

GÓSI Zsuzsanna, PhD.

egyetemi docens

**Eötvös Loránd Tudományegyetem, Pedagógiai és
Pszichológiai Kar, Budapest**

associate professor

**Eötvös Loránd University, Faculty of Education and
Psychology, Budapest, Hungary**

email: gosi.zsuzsanna@ppk.elte.hu

BUKTA Zsuzsanna, PhD.

egyetemi adjunktus

**Eötvös Loránd Tudományegyetem, Pedagógiai és
Pszichológiai Kar, Budapest**

senior lecturer

**Eötvös Loránd University, Faculty of Education and
Psychology, Budapest, Hungary**

email: bukta.zsuzsanna@ppk.elte.hu

**MOZGÁSSAL A TÁRSADALOMÉRT
SPORT ÉS AZ EGYÉNI TÁRSADALMI
FELELŐSSÉGVÁLLALÁS**

EXERCISE FOR SOCIETY

SPORT AND INDIVIDUAL SOCIAL RESPONSIBILITY

ABSTRACT

Charity, volunteering and donation are present in almost every society. Organizations and individuals alike take on important issues for society. With the rise of leisure sports, various motifs of charity also appeared at these events. One of the most characteristic forms of sport and social responsibility is volunteering. In addition to the organizers, there are countless volunteers working on smaller and bigger sports events. Another relationship between

CSR and sport is fundraising. There are several forms of this. This may be the case when sporting events are organized to assist a disadvantaged, sick person, or to support a non-governmental organization. The sport-related form of CSR is peer to peer fundraising. As part of this, the recreational athlete is campaigning for a good cause and trying to encourage his or her friends to donate. A questionnaire survey was conducted in the area with 150 participants. The willingness of those completing the questionnaire to donate is the same as previous surveys, meaning they donate a few thousand forints a year. Successful fundraising has resulted in the following: In terms of sports, running competitions have been the most successful, but there are other recreational sports like swimming, triathlon and cycling. Participants drew attention to the collection through social media. For the most part, this has achieved its predetermined goals. Most of their friends received positive feedback. Reviewing the websites of major running tournaments, this form of fundraising in Hungary is in a growth phase.

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás, jótékonyosság, adománygyűjtés, szabadidő sport

Keywords: social responsibility, charity, fundraising, recreational sports

1. Bevezetés

Az elmúlt években, évtizedekben a szabadidősport népszerűsége töretlenül emelkedett. Az emberek egyre nagyobb részének vált a mozgás a mindennapi élete részévé. Az egyik leglátványosabb változás az utcai futóversenyek területén tapasztalható. Folyamatosan növekedett a megrendezett események száma és a résztvevői létszám is. A mozgásnak a sportoló számára számos pozitív hatása van. A sporteseményeken emellett már megjelennek a társadalmi felelősségvállalás szempontjai is. A szervezők vagy résztvevők egy-egy jótékony cél érdekében kampányolnak, szerveznek gyűjtést. A sporthoz köthető jótékonyagnak az egyik formája a követes adománygyűjtés. A sportolók, jellemzően szabadidős sportolók a saját teljesítményüket egy jó cél érdekében ajánlják fel. A tanulmány a kérdőíves vizsgálat segítségével nyújt betekintést ennek magyarországi jellemzőibe.

2. Jótékonyosság, önkéntesség, adományozás

A jótékonyosság, az adományozás és az önkéntesség szinte minden társadalomra jellemző. A különböző országokban azonban nagyon eltérő mértékű lehet. Az egyik mérési módja ennek a társadalmi tőke mutatója. A külön-

bőző régiókban a társas kapcsolatok nagymértékben meghatározhatják az emberek életútját. A megfelelő társadalmi tőke mutatóval rendelkező országok esetében az egyéneknek jobbak a kilátásaik, míg a rosszabb mutatókkal rendelkezők esetén a kilátások is kedvezőtlenebbek.

Társadalmi tőke, társadalmi tőke mutatói¹

- politikai részvételi hajlandóság, politikai érdeklődés
- civil szerepvállalás
- vallási alapú szerepvállalás
- munkahelyi kapcsolatok
- informális társadalmi kapcsolatok
- altruizmus, önkéntesség, filantrópia
- reciprocitás és bizalom

Magyarországon a különböző kutatások szerint alacsony a bizalom szintje, az emberekre magasfokú individualizáltság, az intézményekkel szembeni bizalmatlanság jellemző. Ennek következtében a civil szféra gyenge lábakon áll.² A bizalom, elismertség kialakításához elengedhetetlen a civil kezdeményezések működése átláthatóságának biztosítása, ezzel összhangban beszámoltathatóságának és a megvalósítás számonkérése.³ A kedvezőtlen mutatók ellenére számos jótékonyági akcióval találkozhatunk. A formák esetében megtalálható a vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR), és az egyének felelősségvállalása is.

2.1 Egyéni felelősségvállalás

Az egyéni felelősségvállalásnak két dimenziója ismert. Az egyik a személyes felelősség (Self Personal Responsibility), a másik az egyéni társadalmi felelősségvállalás (Individual Social Responsibility).⁴ Az egyéni felelősségvállalás azt jelenti, hogy az állampolgárok felelősek a saját életükért. Ebbé körbe tartozik a testi-lelki jólétnek megfelelő életvezetés, az otthoni környezet rendbe tartása, majd ezt követi, a figyelem a szűkebb környezetére, amely jelentheti a családot, de a kisebb mikro környezetet is. Az egyéni társadalmi felelősségvállalás esetén az ember kilép a saját személyes zónájából és felelőssé válik a szűkebb esetleg a tágabb környezete iránt. Állampolgárként ez a következő felelősségvállalási típusokat jelenti:

- embertársak, azaz a hátrányos helyzetűek vagy jótékonyági ügyek támogatása,
- helyi közügyekért, település fejlődésért, környezetért végzett tevékenység
- civil/nonprofit szervezetek segítése.

A társadalmi felelősségvállalás területén, az egyéni szintű jótékonyosság formáinál az önkéntességet és az adományozást említhetjük meg. A jótékonyosság alatt legáltalánosabb értelemben az önzetlen segítségnyújtást értjük. A jótékonyosság megjelenhet, mint önkéntes tevékenység, de akár rászoruló csoportoknak, személyeknek segítő szervezeteknek nyújtott adományok.⁵ Az önkéntes akár „laikus segítőként”, akár a szakmai tudást felhasználva munkálkodik és segíti a közösségek fejlődését.⁶ Az önkéntesség népszerűsége és társadalmi jelentősége Kelet- és Közép-Európában a legalacsonyabb mértékű.⁷ Az önkéntesekre vonatkozó felmérés tanúsága szerint a tipikus európai és magyar önkéntes magas presztízsű, magas iskolai végzettségű, gazdaságilag aktív, sokszor értelmiségiként dolgozó felnőtt, aki általában gyermekes családban él.⁸

2.2 Adományozás

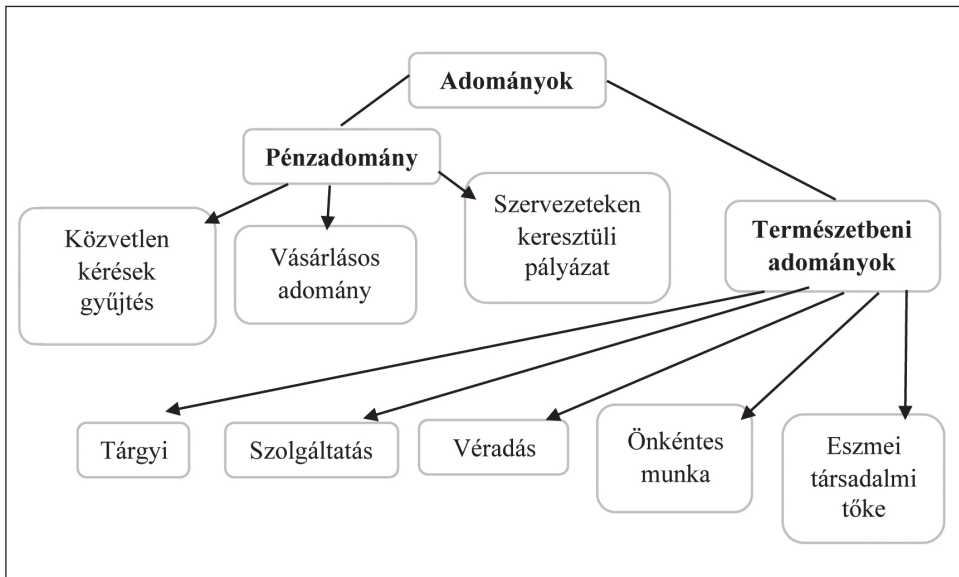
Az adomány pénzben vagy természetben nyújtott olyan támogatás, amelyet az emberek minden ellenszolgáltatás nélkül ajánlanak fel civil/non-profit szervezeteknek, egyházaknak, közintézményeknek vagy a családi és baráti körükön kívüli magánszemélyek számára. A civil törvény megfogalmazás szerint adománynak az tekinthető, amelyet a civil szervezet részére – a létesítő okiratban rögzített céljaira – ellenszolgáltatás nélkül juttatnak akár eszközként, akár szolgáltatásoként.⁹ Az adományok egyaránt származhatnak szervezetektől vagy személyektől. Az adományok típusai és formái az 1. ábrán láthatóak. A civil törvény szerinti megfogalmazásnál ez bővebb tartalmat fed le, mert nem csak a szervezeteknek, hanem a magánszemélyeknek juttatott adományokat is rendszerezi.

A pénz és tárgyi adományok, mint ahogy az ábra alapján is látható rendkívül összetettek. A különböző formák eltérő adakozási szándékot jelentenek. A közvetlen kérések pénzadományok csoportjába tartozik többek között a: templomi perselybe való gyűjtés, a koldusnak átadott összegek, de a telefonhívás és az sms küldés is. Egy 2004-es felmérés szerint ezen belül is hazánkban a leggyakoribb mód a templomi perselyes gyűjtés volt.¹¹

A vásárlásos adományozás nem tekinthető tiszta jótékonyoságnak hiszen a támogató ellenszolgáltatásban részesül. Ilyen típusú támogatások közé tartozik többek között: képeslap vásárlás, újságvásárlás hajléktalantól, jegyvásárlás jótékonyági rendezvényre, sorsjegy vagy tombola vásárlás. A szervezeteknek nyújtott támogatások célzottjai között egyaránt megtalálhatóak nonprofit szervezetek, valamint egyházi és politikai szervezetek is. A non-profit szervezetek támogatásának a magánszemélyek részéről két legnépszerűbb módja a személyi jövedelem adó 1%-nak felajánlása, vala-

mint a tudatos vásárlás.¹² A 2004-es felmérés adatai szerint a legnagyobb arányt kicsivel több mint 50%-ot a közvetlen kérések gyűjtések jelentették, ezt követte a vásárlásos adományozás majd a szervezetek támogatása.¹³

1. ábra Adományok típusai formái¹⁰



Forrás: Arapovics Mária (2013): Adományozás, önkéntesség, társadalmi felelősségvállalás Magyarországon. Andragógia és művelődéstudomány. I/1 54. oldal

Egy 2016-ban megjelent kutatás szerint az adományozók csupán egy tizede támogat magánszemélyeket, a hozzájárulások célzottjai inkább a civil/nonprofit szervezetek. A felmérésben résztvevők fele pár ezer forintnyi támogatást nyújt, azaz döntően kis összegeket hajlandóak és képesek a megkérdezettek adományozásra költeni. A pénzügyi felajánlások aránya az összjövedelemhez viszonyított arányban 0,5% körül mozog.¹⁴ Ez az érték alacsonyabb a korábban publikált adatoknál. A kilencvenes évekből Magyarországra vonatkozó felmérés szerint általában az éves jövedelem 1%-át költötték az adományozók különböző rászoruló csoportok, civil/non-profit szervezetek megsegítésére.¹⁵ A 0,5% azért is meglepően alacsony, mert az aktív állampolgársággal kapcsolatban készült kutatásban felmérték, hogy mit tartanak legfontosabbnak az emberek. A megkérdezettek körében a választáson való részvételt azonnal követte az adományozás egy jó ügynek válasza.¹⁶

2.3 A jótékonyosság és az adományozás motivációi

Az önkéntesség és adományozásnak többféle mozgatórugója lehet. A fő cél mindenképpen valamiféle segítségnyújtás. Tény azonban az is, hogy az önkéntes tevékenység GDP-hez való hozzájárulása gazdasági értéket is teremt. A gazdasági tevékenység egészéből való részesedése is igen jelentős.¹⁷ Az egyének viselkedését azonban nem a haszon, hanem a következő két nagy tényező határozza meg¹⁸:

- Az egyik tényező arra a feltevésre épül, hogy a döntések indítéka valamilyen egyéni érdek. Ebbe körbe tartozik a természeti és kulturális értékek megóvása, a jóléti szolgáltatások színvonalának emelése, a szegénység enyhítése, hiszen ez az egyén saját személyes haszonfüggvényét is befolyásolja. Ide sorolható emellett a státusz teremtés és társadalmi tekintély kivívásának szándéka is.¹⁹ Az önkéntesség esetében megjelenik a megbecsülés, amelyet az ismerőseitől kap az önkéntes.²⁰
- A másik tényező pedig arra mutat rá, hogy a filantrópia, a jótékonyági magatartás nem más, mint alkalmazkodás annak a közösségének a normáihoz és követelményeihez, amelynek az adományozó maga is tagja vagy amelyhez tartozni szeretne. Itt megjelenhet motívumként a másoknak nyújtott segítségéből fakadó jóérzés.²¹ Erőteljes lehet még a tartozni valahová motívum.²² Illetve a szülői és környezeti minták is.²³

2.4 Adományozás és közösségi média

Az adományozásnak, mint eddig is láthattuk számos formája létezik. A 2000-es évek elején a civil szervezetek esetében a legnépszerűbb módszerek között tartozott az adománygyűjtő perselyek felállítása, valamint az adományvonalak működtetése. Ebben az időben jelentek meg a perselyek bankokban, postákon, reptereken, ahol a lakosság a pénzügyeket intézett és szívesen megszabadult az aprópénztől.²⁴ Az közösségi média elterjedésével párhuzamosan az adománygyűjtő akciók is megjelentek ezen a felületen. A közösségi média elterjedése a szervezetektől másfajta stratégia gondolkodásmódot igényel. A szervezeti kommunikáció szinte teljes mértékben átalakult. A jótékony-sághoz kapcsolódóan került kidolgozásra Saxton és Wang közösségi média modellje.²⁵ A modelljükben három tényezőt különböztetnek meg:

- közösségi hálózatok – azaz szervezet profiljához kapcsolódó emberek személyes hálózatán keresztül exponenciális mértékben szólíthatnak meg újabb és újabb rétegeket
- szervezeti kapacitások – a szervezeti adománygyűjtés hatékonyságát egyaránt magyarázni tudják a pénzügyi és webes képességek
- a működési terület hatással van az adományok nagyságára.

A követes adomány gyűjtés esetében jellemzően nem szervezetek, hanem az egyének használják a közösségi médiát az adományok gyűjtésére. Elsősorban a saját ismerőseiket próbálják meg rávenni az adományozásra. Itt valójában impulzus adományozás történik.

Hubert József szerint az un. impulzusadományozást három tényező határozza meg²⁶:

- személyes/pszichológia tényezők
- anyagi tényező
- ügyvel való azonosulás.

A követes adománygyűjtő sikerét a kérdőívet kitöltők válasza alapján nagymértékben meghatározta az ügyvel való azonosulás.

3. Szabadidősport, önkéntesség, adományozás

A közgazdasági értelemben vett szabadidősport esetén a sportoló maga az, aki fizikai tevékenységet végez a sportolás pozitív hatásai miatt.²⁷ A sportolás egyéni, társadalmi és gazdasági szinten egyaránt értéket teremt. A megvalósulás feltételei közé tartozik: a szabadon felhasználható idő, a megfelelő életszínvonal és szemlélet, és a pénz.²⁸ Gazdasági oldalról közelítve a hozzájárulás megjelenik a szabadidősport szervezetek gazdálkodásának értékében, az egészségesebb életmód költségsökkentő hatásában, valamint a kapcsolódó rendezvények turizmust élénkítő hatásában.²⁹ Egyéni szinten a szabadidősport három különböző hasznosságát különböztethetjük meg: fizikai és mentális egészség megőrzése, pillanatnyi örömforrás, jobb egészségi állapot miatt magasabb életszínvonal.³⁰ A jótékony célból történő futás esetén ez kiegészíthetjük a társadalmi hasznosság érzetével.

3.1 Sport és társadalmi felelősség vállalás

A sport a modern társadalomban a gazdaság részévé, szinte önálló ágazattá vált. A társadalomban betöltött szerepe azonban ennél sokkal többre terjedt. Értékközvetítő szerepe több színtéren is megjelenik. A versenysport egyik központi eleme ma is a fair play eszménye.³¹ Magyarországon a kiemelt sporteseményekhez kapcsolható önkéntes munka rendelkezik legnagyobb hagyománnyal és tömegbázissal. Ezek az események igen sok fiatal sportkedvelőt megmozgatnak, céljuk egyrészt részvétel a rendezvényen másrészt, hogy híres, eredményes sportolókkal találkozassanak.³² A fiatalok körében emellett az önkéntes tevékenység célterülete az iskolai és egyetemi sport.³³ A motivációk közül ebben az esetben kiemelkedik a jó hangulat, a

sportszeretet, valamint a csapatmunka lehetősége is. A 2010-es Eurobarometer felmérései szerint az Unióban a sporttal kapcsolatos szervezetek a legnépszerűbbek. Az önkéntesek harmada ezen a területen működik közre.³⁴

A társadalmi felelősségvállalás egyik külön figyelmet érdemlő pontja lehet a turizmuson belül a futóturizmus, sportturizmus népszerűségének növekedése. A nemzetközi turistaérkezések száma 2012-ben már elérte az évi 1 milliárd főt, amely azóta is növekszik.³⁵ A nemzetközi szervezetek felismerték veszélyét ennek a növekedésének és célként tűzték ki a felelősségteljes turizmus megvalósulását. A futóversenyek, szabadidősport rendezvények népszerűségének növekedése is növelte turisták létszámát, és ezáltal nagyobb környezetterhelést is jelent. A környezet megóvásának jó példája, hogy a londoni maraton résztvevői egyes frissítőpontokon nem műanyagpohárban kaptak frissítést, hanem helyette egy növényi anyagból készült kapszula tartalmazta a folyadékot.³⁶

3.2 Sportesemények és pénzadomány gyűjtés

A sportesemények elsősorban a szabadidősport vagy gála, de néhány esetben a hivatásos rendezvények esetében is találkozhatunk a pénzadomány gyűjtésével.

A sporteseményekhez kapcsolódva két nagy csoportot különböztethetünk meg^{37,38}:

- Egy előre meghatározott célért vagy szervezetért létrejött adománygyűjtő rendezvények. Ilyen pl. a Terry Fox futás a rákkutatásért.
- Nagyszabású futóeseményen való részvétel, esetleg egy extrém kihívás teljesítése és ehhez kapcsolódva felajánlások gyűjtése akár egyénileg, akár egy szervezet által kijelölt hivatalos csapat tagjaként. Azaz a követes adománygyűjtéssel.

3.3 Követes adománygyűjtés

A követes (peer-to-peer) adománygyűjtés esetén adott szervezethez vagy ügryhöz elkötelezett emberek indítják az gyűjtést. Ez akár történhet saját elhatározásból, de történhet úgy is, hogy a szervezet kér fel ismert vagy kevésbé ismert embereket arra, hogy segítség céljaik eléréseket. A követek ebben az esetben egyéni kihívásokat vállalnak ilyen lehet egy táv lefutása vagy leúszása, de mindenképpen valamilyen személyes vállalás. A fogadalom valójában egy kommunikációs apropó a kampányhoz. A követek jellemzően meghatározott ideig minden ismerősük között terjesztik a hírt és adományokat kérnek szintén a saját ismertségi körükben. Ez egy nagyon személyes műfaj, ahol a hitelesség a közvetlenség rendkívül nagy szerepet

kap az adománygyűjtés során. A legnagyobb előnye a szervezetek számára, hogy számos új emberhez juthat el a kampány híre.³⁹ A követes adománygyűjtéssel kapcsolatban ma már elvárás, hogy technikailag azonnali fizetési lehetőséget biztosítson. A legtöbb szervezet figyelve erre már kiépítette a bankkártyás vagy egyéb elektronikus fizetési lehetőséget.

Magyarországon a követes adománygyűjtés legmeghatározóbb versenyei a BSI által szervezett futóversenyek. A versenyeken jótékonyagra gyűjtött összegek évről évre emelkednek. A 2018-as évben két esemény emelkedett ki a tavaszi Telekom Vivicittá Városvédő Futás és az őszi Spar Budapest Maraton fesztivál. Míg az előbbin 1000 körüli résztvevő gyűjtött különböző formában összegeket 14 szervezetnek, addig az őszi már közel 2000 ember vett aktívan részt, akik 11 szervezetnek gyűjtöttek adományokat. A két eseményen az összeg megközelítette az 50 millió forintot.⁴⁰

A követes adománygyűjtés egyik kulcspontja, hogy hogyan hívjuk fel a figyelmet a kampányra. Sikeres akcióban résztvevők fogalmazták meg ezzel kapcsolatban a következő szempontokat⁴¹:

- az adományozásra felhívó levél legyen rövid velős és tartalmazzon ellenállhatatlan üzenetet
- írd le a problémát
- említsd meg a szervezetet, amely segít
- írd le a szervezet tevékenységet
- mindig mindent köszönj meg
- írd le az adományozás módját
- kövesd nyomon a folyamatot.

Összességében a követes adománygyűjtés sikeressége nagymértékben az adott személy elköteleződésétől függ. Ő az, aki felhívja figyelmet a kampányra és a saját kapcsolati hálója segítségével próbál meg adományt gyűjteni.

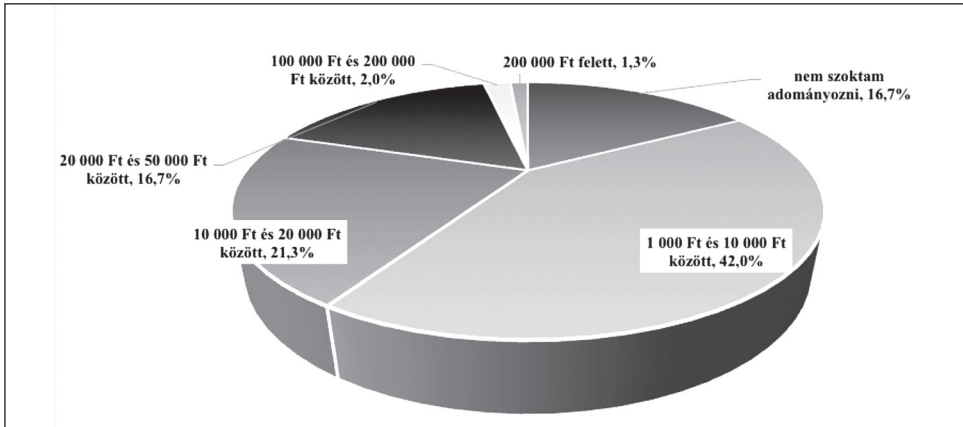
4. Kérdőíves felmérés

A téma bővebb kifejtése miatt egy online kérdőív került kitöltetésre, amely az adományozásra és a szűkebben a követes adománygyűjtésre vonatkozott. A kitöltők létszáma 150 fő volt. Az alapjellemzők tekintetében a kitöltők életkora 18 és 70 év közé esett (átlag 42 év). A kitöltők körében a nemek aránya a nők felé tolódott el, amely esetükben 70%-ot jelentett.

A mindennapi adományozás tekintetében a válaszadók kicsit több mint fele 51,3 % válaszolta azt, hogy jellemző rá. A következő kérdésben azt

vizsgáltuk, hogy éves szinten mekkora összeget adományoznak. A 2. ábrán látható az adományok összege éves szinten. Itt már csak 16,7% volt azoknak az aránya, akik egyáltalán nem adományoztak. A legtöbben éves szinten 10 000 forint alatti összeget fordítanak ilyen célra a jövedelmükből.

2. ábra Évente adományozott összeg nagysága



Forrás: kérdőíves felmérés, saját szerkesztés

A motivációk és elvárások tekintetében nagyon magas értéket kapott a kitöltőktől, hogy mennyire tartják fontosnak a jótékonyság lehetőségét egy sporteseményen. Az érték: 6,05. (7 fokozatú skálát használva). Hasonlóan magas értékét kapott – 6,09 – az is, hogy mennyire töltötte el jóérzéssel a résztvevőt, ha saját sportolása és egy jótékony cél összekapcsolódik. Az itt kapott adatok rávilágítanak arra az ellentmondásra, hogy nagyobb arányban tartják fontosnak a jótékonyság lehetőségét, mint ahányan hajlandóak saját maguk is adományozni.

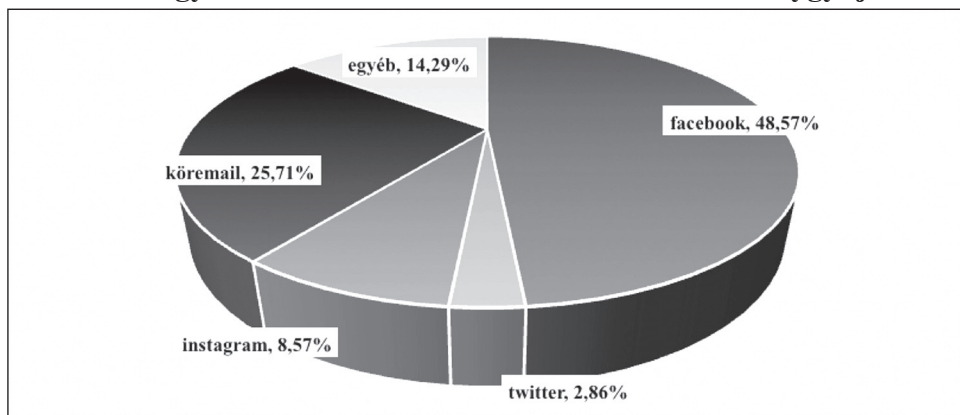
Az általános kérdéseken túl a követes adománygyűjtésre vonatkozott a részletesebb felmérés. A követes adománygyűjtéssel a kitöltők mindössze 45%-a találkozott egy részük úgy, hogy saját maga volt az adománygyűjtő egy részük úgy, hogy ismerősei vágtak bele ebbe a feladatba. Többen egyéb más módon segítettek egy sporteseményen. A válaszok között a következők szerepeltek:

- önkéntesként
- szervezőként
- látássérült futó kísérőjeként
- értelmi fogyatékos sportoló segítőkjeként
- kerekesszékes futó segítőkjeként.

A követes adománygyűjtésben résztvevők leggyakrabban futóeseményeken vettek rész, a kitöltők 61%-a jelölte ezt meg. Ezenkívül a következő sportágak kerültek megemlítésre: kerékpár, triatlon, úszás, kenu, kézilabda. A gyűjtés civil szervezetnek, többségében alapítványok javára történt. Egyetlenegy kitöltőnél került említésre magánszemély. A kitöltők által legtöbbször említett szervezet a SUHANJ! Alapítvány és a Bátor Tábor Alapítvány volt. Külön kiemelendő, hogy a követese adomány gyűjtők nemcsak egy alkalommal, hanem rendszeresen vállalnak fel ilyen típusú tevékenységet. Ezekben az esetekben van aki következetesen egy szervezetnek, de van aki eseményenként más-más szervezet javára gyűjt összeget.

Az adománygyűjtési akciók keretében a közösségi média felületek voltak azok, amelyeken a résztvevők igyekeztek felhívni a figyelmet. Ezek közül is kiemelkedik a facebook mint legnépszerűbb portál. (3. ábra) Az egyéb válaszok között megtalálható a telefon, a személyes email, és a személyes beszélgetés is.

3. ábra Figyelemfelhívási módszerek a követes adománygyűjtésre



Forrás: kérdőíves felmérés, saját szerkesztés

A követes adomány gyűjtők a kampány elején kitűznek egy célt, egy elérendő összeget, amelyet szeretnének elérni. Az aktuális teljesítésről folyamatosan tájékoztatják az ismerőseiket. A kitöltők közül több mint 85%-ban sikerült az előre kitűzött összeget összegyűjteni. Árnyalja a képet, hogy a célkitűzések rendkívül széles skálán mozognak ötvenezer forinttól egymillió forintig.

Az ismerősök reakciója esetében a legtöbben a következő válaszokat adták: támogattak, elismerték, amit csináltam, büszkék voltak rám, anyagi

lehetőségeikhez képest segítettek. Néhány esetben azonban felmerül az érdektelenség. A következő válaszok jól példázzák ezeket: „nem voltak lelkesek”; „pozitívan – már aki reagált”, „nem jól”; „sehogy”.

5. Összefoglalás

A tanulmány a jótékonyosság, az önkéntesség és az adományozás lehetőségeit vizsgálja a sportszféra szempontjából. Az egyéni társadalmi felelősségvállalásnak rendkívül széles lehetőségei vannak társadalomban, amelyek több területen is megjelenhetnek. Ezek közül az egyik sportágazat. Egyik előnye ennek, hogy az emberek többsége a szabadidejét sportolással tölti így külön vonzó. hogy ezt a területet tudja összekapcsolni az egyéni szintű jótékonykodással.

JEGYZETEK / NOTES

1. Putnam, Robert (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. Simon and Schuster. New York.
2. Bugovics Zoltán (2007): *Társadalom, indentitás és területfejlesztés*. L'Harmattan. Budapest.
3. Nárai Márta és Reisinger Adrienn (2017): *A civil / nonprofit szervezetek működési keretei*. Universitas-Győr Nonprofit Kft. Győr.
4. Nárai Márta – Reisinger Adrienn (2016): *Társadalmi felelősségvállalás és részvétel*. Dialóg Campus Kiadó. Budapest-Pécs.
5. Czike Klára – Kuti Éva (2006): *Bevezető, fogalmak, módszerek, kutatási eredmények*. In: Czike Klára és Kuti Éva (szerk): *Önkéntesség, jótékonyosság, társadalmi integráció*. Nonprofit kutatások: 14. Budapest. 11-20. old.
6. Nárai, Márta (2012): *A társadalmi szerepvállalás egyik formája – az önkéntesség*. In: Budai István - Nárai, Márta (szerk): *Együttműködés és a felelősségvállalás tanulása a szociális közösségi munkában*. Győr, Széchenyi István Egyetem. 95-114. old.
7. Mihai, Elena Claudia (2014): *The Motivation of Romanian Volunteers: values and implicatons*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 127.
8. Perpék Éva (2017): *Önkéntesség közel s távol: hazai és nemzetközi helyzetkép*. In: Janák Katalin – Szék Katalin – Tokaj Károlyné (szerk). *Háztartási munka, önkéntes munka, láthatatlan munka, I. Háztartási és önkéntes munka mérése, elemzése*. Budapest, KSH. 108-121. old.
9. 2011. évi CLXXV. törvény az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról

10. Arapovics Mária (2013): Adományozás, önkéntesség, társadalmi felelősségvállalás Magyarországon. *Andragógia és művelődéstudomány*. I/1 54. old.
11. Kuti Éva (2006): Lakossági adományok és társadalmi szolidaritás. in: Czike Klára és Kuti Éva (szerk): *Önkéntesség, jótékonyosság, társadalmi integráció. Nonprofit kutatások*: 14. Budapest 73-150
12. Zsolt Péter (2018): A társadalmi vállalkozások és tevékenységeik ismertsége, illetve az előttük álló feladatok egy kérdőíves felmérés eredményei alapján. *Közép-Európai Közlemények* 11(2) 124-132. old. <https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekkek/article/view/12492>
13. Kuti Éva (2006)
14. Nárai Márta – Resinger Adrienn (2016)
15. Czákó Ágnes, Harsányi László, Kuti Éva, Vajda Ágnes (1995): *Lakossági adományok és önkéntes munka*. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest.
16. Resinger Adrienn – Kovács Norbert (2018): Az aktív állampolgárok tevékenységi formái. In Resinger Adrienn – Happ Éva – Ivancsóné Horváth Zsuzsa – Buics László (szerk): *Sport – Gazdaság -Turizmus Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017 Tanulmánykötete*. Győr, Széchenyi István Egyetem
17. Farkas Kata – Hegedűs Anett – Katona Balázs – Máhl Zsuzsanna – Mátyus Anna – Molnár Ágnes Kata (2012): Előtérben a háttér – Az önkéntesség Magyarországon. *Vezetéstudomány* XLIII. évfolyam / 4. szám 62-67. old.
18. Halfpenny, Peter (1999): Economic and sociological theories of individual charitable giving: Complementary or contradictory? *Voluntas* 10/3
19. Collins, Randall – Hickmann, Neal (1991): Altruism and culture as social products, *Voluntas* 2/2
20. Cserhádi Ákos (2006): Az önkéntesség motivációi és az önkéntesség egy különleges terepe: a közösségi rádió. *Civil Szemle* III évf./2. 17-34. old.
21. Hodgkinson, Virginia – Weitzmann, Murray – Toppe, Christopher – Noga, Stephen (1992): *The nonprofit almanac 1992-1193, Dimensions of the independent sector*, Jossey Bass, San Francisco
22. Scitovsky Tibor (1990): *Örömtelen gazdaság*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest.
23. Hodgkinson, Virginia – Weitzmann, Murray – Toppe, Christopher – Noga, Stephen (1992): *The nonprofit almanac 1992-1193, Dimensions of the independent sector*, Jossey Bass, San Francisco.
24. Kuti Éva (2006)
25. Saxton, Gregory D. – Wang Lili (2014): The Social Network Effect: The Determinants of Giving Through Social Media. *Nonprofit and Voluntary Sector Marketin*, October 286-300

26. Hubert József (2017): Adománygyűjtés, impulzusadományozás a közösségi médiában. *Vezetéstudomány* XLVIII/2. 67-78. old.
27. Szabó, Ágnes (2011): Milyen értéket teremt a szabadidősport és mi a kapcsolata versenyképességgel? *Vezetéstudomány*, Klnsz. 24-37. o.
28. Budai, Ervin (1999): Sport(t)örvényben fuldokolva; *Magyar Szemle*. 8. 3-4. 20-33. o. http://www.magyarszemle.hu/cikk/19990301_sport_t_orvenyben_fuldokolva
29. Gósi Zsuzsanna (2019): A szabadidősport néhány gazdasági hatása. In: Gósi Zsuzsanna – Boros Szilvia – Patakiné Bősze Júlia: *Sokszínű Rekreáció, Tanulmányok a rekreáció témaköréből*. Budapest, ELTE PPK. 69-85 <https://esi.ppk.elte.hu/media/42/>
30. András, Krisztina (2014): A szabadidősport gazdálkodástana. In.: Perényi, Szilvia (szerk): *A mozgás szabadsága: A szabadidősport társadalmi, gazdasági és egészségügyi megközelítései*. DE-GTK. Debrecen, 16-34. old.
31. Kassay Lili (2017): A pénzügyi fair play az európai hivatásos labdarúgásban. In: Vermes Katalin – Farkas Péter (szerk): *A Fair Play ereje. Tények és értékek a 21. századi sport világában*. Budapest, Testnevelési Egyetem. 105-118. old.
32. Onyestyák Nikoletta – Kállai Éva (2013): Önkéntesség a sport területén Magyarországon és az Európai Unió más tagállamaiban. *Sporttudományi szemle* XIV/55. 33-40. old.
33. Bácsné Bába Éva – Bács Zoltán – Pető Károly – Müller Anetta – Pfau Christa – Dajnoki Krisztina – Molnár Anikó (2018): Önkéntesség a sportban. *International Journal of Engineering and Management Sciences IJEMS* 5. 217-230
34. Eurobarometer (2010) https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/eb/eb73/eb73_en.htm
35. Happ Éva (2014) Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság és Társadalom / Journal of Economy and Society*. 2014/I. 90-101. old.
36. HVG 2019 05.03.: Ez a jövő? Ehető vízzel frissíthették magukat a londoni maraton futói https://hvg.hu/tudomany/20190503_eheto_viz_membran_zsele_londoni_maraton_pet_palack_muanyag hulladek
37. Snow Andrea (2011): *Egy ütemre dobban szív*. Alexandra kiadó. Budapest.
38. Gósi Zsuzsanna és Magyar Márton (2019): Jótékony futás: A társadalmi felelősségvállalás megjelenése futó sporteseményeken. *Recreation, A Közép-Kelet Európai Rekreációs Társaság Tudományos magazinja* IX/1. 28-30. old.
39. <https://www.nonprofit.hu/tudastar/Kovetes-Peer-to-peer-adomanygyujtes>
40. <http://www.futanet.hu/cikk/jotekonysag-2018-8211-63-4-millio-ft-gyult-ossze>
41. Snow Andrea (2011): *Egy ütemre dobban szív*. Budapest. Alexandra kiadó.

FELHASZNÁLT IRODALOM / REFERENCES

- András, Krisztina (2014): A szabadidősport gazdálkodástana. In.: Perényi, Szilvia (szerk): A mozgás szabadsága: A szabadidősport társadalmi, gazdasági és egészségügyi megközelítései. DE-GTK. Debrecen.. 16-34. old.
- Arapovics Mária (2013): Adományozás, önkéntesség, társadalmi felelősségvállalás Magyarországon. Andragógia és művelődéstudomány. I/1 54. old.
- Bácsné Bába Éva – Bács Zoltán – Pető Károly – Müller Anetta – Pfau Christa – Dajnoki Krisztina – Molnár Anikó (2018): Önkéntesség a sportban. International Journal of Engineering and Management Sciences IJEMS 5. 217-23. old.
- Budai, Ervin (1999): Sport(t)örvényben fuldokolva; Magyar Szemle. 8. 3-4. 20-33. old. http://www.magyparszemle.hu/cikk/19990301_sport_t_orvenyben_fuldokolva
- Bugovics Zoltán (2007): Társadalom, indentitás és területfejlesztés. L'Harmattan. Budapest.
- Czakó Ágnes, Harsányi László, Kuti Éva, Vajda Ágnes (1995): Lakossági adományok és önkéntes munka. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest.
- Czike Klára – Kuti Éva (2006): Bevezető, fogalmak, módszerek, kutatási eredmények. In. Czike Klára és Kuti Éva (szerk): Önkéntesség, jótékonyosság, társadalmi integráció. Nonprofit kutatások: 14. Budapest 11-20. old.
- Collins, Randall – Hickmann, Neal (1991): Altruism and culture as social products, Voluntas 2/2
- Cserhádi Ákos (2006): Az önkéntesség motivációi és az önkéntesség egy különleges terepe: a közösségi rádió. Civil Szemle III évf./2. 17-34. old.
- Farkas Kata – Hegedűs Anett – Katona Balázs – Máhl Zsuzsanna – Mátyus Anna – Molnár Ágnes Kata (2012): Előterben a háttér – Az önkéntesség Magyarországon. Vezetéstudomány XLIII. évfolyam / 4. szám 62-67. old.
- Gösi Zsuzsanna (2019): A szabadidősport néhány gazdasági hatása. In. Gösi Zsuzsanna – Boros Szilvia – Patakiné Bősze Júlia: Sokszínű Rekreáció, Tanulmányok a rekreáció témaköréből. Budapest, ELTE PPK. 69-85 https://esi.ppk.elte.hu/media/42/df/72da1729016e69cf9df9c6240a6855e8781b8acf5e21-7e3171292b86b304/ESI_SokszinuRekreacio201905.pdf
- Gösi Zsuzsanna - Magyar Márton (2019): Jótékony futás: A társadalmi felelősségvállalás megjelenése futó sporteseményeken. Recreation, A Közép-Kelet Európai Rekreációs Társaság Tudományos magazinja IX/1. 28-30. old.
- Halfpenny, Peter (1999): Economic and sociological theories of individual charitable giving: Complementary or contradictory? Voluntas 10/3
- Happ Éva (2014) Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. Gazdaság és Társadalom / Journal of Economy and Society. 2014/I. 90-101. old.

- Hodgkinson, Virginia – Weitzmann, Murray – Toppe, Christopher – Noga, Stephen (1992): *The nonprofit almanac 1992-1193, Dimensions of the independent sector*, Jossey Bass, San Francisco.
- Hubert József (2017): Adománygyűjtés, impulzusadományozás a közösségi médiában. *Vezetéstudomány XLVIII/2.* 67-78. old.
- Kassay Lili (2017): A pénzügyi fair play az európai hivatásos labdarúgásban. In: Vermes Katalin – Farkas Péter (szerk): *A Fair Play ereje. Tények és értékek a 21. századi sport világában*. Budapest, Testnevelési Egyetem. 105-118. old.
- Kuti Éva (2006): Lakossági adományok és társadalmi szolidaritás. in: Czike Klára és Kuti Éva (szerk): *Önkéntesség, jótékonyosság, társadalmi integráció. Nonprofit kutatások: 14.* Budapest 73-150. old.
- Mihai, Elena Claudia (2014): *The Motivation of Romanian Volunteers: values and implicatons. Procedia-Social and Behavioral Sciences.* 127.
- Nárai, Márta (2012): A társadalmi szerepvállalás egyik formája – az önkéntesség. In. Budai István - Nárai, Márta (szerk): *Együttműködés és a felelősségvállalás tanulása a szociális közösségi munkában*. Győr, Széchenyi István Egyetem. 95-114. old.
- Nárai Márta – Reisinger Adrienn (2016): *Társadalmi felelősségvállalás és részvétel. Dialóg Campus Kiadó. Budapest-Pécs.*
- Nárai Márta és Reisinger Adrienn (2017): *A civil / nonprofit szervezetek működési keretei. Universitas-Győr Nonprofit Kft. Győr*
- Onyestyák Nikoletta – Kállai Éva (2013): *Önkéntesség a sport területén Magyarországon és az Európai Unió más tagállamaiban. Sporttudományi szemle XIV/55.* 33-40. old.
- Perpék Éva (2017): *Önkéntesség közel s távol: hazai és nemzetközi helyzetkép.* In. Janák Katalin – Szék Katalin – Tokaj Károlyné (szerk). *Háztartási munka, önkéntes munka, láthatatlan munka, I. Háztartási és önkéntes munka mérése, elemzése.* Budapest, KSH. 108-121. old.
- Putnam, Robert (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community.* Simon and Schuster. New York.
- Reisinger Adrienn – Kovács Norbert (2018): *Az aktív állampolgárok tevékenységi formái.* In Reisinger Adrienn – Happ Éva – Ivancsóné Horváth Zsuzsa – Buics László (szerk): *Sport – Gazdaság -Turizmus Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017 Tanulmánykötete.* Széchenyi István Egyetem. Győr.
- Saxton, Gregory D. – Wang Lili (2014): *The Social Network Effect: The Determinants of Giving Through Social Media. Nonprofit and Voluntary Sector Marketing,* October 286-300. old.
- Scitovsky Tibor (1990): *Örömtelen gazdaság. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest.*

- Snow Andrea (2011): Egy ütemre dobban szív. Alexandra kiadó. Budapest.
- Szabó, Ágnes (2011): Milyen értéket teremt a szabadidősport és mi a kapcsolata versenyképességgel? Vezetéstudomány, Klnsz. 24-37. old.
- Zsolt Péter (2018): A társadalmi vállalkozások és tevékenységeik ismertsége, illetve az előttük álló feladatok egy kérdőíves felmérés eredményei alapján. Közép-Európai Közlemények 11(2) 124-132.old. <https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekkek/article/view/12492>