

Bauer Andrea  
Artist Matrix  
PTE BTK „Oktatás és Társadalom” Neveléstudományi Doktori Iskola  
*Opera énekes, zeneterapeuta*

Lektorálta: Dr. Bredács Alice  
PTE MK Zeneművészeti Intézet

kulcsszavak: profit és nonprofit, művészet, dráma, kultúra, reziliencia



Az üzemarketing<sup>1</sup>(Adkins,1999) egyre kedveltebb „jót tenni, ezáltal pedig jobban csinálni” tevékenység, amelyben az a jó, hogy mindegy milyen indíttatású, mindegy milyen motivációk sorakoznak fel a háttérben. A profit és nonprofit eredményes együttműködése során számos olyan ikonikus és kevésbé ismert cég támogatása szükséges, amelyek hajlandóak lemondani bevételeik egy meghatározott százalékáról, az arra rászoruló érdekében. Mindezt egy olyan társadalmi és kulturális cél érdekében teszik, amely egy nemes ügyet szolgál. Ők olyan rendszerek, szervezetek, csoportok, akik a kulturális viselkedés során értékesítéseikből származó bevételeik bizonyos százalékáról lemondanak. Mind - mind fontos szerepet töltenek be, hiszen amellett, hogy anyagi támogatást biztosítanak, üzenetet is közvetítenek a világnak. Olyan társadalmi viselkedést, mely egy lassan kibontakozó globális szolidaritás képét vetíti elő, amely közelebb hozza azokat az embereket, akik reziliensen változni tudnak és képesek azonosulni a változással. A fenntarthatóság szempontjából csakis ezek a gondolkodásminták szavatolják, hogy az egyes társadalmak a hosszú távú fenntarthatóság szempontjából előnyösen reagáljanak.

Mi lehet az akadály a annak, hogy a vágyunk megvalósuljon?

---

<sup>1</sup> Üzemarketing: Olyan kereskedelmi és marketingeszköz, ahol a profit és nonprofit szervezetek összefognak annak érdekében, hogy egy terméket, szolgáltatást vagy ügyet a kölcsönös előnyök érdekében közösen képviseljenek

Tetteink nagy része, hogy mit, miért és hogyan csinálunk, a személyiségünktől függ. Ide sorolhatók a célok, az elért eredmények, a személyes törekvések és a megküzdési stratégiák. A különböző hiedelemrendszerek képesek formálni a környezetre adott reakciókat, szervezni az emberek céljait, törekvéseit, így hoznak létre egyénre jellemző, konzisztens cselekvési mintázatokat. Már a személyiség korai elméletalkotói is ezekben a különböző élethelyzetekben tapasztalható következetes mintázatokban látták az állandóságot. Ha tehát a preferenciák, szokások vagy a személyiségjegyek széles skálája helyett a hiedelemrendszerekre összepontosítunk, akkor akár már olyan kérdésekre is választ kaphatunk, hogy milyen faktorok segítenek bennünket abban, hogy jól működünk, növekedünk, tanulunk, kapcsolatokat tartunk fenn, karriercélokat érjünk el. Ez azért lehetséges, mert a hiedelmek általában pontosan definiálhatók, könnyen mérhetők és különböző intervenciókkal a hatásuk közvetlenül feltérképezhető. (Bárdossy, Dudás, 2011;8) Természetesen ez nem azt jelenti, hogy az egyes vélekedések könnyen és szükségszerűen meg is változtathatók, de segítenek abban, hogy hol érdemes elkezdni.

Az, hogy valakinek hogyan alakul a sorsa, függ a génektől, a kultúrától és a saját élményeitől. Döntő azonban, hogy mit kezdünk a lehetőségeinkkel, s miképp használjuk őket. A legfontosabb az életben azt megtalálni, ami örömet okoz és amelyben kiteljesedhetünk. Mindehhez az az állapot szükséges, amikor az ember teljesen elmélyül abban a tevékenységben, amit csinál. Az, hogy ebben az állapotban a lehető legjobb hatóerővel dolgozzunk és alkossunk, ahhoz a legfontosabb feladat, hogy előttünk legyen a konkrét cél. (Bredács,2018)

A hatékony és eredményes kulturális együttműködés egy csapat sikerességének kulcstényezője. A művészi projektek megtervezésénél, a csoportok összeállításánál legtöbbször a leendő tagok szakmai kompetenciáit veszik figyelembe, azonban egy gondosan kiválasztott és összeválogatott szakembercsoport sokszor nem képes a szinergikus együttműködésre. Ugyanakkor a szereppreferenciák sokszor nem elegendők. Mik azok a kulturális csoportszerepek és hogyan jelenthetnek megoldást erre a problémára? Milyen szerepek léteznek, és miért jó, ha tudatában vagyunk a saját szereppreferenciáinknak? Vajon milyen szerepet tölt be a művészet az életünkben?

Az elérendő célokhoz, és a rendelkezésre álló erőforrásokhoz kutatók azt kezdték vizsgálni, hogy hogyan járulnak hozzá a feladatmegoldáshoz a sikeres vállalkozások. A legfontosabb vizsgálati eredmény, nem az egyéni vagy csoportos személyiségben vagy az intelligencia mértékében, hanem a tagok egymáshoz való viselkedésében volt a meghatározó. Azaz a hatékony és sikeres megoldást az egymáshoz való viselkedés határozta meg.

Meredith és Eunice Belbin (Belbin,1981) brit kutatópár, vállalkozások és cégek hatékonyságának segítségével foglalkoztak tanácsadóként. Kutatást szerveztek Európa legrégebbi üzleti iskolájával, a Henley Management College-val együttműködve, amelyben a hatékony és sikeres csapatok összetételét vizsgálták. A kutatás során különböző csapatkombinációkat hoztak létre, és szimulációs feladatokkal mérték a sikerességüket. A kutatás egyik fázisában létrehozták az Apollo csoportot, ahova az iskola legkiválóbb menedzsereit sűrítették. Elvárásaik szerint ennek a csoportnak kellett volna a leghatékonyabban működnie és a legjobb megoldásokat produkálnia, azonban meglepetésükre általában rosszabbul teljesítettek a többi csapatnál. A top menedzserek az idejük nagy részét a saját ötleteik érvényesítésével és mások meggyőzésével töltötték, így nehezen hoztak meg döntéseket, és gyakran még az ötletek megvalósítására sem maradt idejük. A mérések során vizsgálták a csapattagokat személyiség, intelligencia, illetve kommunikációs viselkedés szempontjából is. Az adatok alapján sem a személyiség, sem pedig az intelligencia nem mutatott összefüggést a csoportok sikerességével. A kutatók ezután más irányból kezdtek vizsgálandni. Azt kezdték el megfigyelni, hogy hogyan járulnak hozzá a feladatmegoldáshoz a nyerő csapatok tagjai, valamint, hogy hogyan viselkednek a tagok egymáshoz képest. (Bakacsi,

2020) Vagyis tisztázniuk kellett a csoportba beválasztottaknál az egyéb állandó feladatukhoz való viszonyt. Az érintettséget, a szaktudást, kreativitást, agressziós szintet, azonosulást a célokkal és a csoportmunkában szerzett tapasztalatokat. Mindezekben fontos szerepet játszott, az összehangolás, kapcsolattartás célkitűzések és határidők betartása. Azaz a cél elérésének legfontosabb jelensége egy olyan viselkedés volt, mely összehangolta az egyéni szinten megjelenő rugalmas alkalmazkodást, és a rugalmas ellenállóképességet a nehézségek, a sérülékenység és a megküzdés tekintetében. Hasonlóan ahhoz a magatartáshoz, amelyet a forprofit és nonprofit cégek közötti magatartás összehangolása megkíván egy újabb közös cél megvalósítása érdekében. Vagyis fontos a reziliencia fogalom általános jelentése, valamely rendszernek – az egy egyén, egy szervezet, egy ökoszisztéma –, azon reaktív képessége, hogy erőteljes, meg-megújuló, vagy akár sokszerű külső hatásokhoz sikeresen adaptálódjék és az eseményen felülkerekedjék (Békés,2002) „Traumatizáció során a legnagyobb hangsúlyt a reziliencia szerepére helyezték. A legtöbb egyén rendelkezik olyan képességekkel, amelyek lehetővé teszik a stressz igen magas szintjével való megküzdését is. A pszichológiai reziliencia egy olyan adaptációs folyamat, amelynek segítségével kezelhetővé válik egy nehéz élethelyzet, szerencsétlenség, tragédia, trauma, az egyének hatékonyan képesek megküzdenni a trauma okozta distressz tüneteivel, mint a jelen pandémia okozta nehézségekkel is.” (Urbán Kovács 2016;43) Mint azokban az esetekben is, ahol anyagi nehézségek, háború, terrorizmus, természeti katasztrófák, családon belüli erőszak...fordultak elő. A külső tényezők biztonságunkat segítő hatásai mellett, belső világunk, pszichénk felkészítése nagyon fontos. „A pszichológiai immunkompetencia fejlettsége felel azért, hogy az egyén képes legyen megküzdenni új generációk korszakainak kihívásaival, melynek során előhívja a problémahelyzetek felismerését, kezelését, és ezzel együtt a helyzetekhez illő helyes érzelmi és viselkedési stratégiák megválasztását, valamint a metakognitív stratégiák felismerését.” (Bredács,2019;5) A reziliencia legmagasabb tétje az, hogy a komplex rendszer képes legyen a működést fenyegető zavarokat asszimilálni és olyan stabilitást találni, amely továbbra is lehetővé teszi a működést. A meghatározó vonása az önszerveződés, ami azt jelenti, hogy a magasabb szinten megjelenő struktúra az alacsonyabb szinteken zajló lokális interakciókból bontakozik ki spontán módon. Attól függően, hogy az ember életében a folyamatok, a kölcsönhatások lineáris felerősödése vagy gyengülése jön e létre. Kutatások, kirajolták a reziliens egyénre, illetve gyermekekre jellemző tulajdonságok hosszú listáját. Ilyenek pl. a következők: aktív megküzdés, rugalmas válaszkészség, tanult leleményesség, énhatékonyság, koherenciaérzet, egokontroll, érzelmi intelligencia, diszpozicionális optimizmus, a negatív történések kognitív átértékelésének képessége, szociális kompetencia, a társas támogatás keresése, életcél, veszélykerülés, perzisztencia, kooperativitás, humor. (Dull, Szokolszky,2006) A társadalom nevelési módzataiban, lehetőség van az életritmusunk egészség felé történő törekvésének vizsgálatára. A megnyilvánulások érettebb megoldási módzataira, az észlelési lehetőségeinek kifinomultabb árnyalatai mentén.

## Kultúra és dráma

A modernről, a posztmodern gondolkodásig az egzisztencialisták úgy vélték, hogy az ember képes új lehetőségeket teremteni, a kreativitás mely az átmeneti térben (melyben a kreativitás megszülethet) e tekintetben az egyik kulcsfogalomává vált. A nyelv, a kultúra, a viselkedés, a társadalom, az emberi fejlődés lényegesen bonyolultabb, mint azt első látásra gondolnánk, a rendszerek között árnyaltabb kölcsönhatások és átfedések léteznek (Blatner,1999). A művészetben terében, mely rendkívül alkalmas a befogadásra, a félelmeik tartalmazására az interpretációra rezonáló térré az »áttételi anyag« a kultúra állapotának transzformációjában. Az

alternatív lehetőségek között az emberi helyzetek összetettségét az emberi történeteken keresztül lehet vizsgálni. A posztmodern irányzat válfajainak közös nevezője a modernista világnézet megkérdőjelezése. A posztmodernizmus egyik problémája, hogy követői és vezető alakjai sokszor homályos, leegyszerűsítő vagy szélsőséges álláspontra helyezkednek, károkat okozva azoknak, akik területükön felelősségteljesebb munkát végeznek. A jelen pandémia egy olyan konstruktivista folyamat, mely megköveteli, hogy bizonyos dolgokat újra gondoljunk vagy tanuljunk. Vagyis hogy az igazságot a dráma eszközeivel kutassunk és a pszichológiai tapasztalatra összpontosítsunk. Vagyis a „kulturális konzerv” fogalmát hangsúlyozva, melyet Jacob Levy Moreno (1913) vezetett be, amely a társadalmi szabályok és szokások rendszerének együttese. A konzerv részben a civilizáció alapja is, ugyanakkor rögzült hiedelmek és szokások lebontása, a gondolkodás változása állandó jelensége vált szükségessé a társadalomban és a családokban egyaránt. „A kulturális konzervről való leszokás a spontaneitás segítségével történhet. Moreno úgy gondolkodott, hogy a gyógyító színház a társadalmi változás eszköze lehet. Úgy érezte, hogy a színjátszásnak társadalmilag sokkal aktuálisabbnak kell lennie. A dráma tükrözi az aktuális helyzetet és a korszellemet. A művészet a készségek és ismeretek tárházával, az alternatívák lehetőségének kiaknázásával a perspektíva - váltást segíti. Pont azt a rugalmasságot, amelyet a színházak és a színész egész életében cselekszik. Szerepkészletet mutat meg, ablakot nyit a felfedezés öröme. (Kőváry,2014)

Moreno véleménye szerint az egyéni és a társadalmi pszichológia elválaszthatatlan egymástól. A gondolkodásnak nemcsak az egyénre, hanem a kulturális mátrixra is ki kell terjednie. Vagyis a dráma mely görögül cselekvést jelent, kétféleképpen történhet: kulturális konzervként, mint például a hagyományos színházi előadások, illetve spontán reagálva egy adott helyzetre nemcsak az indulatvezetésre hanem az elmélyülésre is fókuszálva. Moreno azt remélte, hogy korai színházi törekvéseinek, kísérleteinek lesz valami általánosabb társadalmi haszna, hatással a kulturális viselkedésre, társadalmi összeállítás, túlélés, segítség megformálásában. (Zeintlinger,2005) Melyben hatékony stratégiának számít a feladat-központú hozzáállás, amely sokkal aktívabb viselkedést eredményez. Ebben az egyén és a társadalom szembenéz a kihívásokkal, igyekszik megugrani azokat, optimista és aktív megküzdési módokat használva. Kiemelt szerepe van ebben a kreativitásnak és a spontaneitásnak. A két fogalom úgy különböztethető meg, hogy a kreativitás (kreálni) az alkotás tevékenységére utal, a spontaneitás pedig arra a készenléti állapotra, szellemi állapotra, amely gyakran energikusabb testi állapottal és bevonódással társul. Vagyis a spontaneitáshoz tartozó szabadság állapota, egy olyan lelki hozzáállás, amelyben az egyén készen áll az eredeti módon való gondolkodásra, a kölcsönösségre és a nehézségekkel történő megküzdésre. (Dull, Szokolszky,2006)

A „társadalom teste” és a néző élménye

A testi, hangji és érzelmi élmény átjárhatóvá tétele, közlése, a művészet alapkérdése. A színházi élmény befogadásáról szóló elméletek, a különféle filozófiák az előadó testére, mozgására, hangjára és/vagy érzéseire fókuszálnak. A színész „teste” a 20-21. században előtérbe került, a színházat leginkább megújító rendezők törekvéseiben is, ami a lélek, a rejtett, tehát a tudattalan kifejeződése is. Az igényt a tudattalan leírására analógnak tekinthetjük a kultúra rendszereivel, melynek gyakran nem célja a rejtett megmutatása.

„A színpadi táncművészetek közül talán a butoh, a kortárs japán táncművészet képviseli ezt a hozzáállást a legnyíltabban. A butoh alapvetően improvizációból építkező stílus, amiben a táncos, teste árnyékos oldalát mutatja meg, sokszor groteszk mozgásával. A butoh táncos az érzések megmutathatatlan ambivalenciáját is megjeleníti: a test árnyékos oldalán lévő érzéseket soha nem tudjuk igazán megmutatni, hiszen a megmutatással rögtön fény vetül rájuk, s már más

részek kerülnek árnyékba. A butoh drámai táncstílus, amely Eros és Thanatos világát hivatott megjeleníteni. Grotowski (1999), aki a modern színház egyik legfontosabb alakítója volt, hasonló céllal képzelte el a színházi művészetet.” (Szili,2010;43) Miért foglalkozunk művészettel? „Hogy átlépjük gátjainkat, hogy kilépünk korlátaink közül, hogy feltöltsük azt, ami üres vagy fogyatékos bennünk, hogy megvalósuljunk, hogy beteljesüljünk. Nem állapot ez, hanem folyamat, keserves emelkedés, melynek során az, ami bennünk sötét, átvilágosul.” (Szili,2010; 27) C. G. Jung szerint a sötét rész, az árnyékos oldal megvilágítása a pszichoanalízisnek is gyakran használt metaforája. A művész hordozza az érzelmeket, érzéseket. A színész történetet mond el, érzeteket, testi és érzelmi állapotokat, kapcsolati viszonyulásokat jelenít meg konkrétabb vagy absztraktabb módon.

„A modern színházban nincs a színész számára előírt distancia, mint a maszk általi eltakartságot használó görög színházban, itt „a saját test válik maszkká” (Szili,2010; 46)

A művésznek nem csak a pillanatnyi állapotot kell megragadnia, hanem az összes pillanat lényegét. Az igazi művészi teljesítmény az, amikor minden pillanatban, a mű minden részletében az intranzitórikus érvényesül, azaz minden egymást követő jelenségben az tűnik ki, ami maradandóan állítja elénk azt, ami a lélek szenvedélyében, a test érzésében, a hangadásában, a lélek tevékenységében leginkább kifejezésre méltó.

A művész, aki először önmagához saját lényegi valójához kerül közel, magáévá téve az árnyékot, amiben az önátadás aktusa által önmagát adja. Belső folyamatait és lelki impulzusait tisztán láthatóvá téve, minden háritást, minden maszkot eltávolítva, ami ezt akadályozná. A művészet az a hely, ahol - szimbolikus formában - a szubjektum megjelenését újra és újra bemutatják.

Felmerül a kérdés a művész testével kapcsolatban: kié ez a test és lélek? A művésze, a szerepé vagy a nézőé? Miben segít minket a művész?

Annyiban működik egy alkotó testeként, amennyiben egyidejűleg aláveti magát a néző tekintetének. Ugyanakkor ez a test valódi test, amely a valóság törvényeinek is alá van vetve.

## Konklúzió

A valóság a művész érzelmeivel kapcsolatos nagyobb tudatossága lehetővé teszi, hogy megszínésítsük a szürke hétköznapiakat mely segíti őt az előadások alkotásában. Ugyanakkor önmagunk és érzelmeink ismerete a legnagyobb segítőnk melyből előnyt kovácsolhatunk a legnehezebb helyzetekben is. Az érzelmi kreativitás <sup>2</sup>hatása alapvető szerepet tulajdonít az alkotó folyamatban a tanítási és tanulási folyamatokban. A művész azon képessége mely által jó eséllyel megtudja tapasztalni a bonyolultabb érzelmeket is.

Több időt szükséges töltünk érzelmeinkkel ahhoz, hogy feltudjuk dolgozni a körülöttünk lévő eseményeket, hogy képesek legyünk azonosítani, megérteni, kifejezni és szabályozni saját érzelmeinket is. „A fő különbség az érzelmi kreativitás és az érzelmi intelligencia között abban áll, hogy a magas érzelmi kreativitású emberek elhatárolják magukat azoktól a gyakori reakcióktól, amelyeket eredeti érzelmeik generálnak. Továbbá ihletet találnak a negatív érzelmeiben, inspirálja és izgatottá teszi őket, amikor ilyen tapasztalataikról elmélkednek.” (Kőváry, Devecsery, Jakab, Pusztai, Agócs, Kómár, Orosz, 2014) A művészet által a társadalom sokkal érzékenyebben tapasztalhatja meg az érzelmeket melyek motivációként szolgálhatnak újabb érzelmi reakciók generálására. Nagy Henriett szerint a belső motiváció pozitívan korrelál a nehézségekkel történő megküzdéssel a magasabb elégedettséggel.

---

<sup>2</sup> Érzelmi kreativitás; számos oknál fogva jelentős: kitágította az empirikus kreatív kutatás fókuszát, közelebb hozta egymáshoz az akadémiai és személyiségpszichológiai paradigmákat, és gyakorlati jelentősége is van. Három alskálát tartalmaz: érzelmi készség, újdonság és hatékonyság/autentikusság.

Fredrickson szerint az érzelmi kreativitás koncepciója számos oknál fogva jelentős: empirikusan megfogalmazható a 21. században az egészségről szóló kommunikációból a jóléttel és közjével kapcsolatos szempontok már egyáltalán nem hiányozhatnak. Hiszen látható, hogy a félelem és a frusztráció leküzdése sokat segít a betegség megelőzésében és az életminőség érzetének javításában. A társadalmi viselkedés egy lassan kibontakozó globális szolidaritás képét vetíti elő, amely közelebb hozza azokat az embereket, akik reziliensen változni tudnak és képesek azonosulni a változással. A fenntarthatóság szempontjából csakis ezek a gondolkodásminták szavatolják, hogy az egyes társadalmak a hosszú távon előnyösen reagáljanak. A művészet feladata az érzelmek közvetítése és a megküzdés megsegítése. Az életminőség javítása és a pozitív megerősítés, mellyel nemcsak magunkat, hanem környezetünket és a nézőközönséget és a hallgatóságot is szeretnénk élményekkel gazdagítani.

Keywords: profit and nonprofit, art, culture, drama, resilience

Abstract

Cause marketing is an increasingly liked “do good and thus do better” activity, in which the good is whatever the motivation, no matter what motivations are in the background. In the case of the successful collaboration between profit and nonprofit requires the support of a number of iconic and lesser-known companies, that are willing to give up a certain percentage of their revenue for the benefit of those in need. All this is done for a social and cultural purpose that serves a noble cause. They are such systems, organizations, groups that give up a certain percentage of their sales revenue in the course of their cultural behavior. They all play an important role, as in addition to providing financial support, they send a message to the world as well. A social behavior that paints a picture of a slowly unfolding global solidarity that brings closer people, who can resiliently change and are able to identify with change. In terms of sustainability, only these patterns of thinking can guarantee that individual societies will respond favorably to long-term sustainability.

Szakirodalom

**Averill J.** (2013); Individual differences in emotional creativity: structure and correlates. *J Pres.* 67,331-371

**Adkins S.** (1999); *Cause Related Marketing: Who Cares Wins.* Butterworth-Heinemann, Boston.

**Andreasen, A. R., Kotler, P.** (2007); *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations.* NJ: Pearson Education, Prentice Hall.

**Bakacsi Gyula** (2011); *Kooperatív stratégia-kulturális paradigmaváltás? VIII. Nemzetközi konferencia,* Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc

**Bakacsi Gyula** (2020); *Ember-környezet tranzakció Intézet,* ELTE PPK, Budapest

**Bárdossy Ildikó, Dudás Margit** (2011); *Pedagógiai nézetek Tanári mesterképzést bevezető tanulási/tanítási program oktatók és hallgatók számára,* Pécsi Tudományegyetem, Pécs

**Bárdossy Ildikó, Dudás Margit** (2011); *Pedagógiai nézetek, Tanári mesterképzést bevezető tanulási/tanítási program oktatók és hallgatók számára,* Pécsi Tudományegyetem, Pécs

**Belbin M.** (1981); *Management teams-Why They Succeed or fall,* ISBN:0-7506-0253-8

**Békés Vera** (2002); *A reziliencia-jelenség, avagy az ökológizálódó tudományok tanulságai egy ökológizált episztemológia számára.* In: Forrai Gábor és Margitay Tihamér (szerk.): *Tudomány és történet: Fehér Mártának tisztelői és tanítványai.* Typotex Kiadó, Budapest

**Bredács Alice** (2018); *A pozitív pszichológia pedagógiai és művészetpedagógiai aspektusai és a pozitív irányzat mozgalommá válása az oktatásban.* *Iskolakultúra,* 28(1-2), 3-22. <https://doi.org/10.17543/ISKKULT.2018.1-2-3>



- Bredács A.** (2011); The emotional intelligence and it's improvement by the students taking part in, the secondary training of arts – with especial regard to those who are talented in the visual arts. *Art – Space – Education*. Az InSea kiadványa, Budapest, Hungary, 2011, 92–93.
- Bredács A.** (2010): Emotional Intelligence and its Development in School - With a Special View Talent Management. *Practice and Theory in Systems of Education*, No.5. p. 85–96. URL: [http://epa.oszk.hu/01400/01428/00011/pdf/EPA01428\\_ptse\\_1107BredacsAlice.pdf](http://epa.oszk.hu/01400/01428/00011/pdf/EPA01428_ptse_1107BredacsAlice.pdf)
- Bredács Alice** (2012); A zene, tánc, színművészet, képző -és iparművészet területein képzésben részesülő 14–16 éves tehetséges tanulók csoportjaira jellemző tulajdonságok vizsgálata pszichometriai és pedagógiai eszközökkel. PhD értekezés. ELTE Neveléstudományi Doktori Iskola, Budapest
- Blowfield M.** (2012); *Business and Sustainability*. Oxford University Press, Oxford
- Docherty S., Hibbert, S.** (2003); Examining company experience of a UK causerelatedmarketing campaign. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8, 4, pp. 378–389.
- Durkheim E.** (1996): *Tudás és társadalom*. Áron kiadó, Budapest,8-37. Farkas Zoltán (2013): A társadalmi viszonyok fő típusai II. rész, *Társadalomkutatás* (31).4.
- Dull Andrea,SzokolszkyÁgnes** (2006);*Környezet pszichológia*, Akadémia kiadó
- Gyányi Gábor** (2011); *Kulturális trauma: adott vagy teremtett?* *Studia Litteraria* 3–4, I. évfolyam. Gyulai István (2008); *Kérdések és válaszok a fenntartható fejlődésről*. Kiadta a Magyar Természetvédők Szövetsége, Budapest,10-25. 13
- Heller Ágnes** (2003); *Filozófiai labdajátékok*. (Kiadta a Gond-Cura Alapítvány): Palatinus kiadó, Budapest
- Hessekiel D.** (2010); The most influential cause marketing campaigns. [http://adage.com/goodworks/post?article\\_id=142037](http://adage.com/goodworks/post?article_id=142037) Letölve: 2013. nov. 2.
- Kóváry Zoltán, Devecsery Ágnes, Jakab Krisztina,Pusztai Barbara, Agócs Laura, Kómár Réka, Orosz Gábor** (2014); *Az érzelmi kreativitás leltár hazai adaptációja*, *Pszichológia*, Budapest34/4,339-362.
- Sas I.** (2012); *Reklám és pszichológia a webkorszakban*. Kommunikációs Akadémia, Budapest.
- Selsky, J. W.,Parker B.** (2005); Cross-Sector Partnerships to Address Social Issues: Challenges to Theory and Practice. *Journal of Management*, 31, 6, pp. 849–873. Szlávik J. (szerk.) (2009): *A vállalatok társadalmi felelősségvállalása*. Complex Kiadó, Budapest.
- Szili Katalin** (2010); *Az érzet sorsa*, *Pszichológiai Doktori Iskola, Elméleti Pszichoanalízis Program*, Pécs
- Weinreich, N. K.** (1999); *Hands on Social Marketing: A Step-by-Step Guide*. SAGE Publications Inc., Thousand Oaks, California.
- Wohlfeil, M., Whelan S.** (2005); Event Marketing as Innovative MarketingCommunications: Reviewing the German Experience. *Journal of Customer Behaviour*, 4, 2, pp 181–207.
- Wymer, W. W. Jr. Samu, S.** (2003); *Dimensions of Business and Nonprofit CollaborativeRelationships In Wymer, W. W. Jr. – Samu, S.: Nonprofit and Business Sector Collaboration*. Best Business Books, The Haworth Press, Binghamton, pp. 3–22.
- Zeintliger Karoline Erika** (2005); *A pszichodráma terápia tételeinek elemzése, pontosítása és újrafogalmazása J.L. Moreno után,Párbeszéd (Dialogus)kiadó,Budapest*

**BAUER ANDREA  
ZENETERAPEUTA / OPERAÉNEKES**



**Bauer Andrea operaénekes honlapja:**

**<https://www.andreabauermusic.com/>**