i> , 6 (2). pp. 47–62.	176
Kengyel Ákos (2013) A megszokott keretek csapdájában. Gondolatok az Európai Unió 2014–2020 közötti költségvetési kiadásairól (Falling into the trap of usual frameworks. Thoughts on the eu level budgetary expenditures in 2014–2020). <i>Köz-gazdaság</i> , 8 (1). pp. 189–202.	171
Szent-Iványi Balázs (2013) Az Európai Unió nemzetközi fejlesztéspolitikája előtt álló kihívások és válaszok (EU's international development policy – challenges and answers). <i>Köz-gazdaság</i> , 8 (1). pp. 227–232.	168

A Köz-Gazdaság elmúlt tíz évének összes cikke elérhető az interneten keresztül is, honlapcímünk: <http://kozgazdasagtudomany.uni-corvinus.hu/index.php?id=39836>

Az összeállítást a BCE Központi Könyvtárának munkatársai készítették, a 2015. március 11-i állapotnak megfelelően.