

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Megyeri Gábor

Digitális Múlt, Analóg Jövő

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezetők:

Dr. Horváth Dóra

egyetemi docens

Dr. Cosovan Attila

egyetemi tanár

Budapest, 2023

Marketing- és Designkommunikáció Tanszék

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Megyeri Gábor

Digitális Múlt, Analóg Jövő

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezetők:

Dr. Horváth Dóra
egyetemi docens

Dr. Cosovan Attila
egyetemi tanár

© Megyeri Gábor

Tartalomjegyzék

1. Kutatási előzmények és a téma indoklása	3
1.1A disszertáció témaköre: kézírás	3
1.1.1 Kiinduló gondolatok - motiváció.....	4
1.1.2 Kutatási küldetés	5
1.2 Interdiszciplináris megközelítés	5
1.2.1 Empirikus realista paradigma	6
1.3 Az elméleti keret.....	7
2. A felhasznált módszerek és fő eredményeik - kutatási kérdések	10
2.1 Feltáró fázis - Előzetes feltáró kutatás: asszociációk a „digitális múlt & analóg jövő” fogalmakkal kapcsolatban.....	11
2.1.1 Feltáró fázis - mintavételezés	11
2.1.2 A feltáró fázis célja.....	12
2.1.3 A feltáró fázis konklúziója és eredményei	12
2.2 Tervezői kapcsolatteremtés - közösségi finanszírozásra alapozott 4 fázisú termékfejlesztési folyamatot támogató, netnográfiai vizsgálat	13
2.2.1 A netnográfiai vizsgálat felülete.....	13
2.2.2 A netnográfiai vizsgálat lépései és céljai.....	13
2.2.2 A netnográfiai vizsgálat eredményei	14
2.3 Tervezői akció, koncepció fázis: d-p-a-f – közösségi finanszírozási projekt	14
2.3.1 A tervezői akció kutatási fázis célcsoportja	15
2.3.2 A tervezői akció kutatási fázis vizsgálati céljai.....	15
2.3.3 A tervezői akció felülete.....	15
2.3.4 A tervezői akció eredménye és értékelése	16
3. Az értekezés eredményei	17
3.1 Tudományos hozzájárulás	17
3.2 Következtetések.....	18
3.3 Limitációk	19
3.4 A kutatás jövőjére vonatkozó célok és tervek – Projekt P.....	20
3.4.1 A projekttel szemben támasztott elvárások	20
3.5 Jövőkép	20
4. Főbb hivatkozások	23
5. Publikációs jegyzék	24

1. Kutatási előzmények és a téma indoklása

1.1 A disszertáció témaköre: kézírás

Az emberek számtalan okból írnak. Naplót vezetnek, üzenetet hagynak, jelentéseket, cikkeket, szerelmeslevelet írnak, elkészítik az emlékirataikat, végrendeletet írnak. Az okok számtalanok lehetnek és lényegében kutatásunk szempontjából nem is relevánsak. Ami igazán fontossá teszi számunkra az írást, az a benne rejlő önkifejezés. Az írás eszköze is többféle lehet, de a kézírás az, ami valódi alkotássá teszi a kapcsolatteremtés eme ősi formáját. Autentikussá teszi azt és a mondanivalón túl, az író/alkotó személyiségét is továbbadja, megőrzi.

A kézírás az emberi kommunikáció egyik alapja. Ez a teljes mértékben analóg cselekvés, tudás átadási metódus kitűnően társul az ember analóg mivoltához és támogatta azt évezredek keresztül. Mint oly sok minden más is, a kézírást is jelentősen befolyásolja a digitalizáció. Megváltoztatja az eszközhasználati szokásainkat, felgyorsítja a mindennapi eseményeket, új „értékeket” hoz létre és háttérbe szorít régiakat. Felmerül a kérdés, vajon megmaradunk-e analóg lényeknek az új környezetben, vagy átalakulunk-e valami más, egyelőre számunkra ismeretlen létformává a digitalizáció hatására? Vajon az új, háttér nélküli digitális értékek, helyettesíthetők-e a valós fizikális cselekvéssel járó és valós eszközrendszerrel rendelkező analóg értékek?

Amennyiben csak a kézírást, mint analóg emberi tevékenységet vesszük alapul, megállapíthatjuk, hogy ennek az analóg értéknek sokkal több a hozzáadott értéke, mint azt alapvetően gondolnánk. Hajlamosak vagyunk elbagatellizálni azt és úgy vélekedni róla, hogy idejét múlt, helyettesíthető, elhagyható. Mi szükség van rá, ha bármit le tudunk gépelni a számítógépen, vagy le tudunk diktálni a telefonunkon? A kézírás kulcsszerepet játszott az emberiség történetében és mai szerepe is elvitathatatlan az emberi elme fejlődésében, része a kommunikációnak és általában az emberi létnek. Azon túl, hogy demokratizálta a tudás átadást, a mai napig szerepet játszik az emberi elme fejlődésében a gyermekkortól az időskor végéig. Kutatásunk során megismertük a kézírás hatásait több tudományterület nézőpontjából és megbizonyosodtunk róla, hogy a jövőnek szüksége van rá, megőrzése indokolt.

Bár kutatásunk alapvetően a kézírásra, annak jelenére és jövőjére fókuszál, az nem az egyetlen analóg érték, aminek megőrzése szükséges az analóg létünk fenntartásához. Több ilyen értéket azonosítottunk és célunk egy olyan általános metódus kidolgozása, mely

segítségével képesek lehetünk a kézíráson túl, a többi szükségesnek bizonyuló érték megőrzésére.

Megmaradunk-e analóg lényeknek a jövőben? Meg tudjuk-e őrizni a kézírást a jövőnek és amennyiben igen, milyen eszközrendszerrel? Tudunk-e tenni annak érdekében, hogy kedvezőbb legyen a kézírás megítélése? Megtaláljuk-e annak a módját, hogy megismertessük a kézírás emberre, az emberi fejlődésre és az emberi létre gyakorolt hatásait? Illeszthető-e a kézírás a jelentősen megváltozott környezetünkbe?

A kézírás jelenének vizsgálatán keresztül és az eredmények segítségével létrehozott predesztinációk alapján többek között ezekre a kérdésekre keressük a választ.

1.1.1 Kiinduló gondolatok – motiváció - tézisek

Feltételezésünk szerint, a kézírásnak van jövője és fontos szerepet fog játszani a digitális életterben is, összeköttetést képezhet analóg létünkkel. A kézírás hozzájárulása az emberi elme fejlődéséhez szükséges a felgyorsult, megnövekedett ingerszámú életterünkben. Ez tetten érhető a jelenünkben és tapasztalva, látva a technológia fejlődését még nagyobb méreteket ölt a jövőben. Nem ismerjük pontosan a digitalizáció dinamikus fejlődésének hatásait az emberi létre, de az már most felismerhető, hogy analóg létünket felváltja a digitális lét. Ez alapjaiban veszélyezteti a kultúránkat és az idők során létrehozott és kialakított értékeinket közösségi és egyéni szinten egyaránt. (Turel et al., 2019) Mi a kézírást egy kiemelkedően fontos analóg értéknek tartjuk, melynek megfeleltetése a digitális környezetnek fontos.

Kutatásunk egyik motivációja az a felismerés, hogy a digitalizált világ amellet, hogy kényelmesebbé, gyorsabbá teszi az életet, erős hatással van a tudás fennmaradására. Jelen esetben nem az a kérdés, hogy a közösség-e a felelős ennek a jelenségnek a megfékezhetetlennek tűnő terjedésért, vagy azok, akik rohamtempóban alkotják napról napra a digitalizációt, hanem az, hogy mi kutatóként és tárgyalkotóként, hogyan tudunk hatást gyakorolni rá a fennmaradás érdekében, hogyan tudjuk interpretálni az eredményeinket, megtaláljuk-e azokat a metaforákat, melyek értelmezhetőek számunkra és a közösségre. (Horváth - Mitev, 2015) Ismerve a kézírás hozzájárulását az emberiség jelenéhez, annak megőrzésének szükségessége motiválja kutatásunkat.

1.1.2 Kutatási küldetés

Kutatásunk fókuszában a kézírás jelenének és jövőjének vizsgálata áll. Célunk annak megőrzése, fenntartása, szükség esetén újraértelmezése. A kézírásra nem, mint ősi, de mára letűnő kommunikációs formaként tekintünk, hanem egy olyan analóg emberi tevékenységként és értéként, mely kimagasló szerepet játszik az elme helyes fejlődésében és a kor előrehaladtával annak karbantartásában.

Elsődleges célunk a jövő nemzedékének megteremteni a kézírás jövőjét. Ennek elérése érdekében vizsgáljuk annak a lehetőségét, hogy a megváltozott körülményeknek hogyan tudjuk a kézírást megfeleltetni, akár az eszközeinek újragondolásával. Ennek a gondolatnak a legfontosabb sarokpontja, illetve kikötése a kézírás értékeinek maximális megőrzése. Ahhoz, hogy a kézírás betölthesse eredeti szerepét az emberiség életében, meg kell vizsgálnunk, hogy hogyan tudjuk a digitális világban kompromisszum nélkül modellezni és reprodukálni azt. A toll siklása a papíron, a tinta áramlása, a kéztartás, az írás folytonossága, ritmusa, a betűk formálásának mozdulatsora, a koncentráció amit generál, a figyelem szabadsága, amit biztosít mind hozzájárulnak ahhoz, hogy az írás betöltse a szerepét és hatással legyen az elmére, a testre és a szellemre. Ezt kell megőriznünk és szükség esetén újra értelmeznünk a digitális környezetben.

1.2 Interdiszciplináris megközelítés

Négyfázisú kutatásunk során marketingkutatói, tervezői és tervező kutatói eszközök kombinálásával vizsgáljuk az egyes szakaszok eredményeit. Ettől a multidiszciplináris, több szemszögből végzett kutatástól azt az eredményt várjuk, hogy képesek leszünk megfogalmazni és létrehozni olyan tárgyakat, melyekkel validálni tudjuk elképzeléseinket gazdaságilag és elméletileg egyaránt. Bár látszólag a digitalizáció már olyan méreteket öltött, hogy a kézírás hanyatlása visszafordíthatatlan, úgy véljük valós szükség van megőrzésére és azt gondoljuk, hogy ennek módja megismerhető. Célunk a kézírás jelenének megőrzése és jövőjének biztosítása az érkező generációk számára.

Fent említett célunk elérése érdekében, vizsgáljuk annak a lehetőségét, hogy a megváltozott körülményeknek hogyan tudjuk a kézírást megfeleltetni, akár az eszközeinek újragondolásával.

Kutatásunk első lépéseként, a jövőhöz, minket körülvevő (analóg és digitális) eszközökhöz és szokásokhoz (írás, óránézés, olvasás stb.) való viszonyulást vizsgáljuk, és a további kutatási eredményeinkkel alátámasztva váltjuk át majd egy kézzel fogható tárgyra, bizonyítva, hogy a tervezői tevékenység, designkommunikáció egyben kutatás is. Mindent számba véve, a designkommunikáció egy olyan kapcsolatteremtési szemléletet képvisel, amely *HÍD-ként jelenik meg a különböző diszciplínák és diskurzusok, a társadalom és a gazdaság jelenségei között*. Interdiszciplináris és interprofesszionális módszerével valós idejű kapcsolatot lehet teremteni oktatás, kutatás és fejlesztés között. (Cosovan - Horváth, 2016:43).

A marketing és a design jelen van életünk minden területén. Mind a két terület az ügyfelekről, valamint azok szükségleteiről szól. A közös cél a jobb termékek és szolgáltatások létrehozása. (Henseler et al., 2021) A két diszciplína jövője azok szinergiájában rejlik.

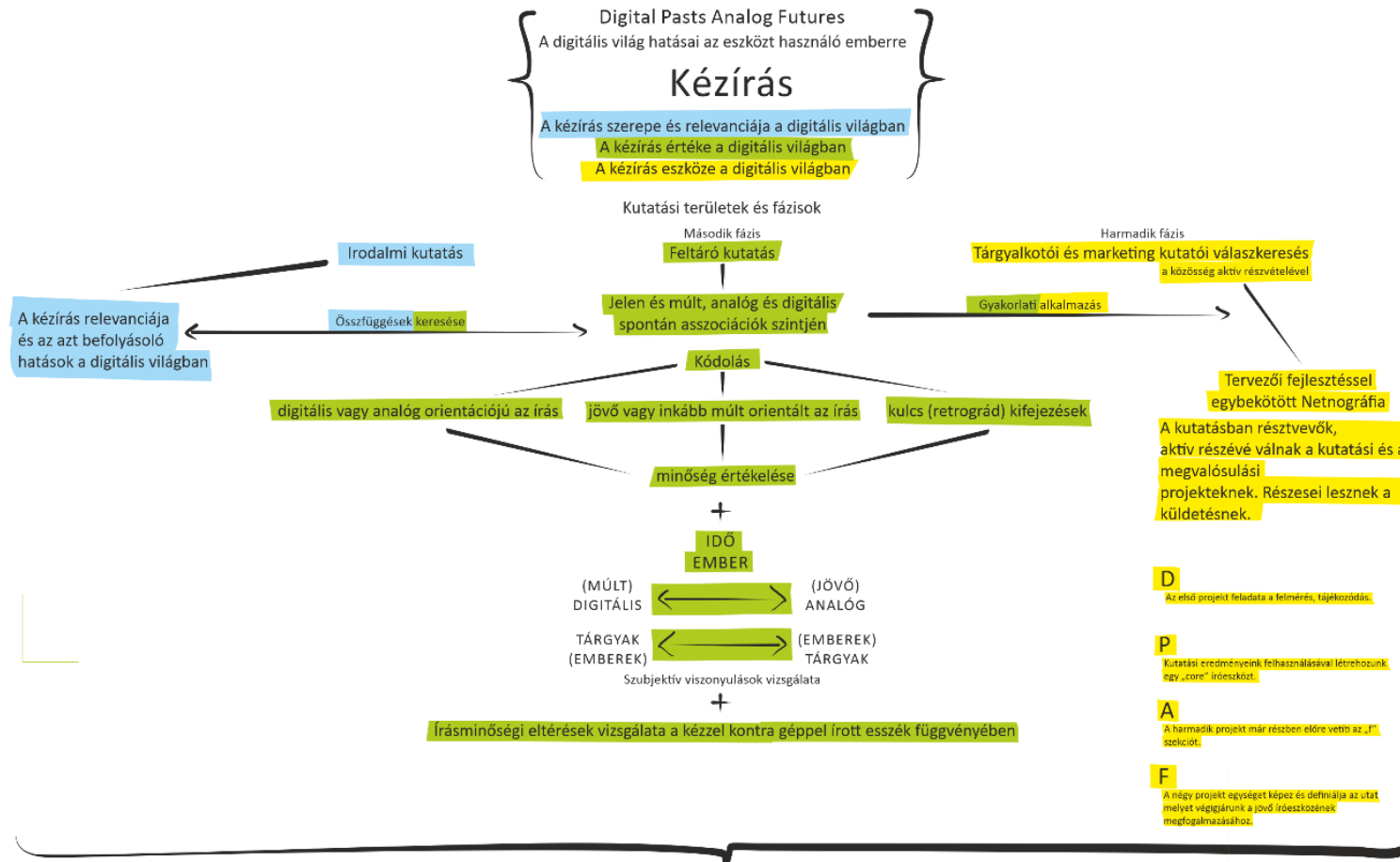
1.2.1 Empirikus realista paradigma

Kutatásunk nem szokványos természete, a különböző paradigmák együttes alkalmazásából és kombinálásából ered. A közösen alkalmazott paradigmák viszonyulása horizontális és a szakterületek egymással szemben támasztott tiszteletén alapul. Ezzel létrehozunk egy együttműködési folyamatot, melyben a marketingkutatást és a tervezői kutatást és tervezői alkotást kombináljuk. Marketingkutatásunk nagyrészt empirikus realista paradigmát követ, míg a tervezői megközelítésünk és tervezői kutatásunk jellemzően pragmatista paradigmát követ. (Henseler and Guerreiro, 2020)

Hiszünk abban, hogy marketingkutatói megközelítésünk kvalitatív kutatási eszközökkel és a tervezői gondolkodás, kapcsolatteremtés, valamint termékalkotás kombinálása gazdaságilag értelmezhető eredményhez vezet. Komplex kutatásunk végén nem csak egyszerűen egy, vagy több termék jelenik meg, de azok piaci validálását is véghez visszük egy közösségi finanszírozási kampánysorozat keretében. Ez a folyamat biztosítja kutatásunk elméleti, tudományos és gyakorlati hozzájárulását.

1.3 Az elméleti keret

1. ábra Digitális múlt – analóg jövő – egyszerűsített kutatási térkép



Forrás: saját szerkesztés

Elsődleges célunk a jövő nemzedékének megteremteni a fenntarthatóság lehetőségét egy olyan alapvető készség életben tartásával, mint a kézírás. Ezalatt a folyamat alatt számos információhoz jutunk a 21.századi ember analóg tárgyakhoz való viszonyáról. Ezen információk segítségével egy új tárgykultúrát és tervezői filozófiát fogalmazunk meg, melyek gazdasági szempontból is értelmezhetőek.

Kutatásunk egyik fő célja, hogy felderítsük a digitális világban élők, annak eszközeit rendszeresen használó fiatal generáció viszonyulását az analóg értékekhez, tárgyakhoz. Szeretnénk megérteni, hogy milyen irányban halad az analóg eszközök használata a digitális eszközök fejlődésével, valamint szeretnénk képet alkotni a jelenség okozta érzelmi, szellemi, egészségügyi hatásokról. Azt is vizsgáljuk, hogy azok az analóg értékek, melyek hipotézisünk szerint kulcsfontosságúak az emberiség számára, elsősorban a kézírás, megőrizhetőek-e a jövőnek. Amennyiben igen, milyen formában. Milyen új marketingkutatói és terméktervezői megközelítés, gondolkodásmód és együttműködés szükséges ehhez. Kutatási tervünket négy fő részre bontottuk: elemzési egységek, egyének, társadalmi produktum-társadalmi interakciók, trend vizsgálat. (Babbie, 2017)

A disszertáció elméleti keretrendszere 4 fő egységre osztható. Az első szakirodalmi elemzési egységgel a kézírás múltját, jelenét és jövőjét vizsgáltuk tudományterületeken átívelően. Ezek a tudományterületek érintik többek között a történelem-, marketing-, edukáció-, kommunikáció-, valamint az orvostudomány területeit a következő dimenziókon keresztül: (1) a kézírás szerepének pontos meghatározása, a kutatási kérdés pontosítása érdekében, (2) a kézírás múlt-, jelen- és jövőbeli potenciális szerepe az edukációban, történeti és tudományos perspektívája (3) a kézírás elhagyásának mentálhigiénés / edukációs következményei, (4) az írás múlt- és jelenbeli eszközeinek megismerése, melynek segítségével szeretnénk megfogalmazni a jövő potenciális írással kapcsolatos eszköztárát, tárgykultúráját .

2. ábra Digitális múlt – analóg jövő – szakirodalmi elemzés vizsgált területei és témái

Szakirodalmi elemzés	
Vizsgált területek	Vizsgálat témák
Vizsgált tudományos területek: -marketing tudomány -edukáció -orvostudomány -kommunikáció -menedzsment -történelem -design elmélet	A kézírás szerepének vizsgálata: -történelmi szempontból -edukációs szempontból -az emberiség fejlődésére gyakorolt hatása -az elme fejlődésében betöltött szerepe -a kommunikáció fejlődésében betöltött szerepe -a digitalizáció hatása a kézírásra -a kézírás jelene -a kézírás jövője

Forrás: saját szerkesztés

Az átfogó, tudományterületenként (2. ábra) végzett szakirodalmi áttekintés után, a kutatás részterületeit érintő szisztematikus szakirodalmi kutatást végeztem, ahol a cél továbbra is a kézírás, mint analóg érték, emberi tevékenység helyzetének feltérképezése volt a digitális világban. A 3. ábra mutatja be a legjellemzőbb, vizsgált tudományterületeket.

3. ábra A szisztematikus kutatás főbb paraméterei

	Pszichológia	Oktatás	Idegtudomány	Kutatás és fejlesztés/ Technológia/ Mérnöki fejlesztés/IT
folyóiratok	-Frontiers in Psychology -Educational Psychology Review -Physical and Occupational Therapy in Pediatrics	-Reading and Writing -Educational Psychology Review -Journal of Occupational Therapy, Schools, and Early Intervention -SpringerPlus	-Trends in Neuroscience and Education -Frontiers in Neurology -Human Movement Science -Journal of Learning Disabilities	-Future Internet -Sensors -Interactive Learning Environments

Forrás: saját szerkesztés

A 2. egység egy feltáró kutatás, mely során fiatal felnőttek (egyben a BCE hallgatói) által (géppel és kézzel) írt, analóg és digitális tapasztalatokról írt esszéket vizsgáltunk. Ennek célja a probléma és a felmerülő kérdések részletes körüljárása és validálása volt. A kutatás fókuszja a kézírás digitalizált világban történő alakulásán van, illetve a digitális eszközöket aktívan használó fiatalok íráshoz fűződő kapcsolatán.

Az empirikus kutatás részben azt a célt szolgálta, hogy képet kapjunk a digitális világban élők szokásairól, valamint az analóg értékekhez való viszonyulásukról. Ezen adatok segítségével fogalmaztuk meg a kutatási koncepciónk az elkövetkezendő kutatási fázisokra, valamint egy indirekt kapcsolatteremtést hoztunk létre, mely részben támogatta és alátámasztotta a termékfejlesztési fázist is.

A 3. egység, a közösségi finanszírozási projektünket megalapozó netnográfiai vizsgálat. A folyamatok során összegyűjtött adatok részletes elemzése, kódolása teremtette meg az alapokat a következő egységhez.

A 4. egység, mely egy tervezői akció volt. A küldetésünként vállalt, jövő íróeszközének megalkotása, négy lépésben történik meg (tervezői akció), mely egy-egy különálló közösségi finanszírozási projektet jelent. Ezek eredményeként négy termék születik

meg, realizálódik gazdasági eredmény és reményeink szerint értelmezhető adatmennyiség képződik, mely hozzájárul a projektsorozat sikerességéhez és hipotézisünk végső megerősítéséhez.

2. A felhasznált módszerek és fő eredményeik - kutatási kérdések

Kutatásunk során elvégzett fázisok során kvalitatív eszközöket alkalmazunk. A probléma természete megköveteli, hogy a lehető legmélyebb, legalaposabb ismereteket halmozzuk fel annak érdekében, hogy valós választ adhassunk a kutatási kérdéseinkre és képesek legyünk válaszként úgy megfogalmazni a filozófiánkat, illetve az új, megváltozott környezetbe illeszthető tárgyalgatói módszerünket, hogy az gazdasági szempontból sikeres és más projektek esetében is alkalmazható legyen.

Az egymásra épülő kutatási fázisokhoz, különböző kutatási módszerek kerültek alkalmazásra. A 4. ábra ismerteti a 2. feltáró fázis, a 3. netnográfiai elemzés fázis, valamint a 4. tervezői akciói fázis vizsgált kutatási kérdéseit, kutatási alanyait és a kutatás tárgyát.

4. ábra Kutatási fázisok – vizsgált kérdések, a kutatás alanyai, a kutatás tárgya

Kutatási fázis módszer	Vizsgált kérdés	A kutatás alanyai	A kutatás tárgya
<u>Narratív technika</u> Írásban rögzített személyes történetek	A digitális világban aktívan tevékenykedők szokásai. Az anlóg értékekhez történő viszonyulások. Asszociációk a „Digitális múlt analóg jövő” címre. A kézíráshoz fűződő személyes vélekedések rögzítése.	BCE hallgatók magyar és külföldi hallgatók egyaránt nemek: vegyes korosztály: 20-24 év	Személyes emlékek Személyes tapasztalások Asszociációk
<u>Netnográfiai elemzés</u> -megfigyelő netnográfia -közreműködő netnográfia	A tollat rendszeresen használók íróeszközökre vonatkozó preferenciái. Vásárlói szokások. A téma iránti érdeklődés/ támogatás/elköteleződés.	Témaspecifikus (íróeszközök), nemzetközi internetes közösségek tagjai. nemek: vegyes korosztály: 20-85 év	Felhasználói kommentek közösségi szinten Felhasználói kommentek egyéni szinten
<u>DPAF</u> -közösségi finanszírozási projekt -termékfejlesztés -tervezői kutatás -netnográfiai elemzés	A kutatási és tervezési eredmények validálása. A támogatók íróeszközökre vonatkozó preferenciái. Vásárlói szokások. A téma iránti érdeklődés/ támogatás/elköteleződés.	Tollhasználók, tollvásárlók Nemzetközi	DPAF I. toll Vásárlói kommentek közösségi szinten Vásárlói kommentek egyéni szinten Értékesítési eredmények

Forrás: saját szerkesztés

2.1 Feltáró fázis - Előzetes feltáró kutatás: asszociációk a „digitális múlt & analóg jövő” fogalmakkal kapcsolatban

A második egység egy feltáró kutatás, mely során fiatal felnőttek (egyben a BCE hallgatói) által (géppel és kézzel) írt, analóg és digitális tapasztalatokról írt esszéket vizsgálunk. Ennek célja a probléma és a felmerülő kérdések részletes körüljárása és validálása.

Ebben a fázisban két tervező és marketingkutató szemszögéből egy feltáró kvalitatív kutatás keretében azt vizsgáltuk, hogy a fiatal felnőtt generáció tagjai hogyan reagálnak spontán módon a "digitális múlt és analóg jövő" látszólag ellentmondásos kifejezésre, és milyen mértékben felelnek meg ezek az asszociációk az általános várakozásoknak. Feltesszük a kérdést, hogy a válaszok mennyiben használhatók nemcsak (marketing) kutatói, hanem tervezői szemszögéből is. A kutatás eredményeként megjelenik egy megfogalmazható, módosult tárgykultúra, mely szerepet játszik többek között tervezett termékeink megfogalmazásában, valamint modellezi és reprezentálja a megalkotott filozófiát. A kutatás fókuszja a kézírás digitalizált világban történő alakulásán van, illetve a digitális eszközöket aktívan használó fiatalok íráshoz fűződő kapcsolatán.

2.1.1 Feltáró fázis - mintavételezés

Az esszék és videók begyűjtése 2018-ban kezdődött és 2021-ben zárult (9. ábra). 2018-ban 27 magyar- és 13 angol nyelvű esszét gyűjtöttünk be, valamint 7 magyar nyelvű videót. Ezen minták kódolásának és feldolgozásának eredményei alapján határoztuk meg a vizsgált korcsoport fókuszát (20-24 év). 2019-ben 80 magyar- és 30 angol nyelvű esszét sikerült begyűjtenünk. Az esszék feldolgozása folyamatos volt. 2020-ban 135, 2021-ben további 89-cel nőtt a mintaelemszám. A fent említett időszakban összesen $n=381$ minta gyűlt össze és került feldolgozásra.

Az esszék jelentős része géppel íródott $n=332$. Az esszéírók jellemzően követték és betartották az instrukciókat (17. ábra). Azokat a mintákat, melyek nem feleltek meg az előzetesen meghatározott kritérium rendszernek, kivettük a mintaállományból, így nem vettek részt a kutatásban. A kézzel írt esszék $n=42$ viszonylagos alacsony száma azzal magyarázható, hogy nem a kutatási szakasz első három periódusában (2018-2020), nem szabtuk meg az írás módját, míg a negyedik periódusban (2021) választhatóvá tettük és szorgalmaztuk a kézzel történő írást a gépeléssel szemben.

2.1.2 A feltáró fázis célja

Az empirikus kutatás részben azt a célt szolgálta, hogy képet kapjunk a digitális világban élők szokásairól, valamint az analóg értékekhez való viszonyulásukról. Ezen adatok segítségével fogalmaztuk meg a kutatási koncepciókat az elkövetkezendő kutatási fázisokra, valamint egy indirekt kapcsolatteremtést hoztunk létre, mely részben támogatta és alátámasztotta a termékfejlesztési fázist is.

2.1.3 A feltáró fázis konklúziója és eredményei

Látszólag, ami tárgyként működött analóg világunkban, felőrlődik a digitális környezetben, amit létrehoztunk. Ez a jelenség ebben a rideg környezetben egy „természetes” folyamat része. Ennek legaggasztóbb következménye a tárgyakhoz kapcsolódó értékek elvesztése. A kézírás elhagyásával járó logikai visszafejlődés, vagy a „kényelmes”, nagy sebességű kommunikációs eszközök túlzott használata eredményeként elhaló emberi kapcsolatok, külön-külön is nagy veszteségnek számítanak az emberiség tekintetében, együttesen pedig ismeretlen irányba viszik azt. Új értékek fogalmazódnak meg, átalakul a kapcsolatrendszer ember-ember, ember-gép és gép-ember viszonylatában. A fizikálisan birtokolható értékeket felváltja egy kézzel meg nem fogható, anyaggal meg nem fogalmazható, illékony érték.

Jelen kutatási fázis eredményeként könyvelhetjük el, hogy a vizsgált generáció, jellemzően felismeri a fent leírt jelenséget és a felvázolt irányt nem tartja megfelelőnek. Nyitottak a probléma kezelésére. Ez a gondolatsor nem a digitalizáció megtagadását hirdeti, hiszen annak értékei elvitathatatlanok. Véleményünk szerint, melyet alátámaszt a szakirodalmi elemzésünk és feltáró kutatási fázisunk egyaránt, a megoldás a digitális és az analóg értékek kombinálásában rejlik. Fontos a digitalizációval szembeni mértékletesség, egyén szinten is keresnünk kell az egyensúlyt.

Tervezői szempontból a válaszok felbecsülhetetlen értékűek. A tárgyalkotás sok ezeréves története során kialakult metódusok egy a jelenünktől és a jövőnktől egészen más értékrendű világnak feleltek meg hosszú időn keresztül. Eljött az idő, amikor meg kell

vizsgálunk tárgyalkotói szempontból, hogy az új környezetbe(n) mit tudunk, és mit kell átörökítenünk, illetve azt is, hogy mit kell újra értelmeznünk.

2.2 Tervezői kapcsolatteremtés - közösségi finanszírozásra alapozott 4 fázisú termékfejlesztési folyamatot támogató, netnográfiai vizsgálat

Kutatásunk harmadik fázisát egy netnográfiai vizsgálattal kezdtük. Ez a kutatási fázis részt vevő, valamint megfigyelő **netnográfiai** elemzésekből állt. (Dörnyei, Mitev, 2010, Kozinets, 2010) Tekintettel arra, hogy a kutatás során vizsgált korosztályunk és célcsoportunk élete jelentős részét a digitális térben tölti, kézenfekvő volt, hogy vizsgálatunk ezen részét is ott végezzük el. (Kozinets, 2019) Ebben a kutatási szakaszban a célunk az volt, hogy megismerjük az analóg eszközöket, elsősorban íróeszközöket rendszeresen használók szokásait, valamint az írószerekkel szemben támasztott elvárásaikat.

2.2.1 A netnográfiai vizsgálat felülete

A kutatásba bevonni kívánt csatornákat, célzott, témaspecifikus keresés útján találtuk meg. A célzott felületeket úgy szűrtük ki, hogy megvizsgáltuk az elérhető, archív tartalmak alapján, melyek felelnek meg leginkább a kutatási témáknak, illetve mely felületek azok, amik vélelmezhetően releváns adatokat tudnak szolgáltatni kutatásunkhoz.

2.2.2 A netnográfiai vizsgálat lépései és céljai

(1) Célunk elérése érdekében úgy határoztunk, hogy a vizsgálatba bevonni kívánt közösségek számára érthetően, tömören megfogalmazzuk egy bemutatkozó poszt formájában a céljainkat és küldetésünket. Első körben erre vártunk általános reakciókat. (2) Következő lépésként, konkrét kérdéseket fogalmaztunk meg a kutatás részeként létrehozandó tárgyra és annak tervezett értékesítési módjára vonatkozóan. **Ezzel az volt a célunk, hogy a beérkező adatok alapján, jellemzőket tudjunk megfogalmazni a toll megtervezéséhez.** Információt vártunk továbbá a vizsgált közösségek közösségi finanszírozáshoz, mint értékesítési formához való viszonyulásáról. (3) **A kinyert adatok segítséget nyújtottak a potenciális vásárlók preferenciáinak, érzékenységének, vásárlási szokásainak megismeréséhez. Ezek az információk fontos szerepet játszottak a termék jellemzőinek megfogalmazása során.**

2.2.2 A netnográfiai vizsgálat eredményei

A tervünk szerint nem csupán megfigyelőként jelentünk meg a **kutatási** felületeken, de megismertettük a közösségekkel a projektünket, a küldetésünket, valamint a kutatásunkat és a reakciókat és interakciókat kódolva, felhasználtuk a kutatáshoz. Ezeknek a felületeknek a segítségével potenciálisan nagy számban juthatunk el olyan közönséghez, akiket érdekelté tehetünk a küldetésünkben. Továbbá azt is vártuk a közreműködő és megfigyelő elemzésünktől, hogy adatokat kapjunk a termék jellemzőinek megfogalmazásához.

A **legeredményesebb** posztunkra 304 reakció érkezett. 239 like, 36 szív emoji, 27 csodálkozó emoji, 2 szívet ölelő emoji. Ezek alapján elmondható, hogy nem kaptunk negatív reakciót és felkeltettük az olvasók érdeklődését. A reakciók mellett, 127 hozzászólás keletkezett, egytől-egyig pozitív, befogadó, barátságos. Ezek mellett több megkeresésünk volt privát üzenet formájában és megkezdődtek a konverziók. Ez kiváló lehetőséget biztosított az adatgyűjtésre.

A kinyert adatok segítséget nyújtottak a potenciális vásárlók preferenciáinak, érzékenységének, vásárlási szokásainak megismeréséhez. Ezek az információk fontos szerepet játszottak a termék jellemzőinek megfogalmazása során.

A netnográfiai vizsgálat során marketing kutatói és tervezői szempontból egyaránt értékes adatokat nyertünk. Segítségükkel meg tudtuk fogalmazni a következő fázis során megalkotott termék minden jellemzőjét, valamint elő tudtuk készíteni a közösségi finanszírozási kampányt marketing, gazdasági és kommunikációs szempontokból.

2.3 Tervezői akció, koncepció fázis: d-p-a-f – közösségi finanszírozási projekt

A közösségi finanszírozás egy olyan módszer, mely segítségével egy széles körű közönségtől tudunk projektünkhöz pénzt gyűjteni, egy nagytőkés befektetés helyett. (Shneor et al., 2020) Ez a jelenség olyan emberek kollektív erőfeszítése, akik hálózatba szervezik és ezáltal összeadják a pénzüket, legtöbb esetben egy internetes felületen, hogy befektessenek más emberek, vagy szervezetek projektjeibe, vállalva azt a kockázatot, hogy nem megy végbe a projekt. (Ordanini et al., 2011)

2.3.1 A tervezői akció kutatási fázis célcsoportja

Alapvetően egy írószernek, mint terméknek a célcsoportja viszonylag könnyen meghatározható. (Írást és rajzolást napi szinten gyakorló felhasználók, gyűjtők, a tollat kiegészítőként, státuszsimbólumként használók, stb.) Ez egyben azt is jelenti, hogy markánsan körvonalazható.

2.3.2 A tervezői akció kutatási fázis vizsgálati céljai

(1) Általános reakciók, visszajelzések a projektre vonatkozóan, általános viszonyulás a kézíráshoz a 2020-as években. (2) A téma és a projektek iránti érdeklődés, korra, nemre, lokációra, stb. szűrve. (3) A megcélzott közönség eszközhasználati szokásai. (4) Az elvárható vásárlói célközönség és a potenciálisan, azon túl elérhető vásárlói közönség közötti alapvető különbségek feltérképezése, valamint ezek áthidalási lehetőségei. (5) Gazdasági eredményesség, illetve az értékesítési határokra vonatkozó adatok.

2.3.3 A tervezői akció felülete

Kampányunk felületének az amerikai tulajdonú, 2009-ben alapított Kickstartert választottuk. Ez a legtöbb projektet számláló közösségi finanszírozási felület. Eddig 224,322 sikeresen támogatott projekt ment végbe a felületen, 6,759,222,072 amerikai dollár értékben. ("Kickstarter Stats — Kickstarter," n.d.) A Kickstarter felületén végbemenő projektek sikeres kontra sikertelen megoszlása: 39.37% sikeres, 60,63% sikertelen. ("Kickstarter," n.d.)

A Kickstarter rendszerében a projekteket kategóriákba osztják. A mi projektünk a "Design and Technology" kategóriába esett. Ennek a kategóriának, köszönhetően annak, hogy a támogatók termékhez jutnak pénzükért a projekt lezárása után, az a sajátossága, hogy részletes gyártási és kiszállítási tervet kell megfogalmazni és erről részletes tájékoztatást kell adni. Ebbe beletartoznak a kockázati faktorok és a potenciális kifutások is. (Mollick, 2014)

2.3.4 A tervezői akció eredménye és értékelése

A kampányunkkal 31.144 ¹dollárt gyűjtöttünk össze, ami a kitűzött cél 104%-a. A hivatalos kampány keretében 140 vásárlás történt (minden támogató csak egyszer vásárolhat, egy terméket). Ez a szám nem tartalmazza a kampányzárás és a kiszállítás közötti extra vásárlásokat.

A Digitális Múlt Analóg Jövő 1. elnevezésű, közösségi finanszírozási kampányunk mind marketing kutatói, mind tervezői szemszögből sikeresnek minősíthető. Bár korlátozott volt a marketing tevékenységekre fordítható forrásunk, mégis sikeresen megszólítottuk a kijelölt célcsoportot. (Belleflamme et al., 2014) Fenntartottuk a kampány folyamán a dinamikus, két irányú kommunikációt mind a támogatókkal, mind az érdeklődőkkel, így nagy mennyiségű információhoz jutottunk, melyet fel tudtunk használni a kampány sikerre vitelében. (Wang et al., 2018)

Tervezői szempontból a kampány során kinyert, kért, vagy kérésre információk, adatok felbecsülhetetlenek a további tervezési folyamatok megalapozásához. Segítségükkel mélyebb tudást szerezhettünk a vásárlók elvárásairól, valamint az írás jövőjét illető elképzeléseikről.

A projekt gazdasági sikeressége azon túl, hogy megerősítette elképzeléseinket és támogató hatást gyakorolt céljaink elérésében, önfinanszírozóvá tette a projektet és lehetőséget nyitott a következő fázis előkészítésére.

Kutatói szempontból értékes adatokat gyűjtöttünk, melyek hozzájárulnak a kézírás jelenének és jövőjének definiálásához. Az eredményeknek köszönhetően részletesebb képet tudunk alkotni a jövőre vonatkozóan és nagyobb rálátást kapunk a korábbi kutatási fázisoknál, ugyanis a minták ebben a fázisban vegyesebb körből érkeztek, mint a korábbi fázisokban.

¹ A kampány eredményeként megszülető végösszeg nem a teljes eredményt mutatja. Minden támogató csak egy támogatást tehet a Kickstarter szabályzata szerint. Sokan jelezték további vásárlási szándékukat, így erre a kiszállítás végső időpontjáig lehetőséget biztosítottunk. A legnagyobb egy személyre vonatkoztatott vásárlási tétel kilenc darab toll volt, melyhez további kiegészítők vásárlása is tartozott, többek között két darab arany hegy is.

3. Az értekezés eredményei

Bár az üzleti, termékalkotói és értékesítési világban a racionális és tudományos marketing tevékenység és a kreatívabb, intuitív terméktervezés, mint művészeti/technológiai forma képes az együttműködésre, a tudományos világban feszültségek vannak közöttük. (Lindahl and Nordin, 2015) (Bauer et al. 2016)

3.1 Tudományos hozzájárulás

A marketingtudomány módszertani eszköztára széles spektrumú, érdemes megvizsgálni azokat az interdiszciplináris metszéspontokat, melyek tovább növelhetik a hatékonyságát és az eredményességét a dinamikusan változó digitális világunkban. (Henseler and Guerreiro, 2020)

Hiszünk abban, hogy a marketingtudomány és a tervezői megközelítés kombinálása eredményes lehet, valamint új távlatokat nyithat meg mind a két terület számára. (Bloch, 2011) A kutatóknak nyitottnak kell lenniük ezekre a tudományok és a tervezői munkát összekapcsoló metszéspontokra, valamint azok együttes alkalmazására. (Kotler and Keller 2016) A tervezői jelzések és a designkommunikáció a nonverbális kommunikáció létfontosságú formáját jelenthetik. Ez a kommunikáció tisztán és érthetően közvetít jelentéseket és érzelmeket a célközönség számára. (Henseler et al., 2021) Ezen metszéspontok társadalomtudományi vizsgálata azért fontos, mert ebben a folyamatban a tervezők, a tervezői kapcsolatteremtés első szereplői, akik egy-egy üzenetet kódolnak az általuk tervezett termékekbe. Ezek a "termékek" egyben üzenetek, nonverbális üzenetek.

Henseler tanulmányában a design, egy rendszer, alkatrész, vagy folyamat kidolgozásának folyamataként aposztrofálja, melynek célja a kívánt igények kielégítése. Ezen folyamatok létrehozásához a tervezők többek között a természettudományokat, a matematikát, valamint a mérnöki tudományokat alkalmazzák a cél elérése érdekében. A design felfogható egyebek mellett az innováció emberközpontú megközelítéseként. A nem önkényes design és tervezője, minden esetben a felhasználók számára jelentőségteljes és értékkel bíró megoldásokat keresi a termékek megfogalmazása során. Ez a megközelítés nagyon hasonló a marketing szakemberek megközelítéséhez.

A design és egyéb alkalmazott művészeti felsőoktatási képzésben a marketing része a tantervnek. Ez így is van rendjén, hiszen a marketing szakemberek és a tervezők hasonló feladatokat látnak el.

A designkutatás célja és küldetése, hogy tudást állítson elő a műtárgyak és használati tárgyak megtervezéséhez. (Henseler and Guerreiro, 2020)

Úgy gondoljuk, hogy a marketing kutatóknak érdemes feltenniük a kérdést, hogy a design és a tervezői, tervező kutatói szemlélet, hogyan járulhat hozzá a marketingtudomány további fejlesztéséhez. Ennek a szinergikus kapcsolatnak a felismerése és közös alkalmazása új távlatokat nyithat a termék és szolgáltatás alkotás tudományos és gyakorlati világában. A digitális átalakulás és a változó menedzsmenti gyakorlatok terén a kutatók profitálhatnak a kreatívabb és innovatívabb tervezési megközelítésből. Hozzájárulást jelenthetnek elsősorban, de nem kizárólag az empirikus és elméleti fejlesztésekre támaszkodva, a fogyasztók és viselkedésük megértéséhez. Ennek eredményeként, növekedhet a kutatási eredményesség és csökkenthető a termékkockázati faktor.

Természetesen a fent felsoroltak fordítva épp úgy érvényesek, a marketingtudománynak nagyon fontos szerepe lehet a termék tervezésben és fejlesztésben. Mind a két paradigma részéről elvárt és javasolt a nyitottság. **Kutatásunk során, ezt a szellemiséget követtük.**

3.2 Következtetések

Kutatási fázisaink egymásra épülő jellege elősegítette azok eredményességét.

(1) A szakirodalmi elemzés megerősítette hipotézisünket, miszerint a kézírásnak (és a további vizsgált analóg értékeknek) **helye és relevanciája van a digitális világban.** Ezt minden vizsgált tudományterületen végzett tanulmány alátámasztotta (2., 3. ábra).

(2) A feltáró kutatásban megismerhettük a relevánsként definiált célcsoport digitalizációhoz és analóg eszközökhöz való viszonyát. A kinyert adatok kódolása és összegzése után megismerhettük azokat a viszonyulásokat, melyeken keresztül **bebizonyosodott, hogy az analóg eszközöknek van jelene és jövője a digitális világban.**

(3) A netnográfiai elemzés valós kapcsolatteremtést eredményezett, melynek az eredményeként kinyert adatok kódolásával és eredmények interpretálásával **meg tudtuk fogalmazni a** (4) tervezői akció során létrehozott termék minden jellemzőjét, valamint

hozzájárult a közösségi finanszírozási projekt marketing-, gazdasági-, ütemezési-, gyártási- és menedzselési terveinek elkészítéséhez.

(4) A tervezői akció keretében létrejött tervezési és értékesítési fázis eredményessége gazdaságilag nem csak finanszírozta azt, de validálta is a kutatás minden fázisát és annak eredményeit.

3.3 Limitációk

A feltáró kutatás során, előzetes vizsgálatot hajtottunk végre arra vonatkozóan, hogy melyik az a korosztály, amelyiktől a számunkra legnagyobb mennyiségű, releváns adatot tudjuk kinyerni. Ezt az eredmények alapján 20-24 évben határoztuk meg. A kutatás feltáró, empirikus fázisának folytatásaként kibővíthető a vizsgált korosztály, ezzel egy szélesebb spektrumú kép alkotható a digitalizáció mértékéről és a digitális-analóg értékekhez való viszonyulásról.

A kódoláshoz alkalmazott szempontrendszer bővítésével, valamint a minták számának növelésével és a mintavétel lokációjának kibővítésével tovább pontosíthatóak a végső adatok. Az elsődleges minta forrásunk a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói állománya. További egyetemek bevonása diverzebb képet alkotna, illetve a különböző helyekről kapott eredmények összevetése, új vizsgálati szempontokat biztosítana. Szükséges lenne nagyobb mintaszámot elérni a kézzel írt esszékből, így akkurátusabb, részletesebb összehasonlítást végezhetnénk a kézzel és a géppel írt esszék tartalma és minősége között. Mélyebb vizsgálatokat hajthatnánk végre a külalak és a helyesírás tekintetében.

A netnográfiai vizsgálatainkat olyan internetes közösségek környezetében végeztük, melyek érdeklődési köre az írásra, kézírásra, íróeszközökre fókuszál. Ennek előnye, hogy a közösségi finanszírozási kampányunk egyik potenciális célcsoportjától juthatunk adatokhoz. Az első Kickstarter projekt után ugyanakkor kiderült, hogy nem kizárólag ők képezik a teljes célcsoportot, így a netnográfiai vizsgálatok, más érdeklődési területtel rendelkező közösségekre való kiterjesztése hasznos információkat eredményezhet a további kampányok előkészítéséhez. Ilyen például a digitalizáció, informatika, mesterséges intelligencia iránt érdeklődők köre is. Ez a környezet, mint a mi szempontunkból vett szélsőség, vélhetően adatokat szolgáltatna a digitális fókuszú közösség egyéneinek preferenciájáról és a témánkhoz való hozzáállásáról. Bár ezekről a témákról részben adatokat tudtunk begyűjteni

feltáró kutatásunk digitalizáció orientáltságú esszéíróitól, érdemes lenne azokat megerősíteni, vagy megcáfolni ebben az eltérő környezetben végzett elemzésekkel is.

A közösségi finanszírozási projekt legjelentősebb gátló faktora, a célul kitűzött önfinanszírozó természete, mely nem teszi lehetővé a sikerességet elősegítő, költséggel járó marketing tevékenységek alkalmazását. A későbbi projektek részleges előfinanszírozása jelentősen hozzájárulna potenciálisan fokozottabb sikerhez.

Részben erőforrásaink szűkössége, részben kapcsolati tőkénk hiányosságai miatt, nem tudunk kellő mennyiségű média felület számára eljuttatni a projektünket. Az első projekt során kiderült, hogy milyen pozitív hatása van a sajtómegjelenéseknek, így az ezen a területen való fejlődésünk vélhetően nagy hozzájárulású lenne.

3.4 A kutatás jövőjére vonatkozó célok és tervek – Projekt P

A P projekt előkészítése jelenleg is zajlik, terveink szerint, a kampány indítása 2024 utolsó negyedének elején realizálható. Az első projekt formatervét minimálisan módosítottuk, a tollak használati szolgáltatását kiterjesztjük további analóg és feltételesen egy digitális megoldással.

3.4.1 A projekttel szemben támasztott elvárások

Elvárásaink szerint további adatokhoz jutunk, melyek bővíthetik tudományos eredményeinket. Szeretnénk képet kapni arról, hogy a gazdasági, egészségügyi, szociális helyzetben bekövetkező változások, melyek napjainkban megfigyelhetők, befolyásolják-e kutatási célunk elérésének esélyeit? Amennyiben igen, milyen irányban?

3.5 Jövőkép

A digitalizáció pozitívumai mellett, fontos, hogy megismerjük és lehetőség szerint megértsük és kezelni tudjuk a túlzott mértékű előretörése okozta negatív hatásokat. Ezek ismeretében teljesebb képet kapunk a várható jövőről és annak veszélyeiről.

Az egyensúly erősen elmozdult és a digitalizáció elnyomja a valóságot. Azt a valóságot, ahol az értékek nem egyesek és nullák formájában léteznek, hanem valódi

értékek formájában. A digitalizáció veszélyei és negatív hatásai valódi fenyegetettséget jelent egy felelősen gondolkozni tudó felnőtt számára, ám az igazi problémát a fiatal generációra jelenti.

Ebben a szituációban, a gyerekek digitalizációtól való megóvásában a felnőtteknek, szülőknek van a legnagyobb szerepe. Ez azért jelent napjainkban problémát, mert a felnőttek életvitele példaként szolgál a gyerekek számára. Köszönhetően annak, hogy digitális eszközeink használata teljes mértékben átszötte az életünket és jelen van annak technikailag minden percében, nehéz jó példával szolgálni a gyermekeinknek.

A digitalizáció előretörése okozta hullám, radikális hatással van a kultúránkra és annak értékeire. Ezek súlyos etikai és szociális problémákat vetnek fel, melyek kezelésében egyelőre eredménytelenek vagyunk. Ennek egyik oka az, hogy nincs pontos, átfogó képünk a digitalizáció okozta hatásokról. (Royakkers et al., 2018)

*Úgy gondoljuk, hogy kutatásunknak valódi szerepe lehet az ember analóg értékeinek felkutatásában, megőrzésében, interpretálásában, fenntartásában. Ezek a folyamatok és eredményeik segíthetik a digitalizáció által fenyegetett kontroll megőrzését és az ember egyesek és nullák helyett, **ember maradhat** a digitális térben is.*

Nem vagyunk tisztában azzal, hogy mi vár ránk a digitalizáció további fejlődésével. Fontos kihangsúlyoznunk, hogy kutatásunkkal nem a digitalizáció és annak fejlődése ellen vagyunk. Éppen ellenkezőleg! Azt vizsgáljuk, hogyan tudjuk vívmányait úgy alkalmazni, hogy létrejöhessen a digitális és analóg lét egy olyan kombinációja, mely segítségével megőrizhetjük értékeinket és ezzel tovább emelhetjük a digitalizáció alkotta értékeket is

Kutatásunk a PhD program lezárásával nem ér véget. Célunk a jövő íróeszközének megfogalmazása. A visszajelzések és a kutatási eredmények alapján, úgy gondoljuk, hogy jó irányba tartunk és racionálisan látjuk a következő lépéseket.

Tisztában vagyunk azzal, hogy pusztán egy eszköz megalkotásával nem fogjuk tudni elérni a célunkat. Ennek megfelelően feladatunknak tekintjük azt is, hogy megismertessük a mostani és a soron következő generációkkal a kézírás előnyös hatásait és lehetőséget biztosítsunk alkalmazására. Meg kell teremtenünk eszközrendszerét, mely megfelel az új, megváltozott környezetnek. El kell érniünk, hogy a kézírás ne az idősödő generáció nosztalgikus gyakorlata legyen, hanem részét képezze a jövő generációk mindennapjainak is.

Mi a kézírásra egy valós analóg értéként tekintünk, aminek a megőrzése és jövőjének biztosítása szociális érdeke az emberiségnek. Kutatási eredményeink elgondolkoztatóak. Megerősítették kezdeti feltételezéseinket, miszerint a *kézírásnak van jövője*, bár mostanra némi átfogalmazást igényel ez a feltételezés. *A kézírásnak kell, hogy legyen jövője(!)*, ahogy a személyes emberi kapcsolatoknak, a közvetlen kommunikációnak és az összes olyan analóg értéknek, melyek segítségével megőrizhetjük emberi mivoltunkat a digitális térben.

Kutatásunk a különböző paradigmák együttes alkalmazásán és kombinálásán alapszik. Egy co-creation folyamatot hozunk létre, melyben a marketingkutatót és a tervezői kutatót, valamint a tervezői alkotást kombináljuk.

Hiszünk abban, hogy kutatásunk során a tervezői gondolkodás, kapcsolatteremtés, valamint termékalkotás kombinálása tudományos és gyakorlati hozzájárulást eredményez.

4. Főbb hivatkozások

- Babbie, E.R., 2017. A Társadalomtudományi Kutatás Gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest,, ISBN 963 506 563 9
- Bauer, András & Beracs, József & Kenesei, Zsófia. (2016). Marketing alapismeretek. Akadémia Kiadó, <https://doi.org/10.1556/9789630597364>.
- Belleflamme, P., Lambert, T., Schwienbacher, A., 2014. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing* 29, 585–609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>
- Cosovan, A., - Horváth, D. (2016). Emóció–Ráció: Tervezés–Vezetés: Designkommunikáció. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 47(3), 36-45.
- Dörnyei, K., & Mitev, A. Z. (2010). Netnográfia avagy on-line karosszék-etnográfia a marketingkutatásban (Netnography or Online armchair ethnography in the marketing research). *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 41(4), 55-68.
- Henseler, J., Guerreiro, M., 2020. Design and marketing: Intersections and challenges. *Creat Innov Manag* 29, 3–10. <https://doi.org/10.1111/caim.12412>
- Henseler, J., Guerreiro, M., de Matos, N., 2021. The interplay of marketing and design. *Rev Manag Sci* 15, 1129–1137. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00470-z>
- Horváth, D., - Mitev, A. (2015). Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Alinea.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., Parasuraman, A., 2011. Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management* 22, 443–470. <https://doi.org/10.1108/09564231111155079>
- Shneor, R., Zhao, L., Flåten, B.-T., 2020. Introduction: From Fundamentals to Advances in Crowdfunding Research and Practice, in: Shneor, R., Zhao, L., Flåten, B.-T. (Eds.), *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*. Springer International Publishing, Cham, pp. 1–18. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0_1
- Royakkers, L., Timmer, J., Kool, L., van Est, R., 2018. Societal and ethical issues of digitization. *Ethics Inf Technol* 20, 127–142. <https://doi.org/10.1007/s10676-018-9452-x>
- Turel, O., Matt, C., Trenz, M., Cheung, C.M.K., D’Arcy*, J., Qahri-Saremi*, H., Tarafdar*, M., 2019. Panel report: the dark side of the digitization of the individual. *Internet Research* 29, 274–288. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2019-541>
- Kickstarter: project funding success rate 2021 [WWW Document], n.d. . Statista. URL <https://www.statista.com/statistics/235405/kickstarter-project-funding-success-rate/> (accessed 4.12.22).
- Kickstarter Stats — Kickstarter [WWW Document], n.d. URL <https://www.kickstarter.com/help/stats> (accessed 7.31.22).
- Kotler, P, Keller, K. L., (2016). *Marketingmenedzsment*. Akadémia Kiadó. 10.1556/9789630597784
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: The marketer’s secret weapon. white paper, 1-13.

- Kozinets, R.V., 2019. Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research. SAGE.
- Lindahl, I., Nordin, F., n.d. The Interplay of Design and Marketing: A General Model 22.
- Mollick, E., 2014. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing 29, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Wang, N., Li, Q., Liang, H., Ye, T., Ge, S., 2018. Understanding the importance of interaction between creators and backers in crowdfunding success. Electronic Commerce Research and Applications 27, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.12.004>

5. Publikációs jegyzék

Folyóirat cikk - idegen nyelvű:

- Megyeri, G., Boros, K., Fekete, B., 2022. A Theoretical Concept of an Innovative and Sustainable Product Based on an Unconventional Approach to Design Development. SUSTAINABILITY-BASEL 14. <https://doi.org/10.3390/su14053022>

Folyóirat cikk - magyar nyelvű:

- Megyeri, G., Boros, K., Fekete, B., 2021. 3S Traveling – Turizmus a poszt-Covid19 érában. TURIZMUS BULLETIN 21, 52–62. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n4.6>
- Megyeri, G., Boros, K., Fekete, B., 2020. Hidakból teremtett emlékek, avagy kísérlet egy innovatív tárgy megalkotására a B-bridge koncepción keresztül. TURIZMUS BULLETIN 20, 4–12. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n3.1>
- Megyeri, G., 2020. Hogyan segíthetik a távdolgozók a cégek növekedését? KÖZ-GAZDASÁG 15, 73–75. <https://doi.org/10.14267/RETP2020.02.09>

Előadás és/vagy konferenciakiadványban megjelenő írás:

- Megyeri, G., Horváth, D., Cosovan, A.R., 2019. Analóg lények vagyunk egy digitális világban – avagy a digitalizáció következményei és lehetőségei kutató és tervezői szemszögből, in: Veres, Z., Sasné Grósz, A., Liska, F. (Eds.), Ismerjük a vevőt? : A vásárlás pszichológiája. Pannon Egyetem, Veszprém, pp. 711–720.
- Megyeri, G., 2021. Digitális Múlt Analóg Jövő második fázis. Miként segítette a netnográfiai elemzés a Digitális Múlt Analóg Jövő című kutatásunk részeként sikerre vitt közösségi finanszírozási projektünket, in: Mitev Ariel, Z., Csordás, T., Horváth, D., Boros, K. (Eds.), “Post-traumatic marketing: virtuality and reality” – Proceedings of the EMOK 2021 International Conference. Corvinus University of Budapest, Budapest, pp. 184–194.

Megyeri, G., Boros, K., Fekete, B., 2021. 3S Traveling - Turizmus a poszt-COVID érában, in: Mitev Ariel, Z., Csordás, T., Horváth, D., Boros, K. (Eds.), “Post-traumatic marketing: virtuality and reality” – Proceedings of the EMOK 2021 International Conference. Corvinus University of Budapest, Budapest, p. 456.